

## DUMITRU MATCOVSCHI: MODELUL PUBLICISTICII GNOMICE

Dr. în filologie **Nina CORCINSCHI**

### DUMITRU MATCOVSCHI: THE MODEL OF GNOMIC PUBLICISM

*Matcovschi's publicism marks the period in which the uproar of the truth fulfilled a vital condition for the society's revival. Therefore it illustrates the rhetoric and gnomic paradigm (sententious, moral) of the genre, with all the dominant persuasive stakes of communication. The willingness to tell the truth forms the theoretical scaffolding (base) of his work, to which the discursive strategies are subjected. Repetitions, enumerations, anaphors and rhymes are sources of rhythm, euphony and persuasion techniques which are being required by serious, immediate assertion, deliberately sensitizing. Through the importance of the approached subjects and the variety of the discursive strategies, Dumitru Matcovschi's publicism overcomes the traditional phase and has resonance in time.*

*Dați-le oamenilor să cunoască realitatea  
și toată țara va fi lipsită de primejdii.*

Avraam Lincoln

Fiecare epocă istorică a generat un anumit tip de caligrafie publicistică, menită să înregistreze prompt pulsul evenimentelor și să instaureze un dialog direct și eficient între protagoniștii actului de comunicare. Calitatea și specificul genului au fost determinate la noi de situația social-politică a momentului, care programatic i-a conturat acestuia o traiectorie cu mari sinuozități. Obligată să adultrizeze regimul de dominație, mass-media sovietică instaurează mituri false și compromite lamentabil ideea de adevăr și echitabilitate inerente jurnalismului de calitate. Cantonat decenii la rând în adulter informațional, limbajul publicistic retardează în artificialitate și simplitate primitivă. Dezghețul gorbaciovist a impulsionat acest gen, relaxarea ideologică i-a dat amplitudine și o nebănuită forță de convingere. Aname publicistica, în special acea scriitoricească, a dat la iveală ororile regimului, a demască cultul personalității, având mari merite în trezirea conștiinței naționale. În atmosfera incandescentă a rostirii adevărului, limbajul publicistic se retoricizează și se încarcă în acorduri mesianice, reușind să exprime astfel erupțiile afective ale autorilor și să ajungă mai sigur la receptor.

În condițiile democratizării postsovietice, publicistica tot mai mult se dilatează verbal și se hibridizează ca gen. Condițiile globalizării impun astăzi o concurență acerbă între mass-media, orientând-o să-și ascute instrumentarul de dicțiune persuasivă și să se diversifice informațional. Pentru a-și seduce cititorul, presa cultivă preponderent narativul și senzaționalul. În obsesia de a scăpa de handicapul *limbii de lemn*, genul se re-înnoiește fulgerător cu strategii discursive și testează toate registrele limbajului, apelând în special la cel oralizant, savuros și încâpător.

Fie că glisează pe un palier ludic, narativizat sau rămâne fidel retoricii clasice, scrisul de presă a avut și are un rol decisiv în educarea conștiinței sociale. Un punct culminant în funcția de *movere* și *docere*, publicistica noastră l-a cunoscut în anii 70-80 ai secolului trecut, când se face, în mare parte, generatoare a schimbărilor majore din societate, eclipsând pe moment alte genuri literare. Printre liderii de opinie, scriitorii s-au dovedit foarte receptivi în a informa cititorii cu probleme emergente, care vizau eminentemente reactualizarea grafiei latine, clarificarea identității naționale a moldovenilor, lichidarea spațiilor albe create artificial de regimul totalitar, aspecte social-economice și politice etc. Riscând să intre în conflict cu puterea care își trăia ultimele zile, scriitorii profită de aerul proaspăt al epocii lui Gorbaciov pentru a restabili adevărul științific. Prin atitudinea lor intelectualii, oamenii scrisului au pregătit terenul pentru reformele sociale care urmau să se întâmple. Scrierile lor au sensibilizat profund opinia publică, determinând cetățeni să ia poziție activă față de evenimentele ce demarau.

