



THE 6<sup>TH</sup> EDITION OF THE INTERNATIONAL CONFERENCE  
EUROPEAN INTEGRATION  
REALITIES AND PERSPECTIVES

**Interdisciplinary Dimensions of Communication Science**

**Text Linguistics in the Context of the Communication Sciences**

Silviu Șerban<sup>1</sup>, Cristina Scarlat<sup>2</sup>

<sup>1</sup>*Spiru Haret University of Bucharest, Faculty of Journalism, Communication and Public Relations, silviuserban2000@yahoo.co.uk*

<sup>2</sup>*Spiru Haret University of Bucharest, Faculty of Journalism, Communication and Public Relations, christinascarlat@yahoo.com*

**Abstract:** This paper tries to analyse the conditions of emerging of text linguistics, taking into consideration the roots of the preoccupations in its domain, originated in the framework of the communication studies. Thus, the change of the perspective on communication, from the mechanistic transmission to interactivity and the exchange of the meanings, led to the pragmatic orientation of the linguistic researches, not just to the message itself, but also to the elements of the communicative act and to the context where the exchange of the meanings takes place. As a result, text linguistics defines the text as communicational occurrence, involving both the members of the communication and the conditions of the production and the reception of the message, unlike conventional linguistics which studies the text *in abstracto*, just the message itself, ignoring the world that the text refers to, or the users of the message, the transmitter and the receiver.

**Keywords:** models of communication; theories of communication; text; textuality; semiotics

The approaches developed in the studies relating to the act of communication involve a gradual transition from simplistic understanding of it, focused on the complete determination of the elements involved, to some more complex theories which tend to emphasize the interaction between these elements of communication. Inside of this change of accent takes place also a movement of the center of interest from the "sending messages" to "exchange of meanings". The placement in the center of preoccupations of the relationship between transmitter, receiver and message determined the interdisciplinary study of communication in which semiotics occupies a significant position. Text linguistics is one of the effect-subjects of the change forementioned. The transition from the analytical approach of the text, that is specific to conventional linguistics, after which the text is reducible to its component parts, to the semiotic perspective in which the text is seen not only as a product, but also as a process, including the act of producing by the transmitter and that of reception by the receiver, is placed on the same direction traced by the models and theories of communication.

John Fiske appreciates that there are two major schools in the study of communication, one that understands communication as a process of transmitting messages and other that defines it from a semiotic perspective and takes into account the production and exchange of meanings. (Fiske, 1990, p. 2) While the "process" school focuses on some topics like how the transmitter and the receiver encodes, respectively decodes, the way in which the transmitter uses the channel of communication, or problems concerning the efficiency and accuracy of communication, the "semiotic" school considers

primarily the way in which the messages interacts with the transmitter and the receiver in the context of production and reception of the meanings. As such the two approaches are radically different in defining what the message constitutes. (Fiske, 1990, p. 3) The process school focuses on the transmitter and its intention to send a message, whether declared or undeclared, voluntary or involuntary. The aim of the transmitter is that, through the transmitted message, to produce changes in the behaviour or in the attitude of the receiver. The content of the message isn't essential, and in the case of failing to accomplish the aim, the justification is searched mainly to the elements of communication. On the contrary, the semiotic school emphasizes the role of receiver in determining the meaning, the relationship between the message and the receiver being essential in ensuring the success of the communication act. The cultural difference, for example, between the transmitter and the receiver can be a major obstacle to have a successful communication. This time, the emphasis is on how the message is understood, interpreted by the receiver, which involves, in the process of determining the meaning, his entire cultural experience, his own scale of values.

The model of communication developed by Shannon and Weaver in 1949 is considered by Fiske as the most eloquent application of the process school. On the same line of interpretation, however, are placed also other models, as Gerbner's (1956), which takes into account also the receptive aspect of the message, Lasswell's (1948), who develops a linear model for mass communication, Newcomb's triangular model (1953), whose elements are the transmitter, the receiver and a part of their social environment, Westley and MacLean's model (1957), which extend Newcomb's one to mass communication, and, finally, Jakobson's linguistic model (1960), which focusing on the meaning and the internal structure of the message, acts as a bridge between the two perspective on the communication, the process and the semiotic school. As for the models of the semiotic approach, these include three elements (Fiske, 1990, p. 41): 1) the sign; 2) what the sign refers to; 3) the users of the sign. Peirce's, Ogden & Richards's and Saussure's models are considered representative by Fiske. Peirce's triad, sign-object-interpretant, is close to Ogden & Richards's triad, symbol-referent-reference, but both are different from Saussure's pair, signifier-signified, which are components of the sign.

Fiske's distinction between the process and semiotic school is restored, this time in a evolutionary way, by Jean Lohisse by the antagonism between the mechanistic (analytical) and organicist (globalist) views. (Lohisse, 2002, pp. 20-22) Among the mechanistic's are included: 1) the mathematical theory of information, that has enabled the formulation of the communication model developed by Shannon and Weaver; 2) Saussure's structural linguistics, which by focusing only on the relationship between signifier and signified within the language (*langue*), ignores the concrete speech (*parole*), the members of communication and the referent, what the sign refers to; 3) the behaviorism, for which the transmitter-receiver relationship takes the form of reaction at the appearance of a stimulus; 4) the functionalist theories on mass communication, centred on the study of the effects of mass media on the receivers. The common principles to all these mechanistic views are (Lohisse, 2002, pp. 27-28): the linearity (the theories take into consideration processes which take place linear, between two points), the sequentiality (there are a sequence of successive operations), the atomicity (the constituent elements are strictly separated, without intertwine each other), referentiality (the study of the objects and ideas is made in a theoretical, abstract form, as independent signs, apart from the subjects of the communication act). Unlike these analytical approaches on communication, the organicist theories involve new notions such as system, context of communication or speech act. Organicist theories on communication are: 1) the theory of systems, which enriches the mathematical model of communication with the notion of feedback; 2) the interactionist theories from psychology, among

there is the Palo Alto school; 3) the anthropological studies on communication, such as symbolic interactionism, ethnomethodology and ethnography of communication; 4) the pragmatic orientations of linguistics, by some authors such as Peirce, Benveniste or Austin, who is no longer limited to the abstract study of the language, but aims to describe the concrete uses of it. Like the mechanistic theories, the organicist ones share some principles (Lohisse, 2002, pp. 101-102): the circularity and the complexity (the idea of transmission is replaced by the one of contact, and the complexity excludes the mechanistic determinism), the interactivity (the elements of communication act each other), the totality, including the contextuality (communication becomes a continuously unity, in which the meanings are interpreted as well by taking into consideration the context of the message), the relationality (the signs doesn't represent, as in the case of analytical theories, but express relationships, being not *in abstracto*, but in things, objects, persons, which express and are expressed).

Among pragmatic orientations of linguistics lies also the emerging of text linguistics, a discipline that aims to go beyond the limits of conventional linguistics and to explain the text in communicative context, taking into account not just the text as product (the message itself, *in abstracto*), but also the text as process, involving the conditions of the production (of the transmitter), the conditions of the reception (of the receiver) and the context where the message is produced, transmitted and received. Under these circumstances text linguistics doesn't limit only to the study of the message, as conventional linguistics did, but extends its research on all elements of the communication process.

Text linguistics has the text as the unit of investigation, unlike conventional linguistics which investigates the sentence. Two reasons support the existence of text linguistics: 1) people communicate by means of texts, not of isolated sentences; 2) there are linguistic cases that can't be well explained by conventional linguistics. (Lundquist, 1980, p. 1) Thus, there is elements in some sentences that can't be interpreted just on the basis of information within those sentences. So is the case of interphrastic anaphora. Furthermore, there is another difficulty of the conventional linguistics in the case of the complex texts, where the interpretation of all text can't be reduced to the successive interpretations of its sentences.

A interesting legitimation of the text as a distinct category of linguistics is made by Eugen Coseriu, within a new interpretation of the language, which will develop later into the framework of a new paradigm of linguistics, integral linguistics. Thus, understanding language as activity (*energeia*), Coseriu identifies three levels of the language, corresponding to its three hypostases: universal level, because it is a universal human activity; historical level, because it manifests within a historical community, within a historical determined language; individual level, because it comes to be real through individual human being. Text or discourse is the outcome of the individual level, which leads to the getting of the ontologic status by the text, and to the legitimation of text linguistics as autonomous discipline within the language sciences. (Coşeriu, 1997, pp. 6-8) Coseriu attaches a content to every level of the language: designation for universal level, sense for historical level, and meaning for individual level. As a result, the aim of text linguistics is the confirmation and the justification of the meaning, coming close to hermeneutics. According to the same author, the meaning is not just within the text, but also out of it. Therefore text linguistics must to extend its object beyond the linguistic sphere, including the extralinguistic space.

Text linguistics has two main view about text, one, internal, where text is a string composed of sentences, the other, external, where the text is a unit above the sentence, including its conditions of production and reception. The interpretation that defines the text as a string composed of sentences, what are reducible to syntagms, morphemes and phonemes, is analytic. In conformity with this internal view, the text is nothing but a extension of a coherent syntactic units. The way that leads to

this perspective on text is the structuralist study of linguistics. The beginnings of modern linguistics is connected with descriptive or structuralist methods, which analyse the language by means of the systems of minimal units, phonemes in phonology, morphemes in morphology, lexemes in lexical semantics, sentences in syntax. These distinct systems of the language would exhaustively explain it. (Beaugrande & Dressler, 1981, pp. 20-23) So the structuralist view imposes a new level of analysis, above sentence, the textuality. But the same structuralist view doesn't succeed in organizing the all complexity of the texts, for a complete classification. In consequence, the language model of transformational grammar was considered an appropriate instrument for ordering the open and complex system of the texts. Thus the infinite sentences of a language are derived from a small number of elementary models and a finite set of rules which help us to produce more complex models. This conception leads to an analytical perspective on text, which isn't more a distinct unit above sentence, but a string composed of well-formed sentences. For instance, Katz and Fodor have tried to prove in "The structure of semantic theory" (1963) that text may be understood as one super-long sentence.

The other interpretation understands the text as a global sign, from a semiotic standpoint, proposing a multi-perspective approach of the text as autonomous unit, above the sentence. Lita Lundquist proposes a semiotic view based on John Searle's model. (Lundquist, 1980, pp. 13-15) She defines the text by means of three fundamental acts: referential act (about what is said), predication act (what is said) and illocutionary act (the communication of something to someone with any intention). This tripartition of the text implies three levels of inquiry of textuality, corresponding to every described act: thematic, semantic and pragmatic. In the same semiotic way, Heinrich Plett describes text starting from the model of Charles Morris, (Plett, 1983, pp. 49-50) who in *Foundations of the Theory of Signs* decomposes the process of semiosis in three dimensions: syntactics (which analyses the relations between the signs), semantics (which analyses the relations between the signs and the objects they refer to) and pragmatics (which analyses the relations between the signs and their interpretants). As a result the textuality must be analysed from a triple perspective, syntactic, semantic and pragmatic. A linguistico-semiotics approach is proposed by Carmen Vlad in *The text iceberg*, (Vlad, 2000, pp. 25-29) starting from Coseriu's definition of text linguistics as linguistics of the meaning, and from Peirce's semiotic theory. The author establishes the equivalences with Peirce's model of semiosis which contains the sign (or representamen), the object that the sign stands for, and the interpreter who determines the meaning of the sign. In the case of text linguistics, the text is the sign, the world is the object, that is divided in dynamic object, situated out of the sign, and immediate object, situated into the sign, and the interpreter is any thought (or intellectual image) produced by a text in relation with the objects of the world.

Beyond these two perspectives on the text, there is a definition of it through the opposition with discourse. For conventional linguistics the text is the outcome, the material product of the communication act, written or spoken, while the discourse appears as a communicative assembly that implies the orientation to a goal. The discourse becomes a praxiologic notion, which describes a social activity, having motivation, purpose and execution, while the text would be a linguistic notion, emerging as the result of the discursive action. (Vlad, 2000, pp. 11-13) Once text linguistics is built, the text tends to include also the dynamic side, both the constitution act and the product as such. Hence the text is interpreted taking into account the communicative situation where it comes off. A major influence in emerging of this view about text had the Prague Linguistic Circle, which brought a new perspective in the study of the language, replacing Saussure's structuralist principle, that the language is an abstract system of the related elements and linguistics is the intrinsic study of it, with the

functional principle, that the language is a system of elements coming off in a communicative context and always following a goal. (Beaugrande, 1992, pp.2-26 and 55-86) Going beyond the linguistic framework in the study of the text led to the nondistinction between text and discourse. However this identification of text with discourse doesn't lead to make equivalent text linguistics with discourse analysis. A distinction of these is made by a theoretician of text linguistics, Jean-Michel Adam. (Adam, 2008, pp. 46-70) Text linguistics doesn't cover all area of discourse analysis, but it is a subarea of that. While text linguistics has as aim defining the textuality, determining the elements of the continuity (operations of relation) and discontinuity (operations of segmentation), and moreover, the study of the production and the reception of the message, discourse analysis emphasises the interaction, the inter-discourse process and the study of the socio-discursive formations.

The incorporation of text linguistics in the framework of the studies of communication leads to go beyond the phrastic linguistics, focused on the abstract study of the text, by the development of a new linguistics, whose its object is text, but, this time, this isn't more studied into *langue*, but into *parole*, taking into account both members of the communication process, the transmitter and the receiver, and referent, the things of the physical world that text refers to. At the same time, the message isn't seen more as a atom, apart from the other elements of the communication, but is related both with the purpose of the transmitter and with the receiver's read of meanings, actions where are implicated both linguistic and extralinguistic space. An example that outlines clearly the domain of text linguistics is the description of the seven standards of textuality by Beaugrande and Dressler in *Introduction to Text Linguistics* (1981), where are implicated both the three dimensions of semiotics (syntactics, semantics, pragmatics), and all elements of communication process. Thus, cohesion and coherence are focused on the message, intentionality, on the transmitter, acceptability, on the receiver, situationality, on the context of the communication, and informativity and intertextuality are centred on the interdependence of the transmitter, the receiver and the message in the production and the reception of the meanings. On the other hand, besides cohesion and coherence, which show the syntactic, respectively semantic dimensions, all the other standards belong to pragmatics.

## References

- Adam, Jean-Michel (2008). *Lingvistică textuală / Text linguistics*, translated by Corina Iftimia. Iași: Institutul European.
- Beaugrande, Robert Alain de (1992). The Heritage of Functional Sentence Perspective from the Standpoint of Text Linguistic. *Linguistica Pragensis*, 34,1-2.
- Beaugrande, Robert Alain de, & Dressler, Wolfgang Ulrich (1981). *Introduction to text linguistics*. London: Longman.
- Fiske, John (1990). *Introduction to Communication Studies*. Routledge.
- Lohisse, Jean (2002). *Comunicarea. De la transmiterea mecanică la interacțiune / Communication. From the mechanistic transmission to interactivity*, translated by Gabriela Scurtu Ilovan. Iași: Polirom.
- Lundquist, Lita (1980). *La Cohérence textuelle: syntaxe, sémantique, pragmatique / Text coherence: syntactics, semantics, pragmatics*. Copenhagen: Nyt Nordisk Forlag Arnold Busck.
- Plett, Heinrich F. (1983). *Știința textului și analiza de text / Text science and text analysis*. Bucharest: Univers.
- Vlad, Carmen (2000). *Textul aisberg / The iceberg text*. Cluj Napoca: Casa Cărții de Știință.



THE 6<sup>TH</sup> EDITION OF THE INTERNATIONAL CONFERENCE  
EUROPEAN INTEGRATION  
REALITIES AND PERSPECTIVES

## **Communication and Organizational Culture**

Mirela Arsith<sup>1</sup>, Oana Draganescu<sup>2</sup>

<sup>1</sup>*Danubius University of Galati, Faculty of Communication Sciences, arsith.mirela@univ-danubius.ro*

<sup>2</sup>*Danubius University of Galati, Faculty of Communication Sciences, draganescu.oana@univ-danubius.ro*

**Abstract:** The hypothesis upon which our approach is built is that, within an organization, managers' acts, the premises of decisions and the conduct of the personnel are significantly influenced by the organizational culture. In this paper we propose to identify and analyze the fundamental components of organizational culture within the "Danubius" University of Galati. The internal integration and adaptation to socio-economic and cultural environments are the desirable finalities, based on values, principles, beliefs, symbols and specific customs, which are shared by organization members. We aim at proving that the symbolic dimension and the one showed within the organization are mutually reinforced, they are perceived, understood and interpreted by the staff as a single and indivisible entity.

### **1. Introduction**

Any organization requires specific configuration of specific structural arrangements, which emerges as the basis for the interaction of a set of values, beliefs and common representations of a group of individuals, all configuring the organizational culture.

One of the most important activities of an organization is the communication. This is the dominant process by which employees carry out exchanges of information, create relationships, build meanings and an organizational culture. This process is a combination of messages, meanings, practices, and objectives undertaken by members of the organization. (Berger, 2009, p. 2), which enhances the organizational capacity.

Thus, communication helps individuals and groups to coordinate their activities to achieve goals and is vital in the process of socialization, decision making, problem solving and management changes. Communication can help motivate employees, build trust, create a common identity or increase the personal involvement, it gives people a way to express their feelings, share their hopes and ambitions, to celebrate and remember the achievements. The agreement and support of performance management is a useful and indispensable tool for performance management (Cismaru, 2008, p. 127). Organizational Communication holds performance benchmarks, values and culture. It increasingly requires as being multi-directional and as well as having the ability to provide continuous feedback for learning and processing fundamental organizational changes.

A final consequence of organizational communication is the organization's image capitalization (Marcenac, Milon & Saint-Michel, 2006, p. 133). For any organization, differentiating its image from that of similar organizations, it requires the necessity of creating and maintaining a certain visual

identity (David, 2008, p. 174). The identity of the organization is a significant component of organizational culture.

## 2. Organizational Culture

Traditions, values, beliefs, and specific routines in an organization are brought together in the organizational culture, in its hypostasis of collective system of symbolic meanings. Culture exerts a significant influence on decision premises, on conduct and acts of managers and staff (Stanciu & Ionescu, 2005, p. 15). Managers and staff at all levels of hierarchical organization are equipped with various capacities, knowledge and specific skills. They permanently interpret organizational events always behaving according to the assumptions and expectations from their own interpretations. Depending on the status and hierarchical position, individuals may contribute to changing the culture and structure of the organization (Stanciu & Ionescu, 2005, p. 15). The company that defines the legal and socio-economic context according to which the organization will have to guide, the organization's history and the specific circumstances to which the organization had to adapt also influences the type of culture and structure that takes place within it.

Individuals assimilate and assume the symbolic material of the organization, it gradually adopts the hypothesis, starting to have a worldview that no longer affects their behavior and decisions, but it models also the mental structures. On a *spiritual level*, culture includes beliefs, values, knowledge, meanings, symbols, and rules. At *behavioral level* of culture it includes the lifestyle, interaction, and organization. At the *artifacts level*, from the material point of view it lies in tools or buildings (Stanciu & Ionescu, 2005, p. 44).

## 3. Horizons and Dimensions of Organizational Culture within "Danubius" University from Galati

The "Danubius" University of Galati, operating in a specific academic field, along with other similar institutions of higher education, public or private, have a similar mission, that of learning and research in order to train specialists.

Setting the identity of the organization begins to be made by name, its own architectural style; specific colors (very dark navy); logo. Developing an appropriate logo is a key issue for an organization because the chosen symbol must work both inside and outside of the organization. *The Torch*, the central element of the Danubius University logo, is the emblem of science lighting the world. Its symbolism derives from fire and light. (Evseev, 1999, p. 153). In the background there are designed the Danube waves, directing both to the university's name and the river. This provides a special relationship between a promise (torch) and a sense of belonging (Danube). So, *the logo* has a metonymic and metaphoric feature, being designed to achieve a quasi-permanent relationship between the organization and its publics.

The social environment in which the "Danubius" University was founded in 90's Romania, there has been an emergence of private free initiative. The University was accredited by the Law no. 409/2002. It is specific the organizational history as well, whose analysis can be a rich source of information for the analysis of organizational culture. This history is presented on the university *website*, the written texts, through photos and video clips. Thus, the students and new employees can form an idea about

the meaning of norms, values, attitudes, behavior and organization members in order to adapt to the organization.

The organizational history analysis is a method that tries to explain to a large extent the characteristics of organizational culture in a given period, based on its mode of formation and, in particular the special role that the founders had, about which they assume that brought with them a certain cultural heritage manifested in the form of values, symbols, attitudes and behaviors (the study of *curriculum vitae* of the Rector of "Danubius" University provides information to that effect). However, managers at all levels (Rector, Vice Rector, Dean, etc.) must transmit the values of the organization, both in their behaviors, and through their daily activities. The history of this organization anchors the past and provides explanations and legitimacy for the current practices.

On the same *site* there are most significant organizational rituals ("Open Days", graduation ceremonies, starting a new academic year or for granting the title of Doctor Honoris Causa (Academician Razvan Theodorescu). The ceremonies are considered a number of rituals connected by a single event. In these circumstances we rely on a specific clothing, which reveals the solemnity and respect for the academic, institutional stability and prestige in the community. Along with clothes, we can identify as material symbols the furniture arrangements. Rites is a series of actions, developed activities, dramatic, planned, which consolidates various forms of social expression in a single event, which is provided through social interaction for the benefit of the audience. Rituals are a set of techniques and behaviors that produce detailed and standardized results of practical importance. (Ziliberg, 2005, p. 84)

Thus, *rites of passage* involving students in the university area are:

- (A) Admission to a program for a Bachelor Degree or B.A. Degree;
- (B) examinations during the sessions;
- (C) Bachelor's Degree Examination;
- (D) Dissertation.

Rites of passage in which teachers can be trained:

- (A) Competitions for job promotion;
- (B) Admission to a doctoral school;
- (C) Competitions of accession in leadership positions.

*The rituals of intensification* may be, for example, joining or participating in conferences or scientific sessions, book launches, etc. or meetings.

*The rituals of renewal*, introducing new content and processes of university relations, so we can mention the implementation courses of quality management courses and management courses of Danubius Online platform, which was attended by all teachers in the university, and ensuring a sense of unitary and valued achievement. We believe that *relationship rituals* are very important, in which organization members are celebrating birthdays, having non-formal meetings **outside of work hours**, talking about their concerns etc.

The rites and rituals are also symbolic activities that increase the degree of organization members' integration by getting the loyalty effect. (Mucchielli, 2008, p. 155) This effect reinforces the conditions under which formal and informal channels of communication convey management philosophy, as a set of values and norms that define permanently the desirable and consistent professional and social behaviors. At the same time, employees are required a correct positioning



towards the assumed values and norms, among which we identified at "Danubius" University: integrity, responsibility, reliability, performance, acceptance of difference, dialogue, commitment, quality, cooperation, transparency, competitiveness, assuming change, participative management, etc. All these values are based on modeling intellectual activities of students and assuming skills.

Once in place, the culture is maintained in the organization by a set of procedures, in that it gives employees a set of familiar experiences such as: process of selection, performance appraisal criteria, career development activities, and promotion procedures; it ensures the cultural integration of employees (Ziliberberg, 2005, p. 82).

The rules that are shared and supported by working groups from all organizations are stipulated in the Declaration of Principles (for example University Charter or Code of Ethics), in regulations and procedures that show what is and what is not allowed. However, these documents are meant to ensure relevance and consistency of the university's activity, which are actually the desirable behavior patterns.

#### 4. Conclusions

At "Danubius" University level we identified a humanistic-encouraging culture centered on the outcomes. The organization is concerned with human resource development and values, employees who set and achieve their own objectives. Thus, the tasks are solved and the students and master students receive appropriate educational services. The Management is participatory and focused on the individual. The members of the organization, in turn, show commitment to the organization.

#### 5. References

- Berger, Bruce (2009). <http://www.pr-romania.ro/hot-topics/288-comunicarea-organizationala-interna.html>.
- Cismaru, Diana Maria (2008). *Comunicarea internă în organizații/Internal communication in organizations*. Bucharest: Tritonic.
- Marcenac, Luc Alain Milon & Serge - Henri Saint-Michel (2006). *Strategii publicitare. De la studiul de marketing la alegerea diferitelor media / Advertising strategies. From the study of marketing to the choice of different media*. Iasi: Polirom.
- Mucchielli, Alex (2008). *Comunicarea în instituții și organizații/Communication in institutions and organizations*. Iasi: Polirom.
- Stanciu, Stefan & Ionescu, Mihaela Alexandra (2005). *Cultură și comportament organizațional/ Organizational culture and behavior*. Bucharest: Comunicare.ro.
- Evseev, Ivan (1999). *Enciclopedia semnelor și simbolurilor culturale/The encyclopedia of cultural signs and symbols*. Timisoara: Amarcord.
- Ziliberberg, Cristian (2005). Relația dintre ritualuri și cultura organizațională/The relationship between rituals and organizational culture. *Revista de psihologie organizațională/The Journal of Organizational Psychology*, Vol. V, No. 4, Applied Psychology Center, University of Bucharest, Polirom.



THE 6<sup>TH</sup> EDITION OF THE INTERNATIONAL CONFERENCE  
EUROPEAN INTEGRATION  
REALITIES AND PERSPECTIVES

## The Fourth State Power – Case Study: Pamfil Şeicaru

Fanel Teodorascu

*Danubius University of Galati, Romania, teodorascu.fanel @ univ-danubius.ro*

**Abstract:** The first years of the interwar period brought a major change within the role that the press played in the Romanian society. The politicians could not ignore the journalists' opinions any longer. For many Romanians, to be a newspaper editor meant to defend the interests of the poor and of the defendless people. The heads of the most important political parties were forced to allow the press representatives in the Parliament and in the ministerial cabinets. Thus the journalist turned into a prototypical dictator, and the whole press took its "fourth power" role seriously. Pamfil Şeicaru is one of those journalists who had the great merit of having turned the press into a fierce institution, the fourth state power, alongside with the executive, judicial and legislative powers.

**Keywords:** journalism; politics; press history; rhetorics

The interwar period brought important changes in Romanians' lives. The First World War provoked deep transformations not only in the economic, socio-political life, but also in the citizens' spirits. The Romanian political life was profoundly marked by the universal vote, the electoral reform providing the necessary conditions for the appearance of new political actors.

The system of political parties underwent through a significant evolution characterized by: the dissolution of the conservative parties, the consolidation of the National Liberal Party, the emergence and the active role of new parties in the Romanian political life, the integration within the Romanian state of those parties which led the fight for the unification of the historical provinces with the mother-country, the emergence of the National Peasants' Party, the appearance and the affirmation of the parties of national minorities, the imposition of some extremist organizations in the political life. (Scurtu, 2010, pp. 106-107)

During this period, the role played by the journalists within the community life suffered significant changes as well. The greater the prestige of the printed word was, the more the journalists' influence upon the readers' political convictions increased. The journalists became soon aware of the new reality and their endeavor of gaining a place on the political stage was successful, one of the reasons being the voters' belief that the politicians at that time had one purpose, namely to cultivate "the gullibility of the masses overwhelmed by discontent". (Şeicaru, 1924, p. 1)

As Pamfil Şeicaru outlined in an article dedicated to the journalist-deputies Const. Gongopol, A.A. Bardescu and N. Georgescu, the first years of the interwar period brought the *journalist's dictatorship*: "The revolution that the war caused, changed the tradition. The today's journalist is a dictator in miniature. (...) The oligarchies fall apart in order to make room to new ones. (...) The new tyranny is setting in, the myth of the print is spreading around." (Şeicaru, 1920, p. 4)

The new situation of the journalist is also pinpointed by Ion Vinea in an article published in 1922: "For 50 years, the journalist has been thinking, writing and working for his exploiter, in exchange for his pathetic wage or for his well-calculated reward once the master became powerful. But for ten years the makers of so many clay caricatures offered themselves to perform a sport of demolition through some flips. The bankers and the bank parties might own the newspapers, but the journalists realized that they could well be the masters of the public opinion". (Vinea, 1984, pp. 34-35)

During the years between the two world wars, there were many cases of famous journalists who played an active role in the political life. In the Take Ionescu government (December 1921 – January 1922), Stelian Popescu, the owner of the newspaper *Universul*, was the head of the Ministry of Justice. In 1926, due to his journalistic activity in the editorial board of the newspaper of *Cuvântul*, Nichifor Crainic was invited to be a member of the government Alexandru Averescu.

Although he claimed that he was not a supporter of the General's politics, Crainic accepted to be in charge of the General Secretariat of Cults and Arts. (Crainic, 1991, p. 203) In Dan Ciachir's opinion, Nicolae Iorga "gained his position on the ministerial bench not only due to his learned man, but also due to his activity as a journalist. The same thing could be also said about Octavian Goga." (Ciachir, 2008, p. 50)

Șeicaru's joining the political life was a natural thing. Journalism offered Șeicaru the opportunity of having relations with the personalities of the international and national political life. The director of *Curentul* was an independent deputy between 1929 and 1935. His access to the Parliament was mediated by Iuliu Maniu, the president of the National Peasants' Party, who facilitated the entrance of some "glory fabricants" into the legislative forum. Șeicaru was never a member of a political party. He had taken the decision of being independent since 1918, inspired by a discussion with Spiru Hasnaș, who advised him to refuse I.G.Duca's proposal of becoming a member of the Liberal Party. (apud Șeicaru, 2002, p. 256)

It must be added that the journalist's decision to join the active political life upset Nicolae Iorga, one of the persons who played a significant role in Șeicaru's journalistic career. According to the historian, the director of *Curentul* sold himself. (*Curentul*, 1929, p. 5)

Șeicaru was a supporter of the peasant movement. There was a special bond between him and Ion Mihalache, a bond which started in the trenches, during the First World War (Șeicaru, 2002, pp. 282-283). Due to this friendship born on the battlefield, Șeicaru accepted Mihalache's proposal to organize and lead, together with Eugen Crăciun, *Țara Nouă*, the gazette of the Peasants' Party. The newspaper presented to the public of peasants' ideology. In the editorial board of this publication, the journalist truly understood the great force of the Press: "One day a telegram from Arad arrived at the editorial board of the newspaper *Țara Nouă*. A group of peasants asked that an editor should run on behalf of the Peasants' Party. (...) Nobody wanted to accept this proposal (...) Not to upset the peasants from Arad, we decided to name Ion Florea as a candidate. At that time he was on duty at the editorial board (...) After three weeks the result totally bewildered us: this unknown candidate, with no quality whatsoever to stir the voters' attention, without being sustained by an organized party, had twice the votes obtained by the candidate from the National Party." (Șeicaru, 2002, p. 304)

The journalist was a declared enemy of Parliamentarism. In his opinion, "universal vote was like a flood which is pouring over and bringing to light all the rottenness out of the forgotten bumps. The most stupid and unconscious had won, because stupidity and unconsciousness use demagogy." (Șeicaru, 1921, p. 11). Due to this reason, Șeicaru felt obliged to explain his decision of running for a seat on the Chamber: "For a journalist – even then when he has a slight esteem for the Parliamentary

system – the tribune of the Chamber might serve as an active annex of the newspaper, a precious addition, an extra constraint for those who bear the responsibility of governing. A minister does not feel obliged to answer to a newspaper article, but to an interpellation, yes.” (Șeicaru, 1928, p. 1)

Pamfil Șeicaru gave a special attention to the problems of the new territories both in his newspaper and in the Parliament.

In the first issue of *Curentul*, the journalist published an editorial on *Ardealul Economic* (the Economic Ardealul) which lacked the support from the administration in Bucharest. One year later, in his first discourse in the Chamber, Șeicaru mentioned the following situation: “Gentlemen, I do not blame anybody, but I can say that the Romanian political class was not ready for the national unity. (...) This was the source of this political regionalism, which is actually the protest of the country which demands a large, real and administrative decentralization!” (*Curentul*, 1929, p. 5)

Another sensitive issues highlighted by Șeicaru in the Chamber and within the editorials of *Curentul* was the *agricultural debts*: “In 1931, the situation of (small, medium and large) agriculturists’ situation was dramatic: all of them were in debt. The system of maximum prices applied to agricultural products in contrast with the excessive protectionism of industry, the absence of credits for agriculture pushed the agriculturists towards usury.

It was accepted a standard interest of 12% which actually, through different surpluses, reached a 16%. Agriculture produces only 4-5%. Now we can understand why the agriculturists did not succeed in covering the interests, and the debts accumulated had turned almost the whole country into a quasi-property of banks. (...) Two years later, the same liberal party and national peasants’ party which had fought against the project of conversion, labeling it as anarchic, considered themselves as the initiators of this idea. Since 1930, I have daily denounced the dramatic situation of agriculturists within the *Curentul* columns. As a deputy of the Chamber Commission, I was one of the backers of the conversion law project.” (Șeicaru, 2002, pp. 128-129)

The journalist was a supporter of monarchy. In November 1925, in an article published in *Curentul*, the journalist explained his position claiming that “monarchy is the only form through which a nation finds its own concentrated rhythm, the movement line, its spiritual axis.” (Șeicaru, 1925, p. 1) According to his own confessions, Șeicaru had Antoine de Rivarol as his raw model, a French journalist who backed the French monarchy during the Revolutionary era.

In one of the portraits entitled *Scrieri din exil (Writings from Exile)*, the founder of *Curentul* mentions: “Reading, I cannot remember exactly which volume from *Promenades littéraires* – if I am not wrong the 2<sup>nd</sup> volume – Remy de Gourmont introduced me to Rivarol whom I have been grateful ever since.” (Șeicaru, 2002, p. 354) Pamfil Șeicaru was an adept of Charles Maurras’s political ideas, which he had discovered in 1915, when he was a student, while reading *Enquête sur la monarchie*. For the French poet, monarchy meant *order, calm and discipline* (Șeicaru, 1931, p. 218).

The relation between Pamfil Șeicaru and the Royal House was a special one during the reign of Carol II. The journalist enjoyed the king’s appreciation, as Liviu Rebreanu underlined in his *journal*. (Rebreanu, 1984, p. 140) Șeicaru confesses that in 1933, engineer N. Malaxa, as a representative of king Carol II and the liberal I.G. Duca met at his farm in Ciorogârla, in order to negotiate the establishment of a new government. (Șeicaru, 2002, p. 271) According to some authors, Șeicaru played an important part within the king’s company. Thus, in the autumn of the year 1934, the director of the newspaper *Curentul*, king Carol II, Elena Lupescu, Gh. Tătărescu had tried to command the death of Corneliu Zelea Codreanu. (Heinen, 2006, p. 240)

Despite these facts, Șeicaru tries to withdraw from the king's company and Elena Lupescu seems to have been the main reason. "The king's concubine", as the journalist used to name her, had the ability of controlling the king, thus becoming responsible of many wrong political decisions taken by the king. The director of *Curentul* ends up hating Carol II. Martha Bibescu mentioned that Pamfil Șeicaru "wants a radical solution at all costs – to chase away the dog [Carol II], the bitch [Elena Lupescu] and the dog [the Great Voievode Mihai]". (apud Scurtu, 2004, p. 318) This hatred will last for many years, the journalist explained his reasons in a letter addressed to Radu Valentin: "Cursed was the 7<sup>th</sup> of June, the day when there came back this man, who prepared the decline of the Country, and his son to finish his father's work. Monarch was abolished on August, 21, 1944, through an act of capitulation with no conditions." (Șeicaru, 1992, p. 121)

At the end of the interwar period, Pamfil Șeicaru had no public position. Even so, the journalist played a significant role on the political stage. After Carol II's abdication, Pamfil Șeicaru became a close friend of Marshal Ion Antonescu. In July 1941, after Romania had joined the war and after the release of Basarabia, at the Marshal's request, Șeicaru made a long official tour with a propagandistic purpose. He was received at Vichy by Marshal Petain, at Madrid by Franco (the king of Spain), at Lisbon by Carmona (the president of Portugal) and by Oliveira Salazar (the real leader). This tour was mentioned by Mircea Eliade in his memorie. (Eliade, 1997, p. 379)

This close relation between Șeicaru and Antonescu brought him the fame of a defender of antisemitic policies promoted by the Government. In this respect, I.C. Butnaru made the following comment: "He fully supported Marshal Antonescu's policy against the Jews." (Butnaru, 1993, p. 209)

According to the *Final Report* of the International Commission for the Study of the Holocaust in Romania, the journalist had supported, through his publications, the Romanian politicians' antisemitic actions since 1938. The data made public by this commission show that Pamfil Șeicaru was guilty of supporting the government run by Octavian Goga, who initiated normative acts with a powerful antisemitic character, among which the law of citizenship revision. (apud Ioanid, Friling și Ionescu, 2005, p. 96)

Șeicaru's attitude was explained by N. Caradino, who mentions in his memories that "*Universul*, *Dimineata* and *Curentul*, their economic, literary, political supplements, were large enterprises which, through their nature, had to follow the conditions imposed by the regime." (Caradino, 1992, p. 192) On the other hand, General Gheorghe Ion shows that Pamfil Șeicaru promoted during the war "a politics which supported the German line, but he acted in an indirect way, I might dare say, in a camouflaged manner. His political attitude was obviously anticommunist, that is why especially during the German-Romanian alliance, he promoted a pro-German attitude, but he has never hidden his inclination for the West." (Gheorghe, 1996, p. 99)

Pamfil Șeicaru continued to be interested in the political interests of the country even when he was in exile. Around year 1948, Pamfil Șeicaru joins the Association of Romanian Combatants (which will become the Association of the Former Romanian Combatants) and makes efforts of organizing a team of volunteers who might run a guerilla war on the Romanian territory. (Frunză, 2001, pp. 70-74)

Starting with 1953, through the magazine *Liberty and Justice*, issued in Spain, the journalist brought to the Western political leaders' attention the problem of the European regional federalization. He proposed the organization of "The United States of the Central and Eastern Europe" or of "the United States of Central Europe and Balkans". This federalization was supposed to have the following result: "The political evolution imposes the creation of a federation of states.

Thus one could imagine a federation including Austria, Czechoslovakia, Hungary, Romania, Yugoslavia, Bulgaria and Albania, eventually Greece and Turkey as well.” (apud Frunză, p. 148) Şeicaru’s belief was that Europe had to produce an economic, political and administrative unification in order not to be the victims of the errors committed by the leaders of the global superpowers. In order to be world-wide known, the journalist took the necessary steps in organizing the *Congress of the Nations Beyond the “Iron Curtin”*, which was to be held in Madrid. In February 1954, the Spanish Government approved the idea of this congress and established that the big event should take place in the autumn of the same year. At this congress, there were expected to participate delegations from Albania, Austria, Bulgaria, Czechoslovakia, Croatia, Serbia, Poland, Hungary, Germany, Finland, Slovakia, The Baltic Country, Ukraine, Georgia, China, Korea, etc. The congress papers, which were supposed to take place under the presidency of the American deputy, Michael Feighan, were no longer held: “Since January 1955 we have no more news about the congress. If it had been held, we would have found out, one way or another, from letters or from what Şeicaru wrote or published later.” (Frunză, p. 152)

During the interwar period, Şeicaru had the reputation of supporting “each government which came to run”. (Crainic, 1991, p. 235) The journalist could not get rid of this fame even when being in exile. He was said to have been a collaborator of the Ceausescu regime and to have represented the interests of the communists from Bucharest in the West. Poverty, the health problems, solitude, and the desire to visit his country before his death were apparently the elements which led to this situation.

In a study published in 2009, Sorin Gabriel Ioniță shows that Pamfil Şeicaru was a collaborator of the Secret Services, and his code name was “Vlad”. The beginning of the journalist’s collaboration with the Secret Services could be traced back to year 1966, as the author of the paper *Publicațiile Curentul, Carpații și Stindardul în arhivele Securității (1975 – 1989)/ Publications Curentul, the Carpathians and Stindardul in the archives of the Secret Services (1975 – 1989)* mentioned, when he was released by Nicolae Ceaușescu through a secretly held decree.

At that time, the journalist was 72. Ioniță highlights that the founder of *Curentul* never assumed his support of the Ceausescu regime openly: “P. Şeicaru preserved this relative freedom of thought throughout his collaboration with the Secret Services. This makes us think who manipulated who.” (Ioniță, 2009, nr. 14, p. 71) Due to this collaboration, it seems that, during August, 22-30, 1975, Pamfil Şeicaru made a visit in the Socialist Republic of Romania. Şeicaru’s purpose was that of meeting Nicolae Ceaușescu. As the latter was in Neptun at that time, this meeting never took place.

The efforts made by the journalist on the political stage and in the journalistic domain as well were not appreciated by all those who knew him or read his articles. Leontin Jean Constantinescu claimed that Şeicaru does not have “a political vision” (Constantinescu, 1998, p. 29), and René Al. De Flers shows that, in an interview published by Liviu Vălenaș in a volume *Cartea neagră a ceaușismului/ The Black Book of the Ceausescu regime*, Pamfil Şeicaru “has never had a clear political view” (Vălenaș, 2004, p. 245), the reason being his lack of interest in politics.

Despite this kind of opinions, General Gheorghe Ion believed that Pamfil Şeicaru “had, as every cynic man, a remarkable political sense” (Gheorghe Ion, 1996, p. 99), and Mircea Coloșenco mentioned that the opponents of the fearful journalist were guilty of a sin that could not be forgiven: they did not acknowledge his merit of having transformed the press into a fearful institution – the fourth state power. (Coloșenco, 2002, p. XIII)

## References

- Șeicaru, Pamfil (1920). Gazetarii în Parlament/ Journalists in Parliament. *Hiena/Hyena* year II, no. 4.
- Șeicaru, Pamfil (1921). Cum moare parlamentarismul/ How does the parliamentarism die. *Hiena/Hyena* year II.
- Șeicaru, Pamfil (1924). Omul politic și presa/ The politician and the press. *Neamul Românesc/Romanian nation*. Year XIX, no. 37.
- Șeicaru, Pamfil (1925). *Cuvântul*, inutil monarhic?/The word, useless monarchy?. *Cuvântul/The Word*, no. 316.
- Șeicaru, Pamfil (1928). Candidaturile gazetarilor/The Applications of journalists. *Curentul/ The Current*, no. 328.
- Șeicaru, Pamfil (1931). Pe drumul amintirilor/On the road of memories. *Almanahul ziarului „Curentul”/ The Almanac of The Current newspaper*. Tiparul Românesc.
- Șeicaru, Pamfil (1992). Am fost confidentul atâtor oameni politici/ I was confidant of so many politicians. Vol. *Scrisori din emigrație/Letters from emigration*. Bucharest: Europress.
- Șeicaru, Pamfil (2002). *Scrieri din exil (I-II)/ Letters from exile*. Bucharest: Saeculum I.O.
- Butnaru, I.C. (1993). *Waiting for Jerusalem. Surviving the Holocaust in Romania*. Westport, CT.: Greenwood Press.
- Caradino, N. (1992). *Noapți albe și zile negre/ White Nights and rainy days*. Bucharest: Eminescu.
- Ciachir, Dan (2008). *În lumea presei interbelice/ In the world of inter-war press*. Iasi: Timpul.
- Coloșenco, Mircea (2002). Ziaristul Total: Pamfil Șeicaru/Total Journalist: Pamfil Șeicaru, preface to the volume *Politica aistorică a României. Eseuri și medalioane/ Romania-historical policy. Essays and medallions*. Bucharest: Elion.
- Constantinescu, Leontin Jean (1998). *Jurnal/ Journal*. Bucharest: Jurnalul Literar.
- Crainic, Nichifor (1991). *Zile albe, zile negre. Memorii / White Nights and rainy days. Memoirs(I)*. Bucharest: Casa Editorială „Gândirea”.
- Eliade, Mircea (1997). *Memorii (1907-1960)/ Memoirs(1907-1960)*. Bucharest: Humanitas.
- Frunză, Victor (2001). *Destinul unui condamnat la moarte – Pamfil Șeicaru/The destiny of a person sentenced to death*. Bucharest: EVF.
- Gheorghe, Ion (1996). *Un dictator nefericit: Mareșalul Antonescu/A miserable dictator: Marshal Antonescu*. Bucharest: Machiavelli.
- Heinen, Armin (2006). *Legiunea „Arhanghelului Mihail”/Legion of "Archangel Michael"*. Bucharest: Humanitas.
- Ioanid, R., Friling, T. și Ionescu, M.E. (2005). *Comisia Internațională pentru Studierea Holocaustului în România - Raport Final/ International Commission on the Holocaust in Romania - Final Report*. Iasi: Polirom.
- Ioniță, Sorin Gabriel (2009). Publicațiile *Curentul*, *Carpații* și *Stindardul* în arhivele Securității (1975 - 1989)/ The publications *The Current*, *the Carpathians* and *The Flag* in the Securitate archives (1975 - 1989). *Caietele Inmer/The Inmer Books*, no 14-15.
- Rebreanu, Liviu (1984). *Jurnal II/The Journal II*. Bucharest: Minerva.
- Scurtu, Ioan (2004). *Istoria românilor în timpul celor patru regi (1866-1947). Volumul III – Carol al II-lea*. Bucharest: Enciclopedică.

