ASPECTE ALE PASTIȘEI ȘI PARODIEI ÎN PRESA ROMÂNEASCĂ SATIRICĂ

IOANA-TATIANA CIOCAN

Universitatea „Lucian Blaga” din Sibiu

ioana.ciocan@ulbsibiu.ro

Masterand BIANCA-ELENA VOȘLOBAN

Universitatea „Lucian Blaga” din Sibiu

bianca.vosloban@ulbsibiu.ro

Title: “Parody and Pastiche of Satirical Romanian Press”

Abstract: Satirical Romanian press use irony form with the purpose to transpose realities in acid writing and to reform the problems which exist in our society. This study presents one of the most known ways to express irony: intertextuality. Through a series of examples extracted from the satirical press we will try to observe the role that the parody and the pastiche – as important elements of the intertextuality – hold in the expression of irony, but also the impact that they have on the reader.

Keywords: *Parody; Pastiche; Satirical Press; Intertextuality; Irony;*

Introducere

Presă satirică se bazează pe forme ale ironiei, construite cu scopul de a implementa subtilități într-o scriere acidă, dar care să fie accesibilă tuturor categoriilor sociale (respectând astfel una dintre caracteristicile de bază ale jurnalismului). Satira lucrează cu situații reale, menționează oameni și momente actuale. Aceasta a servit mereu populația precum un facilitator al dezbaterilor prin vocea sa, criticând mai ales imaginile guvernamentale sau oficialitățile publice. Discursul satiric are o abilitate unică de a demola situații și valori tradiționale și de a dezvălui întotdeauna adevărul.

Mass-media recentă accentuează nu doar prezentarea informațiilor și descrierea realității, ci are tendința să o reinterpreteze sau să o reconsidere. O (re)descriere pamfletară presupune transformarea oamenilor și a intimității, prin mijloace specifice, venite pe filiera intruziunilor ironice și a parodierilor, și identificate la nivel lingvistic, stilistic și discursiv.

Oprindu-ne asupra ironiei, teoreticienii (ca, de exemplu, Vladimir Jankelevitch) identifică puterea acestora de se juca și jongla cu esențele, cu scopul negării lor sau a recreării, mizând pe ideea contrariilor care, odată utilizate, se inter-potențează.

Înțelegem din toate acestea că ironia încearcă să ascundă adevărul sau îl contrazice prin cuvintele folosite. Ironia (provenind din grecescul *eironeia* - „întrebare”), caz aparte al umorului, apare ca un procedeu stilistic, un tip de argumentare sau de discurs. În direcția anterior amintită, bazată pe exprimarea contrariilor prin terminologie special aleasă, vorbim despre ironie în ipostaza sa de procedeu bazat pe disimulare. Apelând la elemente de regie/ punere în scenă, se dă naștere unui text nou, ce are ca factor central contradicția: „Este organizarea specifică a acestor elemente într-un argument ironic care produce efectul său persuasiv”¹. Avem aici, astfel, aspectele definitorii ale discursului ironic în presă: disimularea, regia și scopul persuasiv.

Unul dintre mijloacele mai des întâlnite de exprimare a ironiei este reprezentat de intertextualitate. O absorție și o transformare a unui altui text, „un mozaic de citate” după cum o vedea Julia Kristeva, intertextualitatea este o caracteristică regăsită în toate tipurile de texte, nu doar în discursurile literare. Textul jurnalistic satiric, ce mizează pe ironie - Linda Hutcheon considera că, în zilele noastre, „Ironia este singurul mod prin care putem fi serioși”² - își trage seva, adeseori, din imagini intertextuale.

Teoreticienii și lingviștii plasează fenomenul intertextualității ca având o dublă perspectivă: cea a scriiturii și cea a lectorului. În ceea ce privește scriitura, putem vorbi despre intenție și conștientizare, materializate în text prin anumite semne care să-l determine pe cititor să caute legăturile cu alte texte. În cazul lecturii, receptorul este nevoit să apeleze la competența intertextuală pe care o deține (cu variante de înțelegere mai mare și crearea unor punți voalate chiar și autorului sau, dimpotrivă, o comprehensiune deficitară, din cauza unor carențe socio-culturale). Intertextualitatea presupune ca între două sau mai multe texte să existe o relație de co-prezență prin existența unui text în altul.

