

## MAREA MITOLOGIE A SECOLULUI XX — MASS-MEDIA

„Televiziunea Română Liberă a devenit o reflectare haotică a evenimentelor din țară, o oglindă confuză dar exuberantă a revoluției pe care ea a reușit s-o orchestreze. În fața zvonurilor și amenințărilor, vocele televiziunii au conferit certitudine și au menținut suflul revoltei.\*

Frumoase rânduri, frumoase imagini eternizând, alături de o frântură de realitate, câteva din temele (și miturile) esențiale ale jurnalisticii : media ca oglindă a realului ; media ca martor imediat (simultan chiar) al marilor momente ale istoriei ; media ca agent al transformărilor sociale și politice ; media ca unic sprijin moral în clipele de criză ; media ca purtător privilegiat al adevărului, înfruntând zvonurile, neîncrederea, disperarea . . . Totul orchestrat în jurul unei antinomii mitologice fundamentale : haos-ordine.

Într-adevăr, paradoxul mass-mediei stă în jocul subtil dintre a fi prezent și a nu lua parte : asemeni zeilor antici, ziaristii s-ar strecura printre actorii dramelor umane, fără a fi implicați în ele, fără a fi prinși în vârtejul faptelor. Ceea ce nu-i împiedică — tot asemenea zeilor antici — să pună ici și colo umărul în ajutorul eroului preferat ! Dar, fiind martor și depunând mărturie pentru ceea ce s-a petrecut (mai exact, pentru ceea ce a văzut) ziaristul scapă presiunii faptelor prin refugiarea în universul cuvântului, al transfigurării realului prin relatare. Aceasta înseamnă însă că aducând ordinea prin comunicare (transformând evenimentul în știre, natura în cultură) mass-media este obligată, inevitabil, să instaureze o ordine comunicării. Absența din istorie devine astfel o premisă a făuririi unor istorii. Pe măsură ce devin mai acaparante, mai convingătoare, mai „celebre” aceste istorii istorisite stârnesc tot mai multe semne de întrebare privind veridicitatea și obiectivitatea lor. Marile show-uri mediatice ale ultimilor doi ani au arătat că mass-media funcționează ca principalul filtru cultural în receptarea și înțelegerea fenomenelor contemporane, că modul în care ea ambalează, transmite și semnifică realitatea devine, printr-o proiecție „de prestigiu”, adevăr și Realitate indubitabilă. Ceea ce transformă presa într-un instrument „care dirijează nu numai cunoașterea noastră asupra lumii, dar și cunoașterea asupra mijloacelor noastre de cunoaștere” (Neil Postman, 1986, p. 109).

În felul acesta, mass-media instituie un „mean world”, un model al realului capabil să influențeze cunoștințele, capabil să impună ca adevărat, în virtutea forței și prestigiului său, un anume „imago mundi”. Imagine care poate fi definită „nu ca naturală, ci ca naturalizată ; nu ca întemeiată pe natură, ci ca producătoare de natură. . .” (S. Hall, 1982, p. 75).

În acest caz, problema nu se pune în termenii unei simple antinomii subiectiv-obiectiv, fie ea situată la nivelul activității profesioniștilor

\* Mort Rosenblum, Los Angeles, Times, 27-12-1989.

presei (axa etică și deontologică) fie la acela al ansamblului de concepție și reprezentări proprii acestora (axa ideologică). Discuția noastră vizează acum *condiția* discursului mediatic, locul său în ansamblul discursurilor culturale. Două tendințe teoretice subintind această dezbatere :

1. mass-media ca ruptură totală în ansamblul evoluției culturale — idee alimentată din direcția perceperii revoluțiilor tehnologice ca surse de mutații radicale în ordinea gândirii și creației culturale (Marshall McLuhan) sau din direcția teoriilor consacrate triadei societate-consum-comunicare de masă, văzute ca un stadiu de ruptură în istoria umanității (îndeosebi grupul de la Frankfurt și școala sociologică americană) ;

2. mass-media ca sistem analog sau în prelungirea altor sisteme ale culturii. În cadrul acestui ultim câmp epistemologic se situează și „lectura” discursului de presă din perspectiva metodologică și ideatică oferită de *antropologia culturală*. Lectură care oferă diferite focalizări, diferite direcții de abordare. În opinia mea, două sunt domeniile majore ale interferențelor științifice.