Scurtu, Ioan & Buzatu, Gheorghe (2010). *Istoria românilor în secolul XX (1918-1948)/The Romanian history in XX century (1918-1948)*. Iasi: Tipo Moldova.

Vălenaș, Liviu (2004). Pamfil Șeicaru și Nicolae Ceaușescu/Pamfil Șeicaru & Nicolae Ceaușescu. Vol. *Cartea neagră a ceaușismului – România între anii 1965–1989/The Black Book of Ceausism - Romania between 1965-1989*. Bucharest: Saeculum.

Vinea, Ion (1984). Politicienii, presa și ziaristii/ Politicians, the press and journalists. Vol. *Săgeata și arabescul/ Arrow and the arabesque*. Bucharest: Minerva.

\*\*\* (1929). Dezbaterile parlamentare – Cuvântarea d-lui Pamfil Șeicaru/ Parliamentary debates - Mr. Pamfil Șeicaru speech. *Curentul/The current*, no. 365.





THE 6<sup>TH</sup> EDITION OF THE INTERNATIONAL CONFERENCE  
EUROPEAN INTEGRATION  
REALITIES AND PERSPECTIVES

## New Media and Social Media in the Political Communication

Antonio Momoc

*University of Bucharest, post-doctoral researcher in Communications Sciences,  
am@antoniomomoc.ro*

**Abstract:** This study presents the 2009 Romanian presidential elections and the way in which the candidates interacted with the new communication technologies. After the first research conducted on the 2004 online electoral campaigns, we noticed that, in Romania, the degree of alphabetization and political participation (the number of people knowing how to read and write, or the number of those effectively participating at the poll) is just as small as it was after the mass internet was introduced and after the number of internet subscribers increased. We observed that the websites and blogs with the highest traffic are the entertainment dedicated ones, the tabloids, and not the cultural ones, not the quality online press. This research intends to clear up whether in Romania social media are rather helping the moderate candidates or the extremist candidates – from an electoral point of view. This article will be incorporated in the research called *Electoral Communication in Romania after 1989. Old and New Technologies in Presidential Campaigns* which is part of the post-doctoral program POSDRU/89/1.5/S/62259, *Socio-human and political applied sciences. Post-doctoral training program and post-doctoral research scholarships in the field of the socio-human and political sciences.*

**Keywords:** elections; presidential; participation; online; Facebook

### 1. Introduction

Is technology transforming us culturally or is technology transformed according to the culture of those who use it? The answer to these questions divides the researchers into two categories: Marshall McLuhan's supporters, who believe that the new communication techniques are influencing the social environment; and the critics of McLuhan's theory, who think that this influence is insignificant.

Related to the new media, there is an optimistic ideology of the web 2.0 participation. The authors embracing it proclaim that internet offers quick access to information, pluralism of ideas on the open market, the possibility to contest power, and confers a critical perspective to the citizen. The researchers who are optimistic about web 2.0 talk about the citizen journalism that is manifesting on the blogs and forums, and about the good intentions that the creators of the virtual worlds and online communities have. Their observations lead them to the optimist conclusion regarding the social, economical and cultural benefits of internet.

There is also a pessimistic ideology that criticizes internet, reproaching that it doesn't democratize the society and claiming that in reality it offers a fake freedom of expression and a fake participation form, misleading the public into thinking they have power, and therefore building a fake democracy. The critics of web 2.0' participation ask themselves to which extent do social media contribute to the

liberalization of the political regime, to the human rights defense, to the civic education and to the development of the open civil society. From this perspective, new media and web 2.0 represent the new technologies that deceive people by giving them the illusion of pluralism, freedom of expression and of criticizing, when in fact they do not ensure a real or accurate representation of the civil society opinions, or a real power for the users.

## **2. Theoretical Considerations**

Before engaging in the post-doctoral project, the author of this research was positioned closer to the optimistic vision on the new technologies (the ideology of participation through web 2.0). In chapter *An introduction in the online radio* from the *Journalism manual* (Coman, 2009, pp. 678-685), I was considering that the internet user – through his social-civic involvement, through free critics posted on the blog or on the web platform of the online radio, through the community he creates and in which he actively engages – transforms into a journalist-citizen and, thus, reacts to the political power abuses or to the breach of power separation, mobilizes and protests collectively. One of the disadvantages of communicating and transmitting public interest information through personal blogs and not through the official blogs and website of the mass-media institutions consists in the absence of gate-keepers. In case of the personal blog, we observe that the blogger does not necessarily respect the basic journalistic criteria for selection, editing or checking the information. The internet user and blog owner is a self-proclaimed journalist, although he doesn't have a degree for this, he doesn't belong to any media institution, nor is he recognized by the guild. After conducting the research on the 2004 online electoral campaign (Momoc, 2010, pp. 89-99) and after analyzing the online digital guerilla campaign of the candidate Traian Băsescu, I've noticed that in Romania the degree of political participation (the number of those who effectively take part at the poll) remained small after the internet became widely popular and after the number of internet subscribers increased.

Sorin Tudor (2008, p. 152) was observing that, according to the Internet World Stats in March 2008, Romania had 12 million internet users. A spectacular growth compared to August 2007, when the same statistics showed a little over 5 million users (in November 2007, 7 million were already counted). According to the demographic statistics Traffic.ro offered, two thirds of the Romanian internet user are over 18 years old. This translates into 9 million users having the right to vote: 49% of all the voters are online. A virtual electoral pool that the politicians couldn't have missed. But an electoral pool that is disappointed by the politicians: in July 2008 the over 350 political websites monitored by Traffic.ro gathered together only 587.658 unique visitors, while, as comparison, in the same period Evenimentul Zilei newspaper website alone gathered 666.258 unique visitors. The voters' disappointment reflects their real-life disgust into the online environment (Tudor, 2008).

By monitoring the 2004 electoral campaign, I wanted to answer the question whether internet users are interested in getting information about the candidates and their platform, or are more interested in making the politicians look funny and ridiculous. The finding is similar to the results of some previous studies: people who participate on the political blogs, on the discussion forums or on video sharing websites want to laugh at the politicians, to contribute to the negative campaign, to attack politicians they do not sympathize: "Internet turned the electoral campaign into a national peal of laughter" (Tudor, p. 150). We observed that the websites and blogs with the highest traffic are the entertainment dedicated ones, the tabloids, and not the cultural ones, not the quality online press. Internet users are more interested in having fun online or searching for information than in enriching their culture. During the electoral campaign, the internet users are less interested in obtaining information regarding

the candidates' political programs and are rather into having fun on the account of the politicians. The participants at the political blogs, discussion forums, or video sharing websites want to mock the politicians, conduct negative campaigns and attack the candidates they dislike.

### 3. Research Objectives

To explain to which extent do social or cultural benefits emerge as outcome of using the internet, I've asked myself what kind of information are internet users looking for, what are the websites with the highest traffic? Are internet users interested rather into having fun online or into getting informed? If the politicians' target audiences are or aren't present on the political websites, will the candidate-politicians follow their audiences on the social networks?

### 4. The Hypothesis

The pretext of the post-doctoral research entitled *Electoral Communication in Romania after 1989. Old and New Technologies in Presidential Campaigns* consists in an observation that I made in Dilema Veche (Momoc, 2006, p. 12), when I was noticing the small degree of attention that the political parties are giving to the online communication. After monitoring the political parties' websites in 2006, I was then reaching the conclusion that the right wing populist leaders, Corneliu Vadim Tudor and George Becali, through their online platforms were sensing the importance of using web 2.0 as an instrument for engaging the internet user. The hypothesis for my post-doctoral research is checking the presupposition on whether the populist parties/candidates are more attentive to the new communication technologies during the Romanian presidential elections. The hereby research determines whether the politicians who ran for the 2009 presidential elections have accounts on the social networks and if they use these accounts for interacting with their audiences. The hypothesis is that politicians with populist message will be more attentive and open to using social networks than the others.

### 5. Research Results

#### 5.1. Social networks versus general news websites

At the "General" category on Trafic.ro, the first most visited websites are not those of information, but the social networks and the entertainment user generated content websites. The order in the first week of March 2011 was: hi5, trilulilu, softpedia, sport.ro, cancan.ro, okazii.ro, gsp.ro, 220.ro, libertatea.ro, știrileprotv.ro. The same order was kept after March, during the first half of 2011. In the week of April 18<sup>th</sup>-24<sup>th</sup>, the order at the "General" category on Trafic.ro was the following, in terms of unique visitors: hi5.com, trilulilu.ro, sport.ro, okazii.ro, cancan.ro, softpedia.com, libertatea.ro, gsp.ro, 220.ro, a1.ro.

According to Trafic.ro, in the week of March 7<sup>th</sup>-13<sup>th</sup> 2011, the most visited political websites counted approximately 11 thousand unique visitors, while the entertainment or video sharing websites had over 750 thousand unique visitors. At the "Politics" category, the top website, Inpolitics.ro, had 11.182 unique visitors, while at the "Entertainment" category, 220.ro (the top website) had 765.909 unique visitors. In the week of April 18<sup>th</sup>-24<sup>th</sup> 2011, at the "Politics" category the top website, Inpolitics.ro, had 8.675 unique visitors, while at the "Entertainment" category, 220.ro (the top website) had 661.954

unique visitors. At the “Social networks” category in the Online Audience and Traffic Research, <http://www.sati.ro>, in the week of March 7<sup>th</sup>-13<sup>th</sup> the top website, hi5.com, had 1.500.809 unique visitors, and in the week of April 18<sup>th</sup>-24<sup>th</sup> 2011 the first is again taken by hi5.com, with 1.244.315 unique visitors.

In the Online Audience and Traffic Research, at the “General news” category, in the week of March 7<sup>th</sup>-13<sup>th</sup> 2011 the order based on unique visitors was: [stirileprotv.ro](http://stirileprotv.ro) – 742.336, [adevarul.ro](http://adevarul.ro) – 671.663, [realitatea.net](http://realitatea.net) – 652.711, [ziare.com](http://ziare.com) – 615.235, [antena3.ro](http://antena3.ro) – 563.050, [gandul.info](http://gandul.info) – 557.353, [a1.ro](http://a1.ro) – 552.876. On [sati.ro](http://sati.ro), at the same category, in the week of April 18<sup>th</sup>-24<sup>th</sup> 2011, the order based on unique visitors was: [a1.ro](http://a1.ro) – 547.959, [stirileprotv.ro](http://stirileprotv.ro) – 534.892, [adevarul.ro](http://adevarul.ro) – 515.046, [realitatea.net](http://realitatea.net) – 512.766, [gandul.info](http://gandul.info) – 489.353. Despite the growth of cultural information consumption on the internet, the consumption of tabloid stories, utilitarian information and social networks is growing much faster. The advantage of internet is that it offers access to cultural products free of charge or much cheaper than other media. The number of those interested in online culture is – just as in the offline – much smaller than of those who are interested in ordinary or entertainment products. Even if the electors aren't able to find models among the politicians, whom they don't find credible, the politicians will try to target the audiences present in the social networks. Starting from this hypothesis, I have monitored the 2009 Romanian presidential elections and the way in which the candidates interacted with the social networks. In 2009 the most used online channels in the presidential campaign were the blogs, video-sharing websites and social networks (the latter being only at their debut). Facebook was also used earlier, in the 2008 local elections. However, the candidates who used social media (Facebook) and who benefited of an impressive number of visitors on their blog were not the ones who won the elections. 2009 represents the first Romanian presidential campaign in which Facebook was used.

## **5.2. The Facebook presence of the candidates who ran for the 2009 presidential elections**

During the 2009 presidential elections, Facebook was not a platform with electoral stake. According to Titus Blog<sup>1</sup> – a blogger who bought advertising space on Facebook during that period and who received the data from the owner of the social network – in September 2009 Facebook looked as follows: 270.540 accounts originating in Romania, which meant 1,3% of the country's population, considering as base the 21,5 million inhabitants population. In November, the Facebook accounts grew to 414.000 users. According to the Facebook Pages Monitoring Service in Romania, [Facebrands.ro](http://facebrands.ro), on January 1st 2010 there were only 518.140 Facebook users, while on January 1st 2011 their number reached 2.405.920.

On April 30th 2011, the number of Facebook users grew to 3.247.280 users, according to [Facebrands.ro](http://facebrands.ro). This equaled 15,13% of the total population and 44,5% of the total internet users. 16,1% are aged between 13-17 years and do not have the right to vote. The rest of users who have the right to vote are split as follows: 33, 9% are aged between 18-24 years, 31,2% are aged between 25-34 years, 12, 5% are aged between 35-44 years, 3,8% are aged between 45-54 years, 1,7% are aged between 55-64 years, 0,8% are aged over 65 years.

In the general classification, of 13 thousand enlisted pages, on April 30th 2011 the Facebook page of the pop artist Inna was on the leading place with 2.568.978 fans, followed by Akcent with 388. 467 fans, Edward Maya with 331.137 fans, KissFM with 288.320 fans, Creative Monkeyz with 261.540

---

<sup>1</sup> <http://www.titusblog.net/2009/09/facebook-sare-de-300-000-de-utilizatori-romani/>

fans, Radio Zu with 257.961 fans, Smiley with 210.693 fans, Cronica Cârcotașilor with 205.214 fans, Romania with 172.122 fans, Bancuri/Jokes with 163.314 fans. At the “Politics” category, out of 63 enlisted pages, on April 30th 2011 the leading political page belonged to Remus Cernea with 28.890 fans, followed by Crin Antonescu with 17.924 fans, Elena Udrea with 14.960 fans, Mișcarea Verzilor/Greens’ Movement with 12.083 fans, Partidul Verde/Green Party with 7.929 fans, Mircea Geoană with 4.420 fans, PNL/National Liberal Party with 3.291 fans, Urban Iulian with 3.057 fans, Sorin Opreșcu with 2.486 fans, Victor Ponta with 2.418 fans and Adrian Năstase with 1986 fans.

At the “General news” category, the leading Facebook page belonged to Adevărul with 28.606 fans, followed by Mediafax with 25.373 fans and Apropo.ro with 22.860 fans.

### **5.3. Personal Accounts and Facebook Pages of the Candidates at the 2009 Presidential Elections**

The maximum number of friends that a personal Facebook account can reach is 5000. This is why some candidate-politicians chose to create a Facebook page, as the page doesn’t limit the number of likes they can receive. In April 2011, I’ve monitored the Facebook accounts of the 12 candidates from the 2009 presidential elections and gathered the following data:

Candidates George Becali (PNG) and Constantin Ninel Potarca (independent) do not have a Facebook account or page. Corneliu Vadim Tudor (PRM) has a personal Facebook account since November 22nd 2010. On April 30th 2011, Vadim Tudor’s Facebook page summed up 531 likes and on his personal account, he had 325 friends.

Eduard Manole (independent) had a single Facebook post during the 2009 electoral campaign. On April 30th 2011, he had 94 friends. Constantin Rotaru (Alianța Socialistă) did not have a Facebook account in November 2009. He opened one in May 2010. On April 30th 2011, he had 270 friends. Ovidiu Iane (PER) had 164 friends on his personal account on April 30th 2011. During the electoral month of November 2009 he wrote 4 posts on Facebook. Kelemen Hunor (UDMR) had 3972 friends on his Facebook account on April 30th 2011.

Mircea Geoană (PSD) had 77 posts on his Facebook page in October-November 2009. On April 4th 2011, Geoană’s Facebook page had 4.350 likes. On April 11th 2011, he had 4.368 likes. On April 18th 2011, he had 4.382 likes. On April 30th 2011, Geoană reached 4.420 fans on his Facebook page. On his personal Facebook account, Mircea Geoană had 4985 friends.

Crin Antonescu (PNL) had 103 posts on his Facebook page in October-November 2009. On April 8th 2011, Antonescu had 17.451 likes on his Facebook page. On April 30th 2011, 17.924 fans gave likes to his page. On Facebook there are more personal accounts created under the name of Crin Antonescu and it is quite difficult to identify which one is actually the liberal politician’s account.

In only a few weeks of online campaign, Remus Cernea, the Green Party candidate, gathered 5700 supporters on Facebook, almost 2000 friends on hi5 and over 1000 followers on Twitter. During the electoral campaign in October-November 2009, he wrote 58 posts on Facebook. A high number of internet users visited [www.remuscernea.ro](http://www.remuscernea.ro) and the website stayed on the first place at the “Politics” category on [Trafic.ro](http://Trafic.ro) for two consecutive weeks, summing up 87.370 visits in November. The Green Party candidate was voted by 0,6% of the electors. Crin Antonescu and Remus Cernea had a bigger number of fans on Facebook than Mircea Geoană did, but only the last one made it in the second ballot.

The Facebook account or page of candidate Traian Băsescu could not be found.

## **6. Conclusions**

In 2009, the social networks weren't as visited by the Romanian internet users as they got to be in 2011. Facebook grew from 414.000 users in November 2009 to 2.405.920 users on January 1st 2011 and on April 30th 2011 the number of Facebook users reached 3.247.280.

Facebook (social media, generally speaking) seems to be a communication channel that will be used for sending political messages, once established that that is where the candidates' audience is. The question is: by targeting that audience online, are there any chances that the politician attracts people to the poll with the help of internet? Does this apply if the candidate isn't a credible and coherent politician in the offline environment? The author of the post-doctoral research does not enroll in the optimists' category, who see in the internet (in new media and, more recently, in social-media) a communication technology that changes mentalities, makes civic education, engages people to participate politically, and builds democracy. This is contradicted by the fact that the number of people getting involved politically or attending the poll is constantly decreasing. According to the Central Electoral Bureau, at the 2009 presidential elections 9.946.748 people voted out of the total number of voters, 18.293.277, so only 51% of the citizens having the right to vote participated. At the elections on May 20th 1990 over 80% of the voters participated; out of 17.200.722 enlisted electors, 14.826.616 showed up at the poll. At the legislative elections on September 27th 1992 the electors' lists summed up 16.380.663 citizens, of whom 12.496.430 showed up at the poll, meaning 76,3% of the total electors; although lower than at the first elections, the citizens' participation at the vote was high. At the parliamentary elections in November 1996, out of 17.218.654 enlisted electors, 12.238.746 showed up at the poll and voted correctly for the Chamber of Deputies, and 12.287.671 voted for the Senate, thus reaching a real participation rate of over 71% of the electoral population (Voicu, 1998, pp. 214-229). After 2000, the general elections participation at the vote continued to be on a descendent trend. The lack of activism in the public space, non-participation and indifference are effects of the Romanian political regime crisis and of the way in which civil society understands to approach this crisis. The common citizen's suspicion regarding the politicians' good faith, the loss of interest for expressing one's vote, ignoring the public debate on institutions and politics endangers the foundation of the representative democracy.

We do not enroll either in the pessimists' category, who state that Facebook and other social networks give users the illusion of political power and participation, or nourish the illusion that society is democratizing, hiding in fact the techno-populism. We observe that there is interest from the populist candidates for the new technologies and for communicating with the alternative audiences, who can be found on the social networks. In a future study I shall present the number of posts that each of the presidential candidates had on his personal Facebook account during the presidential elections (October-November 2009), what were the links that were indicated in the status posts and the number of likes received from the fans for each of the posts. I have conducted a similar analysis on the Twitter accounts of the all presidential candidates.

We shall also present in future analysis the communication on Youtube of the 12 presidential candidates in 2009, referring to: the types of electoral video-clips they uploaded, whether the attitude the candidate conveyed through the video-sharing channel was negative or positive, the image each candidate promoted on Youtube. The meaning of the post-doctoral research is to clear up whether in Romania the online communication helps, from an electoral perspective, rather the democratic/moderate or the populist/extremist candidates to win sympathy, trust and votes, as well as

if these candidates premeditate the use of this channel when they develop their media plan. As consequence, the semi-structured interviews will be conducted on candidates and consultants, not on voters.

## 7. References

- Coman, Mihai (1999). *Introducere în sistemul mass-media/An Introduction to Mass-Media System*. Iasi: Polirom.
- Coman, Mihai (coord.) (2009). *Manual de Jurnalism/Handbook of Journalism*. 3<sup>rd</sup> Edition. Iasi: Polirom.
- Guțu, Dorina (2007). *New Media*. Bucharest: Tritonic.
- Habermas, Jürgen (1998). *Sfera publică și transformarea ei structurală. Studiul unei categorii a societății burgheze/ Structural Transformation of the public Sphere. An Inquiry into a Category of Bourgeois Society*, Bucharest: Univers.
- McLuhan, Marshall (1975). *Galaxia Gutenberg – Omul și era tiparului/The Gutenberg Galaxy: The Making of Typographic Man*, Bucharest: Politică.
- McNair, Brian ([2003] 2007). *Introducere în comunicarea politică/An Introduction to Political Communication*. Third edition translated into Romanian by Claudiu Vereș. Iasi: Polirom.
- Momoc, Antonio (2010). Online Negative Campaign in the 2004 Romanian Presidential Elections. *Styles of Communication*. Vol. 2. No 1. Galati: Danubius University Press, pp. 89-99.
- Momoc, Antonio (2009). *O introducere în radioul online/ An Introduction to Online Radio*, pp. 675-685, [In] Coman, Mihai (coord.). *Manual de Jurnalism/Handbook of Journalism*. Third Edition. Iasi: Polirom.
- Momoc, Antonio (2006). Revoluția va fi tot televizată/The Revolution will be still broadcasted on TV. *Dilema Veche/The Old Dilemma III* year, no. 137 – 15-21 September, p. 12.
- Momoc, Antonio (2006). Strategii de imagine ceaușiste/Image strategies of Ceaușescu' Regime. *Dilema Veche/The Old Dilemma III* year, no. 142 – 13-19 October, p. 12.
- Momoc, Antonio (2004). Agresivitatea ca legitimare a autorității politice. De la agresivitatea gestuală și de discurs la violența fizică/ Aggression as a form of Authority Legitimacy, From Verbal Aggression to Physical violence. *Revista Română de Comunicare „Jurnalism și Comunicare”/The Romanian Communication Journal “Journalism and Communication”*, III year, no. 4, Bucharest: Tritonic, pp. 67-79.
- Momoc, Antonio (2003). Mass-media împotriva Parlamentului (?), *Media against the Parliament(?)*, *Revista Română de Comunicare “Jurnalism și Comunicare”/ The Romanian Communication Journal “Journalism and Communication”*, II year, no. 2, Bucharest: Tritonic, pp.34-40.
- Sălcudeanu, Tudor; Aparaschivei, Toader & Paul, Florența (editor Dorina Guțu). (2009). *Bloguri, Facebook și politică/Blogs, Facebook and Politics*. Bucharest: Tritonic
- Teodorescu, Bogdan; Dorina Guțu & Radu Enache (2005). *Cea mai bună dintre lumile posibile - Marketingul politic în România (1990-2005)/ The best possible world – Political Marketing in Romania (1990-2005)*. Bucharest: Comunicare.ro.
- Treadway, Chris & Smith, Mari (2010). *Facebook Marketing, an hour a day*. Indianapolis: Wiley Publishing, Inc.
- Tudor, Sorin (2008). *Politica 2.0.08: politica marketingului politic/Politics 2.0.08: the politics of political marketing*, Bucharest: Tritonic.
- Voicu, George (1998). *Pluripartidismul, o teorie a democrației/Pluralism, a theory about democracy*. Bucharest: All.
- Qualman, Erik (2009). *Socialnomics, How Social Media Transforms the Way We Live and Do Business*. New Jersey: John Wiley&Sons Inc, Retrieved from: [http://www.amazon.com/Socialnomics-Social-Media-Transforms-Business/dp/0470477237#reader\\_0470477237](http://www.amazon.com/Socialnomics-Social-Media-Transforms-Business/dp/0470477237#reader_0470477237).
- [www.facebrands.ro](http://www.facebrands.ro).
- [www.trafic.ro](http://www.trafic.ro).
- [www.sati.ro](http://www.sati.ro).



THE 6<sup>TH</sup> EDITION OF THE INTERNATIONAL CONFERENCE  
**EUROPEAN INTEGRATION  
REALITIES AND PERSPECTIVES**

## **How to Brand an International Organization.**

### **NATO Case Study**

Gigi Mihaita<sup>1</sup>, Mihai Sebe<sup>2</sup>

<sup>1</sup>*European Institute of Romania, gigi.mihaita@ier.ro*

<sup>2</sup>*European Institute of Romania, mihai.sebe@ier.ro*

**Abstract:** Branding products and companies has always been associated with private enterprises and less, if ever, with international intergovernmental organizations. International organizations now have a long history behind them, a history often marked by contradictory events. In the last decade the international organizations developed their own public relations department in an attempt to communicate promptly and transmit the general audience their version of reality. Having this in mind we will try to briefly present in the current work the main reasons why we believe that the international organizations, NATO in particular, have started to see themselves as brand and to create a so called “commercial identity” by becoming a brand. By applying the conceptual and analytical framework used in analyzing the marketing strategies of the private companies we will try to see whether NATO is about to become a brand. Our starting point will be a 2008 statement of Jean-François Bureau, deputy general secretary responsible with NATO’s public diplomacy: “We have the green light to think about a **branding** policy for NATO”. Nowadays global society, perceptions tend to become more important than reality itself, and thus positive perceptions tend to become crucial. NATO has suffered an image decline in the last decade, therefore some new communication measures tend to impose themselves. The distinction between soft power and propaganda must be carefully analyzed when we speak about branding NATO. Thus we hope to bring some necessary clarifications in the area of NATO branding. Is there a brand? Is a brand going to be constructed? How does it differ from a commercial society? Does NATO need its own TV channel? Raising questions and offering a new perspective is, in the end, our primary goal, as a debate on this subject is a must that offers a new perspective in the area of theory of international organizations.

**Keywords:** NATO; branding; communication; change

In order to define and comprehend the role of NATO we should first of all try to understand the role and the functions of an organization. Simplifying we can say that an organization “is a person or group of people intentionally organized to accomplish an overall, common goal or set of goals” (McNamara, 2011).

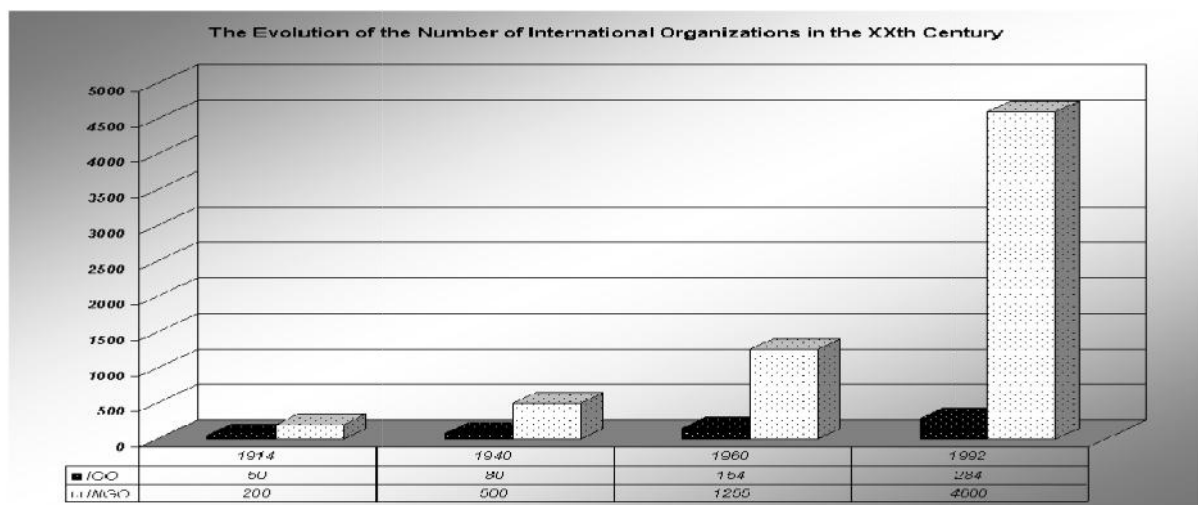
Having in mind this definition we can therefore identify a series of organization’s characteristics that define and influence its image:

- **Vision** (Members of the organization must have the image about how the organization should be working);
- **Mission** (An organization operates according to an overall purpose, or mission);



- **Values** (All organizations operate according to overall values)
- **Strategic Goals**
- **Strategies** (several overall general approaches to reach their goals)
- **Systems and Processes that (Hopefully) Are Aligned With Achieving the Goals** (McNamara, 2011)

An international organization is an organization that has members from various countries or which acts in several countries. They can be divided in mainly two categories: international intergovernmental organizations (IGOs) and international nongovernmental organizations (INGOs), depending on the characteristics of their membership.



- *The number of international organizations will know a continuous increase in the XXth century reaching to a total number of several thousands toward the end of the XXth century. (Chart based on the information available in Dragoș Frăsineanu's paper, 2005, p. 167)*

Thus in an international environment full of competitors knowing how to promote yourself thus becomes of outmost importance, in order to differentiate yourself from the others and to promote your organization's values. NATO came into being in 1949, in a difficult period when the West had to muster all its resources in order to defeat the communist treat that for many seems to have been the best form of national organization. Having to deal with an enemy skilled in propaganda tactics, NATO had therefore to develop its public relations skills.

The importance of communication has been obvious since the beginning of the North Atlantic Alliance as stipulated in the Article 2 of NATO Founding Treaty: "The Parties will contribute toward the further development of peaceful and friendly international relations by strengthening their free institutions, **by bringing about a better understanding of the principles upon which these institutions are founded**, and by promoting conditions of stability and well-being. They will seek to eliminate conflict in their international economic policies and will encourage economic collaboration between any or all of them." (The North Atlantic Treaty, 2011).

Having this in the Founding Treaty, and bearing in mind the importance of perceptions, it is not without relevance to notice the apparent decline of NATO, a polarity across the Europeans and North-Americans. One of the best indicators in that area is the annual survey done by German Marshall

Fund, *Transatlantic Trends*. The 2010 results show that approximately 60% of the Americans and 59% of the Europeans consider NATO to be essential to the security of their country. In the long run we witness a constant decline of NATO's positive image from a 69% of the Europeans that considered it essential to their security up to the current results (Transatlantic Trends, 2010, pp. 17-18).

NATO has undergone substantial changes in the last twentieth years. The end of the Cold War meant a dramatic shift of paradigm: an organization left without its arch enemy and seemingly without the reason of its existence. NATO's enlargement to the East of Europe, as well as the increasing number of asymmetrical threats (terrorism, digital warfare, etc.) meant that NATO had to rethink its entire communication strategy. The proof of power no longer resides in resources but in the ability to change the states behaviour. Thus the important thing for NATO is not whether it has started the 21st century as a superpower but rather whether it can control the political and media environment and it will be able to determine other countries to do what it wants them to do.

One of the obstacles NATO has to face for a better communication in the public space – beyond the secrecy that imposes certain limits – is the difference in nature between the military area and the communication area, either press or publicity or branding. Yet the Alliance is forced to find the optimum solution and not be afraid of propaganda, even though after the totalitarian experiences this concept received some rather negative connotations.

All the successful businesses contain three key ingredients: technical or professional competencies, financial skills and the ability to sell (Wally Olins calls it seduction, „although it is usually called marketing”) (Ollins, 2006).

No company can be managed successfully without a balanced combination of those three elements. The skills in the area of branding become the crucial ingredient. That means that if all the contestants are good, he who has the best reputation wins.

Although NATO is not a commercial society it must however keep in mind the basic principles that govern any business entity in its quest for new market and opportunities.

Regarding NATO's complex structure we partially proved that the treaty is very simple and direct, which proves once more, that the complicated things can be simply explained in a simple manner, but also that, for almost sixty years, NATO was not very preoccupied with the first articles of the treaty, articles surprisingly pacifists, for someone who had another image of the Alliance.

It is just due to this partially warrior image, the Alliance must use any other means than the hard power in order to impose itself. Moreover, in strategical terms, with an almost also invisible enemy, that hides within the civilian population, the propaganda, done professionally and listening to the demands of the target audience, may have an unexpected impact and without personnel or material losses.

The difficulty resides in the fact that branding means a complex, interdisciplinary approach, but also from the complexity of the envisaged institution. Basically NATO is an alliance, it is a result of the Second World War, functions based under military laws, but it is also an international organization, it works also under civil laws and with adjacent purposes to the military ones, economically or diplomatically.

NATO already uses modern communication means (NATO TV) but the way to change these platforms should be changed. This leads to more transparency, a concept difficult to assimilate by an institution that for decades hardly communicated with the outside world.

The one that sums up NATO's actual situation, and is in full accord with us, is Marshall B. Rosenberg's title to book he published in 2005, *Speak Peace in a World of Conflict*, with an appropriate subtitle: "What You Say Next Will Change Your World".

## References

McNamara, C. (2011). *Basic Definition of Organization*. Retrieved from [http://managementhelp.org/org\\_thry/org\\_defn.htm](http://managementhelp.org/org_thry/org_defn.htm).

Ollins, W. (2006). *Despre brand/About the Brand*. Bucharest: Comunicare.ro.

The North Atlantic Treaty (2011). Retrieved from [http://www.nato.int/cps/en/natolive/official\\_texts\\_17120.htm](http://www.nato.int/cps/en/natolive/official_texts_17120.htm).

Transatlantic Trends (2010). Retrieved from [http://trends.gmfus.org/doc/2010\\_English\\_Key.pdf](http://trends.gmfus.org/doc/2010_English_Key.pdf).

## Bibliography

### Speciality Literature

Baudrillard, Jean (2006). *Simulacra and Simulation*. Michigan: University of Michigan Press.

Bernays, Edward L. (1928). *Propaganda*.

Cheverton, Peter (2006). Understanding Brands. *Sunday Times*, Kogan Page, London and Philadelphia.

Cimpoca, Natalia et al. (2008). Branding de țară – România®/ Country Branding– Romania®. Bucharest: Sigma.

Cooper, Barry (2004). *New Political Religions, or An Analysis of Modern Terrorism*. Missouri: University of Missouri Press.

Crandall, Major Doug (Editor). *Leadership Lessons from West Point*. San Francisco: Jossey-Bass, John Wiley & Sons, Inc.

Dallas, Gregor (2005). (1945). *The War that Never Ended*. London: Yale University Press.

Dearlove, Des (2007). *Business the Richard Branson Way*. Wiley: Capstone.

Feltham, R. G. *Introducere în dreptul și practica diplomației/Introduction in law and in the diplomacy practice*. Bucharest: All.

Frăsineanu, Dragoș (2005). *Geopolitica/Geopolitics*. Bucharest: Editura Fundației România de Măine.

van Ginneken, Jaap (2007). 9/11 As a Trigger for Long-Term Shifts in World Public Opinion. In *International Communication Gazette*, Vol. 69(4). London, New Delhi and Singapore. Los Angeles, London, New Delhi and Singapore: Sage Publications.

Klein, Naomi (2000). *No Logo*. London: Flamingo.

Lippmann, Walter (1921). *Public Opinion*. Long Island: Wading River.

Little, John S. (1999). Problems facing NATO Strategy" presented at *Conference of Defence Associations Institute, Second Annual Graduate Student Symposium*, 12-13 November 1999.

Ludwig, Emil. Napoleon (1926) [[http://books.google.co.uk/books?id=6LB-Zv16jfUC&dq=Napoleon+Emil+Ludwig&printsec=frontcover&source=bl&ots=6KMm4HxPEM&sig=2mtUS5tVOVZuOD7pHYWIZPxQ2DQ&hl=en&ei=isQsSpKTF4zBsgaJ5bjRCQ&sa=X&oi=book\\_result&ct=result&resnum=5#PPP1,M1](http://books.google.co.uk/books?id=6LB-Zv16jfUC&dq=Napoleon+Emil+Ludwig&printsec=frontcover&source=bl&ots=6KMm4HxPEM&sig=2mtUS5tVOVZuOD7pHYWIZPxQ2DQ&hl=en&ei=isQsSpKTF4zBsgaJ5bjRCQ&sa=X&oi=book_result&ct=result&resnum=5#PPP1,M1)]

McNeill, William H. (senior editor) (2005). *Berkshire encyclopedia of world history*. Berkshire Publishing Group LLC.

Nowak, Achim (2004). *Power Speaking: The Art of the Exceptional Public Speaker*. New York: Allworth Press.

Nye, Joseph S. (1990). *Soft Power in Bound to Lead: The Changing Nature of American Power*. New York: Basic Books.

Ogilvy, David, *Confessions of an Advertising Man*.

Olins, Wally (2004). *Noul ghid de identitate/The new identity guide*. Bucharest: Comunicare.ro.

Olins, Wally (2006). *Despre brand/About the brand*. Bucharest: Comunicare.ro.

Rapoport, David C. (ed.) (2006). *Terrorism – Critical Concepts in Political Science*. New York: Routledge.

- Rosenberg, Marshall B. (2005). *Speak Peace in a World of Conflict*. PuddleDancer Press.
- Theaker, Alison (2004). *The Public Relations Handbook*. London & New York: Routledge.
- Turnbull, Stephen (2002). *Samurai Heraldry*. Oxford: Osprey Publishing.
- U.S. State Department (2001). *Patterns of Global Terrorism, 2001*, XVI. United States Code, Title 22, Section 2656f (d).
- Volborth, Carl Alexander von (1973). *Heraldry of the World*. London: Blandford Press.
- Webb, Janette (2006). *Organisations, Identities and the Self*. Macmillan: Palgrave.
- Wright, Lawrence (2006). *The Looming Tower – Al-Qaeda and the Road to 9/11*. New York: Alfred A. Knopf.

**Websites**

- <http://en.wikipedia.org/wiki/IFOR>
- [http://en.wikipedia.org/wiki/Madison\\_Avenue](http://en.wikipedia.org/wiki/Madison_Avenue)
- [http://en.wikipedia.org/wiki/Peace\\_dividend](http://en.wikipedia.org/wiki/Peace_dividend)
- <http://en.wikipedia.org/wiki/UNPROFOR>
- <http://english.aljazeera.net/>
- [http://english.aljazeera.net/watch\\_now/](http://english.aljazeera.net/watch_now/)
- <http://europartv.europa.eu/StartPage.aspx>
- <http://google.com/trends?q=democracy&ctab=0&geo=af&date=all&sort=0>
- <http://ipsnews.net/news.asp?idnews=29633>
- <http://pewglobal.org/reports/display.php?ReportID=252>
- <http://showcase.netins.net/web/creative/lincoln/speeches/gettysburg.htm>
- [http://www.businessweek.com/magazine/content/01\\_51/b3762098.htm](http://www.businessweek.com/magazine/content/01_51/b3762098.htm)
- [http://www.foreignpolicy.com/Ning/archive/archive/080/SOFT\\_POWER.PDF\]](http://www.foreignpolicy.com/Ning/archive/archive/080/SOFT_POWER.PDF)
- <http://www.icds.ee/fileadmin/failid/Maria%20Malksoo%20-%20%20NATO%20New%20Strat%20Concept%20Policy%20Paper.pdf>
- <http://www.livestation.com/>
- <http://www.nato.int/60years/emblem.html>
- <http://www.nato.int/60years/video/videos-jamie.html>
- <http://www.nato.int/60years/video/videos-jamie.html>
- [http://www.nato.int/cps/en/natolive/opinions\\_7894.htm?selectedLocale=en](http://www.nato.int/cps/en/natolive/opinions_7894.htm?selectedLocale=en)
- [http://www.nato.int/cps/en/SID-89B3636F-25958735/natolive/news\\_room.htm](http://www.nato.int/cps/en/SID-89B3636F-25958735/natolive/news_room.htm)
- <http://www.nato.int/docu/basictxt/treaty.htm>
- <http://www.nato.int/docu/basictxt/treaty.htm>
- <http://www.nato.int/docu/review/2008/03/ART5/EN/index.htm>
- <http://www.nato.int/docu/stratdoc/eng/a570523a.pdf>
- <http://www.nato.int/docu/update/2008/03-march/e0328a.html>
- <http://www.natoschool.nato.int/>
- <http://www.nytimes.com/2006/07/07/world/07pew.html?scp=1&sq=David%20Rampe%20Muslims&st=cse>
- [http://www.nytimes.com/2008/07/16/world/europe/16nato.html?\\_r=1](http://www.nytimes.com/2008/07/16/world/europe/16nato.html?_r=1)
- [http://www.nytimes.com/2008/07/16/world/europe/16nato.html?\\_r=1](http://www.nytimes.com/2008/07/16/world/europe/16nato.html?_r=1) sau <http://www.mediafax.ro/externe/nato-angajeaza-un-expert-care-sa-se-ocupe-de-imbunatatirea-imaginii-sale.html?3614;2789992>
- <http://www.summitbucharest.ro/documente/fisiere/ro/FinalPRINTBuchAgenda03.29.pdf>
- <http://www.unmultimedia.org/>
- <http://www.usma.edu/>
- [www.nato.int/science/information\\_for\\_grantees/guidelines/nato\\_guide-en.pdf](http://www.nato.int/science/information_for_grantees/guidelines/nato_guide-en.pdf)



THE 6<sup>TH</sup> EDITION OF THE INTERNATIONAL CONFERENCE  
EUROPEAN INTEGRATION  
REALITIES AND PERSPECTIVES

**Towards a Classification of the Genra  
in the Print Press by Several Romanians Journalism Handbooks**

Delia Gavrilu

*Alexandru Ioan Cuza University of Iași, Faculty of Letters, Philological Studies, PhD Department,  
delia\_gavriliu@yahoo.com*

**Abstract:** In this article we are analyzing the process of classification of editing types advanced by Romanian journalism text-books. The classification that we are interested in is related to print press articles particularly. Our main goal is to respect, according to specialists, the separation of press categories from the other editorial units: peritextual units on one hand and groups of events and rubrication on the other hand. We're trying thus to sketch up the main frame of a characterisation of written press by respecting the rules of textual typology advanced by the Swiss linguist Jean Michel Adam. The study approaches a linguistic perspective, but we are trying not to over cross the boundaries of already known editing journalistic standards. The dimensions of discourse fact relating each text to an extra linguistic component, allow us to insist on not so well structured variants of print press types.

**Keywords:** texte; prototypes; discourse; categories

## 1 Introduction

La question des genres est une question linguistique majeure : d'une part, parce qu'on voit dans la classification des genres un caractère pragmatiquement nécessaire – la catégorisation générique même vague d'un objet sert d'un guide, comme une structure sert de base pour un bâtiment, d'autre part parce que les classifications des unités rédactionnelles rencontrées ainsi que leurs définitions sont assez vagues.

## 2 La classification des genres

### 2.1 La notion de genre dans la presse écrite

Selon des chercheurs de la presse française comme E. U. Grosse et E. Seibold, les genres utilisés dans les différents quotidiens conditionnent l'écriture des articles, d'une part, mais d'autre part « les quotidiens se distinguent par les genres qu'ils favorisent » (Grosse & Seibold, 1996, p.13) et « regarder les genres de près sert donc à caractériser les différents journaux. [...] Il y a une échelle de genres privilégiés particulière à chaque quotidien » (Grosse & Seibold, 1996, p. 13).