În cele ce urmează, vom identifica elemente intertextuale sub forma parodiilor și pastişelor în texte jurnalistice de satiră, urmând clasificarea realizată de Maria Cvasnii Cătănescu³. Aceasta, pornind de la ideea conform căreia intertextualitatea este un mijloc prin care informațiile de presă sunt reliefate în mod plastic, identifică patru tipuri specifice de concretizare ale sale și anume: prin citare, parodie, pastişă, ambiguitate. Studiul de față se axează cu precădere asupra parodiei și pastişei, pentru a identifica rolul pe care acestea îl dețin în evidențierea ironiei, precum și impactul pe care îl au asupra cititorului.

Parodia este un procedeu intertextual care are un grad mare de expresivitate și este valorificat deseori de către jurnaliști. În cazul acesta, publiciștii reconstruiesc o secvență textuală anterioară enunțului parodiat, dând naștere unui construct nou ce folosește ca expresie a atitudinii ironice a jurnalistului. „Parodia

¹ „C'est l'organisation spécifique de ces éléments dans un argument ironique qui produit son effet persuasif.” (trad.n., în Ekkehard Eggs, “Rhétorique et argumentation: de l'ironie”, *Argumentation et Analyse du Discours*, nr. 2, 2009, <https://journals.openedition.org/aad/219>, DOI: 10.4000/aad.219, accesat în data de 10.07.2019.

² Linda Hutcheon, *Poetica postmodernismului*, București, Editura Univers, 2002, p.73.

³ Pentru mai multe informații, a se vedea Maria Cvasnii Cătănescu, *Retică publicistică: de la paratext la text*, Ed. Universității din București, pp. 30-41.

textuală se bazează pe mecanisme discursive opozabile, dar complementare: ea presupune *de-construcția*, modificarea unui text/enunț preexistent, având ca rezultat final transformarea textului inițial într/un text nou”⁴. Uzând de procedee precum substituția, adăugarea ori suprimarea, se determină modificări lexicale sau semantice și se provoacă enunțuri cu grade diverse de complexitate și expresivitate.

Pastișa presupune un model inițial care este ironizat, prin (re)interpretare și (re)scriere (se bazează pe o preluare mecanică a unui model textual dintr-un domeniu anume și pe transferul lui într-o altă ramură de activitate, iar această modalitate servește la exprimarea atitudinii ironice a creatorului ei). Exploatarea proverbelor, a maximelor sau a unor sintagme fixe, ușor recognoscibile și simplu de reprodus sunt principalele surse la care se apelează, dând naștere la noi structuri: „În pofida banalității sale, unul dintre cele mai rezistente și mai productive mecanisme de *pastișă* parodică îl constituie *reciclarea* imitativă”⁵ a ceva anterior, similar ei. În presă, *pastișa* apare mai ales în varianta de graniță, într-o formă impură, după cum afirma și Maria Cvasnii Cătănescu, sub formă de *pastișă-parodică*. De aici și alegerea noastră de a trata aceste două mijloace împreună, de a le identifica și a descoperi rolul și importanța la nivel ironic.

În textele jurnalistice analizate⁶, *pastișa* (parodică) presupune folosirea unor proverbe sau expresii intrate în uzul limbii române. Proverbele apar sau sub forma lor originală, sau cu anumite modificări structurale, care poartă în sine nota ironică.

Proverbele nemodificate, păstrate în varianta originală, nu sunt extrem de des întâlnite. Jurnaliștii optează pentru a schimba, ironic și parodic, elemente ale zicătorilor și maximelor cunoscute, tocmai cu scopul de a amenda anumite deviații și probleme ale societății și ale clasei de guvernământ. Însă, aceste variante fixe vin în contrapondere cu nota de ironie adusă prin alte mijloace, cu acele elemente contradictorii, ce subliniază mai puternic ideea parodiei. Astfel, regăsim asemenea exemple în articolul *Mesajul profesorului Dragnea la Școala de Vară a PSD: Omul cât trăiește, învață. Să fure*: „Dragnea va oferi un alt spectacol de stand-up comedy cu tema *Ai carte, ai parte*, astfel încât să acopere în întregime și rotund sloganul Școlii de Vară a PSD: *Omul cât trăiește învață. Să fure*, cunoscut ca și *Noi ciordim, nu gândim*” (17 iunie). Proverbele la care se face referire, „Omul cât trăiește, învață”, respectiv, „Ai carte, ai parte” apar în opoziție cu termeni precum *să fure* sau *ciordim, nu gândim*, toate aflându-se sub sceptrul ideii de cultură și educație vis-a-vis de fărâdelege și incultură. De asemenea, tot *pastișa parodică* apare și prin prisma utilizării proverbelor „S-a întâlnit hoțul cu prostul”, cu trimitere directă la Liviu Dragnea și Viorica Dăncilă sau „Să-și pună cenușă în cap”, vorbindu-se