Primul se referă la conjuncția *metodologică*. Asemenea antropologului, ziaristul este un om de teren, confruntat permanent cu dificultățile comunicării intraculturale și interculturale. El are de învins presiunea stereotipurilor și ale diferențelor de „world-view”, a iluziilor exoticului, a preconcepțiilor etnocentrice, a codurilor suprapuse care descifrează sau încifrează evenimente, lucruri, comportamente și mărturii. Totodată, ca și antropologul, el oferă o relatare despre o lume alta decât cea proprie sau apropiată, relatare care, prin chiar statutul ei, este „controlată” de valorile și metaforele dominante ale culturii sale de bază. Într-un cuvânt, și ziaristul și antropologul „face familiarul (să fie) străin și exoticul (să fie) cotidian” (J. Clifford, 1986, p. 2). Comunicarea „în teren” a generat atât în practica mass-mediei, cât și în cercetarea antropologică aceeași ambiguitate a participantului-observator și aceeași aspirație (ori iluzie) a transparenței relatării „garantată”, de concretețea, imediatețea experienței trăite. În ambele cazuri imposibilitatea neutralității și negarea ipostazei „obiective”, impersonale au luat forma evaziunii în literar — fie în curente precum „new journalism”, sau etnografia „confesivă”, fie în publicarea de romane ori memorii consacrate trăirilor și experiențelor de teren (în acest caz între „Tristes tropiques” și „Ganz under”, între trăirile și melancoliile lui Claude Levi-Strauss și inersiunea ori raportul asupra unei lumi exotice — apropiate, realizate de Gunther Walfrat, nu există deosebiri de esență. Pe un alt palier, îndeosebi în orizontul antropologiei culturale, meditația epistemologică a pus la îndoială însăși posibilitatea atingerii „obiectivității” în relatarea de teren, arătând că orice text nu este altceva decât „a thick description” (C. Geertz, 1973, p. 15—27), adică o interpretare a altei culturi prin grila propriilor categorii culturale. Din această perspectivă, jurnaliștii ar putea învăța ceva din experiența antropologică, îndeosebi în ceea ce privește rafinarea tehnicilor de comunicare, simțul relativismului cultural, desprinderea de iluzia „obiectivității”, dobândirea abilităților în culegerea datelor calitative asupra unei culturi ș.a.m.d. (vezi Paula S. Horwath — Neimeyer, 1990, și M. Coman, 1992).

Cel de-al doilea domeniu vizează conjuncția *structurală și funcțională* dintre două discursuri : acela al mass-mediei și acela al culturilor arhaice.

În acest caz, antropologia culturală se ipostaziază în știință înglobantă (aspirație de altfel funciară ei), postulând adecvarea și eficiența metodelor sale în înțelegerea mecanismelor lăuntrice care controlează exercițiul mediatic. Ceea ce înseamnă că media reprezintă doar una din numeroasele forme de comunicare culturală, o subcultură dotată cu un limbaj și un cod în egală măsură aparte și omogene — în raport cu ansamblul cultural global.

În interiorul acestui domeniu, cea mai exploatată ipostază a fost aceea a analogiei dintre limbajul mediatic și limbajul mitologic. Lucru firesc dacă ne gândim că de la estetica și critica literară la psihanaliză, de la sociologie la istorie nu este știință umanistă care să nu fi făcut apel la mituri pentru a explica un fenomen anume sau pentru a structura, după un model coerent, un ansamblu de fenomene. Dar, deși incitantă și la îndemână, analogia cu mitul trebuie să țină seama de ambiguitatea și polivalența extraordinare ale acestui concept, de faptul că nici astăzi nu există o definiție ori un ansamblu de trăsături individualizatoare, unanim acceptate de cercetătorii construcțiilor mitologice (vezi M. Coman, 1985, p. 48—63). Ceea ce înseamnă că universul mass-mediei poate fi identificat fie cu o formă specifică, circumscrisă unei definiții riguroase (dar contestabile) a mitului, fie cu o entitate nebuloasă, elastică și general aplicabilă a formelor culturale, numită prin extensiune mit. Este ceea ce făcea ca precursor acum 30 de ani Roland Barthes definind mitul drept „o cuvântare”, definiție în virtutea căreia „dacă mitul este cuvântare, tot poate fi mit, tot ce poate fi justificabil printr-un discurs” (1957, p. 215). Deci și discursurile mass-mediei.