Nous nous proposons de connaître et d'analyser la manière dans laquelle sont détaillées les catégories auxquelles appartiennent les articles par quelques manuels roumains de journalisme. Les volumes que nous allons considérer comme point de départ de notre étude seront ce dont le coordonateur est Mihai Coman « Manuel de journalisme », le livre de Victor Vişinescu « Journalisme contemporaine » ainsi que le volume de Cristian Florin Popescu portant le même nom du volume de Mihai Coman « Manuel de journalisme. La rédaction du texte journalistique. Les genres rédactionnels. » La première impression qui se dévoile à une lecture non approfondie c'est que les manuels détaillent ces genres rédactionnels avec plus ou moins de convergence. De plus, nous constatons que les journaux et les magazines ne les signalent explicitement que très irrégulièrement en précisant leurs types : éditorial, dépêche, reportage, commentaire, analyse, courrier des lecteurs, revue de presse etc. Nous avons également des rubriques : questions politiques, économie, questions internationales, culture, société, entreprises, finances, sports, services. On constate, d'un coup qu'il s'agit d'un double classement ce qu'explique le fait que les catégories génériques de la presse écrite dénotent une grande hétérogénéité.

Pour Eliséo Véron, des catégories de type: interview, reportage, enquête, débat, table ronde, allocution « désignent, plus ou moins confusément, des genres » (Véron, 1988, p.14). Il définit le genre comme «un certain agencement de la matière langagière » (Véron, 1988, p.13).

On peut ajouter ici l'opinion de Luminița Roșca concernant les genres de la presse roumaine (Coman, coord, 2009) que « étant une zone frontalière, (...) le journalisme a été de très proche observé et systématiquement censuré par les autorités roumaines. Dans ces conditions, il n'est pas bizarre que les approches théoriques sur les médias manquent ou quand elles existent, prennent le parti ou ne sont pas impartiales. Une analyse approfondie des genres journalistiques, par exemple, ne pourrait pas se limiter à des présentations superficielles concernant « la composition des textes » (Coman, 2009, pp. 327-328). Cette vue de la spécialiste roumaine regarde la presse et les genres en descendance de la presse communiste. Son étude sur le reportage nous sert de guide en ce qui concerne également les catégories des genres de la presse roumaine post-communiste<sup>1</sup>. Avant de traiter la question des genres rédactionnels, on propose une petite approche sur les catégories non génériques représentées par les unités péritextuelles par les événements et les familles événementielles. Ayant comme point de départ les genres traditionnels qui se sont cristallisés dans la littérature de fiction, dans la presse les genres se sont différenciés de la même manière, en précisant que pour ceux-ci les disputent ou les volumes consacrés n'ont pas été si accentués comme dans la littérature. C'est sûr qu'avant de les définir et de les hiérarchiser conformément à des critères, des normes semblantes ou différentes, en fonction des thèmes et du type du message, les genres du journalisme existent comme des textes de presse qui communiquent le monde dans ses dimensions historique, politique, culturelle.

## **2.2 Le péritexte journalistique**

En essayant de trouver des travaux sur la question du péritexte journalistique, on a réussi à trouver surtout des précisions concernant le titre journalistique. G. Genette (Genette, 1987, pp. 21-37) a proposé de distinguer dans le paratexte – le péritexte qui entoure directement le texte proprement dit et l'épitéxte qui circule autour du texte et comprend les commentaires, qui ne font pas partie du même ensemble matériel. Ilie Rad fait des précisions sur le paratexte dans le volume collectif (Coman, 2009, p. 150) au cadre de son matériel concernant le titre, en mentionnant la présence des combinaisons : surtitre+titre, titre+sous-titre, titre +chapeau etc. En adaptant cette terminologie à la presse écrite, Jean Michel Adam (Adam, 2001) identifie et énumère ses composantes ; ainsi il précise que le péritexte journalistique est décomposable en péritexte du journal : nom du journal, indication de rubrique et en

---

<sup>1</sup> Notre traduction.

péritexte de l'article, un péritexte verbal: surtitre, titre, sous-titre (accroche), chapeau, intertitre(s) et iconographique : illustration, légende. L'auteur roumain Victor Vişinescu dans son ouvrage «Journalisme contemporaine » mentionne à part les parties déjà précisées la légende et l'iconographie.

### **2.3 Événements et familles événementielles**

L'événement – catégorie référentielle par excellence – est considéré par les spécialistes français comme la base de toute classification des écrits journalistiques. En ce qui concerne nos manuels de journalisme, nous n'avons pas trouvé des classifications des genres rédactionnels selon la catégorie des événements mais on a connaissance d'une recherche en cours sur les textes – thème, vus comme des ensembles des événements qui se groupent autour d'un champ commun d'un sujet (de presse, dans ce cas).

Les familles événementielles ainsi que le péritexte de chaque journal répartissent sémantiquement les articles en rubriques. Les grandes « familles événementielles » sont : les nouvelles politiques, catastrophes (naturelles, écologiques, accidents d'avions), voyages/visites (présidentiels, ministériels, royaux, princiers, papaux), rencontres d'hommes politiques, conflits armés, conflits sociaux, décès de personnalités, manifestations, etc. Ces « familles événementielles » préorganisent l'information, sa distribution comme sa reconnaissance. La catégorie médiatique de l'événement est le produit, d'une part, d'une chaîne de discours (de la dépêche d'agence à la reprise des annonces de média à média) et, d'autre part, d'une pré-catégorisation qui en réduit, en permanence, la singularité et l'étrangeté.

## **3. Le problème des genres rédactionnels**

La catégorisation représente un élément fondamental pour l'organisation de l'expérience humaine. En continuant sur la ligne ouverte par le spécialiste suisse Jean Michel Adam, on peut noter que les catégorisations semblent fonctionner par regroupements autour des prototypes, par ressemblances de famille (« air de famille ») pour reprendre une formule de Wittgenstein.

### **3.1 Court historique**

Les linguistes se sont intéressés aux prototypes : le classement des actes de langage de Searle, les (proto)types de séquences textuelles (Adam, 1992). Initialement, les théoriciens des genres littéraires comme Jean-Marie Schaeffer se sont appuyés sur la prototypie pour examiner les catégorisations des œuvres d'art.

On doit y mentionner que les catégories présentent des zones de centre et des zones périphériques où le mélange est assez rencontré. Dans cette perspective, une « telle catégorie présentera des frontières plus ou moins floues avec telle autre (la tribune et la chronique, l'article de commentaire et l'éditorial, l'écho et le billet d'humeur, par exemple) », comme le précise Adam (1997) ou des voisinages de formes (le portrait et la caricature). Parfois, les analogies avec d'autres catégories rendent les différents genres inclassables : « un fait divers peut être donné sous forme de brève, monté en filet, se développer en reportage et même interview et commentaire avant d'être repris et de basculer dans la chronique judiciaire ». Par conséquent un texte sera un représentant exemplaire de la catégorie considérée (pur éditorial, brève exemplaire, etc.) tandis que les autres seront des échos d'autres genres comme le billet la brève, plutôt comme un commentaire qu'une revue de presse, plutôt comme une critique qu'un billet d'humeur. Le classement sera ainsi une preuve assez difficile.

### **3.2 Des contraintes définitoires pour une définition des genres**

Il nous semble nécessaire et approprié de mentionner ici l'opinion de Jean Michel Adam sur l'essai de définir le genre: « Pour cerner le flou évident qui entoure les énoncés réalisés et leurs relations aux prototypes génériques et pour comprendre que l'on n'a jamais affaire qu'à des « ressemblances de famille », il me semble utile d'affirmer que les genres sont des configurations prises entre deux principes contradictoires - un principe de clôture (passé, répétition, convention, reproduction) et un principe d'ouverture (futur, variation et innovation) ».

Il est indispensable de se rendre compte de la diversité des phénomènes qui entrent en jeu dans les pratiques langagières. Comme le précise Dominique Maingueneau:

« On est condamné à penser un mélange inextricable de même et d'autre, un réseau de rapports constamment ouvert. Rien d'étonnant si les typologies, dès qu'on les scrute d'un peu près et qu'on veut les appliquer, volent en éclats, laissant apparaître un immense entrelacs de textes dans lesquels seules les grilles idéologiques d'une époque, d'un lieu donné, ou les hypothèses qui fondent une recherche peuvent introduire un ordre » (1984, 16).

On reprend ici les cinq contraintes définitoires des genres définis par le même D. Maingueneau dans « Les termes clés de l'analyse de discours » (Maingueneau, 1996, p.44):

1. Statut des énonciateurs [journaliste, témoin, expert, interviewé] et des coénonciateurs [lecteurs à distinguer des auditeurs et téléspectateurs, mais à combiner avec d'autres statuts : citoyen, homme ou femme, classe d'âge, classe sociale, membre d'une communauté sportive ou religieuse, etc.].
2. Circonstances temporelles et locales de l'énonciation [situation d'énonciation].
3. Support et modes de diffusion [presse écrite quotidienne, magazine, organe de presse à distinguer des autres médias et autres institutions].
4. Thèmes qui peuvent être introduits [objets du discours inséparables des familles d'événements].
5. Longueur, mode d'organisation [structure compositionnelle des agencements textuels et péri-textuels].

Le critère trois est défini par le journal, le critère deux par la date de publication et la localisation géographique des journaux. Restent les critères énonciatifs, sémantique et le critère de la longueur. Essentiel dans la presse écrite, ce dernier critère permet de distinguer la brève, le filet et l'écho de la plupart des autres genres.

Mikhail Bakhtine affirme que « les genres du discours organisent notre parole de la même façon que l'organisent les formes grammaticales (syntaxiques) » (1984, 285). Il continue en précisant que :

« Chaque sphère [de l'activité et de la communication humaine] connaît ses genres, appropriés à sa spécificité, auxquels correspondent des styles déterminés. Une fonction donnée (scientifique, technique, idéologique, officielle, quotidienne) ainsi que les conditions données, spécifiques pour chacune des sphères de l'échange verbal, engendrent un genre donné, relativement stable du point de vue thématique compositionnel et stylistique. Le style est indissociablement lié à des unités thématiques Le style entre au titre d'élément dans l'unité de genre d'un énoncé ». (1984, 269).

Les définitions des genres proposées par Bakhtine et mentionnées également par Adam (Adam, 1997) sont intéressantes. Bakhtine constate tout d'abord que « nous parlons par énoncés et non par propositions isolées et, encore moins, bien entendu, par mots isolés » (Bakhtine, 1984, p.285).

Si les genres du discours n'existaient pas et si nous n'en avons pas la maîtrise, et qu'il nous faille les créer pour la première fois dans le processus de la parole, qu'il nous faille construire chacun de nos énoncés, l'échange verbal serait quasiment impossible (Bakhtine, 1984, p.285).



### 3.3 Interdiscours et intertexte

Dans cette perspective, on mentionne ici les termes interdiscours et intertextuel qui se sont imposés dans le domaine de la théorie de la communication comme des termes clefs. On peut affirmer que tel organe de presse écrite (Cotidianul, Libertatea, Academia Cașavencu, Jurnalul Național, Monitorul) est le producteur individuel ou collectif de tel article en faisant partie d'une formation discursive (celle du journal / journaliste). En tant qu'énonciateur, l'institution est prise dans l'interdiscours de la presse en général ainsi son discours sera toujours interdiscursivement et intertextuellement conditionné par les catégories de la presse écrite.

Les unités rédactionnelles sont en effet des schématisations comme des réalités tant discursives-interactionnelles que textuelles-linguistiques. Les genres donnent forme aux actions discursives. Par exemple, dans une formation discursive particulière (la télévision) ayant comme but (a) « distraire » on constate des formes spécifiques envahissantes et plus ou moins copiées des modèles anglo-saxons comme les jeux télévisés et les shows, (b) « instruire » avec les émissions culturelles et (c) « informer » avec les journaux télévisés et les reportages. Ces genres, qui varient dans le temps et dans l'espace géographique et géopolitique, règlent de manière différente les plans d'organisation distingués par Adam dans son œuvre « Linguistique textuelle ». Ce même auteur affirme que « du point de vue de la dimension textuelle, un énoncé médiatique est le produit hétérogène et complexe d'interrelations entre différents plans de structuration » (Adam, 1997).

On insiste sur la théorie de Jean Michel Adam en remarquant que celui-ci distingue trois plans de l'organisation pragmatique : (1) la visée illocutoire (valeur et force des actes de discours), (2) la prise en charge énonciative des propositions et (3) la représentation construite ou « monde » du texte : « deux plans d'organisation assurent l'articulation des propositions : la grammaire de phrase et la grammaire de texte sont responsables de ce qu'on peut appeler la texture phrastique et transphrastique. Il faut ajouter à ce plan d'organisation de toutes les formes de mise en texte un autre plan, celui de la structure compositionnelle (plan de texte et séquence) » (ibid.).

En reformulant les critères de D. Maingueneau, Adam conclut que les critères minimaux définissant les genres de la presse écrite sont : (1) sémantique (thématique) – familles événementielles et rubriques, (2) énonciatif – degré de prise en charge des énoncés et identité de l'énonciateur, (3) longueur – brièveté versus développement, (4) pragmatique – buts, intentions communicatives, (5) compositionnel – plans de textes et séquences, (6) stylistique – texture micro-linguistique.

## 4. Examen du classement des genres rédactionnels par quelques manuels roumains de journalisme

Les genres rédactionnels forment des classifications qui traversent le milieu journalistique. La presse écrite comprend des catégories rédactionnelles détaillées par les manuels de journalisme avec plus ou moins de convergence. Dans la littérature scientifique roumaine spécifique au domaine de la presse, Victor Vișinescu précise dans son œuvre qu'« un code théorique des genres n'a pas encore été élaboré, discuté et validé » (notre traduction, Vișinescu, 2001, p.113).

### 4.1 De la littérature au journalisme

Les genres rédactionnels sont parfois signalés par les journaux. Dans cette catégorie on peut mentionner l'éditorial, la nouvelle, le reportage, le commentaire, l'analyse, le courrier des lecteurs etc.

D'autre part, une lecture observationnelle générale des journaux nous permet de noter qu'à la base du découpage des journaux existent les rubriques. Celles-ci réalisent en effet une classification des journaux. On peut y mentionner les questions politiques, les pages d'économie, les questions internationales, la culture, la société, les finances, le sport (très visibles dans les médias roumains). On constate donc un double classement des unités rédactionnelles de la presse écrite, en genres et en rubriques. En partant de cette réalité, quand on veut savoir plus à propos de ces catégories, on se trouve en face d'une hétérogénéité dont on a parlé auparavant.

En examinant la littérature de spécialité (en général de facture française ainsi que roumaine), on constate qu'on doit d'abord « situer la genericité discursive dans le cadre des interactions verbales propres à une formation discursive donnée » (Adam, 1997) : un journal ou un type de presse, et plus largement un média donné : radio, télévision, presse écrite, cinéma. C'est à dire qu'il est nécessaire de tenir compte et même de partir des catégorisations pratiques existantes. Celles-ci sont définies par les professionnels et par les usagers de la formation discursive considérée, ainsi que par les spécialistes de la presse écrite. Bien sûr, cette première approche est inséparable d'une réflexion plus proprement linguistique et textuelle attentive aux unités linguistiques et aux agencements compositionnels.

Examinons brièvement les catégories que proposent les manuels roumains de journalisme. Je me réfère, d'une part, à trois ouvrages choisis parce qu'ils consacrent chacun plusieurs chapitres aux genres du discours journalistique : Mihai Coman, le fondateur de l'école journalistique en Roumanie avec son « Manuel de journalisme », dont il est le coordonateur, Cristian Florin Popescu qui consacre un premier volume de son œuvre « Manuel de journalisme » et Victor Vişinescu qui a écrit un chapitre sur les genres de rédaction, en se référant au style et aux langages de la presse dans des structures narratives modernes.

En effet, nous constatons que le problème des genres journalistiques forme un chapitre insuffisamment clarifié dans la théorie de la presse. Des bulletins de la Rome Antique à la communication moderne de nos jours, en traversant l'ère des satellites artificiels et de l'Internet, les messages journalistiques ont connu une très grande variété, formules, modalités d'être transmis au public, lecteurs, auditeurs ou téléspectateurs. On considère le chercheur qui tente de réaliser un schéma des genres de la presse (écrite) avec leurs définitions un courageux, si on prend tout d'abord en compte que les langages de la presse croisent ceux des plusieurs disciplines exactes et humanistes.

Le problème des genres comporte des discussions et des controverses autour de quelques questions : quels sont les genres de la presse ? Quelle est leur structure ? Comment peuvent-elles être groupées ? Quelles liaisons ont avec les autres genres « classiques » ? Quelle est leur tendance d'évoluer ?

Sur les traces d'Eliséo Véron, on définit un genre comme « un certain agencement de la matière langagière » (Véron, 1988, p.13). Les catégories comme : *interview*, *reportage*, *enquête*, *débat*, *table ronde*, *allocution*, « désignent, plus ou moins confusément, des genres » (Véron, 1988, p.14).

Un simple regard sur le sommaire des volumes consacrés aux genres rédactionnels compris dans les manuels de journalisme nous a amenés au constat d'une autodésignation limitée et variable des genres. Nous sommes d'accord avec Jean Michel Adam (Adam, 2001) que « si certains articles sont très facilement caractérisables (par exemple par leur mise en forme, comme *l'interview*), la plupart ne restent que très vaguement identifiables. Dans ce cas, la facilitation de la lecture n'est pas prise en charge par une quelconque catégorisation générique, mais par un autre agencement de la matière linguistique : les rubriques et le péri-texte du journal et celui de l'article » (Adam, 1997, pp.3-18).

Nous nous trouvons devant un trouble catégoriel accentué par le fait qu'une confusion des genres se manifeste de plus en plus dans les médias écrits contemporains, Mouriquand cité par Jean Michel Adam, 1997) prend l'exemple des fréquents emprunts au *reportage* dans *l'enquête* : « S'il en résulte assurément un agrément de lecture, la rigueur de la démonstration peut s'en trouver affaiblie » (Mouriquand, 1997, p.73). Pour J. Mouriquand, un article « ne peut être décliné que sur un seul genre journalistique » (Mouriquand, 1997, p.73). Proposer à la fois de montrer comme le reportage et de démontrer comme l'enquête c'est une manière de rompre le fameux contrat de lecture. Celui-ci ne comprendra plus très bien le message. Tout en soulignant qu'un genre comme celui du *portrait* peut être proche soit du *reportage*, soit de *l'enquête*, J. Mouriquand ainsi que Victor Vişinescu dans les études roumaines sur la presse insistent sur la division et la distinction nécessaire des genres. Le mélange des genres peut apporter pour un lecteur moins avisé le sentiment d'incertitude quant aux intentions de l'auteur dans l'article.

On retourne à l'explication classique du mot « genre » en le rapportant à la presse. Dans la théorie de la littérature « le genre » est défini comme : « une catégorie qui contient les œuvres littéraires avec certaines caractéristiques relevées par la manière de présentation de l'homme, par exemple le genre lyrique, épique et dramatique »<sup>1</sup> (d'après George Macovescu cité par Victor Vişinescu, 2001).

Au cadre de la théorie de la presse, si on prend comme point de départ la définition en haut on peut comprendre que le genre représente une catégorie des textes de presse, avec certaines particularités lexicales, morphologiques et syntaxiques qui facilite la communication inter-humaine dans des modalités spécifiques parmi le message écrit / diffusé (parlé) ou audiovisuel (télévisé). L'auteur roumain Victor Vişinescu (Vişinescu, 2001, p.114) organise les genres journalistiques dans la manière suivante :

1. Genres journalistiques informatifs;
2. Genres journalistiques d'opinion, formatif- interprétatifs;
3. Genres publics mixtes.

Mouriquand précise en résumant le rôle des genres que « chacun des genres journalistiques est adapté pour rendre un son particulier. Le reportage, c'est la vie. Le portrait, c'est l'épaisseur humaine. L'interview, c'est la riche sonorité d'une voix. L'enquête, c'est la clarté de la démonstration. Ces caractéristiques, qu'une bonne plume doit savoir rendre, aident à donner du relief à un journal. Surtout, ces caractéristiques étant très différentes les unes des autres, l'opposition sur une même page entre la sérieuse enquête et l'interview plus légère va donner au lecteur le sentiment de la variété de ce qui lui est offert. Elle lui permettra, à diverses heures de la journée, de trouver des motifs nouveaux d'entrée dans la même publication (Mouriquand, 1997, p. 55).

#### **4.2 Tableau des genres rédactionnels mentionnés par quelques manuels roumains de journalisme**

Après un aperçu des études roumaines consacrées à la presse, on essaye de faire une petite analyse sur les trois volumes mentionnés au début de cette étude. Ceux-ci sont vus surtout comme des manuels, comme de vrais guides pour les étudiants, les spécialistes ainsi que les praticiens du métier : Mihai Coman (coordonnateur) avec son « Manuel de journalisme », IIIème édition, Cristian Florin Popescu, auteur de deux volumes « Manuels de journalisme » dont nous nous intéressons au premier consacré à la rédaction du texte journalistique et aux genres rédactionnels et Victor Vişinescu avec le volume «Journalisme contemporaine ».

---

<sup>1</sup> Notre traduction du volume de Victor Vişinescu (2001).

De Broucker, cité par Jean Michel Adam (1997) distingue «deux grands genres rédactionnels » regroupant les genres de la presse écrite comme suit :

- Les genres de l'information ; il inclut ici la dépêche, la brève, le filet, puis cinq genres dont les journalistes ne sont pas la source : le communiqué, le texte d'auteur(s), courrier des lecteurs, revue de presse, information-service ; viennent ensuite les cinq grands genres nobles de l'information : compte rendu, reportage, enquête, interview, portrait.
- Les genres du commentaire : commentaire explicatif, commentaire-traduction, commentaire interprétatif, commentaire expressif, « papiers d'idées » comprenant : l'éditorial, le « papier d'expert », le « papier d'humeur » comprenant : le billet, la caricature, la chronique.

Ces deux visées sont abordées par les théoriciens roumains également. On peut même affirmer que cette classification représente la visée classique, traditionnelle des genres de la presse. On trouve cette distinction dans le volume coordonné par Mihai Coman ainsi que dans d'autres manuels et cours universitaires de journalisme. On note ici la catégorie du commentaire (qui est très pratiquée parmi les journalistes du moment en Roumanie) – en essayant de faire d'une idée un sujet de presse à l'intention de transmettre une opinion, de prendre une position ou de démontrer l'implication. D'autre part, on a l'information qui transforme un fait dans un sujet de presse ayant comme but d'expliquer et de rapporter tout en respectant un effacement de l'auteur de l'article de presse. Des fois, cette distinction n'est plus réalisée dans la presse roumaine d'où une confusion des lecteurs et une manque de crédibilité des journalistes.

Consacrant le premier volume de son ouvrage aux genres, Cristian Florin Popescu (Popescu, 2004) distingue, faisant de l'information et du commentaire des macro-catégories, d'une part les genres du journalisme de l'information : la nouvelle (avec ses qualités et ses types : le flash, le bulletin, la dépêche d'agence) et l'enquête, interview, le reportage et d'autre part les genres du journalisme d'opinion : l'éditorial, la critique, chronique judiciaire ; on précise que le fait divers est assimilé au chapitre sur la nouvelle. Florin Popescu mentionne dans son manuel les genres rédactionnels suivants: le flash, le bulletin, le lead avec reprise, les réactions, la dépêche, la brève, le filet, le compte rendu, le bilan/la synthèse, les papiers magazines, la fiche technique, la dépêche ordinaire, les échos, le cadre, la biographie, le portrait, la clarification, la chronologie, le film de l'événement, le complément d'information. Il nous propose également un tableau, une synthèse qui suit les types de textes réalisés selon les agences Associated Press et France Presse. Une nouveauté apportée par le tableau de Popescu consiste dans la précision qu'il mentionne également les textes qui ne se retrouvent pas parmi les flux des agences roumaines de presse (Popescu, 2004, pp.173-174).

En ce qui concerne le classement effectué par Victor Vişinescu, celui-ci propose une gamme assez large et une nouvelle perspective sur les genres. Au lieu d'aborder les techniques de rédaction, il fait appel aux structures narratives « modernes » comme lui-même le dit dans le titre d'un chapitre de son œuvre. Il parle du style et des langages de la presse au cadre des structures narratives. « Le système des genres » nous apporte des informations sur la distinction genre / espèce. Après un court aperçu des classiques de la littérature, Vişinescu conclut que les genres reconnus par tout le monde sont : le genre épique, le genre lyrique et le genre dramatique qui réunissent plusieurs espèces. Il rattache ainsi les genres de la littérature aux genres de la presse. Les genres mixtes sont considérés par Vişinescu le trait caractéristique de la presse quant aux classifications des genres de rédaction. L'auteur mentionne quelques anciennes définitions du genre en appelant également aux dictionnaires et aux recherches internationales.

Dans le manuel de journalisme coordonné par Mihai Coman, on ne retrouve pas une liste exhaustive des genres de la presse mais surtout des précisions importantes concernant quelques genres – les plus habituels dans la presse roumaine. Ainsi, on découvre un entier chapitre trois destiné à la nouvelle (Coman, 2009 : 189-288), plus un chapitre dédié à la presse écrite qui mentionne des auteurs comme Luminița Roșca « le reportage », Marcel Tolcea « l'interview de presse », Sorin Preda « L'enquête et le journalisme d'investigation » et « Les genres de l'ironie et d'humeur dans le discours journalistique », Alexandru-Brăduț Ulmanu « une genre de frontière : le feature », Radu Bâlbăie « Le portrait ».

Ces observations permettent d'affirmer que les deux macro -« genres » rédactionnels distingués par De Broucker sont moins des genres que des positions énonciatives relatives à un contenu informationnel. On va ainsi tenter d'encadrer dans un tableau les catégories rencontrées dans les manuels visés, en respectant les deux pôles énonciatifs. Avant de mettre en place un tableau, il faut préciser que le volume coordonné par Mihai Coman ne se présente pas comme une liste des genres, mais les auteurs ont cherché à présenter les plus importants et les plus utilisés genres rédactionnels.

#### Pôle information

| Auteur / Genres définis                               | Mihai Coman  | Cristian Florin Popescu   | Victor Vișinescu  |
|---|--|---|---|
| 1. Les genres informatifs                             | la brève<br>le reportage<br>l'interview<br>le portrait | la brève<br>dépêche<br>filet<br>le compte-rendu<br>la conférence de presse<br>le flash<br>le bulletin<br>la dépêche ordinaire<br>l'interview<br>le reportage<br>l'enquête | la brève<br>le reportage<br>le petit article<br>le portrait<br>l'interview<br>le compte-rendu                               |
| 2. Les genres d'opinion /<br>formatifs-interprétatifs | l'enquête<br>les genres d'ironie<br>le billet d'humeur | l'éditorial<br>l'addenda<br>l'avis  | l'éditorial<br>le commentaire<br>le reportage<br>d'investigation<br>les débats<br>l'enquête<br>le reportage<br>d'atmosphère |
| 3. Les genres mixtes                                  |  |   | l'essai<br>la tablette<br>le feuilleton<br>le pamphlet  |

#### Pôle commentaire

## 5. Conclusion

Il y a des auteurs étrangers qui ironise la séparation « légèrement artificielle » des genres rédactionnels en « deux familles aussi ennemies que les Capulet et les Montaigu : le genre informatif et le genre du commentaire. Et qui, tels les familles de Roméo et Juliette, ne peuvent pas se passer les uns des autres » (Montant, 1994, pp. 9-10). Il admet toutefois que l'on range généralement dans le GENRE INFORMATIF : le « desk » (brèves, filets, moutures), les comptes rendus, les interviews, les portraits, les reportages et les enquêtes, et dans les GENRES DU COMMENTAIRE: la revue de presse, les billets (qui, selon sa définition ressemblent plutôt à la tribune), l'humeur (bonne ou mauvaise) qui débouche sur la satire et le pamphlet, les échos et ragots, l'éditorial, les chroniques, la critique et l'article d'analyse. Certes, une partie des genres mentionnés ne se retrouvent pas parmi les genres décrits dans les manuels roumains de journalisme.

Jean-Luc Martin-Lagardette cité par Jean Michel Adam dans son article sur les unités rédactionnelles et genres discursifs du 1997, consacré chapitre aux différents genres journalistiques. Il reprend les deux genres de De Broucker : l'information : brève, filet, résumé de rapport, compte rendu, auxquels il ajoute de façon très surprenante l'article, la mouture et le montage, le commentaire : article de commentaire, critique, éditorial, chronique, tribune libre, portrait (profil). Il leur ajoute toutefois deux autres catégories : les genres qu'il appelle :

– « de fantaisie»: écho, billet, courrier des lecteurs

– « nobles »: enquête, reportage, interview.

Il semble difficile d'ignorer certaines catégories. Parfois on constate des contradictions entre les définitions des différents manuels mais cela ne nous empêche pas d'essayer de résumer l'entière discussion en partant de deux positions énonciatives polaires. On voit ainsi comment les paramètres se combinent de façon à distribuer les textes réalisés selon qu'ils tendent *plutôt* vers le pôle «Information» – situé vers le haut du tableau ou *plutôt* vers l'autre – implication commentaire, le pôle « Commentaire » orienté vers le bas du tableau.

La complexité et les différences des classements s'expliquent par le croisement de critères ; on a ainsi par exemple les choix stylistiques parfois personnels et les intentions communicatives, en passant par la position énonciative du locuteur et le contenu des articles. Selon que tel ou tel critère est mis en avant, les catégories bougent sensiblement.

L'étude des catégories génériques de la presse écrite aurait du d'être approfondie par un examen des définitions des manuels cités. Pour l'instant j'ai tenté de dessiner le cadre général d'une telle approche. Dans la perspective que j'ai tenté d'aborder dans mon étude, l'analyse des discours journalistiques n'apparaît plus ainsi comme un territoire réservé, mais comme un espace de confrontation de méthodes et d'éclairages complémentaires.

## 6. Bibliographie

- Adam, Jean-Michel (1992, traduite en 2009). *Les textes. Types et prototypes/Texts. Types and prototypes*. Iasi: Institutul European. In the translation of Cristina Stanciu.
- Adam, Jean-Michel (1997). Unités rédactionnelles et genres discursifs: cadre général pour une approche de la presse écrite / Editorial units and discourse genera: a general framework for approaching the print media. In *Pratiques/Practices*, n° 94, (pp. 3-18). Metz.
- Adam, Jean-Michel (1999 / traduite en 2008 ). *Linguistique textuelle : des genres de discours aux textes/ Text linguistics : from discours genera to texts*. Iasi: Institutul European. In the translation of Corina Iftimia.
- Adam, Jean-Michel (2001). Genres de la presse écrite et analyse de discours/Genera of the print media and discourse analysis. *Semen*, mise en ligne le 30 avril 2007, consulté le 23 février 2011. URL : <http://semen.revues.org/2597>.
- Adam, Jean-Michel (2008). *La linguistique textuelle. Introduction à l'analyse textuelle des discours / Text linguistics. Introduction to textual analysis of discourses*. Iasi: Institutul European.
- Bakhtine, Mikhaïl (1978a) *Esthétique et théorie du roman / Aesthetics and theory of the novel*. Paris: Gallimard.
- Bakhtine, Mikhaïl (1984a) *Esthétique de la création verbale/ Aesthetics of verbal creation*. Paris: Gallimard.
- Coman, Mihai (coord) (2009). *Manual de jurnalism / Journalism handbook*. Iasi: Polirom.
- Genete, Gerard (1987). *Le péritexte éditorial / The editorial peritext*. Paris: Seuil.
- Grosse, E. U. & Seibold E. (1996). *Panorama de la presse parisienne / Panorama of the Paris press*. Berlin: Peter Lang.
- Maingueneau, Dominique (1984). *Genèses du discours. Philosophie et langage / Genesis of the discourse. Philosophy and Language*. Editions Mardaga, consulté sur:  
[http://books.google.ro/books?id=HoEHuAWeLvkC&printsec=frontcover&dq=Dominique+Maingueneau+1984&source=bl&ots=mCcU4nIuU7&sig=R9vHCWA2\\_kg6TPdQ6CLJPJWbT7A&hl=ro&ei=LsdmTeq3NsX5sgbB8LDaDA&sa=X&oi=book\\_result&ct=result&resnum=3&ved=0CC0Q6AEwAg#v=onepage&q&f=false](http://books.google.ro/books?id=HoEHuAWeLvkC&printsec=frontcover&dq=Dominique+Maingueneau+1984&source=bl&ots=mCcU4nIuU7&sig=R9vHCWA2_kg6TPdQ6CLJPJWbT7A&hl=ro&ei=LsdmTeq3NsX5sgbB8LDaDA&sa=X&oi=book_result&ct=result&resnum=3&ved=0CC0Q6AEwAg#v=onepage&q&f=false)
- Maingueneau, Dominique (1996). *Les termes clés de l'analyse du discours / The key terms of discourse analysis*. Paris: Seuil.
- Mouriquand Jacques (1997). *L'écriture journalistique / Journalistic Writing*. P.U.F., coll. « Que sais-je ? », consulté sur [http://www.amazon.fr/L%C3%A9criture-journalistique-Jacques-Mouriquand/dp/2130548679#reader\\_2130548679](http://www.amazon.fr/L%C3%A9criture-journalistique-Jacques-Mouriquand/dp/2130548679#reader_2130548679)
- Montant, H. (1994). *Commentaires et humeurs / Comments and moods*. CFPJ Editions - Victoires-Editions, Paris.
- Veron, Eliséo (1988). *Presse écrite et théorie des discours sociaux production, réception, régulation / Print media and social theory of discourse production, reception, control*, en *La presse, produit, production, réception*, P. Charaudeau éd., Hatier.
- Vişinescu, Victor (2001). *Jurnalism contemporan. Introducere în presa scrisă / Contemporary Journalism. Introduction to print media*. Bucharest: Fundația Universitară Hyperion.



THE 6TH EDITION OF THE INTERNATIONAL CONFERENCE  
EUROPEAN INTEGRATION  
REALITIES AND PERSPECTIVES

## **Dissolution of Multiculturalism**

Gheorghe Lates

*Danubius University of Galati, Faculty of Communication Sciences, gheorghe.lates@univ-danubius.ro*

**Abstract:** The last financial and economic crisis, whose effects are fully felt, has disrupted the social relations domain as well, with unpredictable consequences on the relations between people. The poor balance, obtained by official and public recognition of cultural differences is increasingly questioned not only by politicians but also by philosophers and sociologists. Otherness has taken precedence over the ego. The identity markers which form the European cultural mosaic through increased quantity and dominance in public development generate unpredictable risks in the preservation of national identity. The countries receiving the flows of migrants, older or newer, confront a strange phenomena namely the otherness of their own cultural identity, the newcomers are usually of the kind who prefer to live in ethnic enclaves and marginal which decline the opportunities for cultural integration. What is natural, somehow, at the level of the adults is that it reverberates negatively at the level of the children, who cannot follow the same educational route as their natives and thus they cancel their chances of integration in the receiving societies. The effects of multiculturalism dissolution are observed at each step and therefore public policies are increasingly restrictive, preferring the ethnocentric solution of conservation/preservation of their own cultural identity.

**Keywords:** acculturation; identities; inter-culture; pragmatism

The Ethnocentrism spectrum dominated the Western thinking for a long time, being marked by negative historical experiences, culminated in the Holocaust. The political and social solutions to such racist threats were designed as a shift of focus on the perception sides of social on to the cultural ones, more nuanced and with more obvious intellectual highlight. Postwar modernity, radicalized in postmodernism, is based on finding within the national space a minority culture, with different degrees of autonomy, or in relation to the majority culture, opposite the mother or origin culture. When the cultural and economic component of minority groups overlap, the politics is bound to intervene and to find solutions to problems of high tension, for the majority who are not willing to cede some of the advantages of the privileged ones, and for minority who often enough do not want only equal rights, but also of minorities' rewards, such as positive discrimination. The policy that some states have resorted to did not solve the problem of discrimination, but rather stressed it, dissatisfying both the majority, disadvantaged by the rights granted on ethnic criteria, and minorities, their cultural pride being harmed by such compensation offers.

At the origin of multiculturalism lies the historical phenomenon of states' constitution or stimulation policy or forcing the displacement of large groups or even populations from one state to another. That is why multiculturalism was not born in authoritarian states (U.S., USSR), but in those where population had a structure given by the older phenomena that have led to ethnic tensions that needed to be solved without force, being declared invalid from political point of view. We consider countries such as Canada, Australia and Sweden, facing pressing phenomena such as bilingualism, multicultural citizenship or migration of Finland and Yugoslavia, whose countries have different solutions depending on the logic doctrinaire or a liberal type where the emphasis is placed on individual rather than group or an identity, focusing on ethnic assumptions that lead to political recognition of minority



rights. Either in its "integrated" version or in the "broken" one, multiculturalism was a momentary solution, that weakened the accumulated tensions of mass electoral population and often exploited, but it did not solve the problem, the one of compatibility between recognition of cultural differences and dignity of individuals. Once acquired the economic rights new citizenship, the issues of cultural differences have not diminished, but rather has worsened, declining ethnic perspective and seven distinct communities preferring isolation to preserve race, language, religion, ethnic identity i.e. the composition of the historical identity cannot be circumvented and that the design of cultural policies by ignoring ethnic authority proved a failure, human memory and the recent past becomes more than obvious disturbing factors.

The expected ignorance of the racial difference, in the perspective of a metisaje generalized at the planet level, has as main obstacle the memory of segregationist policy in the frustration of black people sentenced to slavery, the apartheid and marginalization still play a significant role. World War II has left painful memories of the Holocaust in which the difference in race (Aryans vs. Mestizos) played a negative role, with grave effects: political radicalism, extremism, violence where there were not only involved people and groups, but often even the states that opt for differentiated policies based on race. Very vociferated has proven to be the "positive discrimination" with its policies of "quotas", ultimately a source of conflict and violence, increasing the tensions among the majority, and especially that of minorities offended by pulsation or by diminution. Apart from the apartheid country the leader of the black majority discriminated for decades (Nelson Mandela) became president, or the U.S. have, for the first time in history, a Metis president (Barack Obama) is not enough to circumvent by cultural policy, a history that has left deep scars and that the new generation assumes as a necessary component of ethnic identity. A world of ethnic groups that live in harmony with each other through identity preservation is, ultimately, a new Utopia of the recent time that today's world is about to abandon, because it has proven its ineffectiveness of practice and moreover, it has become a source of conflict and violence, such as "peripheries revolt" in France, then repeated in quasi similar variations in other major conurbations.

The linguistic identity presumption has proven not to be beneficial at social level, community isolation based on language generated phenomena difficult to control, their leaders often assuming roles that are in conflict with the majority's rule. Moreover, the members of these groups condemn their children, people without social discrimination, to an inferior status by the poor mastering of majority's language. In the urban enclaves' position (ad-hoc neighborhoods) or in the regions where they speak a language, other than the majority, the national language, these forms of cultural autonomy tend to be steps towards territorial autonomy on ethnic criteria, a phenomenon stimulated by multiculturalism policies. The ethno-linguistic vitality, of which it is spoken strongly in multiculturalism, is a starting point in assuming an identity as collective identity, as well as imposing a captive identity, in which the role of the individual, his rights to choose, is visibly diminished. Hence there are started the current radical movements that condemn acculturation and propose instead racist, xenophobic, nationalist solutions.

Religious identity is the more intrusive for the purposes of imposing by the group (family, environment, community) of the religion to a child or young person, at an age when there is no discernment or even the option of choice. Any attempt to leave the religious framework is sanctioned by opprobrious or violence by those who think normal the religious captivity and an asset that preserves its identity in relation to others whose religious options are, obviously, poorer and more doubtful as saving solutions. The recent religious conflicts between groups belonging to monotheistic religions, their persistence over time, despite desperate appeals to reason and moderation, even extending such conflicts at global level are arguments supporting the idea of dissolution of multiculturalism, which prominent heads of state (Angela Merkel and Nicolas Sarkozy) are not reluctant to regard it as an experience ended with a generalized failure.

A special issue still not addressed sufficiently in the field of cultural studies is that of bilingualism / multilingualism, considered as a way of accessing the knowledge of one another and assuming multiple identities. One is the situation of assumed bilingualism from purely cultural reasons (affinities

or special interest in another culture) and a very different one, the social bilingualism, imposed by the minority status in a state whose official language is the majority's or the habitant belonging to the majority, obligated or not to live in a region inhabited compactly / majority by minority. The former is required by most school or other state institutions to learn the language of the majority (administration, justice, army, etc.). Instead, the second opt for minority language learning in order to streamline the communication and to ensure integration into the community of which the nationalist frustrations, often with historical roots are on the agenda. Bilingualism imposed by the center of power is always in conflict and it is manifested in various forms ranging from denial of acceptance to territorial separatism. Assumed bilingualism is instead a cultural reaction to the political dominance of the imposed bilingualism, a reaction only apparently politically neutral, but it imposes to call for tolerance, an attitude guilty of multiple failures along the 20th century, because it is unidirectional: the majority is tolerant of minority, never vice versa. Any minority frustrations are, therefore, stimulated or even caused by tolerance manifested subjectively by the majority, for their spiritual comfort. It's like you would cross the street with a blind man, although he does not want it to. His imitation is similar to that of the minority that does not want tolerance, but respect for the identity.

A bilingual person appears, on the contrary, a bicultural one, as a second language, added to maternal one or learned along with it, opens the door towards another culture. Adding the two cultures is not a simple quantitative process, in the sense of identity; the individual who uses simultaneously or alternatively the two languages does not have automatically a double identity, but one located on the border of two cultures. It is rather a personal synthesis very different from one individual to another; the cultural studies can identify only a few invariants for a variety of customized options. Whether the choice of early bilingualism or in the late bilingualism, a second language, vehicle of another culture, does not make more than adding to the individual identity communication skills of social pragmatism, and therefore he has been promoted as an educational policy in all countries. Bilingualism required from ethnocentric reasons or assumed for pragmatic reasons, achieves already the passing of multiculturalism to interculturalism, the quantitative criteria of assessing the effects of the first become qualitative criteria for the second and therefore, although it was further promoted as the solution politically correct, the multiculturalism entered in dissolution since the mid-nineteenth century when UNESCO and the Council of Europe proposed as a solution the right to migration, often accompanied by intolerance and racism in the receiving countries. The resolution of the phenomenon (isolationism, assimilation, communitarianism, etc.) proved ineffective both for adults undergoing the culture shock difficult to pass, and for their children it was hard to integrate into the education system of the host country. As long as bilingualism was considered part of the strategy integration of migrants, it was part of the arsenal of multiculturalism that both newcomers and host country nationals, considered incorrect as a social approach. The former saw some of their social benefits threatened, diminished, even dismantled and the others noticed the standard economic differences, social treatment and public attitude. Learning the welcoming country's language was considered a reduction of cultural prestige as long as its use was altered by some of the newcomers and the latter is perceived as a challenge very difficult to overcome.

Even bilinguals undertaken by education policy were in many cases the generator cases of tensions at the level of individual and collective perception and hence the accusations of cosmopolitanism, noticeable at different levels. Learning a widely spoken language, often bearing a large culture was seen as a window open towards an inaccessible world, but also as a frustration when compared with the native culture subsequently acquired; the observation is valid for "small "and the" new "cultures, where frustration did not take the form of cultural complexes, but manifested actively and visibly. Learning a second language or more in the institutional framework of the school at all levels was accompanied by wider cultural policies involving state, institutions, publishing houses. Option for a foreign language or another has always been politically marked, an observable fact after the strategic orientation has changed. In the case of postwar Romanian culture, the first generalized foreign language was Russian, a situation imposed by the Soviet occupation (1944-1958) and communist political regime imposed by Moscow. A Friendship Association (ARLUS), an institute of higher education ("Maxim Gorky"), a publishing house (Russian Book) and a policy supported by the

translation of the Soviet book, including the Great Russian literature, outlined a strategy to impose the Russian language as a communication tool in the communist area. When it was decided (politically) the introduction of a second foreign language, the option stopped on the French language, for historical and cultural reasons, and the political reasons could not be excluded. Quantitative dominance of the French language was quickly surpassed by the competition of English which completely removed from circulation the Russian, and French went into the background, although the Francophile Romanians date back to the eighteenth century. In the case of these two cultures there was proceeded to a policy of active promotion of values by university lecturers, specialized libraries, collections and editions of books, and even keeping the original sound colonels films, subtitled only, never duplicated. The effort of the Romanian culture of assuming the cultural identity of others was never accompanied by a similar policy for other, so the question naturally arises: to what extent the act of translating belongs to multiculturalism and intercultural? The thinks are the same with bilingualism or multilingualism.