⁴ *Ibidem*, p. 232.

⁵ *Ibidem*.

⁶ Toate articolele asupra cărora ne-am oprit atenția sunt preluate din cele două cele mai citite publicații satirice românești, mai cunoscute și mai vizibile, *Cațavencii* și *Kamikaze*, în varianta online, din perioada mai-iunie 2018. Nu vom menționa pentru fiecare sursa exactă, din motive structurale, optând doar pentru amintirea datei în care articolele au apărut.

despre Corneliu Vadim Tudor, care a atacat un rabin printr-o poezie – tot o contradicție, prin asocierea unui naționalist și a pocăinței în fața unor „străini”. Intenția vădită este aceea de ridiculare a unor instituții și a personalului angajat sau a reprezentanților acesteia, iar terminologia ne duce spre ideea unei oralități „de factură polemică”⁷.

În aceeași direcție, dar mult mai des întâlnite, se numără acele proverbe și maxime care păstrează configurația sintactică (indici diagnostici ai textului imitat), modificările fiind la nivelul vocabularului. Un exemplu ar putea fi editorialul *Prostia e de aur*, semnat de Doru Bușcu; trimiterea la zicala „Tăcerea e de aur și vorba de argint e” înfierează, ironic, incapacitatea guvernaților de a proteja patrimoniul național (se face o analiză asupra dosarului trimis la UNESCO care înscrie în patrimoniul mondial *Peisajul cultural minier Roșia Montană*, 29 mai, editorial).

De asemenea, expresia populară „a se duce pe apa sâmbetei” pare a fi una îndrăgită în spațiul mediatic. Întâlnim, în acest sens, articolul *Cum se mai duce bugetul Timișoarei pe apa artezienelor* (în care, prin înlocuirea „sâmbetei” cu „artezienelor” ni se ilustrează, în mod parodic, o situație a unor cheltuieli nejustificate ale bugetului public) (11 iunie, investigații), dar și „timiditatea lui s-a dus pe șprițul sâmbetei” (unde substituția lexicală a sâmbetei cu șprițul face referire la faptul că lui Liviu Dragnea a început să-i placă alcoolul, acesta fiind considerat unul din motivele din cauza căruia premierul nu mai ia decizii raționale, de unde și ironia) (14 iunie).

Pe același tipar identificăm și o formă a proverbului „Cere și ți se va da” - *Cerere și ți se va da*, cu trimitere directă la birocrăția excesivă din țară, sau, în articole dedicate tot „bunei” administrații locale: „nicio faptă bună nu rămâne nepedepsită”: „Cum însă după nici o faptă bună a primarului nu rămâne bugetul nepedepsit, trebuie să vă zicem că toată combinația asta e o veritabilă românească”, precum și „Apa trece, pietrele rămân”, sub forma „Dar apa trece și ideile de valoare rămân” (un articol despre cheltuieli pentru închirierea unor toalete publice). Toate aceste exemple se axează pe proverbe cunoscute bine de către lector, tocmai pentru ca intertextualitatea să capete acea „complicitate”⁸ care face posibilă interconexiunea jurnalist lector, prin intermediul ironiei.

În plus, trebuie amintite și anumite sintagme fixe, ce rămân în memorie și pot fi identificate ușor sau diverse sloganuri și elemente publicitare, ce devin arme ironice în mâinile jurnaliștilor. Astfel, avem intertextul „Monarhia salvează România” sub forma *Colonoscopia salvează România* (8 aprilie) – un articol dedicat situației actuale a țării. Una dintre cele mai des întâlnite expresii este „Noaptea ca hoții!”, lozinca devenită atât de cunoscută în urma protestelor din februarie

⁷ În acest sens, Ioana-Cristina Pîrvu identifică acest lexic ca făcând parte din „limbajul familiar, uneori, chiar cu notă argotică”. Asemenea termeni „surprind, amuză, satirizează, dar încălcă o normă ideală a comunicării sociale”. (Ioana-Cristina Pîrvu, *Arhitectura textului jurnalist actual*, Editura Universității din București, 2008, p.215).