După părerea noastră, mult mai interesant este să pornim de la o definiție mai riguroasă (chiar dacă nu exhaustivă) în care mitul este circumscris prin câteva atribute esențiale: narativitatea, asocierea cu ceremonialul, conținutul fabulos, poziția privilegiată de sursă a „adevărului” și „exemplarului”, polisemantismul, statutul și funcțiile luminale (M. Coman, 1985, p. 95). Dacă acceptăm aceste atribute (ca ipoteze de lucru), constatăm că interferențele dintre universul mitologic și cel mediatic se pot dezvolta astfel: 1. axa conținuturilor: funcțional versus factual; 2. axa funcțiilor: parțial versus global.

Prima axă vizează identificarea temelor mitologice înglobate în discursul mass-mediei. În acest caz, un rol esențial revine genurilor prin care se efectuează comunicarea de presă și constrângerilor culturale, istorice, stilistice inerente acestora. La un pol al acestei axe s-ar afla genurile ficționale; la celălalt genurile informative. Cu alte cuvinte, la un pol s-ar situa exercitarea funcției de divertisment, iar la celălalt mecanismele și construcțiile generate de funcția de informare. Desigur, nu este greu să demonstrezi că ficțiunile alese ori create de instituțiile mass-mediei nu reprezintă altceva decât „înveșmântarea” în versiuni modernizate unor străvechi creații mitice — (în această privință sociologi, filosofi, antropologi, psihanalisti, istorici, stilisticieni și critici literari sunt de un rar, dar unanim acord). Mai greu este însă să demonstrezi și (eventual) să convingi publicul și (mai ales) profesioniștii mass-mediei că știrile pe care le difuzează zilnic nu sunt altceva decât... mituri. În această situație argumentația operează simultan o negare și o afirmare. Ea refuză atributele de „fictiv” și „min-

cinos” pe care tradiția greacă le-a placat asupra conceptului de mit (vezi, spre exemplu, J. P. Vernant, 1974, p. 195—198) și amplifică rosturile cognitive, clasificatorii și semnificative ale mitului (vezi îndeosebi C. Lévi-Strauss, 1971, 1973, 1983; E. Leach, 1985, V. Turner, 1967, M. Douglas, 1986 etc.).

Pe acest temei, miturile și știrile dezvăluie o neașteptată și fascinantă unitate structurală: și unele și altele sunt narațiuni, creatoare prin chiar exercițiul narativizării de „grile”, „hărți”, „sisteme” de cunoaștere. Astfel, „povestitorul ziarist” folosește valorile culturale determinate ale povestirii, luându-le din cultură și oferindu-le culturii. Ceea ce face ca atât mitul, cât și știrile, să acționeze „ca un model al și ca un model pentru cultură”, ca un sistem de controlare și ordonare a realității, de modelare a acesteia după contururile unui repertoriu de semnificații preexistente. „Astfel știrile reprezintă un tip particular de povestire mitologică, fiind dotate cu un cod simbolic propriu, ușor de recunoscut de publicul lor” (S. E. Bird, R. W. Dardenne, 1988, p. 80 și 71). Dintr-o asemenea perspectivă miturile și știrile reprezintă instrumente culturale prin care o colectivitate își asumă realul și îl așează, printr-un act de construcție mentală, într-o anumită matcă semantică, într-o anumită „matrice de inteligibilitate”. Iar dacă ipoteza este acceptată, atunci aproape oricare din formulele prin care Claude Lévi-Strauss descrie mișcarea cunoscătoare a miturilor devine aplicabilă „tel quel” funcționării știrilor. Spre exemplu, miturile — spune antropologul francez — oferă „un tabel al posibilităților în care grupurile sociale găsesse formule adecvate pentru a-și rezolva problemele specifice. Ele nu par niciodată satisfăcute să aducă un singur răspuns: de îndată ce este formulat, acest răspuns intră în jocul transformărilor în care toate răspunsurile posibile se înlănțuie — împreună sau în succesiune” (C. Lévi Strauss, 1983, p. 232).