Translation, an indisputable and indispensable instrument of culture, incurs the assumption of the identity of the Other, through a person (the translator) which intermediates the original text for a reader who has no access to the original language. Formed in the national culture frameworks, the translator puts into the second text not only the essential information of the translated text, but also its subjective or unconscious choices that adjust to the amount of first cultural processes into the one second one with obvious marks of welcoming culture. That is why some texts, although translated sometime after an original or an intermediate version, have acquired a certain value in the new culture, and it was no longer indicated or known its origin. However, translating, as it is perceived in contemporaneity, presupposes an act specific to multiculturalism, so that skepticism of semantic and conceptual equivalence and even accusations of cultural imperialism are often heard. Hence the involuntary contribution of the act of translation to what we call the "dissolution of multiculturalism," a utopia that the accelerating globalization has highlighted the precariousness and lack of conceptual social pragmatism. Entered in the history of social ideas, multiculturalism is guilty of a series of events that have strained the politics of the last decades of the twentieth century, culminating in the terrorist attack of September 11, 2001, an act that shattered any illusion on the accuracy of the concept.

Attentive to the changes of meaning of their cultural and social impact, bodies such as UNESCO and the Council of Europe have come, since the middle of last century, with a solution for improvement, especially focused on formative and educational aspects of the migrants of second or third generation. (UNESCO, 1974) The intercultural solution was and is intended to avoid conflicts caused by language barriers and cultural differences often insurmountable also by cultural differences hard to assume by guest and host. If multiculturalism was mainly a social solution, the interculturalism, applied especially in education, is an ideological and political option, a solution to the cultural realities of the ghetto type, Bantustans, bidonville, nomadic camp, immigration centers, which have proved their ineffectiveness, benefiting a population and being injustice with another. Interculturalism, ideological and political solution to migration phenomenon and to the new mobility of labor policy frameworks such as the European Union, Free Trade Agreement North American (ALEN), Asia-Pacific Cooperation Forum (APEC), designed from the educational perspective, reveals its new forces that bring the modern challenges into the current world. Interculturalism is already an incorporation of culture, as the Other being willy-nilly in us, which means that in the center of the dominant culture, can be found the minorities, with their religions and cultures, with their beliefs and knowledge. The new challenges, such as demographic tendencies and cultural metissage, impose interculturalism as a nuanced solution to the crises and conflicts of the modern world (Ferreol & Jucquois, 2005, p. 376).

Placed last among the types of education recommended by UNESCO (1974), the intercultural education is now at the forefront of its time, for one is the migration situation in 1974 and a totally different one today when the ethnic structure of many countries have changed significantly or there are incoming phenomena difficult to control only by administrative measures. Therefore, the same body (UNESCO, 1984) restructures the concept of interculturalism, operating a redistribution of fields and expanding the area of coverage: "... either by comparison between different cultures (the comparative study of cultural phenomena) or the interaction between cultures (the comparative study of interaction

processes between individuals or groups with different cultural roots)”. The first guidance aimed at first direct contact (or lack thereof - contact zero) between individuals or groups from different cultures, and compared the effects of explorers left in the opposition level. The greatest impact has the second guideline which requires the active presence of emigration phenomenon, with the effect of acculturation, generated by the assimilation of individuals and groups by the dominant culture, to which it corresponds a pre-emigration situation, which is the imminence or potentiality of the phenomenon. Therefore knowledge of the Other, institutional direct and unfounded, focusing mainly on the cultural dimension, would facilitate the integration phenomenon from two points of view and simultaneously, contribute to cultural conservation /preservation. Interculturalism should have completed intercultural elements that would encompass various realities, such as historic multiculturalism and the more recent one, religious diversity, the persistence of popular culture in the urban world, the difficult and stative changes of mentality, which no longer subordinate to migration policy and administrative solutions, while the forms listed above relate to the daily reality of our world, the mentality of the current education system, whose routine and inertia are generally recognized. The premises of our theoretical approach (Dassen et al., 1999) are required to be complemented with practical applications, with concrete training situations subordinated to intercultural religions; (IFERO, 1975) as defined in the theoretical work having application on migration phenomenon, possibly and required to extend to pre- and post-migration situations, thus anticipating the foreseeable future.

## **Conclusions**

Multiculturalism, whose premises have proved their lack of currency, was intended to be a solution centered on the preservation of both, the identity of the majority and minority, thus highly betting on the ethnic and thereby inducing the feeling of frustration, generator of conflict. The way in which the individuals or groups, people or religions have reacted to the advantages / disadvantages of multiculturalism has become a fact that has left traces in the history of mentalities, without being a practical solution. Intercultural attributions of overcoming all the multiculturalism failures encounter communication barriers that have not yet found effective solutions; interculturalization is not a goal but a reality.

## **Bibliography**

Dassen, Pierre; Perregaux, Christiane; Rey, Michelline (1999). *Educatia interculturală. Experimente, politică, strategii /Intercultural education. Experiments, politics, strategy. Trans. Constantin Cucoş. Iasi: Polirom.*

Feereol, Gilles & Jucquouis, Guy (2005). *Dictionarul alterității si al relatiilor interculturale/Dictionary of otherness and intercultural relations. Iasi: Polirom.*

IFERO (1975). *Esquisse d'une pour la formation des methodologie interculturelle enseignants operateurs sociaux et des travailleurs occurred Dans le milieu Migrants. Analyse et d'une Etude Conclusion - pilot experience, / Request for a methodology for training intercultural enseignants, social operators and workers occurred in the mid Migrants. Analysis and Conclusion of a study - pilot experience. Paris, Education et Developpment, Institut International de Formation Recherche.*

UNESCO (1975). *Recomandare asupra „educatiei pentru înțelegerea internatională, cooperare si libertăți fundamentale”/Recommendation on "education for international understanding, cooperation and fundamental freedoms". Bucharest: Politică.*

UNESCO (1984). *Repertoire d'Etude des Institutions Inter-Culturel/Repertoire for the Study of Inter-Cultural Institutions. Paris: UNESCO.*



THE 6<sup>TH</sup> EDITION OF THE INTERNATIONAL CONFERENCE  
EUROPEAN INTEGRATION  
REALITIES AND PERSPECTIVES

**Aspects on Media Self Regulation  
Reflected in the Activity of Romanian Journalists**

Daniela Popa

*Danubius University of Galati, Faculty of Communication Sciences, daniela.popa@univ-danubius.ro*

**Abstract:** The media organizations in Romania, reticent to the idea to constraint the press freedom, manage to understand the importance of implementing a system of media responsibility. Therefore, the present study is a research in incipient stage that begins with the identification of the initiatives of media self regulation as an alternative to the efforts of enacting press in Romania. The identification of the self regulating system in Romania will be accomplished through the description of the context of development of the media responsibility system in the Romanian journalistic culture and by underlining the self regulation initiatives. For the delineation and establishment of such important self regulation initiatives, the activity of an ethical instance is necessary, for the defense and solving cases of norms contained by the new deontological code. The establishment of such an instance in Romania will represent a viable solution for the development of a more ethical professional environment that confirms the assumption of media responsibility for the adhesion to quality journalistic standards.

**Keywords:** ethics; deontological code; responsibility; media organizations

### **Theoretical Frame**

The journalists everywhere, members of associations, syndicates or just employees of some press enterprises have invested and are still investing their trust and respect in deontological codes seeing in them not only the specific alternative to the state law but also a form of coagulation for people of the press around some essential values not only for the good development of their profession but also for inter human communication between people everywhere (Runcan, 1998, p.210). At the base of these ethical and deontological codes was the responsible professional act. In journalism, as well as in other public professions, the responsible act, coherent with an ethical model, is always threat by structural pressures and conjuncture interferences (Runcan, 1998, p.7). The voluntary and concentrated effort of all professionals within the mass media environment to adhere to the common journalistic standards of a good quality has determined the appearance of the concept of self regulation. Self regulation or mass media accountability is identified where the journalists come together to form conduct rules for the deployment of their profession and to be certain that these rules are being respected.

The process of self regulation has its origins in the United States and began together with the intention of the industrial associations to define their own code of conduct, whose members became only those who adhered to those moral self definition rules. Whoever did not respect those rules willingly was not punished formally but there were sanctions such as the exclusion as well as the sanction to make the accusation public.

The actual state of self regulation in media in states such as Albania, Bulgaria, Bosnia and Herzegovina, Slovenia is similar to that in Romania all these five states getting only to the level of adopting, by professional or union journalists' associations, ethics codes or professional conduct codes. In some states, these apply both to journalists as well as radio broadcasters while in other states the codes were specifically conceived for the written press. Bosnia and Herzegovina is the only state among the five states that benefits from a Press Council that has the purpose to put the norms contained by the Journalists Code<sup>1</sup> into application.

In most of the European states, deontological codes uniquely for journalists have been adopted and there are self regulation organs for the media environment (Sweden, Great Britain, France, Italy, Germany etc.) that confirm that the efficiency of these organs makes the special legislative acts useless. The condition is that both the Deontological Code of the Journalist as well as the councils (commissions) for self regulating are recognized by all the means of mass information. In the Republic of Moldavia, the National Ethics Council can express their opinions regarding the litigations involving the person or product of their professional activity and is the only one with the ability and quality of expert in this environment of professional self regulation. The Extraordinary Congress of UJM chose, within its representatives, the components for the National Ethics Council that activates within their own Regulation.<sup>2</sup>

The majority of the European states benefit from the existence of Press Councils, News Councils or Media Councils that have extended their activities and are currently responsible for the publications of journalistic nature. A press council is an independent agency whose responsibility is the one to monitor the daily performance of the mass media. In Great Britain, the council comprises people with experience in media environment and examines the complaints from the public regarding the incorrect press releases or the defective ones (Dominick, 2009, p.454).

The existence of a mass media council ensures the public that someone supervises the professional activity of the journalists. In order for such a council to be able to be established we have to take into consideration certain reservations such as the existence of a free mass media system, private mass media means and a social responsibility ethics. Also, apart from these conditions there has to be taken into account that this council cannot be established by the state or the mass media because in this case censors would intervene, official coercions, the undermining of the credibility and it cannot have among its members people such as governmental officials or mass media employees (Deaver, 2004, p.183-184).

For the press, the institution of ombudsman represents a novelty that is quite attractive both for the journalists range as well as for the public. The institution, to whom complaints are addressed, has the competence to dispose the publication of rectifications, apologies or denials and ask for prejudice repair and in certain more serious situations it can send the cases to be solved by the Media Council. The role of the institution of ombudsman (the Romanian semantic is that of "mediator") embodied in one person, contributes in Sweden, to the decrease in dissatisfaction and increase in satisfaction in the area of the two types of relation of a media institution: with its own members on the inside and with the beneficiaries and consumers from the outside (Catineanu, 2008, p.163). When under the action of editorial pressure certain products do not end up to be correspondingly corrected, the ombudsmen can intervene in the virtue of his responsibility and group conscience.<sup>3</sup> The Swedish model is efficient and

---

<sup>1</sup> *Freedom and Accountability: safeguarding free expression through media self-regulation*  
[www.article19.org/pdfs/publications/self-regulation-south-east-europe.pdf](http://www.article19.org/pdfs/publications/self-regulation-south-east-europe.pdf)

<sup>2</sup> <http://www.acces-info.org.md/index.php?cid=169&lid=164>

<sup>3</sup> The media self-regulation Guidebook, The OSCE Representative on Freedom of the Media Miklós Haraszti, Vienna 2008

effective in the process of self regulation because it allows the existence of a judicial frame and a practice that guarantees the freedom of the press.

### **The Identification of the Self Regulation System**

The notion of regulation refers to the activity of enactment, entailing the intervention of the state through its institutions in order to establish certain mandatory norms as well as sanctions for not respecting them. Any activity of regulation implicates the drafting of corresponding provisions for the establishment of the rule so that it answers the need that determined the normative initiative, the implementation of the rule and the supervision of its application as well as the sanctioning whenever the rule is breached. All these actions have to circumscribe to the initial objective that has been considered when deciding the enactment. This manner, the norm can reach the intended purposes, corresponding to its role to offer a uniform and generally applicable answer to a situation that can generate conflicts or confusion.

The regulation intervenes whenever a certain conduct is susceptible to affect the entire society or an entire activity field because through regulation the values that give substance to the norms are brought to light and acquire a public character. The regulation by law ensures a wide applicability and mandatory force through the intervention of the states' authorities in all stages of regulation and application. An important example is the regulation of the functioning of companies with audiovisual profile through the Law of Audio-Video no.48/1992, adopted by the The National Audiovisual Council, public authority autonomous and with executive character developing its activity under the control of the Parliament of Romania. Therefore, the legislator intervened through specific means in order to establish mandatory norms regarding the granting broadcasting licenses for audio-video, the establishment and programming the right of reply, sponsorship and advertising etc.

For the effectiveness of the application of these regulations, the initiatives for self regulation bring a clarification and detail the general norms so that the regulation becomes more accessible and easier to understand for those obliged to respect and apply it, contributing to a more rapid acceptance and appropriation of the norms. Thus, based on the legislation regarding the advertising, the media institutions that activate in the field of advertising felt the need to establish codes of conduct for the deployment of specific activities. Beginning with 1999, the date of the establishment of the Romanian Advertising Council (RAC), Romania benefits from self regulation in advertising and RAC is the sole Romanian organism for self regulation recognized by the National Audiovisual Council that soles the issues regarding advertising in virtue of the Code of Practice in Advertising drafted by its members.<sup>1</sup>

Self regulation is a generally collective activity involving participants from a certain domain that agree to be submitted to rules established by the community they belong to. Thus, the rules are elaborated, administrated and put into application by the people whose behavior is regulated.

Initially, self regulation was presented by the business environment as a means for the consumer to identify the better businessmen that have subscribed to a code of conduct with the purpose of making their activity more efficient and guarantee a certain quality standard for the products and services being provided. Recently, self regulation has been promoted as an alternative to legal regulation imposed by the state, as an answer to the slow reaction of the authorities towards the technological developments and the dynamics of commercial changes. The main purpose of self regulation is ensuring a certain standard of conduct that would result in the increase in the clients' level of trust in the products and services being offered. By subscribing to a certain code, accepted by as many

---

<sup>1</sup> <http://www.rac.ro>.

companies and known by many consumers an increased level of trust in that market in ensured. At the same time, by self regulation, the industry can establish its own objectives for development and means of collaboration in order to reach the latter.<sup>1</sup>

In general, the advantages of self regulation are efficiency, flexibility, respect stimulation and reduced costs for the functioning of this system. The elaboration and adoption of the norms that comprise this system entail the allocation of a period of time much reduced in comparison with the elaboration and application of legislations. The norms established for the instrumentation of self regulation are not imposed from the outside but they involve an internal monitoring by those already familiar with them. Therefore, self regulation can be proved to be more efficient and flexible in comparison with the legislation which consumes a lot of formal procedures.<sup>2</sup>

Self regulation allows the change in the point of view regarding values and options for monitoring and application of mechanisms. At the same time, the state can supervise the fulfillment of self regulation but the costs implied by this supervision are much smaller than the actual regulation of the mass media system.

### **The Initiatives of National Self Regulation at Media Level**

In general, at editorial level, statutes are established that contain norms of professional conduct which ensure the deployment of the journalistic activity in good conditions, according to the ethics and deontology. Accordingly, these norms refer only to editorial activity, being different from the statutes of personnel or internal regulations of press companies that contain dispositions regulating the relations between all employees, irrespective of the positions they occupy. On the other hand, the norms contained by a deontological code of the journalist refer solely to the professional conduct, the role and rights of the journalist in relation with the rules of writing, protection of the sources, collecting information, independence, status abuse and correction of faults.

The elaboration of codes of conduct is the procedure of self regulation most commonly met in all states. Their special impact does not reside only in the participation of the community at the elaboration of the norms that will be subsequently adopted voluntarily by each member of the community. The great advantage of the codes of conduct is the language in which they are drafted; a language different from those of the national legislations, difficult to be interpreted at times even by the specialists.

Currently, the status of the deontological codes in Romania is introduced in the fragmented context described in the previous pages. The Romanian Professional Journalists Union has drafted the first professional code of conduct namely the Deontological Code of the Romanian Professional Journalists Union. Its content is roughly simple, unstructured, the 15 articles being exclusively dedicated to the accountability of the journalist towards the public (the respect for the truth, verified information, discrimination, presumption of innocence etc.) within the Union there is a National Journalists Council<sup>3</sup>, internal structure that defends the rigorous respect of the norms contained in the Deontological Code by all the members of the Professional Journalists Union. The institutional strength of the Professional Journalists Union is also consolidated by the motions and regulations elaborated by the Council whose breach is sanctioned.

---

<sup>1</sup> <http://www.apti.ro/Autoreglementarea%20in%20serviciile%20furnizate%20pe%20Internet%20-APTI.pdf>.

<sup>2</sup> Bert Jaap Koops et alii, *Should self-regulation be the starting point?*, ITeR, Haga, 2006.

<sup>3</sup> The statute of the Romanian Professional Journalists Union, <http://www.uzp.org.ro/docs/statut.uzp.2010.pdf>.



At the same time, the Romanian Press Club has the Deontological Code of the Journalist as trade mark, adopted since the establishment of the Club and whose provisions regarding the professional activity of the journalist are not treated with the same negligence. If the Professional Journalists Union's Code referred only to the obligations its members has, in the Code of the Romanian Press Club the focus is equally placed on the rights of its members. Therefore, in the virtue of the freedom of speech, the journalist has the right to criticize, refuse any intervention that could influence his decision, has the right to be informed when employed regarding the editorial policy of the institution and has the right to refuse any text of false presentation of the dates and facts. What the Deontological Code of the Journalists, elaborated by COM in Sinaia, 2004, brings as a novelty are the premises of the notion of public interest in the debut of the Code, together with some rights such as: the right to oppose censorship of any type, the right to refuse to attract advertising contacts or sponsorship contracts for the press institution he/she works for, the right to be defended by the press institutions he/she works for as well as by the professional association or union association that represents his/her interests, the protection of the copyrights.

The representative executive organ of the Romanian Press Club that takes note and can be referred to regarding the breaches of the norms provisioned by the Deontological Code of the Journalist is the Honorary Board<sup>1</sup>. This Board defends the profession of journalists against any aggression or interference from the state or any other forces and adopts resolutions that are mandatory for all its members. To this end the Romanian Press Club has issued an official recommendation<sup>2</sup> regarding the self regulation of the professional relations between the media owners, editors and journalists. This recommendation represents the product of the negotiations between the Romanian Press Club, the Media Monitoring Agency, Employers Association of Local Publishers in Romania, the Centre for Independent Journalism and the MediaSind Trade Union on November 15<sup>th</sup>, 2007 in order to establish a set of recommendation norms that can be applied and respected in the professional activity of the signatory parties. The norms regard the transparency of the mass media societies regarding the property and their management, the editorial policy and its application, the rights guaranteed to the journalists and editors by the media owners. The demarche of the Romanian Press Club regarding self regulation has continued through the establishment at the end on 2009, of the Media Commission, an organism without judicial personality in the virtue of the Protocol between the Romanian Press Club, the Journalists Association in Romania, commission comprising members of the Romanian Press Club and the Journalists Association in Romania. The purpose of this Media Commission is to decide, under professional aspects, upon the deontological matters that concern the mass media in Romania.<sup>3</sup>

Within the reunion in October 23-24, 2009, the Convention of the Media Organizations adopted the new Deontological Code of the Journalists which represents the result of the discussions between the main media organizations in Romania, accomplished following the unification of the deontological codes existent on the market. It was drafted after the layout of the Deontological Code of the Journalist and it distinguished itself by a consistent content, structured in 16 articles. We have to mention here the fact that the recommendations regarding the avoidance of the conflicts of interests, the submission of the declaration of interests and the definition of professional deviations of maximum seriousness are taken over from the Deontological Code of the Journalist elaborated by the Romanian Press Club. The article regarding the presents, sponsorships and other benefits brings additional aspects such as the possibility for the journalists to accept promotional and advertising materials and objects with

---

<sup>1</sup> Statute of the Romanian Press Club, <http://clubulromandepresa.ro/wp-content/uploads/2010/05/statut.pdf>.

<sup>2</sup> <http://www.pressclub.ro/publicatii/norme.pdf>.

<sup>3</sup> <http://clubulromandepresa.ro/?p=85>.

symbolic value. Regarding the right to reply, the new code refers to the term of 30 days from the issue of the journalistic product, within which the right to reply can be solicited.

Together with this first initiative of media self regulation, the Convention of Media Organizations has completed the demarche by establishing the Group for Good Journalistic Practice. The latter aims at improving the journalistic act by publicly signal and moral sanctioning for the deontological slips that journalists and media companies are responsible for and by promoting educational programs in journalistic ethics and press consumption. The existence of a Certificate for Good Journalistic Practice will condition the mass media institutions to become members of a Group for Good Journalistic Practice in order to obtain that Certificate. The principle on which obtaining and maintaining the Certificate for Good Journalistic Practice is the credibility of the information source, obtained by respecting the Single Deontological Code by the employees and collaborators of the mass media institutions.

The General Assembly of the Employers Association of Local Publishers (APEL) has actively participated at the process of unification of the ethical existent codes and has supported permanently the position of the Convention of Media Organizations to this end, by recognizing the Single Deontological Code in the meeting held on November 28<sup>th</sup>, 2009<sup>1</sup> considering this process as being absolutely necessary for the increase in the quality of the journalistic act. In order to be given national recognition, this code will be recommended for approval to the over 50 publications that are APEL members and in what concerns the mechanisms for the implementation of the Code, APEL will present constructive solutions for the development of a mechanism of professional analysis and decision.

### **Aspects on Media Self Regulation Reflected in the Activity of Romanian Journalists**

Through all these initiatives, of the media organisms to adhere to high quality journalistic standards, the process of media self regulation in Romania has opened its options.

The study made by the Press Monitoring Agency and the Center for Independent Journalism, regarding the press self regulation, underlines that half of the interviewed journalists agree to the fact that there are not people sufficiently credible to be chosen in such an organism or self regulating the domain and that would judge the breach of deontological norms. Less skeptical regarding the existence of a credible person of this kind that would lead a self regulation organism are the newspapers journalists. 70% from the people interviewed agreed to the adoption of a law for the press that would improve the quality of the journalistic act. According to the professional position of those interviewed, the journalists without leading positions declared that in a higher proportion that the heads of departments and managers. At the same time, 35% from those interviewed agree to a great extent that a law would lead to the enclosure of the press freedom.<sup>2</sup>

Starting from the results of this study, we can underline the fact that the Romanian journalists are not familiarized yet with the professional implications of such a legislative action. Here intervenes the role of the media organizations that are already involved in the process of self regulation to initiate campaigns in order to inform the citizens and their colleagues on the functioning, advantages and disadvantages of implementing this mechanism.

---

<sup>1</sup> <http://www.organizatiimedia.ro/index.php?p=2>

<sup>2</sup> Press self regulation in Romania, ActiveWatch, october 2009

In November and December 2009 the two rounds for the election of the President of Romania took place. The political fight for the occupation of the most important position in the state divided the journalists according to their political beliefs or the editorial line imposed by the owners of media corporations. The politicians made unprecedented pressures, many times directly through the media owners and the latter proved to be engaged in sustaining one or the other candidate. The media owners have imposed editorial policies and set the decisions of the obedient journalists in the first line of visibility, disposed to breach the rules of the job in order to influence the debate frame.<sup>1</sup>

These situations are frequent in every electoral year. The public's trust in journalists decreases together with their credibility because the public manipulation is obvious. In a democracy, the political and economical pressure is normal up to a certain point and the journalists have to resist them. In the center of the campaign was Traian Basescu, the winner of the elections, with a second mandate of President of Romania. Traian Basescu is known as being a politician with a conflictive history in the relation with the media being responsible for many disputes with the press from his high rank within the state. Some patrons have allied against him and have legitimated his speech as being anti moguls in the eyes of the public. Others, sustaining that they do nothing more than counterbalance the media market, have supported him point blank. The result was a campaign that revealed many of the incorrect techniques and extremely debatable ones used by the journalists. The flagrant breaches of journalistic ethics and media legislation together with the partisanship have set back the efforts for professionalization made in the past few years.<sup>2</sup>

This is a case in which the system of media self regulation should prove its efficiency. The instances of self regulation should accomplish a rigorous supervision of the journalistic activity in electoral years and many times they should take note of the electoral sideslips.

According to the OSCE report regarding the presidential elections, some private speakers especially Realitatea TV and the Antena network have adopted a hostile attitude towards the acting president reflecting the campaign in an unbalanced manner, lacking also impartiality. The tendency was obvious, especially during the news in the first round broadcasted by Antena 1 where Basescu benefited from 59% of the coverage, from which 79% in negative tone and only 4% on positive tone, indicated the OSCE monitoring. Similar situations were encountered in the case of the newspapers: Jurnalul National, from the same corporation as Antena, granted the president 83% of the space dedicated to the candidates, from which 77% with negative content and 8% positive content. The Cotidianul granted 74% out of which 83% with negative content and only 3% positive one.<sup>3</sup>

The trust of the Romanian citizens in television dropped from 70% in June 2008 at 61% during the electoral campaign in 2009 according to the euro barometer requested by the European Commission. The study asserts<sup>4</sup> that the excessive polarization of the speech and the involvement of the big press corporations in the presidential campaign seem to have led to a waste of trust for these media channels.

Also, we have to take into consideration also the fact that no organism of self regulation can be efficient unless people are informed regarding their right to complain and note the irregularities met as media consumers (regarding what they read in the newspapers, what they have seen on television or heard on the radio).<sup>5</sup> But this level of consciousness has to be touched first by the journalists. In the

---

<sup>1</sup> Press freedom in Romania, Active-Watch Press Monitoring Agency, May 3, 2010.

<sup>2</sup> Ibidem.

<sup>3</sup> Ibidem.

<sup>4</sup> OSCE Report, February 17, 2010.

<sup>5</sup> The media self-regulation Guidebook, The OSCE Representative on Freedom of the Media Miklós Haraszti, Vienna 2008.

situations in which the mass media manages an electoral campaign, the editorial freedom is being violated, poor quality media products are being promoted also the conflict and discredit are being promoted. The media consumers have reacted each time and most of the times they turned against the journalists who have abandoned the ethics for the sake of the politics. Here the system of media accountability intervenes still minimized by the journalists that do not benefit from the right to be independent and work in a media institution in which the quality of the journalistic act is being promoted.

Another significant case in the erosion of the consumers' trust in the media products is the case of the campaign for promoting the Gazeta Sporturilor Publication (GSP) in which the people from GSP sent the football managers anonymous letters with the slogan of the campaign ("We care about sports. Maybe too much") with letter cut from newspapers and the recipients, Dumitru Dragomir and Mircea Sandu have interpreted them as being death threats, fact that generated a large number of news in the press. More than that, the journalists wrote, again under the protection of anonymity, messages with washable paint on the cars of a few football players and have launched the rumor that the GSP web site has been hacked in. After the press took over the information as being real the truth regarding the events came to light: it was all framed and was organized within the "guerilla" campaign of Gazeta Sporturilor.<sup>1</sup>

In this case the message that wanted to be transmitted, a campaign against corruption in sports was affected by the wrongfully chosen procedure to promote the publication at the same time. The paper was accused to have wrongfully mixed journalism with marketing.<sup>2</sup> The role of a publication is to inform on real fact and in cases when the subjects are invented with advertising purposes and this aspect is not announced, the consumer is confused and feels betrayed fact that leads to the decrease in credibility in that publication. The effect of this campaign was not the expected one and the critics and accusations acted like a boomerang on the publication.

Therefore, the media self regulation is a way to eliminate the media products that have poor quality, contributing to maintaining the credibility of the public in the products chosen by them and implicitly in the journalists. This self control will allow the journalists to work in an honest and legal environment and their products will surely attract the credibility of the consumers. Last but not least, media self regulation will be able to offer the media organisms a certain authority in their relation with the state.<sup>3</sup>

### **Conclusions on the System of Media Self Regulation in Romania**

These initiatives of media self regulation prove to be very flexible instruments that lead to the understanding and awareness of the aspects related to the respect of some professional principles. The current context in our country is not yet favorable for the implementation of self regulation at the level of media institutions, both from a normative point of view as well as from the perspective of the notoriety of the mechanisms of self regulation already existent. The codes of conduct that have maintained their veracity should move forward to a level of popularization that is greater than the one already existent and what is more important is that this process has to be accomplished both at the level of the journalists as well as at the level of the media products consuming society.

---

<sup>1</sup> Press freedom in Romania, Active-Watch Press Monitoring Agency, May 3, 2010.

<sup>2</sup> Ibidem.

<sup>3</sup> <http://www.rac.ro/autoreglementarea-in-romania>.

What is also important is the clear delimitation of these organisms of self regulation. On one side we have the National Audiovisual Council with the purpose of supervising the audiovisual activities and on the other side we have the Media Council and Group for good journalistic practices, freshly established organisms of self regulation that cover the supervision of the other fields of the journalistic activity. All these instances have to be responsible for the interpretation of the norms of the Single Deontological Code in the actual situations triggered by reclamations and also with the establishment of reparatory measures. By using these instances to solve reclamations, the media products consumer has no costs, saving also time and financial resources necessary in case of court cases. This aspect represents a considerable advantage for the average citizen.

The feeling of belonging to a powerful journalistic group will determine the identification of common values and the development of collective professional knowledge. Therefore, the provisions of the single deontological code will have to answer to these common perceptions in order to be able to determine the solidarity of the journalists in rigorously promoting the norms it contains.

The analysis of the new deontological code would reveal many of the functional necessities of this prime mechanism of self regulation. The criminal liability of the journalists for the crimes of insult and calumny are the first problem of the great journalistic community in Romania. The necessity to transform the criminal liability in a civil one would allow the deontological norms to intervene along with the competent instances in order to apply them.

For the analysis of the impact of self regulation on the professional activity of the journalists is important that we take into account the perception and attitude of the consumer in assessing their degree of trust in the media products. This is very important because the process of self regulation must not represent the result of state pressure and the initiative must be founded on the need to create quality media products and increase the degree of accountability from the journalists' side in their professional conduct.

## Bibliography

- Căţineanu, T. (2008). *Deontologia mass-media/ Mass Media Deontology*. Bucharest: University Publishing House in Bucharest.
- Coman, M. (2007). *Introducere în sistemul mass media/Introduction on mass media system*. Iasi: Polirom.
- Deaver, F. (2004). *Etica în mass media/ Mass Media Ethics*. Bucharest: Silex.
- Dominick, J. (2009). *Ipostazele comunicării de masă. Media în era digitală/The hypostasis of mass communication. The media in the digital era*. Bucharest: Comunicare.ro.
- Runcan, M. (1998). *Introducere în etica și legislația presei/Introduction in press ethics and legislation*. Bucharest: All Educațional.



THE 6<sup>TH</sup> EDITION OF THE INTERNATIONAL CONFERENCE  
EUROPEAN INTEGRATION  
REALITIES AND PERSPECTIVES

**At the Head of Theoretical Disciplines,  
Rhetoric Besieges Advertising**

Costin Popescu

*Bucharest University - Faculty of Journalism and Communication Sciences, costinpopescu@rdslink.ro*

**Abstract:** Advertising is a field of human activity whose components are studied by numerous disciplines. There is a risk, then, to see the theoretical interest for this field crumble; in order to acquire a general view of it, we need – above researches conducted with the support of conceptual apparatuses of disciplines as sociology, mythology, psychology, ethology, visual communication, etc. – unifying points of view, offered by formal disciplines as rhetoric, semiotics, etc. The study of specific advertising messages will help us catch a glimpse of both proportions and stakes of the matter; leading the interdisciplinary approach, rhetoric can hope to “tame” the complexity of the advertising discourse.

**Keywords:** advertising; visual communication; interdisciplinary research

*A Hera*

Il y a assez d’années, il me semblait que, lors de leurs débuts, les recherches interdisciplinaires en quête d’(auto)validations les découvraient avec un vague soupçon de culpabilité dans la complexité des champs d’investigation: car les recherches n’avaient pas l’aspect d’un monolithe théorique inattaquable, il était possible de leur découvrir des fissures qui les discréditaient.

Entre temps, nous nous sommes accoutumés et à la complexité des domaines de recherche, et à la complexité des méthodes destinées à éclaircir leurs organisation et fonctionnement (« Aujourd’hui, l’attitude la plus rentable en linguistique, ce n’est pas l’ascétisme héroïque, mais une audacieuse ouverture aux disciplines apparentées. » (Kerbrat-Orecchioni, 2002, p. 11)). Au fond, il n’y a pas que le parcours du savoir scientifique qui a été – et l’est – difficile, la connaissance artistique le prouve. Le beau même a été redéfini: d’un tout dont les parties sont interdépendantes, harmonieusement intégrées, il est devenu « rencontre fortuite d’un parapluie et d’une machine à coudre sur une table de dissection » (Lautréamont). Pour Theodor W. Adorno, du moule symphonique, de la forme dynamique de la symphonie, c’est-à-dire de l’élaboration antiphonique des motifs et du développement thématique, il n’est resté, déjà depuis Tchaïkovski ou Dvořák, par exemple, qu’« pot-pourri de mélodies arbitrairement liées » (Adorno, 2003, p. 72).

L’hypothèse d’une lente dés-intégration, d’un côté, des produits spirituels / culturels de l’homme, de l’autre, des instruments qu’utilise la réflexion sur ces produits, semble confirmée à l’intérieur d’un champ qui depuis pas mal de temps jouit de l’enthousiasme des chercheurs: la communication. Ce champ est étudié dans des *études de communication* par les *sciences de la communication*. Il paraît très difficile de produire une liste stable, fermée de ces dernières; plus la méditation sur les

phénomènes du champ se prolongerait, plus la liste serait longue (et incertaine) (ce qui inévitablement invite à des réflexions sur les frontières des disciplines concernées et, partant, ...)

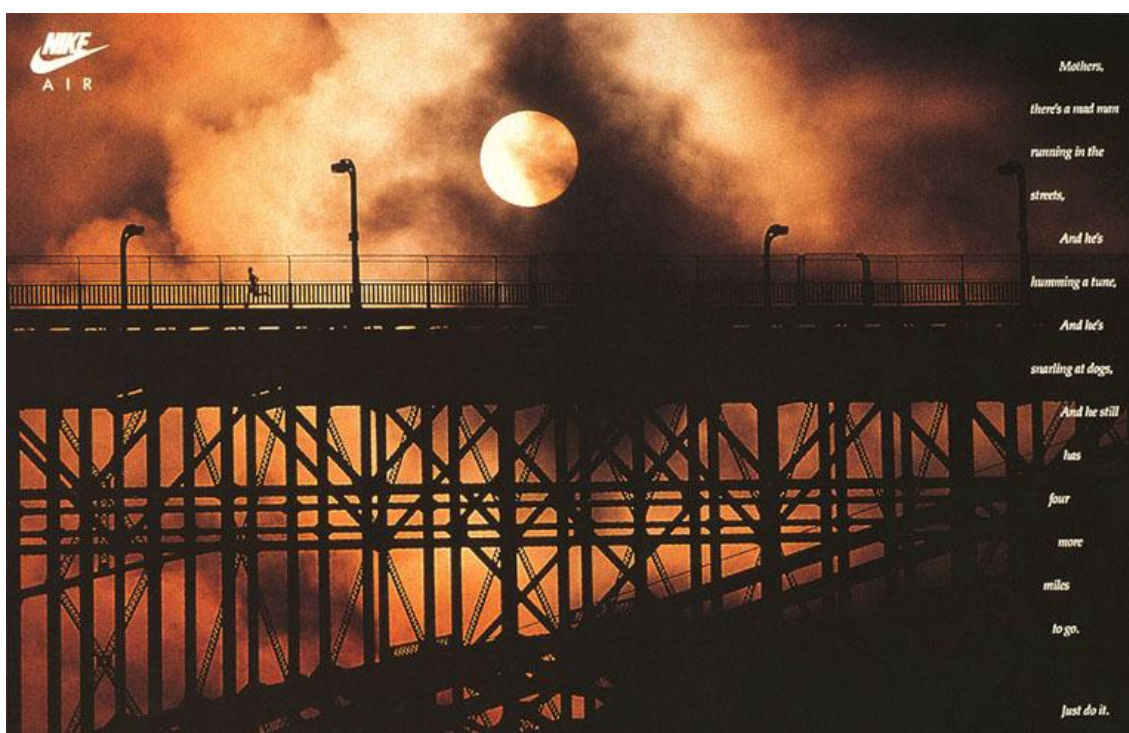
Ce n'est cependant pas à des clarifications épistémologiques que cette recherche est consacrée. Je me propose de montrer – partant de l'idée qu'une certaine perspective sur un champ de la praxis humaine détermine tant le groupe de disciplines destinées à l'étudier, que les rapports entre ces disciplines dans le cadre de la recherche – que la compréhension de la publicité peut beaucoup gagner d'une interdisciplinarité dont la discipline dirigeante serait la rhétorique. Qui plus est, peut-être, que l'entente de la publicité *impose* des recherches interdisciplinaires et que, dans ce cadre, la rhétorique occupe une position privilégiée.

Voici le texte d'une publicité pour *Nike*:

*Mothers, there's a mad man running in the streets. And he's humming a tune. And he's snarling at dogs. And he still has four more miles to go.*

*Just do it.*

(Mères, il y a un fou qui court dans les rues. Et il fredonne une chanson. Et il grogne après les chiens. Et il a encore quatre miles à parcourir. Vas-y.)



Vu l'intérêt susmentionné, lorsque j'examine la contribution méthodologique et interprétative d'une discipline à l'intelligence de la réclame, je ne m'arrêterai pas à des possibles voies de recherche à l'intérieur de la discipline en question (comme les chercheurs font souvent pour justifier le choix d'une méthodologie considérée comme la plus efficace parmi tant d'autres). J'aurai recours aux échafaudages conceptuels et méthodologiques présentés par Catherine Kerbrat-Orecchioni (linguistique du discours), Chaïm Perelman et Lucie Olbrechts-Tyteca (théorie de l'argumentation), Groupe  $\mu$  (sémiotique visuelle). L'intégration des résultats des diverses analyses est rhétorique.

Si « toute séquence discursive porte la marque de son énonciateur, mais selon des modes et des degrés divers » (Kerbrat-Orecchioni, 2002, p. 174), l'identification de ces marques peut nous aider à définir l'énonciateur et, partant, à préciser son idéologie, éventuellement à l'adopter.

Le texte commence par un vocatif, se termine par un impératif. Seraient-ils formulés par un seul énonciateur ou par deux? *Mère* a un corrélatif: *enfant*; dans la relation entre mère et enfant, la mère apporte soin et protection. *Just do it (Vas-y)* est un injonctif qui peut venir d'une solidarité. Comment solidarité avec les mères et solidarité avec les coureurs s'accordent-elles?

Il n'est pas difficile d'identifier l'énonciateur derrière le nom *fou*, qualification qui a un côté affectif et un côté évaluatif. Le fou est présenté comme menaçant: les mères doivent mettre leurs enfants à l'abri. Comment reconnaître la folie du fou? Il court dans les rues sans raison apparente, il fredonne une chanson, il grogne après les chiens... A mentionner que les réclames utilisent souvent un procédé syntactique pour aider leurs destinataires à voir des équivalences: dans le même moule syntactique qu'actualisent des propositions successives, les éléments variables doivent être considérés comme équivalents. Voici deux exemples (équivalences en italiques): a) « Tu veux de la *pureté 100 %*. Tu veux *Dorna*. » b) « Elle (montre Patek Philippe – C.P.) est faite *différemment*. Elle est faite *avec une adresse et une technique que les autres ont perdues ou oubliées*. Elle est faite *avec une attention pour chaque détail que très peu observeraient*. Elle est faite, il faut l'admettre, *avec une totale indifférence à l'égard du temps*. » Le procédé différencie le produit des produits concurrents. Courir (sans raison apparente) dans les rues, fredonner une chanson, grogner après les chiens sont tous des indices de folie. Le coureur ne ressemble pas à la plupart des humains. La qualification de celui qui court (fou) conserve vivant pour le destinataire le besoin de définir l'énonciateur.

Ce dernier emploi des propositions courtes, coordonnées par la conjonction *and (et)*. La coordination des propositions est un indice du style oral. Qui plus est, c'est un indice de l'urgence des actions de protection que doivent entreprendre les mères.

Cette urgence a encore un indice: l'utilisation de l'aspect continu du présent. Il semble que l'énonciateur parle *pendant que* la course se déroule: que les mères se pressent! Mais l'utilisation du présent continu peut être considérée comme manifestation d'une énallage temporelle: la valeur avec laquelle est employée la forme verbale est différente de sa valeur usuelle (le présent *dans une suite chronologique*); on y reconnaît le fameux présent de la narration qui augmente le dramatisme de celle-ci.

J'ai indiqué les traces de la présence de l'énonciateur dans son texte (vocatif et impératif; nom *fou* aux valeurs affective et évaluative; propositions à syntaxe simple coordonnées par conjonction; verbes au présent continu dans les propositions coordonnées) dans l'ordre décroissant de la facilité avec laquelle on peut les reconnaître. Ces traces devraient nous aider à répondre à la question jusqu'ici sans réponse: le vocatif et l'impératif sont dits par le même locuteur ou par deux?

L'appareil conceptuel de la théorie de l'argumentation nous aide à avancer dans l'interprétation et la compréhension du message. L'énonciateur s'associe-t-il au groupe des mères, lui-même partie du groupe des gens normaux (/ fous), ou au groupe des fous? Les valeurs de quel groupe – différentes, et dont la différence augmente si l'enjeu, c'est des enfants – partage-t-il?

La rhétorique publicitaire emploie constamment l'argument des rapports entre un groupe et ses membres, parfois utilisé avec ingéniosité. Voici un fragment du texte d'une publicité pour *TWA*, compagnie de transport aérien: «Chez *TWA*, un groupe d'hommes et femmes gagnent leur vie en volant sur les avions de la compagnie. Leur travail? Nous dire ce que signifie être le passager de



TWA. Et bien que cet emploi soit considéré comme un des plus importants dans la compagnie, des raisons évidentes font que très peu de gens connaissent les membres du groupe. Ils paient pour le vol *comme tous les autres voyageurs*. Ils se soumettent aux contrôles *comme tous les autres voyageurs*. Et, une fois embarqués, ils sont traités *comme tous les autres voyageurs*. En fait, *la seule chose qui les différencie de tous les autres voyageurs*, c'est que, tout au long du voyage, ils prennent des notes (sur la qualité des services fournis au bord de l'avion – C.P.) » Le groupe des contrôleurs de qualité n'appartient pas au groupe des voyageurs, mais au groupe des employés de TWA, dont le président « considère que bien conduire une compagnie aérienne signifie en premier lieu tenir compte des opinions des voyageurs ». On reconnaît dans cette argumentation, aux côtés de l'argument des rapports entre un groupe et ses membres, l'argument par sacrifice: « L'un des arguments de comparaison le plus fréquemment utilisés est celui qui fait état du sacrifice que l'on est disposé à subir pour obtenir un certain résultat. » (Perelman & Olbrechts-Tyteca, 1983, p. 334)

Notre coureur a *encore* quatre miles à parcourir. On peut considérer cet adverbe comme l'indice d'un plan. Quel plan? Supposons que le coureur vise une amélioration: il deviendra plus résistant du point de vue physique, sa condition physique toujours meilleure lui facilitera une bonne forme intellectuelle, une pensée dynamique, etc. Les arguments de dépassement « insistent sur la possibilité d'aller toujours plus loin dans un certain sens, sans que l'on entrevoie une limite dans cette direction, et cela avec un accroissement continu de la valeur » engagée (Perelman & Olbrechts-Tyteca, 1983, p. 387). Perelman et Olbrechts-Tyteca montrent que pour Calvin «jamais on n'exagère dans la direction qui attribue toute gloire, toute vertu à Dieu » (1983, p. 387).