⁸ Această idee este susținută de Sorin Preda care amintea, discutând despre ironie în textul jurnalist, cum textul parodiat și transformat își însușește „rolul de intermediar complice al ascultătorului” (Sorin Preda, *Jurnalismul cultural și de opinie*, Editura Polirom, Iași, 2006, pp. 92-93).

2017. O regăsim frecvent sub forma neschimbată: „Iar dacă sunteți cuminiți și trec legile justiției și scapă Dragnea de pușcărie, o să aveți două: una cu care să mergeți ziua și una cu care să mergeți *noaptea, ca hoții!*” (articolul *BMW-ul de 100.00 de euro al lui Dragnea. Dacă mâncați eugenii, o să aveți și voi!*), sau *Pe perioada caniculei, ca să nu leșinăm la furat, vom guverna noaptea, ca hoții*. (13 iunie).

Pastișa parodică publicitară este și ea prezentă prin trimiteri intertextuale la sintagme din reclame ce sunt prezente în memoria publicului. Un exemplu îl regăsim chiar într-un titlu, în articolul *Dincoace era prea ieftin* (7 iunie), făcându-se referire la celebra reclamă la un magazin de electrocasnice, unde apare replica „Scump, doamnă, scump. Dincolo era mai ieftin!”. Foarte interesant de menționat, în legătură cu acest text, este faptul că subiectul articolului e reprezentat de o inventariere a situației publicității în România, de unde și trimiterea cu valoare ironică.

Ludicul are și el partea lui de intertextualitate în presa românească satirică. Bunăoară, putem discuta despre articolul *Din bucata mea de pâine*: „Oooof, Eugene! Și ți-am zis să fii atent că <<Cine nu-i gata, îl iau cu lopata>>...N-ai vrut să mă crezi. Poftim, cine trage acum ponoasele lipsei de încredere în autorități”, afirmă un muncitor care trebuie să ridice un leș de câine de pe străzile patriei. Este o asociere inedită între sintagma folosită în jocul de-a v-ați ascunselea și moartea animalelor din cauza șoferilor vitezomani. În spatele ironiei se ascunde nota de tragism, identificată prin aceste trimiteri spre jocul copilăriei, când cel care nu era pregătit (adică ascuns), pierdea. La fel și în situația prezentată, în care se face analogia cu animalele moarte, dar, din nou, cu săgeți ironice trimise spre autorități.

Intertextualitățile istorice nu puteau lipsi nici ele din asemenea texte jurnalistice. Parodic, prin elemente de pastișă, se fac trimiteri sau la slogane precum „Stima noastră și mândria, Ceaușescu: România!” în articolul *Slogan pentru mitingul PSD: Stima noastră și mândria, Liviu Dragnea-Pușcăria* (7 iunie), sau la momente istorice pentru perioada actuală, cum a fost câștigarea Cupei Roland Garros de către tenismena Simona Halep, prin afirmația „Dumnezeu va face dreptate în marea lui bunătate: cea de la Paris *are țara la picioare*, cealaltă va avea soarta galoșilor” -având în vedere expresia „a avea lumea la picioare”. (*Albul României e la Paris*, 9 iunie).

Toate acestea reprezintă o repoziționare ironică față de un text (de cele mai multe ori scurt), dar care este adus în prim-plan ca unul nou: „Parodiarea textelor de mici dimensiuni (maxime, proverbe, expresii idiomatice, replici sau versuri celebre, izolate de context) conduce la formarea unor secvențe contigue cu modelul, ca organizare lexico-gramaticală, dar neomogene funcțional: ele devin pseudoproverbe, titluri (de cărți, reviste, articole de presă), sloganuri de propagandă politică și mai ales comercială”⁹.