Indiferent însă de cât de departe este împinsă analogia, există în această suprapunere un prag spre o înțelegere mult mai subtilă a ideii de informare, de nevoie de informare, înțelegere care aruncă o lumină inedită atât asupra (eternei!) probleme a receptării mass-mediei, a efectelor ei asupra opiniei publice, cât și asupra mecanismelor culturale subconștiente care gestionează travaliul instituțiilor de presă și al profesioniștilor, prin selecția realului, ordonarea și semnificarea sa în marele text al știrilor și reportajelor. Text care ni se dezvăluie a fi o superbă construcție mitologică, nu în sensul ficționalului, ci în acela al fabricării unei lumi semnificative în funcție de sensurile preexistente ori convenabile culturii matcă („*News stories, like myth, do not tell it like it is, but rather like it means*” — S. E. Bird, R. W. Dardenne, 1988, p. 71).

Cea de-a doua axă este dominată de analogiile funcționale. La un pol al ei se află corespondențele izolate, legăturile ce apropie elemente particulare din cele două sisteme; la celălalt pol se situează corespondența globală dintre universul mitologiei și universul mass-mediei.

În prima ipostază, fără a fi identice în vocabular ori sinteză, „poveștile” din cele două sisteme conțin evenimente eroice, dramatice, dezastruoase; performarea lor se face în condiții sociale și temporale bine definite; prezentatorii ori făurarii lor se bucură de un statut social privilegiat (R. Silverstone, 1988, p. 29 și 39); relatările lor au prestigiul și credibilitatea „adevărului” (S. E. Bird, R. W. Dardenne, 1988, p.81); limbajul lor este

„popular”, adică accesibil și convingător pentru marile mase (D. Thorburn, 1988, p. 57) ș.a.m.d.

Mai interesantă decât catalogul acestor analogii parțiale (al cărui conținut poate fi ușor îmbogățit) mi se pare posibilitatea schițării unei *corespondențe funcționale globale*. Aceasta presupune să demonstrăm că mitologia și mass-media răspund unor trebuințe (necesități) identice ori unitare, îndeplinesc aceeași funcție și generează aceleași efecte (ori consecințe). Proiectul, fără a fi grandios, este amplu și depășește posibilitățile acestui eseu. Cu toate acestea, există un nivel al analogiei globale care, din câte știu, nu a fost exploatat până acum integral. Este vorba despre dimensiunea liminală, despre funcția liminală a miturilor și riturilor. Victor Turner, cel care preluând un termen lansat de Arnold Van Gennep, l-a transformat într-un concept de o rară forță euristică, atrăgea atenția asupra faptului că figurile liminale (fie ele obiecte din rit sau simboluri din mit), situându-se într-o poziție de margine, intermediară („between and betwixt”) devin purtătoare ale unor multiple nuanțe de semnificații: „Această coincidență a noțiunilor și proceselor opuse într-o singură reprezentare caracterizează unitatea aparte a liminalului — ceea ce nu este nici aceasta, nici acela, dar totuși sunt amândouă” (V. Turner, 1967, p. 99). Dacă ceea ce nu este nicăieri poate fi pretutindeni, poate circula liber printre toate palierele culturii, atunci liminalitatea nu este altceva decât „un interval de reflecție”, adică un sistem de control, semnificare și înțelegere a culturii prin descompunerea ansamblurilor semnificative în și prin unitățile lor componente. Liminalitatea, ca perioadă ori ca sistem simbolic funcționează astfel ca „o stare legitimă de libertate față de constrângerile culturale și clasificările sociale. Aceste scurte intervale liminale contra-balansează lungile zile de experiență utilitară și cultural-determinată” (V. Turner, 1968, vol. X, p. 581). În aceste momente de „cumpănă” — între care cele mai cunoscute sunt „riturile de trecere” — sau prin aceste construcții simbolice — între care miturile ocupă o poziție privilegiată — colectivitatea pune totul sub semnul întrebării, desface constructele uzuale, tocite, opresive și, sub semnul unei dezordini creatoare, al unui „haos întemeietor”, re-face întregul angrenaj cultural „într-un mod care să aibă sens în raport cu noua stare și noul statut...” (V. Turner, 1967, p. 106).