Enfin, pour une correcte compréhension du message il nous faut considérer le possible besoin de (re)définir un des termes déployés. En l'occurrence, il s'agit de *fou*. J'esquisse un cadre théorique où cette redéfinition pourrait avoir lieu: « Si une définition est une énonciation qui dévoile l'essence de la chose, et si les attributs réunis dans la définition sont les seuls qui puissent être énoncés sur l'essence de la chose, et si, finalement, seuls les genres et les différences sont énoncés sur l'essence de la chose, alors il est évident que, acceptant dans l'énonciation sur une chose seulement des attributs essentiels, l'énonciation qui réunit ces attributs est nécessairement sa définition. Car il ne peut exister une autre définition, vu que rien d'autre n'est énoncé sur l'essence d'une chose. » (Aristote, 1998, p. 493) « Le caractère argumentatif des définitions apparaît nettement quand on se trouve en présence de définitions variées d'un même terme d'un langage naturel (...) En effet, ces définitions multiples constituent soit des éléments successifs d'une définition descriptive – mais alors l'utilisateur d'un terme doit faire son choix parmi elles –, soit des définitions descriptives opposées et incomplètes, des définitions normatives ou de condensation qui sont incompatibles. » (Perelman, Olbrechts-Tyteca, 1983, p. 286)

Comment définir le fou, la folie? *Mad* est une personne qui ou bien souffre de sévères troubles mentaux, ou bien a un comportement extravagant, anormal, hors du commun. La première voie de définition est exclue; vu les risques sociaux, des institutions spécialisées sont habilitées à séparer les fous des sains et à leur assurer de l'assistance. *Mad* est donc plutôt un individu dont le comportement s'écarte de la norme. La norme demande de ne pas courir sans raison apparente dans les rues, de ne pas grogner après les chiens, de... (car conformément à un autre argument – le rapport entre la personne et ses actes –, d'un individu qui enfreint telle ou telle norme on attend la transgression de tant d'autres). D'autre côté, si l'on voit dans le coureur une personnification de la tenacité, de la volonté, de l'ambition de devenir toujours meilleur, etc., alors sa folie est fautive, elle est en fait l'expression d'un effort d'automodelage dont l'effet, toujours plus diversement et plus fortement manifesté, signifie l'humanité même de l'homme. En faisant de telles dissociations, on reconsidère

chacun des deux termes de l'opposition sain / fou (Perelman, Olbrechts-Tyteca, 1983, p. 550-609, chapitre „La dissociation des notions“). En fait, les mères devraient présenter à leurs enfants le coureur comme modèle à suivre, et non pas écarter leur progéniture de lui.

Revenons à la question encore sans réponse: le vocatif et l'impératif sont dus à un seul énonciateur ou à deux? S'il s'agissait de deux, une polarisation axiologique existerait entre eux. S'il ne s'en agissait que d'un seul, la première partie de l'énoncé, jusqu'à *Just do it*, serait ironique: « l'ironie se caractérise (...) par deux propriétés dont l'une peut être considérée comme étant de nature pragmatique (ironiser, c'est se moquer d'une „cible“), et l'autre de nature sémantique (ironiser, c'est dire le contraire de ce que l'on veut laisser entendre). » (Kerbrat-Orecchioni, 2002, p. 218) L'option pour un seul énonciateur place celui-ci dans un groupe dont fait partie le coureur également.

Qui est *he*, le coureur, dans le texte de la publicité pour *Nike*? Les pronoms de la troisième personne sont ou anaphoriques (représentants d'un antécédent linguistique), ou déictiques (ils ne dénotent pas une entité précise et stable, celle-ci change d'une situation de communication à l'autre). Pour Jean-Claude Milner, « certains éléments (lexicaux – C.P.) comme les pronoms personnels ont un référent définissable dans des énoncés particuliers, mais qui est en fait entièrement dépendant de ceux-ci; dès que l'énoncé change, les conditions de définition de la référence changent aussi » (Kerbrat-Orecchioni, 2002, p. 166). Dans le cas de *he*, le manque d'« autonomie référentielle » (Milner) sert les intérêts rhétoriques de la réclame: la situation de communication invite plus facilement le destinataire à attribuer une telle autonomie au déictique *he*, c'est-à-dire à s'identifier au coureur (on verra, non seulement le texte, mais l'image aussi fait la même invitation).

L'image est un paysage urbain. L'idée généralement acceptée conformément à laquelle, pour ce qui est de l'interprétation des champs visuels, le couple forme / fond joue un rôle de grande importance dans la ségrégation (voir, parmi tant de noms, Groupe  $\mu$ , 1992: 67; Rudolf Arnheim, 1997: 96-161, chapitre « Form ») nous fait chercher la manière dont le couple en cause s'actualise dans la publicité pour *Nike*. Pour le Groupe  $\mu$ , « toute forme peut être définie par trois paramètres : la dimension, la position, et l'orientation. Ces paramètres peuvent prendre chacun un grand nombre de valeurs » sur des axes très différents – central / périphérique, centripète / centrifuge, vertical / horizontal, etc.etc. etc., qui se soutiennent et s'inhibent mutuellement –, axes représentant des projections « de nos structures perceptives, celles-ci étant à leur tour déterminées par nos organes et par leur exercice (lequel est physiologiquement, mais aussi culturellement, déterminé). » (Groupe  $\mu$ , 1992, p. 211)

Eh bien, faire cette première distinction (forme / fond), ce n'est pas très facile. Le tablier d'un pont coupe l'image un peu au-dessus de l'axe horizontal; au-dessous, un réseau de poteaux et barres métalliques parallèles et perpendiculaires et, obliquement, un fragment d'un autre tablier; au-dessus, de gros nuages et un soleil dévoré par de la fumée noire. Sur le pont, courant de droite à gauche, le seul être: *he*, notre homme. La *dimension* de la forme- coureur doit être d'une façon quelconque mise en rapport avec le fond, très ample. Peut-être faut-il, lorsque nous considérons la *position*, donner à la forme un premier fond (la zone de plus grande luminance des nuages jaunes; il y a trois zones pareilles, a) à droite du soleil, b) à gauche du soleil, c) sous le tablier du pont, mais la plus éclairée et la plus grande est la zone sur laquelle se détache le coureur) et intégrer ensuite la nouvelle forme (coureur + nuages jaunes) à un fond plus ample, la photo même? Car « la figure est orientée par rapport aux deux repères que sont le foyer et le fond » (le foyer est « le lieu géométrique de la perception, point nodal d'un système d'axes » qui, on l'a déjà vu, est la projection de nos structures perceptives) (Groupe  $\mu$ , 1992, p. 213-216).

L'image, combien de foyers a-t-elle? Deux, le premier occupé par une forme stable – le soleil –, le second occupé par une forme dynamique – le coureur. La distance relative dans le champ entre les deux formes est suffisamment grande pour alimenter une forte tension. L'homme court vers le bord de l'image, « la limite du fond tend à repousser toute forme se détachant sur le fond et par conséquent à la centrer » (Groupe  $\mu$ , 1992: 218). Nous comprenons que le coureur est serré comme dans un étau entre le soleil noir (mais certainement pas de la mélancolie) et la limite de la photographie. D'un autre côté, n'oublions pas que le coureur se déplace vers la gauche; « si (...) nous voyons un cavalier traverser la peinture de droite à gauche, il semble rencontrer plus de résistance, fournir plus d'effort » (Arnheim, 1997, p. 35; la façon dont nous percevons la qualité de la direction semble déterminé en premier lieu par les mécanismes perceptifs).

Une immobilité menaçante définit le paysage. Même la fumée semble figée; en excès, l'immobilité relève un potentiel agressif, ou tout au moins inquiétant. La « désertité » l'accentue (un seul être vivant, qui court). Un autre être aurait réduit la tension, ou bien en lui donnant une direction (coureur *vs* autre être), ou bien en soutenant le pôle faible de la tension proposée (deux coureurs *vs* éléments naturels et paysage citadin hostiles). Comme ça, le coureur est exposé à une menace diffuse, à laquelle il ne cède cependant pas (l'homme n'est pas serré seulement entre le soleil et la limite de la photo – on peut supposer qu'il ne va pas trouver un environnement plus amical au-delà de cette limite –, mais aussi entre les lignes intersectées de sous le tablier et les nébulosités qui le surplombent).

La gamme chromatique est appauvrie (et, partant, dramatisée) par le *contre-jour*; le même contre-jour, et avec lui le fond très ample, réduit la forme humaine à une *silhouette*. La silhouette, dont la définition et le fonctionnement incombent à la rhétorique iconique (Groupe  $\mu$ , 1992, p. 304 (elle est un produit – figure par insubordination – de la rhétorique du type), 180), soutient par sa relativement faible capacité de différenciation un processus d'identification auquel le destinataire de la réclame est invité.

Une meilleure compréhension des significations que véhicule une certaine organisation des champs visuels peut venir de l'imagination d'autres organisations. Pensons donc à une image qui surprend un coureur sur un pont: le coureur se dirige vers la caméra; il n'y a pas d'autre personne sur le pont; au-dessus, le soleil est enveloppé dans des nuages noirs; à gauche et à droite du parapet, un réseau de poteaux et de barres, etc. Le coureur, à quelle distance de la caméra se trouve-t-il? La proximité permet au contemplateur de saisir assez de détails: le degré d'iconicité de la forme augmente (Groupe  $\mu$ , 1992, p. 177, 179-182 („échelle d'iconicité“)); laisser de l'ombre sur le visage de l'homme pour masquer son identité et pour faciliter l'identification est un procédé commun, facile à ressentir comme banal, donc facile à repousser; on peut éventuellement admettre que la valeur symbolique de la forme-coureur diminue elle aussi (un symbole suppose la neutralisation de certains éléments iconiques, etc.) Mais le principal écueil pour cette mise en scène est lié à la considérable diminution du sentiment de lutte contre les adversités, ce qui diminue l'importance de la force de caractère. La forme-coureur a une *dimension* qui lui garantit trop facilement le succès... Le coureur sur le pont peut se trouver à une grande distance de la caméra, peut être réduit à la silhouette; la lutte contre les adversités retrouve son dramatisme, mais pas complètement, car le coureur se dirige vers le contemplateur, il a déjà un appui, un allié. Nous avons éliminé la « désertité ».

Evidemment, cette lecture dans une des clés de la sémiotique visuelle (la clé du Groupe  $\mu$ ) est incomplète. Mon but n'est cependant pas d'expliquer l'organisation du champ visuel d'une publicité (pour *Nike*), mais de suggérer la capacité de la sémiotique de servir un effort interdisciplinaire.

Voyons maintenant quel est le rapport entre les composantes linguistique et visuelle de l'énoncé. Les réclames essaient d'intégrer deux types de langage, linguistique et visuel. Il suffit de refléter, quelque peu, à la tradition de chacun, aux évolutions qu'a connues la manifestation la plus haute de chacun – littérature, arts plastiques – pour au moins soupçonner les difficultés guettant à tout pas leur harmonisation. De cette caractéristique (les réclames combinent des éléments qui appartiennent à des langages différents) est liée une autre, tout aussi importante: les significations des messages publicitaires s'ordonnent sur deux niveaux, a) le niveau de chaque composante (titre, image, texte, logo, slogan), b) le niveau des rapports entre ces composantes (Popescu, 2005, p. 46-62). Dans la réclame pour *Nike*, le texte et l'image publicitaires disent *la même idée* (il va sans dire, les répétitions nuancent l'idée, mais sans que ces altérations la transforment en une autre): le coureur a à combattre diverses manifestations de l'adversité (l'opinion commune, les forces de la nature). Admettons que rien ne puisse (peut?) l'arrêter, que rien ne puisse (peut?) le décourager. Serait-elle une distance trop grande à parcourir, la distance entre cette conclusion et l'idée que *Nike* ne vend pas des chaussures de sport, mais de la *force de caractère*? (La publicité lie, depuis toujours dirait-on, des produits à des valeurs – voir, parmi des classiques, Ewen, 2001, p. 44-48, Cathelat, 2001, p. 179-199, « A la recherche d'une „image-de-soi“ ».)

Dans son acception moderne, la rhétorique veut décrire les effets de tous les types de textes et établir les connexions entre ces effets et les caractéristiques structurales des types respectifs (Plett, 1981, p. 143). J'ai déjà évoqué quelques-unes des caractéristiques des textes publicitaires: l'intégration d'éléments qui appartiennent à des types différents de langages, la disposition des significations sur deux niveaux, l'utilisation des produits comme symboles de valeurs (les caractéristiques structurales du discours publicitaire méritent une discussion à part). Quant aux effets que soutiennent ces caractéristiques structurales, ils sont faciles à reconnaître, ils reviennent constamment: un effet est lié à l'acquisition du produit vanté, donc au versement d'un certain montant sur les comptes du producteur (et le producteur, pour séparer l'acheteur du véritable intérêt de la publicité, prend soin d'envelopper les produits dans des halos symboliques, tout comme les mères administrent à leurs enfants des médicaments amers à l'aide de cuillerées sucrées), un autre est lié à l'internalisation d'une attitude conformément à laquelle la consistance de la vie et le sentiment de plénitude que cette consistance alimente dépendent des permanentes appropriation et destruction de produits. La rhétorique est la plus censée examiner l'inébranlable orientation de la praxis publicitaire: instiller à chaque individu qu'il n'a pas à (se) justifier sa propre existence (« je suis dans ce monde comme humain qui croit à l'importance des principes moraux, à la beauté de la matière vivante, etc.etc.etc. »), si la justification lui vient – et commodément – des produits.

Nous avons déjà vu, avec Heinrich F. Plett, des traits appelons-les épistémiques qui font de la rhétorique une science à même de diriger des recherches interdisciplinaires. Les *formes* (éléments de ses méthodologies) par l'intermédiaire desquelles, dans divers champs de la praxis, elle cherche des *formes* (schèmes, patterns destinés à organiser et diriger des contenus de diversité infinie) lui assurent, par leur permanente réélaboration, la plasticité épistémique nécessaire à une science-pilote. Peut-être ne devrait-on pas être surpris que, discipline scientifique, la rhétorique ressemble aux échecs. Et peut-être la récompense d'un riche savoir (et, donc, de bonnes recherches) équivaut-elle à celle demandée par le sage qui a inventé le jeu: un grain de blé pour la première case, deux grains pour la seconde, quatre pour la troisième, huit pour la quatrième, etc.

Quant aux réclames, on peut les comparer (voici une opération rhétorique, tout aussi rhétorique que la susmentionnée caractérisation de la publicité) ou bien à d'ensorcelants chants de sirène, ou bien à d'éclatantes perles de verre – ces perles que les Européens troquaient sur d'autres continents contre de

l'or et des pierres précieuses. La rhétorique nous montre nettement *la direction* des investissements de sens destinés à nous charmer, à nous éblouir. Pas seulement la direction, mais aussi – en demandant de l'aide à d'autres disciplines – les *modes de constitution* des sens à investir. Percevoir comment ces sens se constituent et s'orientent, c'est plus que jouer à des jeux intellectuels, c'est, souvent, donner de la consistance à la vie.

## Références

- Adorno, Theodor W. (2003). *The cultural industry*. London: Routledge.
- Aristotel (1998). *Organon II (Topica/Topics)*. Bucharest: IRI.
- Arnheim, Rudolf (1997). *Art and visual perception*. Berkeley: University of California Press.
- Cathelat, Bernard (2001). *Publicité et société/Advertising and society*. Paris: Payot.
- Ewen, Stuart (2001). *Captains of consciousness*. New York: Basic Books.
- Groupe µ, 1992, *Traité du signe visuel. Pour une rhétorique de l'image/Treaty on the visual sign. For rhetoric of the image*. Paris: Seuil.
- Kerbrat-Orecchioni, Catherine (2002). *L'énonciation/Enunciation*. Paris: Armand Colin.
- Perelman, Chaim & Olbrechts-Tyteca, Lucie (1983). *Traité de l'argumentation. La nouvelle rhétorique/The new rhetoric. Treatise on argumentation*. Bruxelles: Editions de l'Université de Bruxelles.
- Plett, Heinrich F. (1981). *Rhétorique et stylistique/Rhetoric and stylistics*. In A. Kibédi Varga (ed.), *Théorie de la littérature/Theory of literature*. Paris: Picard.
- Popescu, Costin (2005). *Publicitatea, o estetică a persuasiunii/Advertising, aesthetics of persuasion*. Bucharest: Editura Bucharest University.



THE 6<sup>TH</sup> EDITION OF THE INTERNATIONAL CONFERENCE  
EUROPEAN INTEGRATION  
REALITIES AND PERSPECTIVES

**State of the Art of Information  
and Communication Science in France**

Jean-Luc Michel

*Jean Monnet University, Saint Etienne, France, jean.luc.michel@me.com*

**Abstract:** The great Theories from Robert Escarpit and Abraham Moles in the 70' have not successors. Between Global and local approaches Information and Communication science are very fragmented in France. They try to built models in their own environment but not in a global perspective. Systemic theory is not well known but some researches are oriented in this vision. The speech will explain the structuring of Information and Communication science and show their paradigms and some of their leaders into an epistemological approach.

**Keywords:** information; communication; systemic theory

### **Les racines**

Les SIC (sciences de l'information et de la communication) sont apparues en France avec un personnage initiateur, à la fois chercheur, romancier, billettiste au quotidien *Le Monde* et très engagé politiquement (au Parti communiste français): Robert Escarpit. C'est lui qui a fondé la discipline au plan scientifique, mais aussi au plan institutionnel et académique. La posture épistémologique française demeure encore largement influencée par son œuvre, en particulier le refus de séparer l'information et la communication. Selon une métaphore qu'il a souvent filée, ces deux notions sont comme le carburant et le moteur: tellement liées l'une à l'autre qu'elles doivent être considérées en continuité absolue, comme une sorte de continuum.

Partie de quelques pionniers dans les années 70, la communauté des chercheurs en SIC a dépassé les 600 personnes réparties dans une centaine de lieux d'exercices, essentiellement les universités, quelques écoles et le CNRS (Centre national de la recherche scientifique) ou les structures qui lui sont associées.

### **Les grands théoriciens**

Si Robert Escarpit est sans conteste l'initiateur des SIC en France, le chercheur le plus fécond, celui dont l'œuvre apparaît avec le recul comme étant la plus monumentale et la plus durable est sûrement Abraham Moles dont les travaux s'étendent de la fin des années 50 aux années 90. Sa première thèse consacrée à l'électro-acoustique est suivie quelques années plus tard d'une seconde thèse en sciences humaines et sociales qui ouvre la voie à ses recherches ultérieures. Esprit libre, indépendant, non inscrit dans la vulgate marxiste dans laquelle se trouvait plongée presque toute l'université française

de l'époque, Moles n'a jamais placé ses travaux sous un angle politique ou social. C'est une des raisons pour lesquelles il n'est pas reconnu à sa juste valeur en France alors que ses ouvrages sont toujours traduits dans de nombreuses langues.

Un peu comme la grande école américaine de la communication se trouve dans une phase d'attente après les travaux fondateurs de Katz, Lazarsfeld, MacCombs, Thayer, et pour l'interactionnisme par Bateson, Goffman, Birdwhistle, Watzlawick, les SIC françaises attendent leurs nouveaux Escarpit ou Moles. Mais le contexte ayant changé, l'attente risque d'être longue.

## **Le développement des SIC**

Comme en physique fondamentale après la Relativité et les mécaniques ondulatoire et quantique, la difficulté de construire des théories « unitaires » - et « réfutables » au sens de Karl Popper apparaît si grande qu'aucun grand système n'émerge. Et les grandes interrogations épistémologiques resurgissent: peut-on encore aujourd'hui construire des théories générales ? Pour les SIC françaises, la réponse est assez clairement négative depuis les années 80/90. D'où l'éclatement des recherches dans des directions en diversification croissante.

Cette problématique épistémologique a été dépassée par un nouveau positionnement, élaboré sur plusieurs années jusqu'à devenir quasiment officiel dans les instances représentatives de la recherche française: un statut revendiqué *d'interdiscipline*.

Celle-ci, comme le montrent certains chercheurs, finit par poser problème en diluant les SIC dans une nébuleuse d'approches empiriques, peu ou pas formalisées, abandonnant progressivement tout cadre modélisateur pour se contenter de descriptions locales, le plus souvent inscrites dans une socio-critique des institutions. Dès lors, la conjonction d'une absence de cadres théoriques généraux, la montée en puissance de la complexité communicationnelle, le désir de s'ancrer sur des recherches localisées et empiriques ainsi que des modes de financement et d'évaluation orientés sur le court terme ont entraîné un éclatement des travaux en une multitude de péninsules plus ou moins liées les unes aux autres.

C'est cette cartographie de la recherche française actuelle qui va être dressée dans cet article. Pour faciliter la compréhension, la représentation en système solaire va être employée. Au centre du système, le soleil des références théoriques anciennes ou plus récentes, et sur des orbites de plus en plus éloignées, une série de planètes symbolisant les principales séries d'approches. La taille de chacune d'entre elles correspondant à peu près à leur force relative dans l'ensemble des SIC.

## **Les travaux théoriques**

Comme indiqué en ouverture, depuis la disparition de Moles et d'Escarpit, il n'y a plus de théoricien généraliste de grande envergure en France. Une fragmentation s'est opérée avec la tentative d'Alex Mucchielli de construire une théorie systémique de la communication, renouvelée au fil de ses ouvrages et articles, de Yves Winkin (d'origine belge), de fonder une approche anthropologique, ou encore du couple Mattelart (Armand et Michèle) de chercher à reconstruire un cadre post marxiste à l'analyse des flux informationnels. Quelques théoriciens, assez isolés, comme le signataire de ces lignes ont proposé et défendent toujours un modèle basé sur l'identification et la distanciation, un peu dans la lignée d'Edgar Morin. Un des paradoxes de cette situation de faible théorisation tient au fait qu'il faut aller chercher ailleurs quelques concepts structurants ou opératoires (au sens de Bridgman). C'est ainsi que selon ses besoins ou sa curiosité intellectuelle, on pourra glaner des outils et des

méthodes chez Edgar Morin, déjà nommé, Jean-Louis Le Moigne, le principal spécialiste français de la théorie systémique, ou encore plus loin chez René Thom et sa théorie des catastrophes (élaborée avec D. Zeeman) ou Francisco Varela et ses puissants concepts d'autopoïèse ou de clôture opérationnelle.

### **Les sémiologues**

On y trouve à la fois des grands classiques comme Roland Barthes ou Christian Metz, mais énormément de courants de plus en plus en plus spécialisés, par exemple, la sémiologie du trucage (Pierre Fresnault-Desruelles), celle de l'affiche politique (Jean-Paul Gourevitch), du luxe (Marie-Claude Vettrano-Soulard), de la bande dessinée (Alain Bergala), etc. Le schéma montre que leur astéroïde demeure éloignée du centre afin de bien rappeler que certains d'entre eux se rattachent à la linguistique, en l'occurrence bien distincte des SIC, tandis que d'autres revendiquent fortement leur positionnement en SIC.

### **Les spécialistes de la réception médiatique, de l'induction et du non verbal**

Peu nombreux, un temps rassemblés à l'université de Bordeaux 3 (ou Escarpit passa toute sa carrière universitaire en y créant les premières formations en France), ces chercheurs se rapprochent de la psychologie, parfois même de la psychanalyse. Ils étudient les phénomènes de réception indépendamment des codes linguistiques et des conditions sociales et économiques de leur émission. On y retrouve Alex Mucchielli qui est bien placé pour traiter des univers multivariés et des interactions complexes, mais aussi Hugues Hotier, grand spécialiste de l'induction... et clown professionnel... ainsi qu'en Belgique, Marc Lits et son ORM (Observatoire du récit médiatique), une partie des travaux d'Yves Winkin quand il présentait l'école interactionniste américaine au public français (*La Nouvelle communication*). Ce courant rassemble d'autres chercheurs assez isolés, par exemple les ex et rares spécialistes des effets médiatiques, au premier rang desquels Divina Frau-Meigs et sa magistrale étude sur la violence télévisuelle. Une école d'analyse de la réception purement télévisuelle s'est développée dans l'Est de la France avec Noel Nel, spécialiste du débat télévisuel et de sa propension à adoucir les contrastes politiques ou encore Dominique Mehl qui a étudié la télévision de l'intimité telle qu'elle se dévoile sur beaucoup de chaînes dans le monde. Ce courant a du mal à se développer car il heurte peut être trop les présupposés déterministes de nombre de chercheurs. Il faut comprendre qu'en France les études sur les effets télévisuels heurtent frontalement le lobby des créateurs. Si la recherche démontre qu'il existe bien des effets réels sur le public, par exemple de la violence, ils craignent qu'une certaine forme de censure ou d'autocensure ne s'établisse, les privant de leur liberté de création. Associée à l'absence de programmation sur le long terme, c'est une des raisons du manque flagrant de recherche sur les effets médiatiques et du désintérêt pour les rares tentatives de modélisation. Ce n'est pas pour rien si ce sont des Belges qui, en s'inspirant de Paul Ricoeur et de sa théorie des trois âges sont les plus avancés sur ses questions.

### **NTIC, usage et histoire de la communication dans les sociétés développées**

Se côtoient sous ce regroupement de multiples approches. Celle qui concerne l'appropriation (sociale) de la communication et/ou des nouvelles technologies est la plus conséquente avec Philippe Breton et Serge Proulx (Canadien) qui critiquent les discours d'accompagnement et les procédures



d'appropriation, tandis qu'un Joël de Rosnay (un biologiste, non affilié aux SIC mais très lu) les vante pour la libération qu'elles permettent, même s'il est conscient des limites (avec son appellation, des «*pronétaires*»). Le fond théorique, rarement évoqué, s'inscrit dans la trace de Jacques Ellul et de ses travaux critiques sur la propagande et le bluff technologique (années 60 et 80). Sur un autre registre Paul Virilio (philosophe) dénonce la société de *commutation* que la vitesse sans cesse croissante de la communication surimpose à ses publics, en engendrant des contre effets de réduction de sens et de risque d'éclosion d'une pensée qui pourrait redevenir unidimensionnelle selon le vieux terme d'Herbert Marcuse. Naturellement, les réflexions sur l'internet sont aujourd'hui les plus nombreuses, mais on distingue aussi des travaux plus spécifiques, sur les hypermédias, l'interactivité, la photo, etc. L'attitude d'un Dominique Wolton, directeur de recherche au CNRS et responsable des programmes de recherche de cette institution est assez révélatrice de la méfiance de beaucoup de chercheurs vis à vis des technologies: un de ses ouvrages principaux avait pour titre: «*Internet, et après*» qui révèle clairement une méfiance systématique pour les innovations techniques supposées changer la société et les rapports sociaux. Cette méfiance quasi congénitale à une grande partie de l'intelligentsia française se retrouve en matière de grandes orientations technologiques. Ainsi, le projet de *Très grand bibliothèque numérique française* a-t-il été conçu comme une résistance à *Google livres*. Malheureusement, les promesses n'ont pas été tenues, et le projet d'un grand système français est aujourd'hui moribond. Seul Robert Castel (philosophe) tente de construire une pensée originale sur les effets de l'interaction.

### **Le courant socio critique**

L'appropriation de la communication, ses usages sociaux et la communication politique se regroupent assez bien dans un courant qui peut être qualifié de sociocritique au sens où il est souvent animé par des chercheurs venant de la sociologie, ou considérant que la communication fait partie de leur domaine de compétence. C'est de très loin le courant dominant en France depuis les années 90. Il forme la quasi totalité des nouveaux docteurs et exerce à ce titre une influence considérable sur le positionnement et l'évolution de la discipline. Il regroupe beaucoup de chercheurs qui se situent dans une mouvance marxiste ou post marxiste. Les innombrables études empiriques qu'il produit insistent presque toutes sur des processus de domination sociale, économique ou politique. Leurs conclusions montrent le plus souvent que la communication n'est qu'une nouvelle superstructure des processus de domination. Ce courant se reconnaît assez bien dans l'œuvre du sociologue Pierre Bourdieu, qui, s'il n'a publié qu'un seul ouvrage (*Sur la télévision*) demeure néanmoins une référence incontournable, même si, au fil des ans, quelques critiques apparaissent çà et là (xxxx).

Ceci dit, les approches des chercheurs les plus perspicaces demeurent très différenciées. Lucien Sfez a produit le principal ouvrage critiquant la communication en tant que science, pratique professionnelle et culture (*Critique de la communication*). Son concept de *tautisme* a rencontré un grand succès dès 1988 pour sa première édition et s'est maintenu durant une vingtaine d'années comme une quasi référence. Pour lui, la communication serait la proie de trois «*tares*» (le mot est fort !): la tautologie (la communication serait autoréférente), l'autisme (elle serait incapable de communiquer, car refermée sur elle-même) et totalitaire (elle voudrait tout expliquer à partir de sa logique et ses concepts en cherchant à s'imposer à toutes les instances. Bien loin de ces critiques intelligentes, sérieuses et argumentées, on a toute une série de livres et d'articles dont le bras armé serait le mensuel *Le Monde diplomatique* qui dénoncent tour à tour la communication comme outil ultime du capitalisme ou comme instrument d'assujettissement des masses, comme abrutissement collectif, etc. Quelques titres sont

particulièrement explicites comme *La communication victime des marchands, la tyrannie publicitaire* et, de manière plus habile, *La société du spectacle* de Guy Debord (qui s'opposa d'ailleurs violemment à A. Moles).

Au fil du temps, des colloques et des revues, des sous groupes ont émergé, par exemple autour de la territorialité (Pailliant), des industries culturelles ou encore de la communication politique et publique (Maarek). L'analyse de la télévision, de ses programmes, de ses publics ou de son économie occupe beaucoup de chercheurs, notamment dans ses processus de concentration, segmentation, adaptation ou réduction du sens en fonction des cibles. La télé réalité a été largement étudiée et débattue (Jost), mais sans proposer de modèle interprétatif éclairant. On préfère analyser les modes de production et les écritures médiatiques plutôt que de comprendre en profondeur comment fonctionnent ces programmes et pourquoi ils réunissent autant d'audience.

### **Les informatologues**

Très marginaux, ils s'intéressent prioritairement à l'infométrie en ayant du mal à opérer la jonction disciplinaire avec les documentalistes et les bibliothécaires avec lesquels il existe pourtant beaucoup de synergies (qualité et circulation de l'information, certification, etc.), de même qu'avec une frange des informaticiens (celle qui s'occupe d'ergonomie, de psychologie ou de micropsychologie des usages...).

### **Les rhétoriciens**

Ainsi dénommés parce que, dans la lignée de Philippe Breton, ils cherchent si la rhétorique classique peut encore être féconde dans la société médiatique. La question autour de l'argumentation est centrale: les codes ou surcodes médiatiques lui laissent-elles une chance ? Peut-elle s'adapter ? Se renouveler ? Se ressourcer et offrir de nouveaux espaces d'expression intégrant l'interactivité, les jeux de rôles, les identités fragmentées, les réseaux sociaux, etc. Quelques chercheurs se sont inscrits dans cette voie comme Roger Beautier ou Laurence Bardin avec son excellent traité sur l'analyse de contenu.

### **La bibliologie et la schématologie**

La bibliologie ou science des livres et de l'écrit est née avec Paul Otlet. Son principal continuateur est Robert Estivals qui a occupé un rôle central en SIC pendant trois décennies. animateur de l'AIB (Association internationale de bibliologie scientifique), créateur de la SBS (Société de bibliologie et de schématisation), sa revue *Schémas et schématisation* a exercé un rôle majeur, mais toujours en marge des circuits officiels de la recherche en SIC. Publiant beaucoup sur des terrains délaissés (la bibliologie) ou en créant pratiquement une nouvelle discipline (la schématologie), Estivals et les participants aux très nombreux colloques de la SBS ont été les seuls à s'intéresser au schéma dans une perspective communicationnelle. Des travaux originaux ont été publiés dans une approche pluridisciplinaire avec des contributions décisives de François Richaudeau (le père des méthodes de lecture rapide) sur le schème kantien et la cognition, les questions de représentation mentale, les logiques autocommunicationnelles, etc. Jean Devèze a isolé la distinction entre schémas inducteurs et transducteurs, Marie-Claude Vettraino-Soulard a travaillé sur la percolation du sens, c'est à dire le

processus de reconnaissance globale associé à la fragmentation des signes. D'autres auteurs ont examiné quantité d'aspects consignés dans les colonnes de la revue. Le signataire a isolé le concept de *survision* ainsi que celui de profils de schématisation.

Avec la SBS, on se trouve en présence de la difficulté de structuration institutionnelle de la recherche française sur des créneaux originaux. Des travaux de qualité demeurent relativement peu connus et trop dépendants des aléas politiques ou technocratiques. La réforme en cours en France sous l'impulsion directe du président de la République en favorisant les grosses unités sur un modèle qui évoque le Gosplan soviétique ne favorisera pas l'émergence de l'innovation ou de la créativité. Mais ce n'est pas le but, il s'agit avant tout de répondre au classement de Shanghai tout en regroupant des initiatives effectivement trop éclatées et trop éloignées des attentes ou des besoins de la société qui finance les efforts de recherche. Peut-être faudra-t-il attendre qu'un cycle de cette politique ait eu lieu pour redécouvrir l'attrait du *small is beautiful*...

### **La muséologie**

Quelques sociologues des musées ont fait la démarche de venir vers les SIC pour bien ancrer leur recherche dans une perspective communicationnelle. Il est ainsi de Jean Davallon qui a travaillé sur la mise en scène des contenus et aussi de Daniel Jacobi ainsi que de quelques autres docteurs qu'ils ont formés en réponses aux attentes de culture des sociétés post modernes.

### **La publicité et la communication d'entreprise**

Avec un nombre de chercheurs réduits, la communication d'entreprise se regroupe essentiellement autour de deux pôles. L'université de Bordeaux 3 et son Greco qui édite une revue depuis les années 80 et un groupe de recherche de la SFSIC intitulé *Org and Co*. Colloques et publications ont abordé un bon nombre de thèmes variés autour de la communication et des organisations allant de l'influence, directe ou indirecte, aux relations avec le langage, aux questions de gestion d'image, d'éthique de la communication, etc. Une partie de ces recherches met à jour les relations entre la communication et l'acceptation ou l'accompagnement du changement, une autre s'interroge sur les modèles organisationnels et quelques chercheurs décryptent la résurgence des processus de domination. S'agissant des terrains où les étudiants en communication trouvent très majoritairement des emplois, on peut regretter une relative absence de relations suivies avec les professionnels du secteur. D'immenses terrains de recherche appliquée ou de recherche action permettraient d'accroître l'employabilité des diplômés et d'asseoir la légitimité de la fonction.

Certains chercheurs n'appartiennent pas au monde universitaire mais à celui des grandes écoles de commerce et de gestion (Kapferer, Marion). Les pistes de recherche évoluent aussi vite que les attentes ou les besoins. Des auteurs se sont spécialisés sur l'analyse de la publicité, soit en termes théoriques (Lagneau) soit en témoignage sur ses activités professionnelles ou parfois en gourous de la profession (Cathelat et son CCA). C'est dans cette catégorie qu'on trouve les rares écrits du plus grand stratège de communication politique français: Jacques Pilhan.

### **Les médiologues**

Cette appellation, bien que pratique, n'est guère utilisée par les intéressés. Elle caractérise les chercheurs qui analysent la presse et les médias. Fort nombreux, enseignant pour la plupart dans les universités ou les écoles de journalisme, ils présentent des travaux sur l'économie, l'histoire, la structuration de la profession mais aussi ses codes, ses contrats de lecture, ses publics, leur diversification, le poids croissant du net, etc. Il existe plusieurs grandes familles allant de l'histoire de la presse avec Pierre Albert celle de la presse africaine avec André-Jean Tudesq, les grandes agences et les flux transfrontières avec Michael Palmer, ou l'analyse systémique appliquée au système médiatique avec Michel Mathien pour découvrir la complexité des jeux d'influence interne ou, plus récemment, le thème de la connivence bien étudié par Rémi Riefel et beaucoup d'autres jeunes chercheurs.

### **Les médiologues**

Il s'agit d'un très petit courant, essentiellement porté haut et fort pendant quelques années par l'essayiste et philosophe Régis Debray, aidé par les travaux très exigeants de Sylvie Murzeau sur l'indice, dans une relecture féconde de Peirce. Un temps soutenu par l'éditeur prestigieux Gallimard, les *Cahiers de médiologie* ont essayé de proposer une approche originale basée sur la transmission et la reconnaissance des indices plutôt que par les signes. Malheureusement des contradictions théoriques internes, conjugué au faible intérêt de la communauté pour ce thème l'ont condamner à rester marginal et à disparaître assez vite.

### **Les philosophes**

Ils ne sont évidemment pas des chercheurs en SIC, mais il arrive que leurs travaux rencontrent un écho important. Ainsi, Pierre Lévy joue un rôle central avec son approche de l'intelligence collective suscitée par le net, ou plus tôt dans son œuvre par la l'examen de la création par l'intermédiaire de l'ordinateur. Daniel Bounoux (chercheur en SIC et philosophe) a été un des seuls à remettre en question le postulat d'Escarpit sur la continuité entre information et communication, (*La communication contre l'information*). Sur un autre registre, dans quelques articles, il a tenté relier la communication à la psychanalyse. De nombreux autres auteurs sont assez souvent cités en SIC, de Michel Serres à Gilles Lipovetsky ou de Francois Dagognet à Paul Ricœur.

### **Conclusion: le big bang**

Ce panorama induit assez directement l'idée que les SIC sont en phase post big bang. Après l'explosion initiale (la théorie générale de Robert Escarpit ou les grand travaux fondateurs de Moles) les thèmes se diversifient de plus en plus, sans rechercher de cadre général. Les SIC se trouvent entre isolement et morcellement. Entre empirie et doute.

Mais c'est peut être grâce à ce dernier que le renouveau viendra, que les concepts opératoires reflouriront et que la recherche produira de nouvelles découvertes socialement utiles.



Robert Escarpit  
en 1998 à Bordeaux

## Robert Escarpit

*« L'information et la communication sont indissolublement liées, comme le carburant et le moteur »*

Bordeaux 1998

*« L'information, c'est l'originalité, le non banal. »*

*« L'information préexiste souvent, le rôle de la communication consiste alors à vérifier que le sens a été bien recréé par le destinataire. »*

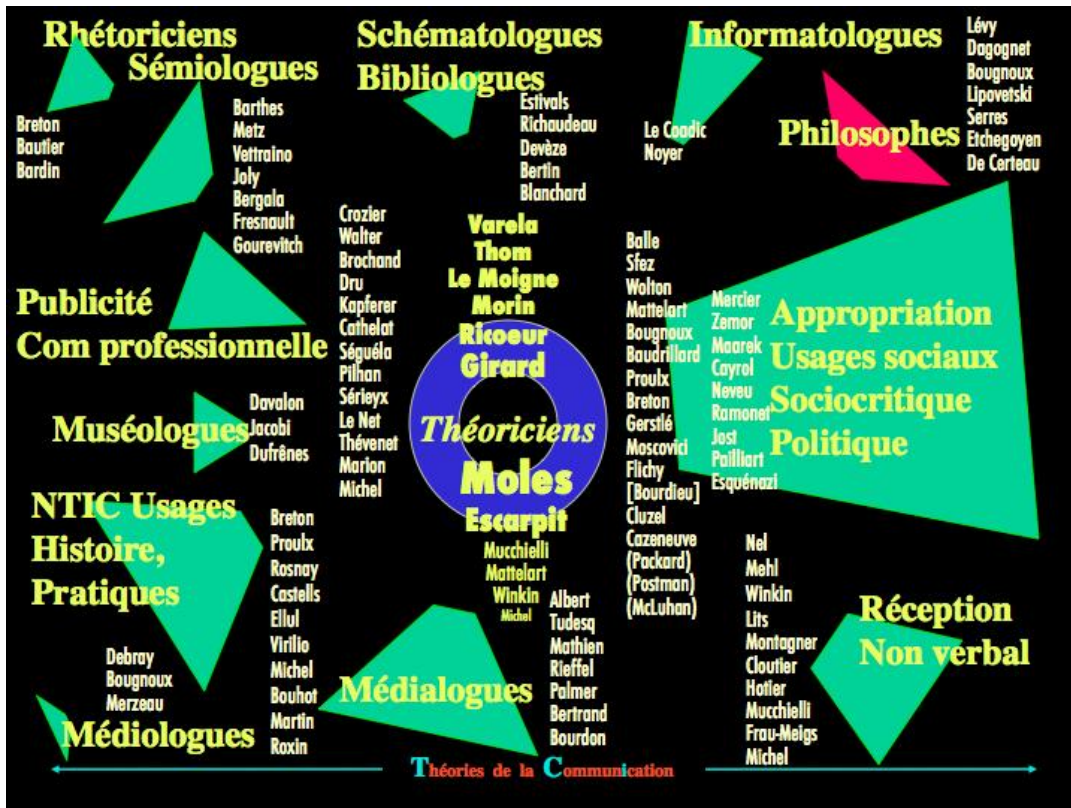
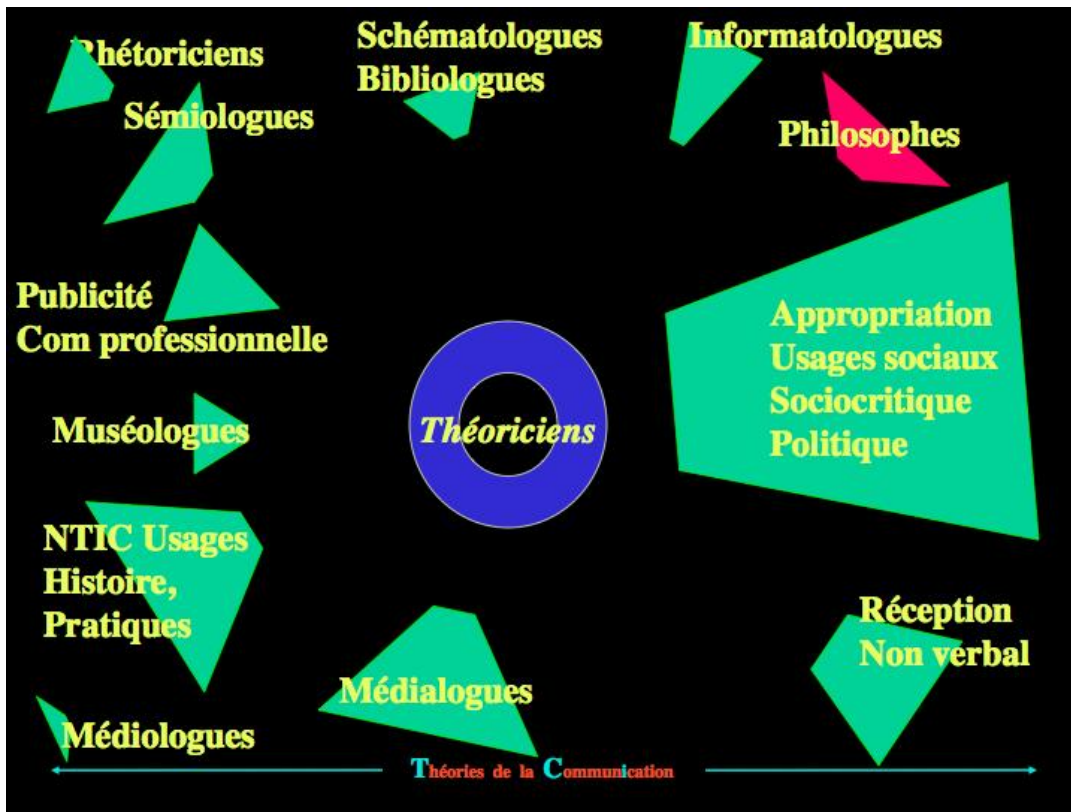
← Théories de la Communication →

## Abraham Moles



Thèse et travaux d'électroacoustique - 1952  
 Théorie quantitative de l'information  
 Psychophysique  
 Psychologie de la forme  
 Climat sonore  
 Thèse sur la création scientifique (1956)  
 Théorie de l'information et perception esthétique (supersigne)  
 Musiques expérimentales (perception sonore) 1960  
 Théorie de la schématisation  
 Réflexions sur l'interdisciplinarité  
 Sociodynamique de la culture -1967/1971  
 Les "ingénieurs sociaux"  
 "Contre" la "mode McLuhan"  
 Sociométrie - Structuralisme méthodologique  
 L'Affiche (1969) - La communication (1971)  
 Art et ordinateur (1977)  
 Théorie structurale de la communication et Société (1986)  
 Micropsychologie des comportements  
 Coût généralisé de la communication  
 Cycle socioculturel  
 Psychologie du kitsch  
 Ecologie communicationnelle  
 Sciences de l'imprécis  
 Nouvelle épistémologie des sciences humaines

← Théories de la Communication →



**Bibliographie**

- Balle, Francis. (1986). *Médias et société/Media and Society*. Paris: Montchrestien.
- Barthes, Roland. (1970). *Eléments de sémiologie/Elements of Semiology*. Paris: Gonthier Médiations.
- Barthes, Roland. (1985). *L'aventure sémiologique /The semiology adventure*. Paris: Seuil.
- Barthes, Roland. (1982). *L'obvie et l'obtus/ The obvious and the obtuse. Essais Critiques/Critical Essays III*. Paris: Seuil.
- Barthes, Roland. (1974). *La chambre claire. Essai sur la photographie/The clear room. Essay on photography*. Paris: Gallimard Seuil.
- Barthes, Roland. (1953). *Le degré zéro de l'écriture/ The zero degree of writing*. Paris: Seuil.
- Barthes, Roland. (1967). *Le système de la mode/ The System of the mode*. Paris: Seuil.
- Barthes, Roland. (1970). *Mythologies/ Mythologies*. Paris: Seuil.
- Baudrillard, Jean. (1970). *La société de consommation/The consumer society*. Paris: Denoël.
- Baudrillard, Jean. (1968). *Le système des objets. La Consommation des Signes/ The System of Objects. Consumer signs. Paris: Denoël.*
- Baudrillard, Jean. (1972). *Pour une critique de l'économie politique du signe/ For a critique of the political economy of sign*. Paris: Gallimard.
- Bautier, Roger. (1994). *De la rhétorique a la communication/ From rhetoric to communication*. Paris: P.U.G.
- Bouzon, Arlette. (2004). *La place de la communication dans la conception des systèmes a risque/ The role of communication in risk system concept*. Paris: L'harmattan.
- Bougnoux, Daniel. (1991). *La communication par la bande/ Communication by the band*. Paris: La Découverte.
- Bougnoux, Daniel (1993, 2003). *Textes essentiels de l'information et de la communication/Texts essential information and communication*. Paris: Larousse.
- Breton, Philippe. (2006). *L'explosion de la communication: introduction aux théories et aux pratiques de la communication/ The explosion of Communication: Introduction to the theories and practice of communication*. La Découverte.
- Castells, Manuel. (2002). *La galaxie internet/ The Internet Galaxy*. Paris: Fayard.
- Cazeneuve, Jean. (1972). *La société de l'ubiquité. communication et diffusion/The Society of ubiquity. Communication and dissemination*. Paris: Denoël.
- Certeau, M.; De, Giard L. (1983). *L'ordinaire de la communication/ The ordinary of Communication*. Paris: Dalloz.
- Cotteret, Jean Marie. (2006). *La démocratie télé guidée/ TVGuided Democracy*. Paris: Michalon.
- Debray, Régis. (1991). *Cours de médiologie générale/Course in general mediology*. Paris: Gallimard.
- Debray, Régis. (1993). *L'état séducteur/ The state Seducer*. Paris: Gallimard.
- Delporte, Christian. (2007). *La France dans les yeux: une histoire de la communication politique de 1930 a aujourd'hui/ France in the Eyes: A History of Political Communication from 1930 untill today*. Paris: Flammarion.
- Dru, Jean Marie. (2003). *disruption live. pour en finir avec les conventions/ Live Disruption. To finish with the Conventions*. Paris: Campus Press.
- Escarpit, Robert. (1978). *L'écrit et la communication/ Writing and communication. Que Sais Je ?/What do I know, N°154*. Paris: P.U.F.
- Escarpit, Robert. (1981). *Théorie de l'information et pratique politique/Information theory and political practices*. Paris: Seuil.
- Escarpit, Robert. (1976). *Théorie générale de l'information et de la communication/General Theory of Information and Communication*. Paris: Hachette.
- Estivals, Robert. (1978). *Bibliologie, sciences de la communication et documentologie/Communication Biology, Science and Documentology*. Paris: Sfsic, Inforcom.