O situație aparte este deținută de către intertextualitățile ce conțin elemente ale parodiei și pastișei care au similitudini cu topuri/clasamente diverse (de sănătate, frumusețe, dragoste, educație și timp liber etc.) regăsite adeseori în revistele pentru

⁹ Maria Cvasnii Cătănescu, *op.cit.*, pp.232-233.

femei, cele de modă sau în tabloide. Astfel, un asemenea articol este *7 minuni ale Teleormanului* (21 aprilie). Foarte mulți miniștri, secretari de stat și politicieni cu funcții cheie din statul român provin din acest județ, care nu excelează nici la nivel cultural, nici educațional, iar analogia cu cele 7 minuni ale lumii accentuează tenta ironică.

Pe același palier am putea încadra și *Cele 10 porunci ale credinciosului de partid*. Ca trimitere de bază regăsim *Decalogul – Cele 10 porunci* date lui Moise de către Dumnezeu, pentru a fi călăuzitoare oamenilor în credință. Însă, pe lângă acestea, intervin și proverbe, cu mici modificări lexicale și semantice. Putem extrage mai multe exemple, ca: „1. Banul este Dumnezeuul tău!” (Banul este ochiul dracului); „2. Poți să-ți faci Dumnezeu cioplit, pe care să-l legi la oglinda de la mașină, sau să-l atârni pe perete în dormitor” („Să nu-ți faci chip cioplit, nici altă asemănare, nici să te închini lor”); „6. Nu fura mâine ce poți fura azi!” („Nu lăsa pe mâine ce poți face azi”); „10. Nu râvni prea mult la averea aproapelui tău, fură-o!” („Să nu poftești nimic din ce este al aproapelui tău”, dar și „Să nu furi”) etc. Incursiunile ironice sunt cu atât mai pregnante, prin atașarea la elementele de pastişă a unei fotografii ce îl prezintă pe Liviu Dragnea drept un sfânt. Astfel, prin diferitele articolele asupra cărora ne-am oprit atenția, am realizat o scurtă incursiune în spectrul intertextualității, prin aspecte ale parodiei și pastişei prezente în textele citate.

În concluzie, după cum se poate observa și în exemplele prezentate, parodia și pastişa merg mână în mână, sunt interconectate și dependente în textele din mass-media. Alegerea lor de către jurnaliști are un scop dublu, după cum afirma și Maria Cvasnâi Cătănescu: „Parodia și pastişa (...) nu distrug prestigiul textului sau al tipului de text pe care îl transformă și îl imită, ci, dimpotrivă, și-l asumă; beneficiind de autoritatea culturală a modelului, textul nou creat prezintă dublu avantaj: este instrument de atragere a receptorului, incitat să depisteze aluzia culturală, și instrument de manipulare a aceluiași destinatar-țintă”¹⁰. Fie că discutăm despre proverbe, maxime, sintagme fixe devenite asemeni unui laitmotiv sau expresii idiomatice, toate analizate anterior, se observă încercarea jurnaliștilor de a introduce notele ironice prin apelul la intertextualitate. Intertextualitatea, prin formele ei parodice și de pastişă, devine mijlocul esențial de expresie a enunțării ironice în presa românească satirică.

Bibliografie:

Cvasnâi, Cătănescu, Maria, *Retică publicistică – de la paratext la text*, București, Editura Universității din București, 2006

Copăcel, Natalia Alina, *Aspecte ale ironiei în discursul publicistic românesc actual din perspectiva rolului pragmatic al titlurilor*, în Bunăiașu, Claudiu Marian; Negrea, Xenia; Țenescu, Alina; *Creativity, imaginary, language*, Craiova, Editura SITECH, 2014, pp.156-170

¹⁰ *Ibidem*, p. 239.

Eggs, Ekkehard, "Rhétorique et argumentation: de l'ironie", în *Argumentation et Analyse du Discours*, nr. 2, 2009, accesibil la <https://journals.openedition.org/aad/219>, accesat în data de 10.07.2019

Hutcheon, Linda, *Poetica postmodernismului*, București, Editura Univers, 2002.

Jankelevitch, Vladimir, *Ironia*, Editura Dacia, Cluj-Napoca, 1994.

Pârvu, Ioana, Cristina, *Arhitectura textului jurnalistic actual*, Editura Universității din București, București, 2008

Preda, Sorin, *Jurnalismul cultural și de opinie*, Editura Polirom, Iași, 2006

Webografie:

<https://www.catavencii.ro/>

<http://kmkz.ro/>