Articole de răsunset în acel timp au fost *Tragicul aerostat* de S. Saka, *O luptă și o suferință* de Gr. Vieru, *Nimeni* de L. Lari, *Cine tulbură apele?* de I. Vatamanu, *Adevărul ca aer al nașterii* de I. Mânăscuță. Grave probleme de ecologie a abordat I. Druță în *Pământul, apa și virgulele*; de spiritualitate și cultură în *Cine a stins lumina în Moldova?*, *Neamul la răscruce* etc. Prin scrieri publicistice, încearcă să sensibilizeze cititorul cu situații social-economice grave și Gh. Malarciuc, cu probleme de cultură – I. Vatamanu, V. Beșleagă, Mihail Gh. Cibotaru, N. Dabija, I. Ciocanu, M. Cimpoi, V. Romanciuc ș.a. În articolele lor, scriitorii ridică un șir de probleme majore în presa timpului, cum ar fi stoparea distrugerii monumentelor de istorie și cultură, necesitatea restaurării bisericilor, deschiderea unor muzee ale localităților etc.

În acest cor al publicisticii anilor '80 se distinge

net vocea lui Dumitru Matcovschi. Poetul a răspuns neîntârziat sirenelor istoriei și s-a implicat cu toată forța în activitatea publicistică. A avut curajul și puterea de analiză „pe verticală, în esență, a faptelor vieții și de interpretate nemiloasă, necruțătoare a acestora”, remarcă I. Ciocanu, adăugând despre articolele *Povara istoriei* și *Hoț în rezervație* că sunt „niște veritabile pietre de hotar în publicistica anilor 1987-1988” [1, pag. 44]. Cu o cutezanță deosebită (care nu a rămas nepedepsită) publicistul demască genocidul stalinist, oferind date, nume, evenimente concrete care au marcat dureros istoria noastră. Foametea organizată, deznaționalizarea, statutul injurios al limbii române la ea acasă și alte teme tabuizate de regimul totalitar sunt subiecte care în *Povara istoriei* și *Hoț în rezervație* șochează prin cruzimea detaliului, nonșalanța exprimării, concretețea datelor.

Incisivă și tăioasă la maximum, publicistica lui Matcovschi este expresia unui spirit vulcanic, adânc cutremurat de nedreptățile care-l înconjoară. Scriitorul mizează în primul rând pe forța energizantă, combativă a cuvântului, scrisul său prefigurând analiza și interpretarea necruțătoare a fenomenologiei sociale. Publicistica lui Matcovschi marchează o perioadă în care vociferarea adevărului îndeplinea o condiție vitală de resuscitare a societății. De aceea ea ilustrează paradigma retorică și gnostică a genului, cu toate mizele pe dominantă persuasivă a comunicării.

Voința de a spune adevărul formează eșafodajul teoretic al operei sale publicistice, căreia i se subordonează strategiile discursive. Rolul catalizator de *movere* și *docere* al mesajului eclipsează în mod deliberat funcția de *delectare*. Ardoarea etică devansează esteticul pur, plasându-l în provizorat. La Matcovschi adevărul este trăit și simțit, conștientizat până la limită și de aceea poetul respinge registrul neutru al comunicării. Ideile sale sunt turnate în scheme retorice capabile să transmită nealterată intensitatea afectului. Publicistul mizează pe interactivitatea cu auditoriu și de aceea caracterul scrisului său este oralizant și colocvial. Caligrafia lui solicită un întreg rechizitoriu de interogații retorice, invocații, repetiții care asigură eficiența dialogală, accesibilizând și dinamizând informația transmisă. Discursul se construiește din articulații unghiulare, tăiate pieziș și încordate nevrotic ca niște arcuri. Limbajul este direcționat în program de acțiune. Strategiile discursive sunt abundente și radicale, prefăcute în adevărate arme de luptă pentru sancționarea nedreptăților sociale. Conceptele