- Estivals, Robert et Coll. (1993). Les Sciences de l'écrit. Encyclopédie Internationale de Bibliologie/The science of writing. In *International Encyclopedia Bibliology*. Paris: Retz.
- Estivals, Robert (2002). *Théorie générale de la schématisation. Tome 1, Epistémologie des Sciences Cognitives/ General Theory of script. Volume 1, Epistemology of Cognitive Sciences*. Paris: L'harmattan.
- Estivals, Robert (2003). *Théorie Générale de la Schématisation. Tome 2, Sémiotique du Schéma/ General Theory of script. Volume 2, Semiotics Scheme*. Paris: L'harmattan.
- Estivals, Robert (2003). *Théorie Générale de la Schématisation. Tome 3, Théorie de la Communication/ General Theory of script. Volume 3, Theory of Communication*. Paris: L'harmattan.
- Frau Meigs, Divina (2006). *Qui a détourné le 11 septembre? Journalisme, information et démocratie aux Etats Unis/ Guess who hijacked September 11? Journalism, Information and Democracy in the United States*. Paris: De Boeck.
- Gerstlé, Jacques (1992, 2004). *La communication politique/The Communication Policy*. Paris: P.U.F. *Que Sais Je?*.
- Girard, René (1961). *Mensonge romantique et vérité romanesque/ Deceit, Desire and Romanesque*. Paris: Grasset.
- Girard, René (1972). *La violence et le sacré/ The Violence and the Sacred*. Paris: Grasset.
- Girard, René (1990). *Shakespeare. Les Feux de L'envie/ Shakespeare. The fires of envy*. Paris: Grasset.
- Kapferer, J. N. (1984). *Les chemins de la persuasion. Influence des médias/The paths of persuasion. The influence of Media*. Paris: Dunod.
- Jost, François (2002). *L'empire du loft/ The Empire of Loft*. Paris: La Dispute.
- Le Moigne, Jean Louis (1977). *La théorie du système général. Théorie de la Modélisation/General system theory. Modeling theory*. Paris: P.U.F.
- Levy, Pierre (1996). *Qu'est ce que le virtuel?/ What is the Virtual*. Paris: La Découverte.
- Levy, Pierre (1994). *L'intelligence collective. Pour une anthropologie du cyberspace/ Collective Intelligence. For an anthropology of Cyberspace*. Paris: La Découverte.
- Libaert, Thierry (2004). *Communication, la nouvelle donne/ Communication, The New Deal*. Paris: Village Mondial.
- Lipovetski, Gilles (1980). *L'ère du vide/ The era of the emptiness*. Paris: Gallimard.
- Lipovetsky, Gilles (1987). *L'empire de l'éphémère. La mode et son destin dans les sociétés modernes/The empire of the ephemeral. Fashion and destiny in modern societies*. Paris: Gallimard.
- Lits, Marc et Coll. (1993). *Le Roi est mort. Emotion et médias/The King Is Dead. Emotion and Media*. Bruxelles: Vie Ouvrière Asbl.
- Maarek, Philippe J. (1992). *Communication et marketing de l'homme politique/ Communication and Marketing of the politician*. Paris: Litec.
- Maarek, Philippe J. (2004). *La communication politique française après le tournant de 2002/ The French Communication Policy after the turn of 2002*. Paris: L'harmattan.
- Mattelart, A. et M. (1986). *Penser les médias/ Thinking the Media*. Paris: La Découverte.
- Mattelart, A. (1992). *La Communication monde/ Communication World*. Paris: La Découverte.
- Mathien, Michel; Schwach, Victor (1992). *De l'ingénieur a l'humaniste. L'œuvre d'Abraham Moles/ From the engineer to the humanist. The works of Abraham Moles*. Paris: Revue Communication et Langage, N°93.
- Mathien, Michel (2004). *Economie générale des médias/ General Economy of Media*. Paris: Ellipses.
- Mathien, Michel; Gendreau Massaloux, Michèle (2005). *La Société de l'information, Tome 2: Entre mythes et réalité/ The Information Society, Volume 2: between myth and reality*. Paris: Emile Bruylant.
- Mehl, Dominique (1996). *La Télévision de l'intimité/ Television privacy*. Paris: Seuil.
- Michel, Jean Luc (1992). *La distanciation. Essai sur la société médiatique/ The distancing. Essay on the media company*. Paris: L'harmattan.
- Michel, Jean Luc (1999, 2004). *Les Professions de la communication/ The Professions of Communication*. Paris: Ellipses.



- Michel, Jean Luc (1999, 2006). *Le Mémoire de recherche en information communication/The Memory of Research in Information Communication*. Paris: Ellipses.
- Moles, Abraham (1971). Echelle d'icônicité/ Scale of iconicity. In *"La Communication" / "Communication"*. Paris: Retz.
- Moles, Abraham (1972). *L'économie des communications. Ecologie Communicationnelle/ The economy of Communications. Communicative ecology*. Paris: Revue de l'Isea.
- Moles, Abraham (1972). *Théorie de l'information et perception esthétique/ Information Theory and Aesthetic Perception*. Paris: Denoël.
- Moles, Abraham (1972). *Théorie des objets/Theory of Objects*. Paris: Editions Universitaires.
- Moles, Abraham. (1986). *Théorie structurale de la communication et société/ Structural Theory of Communication and Society*. Paris: Masson.
- Moles, Abraham et autres (1971). *La Communication/ Communication*. Paris: Celp.
- Moles, Abraham (1990). *Les sciences de l'imprécis/The Science of imprecise*. Paris: Seuil.
- Morin, Edgar. (1968). *Les stars/ The Stars*. Paris: Seuil.
- Morin, Edgar (1977). *La méthode I. La nature de la nature/ The nature of nature*. Paris: Seuil.
- Morin, Edgar (1990). *Science avec conscience/ Science with conscience*. Paris: Seuil.
- Mucchielli, Alex (1990). *Théorie systémique des communications. Principes et applications/Systemes Theory of communications. Principles and applications*. Paris: Armand Colin.
- Nel, Noël (1988). *A fleurets mouchetés. 25 Ans de débats télévisés/Barbed Remarks. 25 Years of televised debates*. Paris: La Documentation Française.
- Nel, Noël. (1990). *Le débat télévisé/The televised debate*. Paris: Armand Colin.
- Olivesi, Stéphane (2007). *Communication au travail/ Communication at work*. Grenoble: Pug.
- Pailliar, Isabelle (1994). *Les territoires de la communication/The territory of the municipality*. Grenoble: P.U.G.
- Ricœur, Paul. (1965). *De l'interprétation/About the interpretation*. Paris: Seuil.
- Ricœur, Paul. (2006). *Discours et communication/ Speech and Communication*. Paris: Herne.
- Riefel, Rémy (2005). *Que sont les médias? Pratiques, identités, influences/ What is the media? Practices, Identities, Influences*. Paris: Gallimard.
- Rosnay, Joël De (1995). *L'homme symbiotique. Regards sur le troisième millénaire/ The Symbiotic Man. Views of the Third Millennium*. Paris: Seuil.
- Seguela, Jacques (1989). *Demain, il sera trop star/ Tomorrow he will be too star*. Paris: Flammarion.
- Seguela, Jacques (1983). *Fils de pub/Son of pub*. Paris: Flammarion.
- Seguela, Jacques; Saussez, Thierry (2007). *La Prise de l'Elysée: les campagnes présidentielles de la Ve République/ Taking the Elysee Palace: The presidential campaign of the 5<sup>th</sup> Republic*. Paris: Plon.
- Seguela, Jacques (2005). *Tous Ego: havas, moi et les autres/ All the egos: Me, myself and others*. Paris: Jean Claude Gawsewitch.
- Serres, Michel (1969). *Hermès I. La Communication/ Communication*. Paris: Editions De Minuit.
- Serres, Michel (1972). *Hermès II. L'interférence/ Interference*. Paris: Editions De Minuit.
- Serres, Michel (1980). *Hermès V. Le Passage du Nord Ouest/ The Passage of Nord-West*. Paris: Editions De Minuit.
- Sfez, Lucien (1988). *Critique de la Communication/ Review of Communication*. Paris: Seuil.
- Thom, René (1983). *Paraboles et catastrophes, entretiens avec G. Giorello et S. Martini/ Parables and disasters, interviews with G. Giorello and S. Martini*. Paris: Flammarion.
- Varela, Francisco J. (1989). *Autonomie et connaissance. Essai sur le vivant/Autonomy and knowledge. Essay on the living*. Paris: Seuil.

- Varela, Francisco J.; Thomson, Evan; Rosh, Eleanor. (1993). *L'inscription corporelle de l'esprit/ The body inscription of the soul*. Paris: Seuil.
- Varela, Francisco J. (1989). *Connaître les sciences cognitives. Tendances et perspectives/ Knowing the cognitive sciences. Trends and perspectives*. Paris: Seuil.
- Vettraino Soulard, Marie Claude (1998). *Les enjeux culturels d'internet/ The cultural issues of the Internet*. Paris: Hachette.
- Virilio, P. (1977). *Vitesse et politique/ Speed and Politics*. Paris: Galilée.
- Virilio, Paul (1996). *La vitesse de libération/The speed of liberation*. Paris: Galilée.
- Winkin, Yves (1981, 2000). *La nouvelle communication/ New Communication*. Paris: Seuil.
- Winkin, Yves (2001). *Anthropologie de la communication/ The Anthropology of Communication*. Paris: Seuil Poche.
- Wolton, Dominique (1999). *Internet et après. Une théorie critique des nouveaux médias/ Internet and after. A critical theory of New Media*. Paris: Flammarion.
- Wolton, Dominique (1991). *War Game. L'information et la guerre/War Game. Information and war*. Paris: Flammarion.
- Wolton, Dominique (2005). *Il faut sauver la communication/ We must save communication*. (2005). Paris: Flammarion.
- Zemor, Pierre (2007). *Le défi de gouverner communication comprise/The governance challenge an understood communication*. Paris: L'harmattan.



THE 6<sup>TH</sup> EDITION OF THE INTERNATIONAL CONFERENCE  
EUROPEAN INTEGRATION  
REALITIES AND PERSPECTIVES

**Communicational Virtuality of Alterity  
(Otherness) in the New Media**

Aurel Codoban

*Christian University "Dimitrie Cantemir" Bucharest, Faculty of Law, Cluj-Napoca; University "Babes-Bolyai", Cluj-Napoca, Faculty of History and Philosophy, aurelteodor@yahoo.com*

**Abstract:** From the modernity which made communication secondary and dependent from knowledge and limited at the verbal type we inherited the idea that communication is in the first place a way of sending information. In this case the identity and otherness of the subjects that communicate are a clear and solid one. The postmodern and globalizing concept of communication put in the first place not the process of sending the information, but the building of relations. This ontological model of relationship describes the meaning of communicational reality as virtual, or, more precisely, describe communications action like a virtual reality. In this case the identity and otherness of the subjects that are in relation appear only as a weak occurrence of the modern idea of subject.

**Keywords:** communication as relations; subjective identity; other identity; reality; virtual; analog; digital

We inherited the idea that communication is, in the first place, a way of sending information from the modernity, which made communication secondary and dependent from knowledge and limited at the verbal type. Such type of definition was in top in the cybernetics' models of communication that is, for example, that of Claude Shannon model which used the image of telegraphic net for communication. In this case the identity of the subjects that communicate is a clear and solid one, because they are in the first place subjects of knowledge, not of communication. Only otherness became a little problematic, because of this solid identity of knowledge subject.

But the postmodern concept of communication puts in the first place not the process of sending or exchanging information, but the building of relations. Gregory Bateson and Milton Erickson contributed much to the changing of accent in communication definitions. This change of accent in communication definition is very well expressed in Paul Watzlawick axioms and especially in this: Every communication has a content aspect and relationship aspect such that the latter clarifies the former and is therefore a metacommunication (Watzlawick, Helmick Beavin, Jackson, 1972). This means that all communication includes, apart from the plain meaning of words, more information - information on how the talker wants to be understood and how he himself sees his relation to the receiver of information. Thus, if there are cases where the relationship is very low, as when we ask for information to a stranger In a foreign city, there are situations where the content is very low, while the relationship is everything, like that of the body communication of baby with the mother, or as in altered states of consciousness (trance, hypnosis), therapeutic communication between psychiatrist and mental patient or great love.

From another point of view, McLuhan thought similar: in widely known work from 1964 *Understanding Media: The Extensions of Man*, McLuhan proposed that media themselves should be the focus of study, not the content they carry: "the medium is the message". McLuhan's insight was that: medium affects the society in which it plays a role not by the content delivered over the medium, but by the characteristics of the medium itself. More controversially, he postulated that content has little effect on society — in other words, it did not matter if television broadcasts children's shows or violent programming, to illustrate one example — the effect of television on society would be identical. He noted that all media have characteristics that engage the viewer in different ways. The distinction between the concept of communication as transmission of information and concept of communication as relationships building is also close to that between utterance and enunciation. Enunciation - the relationship, the media - is the context in which we have to place the utterance - the contents of the message - to understand it properly: as a suggestion, an order, a joke, a threat etc.

But first axioms - and probably one of the most famous - of Paul Watzlawick, who logically precede others, is: "We cannot not communicate." Her axiomatic evidence is, as usual, direct, but it can be indirectly transcribed also into a more general formula as follows: "we cannot not enter into the relationship" or "we cannot not relate." The implicit but obvious basis of it is that we live in a world of relationships, that relationship is the reality foundation. Thus becomes clear that, like other previous theoretical models, the model of communication as building of relationships brings a change of ontological emphasis in the representation of world. For a long period of evolution of Western thought, the world was simply constituted from things that had the quality of entities. Then, for next period of time, world was represented as entities in relations. Nowadays Western thought considers that the relations constitute entities.

The climax of the world representations as a network of relations was the historical moment of French structuralism, that defined the sign as an entity *sui generis*, different to things or ideas, which result just from a kind of relationship between this two, and the language, in which the signs are simply differences, as a pure relations system. Today, however, not this moment already past, but a technological landmark achievement for our world, *World Wide Web*, which is the image of network, is appropriate for what that actually means communication as relationship. And in how does this work and in the effects of this operation, we see brought to completion the reality which communication conceived and practiced as relating can produce: virtual reality. Different from the old image of a world that has its principle beyond itself, in the transcendence, or that of the immanent world metaphor, the core-essence and shell-phenomenon, the corollary to the current representation of the world as a net of relations is the ontology of significant surface embodied in technological formula of the virtual reality.

Indeed, alongside the World Wide Web, the emergence of virtual reality is one of the defining characteristics of our world. It began with the extension and virtualization through technological means, usually electronic, of the perception. Of course, man populated the reality with artifacts from the very beginning of its existence. But only when, on a very vague energy support, these artifacts have been addressed directly to perception, the images, sounds or tactile sensations began to receive a virtual reality. At first, a little, thanks to the paintings and photos, and then, more, by telephone and radio, film and television, fragments of reality becoming virtualized, and surrounding reality has become increasingly what was potentially and initially, a hybrid between here and now of the material reality, and "reality" that is only in the human mind that perceives the effects of certain artifacts.

But virtual reality in this meaning comes along with the language as sign system in communication. Virtual reality is the best model of communication as signifying process: the linguistic sign introduced

virtual, building virtual reality of a link between thing and idea. Umberto Eco has observed that semiotics has one's own autonomous area, since besides the truth and false on the logic plane, there are also "lies", a reality nor false neither true, thanks linguistic constructed signs. Or how Baudrillard defines the virtual effect of communication in which everything is focuses in that to make them think and depleting in that effect of credibility: "You launch an information. As long as it is not denied, it is plausible. Except for any accident, it will never be disproved in real time. And even if it were denied a little later, it will never be absolutely false because it was credible. Contrary to the truth, credibility cannot be contradicted, because it is virtual." (Baudrillard, 2008, p. 59-60.)

Thanks to electronic technology, this original capability of signs was developed very much up to the possibility of producing a parallel, illusory reality. Under this aspect the relationist concept of communication and practices that accompany it approaches the idea of virtual reality also thanks to the interest in analog quality of signs, respectively for body language and image. Watzlawick's third axiom defines well this dimension of the new paradigm of communication: "Human beings use two communication modes: digital and analogue. Digital language has a very complex and very comfortable logical syntax, but lacks an adequate semantic, however, analog language has semantics, but not a proper syntax for unambiguous definition of relations." [Watzlawick uses the term digital to define the meaning of verbal language from point of view of Ferdinand de Saussure's ideas for the relationship between signifier and signified which is the sign linguistic is arbitraire et immotivé, French term untranslatable in English. Analog is, by contrast, the signs for reasons motivated by similarity, cause and effect or whole to part relationship (indexical signs and iconic signs in Peirce's classification).]

As reflected in the axiom, *digital* signs are attributed to content, information, and analogical signs, to relationships. The Jakobsonian model of communication distributed in the same way, but less explicit, message functions. Thus, between six functions of the message in the communicational situation, three - emotive (self-expression), conative (vocative or imperative addressing of receiver) and phatic (checking channel working) - may be attributed to the analog dimension of language, that of the relationship, and the other three - referential (contextual information), aesthetic (auto-reflection, auto-presentation) and metalingual (checking code working) - may be attributed to the digital dimension of language, that of content domain. Following neurosciences assumptions, it is believed that digital signs are in connection with the left hemisphere of brain which is in charge with the analytical reasoning, logical representations, the division of problems into parts, etc. Analogical signs are attributed to the right hemisphere which is hypothetically responsible for the perception of relationships, intuition, perception of the whole and recognition from his parts, etc.

But analogical signs are also more similar to the perceived reality than the digital signs. And the common sense imagines the virtual reality as an illusory perception. In this way the concept of communication as relationship building and technological effort to produce a virtual reality seem to be convergent. However, this understanding of what is virtual reality, although acceptable, is too simple. The main features of virtual reality are: simulation, interaction, artificiality, immersion, telepresence and networking. (Heim, 1993) Or if we grouped under the name of illusion the simulation, the artificiality and the immersion, and if we let the generic name of electronic technology for telepresence and communication network, that which remains as a key new feature is the interaction. And in it we find the essential common denominator of virtual reality and for communication as relation building.

Ontological aspect that defines virtual reality is rather that of interaction than simulation or illusion, because it presents a deliberately and explicitly constructed reality. Virtual reality appears first as a

sensorial simulating environment just as communication which cultivating relations is interested in analog signs. Of course, this can not overcome the illusion above invocated or falsehood attributed to simulate action. But if something that is simulated, something that is only illusion and forgery demonstrates that it have own life and it can answer, can react, can interact, receives thereby a consistency that gives them reality. This is the deeper meaning of the virtual, the result of the relationships, of interactions, which, as a result of the structure, can produce results substantially non-existent before. Virtual reality is, beyond the crucial support of electronic technology, the combination of sensory simulation with interactivity. Something, which as a simulation, was only apparently, acquires a consistency which, if it can not be essentially represented as a substance, is that of life conceived as relation. This expanded space of interactive and multi-sensorial image finds the best exemplifications in the theory of *performance art* and computer games.

As a concept of knowledge, the possible assumes a single principle as the basis of reality and is based on the identity category, while virtual, as concept of communication starts from duality at least, and relies on difference and plurality, on the multiplicity. The virtual reality of communication means not the production of similarly to a principle, but establishing relations that set their terms. Virtual reality is as the solution to a problem or as creating a form from a dynamic configuration, from a system of forces and finalities. Virtual is an interactive *mis en scène*, as a *comedia dell'arte* scene, as a play of jazz instrumental music piece, something that depends on the structuring of interactions, relationships, so it is different from imaginary of knowledge, attached by possible.

The emphasis is not so much on space-time coordinates of traditional metaphysics, but on the relations of the communication process that always redistributes space-time coordinates between the transmitter and receiver and involves changing their positions: receiver take place of transmitter and vice versa. [Interactivity as a new sense of virtual raises the question of the distinction and reversibility between author and spectator.] Virtual is not localizable: its elements migrate, and are out of here as space. Therefore we also can ask: where takes place the phone call actually? Where a virtual community is whose members are nomadic, erratic?

Pierre Lévy responds indicating that virtualization put into question the unity of place and propose instead the unity of time (real-time communication through tele-participation) - and even accepts a disruption of duration instead the continuity of action (as in e-mail). Synchronization replaced unit space, and interaction replace the unit for time. Virtual is based not on anything related to space and time, than as on the continuity of action as communicative interaction, as the relationship. (Lévy, 1995) This ontological model of relationship describes the meaning of communicational reality as virtual, or, more precisely, describe actions of communication like a virtual reality. Not only because the text of the world became analogical in communication not only because that the communication simulate reality, but in the first place because of interactivity. The entities have the consistencies of signs and the reality loses its substantial density and become a virtual one.

Direct and immediate form of human communication is that of *face to face* communication, the relationship between I and you, idealized by Martin Buber. Of course, even in this case since it is not a strict bodily communications like that of mother and her baby, it is mediated at least trough the language that it requires any human communication. This mediation is one that increases continuously throughout human history. Thanks to the technical means and technologies, the direct relationship between the transmitter and receiver can be decomposed into two separate sequences: the relationship between the sender and the message and the relationship between message and receiver. Therefore, with the possibility of registering the message - written first, then audio and finally visual – the relation between transmitter and receiver may become and becomes actually indirect communication.

Additionally, first form, *ie* direct and immediate communication I-you is complicated in the context of group communication, due to the presence of several interlocutors engaged in hierarchies and power structures.

We may assume that messages such constructed have attempted to recover by way of aesthetic-spectacular dimension the loss of original situation of communication, the face to face I - you connection. In turn, technology has tried to recover the connectivity by way of providing broader ties, bringing into communication increasingly larger groups of people and moving away from written signs throughout audible signs towards the visual signs (images) for a more realistic simulation of conditions of the first direct communication. But becoming mass communication and utilizing images, electronic technology of communication can not overcome the passivity of receptors, which reproduces the group communication situation, structured through power hierarchies. The media tried to enter in connection with the largest possible number of people. Belonging to a same place and time, *face to face* communication involve an identity without rests or multiplicity of identity. But communication widespread has attracted attention that a rest of identity remains outside communication, as soon as it isn't going directly, *face to face*. Characteristic of new media technology is to ensure a connectivity that is closer to the original communication which enabled a type of quasi instant *face-to-face* relationship.

In this case the identity of self and identity of other (otherness) that are in communicational relation appear only as a weak occurrence of the modern idea of subject of knowledge. The otherness is another aspect that distinguishes perspective of modern knowledge from postmodern communicational one. For the human communication the difference between two partners that communicate is essential. The human communication doesn't accept nor the perfect identity, neither the absolute difference of two people that communicate. If they are identical, we have a redundant meaningless communication or a simply transmission of signal; if they are absolute different, without a common code, the communication isn't possible. In this way, otherness is the possibility condition of communication.

The idea of relation is that it constituted its related, its elements. Then, otherness is constituted in communication: otherness isn't only condition of possibility of human communication, it is also a byproduct, and a virtual reality generated through communication. The idea of otherness appears between the age of knowledge and the age of communication. In the modern age situation not only relation, but also the related have some importance. But in ours age an accent on communication as relation makes otherness less real and more virtual. The new media like internet and social network intensify the relational aspect of communication. In the modernity age the Hegelian fight for recognition was the place of the otherness assertion. But for the internet users it has less meaning: they can assume the identities that they desire. With less responsibilities and obligation, they search only contacts for contacts, only to be connected. It's a triumph of communication as relation; it's a triumph of contact (fatic) function. But it is a "past time" (Eric Berne) that consume our time of life and our intimacy.

I - other communication relationship, and alterity, is a relationship which we can understand better if we think the paradigm as proposed by Walter Benjamin when he discussing *Das Kunstwerk im Zeitalter seiner technischen Reproduzierbarkeit* (*The Work of Art in the Age of Mechanical Reproduction*, 1936). (Benjamin, 2002) The concept of other destiny is similar to destiny of copy in modern and postmodern culture; otherness destiny is similar to the destiny of relationship between original and copy. The media are in similar relation to identity that is the means of technical reproduction of a work of art in relation to the original. Modern identity of the subject and otherness - the presence of other communication - are constituted on the basis of modern mass communication at

the very moment they begin to lose! With all claims and qualities, the new communication media are not perfect, as modern technical means can not perfectly reproduce the original. As we are surrounded by copys, so we are surrounded by others and will soon be surrounded by the cloned bodies or robots. Ego identity has a history and belongs to a certain place. What matters most to ego is history, which it locates. Otherness, the quality of being other, is without real history, a virtual potentiality. As for the original, now and here of the ego got in the own history is a guarantee of identity. We can imagine a clone, an organic copy of an individual: the original will be recognized by its history...

The difference original - copy, as I - other depend only on communication context. Here and now, that about speaks Walter Benjamin, is a location in history. Origin and history are intertwined: what matters is the starting point, he, as a transcendental, replaced the old transcendent. Of course there are many theoretical positions that attack the self metaphysical consistency and identity. But if it is to correctly interpret the value of original, we must admit that it is linked by history and that history is a perceptual-conceptual category of modernity. During our age what appear unexpectedly is our interest in otherness, for the other (alter ego) as different from ego. Nobody wants the original, in all his ego, but he wants a limited relationship with an avatar. If in art the network is where copy is restored to the original the network seems to be where the avatar takes the identity of original. (Groys, 2007, p. 2)

If this is the way to build a common consciousness for the future humanity (a singularity?) for that the novel of Adolfo Byoi Casares - *La invención de Morel* (1940) — translated as *The Invention of Morel* or *Morel's Invention* - is very illustrative. [This novel is a very powerful one: it is one of sources of inspiration for *Last Year in/at Marienbad* (*L'Année dernière à Marienbad* 1961, French film directed by Alain Resnais,), for video game *Myst* and for the television series *Lost*.] It is the story of an unnamed narrator, a fugitive writer from Venezuela sentenced to life in prison after some unnamed crime. He hides on a deserted island, which is infected with a mysterious fatal disease, somewhere in Polynesia. On the island, the narrator finds he is not alone. A group of men and women - that seem like holidaymakers - arrive. Hiding from view, he falls in love with one of the women, and tries to make his feeling known to her. The fugitive decides to approach her, but she does not react to him. He assumes she – the name is Faustine - is ignoring him, but his encounters with the other tourists have the same result. Nobody on the island notices him.

He points out that the conversations between Faustine and Morel, a bearded tennis player who visits her frequently, repeat every week and fears he is going crazy. Struggling to understand why everything seems to repeat, he finds out the truth when Morel tells the tourists he has been recording their actions of the past week with a machine which is able to record not only three-dimensional images, but also voices and scents, making it all indistinguishable from reality. He claims the recording will capture their souls, and through looping they will relive that week forever and he will spend eternity with the woman he loves. Although Morel does not mention her by name, the fugitive is sure he is talking about Faustine. After hearing that the people recorded on previous experiments are dead, one of the tourists' guesses correctly they will die, too. The fugitive learns the machine keeps running because the wind and tide feed it with an endless supply of energy. He learns how to operate the machine and inserts himself into the recording so it looks like he and Faustine are in love. On the diary's final entry the fugitive describes how he is waiting for his soul to pass onto the recording while dying.



## **References**

- Baudrillard, Jean (2008). *Paroxistul indiferent/Paroxysm: Interviews with Philippe Petit*. Translation: Sebastian Big. Cluj: Idea Design&Print.
- Benjamin, Walter (2002) *Iluminări/Illuminations*. Translation: Catrinel Pleșu. Cluj: Idea Design & Print.
- Groys, Boris (2007). *Topologia aurei și alte eseuri/Topology of aura and Other Essays*. Cluj: Idea Design and Print.
- Heim, Michael (1993) *The Metaphysics of Virtual Reality*. London: Oxford University Press.
- Lévy, Pierre (1995) *Qu'est-ce que le virtuel ?/What is the virtual?*. Paris: La Découverte.
- Watzlawick, Paul & Helmick Beavin, Janet & Jackson, Don D. (1972). *Une logique de la communication*. Paris: Seuil.
- Watzlawick, Paul; Bavelas, Janet Beavin & Donald D. Jackson (1967). *Pragmatics of Human Communication A Study of Interactional Patterns, Pathologies, and Paradoxes*. New York: W. W. Norton and Co.



THE 6<sup>TH</sup> EDITION OF THE INTERNATIONAL CONFERENCE  
**EUROPEAN INTEGRATION  
REALITIES AND PERSPECTIVES**

**Data Mining – Innovative Method for Obtaining Information in  
Marketing and Business Management**

Mirela-Cristina Voicu<sup>1</sup>, Alina-Mihaela Babonea<sup>2</sup>, Andreea Paula Dumitru<sup>3</sup>

<sup>1</sup>*Nicolae Titulescu University, Faculty of Economics, voicu.cristina.m@gmail.com*

<sup>2</sup>*Nicolae Titulescu University, Faculty of Economics, alinababonea@univnt.ro*

<sup>3</sup>*Nicolae Titulescu University, Faculty of Economics, pauladumitru@univnt.ro*

**Abstract:** The existence of massive amounts of data raised the question of using their reorientation to a retrospective to a prospective operation. Data mining offers the promise of an important aid for discovering hidden patterns in data that can be used to predict the behavior of customers, products and processes. Data mining tools must be guided by users who understand the business, the general nature of the data and analytical methods involved. It discovers information within the data that queries and reports can't effectively reveal. It is vital to collect data and prepare properly, to face reality models. Choosing the most appropriate product data mining is to find a tool with the capabilities required, an interface that matches the skills of users and can be applied in a specific business problem. In this context, the purpose of this paper is to illustrate some of the problems of company activity problems which can be solved by using data mining techniques.

**Keywords:** marketing research; data mining; segmentation; cluster analysis; consumer behavior

## **1 Introduction**

Organizations' strategic flexibility depends to a great extent on securing access to information. The fact that many companies make significant efforts to research for data supporting the hypotheses stated is well known, but, most of the time, managers don't know what to expect. To further complicate things, within many organizations, different parties following different objectives may be encountered having, surprisingly, very little information concerning their clients. It's the marketing's duty to aid in interpreting data, to present the research results and to plan actions based on the results obtained. Many companies were faced lately with a pretty serious issue: the data is available in large quantities, but the information is insufficient. This is due to the fact that only part of the data gathered is analyzed and processed, due to the fact that the data is inconsistent and divided in several databases. In average, no more than 7% of the data collected within a company is used, the rest representing a potential that should be explored in order to obtain the necessary information and being a step beyond the competition. How could we, as marketers, help our clients improve the results of their activity? What techniques can we use in order to create an advantage for our clients regarding their business?

As all the data tends to be multivariate when being interpreted, the data analysis exploratory techniques may identify patterns within the data sets (Ruxanda, 2005). For example, in case we wish to analyze the relationship between client satisfaction and company profitability, our survey shall include, evidently, questions for individual consumers, questions that may be aggregated at a high

lever (for example, all consumers preferring a certain location of the store) in conjunction with data related to the store revenues. Multivariate analysis allows marketers to mold in an objective manner the relationship between the consumers' answers, the variation in levels of satisfaction, as well as increases and decreases in profitability, apart from discovering patterns useful in forecasting future variations in company profitability and strategies for preventing decreases in profitability.

Moreover, using multidimensional data analysis in studying the data obtained may provide a certain depth in the way of looking at the organization's strong and weak points as well as unique benefits, specific to each approach.

## **2 Data Mining – The Process of Extracting Information**

Data mining is the process of extracting information previously unknown and potentially useful from large databases. This process consists in searching for information in large databases, exploring and analyzing it by using automatic or semi-automatic methods, with a view to discover useful patterns and rules.

Data mining tools may scan databases and identify previously hidden patterns in one single step. Such an example is analyzing retail sales data in order to identify so called unconnected products that are often sold together.

The data mining tools may also automate the process of finding predictive information in large databases. Questions that normally require vast analyses may be answered to rapidly, using the available data. A typical example of a predictive issue is identifying the market segment targeted. Data mining uses data gathered from the most recent promotional post offers in order to identify the most probable targets for maximizing profits, to be used for the next offers. Other predictive problems include preventing bankruptcy or other forms of failure and identifying population segments reacting similarly to various events (Bălăiță et al., 2003).

Classification is the operation most frequently used, from the plethora of data mining tools. It is a process aiding organizations to identify certain patterns out of large and complex databases with a view to solve specific business problems.

## **3 Where Can We Apply Data Mining?**

Data mining applies to a large category of structured databases in different ways, such as: relational databases, data warehouses, transactional databases (where each record is a transaction), advanced database systems (including multimedia and hypertext data, www. a.s.o.). Thus, the applicability of this informational technology is very wide: from business, medicine, science, engineering to games, media, virtual worlds and satellites. Specialists in the field (Decker, Focardi (1995); Brachman et. al. (1996); Simoudis (1995)) have identified two major areas of applying the data mining technology: business and science (Zaharia et al., 2005).

Data mining may be successfully integrated in economics, where we can distinguish between two main areas of applicability: those specific to industrial services and production and those restricted to certain fields. Within an enterprise, data mining may be applied to varied departments, the results being of great help for the management on all levels.

Marketing is extremely suitable for implementing this technology in the activities related to: statistics, forecasting group behavior, identifying preferences, launching a marketing campaign, advertising in the media etc.

The control activity is also necessary in a field offering a base for applying the data mining processes. Due to the great number of objects that are subject to control (products, clients, distribution channels, regions etc.) as well as to the relevant aspects resulting from this activity, methods automatically analyzing the large amount of data are needed – data mining methods. The resulting patterns are usually a combination of certain attributes and indicators. For example, an interesting result is that the rate of profitability (indicator) for a certain group of products (attributes) is constantly very large. Costs may be subject to data mining analyses as well. Here, we are especially interested in identifying the main business indicators' trends (profit, price, production cost, contribution margin etc.). The results provided to the management by data mining software concerning production may take the shape of answers to questions related to the capacity of using certain equipments arranged in a production flow, discovering unknown interruptions in the production process, identifying unknown dependencies between production quality and the production process (Shahbaz et al., 2010).

Another field is that of internal and external audit. The capacity of data mining systems to automatically identify patterns opens new horizons in allowing control bodies to identify fraud. For example, a phone company may use data mining by identifying unusual patterns in order to discover cell phone cloning frauds. Should a client develop suddenly a different phoning pattern, the company is automatically notified. Data mining provides special advantages to banks due to its financial forecast, control and credit risk evaluation abilities. Some advantages of using the system in the banking activity are presented as follows: it helps in identifying card fraud patterns, it identifies loyal customers, it predicts the behavior of card clients, it provides information related to the expenses of certain groups of clients, it discovers hidden correlations between various financial indicators etc. Last but not least, the information supplied by data mining may be used in loan extension.

The insurance industry may also benefit from using data mining systems in order to foresee which clients are to purchase new insurance policies, to identify behavior patterns of high risk clients, or for fraud-prevention purposes. Data mining may be applied to medicine as well, for instance in characterizing patient behavior or in identifying successful treatments for various diseases. The most famous type of applications of data mining solutions to business is that of a supermarket trying to find correlations between the products sold on the same cash voucher. The system's conclusion was that of a high likelihood for infant diapers to be sold in connection with beer six-packs, especially if the purchase takes place in the evening. Upon deepening the analysis, it turned out that the clients are dads send for urgent diaper purchases, taking advantage of the situation to buy a beer six-pack as well. As a result, the supermarket made sure to insert a beer stand near the diaper department, thus increasing their beer sales (upon converting several diaper buyers in beer buyers) and profitability.

#### **4 Data Mining Techniques**

*Latent factor analysis* - The class of latent analyses is the categorical variable analogue to the much more frequently used factor analysis. Nevertheless, latent analyses hold an advantage over the traditional factor analyses in that the variables may be continuous, categorical (nominal or ordinal), numeric, or any combination of the above.

This procedure allows for a set of mutually exclusive latent classes to be identified, accounting for the consumer distribution. An important use of latent class analysis is researching consumer typologies,

both as an empiric method of characterizing the types of latent consumers within a set of determined indicators, as well as as a method of testing in practice the adequacy of a theoretically formulated typology. If we enter, for the multiple consumer segments, categorical data over much more classical segments, such as those obtained using income and sex as criteria, we can identify the existence of latent variables (for example, the relationship with the service personnel), having a number of different clearly defined latent classes (for instance, the segment of high income women satisfied by the service personnel's behavior or the segment of low income male not satisfied with the behavior of the same personnel). We can also have multiple latent variables able to explain the relationship (the service personnel vs the telephone operating personnel vs the online-service personnel). An latent class analysis may suggest, apart from the information provided on how a process differs for various consumer segments, and the fact that this process was not surprised well enough, explicitly enough in the survey performed.

Marketing applications of latent class analysis include:

- identifying consumer types;
- identifying latent classes explaining data heterogeneity;
- identifying factors determining consumer satisfaction that are relevant for each consumer segment;
- developing complex variables out of the attitude elements within the survey.

*Cluster analysis* - Cluster analysis is a type of relational model not used for gaining forecast results, but solely for investigating the relationships between variables. Cluster analysis is truly a multivariate method. In researching consumer satisfaction, for instance, most frequently we ask general questions concerning major aspects of the organization's activities. Ideally, we would expect to identify the following groups: a group of customers recording high scores for all major aspects of the organization's activities, an intermediate score group and a low score group. Based on these results we can determine that group of consumers we must focus our attention on in order to accomplish our aims and improve our activities, as well as identify the specific aspects of activity that need improving. One of the advantages in using cluster analysis is that it is not initiated starting from certain predetermined segments. On the contrary, it starts from undifferentiated segments, and the question is whether a specific group may be divided empirically in significantly differing segments. Cluster analysis is an exploratory tool used for describing, in terms of data collected, in which segment we can fit its members. Due to the fact that cluster analysis doesn't make any assumption concerning the way the population is segmented, its results may contribute to defining a formal classification scheme, much more significant than the pre-determined segments that are usually analyzed, it can suggest patterns useful for describing the populations, it can point out new rules for allocating new consumers to pre-existing segments for identification and diagnosis purposes, it can provide new measures for defining concepts that used to be very broad, or it can identify certain profiles for representing the segments.

*Multilevel modeling* - Due to the fact that consumer segments have inherent hierarchies or acquire certain qualities leading to a hierarchy based on the company activities' results, the process of analyzing must take into account this hierarchic structure. In other words, the existence of hierarchic data is not an accidental result or a phenomenon worthy neglecting. Segments differ, and this is obvious in the various company activity results (company profitability, for instance), as the organization's results are often a direct effect of the differences existing among the consumer segments. In other cases, the segments may be much more arbitrary, such as allotting consumers to local offices, since, in many cases, consumers having similar demographic background live in those

areas. In this case, analyzing the differences using solely the consumers' location isn't likely to provide us with much information. However, when determining the segments, they tend to differentiate themselves, this differentiation suggesting that a group is empirically different from another. Multilevel models take into account segment ordering, most of the times performed in hierarchic form. More so, multilevel models require more than linear relationship models. In researching consumer satisfaction, for instance, we are interested not only in individual consumers but in the aggregated units as well such as stores, cities, regions etc. We would have normally investigated the effects on an individual level and, in a separate analysis, on an aggregate one. However, multilevel models allow us to understand the influence an individual consumer exerts on an aggregate unit, having impact on the organization's results. In addition, the capacity of multilevel models to perform an inter-classification of segments helps us treat much better the problem of unclear boundaries of segments by recognizing the fact that, for various reasons, people can change over the course of their lives the segments they are a part of. Multilevel modeling allows us to examine the impact consumers exert over the company's activities.