Dacă ne întoarcem acum la funcționarea sistemului și limbajului presei nu sunt oare marile show-uri mediatice perioade și constructe liminale? Căci ce altceva fac ele decât să desfacă și să refacă universul de semnificații existente, prin intermediul unei drame colective, ridicată la proporții cosmice! În felul acesta, discursul mediativ folosește evenimentul ca un „rit de trecere” și construiește povestea acestuia ca un mit liminal. El ni se prezintă drept o relatare despre ceva real, care, după sugestiva expresie a lui Claude Lévi-Strauss, „de-cole”, din substratul concret pentru a construi un text ambivalent, negator și, într-o instanță secundă, creator de ordine. O asemenea perspectivă ar putea explica caracterul punctual al acestor mobilizări de energie — atât din partea profesioniștilor, cât și a publicului —, scurtimea centrării pe eveniment și ponderea deosebită acordată prelungirilor simbolice, patetice ale factualului, adeziunea publică, afectivă și oarbă până la catharsis și apoi ruperea brutală, aproape negatoare de drama trăită, hiperbolizarea epeică a protagoniștilor și întâmplărilor,

victimizarea naratorilor, adeseori „boucs-emissaires” ai evenimentului — dramă-ritual trăit și povestit, ambivalența extatică a discursului etc.

Prin exercițiul său, sistemul mediatic oferă un limbaj aflat „between and betwist”, circulând între palierele culturii pe care le descompune și recompune într-o „libertate simbolică de acțiune”; el oferă spațiul unei transcenderi a structurilor existente, al punerii între paranteze a normelor prin eliberarea configurațiilor ordinare și reasezarea lor „într-o imagine bizară și terifiantă”. Din această perspectivă exagerarea, senzaționalul, chiar falsul intră în „regula jocului” — a unui joc ce nu se ancorează în mecanismele realului, ci în angrenajele transformărilor simbolice, ale restructurărilor liminare. Ceea ce ne arată că, mai mult decât despre „altceva”, decât despre lumea exterioară, mass-media vorbește despre „aceleași”, despre lumea, problemele, spaimele și reprezentările proprii noastre culturi. Este o idee pe care analiza supramediatizării evenimentelor din România — 1989, a puciului de la Moscova, a războiului din Golf, a conflictului dintre indienii canadieni și autorități, a procesului intentat lui William Kennedy ș.a., o poate susține prin numeroase aplicații concrete.

Un asemenea exercițiu analitic, desfășurat în lumina celor schițate mai sus, ar permite antropologiei culturale să fie, în înțelegerea discursului mediatic, ceea ce William Carlos Williams sugera că ar putea fi istoria pentru înțelegerea prezentului: „Istoria ar trebui să fie pentru noi ca mâna stângă, mâna stângă a violonistului”.

MIHAI COMAN

#### Referințe bibliografice

- Barthes Roland, *Mythologies*, Paris, Editions du Seuil, 1957.
- Bird S. Elisabeth, Dardenne, W. Robert *Myth, Chronicle and Story: Exploring the Narrative Qualities of News* in vol. *Media Myths and Narratives*, Sage, 1988.
- Douglas Marry, *How Institutions Think*, Syracuse, Syracuse University Press, 1986.
- Clifford James, *Introduction: Partial Truths*, in vol. *Writing Culture: The Poetics and Politics of Ethnography*, Berkeley, University California Press, 1986.
- Coman Mihai, *Mitos și Epos*, București, Edit. Cartea Românească, 1985.
- Coman Mihai, *Dérapiage médiatique ou dérapage culturel*, Media Pouvoirs, 1992.
- Geertz Clifford, *The Interpretation of Cultures* New York, Basic Books Publ., 1973.
- Hall Stuart, *The Redesccovery of Ideology*, in vol. *Culture, Society and the Media*, London, Methuen, 1982.
- Neimeyer S. Horvath Paula, *Journalism and Anthropology* in „Journalism Educator”, no. 4, 1990.
- Leach Edmund, *Culture and Communication*, London, Cambridge University Press, 1986.
- Lévi-Strauss Claude, *Mythologiques - IV* (L'homme nu), Paris, Librairie Plon, 1971.
- Lévi-Strauss Claude, *Anthropologie structurale - II*, Paris, Plon, 1973.
- Lévi-Strauss Claude, *Le regard éloigné*, Paris, Plon, 1983.
- Postman Neil, *Se distraire à en mourir*, Paris, Flammarion, 1986.
- Silverstone Roger, *Television, Myth and Culture in Media*, Myth and Narratives, Sage, 1988.
- Thorburn David *Television as an Aesthetic Medium*, Media, Myth and Narratives, Sage, 1988.
- Turner Victor, *The Forest of Symbols*, New York, Cornell University, Press, 1967.
- Turner Victor, *Myth in International Encyclopedia of Social Sciences*, Mc Millan Inc, 1968.
- Vernant Jean Pierre, *Mythe et société an Grèce ancienne*, Paris, Maspero, 1974.