se încarcă de sentențiozitate și se rostogolesc, în ecouri insistente, în economia textului. Intenția autorului este să-l facă pe cititor coparticipant la procesul de reflectare, de analizare a unor fenomene sociale stringente și, în consecință, să-l determine să ia decizii hotărâtoare. Receptorul este instanța în care se realizează intenția comunicativă a autorului. Pentru Dumitru Matcovschi artistul e un luptător, iar rolul cuvântului e mesianic: „Cuvântul care nu știe să înobileze, să înaripeze, să însenine, să lumineze este... mort. De aici și rolul literaturii – azi. Viața cea de toate zilele înregistrează doar ceea ce se întâmplă aici și acum; cuvântul, literatura adică, încapă și ceea ce nu se vede cu ochiul liber, ceea ce nu se întâmplă. Vorbele trebuie să purifice sufletul compatriotului nostru. Dostoievski spunea că literatura (frumosul în general) va salva omenirea. E profetică această frază. Și, iată, a venit timpul când, într-adevăr, numai și numai literatura – scriitorul-cuvântul – e în stare să ne salveze de haos” [2, p. 3].

Dincolo de acribia documentară, forța de convingere a mesajului este îndeplinită de tiradele retorice, care asigură acestuia concretețea, dar și expresivitatea specifică stilului publicistic. Repetiția are rezonanțe denotative și intensive; insistența lexicală marchează o intenție de persuadare a mesajului: „nu se uită, nu se uită, nu se uită foametea...” [3, p. 5] și este pusă pe muzică de refren obsedant: „blestemată, blestemată, blestemată, blestemată lume antilume”. Interogația retorică se amplifică și ea în repetiție: „Dar capul... de ce, de ce, de ce își pleacă moldoveanul? De care sabie se teme? Căzăcească, moldoivanească?” [4, p. 5]. Tehnica supralicitării calculate a repetițiilor încearcă inducerea efectului copleșitor al informației comunicate. Figurile retorice focalizează mesajul pe o idee pivot, care deține prioritate în melanjul comunicațional. Ea este nuanțată, valorizată prin tensiunea emoțională a autorului. Publicistica lui Matcovschi este una declamativă ca și la Eminescu, cu vibrații și cadențe specifice, cu simetrii bine calculate.

În ajutorul forței de captare și seducție a auditoriului vin și intruziunile poetice, cu ritm, rimă. Atestăm rareori momente în care Matcovschi metafrazează, diriguind discursul într-o ritmică incantatorie: „Eu nu pot înțelege: au ce s-a întâmplat, în fața unui monstru că am îngenuncheat? A spus nu știu cine că Monstru-i Dumnezeu. Un ochi avea. În frunte. Un singur ochi avea. Și ciclopea. Sălbatic ciclopul ciclopea” [3, p. 5]. Aclimatizarea poeticului într-un text care până la acel moment

încremenise într-un registru al concreteței frustrate imprimă acestuia, la nivel sintactic și fonetic, o eterogenitate binevenită, creând efectul contrastului. *Poliptotonul* este o obsesie metaforică, care solicită din partea lectorului dezambiguizarea mesajului. În continuare, la crearea simetriei construcției participă reluarea aceluiași enunț cu valoare de refren: „Eu nu pot înțelege: au ce s-a întâmplat, în fața unui monstru că am îngenunchat? Pândeau pe frate frate, pândeau pe tată fiu. Mă înpăimânt și astăzi. Mai are rost să scriu? Avem sau n-avem suflet? Avem sau n-avem dor? Avem ca toată lumea trecut și viitor? Ușor să fii o umbră, ușor să fii un pai, ușor să fii bărbatul cel care nu erai. Mai greu să crești statuie de piatră-n fața Lui, să-i spui că e un Monstru, să nu te temi, să-i spui!

Bărbați au fost. Cu nume și fără nume, mii. Și au pierit bărbații prin cele pușcării... de foame și de sete, asfixiați, damnați. Îi sfâșiau dulăii și lupii, nemâncați.

Aprindem lumânare, aprindem rug, plângând... Istoria ce este? Popoarele ce sunt? Și viața! Astă viață... Acest nebun complot! Ci dacă nu-i cu Omul, cu cine-i Vedetot?”

Dincolo de greutatea semantică, comprimată în metafore, crescendoul câștigă în expresivitate prin valorile figurilor sintactice. Repetițiile, enumerările, anaforele, rimele sunt surse de ritm și eufonie și tehnici ale persuasiunii pe care le solicită enunțarea gravă, imediată, voit sensibilizatoare. Teatralitatea este specifică întregii creații a lui Matcovschi, pentru care arta înseamnă inevitabil interacționarea directă și imediată cu publicul.