*CHAID method* - The CHAID method (Chi-square automatic interaction detection) is a method based on the AID (automatic interaction detection) methodology, representing a family of methods used for treating regression-type data much more vigorously than using linear hypothesis method assumptions. CHAID is a useful tool for analyzing multiple variables that are not easily "untangled" one from another, due to the fact that the method is solely searching for interactions.

Although CHAID is usually used in marketing for population segmentation studies, it is at the same time one of the most powerful procedures used for fixed-response questions leading to metric or non-metric replies.

The CHAID decision tree is the main tool used in interpreting the results of CHAID analysis. The tree's "trunk" is the dependent variable under study. The following branches indicate the most adequate predictive variables for the respective dependent variable.

CHAID is an exploratory procedure helping researchers identify and analyze the complex relationship existing between higher order contingency tables by dividing the contingency tables resulting from tabulating three or more variables. This division is performed by determining the lowest number of divisions based on the group's importance, importance used as predictor. Upon performing this task, we turn to the group subcategories in order to identify the adequate predictor and thus continue partitioning, so that no further adequate predictor may be identified. A CHAID analysis may indicate, for instance, that "importance" and "occupation" are significant predictors for the organization's income, that more important clients bring the company higher incomes. However, even if the "importance" and "occupation" are significant predictors for the group of important clients, these predictors may prove to differ in case of the group of consumers bringing lower incomes to the organization. This type of interaction analysis allows for an in-depth investigation of the way in which variables interact with each other in influencing the organization activities' results and in creating multiple profiles for the organization's potential results.

*Curvilinear regression* - The common curvilinear regression involves a linear relationship between predictors and the result. This is represented graphically by a straight line best describing this type of relationship. We can also see cases in which non-linear relationships are present, case in which the conventional regression analysis would underestimate the predictor-result relationship. Within marketing, we often have data on the basis of which the result may not be forecasted as a straight line.

In this instance, the relationship may be curvilinear. The conventional regression analyses evidence non-linearity through a graphic representation of the residuum.

The curvilinear regression analysis is performed in a hierarchic manner. We start from the linear model to which we progressively add higher order terms in successive steps. Should a term induce a significant change in  $R^2$  (the empiric correlation ratio) over the inferior terms, we can state that the curvilinear relationship is indeed representative for our data. Additionally, multiple trends may coexist within the data, so that we can describe the predictor-result relationship both using a linear as well as a curvilinear relationship. Tim Keiningham and Terry Vavra, authors of „The Delight Principle: Exceeding Customers' Expectations for Bottom-Line Success”, have illustrated this effect. As the organization increases the level of satisfaction of extremely dissatisfied consumers up to a state of satisfaction, we can notice a significant increase in satisfaction, from the point in which profits start to stabilize up to the point where clients reach an extreme state of satisfaction, point in which profits once again start increasing.

## 5 Conclusion

The multivariate mining and exploratory techniques described above may prove to be extremely useful for obtaining supplementary information from the data available, and for identifying patterns within the data, within almost any research performed. The purpose of this material was not to provide an exhaustive list of methods, but to illustrate some of the company activity problems which can be solved by using the various multivariate data exploring and mining methodologies.

Although these techniques are essential tools for the activity of marketers, their adequate use and application involves sophisticated training in the field of statistics for each different technique. However, the marketer holding multiple abilities may aid even the least prepared client in understanding and incorporating the marketing research results within the marketing strategies developed within their organizations.

## 6 References

Bălăiță, R., Hulea, M., & Olariu, C. (2003). *Data mining*, Virtual Library for Artificial Intelligence, Retrieved from <http://eureka.cs.tuiasi.ro/~fleon/bvia.htm>.

Ruxanda, Gh. (2005). *Econometrics II*, course notes, Bucharest: Academy of Economic Studies.

Shahbaz, M.; Masood, S.A.; Shaheen, M., & Khan, A. (2010). Data Mining Methodology in Perspective of Manufacturing Databases. *Journal of American Science*, 2010; 6(11), pp. 999-1012.

Zaharia, M.H; Aflori, C.; Șova, I.; Amarandei, C., & Leon, F.(2005). Research Report: The prototype of an intelligent web GIS system for extracting knowledge from a database by using intelligent agents. *The Science Policy and Scientometry Review*, Special issue – 2005, Research report on grant 67/66/2004.



THE 6<sup>TH</sup> EDITION OF THE INTERNATIONAL CONFERENCE  
EUROPEAN INTEGRATION  
REALITIES AND PERSPECTIVES

**The Tendency in the Modern French Language:  
Abbreviations and their Dynamics.**

Ludmila Starodedova

*Ismail State Liberal Art University, Ukraine, 2Lstar@mail.ru*

**Abstract:** The article is devoted to the phenomenon of abbreviation in the modern French language. It was given worldwide distribution as the way of making new words by reduction. The main task of this paper is to define general characteristic of abbreviation for making them easy to understand and use. In this article the phenomenon of abbreviation is analyzed, some characteristics of making reduced words are set up, the typology of abbreviations is defined, and initial words are classified. The most valuable in the article is the comparative analyses of the abbreviations in French and Ukrainian. The author insists that the intensive usage of different reductions is one of the important features in the development of national and international terminological systems and languages in general.

**Keywords:** abbreviation; initiative words; reduced words; comparative analyses

Les abréviations sont devenues un moyen productif et actuel d'élargissement du fond usuel des plusieurs langues. Le nombre des unités lexicales réduites dans les langues différentes, qui ont apparu dans les dernières années, font dizaines de mille. Le développement des abréviations est causé par la révolution scientifico-technique qui a donné naissance à une énorme quantité des termes spéciaux qui doivent être fixés dans la langue. On utilise intensivement les mots abrégés dans les domaines d'astronautique, de radio-électronique, d'énergétique atomique etc. Le problème des abréviations attirent des linguistes de plus en plus. Mais malheureusement jusqu'à nos jours on n'a pas réussi de faire la description monographique de ce problème.

Dans la deuxième moitié du XX siècle beaucoup de linguistes envisageaient le problème des abréviations. On a écrit quelques mémoires et on a publié plusieurs articles où certains aspects de ce phénomène étaient étudiés. Mais tout de même les unités lexicales réduites restent un vrai casse-tête car elles sont liées avec les problèmes fondamentaux de la linguistique tels que le problème de la structure du mot et sa notion, le problème du morphème, le problème de la liaison du son et de la notion, etc.

L'absence de la description plus ou moins complète des problèmes principaux de la théorie des mots abrégés crée des difficultés pendant la lecture et la traduction des textes spéciaux. En outre les abréviations font partie de la langue argotique qui tend à réduire des mots ce qui cause souvent l'incompréhension entre les gens.



Le français parlé qui de tout le temps a répugné aux mots trop longs continue à les abrégier surtout lorsque l'aspect en relève l'origine savante. Cette tendance à l'abréviation s'est considérablement accrue depuis la fin du XIX siècle. L'abréviation est très productive dans le français d'aujourd'hui, surtout dans le terminologie technique, dans divers jargons professionnels. Il y a différents types d'abréviations.

L'abréviation des mots est utilisée pour réduire la longueur d'un texte et en rendre la lecture ou la consultation plus rapide. On ne l'emploiera que dans les cas où cela est nécessaire, pour éviter surtout les répétitions en toutes lettres des termes qui reviennent continuellement. C'est le cas des traités ou manuels techniques, scientifiques, professionnels, des encyclopédies, des dictionnaires ou glossaires, des catalogues, etc.

Toute représentation d'une unité ou d'une suite d'unités par une partie de cette suite d'unités est une abréviation. On distingue:

a) l'abréviation du syntagme par laquelle certaines déterminations sont omises dans certains contextes: la désignation du Parti communiste par le Parti est une abréviation due au contexte social. Dans le discours, une fois données certaines précisions on peut les passer sous silence: Si j'ai dit que le jardinier du château est venu me voir et que je raconte tout ce qu'il a fait chez moi je le désignerai par la suite tout simplement par le jardinier;

b) l'abréviation du mot (simple, dérivé ou composé) qui consiste à supprimer une partie. L'abréviation est alors la troncation du mot. On appelle troncation un procédé courant d'abréviation consistant à supprimer les syllabes finales d'un mot polysémique; les syllabes supprimées peuvent correspondre à un morphème dans une radio (radiographie), une dactylo (dactylographie), mais les coupures se produisent le plus souvent arbitrairement après la deuxième syllabe vélo (vélocipède), frigo (frigidaire). Ce procédé est très fréquent dans le langage populaire: l'automobile omnibus est devenue l'autobus (l'abréviation du syntagme et des mots donne un mot-valise qui ne conserve que le début du premier mot et la fin du dernier) puis autobus est devenu bus par suppression de la partie initiale (aphérèse); télévision est devenu télé par la suppression de la partie finale (apocope).

L'abréviation peut-être la réduction du mot entier à quelques lettres seulement de ce mot: on réduit page à l'abréviation p. et pages à pp.

L'abréviation peut aussi être constituée par une suite de mots réduits: ainsi le sigle ORSEC c'est la réunion des syllabes OR (organisation) et SEC (secours), et, dans C.N.R.S. est l'abréviation du Conseil, N. de National, R. de Recherche et S. de Scientifique, selon les cas les mots accessoires (prépositions notamment) sont omis ou non; P.S.d.F. a été l'abréviation de parti Sociale de France (par opposition à P.S.F., Partie Socialiste Français), mais dans SFIO (pour Section Française de l'Internationale Ouvrière), les unités *de* et *l'* ne sont pas présentés. Ces sigles peuvent acquérir une autonomie telle que leur prononciation peut devenir syllabique (C.A.P.E.S.) se prononce [kapés] ou se confondre avec le mot (laser); ils peuvent donner naissance à des dérivés (C.A.P.E.S. donne capésien, C.G.T. donne cégétiste).

Les éléments d'abréviation sont généralement mais pas toujours représentés par des lettres suivies d'un point.

Mais ce n'est qu'avec une certaine réserve qu'on peut ranger l'abréviation parmi les procédés de formation. Par l'abréviation on ne forme pas tant de mots nouveaux que des variantes, généralement des variantes stylistiques de mots existants. Si métro, auto, cinéma, stylo, dactylo ont effectivement enrichi le français en triomphant de leurs formes complète initiales, prof, récré, perme, colon, expo ne

sont dans le vocabulaire que les variantes stylistiques de professeur, récréation, colonel, exposition. Il en est de même pour les sigles qui présentent “les doubles” des locutions correspondantes.

Les abréviations sont un phénomène linguistique qui prend sa source dans l'antiquité et qui est omniprésent dans le monde moderne. Facilité de copiste tout d'abord, il n'a fait que grandir depuis la fin de la guerre, et tient maintenant un grand rôle dans toutes les communications. Simple par son principe: la suppression de lettres des mots, il devient un véritable jeu de la langue pour les créateurs de dénominations d'objets publics (associations, organismes, sociétés, produits commerciaux: K7, KIABI, KIRI...), et pour les lecteurs non avertis cela devient un vrai “casse-tête”. Non soucieux de rester dans sa langue, il traverse les frontières de l'espace et du temps.

L'abréviation est un phénomène international qui est propre à toutes les langues. Les abréviations sont aussi très productives dans la langue ukrainienne mais tout de même elles ont leurs particularités. A la différence de la langue française les abréviations ukrainiennes sont principalement formées à la base des combinaisons des adjectifs avec le substantif (дитбудинок < дитячий будинок, педучилище < педагогічне училище, зарплата < заробітна плата), ce qui n'est pas propre au français, et plus rarement à la base des combinaisons des substantifs avec le substantif ou bien des substantifs avec l'adjectif: (начдив).

Mais malgré ces petites divergences on peut dire que dans la langue ukrainienne en tant que dans le français les abréviations constituent la combinaison des radicaux réduits (*техред* < *технічний редактор*; en français ce sont les mots valises ou acronymes: *franglais* < *français et anglais*) des radicaux réduits et complets (*медучилище* < *медичне училище* – seulement en ukrainien) et enfin la création d'un mot dérivé simple à l'aide de la réduction d'un radical (*маг* < *магнітофон*, *авто* < *автомобіль*, *фанат* < *фанатики*, *рок* < *рок-н-рол*, *неформал* < *представник неформальної організації* – en ukrainien, *фас* < *faculté*, *бас* < *baccalauréat*, *авто* < *automobile*, *метро* < *métropolitain* – en français).

Dans la langue ukrainienne comme dans le français on peut envisager des différents types d'abréviations. On distingue:

a) Les abréviations initiales (les sigles) qui consistent en la juxtaposition des lettres initiales des composants, d'un groupement de mots: *ООН* < *Організація Об'єднаних Націй*, *США* < *Сполучені Штати Америки*, *АМУР* < *автоматична машина управління і регулювання*, *АСОД* < *автоматизована система оброблення даних*;

b) Les abréviations phonétique c'est-à-dire les sigles prononcés comme des mots ordinaires (les acronymes): *вуз* < *вищий учбовий заклад*, *загс* < *запис актів громадського стану*;

c) Les abréviations composées qui sont formées à partir de la première syllabe de chaque mot d'un groupement des mots: *колгосп* < *колективне господарство*, *завуч* < *завідуючий учбовою частиною*;

d) Les abréviations mixtes qui sont formées à partir de la première partie d'un mot et d'un mot complet *морфлот* < *морський флот* (ce phénomène est présent seulement dans l'ukrainien), à partir de la première syllabe du premier mot et pour la plupart de la dernière du second: *мопед* < *мо(тоцикл + велосипед)*.

La langue ukrainienne reconnaît aussi les aphaèreses (coupure d'un élément initial): *Слава* < *Мирослав*, *Ніла* < *Неоніла*, *Colas* < *Nicolas*, *Bette* < *Elisabette*, et les aprocopes (coupure d'un élément final): *Гена* < *Геннадій*, *Ната* < *Наталі*, *Сло* < *Clotilde*, *супра* < *симпатіке*.

Après avoir étudié un tel grand nombre des abréviations dans les deux langues on peut tâcher de faire la généralisation de tous les mots réduits français et ukrainiens.

En prenant en compte les facteurs extérieurs les linguistes s'intéressent aux types d'abréviations suivants qui se caractérisent par la transformation sémantique complète ou partielle de leurs composants.

On distingue:

1. Les abréviations usuelles qui sont caractérisées par l'usage commun:

En français – *f.* < *féminin*, *m.* < *masculin*, *sing.* < *singulier*, *pl.* < *pluriel*, *cf.* (*voir*) < *confer*, *tel.* < *téléphone*, *rem.* < *remarque*, *p.ex.* < *par exemple*, *t.* < *tome*, *prof.* < *professeur*, § < *paragraphe*, *p.* < *page*;

En ukrainien – *ж.* < *жіночий*, *ч* < *чоловічий*, *одн.* < *однина*, *мн.* < *множина*, *див.* < *дивитися*, *тел.* < *телефон*, *прим.* < *примітка*, *напр.* < *наприклад*, *т.* < *том*, *проф.* < *професор*, § < *параграф*, *с* < *сторінка*.

2. Les abréviations individuelles ou occasionnelles qui sont attribuées à tel ou tel auteur:

En français – *A.A.A.A.A.* < *Association des adversaires assidus des abréviations absurdes et abusive*; en ukrainien (même en russe) – *АБВГДЖЗком*, *Пиш – Миш* < *машинистка*, *Футурстар* < *Футуристическая старина*, *Совмещане* < *советские мещане* (*par Mayakovskiy «Прозаседатели», «Товарищу машинистке», «Венера Милосская и Вячеслав Полонский»*).

3. Les abréviations nationales qui porte l'empreinte du système linguistique dont elles font partie et occupent une des première places à l'échelle de l'incompréhension:

En français – *TGV* < *train à grande vitesse*, *DLF* < *Défense de la Langue Française*, *ABE* < *Association Bancaire pour l'Ecu*, *FFF* < *Fédération des Familles de France*, *AVB* < *Académie du Vin de Bordeaux*, *SAF* < *Société Astronomique de France*.

En ukrainien – *нп* < *нова економічна політика*, *колгосп* < *колективне господарство*, *райвно* < *районний відділ народної освіти*, *УРП* < *Українська республіканська партія*, *УДПУ* < *Український державний педагогічний університет*, *СБУ* < *Служба безпеки України*, *Дніпрогес* < *Дніпровська гідроелектростанція*.

4. Les abréviations internationales qui fonctionnent dans plusieurs langues sous forme de correspondances et se caractérisent par l'identité de la composition lexicale du sens, de l'image et du style:

En français – *UNESCO* < *Organisation de Nations Unies sur les problèmes de l'éducation, de la science et de la culture*, *ONU* < *Organisation de Nations Unies*, *OTAN* < *Organisation du traité de l'Atlantique Nord*;

En ukrainien – *ЮНЕСКО* < *Організація об'єднаних націй з питань освіти, науки і культури*, *ООН* < *Організація об'єднаних націй*, *НАТО* < *Організація північно – атлантичного блоку*.

Après avoir analysé et comparé les abréviations dans les langues française et ukrainienne on peut constater que le monde des mots abrégés devient de plus en plus grand. C'est un monde sans frontières qui englobe toutes les activités humaines. C'est pourquoi il est difficile d'envisager toutes les ressemblances et divergences des abréviations françaises et ukrainiennes car ces deux langues appartiennent aux familles différentes où tels ou tels moyens prédominent: analytiques ou

synthétiques. Mais la tâche est facilitée par le fait que l'abréviation est un phénomène international qui se forme presque sur les mêmes principes dans les deux langues et où l'on peut trouver les mêmes types (sigles, acronymes, aphérisés, apocopes).

## **Bibliographie**

- Andriéwska, A. (1958). *Cours de lexicologie française/ Course of French lexicology*. Kiev.
- Certa, P. (2001). *Le français aujourd'hui/ Today's French*. Paris.
- Beacco, I. Cl. (1983). *Les choses et les mots// Le Français dans le monde/ Things and words // French in the world*. N175.
- Calvet, L.I. (1984). *Les sigles en français d'aujourd'hui// Le Français dans le monde / The acronyms in Today's French//French in the world*. N182
- Gradet, F. (1992). *Le français populaire/The French People*. Paris.
- Guilbert, L. (1975). *La créativité lexicale/ Lexical creativity*. Paris.
- Guiraud, P. (1973). *L'argot/The slang*. Paris.
- Kirilenko, K.; Saenko, S.; Shevtsova, N.; Shmeleva, S. (2000). *Analyse et interprétation du texte/Analysis and interpretation of the text*. Kyiv.
- Lopatine, G., Voronov, K., Bojko, V. (1975). *Le français commercial/The commercial French*. Moscow.
- Martinet, A. (1991). *Eléments de linguistique générale/Elements of general linguistics*. Paris.
- Mitterand, H. (1963). *Les mots français// Que sais-je?/ The French words // What do I know?*. Paris, N279.
- Picoche, I. (1990). *Précis de lexicologie française: L'étude et l'enseignement du vocabulaire/Summary of French lexicology: Studying and learning vocabulary*. Paris.
- Sauvageot, A. (1962). *Français écrit, français parlé/Written French, spoken French*. Paris.
- Tcherednychenko, O., Koval, Y. (1995). *Théorie et pratique de la traduction/Theory and practice of translation*. Kyiv.

## **Dictionnaires**

- Bouscau-Faure, I.-P. (1995). *Dictionnaire général des sigles/General dictionary of acronyms*. Paris.
- Colin, I.-P. (1994). *Dictionnaire des difficultés du français/Dictionary of French difficulties*. Paris.
- Caradec, Fr. (1972). *Dictionnaire du français argotique et populaire/Dictionary of French slang and folklore*. Paris: Librairie Larousse.
- Duneton, Cl. (1986). *Avant – propos au Dictionnaire du français branché/Introduction to the Dictionary of branched French*. Paris.
- Gak, V., Ganchina, K. (1997). *Nouveau dictionnaire français-russe/New French-Russian dictionary*. Moscow.
- Gilbert, P. (1971). *Dictionnaire de mots nouveaux/Dictionary of new words*. Paris.
- Gilbert, P. (1980). *Dictionnaire de mots contemporains/Dictionary of contemporary words*. Paris.
- Griniova, E., Gromova, T. (1997). *Dictionnaire du français familier et populaire/Dictionary of familiar and popular French*. Moscow.
- Merle, P. (2001). *Le dico du français branché. /The dictionary of French Paris*.
- Petit Larousse* (1994). Paris.
- Petit Larousse illustré/ Illustrated Petit Larousse* (2001). Paris.
- Robert, P. (1994). *Dictionnaire alphabétique et analogique de la langue française/Alphabetical and analogical French dictionary*. Paris.



THE 6<sup>TH</sup> EDITION OF THE INTERNATIONAL CONFERENCE  
EUROPEAN INTEGRATION  
REALITIES AND PERSPECTIVES

## The French Interference in the Bulgarian of Bessarabia

Valentina Radkina

*Ismail State Liberal Art University, Ukraine, radizm@mail.ru*

**Abstract:** The study on the position of the Bulgarian language field proves that it is part of the "national minorities" beside the other languages of Bessarabia (Moldova, Gagauz, Polish etc.). The result of the policy language and history in this region becomes the Russian who works as a filter to any language of national minorities in the former Soviet Union, including Bulgaria. Thus, very fast, the local languages are confined to the gregarious functions and the Russian is reserved for vehicular, official, scientific functions. Despite this policy the national minorities were able to develop their language by borrowing from other languages, including French. The interference from Russian and French has an historical past since the nineteenth century which explains the violence of the French lexicon in Bulgarian. Furthermore this process occurs surreptitiously - in semantic borrowings of lingual units.

**Keywords:** Bulgarian language; Bessarabia; French lexicon

Le niveau de la civilisation de chaque pays est déterminé par plusieurs facteurs, le plus démonstratif desquels est le degré du développement des minorités nationales, l'étude de leur histoire, le maintien de préservation de leur originalité. La Bessarabie, une petite patrie des minorités nationales, est celle-ci en Ukraine où les Bulgares composent 21 % d'environ de toute la population de cette région. L'étude d'histoire, de culture et surtout de langue expliqueraient la position du bulgare parmi les autres langues-mineures en Ukraine et même en Europe en général.

Pour bien observer la formation des langues et des dialectes de la région de la Bessarabie il est nécessaire absolument d'étudier la zone linguale. Pour la région de la Bessarabie il est caractéristique la densité génétique de la zone, la quantité des familles génétiques venues dans la zone par une unité de la place. C'est une caractéristique extraordinairement importante, selon laquelle les zones diverses se distinguent par l'image tout à fait radicale. La ressemblance structurale et acquise des langues répandues sur le territoire de la Bessarabie nous montre l'existence de l'union linguale. Dans notre cas c'est l'union des langues slaves, romanes, gagaouze et albanais. Les processus qui amènent la formation de l'union linguale sont les cas particuliers de l'emprunt, ce qui est différent des emprunts ordinaires lexicaux exerçant l'influence sur toute la structure de la langue. À la réalité on observe d'habitude le réseau complexe de la co-influence des langues. Dans les dernières années on parle du même phénomène du rapprochement mutuel des langues contiguës parfois dans les termes de l'autre métaphore "chimique": aux contacts linguaux il y a une "diffusion" des phénomènes grammaticaux d'une langue à l'autre. La notion de la diffusion est plus totale, que la notion de l'union linguale. À la suite de la diffusion on peut voir que les langues non soeurs d'une famille linguistique typologiquement sont plus proches l'une à l'autre qu'à leurs langues soeurs.

Le problème fondamental de notre étude est la distinction du développement parallèle dans les langues comme du résultat de la diffusion, du résultat des principes interlinguistiques cognitifs. Un des moyens les plus répandus de ce processus est la convergence. La convergence des langues sur la base territoriale présentée à la Bessarabie ne dépend pas du principe de la parenté génétique des langues. Cependant la convergence passe différemment en fonction de la présence du degré de la parenté des langues, qui gardent un certain degré de la compréhension mutuelle, probablement emprunt particulièrement massif du lexique et grammatical ligne, comme par exemple, en Ukraine avec le russe et le bulgare. En cas de la parenté éloignée excluant la compréhension mutuelle, mais gardant la proximité définie typologique des langues, il y a aussi une possibilité pour les influences diffusives, par exemple, l'article postpositif défini (dans les langues bulgare, roumaine et albanaise), le pronom démonstratif (non identique dans de différentes langues) qui est considéré comme un des plus important.

L'étude sur la position du bulgare au domaine linguistique de l'Ukraine nous convainc que cette langue fait vraiment une partie des «minorités nationales» à côté des autres (moldave, gagaouze, polonais et d'autres). Les Bulgares sont en majorité dans le district de Bolgrad de l'*oblast* d'Odessa. L'étude sur l'origine d'autres langues très répandues en Bessarabie montre très bien qu'il existe également, dans la région de Bessarabie des collectivités locales, des quartiers d'habitation dans lesquels d'autres groupes ethniques, comme Bulgares, Roumains, Gagaouzes, Moldaves, Albanais constituent une majorité. Nous expliquons la concentration de telle quantité des langues par les phénomènes socio-historiques et la spécifique du peuplement du territoire et la politique langagière de la région de la Bessarabie.

Les mots empruntés s'adaptent à un degré différent au vocabulaire de la langue emprunteuse. L'intensité du processus d'adaptation qui s'effectue sous l'action des lois internes du développement varie selon l'origine du mot emprunté, sa structure, son sens, la sphère de son emploi; elle dépend aussi de l'époque à laquelle se rapporte l'emprunt. Il faut distinguer les adaptations phonétique, graphique, morphologique et sémantique.

Quant à l'adaptation phonétique, il est à noter que certains phonèmes qui font parties des systèmes phonétiques des langues étrangères ne font pas partie du système français. Cela donne lieu à des mots que l'on prononce de plusieurs manières, comme pour *bug*. Le mot finit par s'intégrer phonétiquement et donc changer de prononciation.

Le bulgare, comme le russe par exemple, a un accent tonique mobile. C'est-à-dire qu'un mot nouveau doit être appris avec son accentuation. Malgré tout, contrairement au russe, il y a peu de déplacements d'accent pour les verbes, il suffit de connaître la place de l'accent à la première personne du présent et à la première personne de l'aoriste. Toutes les consonnes sont dures, à moins qu'elles ne soient suivies de и, я, ю ou de ь (ер малък). On note que ь n'apparaît jamais en position finale. Pour cette raison, учител (professeur) a un л dur, bien que le pluriel numéral sera учителя.

Les emprunts français en se trouvant dans la langue bulgare sont assimilés graduellement par lui. Ils s'adaptent au système sonore de la langue russe, se soumettent aux règles de la formation des mots et la variation du mot. Avant tout ce sont les particularités de la langue étrangère de la présentation sonore du mot qui se retirent, par exemple les sons nasaux dans les emprunts français. Puis changent les fins des mots, la forme de la génération. Par exemple, dans les mots *le facteur; le souffleur; le trottoir* ne sonnent plus les sons caractéristiques pour la langue française. Tous les mots sont prononcés avec l'articulation caractéristique russe, bien que leur combinaison pour nous est étrange.

Les réductions vocaliques sont bien plus simples qu'en russe. Les différences se font entre les voyelles accentuées et inaccentuées. Les changements principaux sont l'ouverture du o hors et sous l'accent,

ainsi que le du **а** ou **я** (prononcé plus ou moins comme en français sous accent, mais comme le u de l'anglais «but» hors accent), le changement du **h** en **х**, **e** en **а**, **u** en **у** ou bien **в**, **eu** en **о**. Citons quelques exemples: **hasard** -> **хазарт**; **humaniste** -> **хуманист**; **uniforme** -> **униформа**; **intérieur** -> **интериор**; **suite** -> **свита**.

L'adaptation morphologique: le genre peut changer ou il est décidé en arrivant dans la langue: *biscotte* est devenu féminin mais il était masculin à son arrivée dans le français, venant de l'italien *biscoto*. Le mot s'adapte aussi en nombre, ainsi on dit aujourd'hui *des concertos* (et non plus *des concerti*). Citons quelques exemples des changements du genre: **tarif** n.m.-> **тарифа** (ж.р); **méto** n.m. -> **метро** (ср.р); **pension** n.f. -> **пансион** (м.р); **mémoire** n.m. -> **мемоари** (мн.ч).

Il est à souligner, que le bulgare est un cas particulier dans les langues slaves par sa position centrale dans l'union linguistique de la Bessarabie. Premièrement, on note la présence d'un article défini postposé, comme en roumain et en albanais. Ensuite, le système casuel a disparu du bulgare à l'exception du vocatif et du système pronominal. Ce dernier, comme le roumain et l'albanais, connaît une confusion du datif et du génitif. Pour le système verbal, le bulgare a conservé un système complexe, gardant les formes de l'aoriste du vieux slave. Quand aux emprunts, en acquérant les affixes, les mots empruntés font partie du système grammatical de la langue bulgare et se soumettent aux normes correspondantes de la variation du mot: ils forment les paradigmes des déclinaisons, les conjugaisons. Par exemple: **massage** -> **масаж**; **passager** -> **пасажир**; **partisan** -> **партизанин**; **trottoir** -> **тротоар**; **papillon** -> **папийонка**; **uniforme** -> **униформа**; **ouverture** -> **увертюра**; **version** -> **версия**.

L'adaptation lexico-sémantique: il est très rare qu'en langue générale, le mot emprunté garde exactement le même sens que dans sa langue d'origine (*smoking, pressing*). Le vocabulaire du bulgare est pour l'essentiel d'origine slave. La mise en valeur des mots empruntés amène d'habitude à leurs changements sémantiques. De nombreux emprunts au français ont changés leurs significations sémantiques au cours de l'histoire. La plupart des mots français ont perdue leurs liaisons étymologiques avec les racines apparentées de la langue-source. Et comme le résultat les significations des mots de langue étrangère deviennent immotivées. La langue nationale tente de modifier l'interprétation toujours du mot incompréhensible. De cela se servent volontiers les écrivains. Le nom russe *Силантий*, l'événement de français "silence" - le silence, dans la variante réduite sonnait comme la Force et était identifié dans le mot nominal la "force". Citons un groupe d'exemple sur le même phénomène: **avant-garde** – groupe, mouvement artistique novateur, souvent en rupture avec ce qui l'a précédé; **détachement de sûreté rapprochée**, en bulgare, c'est *авангард* – водеща обществена група; **place d'arme** - lieu où se rassemblaient les défenseurs d'une ville; **emplacement destiné aux prises d'armes et aux défilés**; *плацдарм* - площад за войските; **arrière-garde** – détachement de sûreté agissant en arrière d'une troupe en marche pour la couvrir et la renseigner, *арьергард* – войскова част; **demi-saison** – période de l'année où il ne fait ni très froid ni très chaud, correspondant à peu près au printemps et à l'automne; *демисезон* – полусезон, переходен сезон; **rendez-vous** – convention que font deux ou plusieurs personnes de se trouver à la même heure en un même lieu; lieu où on doit se trouver; lieu où l'on a l'habitude de se réunir, *рандеву* – среща; **vis-à-vis** - en face, à l'opposé, *визави* – един срещу друг; **garde-robe** – petite pièce ou armoire où l'on range les vêtements, penderie; **ensemble des vêtements d'une personne**; lieu où l'on plaçait la chaise percée; **cabinet d'aisances**, *гардероб* – място за хранене на дрехите; **chef-d'oeuvre** – n.m. ouvrage que devait réaliser tout compagnon aspirant à la maîtrise dans sa corporation; la plus belle oeuvre d'un écrivain, d'un artiste; oeuvre d'art particulièrement accomplie; ce qui est parfait en son genre, *шедьовр* – оригинално произведение на изкуството; **nature morte** – représentation de fruits, de

fleurs, de nourritures, de gibier, d'objets divers, *натюрморт* - неодушевени предмети; plomb – métal dense, d'un gris bleuâtre, élément de numéro atomique 82; coupe-circuit à fil de plomb; petite masse de plomb ou d'un autre métal, servant à lester un fil à plomb; bale, grain de plomb dont on charge une arme à feu; composition typographique formée de caractères en alliage à base de plomb; morceau de métal fixé à une ligne de sonde, à une ligne de pêche, à un filet pour les lester; sceau des douanes certifiant qu'un colis a acquitté certains droits; baguette de plomb présentant une section en H et servant à maintenir les verres découpés d'un vitrail; garçon – enfant de sexe masculin; jeune homme, homme; employé, ouvrier travaillant chez un artisan; employé subalterne affecté à certains travaux, *гарсон* – момък.

Il est à noter que les mots empruntés deviennent naturalisés, ils fonctionnent normalement du point de vue de la suffixation et de la préfixation. De manière générale, l'emprunt est à l'origine des faux amis. C'est par exemple, l'onomatopée. La question de savoir si l'origine des langues vient des onomatopées est un grand débat historique. Cette thèse reste très contestée. Le nombre des onomatopées (mots, termes dont la forme suggère la chose désignée) est très réduit. L'autre exemple, c'est l'altération. Ce procédé ne fonctionne plus de nos jours, depuis la généralisation de l'écrit. Il consistait à modifier l'orthographe pour créer un mot nouveau. Il n'y a pratiquement pas de mots qui sont créés de rien. Afin de subvenir au manque d'un vocable allogène utile il est préférable de faire appel à un emprunt sémantique ou à un décalque que de laisser s'infiltrer un xénisme à allure rébarbative. Donc, l'utilisation dans une mesure raisonnable des mots d'emprunt, sans encombrer et affaiblir la langue, contribue à son enrichissement et sa consolidation.

Les degrés de la pénétration se marquent naturellement dans les variations de la prononciation et de graphie des mots. Théoriquement les xénismes gardent le plus souvent leur forme étrangère; les emprunts communément employés tendent à s'adapter aux habitudes articulatoires et graphiques de la langue emprunteuse, pour autant — et c'est vrai surtout à l'époque actuelle — que l'orthographe étrangère ne soit pas déjà trop ancrée dans l'usage par l'action de publications spéciales.

Notons que parfois l'adaptation graphique est inversée. On en conclue qu'il est dangereux de tirer de la seule forme, plus ou moins adaptée, d'un emprunt, un argument touchant sa pénétration dans l'usage. Mais une fois qu'un mot d'emprunt a été adopté dans une langue au point que le locuteur non averti n'en sent plus du tout l'origine étrangère, il est de règle que désormais il évolue phonétiquement comme les mots de l'ancien fonds.

Comme les mots indigènes, les mots parfaitement empruntés sont aussi parfois abrégés par commodité. Bon nombre de mots français ont subi ce traitement en bulgare: *à propos* a été réduit à *апроно*, *rendez – vous* à *рандеву*, *mise en scène* à *мизансцен* etc. On peut dire qu'un emprunt est tout à fait entré dans l'usage quand il se prête à la dérivation ou à la composition au même titre qu'un mot autochtone.

Il y a bien des raisons de refuser un mot français que l'on rencontre dans la langue bulgare. Parfois c'est la forme qui paraît rébarbative et incompatible avec les habitudes articulatoires ou grammaticales. D'autres fois, l'usager de bon sens rejette des pérégrinismes dont l'emploi reflète pour lui un snobisme ou un pédantisme ridicule. Une autre raison encore est le nationalisme, c'est-à-dire la conscience d'une fierté nationale souvent doublée d'une certaine xénophobie. Enfin, la réaction contre l'emprunt est dictée par le purisme, qui est une forme culturelle du nationalisme, forme plus justifiée certes quand elle ne tombe pas dans une aveugle intransigeance. Ce sont St. Mladénov, Iv. Stoyanov, Iv. Bogorov qui s'occupaient par le problème du purisme de la langue bulgare.



L'analyse du dictionnaires bulgare-ukrainienne P.Kaloyanova (Potapenko- Kaloyanova, 2004) et du dictionnaire des mots empruntés de la langue bulgare sous rédaction de St. Bourov et P. Pehlivanova (Burov- Pelihvanova, 2004) nous permet de trouver les emprunts français et de deviser trois domaines où on l'utilise avec plus d'aisance: la cuisine et la mode, la guerre et les sentiments.

Le rangement lexical nous donne la possibilité de faire le pourcentage des emprunts dans les différents domaines. Comme on voit le plus grand domaine de la société où on emploie la plus grande quantité des mots français c'est la mode (144 mots, 35%). On peut expliquer cela par ce que ce thème est un des plus répandu parmi les lecteurs indépendamment de l'âge et du sexe. Ensuite ce sont la gastronomie (105 mots, 25%), les sentiments (95 mots, 22%), la guerre (55 mots, 13%), l'informatique et les nouvelles technologies et d'autres domaines (21 mots, 5%).

Citons des cas quand il n'y a pas une véritable nécessité pratique de recevoir à l'appellation étrangère (français dans notre cas). On peut utiliser bulgare равнище au lieu de *ниво*; точно – *стриктно*; възстановявам – *реставрирам*; установявам – *констатирам*; смелост, решителност – *кураж*; точен, редовен – *екзактен*; извънредовен – *екстрем*; прикривам – *маскирам*; благодаря – *мерси*. On comprend sans peine que, dans ces conditions, la pénétration des mots français dans l'usage présente une variété sensible de degrés.

Comme nous avons déjà dit, il y a une véritable nécessité pratique de recourir à l'appellation étrangère si l'on veut désigner exactement et commodément une plante hier encore inconnue, un animal exotique, un produit ou un phénomène naturel récemment découvert, un nouvel objet fabriqué, une technique inventée il y a peu, une institution, une monnaie, une mesure, un poids repris à l'étranger pour un usage régulier. Notre justification est aussi l'utilité pratique quand nous empruntons des termes scientifiques ou philosophiques, quand nous reprenons des noms de personnes et de choses pour décrire l'étranger avec exactitude et pour créer littérairement la couleur locale, quand nous nous approprions des façons simples de désigner certaines notions qui appelleraient, dans la langue indigène, le recours à des périphrases incommodes ou à des expressions sans élégance. Tels sont des mots *буржоазия, революция, баррикада, демокрация, декларация, республика, министър, президент, премиер, партия, авиация, сцена, театър, организация, багаж, машина, мода, шампанско, жирафа, репертуар, роман, ресторант, район, масаж etc.*

En analysant le dictionnaire des mots empruntés de la langue bulgare sous rédaction de St. Bourov et P. Pehlivanova nous avons trouvé 420 mots empruntés du français à la langue bulgare de la Bessarabie. On utilise largement ces mots dans le langage parlé de notre région. Parmi les éléments du lexique, ce sont naturellement les substantifs qui passent avec le plus d'aisance de la langue française à la langue bulgare de la Bessarabie (346 mots – 82%). Il est moins courant que l'on reprenne des des adjectifs (55 mots - 13.09%) et de verbes (14 mots – 3.3%), tandis que les adverbes (0.48 %), des numéraux (0.7%), les interjections, les prépositions et les conjonctions (en total 0.03%) — qui ne sont à vrai dire qu'une mince partie du vocabulaire — n'apparaissent empruntés qu'un petit nombre de fois. Enfin, l'emprunt du pronom est exceptionnel, tant celui-ci est étroitement enchâssé dans la structure des langues.

On conclut que les emprunts des mots peuvent d'ailleurs se produire en nombre illimité, mais, pour autant, la langue dans ses structures n'en serait pas affectée: même si à chacun des mots bulgares se substituait un mot français, cette langue resterait du bulgares par sa morphologie et sa syntaxe, les affixes de dérivation et flexionnels. Nous pouvons donc considérer les formes grammaticales particulières comme étant à l'épreuve de l'emprunt et, à ce titre, probantes pour la comparaison qui vise à reconnaître les parentés génétiques. Nous avons prouvé que si tout mot peut être emprunté, il

reste que le vocabulaire fondamental manifeste une relative résistance au remplacement. Nous avons défini l'acception de l'emprunt comme un intrus. Il est reçu d'emblée dans la langue à l'égal des mots indigènes. Il s'insinue peu à peu, se travestit, se fait familier, laisse oublier son origine française. Sa pénétration est différente selon les classes sociales et même elle varie d'un individu à l'autre, selon l'âge, le degré de culture, les traditions familiales, les opinions politiques, le sexe.

### **Bibliographie**

Болгарсько – український словник: Бл. 20000 слів./ Укл. К. К. Потапенко – Калоянова. – К.: Дієслово, 2004.- 240 с.// Bulgarian-Ukrainian Dictionary Potapenko-Kaloyanova K.K. – K.: Dieslovo.

Малък речник на чуждите думи в българския език./ С. Буров, П. Пехливанова. – Велико Търново: 2004- 608с. // *The small dictionary of foreign thoughts in Bulgarian*. Burov S., Pelihvanova P. – Veliko Tèrnovo.



THE 6<sup>TH</sup> EDITION OF THE INTERNATIONAL CONFERENCE  
**EUROPEAN INTEGRATION  
 REALITIES AND PERSPECTIVES**

**The Beginning of the Economic  
 Romanian Journalism Mercury- 1839-1841**

Cristina Mihaela Dosuleanu

*Danubius University of Galati, Faculty of Communication Sciences, cristina.dosuleanu@univ-danubius.ro*

**Abstract:** The first Romanian publication that debated only economic matters was the Mercury newspaper, which was printed for the first time in Braila, on 18 December 1839, as an expression of economic and trading information needs of merchants from Braila. In the program, the teacher Ioan Penescu clearly states the cause and types of information to be publicized; which arouses the interest of traders from both Moldova and the Tara Romaneasca. For the first time in the Romanian news history they wrote about problems of economic and politic matter and also assess and comment on innovative ideas of the fathers of economics. For instance Adam Smith who militated for free trading and capitalism, also Francois Quesnay who contained with voluntary work in economics and sustained that the capital gains was possible only in nature and therefor only in agriculture. More interesting information about the dynamics of trading activities from important ports in Europe and in the country, the merchants had the opportunity to find out about laws which governed other trading activities in different ports, but also theoretical or practical concepts about economy and agriculture. This publication opened a new important road for the economical journalism, but also for economical science in general, because the thoroughly studying of this area began much later in the history of Romania.

**Keywords:** Mercury newspaper; economical science; history of Romania

**La situation économique du Bas Danube lors de la parution de la première publication**

Les historiens qui ont étudié le passé du Bas Danube sont toujours partis de la prémisse que les villes situées au bord du Danube sont un don du fleuve. Il en était ainsi partout. Les gens s'établissaient là où les conditions étaient propices à la vie, mais la zone du Bas Danube, de Brăila en particulier, offrait encore davantage.

« La survivance et l'épanouissement d'une ville comme Brăila ne saurait être que le résultat d'un ensemble de facteurs favorables, relief, climat, hydrographie, flore et faune, plus un carrefour des voies de communication, qui lui assurent la prospérité. (...) Voilà donc, comment la richesse en poissons de l'eau, en céréales et bétail de la plaine, et lieu favorable de rencontre de plusieurs intérêts commerciaux, un véritable « poumon » économique pour une zone géographique vaste (Valachie, sud de la Moldavie, sud-est de la Transylvanie), ont pu assurer la prospérité des communautés humaines qui ont vécu sur l'actuel territoire de Brăila il y a environ six millénaires » (I. Căndea, V. Sîrbu, *Istoricul oraşului Brăila din cele mai vechi timpuri până la 1540*, Muzeul Brăilei, Brăila, 1993, pp 4 – 6).

Par conséquent, au moins jusqu'à la chute de la ville sous les Turcs en 1540, celle-ci pourrait être considérée représentative pour l'évolution de la zone du Bas Danube. Dans le livre *Istoricul oraşului Brăila din cele mai vechi timpuri până la 1540*, Ionel Căndea et Valeriu Sîrbu précisent que l'étude de la vie économique de Brăila part depuis le moment de l'accomplissement de l'ethnogenèse roumaine jusqu'à l'occupation ottomane, en 1540 ; après cette date, ce sera l'académicien Constantin C. Giurăscu qui parlera de l'histoire de cet endroit. L'importance de Brăila pour l'évolution de la zone du Bas Danube est donnée par la petite distance qui la sépare de la mer et le voisinage des trois provinces : Valachie, Moldavie et Dobroudja, la Transylvanie participant à cette confluence à travers le canal Siret-Ialomița (Căndea, Sîrbu, 1993, p. 74).