Limbajul publicistic al lui Matcovschi mizează pe consistență și sonoritate. Cuvântul este direcționat să se facă auzit și să reverbereze ecouri: „Omul, cadavru îmbălsămat. Clopote bat. Tună și scapără. Cine mă apără? Cine te apără?

Nebune gânduri. Sălbatice vânturi. Statui în preajmă. De ghips. De ceară. Și o scară, între pământ și cer, realitate și mister. Se bea, se mânâncă. Statuile nu știu să plângă: „ha-ha-ha”. Se deschide și se închide prăpastia.

De niște târâtoare zic” [5, p. 4]. Din aceste incongruențe se naște valoarea sugestivă a mesajului, o muzică viuindă, ca o furtună, care fascinează urechea. Spusele se rostogolesc bolovănos, sacadat, grele de adevăruri, definind o publicistică nevrotică, cu toate ligamentele încordate la maximum. Muzica e dură, fără dispozitive de stilizare, în publicistică poetul nu știe a mânui harfa, cântecul lui e unul strident, cântat la trompetă. Invectivile și imprecategoriile vituperează cu aciditate atât în poezia socială cât și în publicistica propriu-zisă, anunțând durerea unui neam întreg, asumată cu toți porii. „Ne minciunesc,

ne iubesc, ne umilesc și unii și alții. Alese vorbele lor, alese. După interese. Noi, ființe docile, facem temenele. Și nu crapă (de ce nu crapă?) pământul. De-ar crăpa odată! Poate am scăpa de acest blestem cu nu mă tem dar mi-e frică.

Ghem în spate ne-a crescut.

De căciulire.

De multă iubire.

De ploconeală.

Ne șade bine cocoșați:

– Culcați, sculați!

Și ceasul răspunderii nu mai bate!” [6, p. 4]. Izbucnirea este pasională și explozivă, mesajul este incendiar și marcat de revoltă. Ideile sunt formulate cu mult nerv și curaj, cu o pană acidulată care cromatizează ironia în griul sarcasmului. Din combustia de preaplin sufletească, cuvântul uneori se reiterează monocord și languros, definind aceeași trăire. E riscul unui poet care trăiește până la paroxism istoria, o disecă cu ardoare până cade obosit în membranele ei. Aceste inconsecvențe nu periclitează valoarea unei publicistice angajate, competente și lucrate, în general, cu unelte scriitoricești.

Retorica publicistică a anilor '80 ne-ar putea părea astăzi depășită și clamoroasă, dar ar fi o apreciere reductivă și injustă. Publicistica lui Matcovschi, Dabija ș.a. a pus toate punctele pe *i*, decelând cu acribie adevăruri care au deșteptat societatea îngropată în colapsul sovietic și a scos masele în stradă pentru a-și cere drepturile istorice. Prompt, direct și documentat acești poeți, deveniți publiciști de forță, au dat oamenilor exact ceea ce trebuiau ei să audă și să conștientizeze în acei ani istorici. Întotdeauna momentele de răscruce au proliferat o scriitură retorică, gnomică și plină de trăire. Scrierile lui Matcovschi definesc un astfel de model de publicistică, animată de o viziune și trăire personalizată, emanând dragoste de neam. Rezonanțele acestei scriituri depășesc faza de tranziție, având, prin notele de general-uman și unele reverberații în timp.

#### Referințe bibliografice:

1. Ciocanu Ion, *Particularitățile publicisticii matcovschiene // Basarabia*, nr. 7-12, 1999,
2. Matcovschi Dumitru, *La deschiderea numărului // Basarabia*, nr. 1, 1992,
3. Matcovschi Dumitru, *Noi și monstrul // Basarabia*, nr. 5-6, 1996,
4. Matcovschi Dumitru, *Capul și sabia // Basarabia*, nr. 9-10, 1994,
5. Matcovschi Dumitru, *Dincolo, dincoace // Basarabia*, nr. 11-12, 1994,
6. Matcovschi Dumitru, *Ziua vieții // Basarabia*, nr. 10-11, 1995.