Quant à la période mentionnée, les spécialistes prouvent le fait que la population du Bas Danube pratiquait la pêche, la chasse, l'agriculture, différents métiers tels la transformation du bois, le tissage et la couture, la poterie. L'étude conclut que, malgré les invasions subies par cette zone, la population roumaine a réussi à résister, à refaire son équilibre, à mettre les bases de la ville de Brăila, attestée dans un document du 20 janvier 1368, et qui fut pour longtemps le pôle du développement économique de la zone du Bas Danube. Après cette date, ce seront des témoignages étrangers sur l'importance du port de Brăila, plusieurs présentés par l'historien Constantin C. Giurăscu dans *Istoricul oraşului Brăila din cele mai vechi timpuri până astăzi*. On mentionne le journal de l'Allemand Hans Schiltberger, qui démontrait en 1420 que beaucoup de navires passaient par le port, y compris beaucoup de marchandises. Le Français Walerand de Wawrin a lui aussi écrit en 1445 sur les richesses qui passaient par le port. En février 1470 Etienne le Grand produit une première attaque dévastatrice sur Brăila, après laquelle la ville s'est vite refaite. La deuxième attaque contre Brăila viendra de la part de Bogdan, fils d'Etienne le Grand, en 1512, mais la position de la cité et tous les autres avantages déterminent une reprise rapide. Ainsi, dans un document officiel turc de 1520, on dit que 70-80 navires viennent chaque jour de la Mer Noire et entrent dans le port, navires chargés de marchandises qu'ils vendent et ensuite rechargent avec des céréales. Le même Giurăscu affirme que le commerce de Brăila était si florissant que le chroniqueur grec Laonic Chalcondil écrivait que Brăila était une ville des Daces où l'on faisait plus de commerce que dans toutes les autres villes du pays (Apud C.C.Giurăscu, *Istoricul oraşului Brăila din cele mai vechi timpuri până astăzi*, 2002, p. 49).

En 1520 les Turcs avaient déjà occupé Măcin et essayé d'imposer de nouveaux impôts aux négociants et aux pêcheurs de Brăila. Comme ceux-ci avaient refusé, l'idée d'occuper la cité de Brăila commence à les préoccuper, car on savait qu'ils pouvaient ramasser un capital important. « Selon nous, et selon le document du 15 avril 1520, il est sûr que la raison de cette occupation a été, outre celle militaire, une autre plus forte, la raison économique » (Giurăscu, 2002, p. 61).

Après 1540, la ville de Brăila sera pour 300 ans un raia, sous la domination turque. Les opinions des historiens sur ces 300 ans de domination turque sont partagées. Les uns, tel Petru Pintilie, soutiennent que la période respective a marqué la chute totale de l'activité commerciale. D'autres spécialistes, comme C.C. Giurăscu, considèrent que cela n'aurait pas convenu aux Turcs, mais, par contre, l'activité commerciale a connu dans cette période un grand développement. Le même historien démontre avec des documents que, dans cette période-là, Brăila était le plus important port non seulement du Bas Danube, mais de la Valachie et Moldavie, l'activité commerciale s'est même intensifiée, mais le changement appartenait au bénéficiaire qui était maintenant la Porte Ottomane, et non pas la Valachie. «La domination de Brăila par les Turcs a fait de ce port non seulement le centre de ravitaillement de tout le système militaire ottoman au Bas Danube, mais aussi de Constantinople, la capitale de l'empire » (Giurăscu, 2002, p. 72).

Ce fut dans cette période de domination que les Turcs ont bâti une citadelle de défense de la ville, avec cinq enceintes, sept bastions et un fossé extérieur.

On a continué de pêcher le long des 300 ans, le poisson était exporté à Braşov ; il en fut de même pour le commerce du sel et des céréales – Brăila étant considéré un entrepôt de l'Empire Ottoman (Giurăscu, 2002, p. 100). La même source nous apprend qu'une note de septembre 1795 appartenant à Al. Callimachi, le prince régnant de Moldavie, mentionne qu'on fournira du blé à Constantinople à travers les ports de Brăila et Galaţi. En 1800, le prêtre arménien Hugas Inginian relate que l'on ramasse à Brăila le blé pour la Valachie et à Galaţi, pour la Moldavie, et de là, on l'exporte dans des bateaux européens. Cette information est précieuse car on y voit que, avant même le traité d'Andrinople (septembre 1829), qui réglementait le commerce sur le Danube et la Mer Noire, des navires européens venaient déjà dans les ports de Brăila et Galaţi pour charger des céréales (Giurăscu, 2002, p. 101).

L'historien C.C.Giurăscu explique l'importance du marché de Brăila par la « chila », unité de mesure autant en Valachie qu'en Moldavie. Suite au traité d'Andrinople de 1829, les cités turques sur la rive gauche du Danube revenaient à la Valachie et on refondait le département de Brăila. Une autre conséquence en fut la liberté du commerce sur le Danube ce qui a mené à un essor extraordinaire du commerce, vu qu'on pouvait vendre les marchandises à qui que ce soit pour le meilleur prix. Aussi Brăila devient-elle non seulement un centre de la zone du Bas Danube, mais de toute la Valachie, et le flux commercial stimule le développement de toutes les villes de la zone, notamment Galaţi qui jouissait d'un régime douanier spécial dès 1836. Brăila parviendra à avoir un tel régime en 1838. Tulcea, qui se trouvait sous la domination turque dès 1416, redeviendra libre à peine pendant la guerre d'indépendance, 1877- 1878, lorsque ses habitants pourront aussi publier des journaux. Le 14 novembre 1878 marque la date où la Dobroudja, y compris Tulcea, entre sous le gouvernement de l'État roumain, et la première revue, *Steaua Dobrogei*, paraît en 1879. En 1837 entre dans le port de Brăila le premier navire venant de Constantinople, sous pavillon autrichien. Après cette date, de nombreux bateaux viennent de tous les coins du monde dans ce port maritime terminus du Danube. Ce fut le commencement d'une époque de gloire de la ville qui durera presque un siècle. Dans ces conditions une publication économique devient une nécessité pour les négociants et les armateurs de la zone.

### **Mercur, première publication économique roumaine**

La première publication commerciale roumaine paraît à Bucarest en 1837, *Cantor de avis și comers*, dédiée à la publicité. Dans l'article-programme, le rédacteur et éditeur, Zaharia Carcalechi, déclare que la publication s'adresse à tous ceux intéressés par la spéculation commerciale et propriétaire. « Ce journal, ayant l'approbation du gouvernement, donnera au public une pleine connaissance des taux des spéculations et les prix des produits du pays : car, partout, le but principal de ce journal est surtout la spéculation commerciale et propriétaire (...). Le prix de l'abonnement est quatre roubles d'argent par an et, on paiera un leu pour toute publication d'une ligne imprimée de 50 lettres ». (*Cantor de avis et comers*, no. 1, 24 avril 1837, p. 1). George Călinescu apprécie l'initiative de Carcalechi tout en l'appelant « le pionnier des journalistes de spécialité » (Călinescu, 1982, p. 125), mais il ne se prononce pas sur la valeur de la publication. L'épanouissement économique du Bas Danube a déterminé la parution à Brăila, du premier journal intégralement économique de Roumanie, *Mercur*, en 1839, rédigé en alphabet semi – cyrillique, tout comme *Cantor de avis și comers*. Les spécialistes des archives nationales de Brăila considèrent que *Mercur* a constitué « pour la vie commerciale du

pays et du port de Brăila », ce que « *Curierul românesc* de Heliade Rădulescu ou *Albina Românească* de Gheorghe Asachi ont signifié pour la vie littéraire. *Mercur* a joui de l'appréciation de M. Kogălniceanu, et N. Iorga le considérait « le premier périodique commercial du pays » (Bounegru & Drăghici, 1993, p. 9).

Dans l'article programme du premier numéro paru en décembre 1839, on précise clairement le but de cette publication, pour le bon usage de la classe des négociants. « Pendant que les autres classes politiques, littérales et religieuses bénéficient d'informations autant de l'intérieur que de l'extérieur conformément à leurs intérêts, la classe des négociants est, dans un pays commercial, totalement privée de cette utilité » (*Mercur*, no. 1, décembre 1839, p. 1). Encore plus, on y propose les catégories d'informations qui seront publiées : « informations de l'intérieur et de l'extérieur sur l'évolution ou la régression du commerce, l'état de la récolte intérieure et extérieure, les assortiments et la qualité des marchandises qui sortent de chaque port, quelles sortes de marchandises sont préférées dans les ports du pays et dans d'autres ports, le prix correct de toutes les marchandises que l'on importait et exportait à travers notre port et d'autres, le nom et le nombre des navires qui arrivent et qui partent de ce port, les assortiments de marchandises y importées et exportées, le taux de change pour les différentes monnaies de l'Europe, la réglementation des conditions commerciales, divers conseils sur le négoce ». (*Mercur*, no. 1, décembre 1839, p. 1). L'auteur de ce journal, le professeur Ioan Penescu, promet que, après quatre mois, le journal sera bilingue, en roumain et en grec. Le journal était structuré sur deux colonnes avec les rubriques : Nouvelles du pays, Nouvelles de l'étranger, Notes commerciales, Compte-rendu. Ce fut dans cette structure que le journal sera imprimé pendant quelques mois. On concentrait les informations sur les villes-ports du pays et de l'étranger, sur les marchandises y vendues, leurs prix et les échanges monétaires. Les abonnés pouvaient être autant les commerçants de Brăila que de la capitale, tout en indiquant clairement dans le premier numéro où on pouvait s'abonner, ou bien des autres départements. Pour Jassy, le deuxième numéro précise que l'on peut s'abonner à la rédaction de la revue *Albina Românească*, un témoignage de l'appréciation de la part de Gh. Asachi.

C'est la première publication à caractère purement économique de Roumanie, dont l'importance est témoignée par plusieurs éléments : on la vendait autant dans la zone du Bas Danube que dans toute la Valachie et Moldavie, elle publiait des informations économiques utiles pour les négociants, comme le taux de change ou les produits que l'on apportait dans les ports ; on y publiait également des leçons d'agriculture, on militait pour un développement uniforme de l'agriculture dans les deux pays à l'aide de l'État et offrait à la fois des éléments importants d'économie politique, lorsque cette discipline ne bénéficiait d'une étude méthodique et distincte dans aucun des deux pays. Si on le compare avec les autres journaux de l'époque, *Mercur* manque de la polémique politique, mais utilise des techniques de management éditorial peu connues à l'époque en Valachie. L'auteur se concentre d'offrir les informations économiques promises dans le premier numéro. Dans le numéro suivant, paru le 16 mars 1840, l'article de la première page, « Sur le commerce » souligne l'importance du commerce pour une nation ; ce sera l'un des premiers articles d'économie en Roumanie. Le texte est sur deux colonnes, tandis que les autres à sujets économiques annoncés dans le premier numéro se succèdent dans une mise en page plus simple. Il n'y a pas de photos, seulement une gravure sur la première page. Il est important de constater que les informations de l'étranger concernent de grands ports tels Naples, Odessa, Londres ou Liverpool, ce qui souligne l'importance des ports dans le commerce européen ainsi que l'envergure de cette publication. A partir du quatrième numéro apparaissent également des textes utilitaires pour les commerçants, comme par exemple *O doftorie de scorbut – zeama de lamâie* (*Un médicament pour le scorbut – le jus de citron*), un aspect important pour les marins et les

armateurs. La fin de chaque numéro contenait, au même endroit, un tableau des taux de change, afin d'habituer le public avec ce genre d'informations, selon le rédacteur du journal, un élément novateur pour le management éditorial de la Roumanie à cette époque-là. Aucun journal n'avait tenté jusqu'alors cette stratégie, d'offrir des informations utiles, au même endroit, de sorte que la publication devienne un instrument de travail pour la catégorie de public cible. Il est remarquable que, tout le long de sa parution, le journal ait fourni les informations promises dans le premier numéro, et s'est même diversifié. Dans le sixième numéro on publie des informations utilitaires, sur les mines d'argent ou de mercure de Toscane et comment on nourrit les « vers à soie », article qui va continuer de paraître, en série, dans plusieurs numéros. Dans le numéro 10, du mois de mai 1840, on publie les « Modifications des lois de Bruxelles », importantes pour les commerçants roumains et Braïliens, qui seront aussi publiées en série. Ces catégories d'informations économiques et commerciales continueront jusqu'en 1842, lorsque, pour des raisons financières, le journal ne pouvait plus paraître.

A remarquer la parution bilingue, roumano-italienne et non pas roumano-grecque, comme on l'avait annoncé, à partir du 15 août 1840. Penescu lui-même explique pourquoi il a renoncé à la langue grecque : il n'avait pas trouvé les lettres grecques nécessaires à l'imprimerie.

### Articles littéraires dans le premier journal économiques roumain

Bien que publication économique, dans le numéro 12, du 11 mai 1840 paraît le premier texte littéraire, une histoire moralisatrice, toujours sur le commerce, article non signé. Il suit, dans le numéro 13, paru le 13 mai 1840, un article semblable à un reportage sur une grande découverte géographique, un passage de la Mer du Nord, aspect relevant pour les commerçants, vu que c'était une nouvelle voie pour arriver en Amérique. On peut remarquer à ce moment-là, le langage littéraire utilisé, le texte étant important pour cultiver la langue roumaine et son écriture en alphabet latin. La publication devient au fur des années plus recherchée, car le public exigeait des informations plus variées. En témoigne une lettre reçue des lecteurs et publiée dans le numéro 16 du 29 mai. Dans le même numéro il y a aussi un texte sur le commerce de l'opium aux Indes et en Chine, article que l'on précise avoir repris de la revue *Albina Românească*, ce qui montre que les sujets économiques intéressaient en égale mesure les revues déclarées comme politico-littéraires, telles *Albina Românească*, et Penescu tenait à reconnaître la paternité des textes. Le 8 juin paraît le numéro 19 où, outre les articles économiques, l'on trouve un texte sur l'histoire de la ville de Galați et la contribution de Mihail Sturdza à son développement. A commencer avec le numéro 21, se multiplient les commentaires moralisateurs sur les négociants malhonnêtes, avec des accents littéraires visibles. Le numéro 23 marque une première, les informations mondaines sur des personnages importants qui étaient passés par la zone du Bas Danube. Le numéro 24 aura un supplément contenant le discours du directeur de l'Ecole Normale de Brăila, lors de l'examen du 30 juin, un texte significatif pour ses accents moralisateurs. Dans le numéro 26 on aborde le problème épineux des clochards qui devraient disparaître de la ville, et comment on pourrait le résoudre en leur défendant, par une décision locale de se tenir dans les rues.

L'attitude ouverte et novatrice de l'instituteur Ioan Penescu envers les divers aspects littéraires se voit encore une fois dans un article de substance qui prévoit la parution d'un premier dictionnaire roumain, *Liksiconul de Konversație (Dictionnaire de conversation)*. « Tous les journaux roumains ont parlé d'un *Liksikon de Konversație* dressé par une société littéraire de Moldavie, mais aucun n'exprime sa gratitude envers cette sage société qui a entrepris avec tant de peine un tel ouvrage approprié à l'époque de nos sciences et intéressant pour les Roumains. Ce *Liksikon* clarifie la dérivation de

chaque mot inconnu pour nous et dissipe en quelque sorte l'obscurité de l'ignorance que nous aurions sur certaines choses » (*Mercur*, no. 35, le 7 août 1840, p. 3).

Le plaidoyer en faveur de l'acquisition du dictionnaire continue, tout en précisant que la littérature en bénéficiera. On a également fait un rabais pour les abonnés du journal qui payaient 29 au lieu de 30 lei pour le dictionnaire, une autre technique de marketing assez moderne et fréquente dans la Roumanie du XXI<sup>e</sup> siècle. Le même numéro contient un commentaire, un texte littéraire sur les devoirs de l'homme envers ses semblables. Dans la première page du numéro 37, le 15 août 1840, paraît un texte sur l'importance de la communication entre Brăila et Galați, plus deux autres textes littéraires dignes d'être mentionnés, *Domnișoara Cristina (Mademoiselle Cristina)* et *Tăranu flămând (Le paysan affamé)*, histoires moralisatrices qui vont continuer dans les numéros suivants. Après le 15 août 1840, les textes seront bilingues, en roumain et italien, et le titre du journal sera *Mercur Jurnal comercial (Mercur Journal Commercial)*. Dans presque tous les numéros on trouve des textes littéraires à côté des informations sur l'actualité de Brăila. Dans le numéro 40 du 25 août, on publie un texte intitulé *Napoleon și grenadirul (Napoléon et le grenadier)*, et dans le numéro 43 un texte littéraire, *Lauda nemțească (Vantardise allemande)*. Les textes littéraires vont proliférer dans les numéros suivants, traitant des sujets divers, depuis la vie du paysan comparée à celle du citadin jusqu'à la vie en France. Dans le numéro 46 on publie un article sur le fonctionnement de la locomotive à vapeur et du train, article repris de la revue *Albina Românească*. Le conte *Duelul (Le duel)* se trouve dans le même numéro. Les abonnés sont priés de payer car il y avait des problèmes financiers et le journal courait le risque de disparaître. Dans le numéro 48, on trouve un texte littéraire intéressant, *Un dialog între doi tineri – Românu și Româna (Un dialogue entre deux jeunes – le Roumain et la Roumaine)*, sous la forme des dialogues philosophiques grecs, texte qui ne paraît pas en roumain et italien, comme tout le journal paraissait depuis le 15 août. Une autre histoire scandaleuse (non plus traduite en italien) est publiée dans le numéro 49, *Defăimarea pedepsită și nevinovăția recunoscută (La diffamation punie et l'innocence reconnue)*. Dans le numéro 50 du 29 septembre 1840 paraît un autre texte littéraire, *Nesocotința bogăției (Irréflexion de la richesse)*, où les personnages portent des noms français, le numéro 50 présente une histoire de 1585 sur *Dragostea frățescă (L'amour fraternel)*. Tout cela témoigne de la contribution importante que *Mercur* a eue dans la création d'une presse en roumain, qui le situe, de ce point de vue, au même niveau que les célèbres revues *Albina Românească*, *Gazeta de Transilvania* ou bien le premier quotidien en langue roumaine, *România*, paru le premier janvier 1838. Les textes littéraires de ce journal n'ont pas de valeur intrinsèque, mais leur publication dans la période de formation et culture de la langue roumaine leur confère de la valeur, d'autant plus qu'ils étaient écrits dans cette langue qui unissait en fait le peuple roumain des trois États. Encore plus, les articles qui faisaient la publicité de différents livres, notamment ce dictionnaire des nouveaux mots, constituent une preuve indubitable que le professeur Penescu n'est pas resté indifférent à la lutte pour l'unité linguistique dans les trois pays. Si on dissociait les différents types de presse pratiqués dans *Mercur*, on pourrait y déceler les articles économiques et commerciaux, à côté de ceux culturels et des textes littéraires. Malheureusement, comme il arrivait dans toutes les publications de l'époque, ils n'étaient pas signés. On ne peut que supposer que l'éditeur, Ioan Penescu ou son collaborateur, F.Gussi, les avaient élaborés.



**Les premiers textes d'Économie Politique en Roumanie – Ioan Penescu, précurseur de Ion Ghica**

Vers la fin des années 1600, quelques mercantilistes, dont François Quesnay et ARJ. Turgat, ont mis les bases des principes de l'économie politique. Mais celui qui va contribuer d'une manière essentielle à la structuration de l'économie politique en tant que science a été Adam Smith, qui a publié en 1776 l'article « Une recherche sur la nature et les causes de la richesse des nations », dans lequel il développe la théorie de l'ordre naturel et du libre échange. Il définit également d'une manière rigoureuse les notions de travail productif et non-productif à toute la production nationale, il analyse pour la première fois la division manufacturière du travail. Quelques années plus tard, en 1817, David Ricardo publie pour la première fois « Principes de l'Économie Politique et de l'Impôt ». Ce sera à peine en 1812, après l'organisation de l'enseignement en langue roumaine, l'Économie apparaît comme une matière distincte à l'École Nationale de Jassy, sous la direction de Gheorghe Asachi ; il en va de même en 1818 à l'École Nationale de Bucarest, ensuite à l'École Trei Ierarhi, en 1827. Ce fut par cette voie que les premières notions d'Économie pénètrent dans le pays, qui se retrouvent dans les articles du professeur Ioan Penescu publiés dans *Mercur*. Les commerçants prennent de la sorte connaissance des principes de cette discipline ; Penescu les met en discussion tout en les rapportant à l'économie roumaine, ce qui leur donne encore plus de valeur. La diffusion de ces idées a été importante parce qu'elle a contribué à les faire entrer dans la conscience des commerçants roumains ; auparavant, on n'abordait les idées de l'Économie Politique que dans les écoles, lors de l'étude d'autres matières. Ce sera à peine en 1843 qu'Ion Ghica tiendra le premier cours systématique d'Économie Politique de Roumanie, à Academia Mihăileană de Jassy, de sorte que nous pouvons proclamer Ioan Penescu comme précurseur de Ghica.

Sous le titre « Économie Politique. Quel est le commerce le plus utile à la nation ? », paraissent les premiers articles de ce genre dans le numéro 26 du journal *Mercur*, le 4 juillet 1840. Penescu y met en discussion, théoriquement, quel type de commerce, extérieur ou intérieur, mènerait à l'enrichissement de la nation, les liaisons entre ces types de commerce. La conclusion de ce premier article, fondée sur des théories économiques, est qu'une augmentation plus petite du prix à l'exportation apporte plus de richesse à la nation qu'une augmentation trois fois plus grande du prix dans le commerce intérieur. Dans le numéro suivant, 27, le débat poursuit, avec des citations de l'économiste écossais James Steward, qui avait publié en 1776 *Introduction dans les principes de l'économie politique*, le premier livre systématique d'économie, mais on fait également référence aux idées du philosophe Montesquieu. Il arrive ensuite aux ouvrages de l'un des fondateurs de l'Économie Politique, François Quesnay, dont l'opinion est favorable au commerce intérieur, qui enrichirait la nation. Il présente également les idées d'Adam Smith, en expliquant que les théories de celui-ci sont contraires à celles de Quesnay. Ce qui est intéressant c'est qu'il applique les principes théoriques des économistes étrangers au commerce que les armateurs devraient faire pour leur propre gain et celui de la nation. Il établit des liens entre le développement du commerce intérieur et l'industrie du pays, le développement de la nation. Ses idées sont encore correctes et actuelles, ce qui est bien remarquable. Dans le numéro 32 du 31 juillet 1840, Penescu publie « Principes généraux du commerce » puisés dans l'œuvre de Quesnay, tout en continuant ses propres articles d'Économie Politique, ses conclusions témoignant de l'importance de la publication, surtout qu'il touche à des éléments qui complètent l'œuvre d'Adam Smith, idées qui sont correctes si on les regarde de la perspective de notre siècle. « Enfin un avantage issu du commerce extérieur et qui n'a pas attiré l'attention d'Adam Smith, est que le commerce extérieur rend le peuple jouir des fruits des terres, de l'accomplissement de toutes les industries et des progrès de la civilisation générale ; la joie de chacun ne se borne pas à lutter contre le climat, l'ignorance ou le manque d'expérience des ouvriers, et contre les vices des

institutions politiques non plus. Pour tout homme, peuple ou famille, la production de la terre, l'accomplissement des industries, la performance des institutions sociales viennent des notables ; grâce à ce partage de la richesse, la pauvreté particulière se cache ou, au moins, n'est plus pauvreté, que pour les peuples qui ne savent pas bénéficier des avantages de la terre sur laquelle ils se sont établis, ou l'aurore de l'industrie n'avance à cause, soit de l'inimitié, soit de l'ignorance du Gouvernement » (*Mercur*, no. 33, 21 juillet 1840, p. 4).

Dans le numéro 56 du 20 octobre 1840, on publie le Règlement des Quarantaines de l'Empire Ottoman établi par la Commission sanitaire sous la direction de Leibib Efendi et des députés étrangers contre la dérivation du sel, publié le 27 mai 1840 à Constantinople. Ce Règlement est publié en série le long de plusieurs numéros. Dans le numéro 71 du 12 décembre 1840 apparaît une nouvelle rubrique, Nouvelles de la Principauté, une autre preuve de la circulation plus large du journal. Dans le numéro 73 on publie un autre Décret du 26 novembre 1839 du Mexique, concernant le droit de consommer des marchandises étrangères. La rubrique « Économie Politique » est reprise lors du numéro 73 du 19 décembre 1840, où l'on met en discussion « Le système des revenus et des dépenses ». On y saisit la distinction entre les différents types de revenus, généraux et particuliers, définis et expliqués pour la compréhension des commerçants. On fait toujours référence à l'œuvre d'Adam Smith. On discute ensuite les dépenses et la consommation, tout en posant le problème du rapport de la consommation aux revenus et si cette consommation devrait se trouver au même niveau que les revenus. On discute dans le numéro suivant le lieu convenable pour réaliser la consommation, en concluant que l'enrichissement autant au niveau du pays que celui individuel ne se réalise que par la production. « Si les produits consommés dans les lieux producteurs sont abondants, leur abondance contribue à la fois à la richesse générale et particulière et ne fait pas de distinction entre ces deux sortes de richesses ». (*Mercur*, no. 73, 19 décembre 1840, p. 3)

Autrement dit et en adaptant le contenu au XXI<sup>e</sup> siècle, Ioan Penescu parle de l'opportunité du réinvestissement du profit. Dans le numéro suivant, 74, du 22 décembre 1840, le feuillet d'économie politique continue avec des commentaires sur les idées d'Adam Smith sur la consommation.

Depuis 1841, le journal aura deux versions, l'une en roumain et l'autre en italien. Le 9 janvier paraît la version en langue roumaine, et le 5 janvier, celle en italien, les deux étant numéro 1. Pourquoi a-t-on choisi cette variante ? « La raison pour laquelle le présent journal se divise en deux parties, une roumaine et l'autre italienne est aisément compréhensible. Nous savons tous que la langue d'un pays ne s'étend pas à d'autres espaces, mais le but de notre journal est celui de s'étendre dans d'autres pays. Cette rédaction a opté dès le début pour la langue italienne, la considérant la plus appropriée pour le commerce et la plus rapprochée de notre langue. Mais, la rédaction a observé que la publication bilingue n'est pas utile au pays, mais très chère, nous avons décidé de diviser le journal en deux parties, une partie en roumain et l'autre en italien » (*Mercur*, no. 2, II<sup>e</sup> année, le 5 janvier 1841, p. 1). Dans le numéro du 9 janvier 1841, on publie des informations commerciales en roumain, le dernier numéro de cette année trouvé dans les collections date de mars 1841. Les deux derniers numéros du journal *Mercur*, 103-104, sont datés le 1<sup>er</sup> janvier 1841, mais si l'on prend en compte certains éléments, on peut dire qu'ils ont paru en janvier 1842. Ces éléments sont les informations écrites dans les trois numéros de 1841, et le fait que le 1<sup>er</sup> janvier 1841 on annonçait la disparition du journal, par conséquent il ne pouvait plus paraître le 5 et 9 janvier et le 2 mars. Un autre argument est celui que l'on mentionne sur le frontispice du dernier numéro le fait que l'année 1841 a tué la publication. Cette affirmation a une explication relativement simple. Le journal présentait de l'intérêt, avait un tirage à envier pour cette époque-là, plus de 250 exemplaires et pourtant il a fait faillite (Bratosin, 2005, p. 31).

Le secret est que les abonnés, des personnes importantes, ne payaient pas leurs abonnements. Un chercheur, Ion Vârtosu, a découvert en 1930 une longue liste des localités et personnes qui n'avaient pas payé leurs abonnements pour le journal qu'ils recevaient. Vârtosu a publié son article dans *Analele Brăilei*, II<sup>e</sup> année, no. 3, 1930, où il reproduit une pétition qu'Ioan Penescu avait adressée en 1842 au prince régnant Alexandru Ghica, sollicitant un appui pour payer les dettes accumulées, tout en précisant que la faute est aux abonnés qui n'avaient pas payé pour les journaux reçus.

*Mercur* a paru jusqu'en 1842, bien que sur le dernier numéro soit marquée l'année 1841. Par conséquent, *Mercur* a paru jusqu'en janvier 1842, non pas novembre 1841, comme on mentionne dans le Catalogue des publications roumaines 1790 – 1906 réalisé par l'Académie Roumaine. Ion Bianu y mentionne ne pas avoir vu les numéros de 1841, numéros qui existent pourtant dans les collections de la Bibliothèque Départementale « Panait Istrati » de Brăila.

### Bibliography

Cândea, I. & Sîrbu, V. (1993). *Istoricul oraşului Brăila din cele mai vechi timpuri până la 1540/The history of the Braila City from the oldest times until 1540*. Brăila: Braila Museum.

Giurăscu, C.C. (2002). *Istoricul oraşului Brăila din cele mai vechi timpuri până astăzi/ The history of the Braila City from the oldest times until today*. Brăila: Istros.

Călinescu, G. (1982). *Istoria literaturii române de la origini până în prezent/ The history of Romanian literature since its beginning until now*. Bucharest: Minerva.

Bounegru, Stanca & Drăghici, Rodica (1993). *Tipografii brăilene/Braila's Printing Houses*. Brăila: Exlibris.



- Knowledge about the ancient culture basis;
- Efficient cultural contacts with the Byzantine and West Slave Commonwealth;
- Gradual transformations of the Ukrainian educational system during the XVII-XVIII-th c. from remained religious by structure into secular by contents due to the inclusion of the poetry patterns and oratorical theories' heritage of classical antiquity into the schooling programs;
- Artistic "transmission" of the modified ancient Greek and Rome discourse in the old Ukrainian literature, which defined the specific character of its reception.

In the Ukrainian baroque poetry the ancient Greek and Rome mythological images and symbols became the "form" for the development of different plots with brightly presented **didactic function**, which were the "cover" for moral directions and even for sacred Christian concepts. The sources of such a phenomenon lie in the translated literature of Kievan Rus\* which has its top in the Ukrainian poetry of the XVII-XVIII c., conditioned by the whole educational system. The professors of the Kievan Mohyla Academy were either clergymen or poets, playwrights, cultural figures. In their works the traditional mythological images were the patterns for definite ideas, theoretical and aesthetic base for the Bible subjects' artistic interpretation. In the didactic context the ancient Greek and Rome muses and the patron of arts Apollo were the most popular mythological images in the Ukrainian literature of the XVII-XVIII-th c., because of their functional connection with different types of sciences. The Ukrainian poetical Parnassus was proclaimed in the poems of Sebastian Klenovitch "Roksolania" (1584), Joann Dombrowski "Dnieper' camens" (the first half of the XVII c.), Sofroniy Pochasskiy "ΕΥΧΑΡΙΣΤΗΡΟΙΝ" (1632). In every case the dominant position was given to the muse of history Clio in contrast to the old Greek tradition, where the muse of epic poetry Calliope had kept the first place. The accent on history reflected the aspiration of the intellectual elite for stability in view of the unsecured political position of Ukrainian territories, which was the borderland of the Polish-Lithuanian Commonwealth part. The images of other muses symbolized the preferences to different sciences and the necessity of mastering them.

**Stylistic function.** The next main feature of the Ukrainian baroque poetry is connected with the great emphasis on stylistic devices such as metaphors, hyperboles, antitheses. The old Greek and Rome mythological symbols became the material for the *metaphorical definitions* (students were treated as "Minerva's regiments" (from *Українська література XVIII ст.*, 1983, p. 62), the Ivan Mazepa's default correlated with the "Phaeton' end" (Ibid, p. 30-34); *comparisons* (Russian tsar Peter I as "Russian Mars" (Ibid, p. 33); Turkish sultan as "Jupiter's wrathful scourge"; Turkish troops as "chimera", "hydra", "furrier's begetting" (from *Українська література XVII ст.*, 1987, p. 304-311); *allegories* ("Christian Hercules" and others). Numerous mythological or historical parallels as the common place of the baroque poetry were actively used as illustrations, being the "method of proving" (Панченко, 1973, p. 185), which demonstrated the Beauty of the spiritual world in contrast to the Ugliness of the material one. The antiquity mythological structures, which functioned in the Ukrainian poetry of the XVII-XVIII-th c. did not have the authentic senses. They were presented in "dissected state" (Софронова, 2006, p. 173), but influenced the "development of the general baroque tendency – to render one notion through another, to see in common the distinctive features, to notice in everything numerous reflections" (Ibid.).

---

\*The first information about the old Greek and Rome mythological imaged was presented in the old-Slavic translations of the Byzantine chronographs, written by Joann Malala (491-578), George Sinkella (IX sen.), George Amartol (IX sen.).

**Synthesis function.** In the exclusively religious works of the Ukrainian baroque poets (the reason of which lay in the absence of the secular education) there were whimsically mixed clerical and antiquity discourse with the focus on its Christian interpretation. D.Chizhevskiy wrote: “The synthesis of Christian and old Greek philosophy, has its long-standing tradition in the translated Kievan Rus’ literature, however the strengthening of the separate points of the antiquity world-view took place in the baroque period” (Чижевський, 2003, p. 337).

The Ukrainian baroque artists actively Christianized sacred ancient Greek and Rome mythopoetical concepts moreover they developed the idea of cyclic basis of life and creation. The last one reflected the notion about the unity and infinity of existence in context of the fight against profane time. One of the most important philosophical deductions of the ancient thinkers was the idea of the “eternal rotation of Chaos and Space” (Лосев, 1989, p. 16), as the well-known Russian researcher A. Losev marked. This conception has kept the key position in the poetry of the Ukrainian baroque artists. They reflected the idea of the circular motion of Chaos and Space by means of the interpretation of the Psalter quotation (psalm 29, verse 6): “*It will be the lamentation in the evening, but joy will come early, the world will forget sorrow*”. It created the aesthetic foundation for many works of the Ukrainian poetry of the XVII-XVIII-th c. Its variations were actively used as the mottoes, explanations and conclusions: in “Lament...for the death of... Leontij Karpotitch” (1620) the Psalter quotation was taken as an epigraph to the poem and produced the composition and structural peculiarities of it; as an explanation in Sofroniy Pochasskiy “ΕΥΧΑΡΙΣΤΗΡΟΙΝ” (1632) (“*gladness constantly comes after the grief*”, “*it is time to make joy from lament*” (from *Українська література XVII ст.*, 1987, p. 250, 251); as a paradigm of life rotation in “Lament about the accident of Ostrog people” (1636) (“*Cheerful days, the days of happiness / has been turned out into misfortune and great distress*” (Ibid, p. 259).

The synthesis of ancient Greek and Rome and Christian images in the Ukrainian baroque poetry was interdependent: either the Christianization of antiquity or the “antiquization” of Christian aesthetic core existed there. The last tendency was expressed by means of the symbolic representation of the other world, the sensation of the Individual and Absolute unity, which was far from the traditional Christian doctrine. The opposition of two worlds is the integral part of the ancient philosophy, which has been naturally perceived by the Ukrainian baroque artists through Neo-Platonism. The Ukrainian poets of the XVII-XVIII-th c. understood the other world in context of the ancient conception of sensual-material space, connected with the idea of eternal return (from chaos to universal formation).

Another aesthetic modus of the artistic reception of the antiquity heritage in the old Ukrainian literature was the Christian travesty of the ancient mythological structures, which developed the traditions of *parodia Christiana* of the west-European literatures of the XVI-XVII-th c. It is actual for the travesty as for the inferior imitation method to make crude fun of sacred images. The travesty’s distinctive feature is the expulsion of style characteristics, which are natural for the original, as well as the reference to the “form” in the context of joyful imitation. In the Ukrainian baroque literature the travesties traditionally kept the serious, not humorous sense. They were mostly presented in the interludes for the school dramas. The usage of mythological and divine symbols in the Ukrainian baroque poetry and in school drama was realized by means of making equal the images of ancient and Christian culture (Maria / Diana; Christ / Mercury-Jupiter-Cupid-Epicure; cross / trident); through the semantic parallels, which produced curious interpretations now and then.

So, **the character of the artistic antiquity interpretation** in the Ukrainian literature of the XVII-XVIII-th c. was defined by following aesthetic modus:

- *Didactic function;*
- *Metaphoric characteristics;*
- *Synthesis of Christian and pagan discourse.*

**The synthesis had different variations**, such as:

- *Christianization of the mythological ancient Greek and Rome conceptions;*
- *“Antiquization” of the Christian philosophical and aesthetic discourse;*
- *Christian travesty of the classical antiquity mythological structures.*

The paradigm of the reception of the ancient Greek and Rome aesthetic heritage in the old Ukrainian literature reflects the historical process of gradual mastering the classical humanitarian knowledge resulted in the “artistic burst” in the literature of the XVII-XVIII-th c. The specific features of the national variant of the antique symbols interpretation is presented by the absence of the secular aesthetic center; by the exclusion of the definitions between the images of the ancient Greek or ancient Rome origin; by the fulfillment of the archetype meanings’ typologies with the sacred senses and the partial “antiquization” of the Christian discourse; and finally by the creative reflection in the context of realizing the antiquity symbols as a segment of national culture.

## References

- Живов В. М. (2002). *Разыскания в области истории и предыстории русской культуры/Russian Culture History and Prehistory Studies*. Москва: Гнозис.
- Лосев А. Ф. (1989). *История античной философии в конспективном изложении/History of Ancient Philosophy in Concise Exposition*. Москва: Мысль.
- Панченко А. Н. (1973). *Русская стихотворная культура XVII века / Russian Verse Culture of the XVII cen.* Ленинград: Наука.
- Софронова Л. А. (2006). *Культура сквозь призму поэтики/Culture through the Prism of Poetics*. Москва: Языки славянских культур (Studia philologica).
- Українська література XVII ст.: Синкретична писемність. Поезія. Драматургія. Белетристика / Ukrainian literature of XVII cen.: Written Syncretism heritage. Poetry. Dramaturgy. Fiction* (1987). Відповідальний редактор О. В. Мишанич. Київ: Наукова думка (Бібліотека української літератури).
- Українська література XVIII ст. Поетичні твори. Драматичні твори. Прозові твори / Ukrainian Literature of XVIII cen.: Poetry. Dramaturgy. Prose* (1983). Відповідальний редактор В. І. Кречотень. Київ: Наукова думка (Бібліотека української літератури).
- Чижевський Дмитро (2003). *Українське літературне бароко/Ukrainian Literary Baroque*. Київ: Обереги (Київська бібліотека давнього українського письменства. Студії, Т. IV).



THE 6<sup>TH</sup> EDITION OF THE INTERNATIONAL CONFERENCE  
EUROPEAN INTEGRATION  
REALITIES AND PERSPECTIVES

## The Conception of History in the Theatre of Arthur Adamov

Valentina Şevciuk

*Ismail State Liberal Art University, Ukraine, faust125@mail.ru*

**Abstract:** The article analyses the adamovien conception of History, the ideas where the conflict is inseparable from its political or social context. It is about the commitment of Adamov in the way of historic theatre and later politics. This means that the historic theatre poses necessarily the problem of the relationship of psychology and history, generally and particularly.

**Keywords:** conception of History; historic theatre; relationship of psychology

D'une façon générale, on a beaucoup parlé - et on parle encore beaucoup - de l'Histoire au XX - ième siècle, à propos de théâtre ou de tout autre chose. Les formules telles que le processus de l'Histoire, les leçons de l'Histoire, la soumission à/ou le refus de l'Histoire, etc. "font désormais partie intégrante du langage quotidien. Et ce n'est là qu'une des manifestations de ce "phénomène d'imprégnation historique qui demeure l'un des faits de civilisation les plus originaux de notre temps" (Girardet, 1957, p.3).

L'Histoire a occupé et occupe encore une place prépondérante dans le théâtre du XX-ième siècle. Jusqu'en 1939-1945, le "drame historique" est un genre en vogue en France: et, au lendemain de cette date, le théâtre a pris et prend encore l'Histoire comme matériau.

R. Barthes présente le théâtre de Brecht comme un théâtre d'Histoire: "Chez Brecht, l'Histoire est une catégorie générale: elle est partout, mais d'une façon diffuse, non analitique.... Brecht ne fait pas de l'Histoire un objet, même tyranique, mais une exigence générale de pensée: pour lui fonder son théâtre sur l'Histoire... bref, c'est remettre le destin de l'homme lui-même. Et c'est pourquoi ce théâtre... est... le plus historique." (Barthes, 1960, p.25.)

Adamov conçut, d'abord, un théâtre " métaphysique ", non situé, qui traite de la condition humaine. Mais il ne tarda pas à revenir de telles idées et à se rendre compte que tout conflit est inséparable de son contexte politique ou social; il écrit en 1957: " J'ai cru longtemps qu'une oeuvre, roman, pièce de théâtre, etc. même si elle prenait pour sujet un événement lié à la vie sociale, devait donner à cet événement un caractère général et par conséquent ne se situer en aucun lieu ni en aucun temps précis. Je ne le crois plus; j'ai appris à me méfier des archétypes dont l'emploi, en fin de compte, permet d'éluder l'histoire à des fins bien suspectes ". (Adamov, 1964, p.46) Et jusqu'en 1962, il dira sa haine pour tout théâtre séparé de la réalité sociale ou politique; " ...ce qui est vrai, c'est la haine que je voue aujourd'hui à des " histoires " coupées de leur contexte social, mutilées, soi-disant éternelles. " (Adamov, 1964, p. 167)

Avec quelques autres, il fut alors tenté par un théâtre social qui mettrait en question la société même



où il vivait. La situation française d'alors (1958-1962) demandait à être représentée le plus “ littéralement ”, le plus “ grossièrement ” possible. Il écrit alors, entre le 13 mai et le 29 septembre 1958, trois “ scènes d'actualité ”, qu'il réunit sous le titre: “ *Théâtre de société* ”. (Adamov, 1958) Ce qui l'amena à considérer deux problèmes: celui du théâtre social, et celui de l'actualité au théâtre.

Il trouve que le théâtre social est un genre ardu, mais tentant. Il reconnaît, toutefois, n'avoir pas trouvé, en l'occurrence, de formule définitive: “...la caricature oscille entre la charge réaliste et l'allégorie. Or, la réalité est, aujourd'hui, à ce point caricaturale que bien souvent ni réalisme ni allégorie ne permettent le grossissement nécessaire”. (Adamov, 1964, p.100) Aussi, ces scènes d'actualité n'ont-elles pas le “ maximum d'efficacité ”. L'important est qu'il les considère comme un cheminement vers le théâtre politique: “Je souhaite, dit-il, que ce court recueil incite d'autres écrivains... à écrire des scènes politiques. J'ai moi-même l'intention de le faire, sans pour autant, bien sûr, renoncer à des oeuvres plus larges”. (Adamov, 1964, p.101)

Par ailleurs, le choix d'un sujet historique actuel ne va pas sans quelques risques. Certes, il n'est pas nécessaire de prendre son sujet dans le passé si l'on veut démonter les mécanismes sociaux actuels. Mais, ce faisant, on risque de manquer de documents et de ne donner qu'une image fragmentaire de la réalité. De plus, les événements actuels ou en cours, peuvent être difficilement évoqués sans un mouvement passionnel les évoquant; “ ...on s'expose, pour des raisons policières, à se priver des détails les plus précis. Bien sûr, on peut changer les noms, modifier légèrement les événements, mais alors la pièce historique devient une pièce à clef, à la fois trop allusive et trop générale. ” (Adamov, 1964, p. 41) Enfin, en choisissant l'actualité, on se prive de l’“incroyable poésie” que contiennent les faits eux-mêmes, poésie à laquelle aucune imagination ne saurait suppléer. Par conséquent, il faut toujours garder une certaine distance vis-à-vis de ce que l'on traite, sans recourir pour autant à des “ noms fabuleux ” ou à des “ situations extraordinaires ”.

A la suite de Piscator de Brecht, Adamov s'engagea, à partir de l'année 1956, dans la voie du théâtre historique et, plus tard, politique. Il faut à ce propos, dissiper, dès l'abord, une équivoque: lorsqu'Adamov parle de théâtre historique, il entend souvent théâtre politique et vice-versa.

Adamov se sentait intérieurement “ séparé ”, mais il était profondément relié à son époque. Adolescent, il sut rejoindre, pour ne plus la quitter, l'avant-garde artistique et scientifique: le surréalisme, la psychanalyse, l'absurde, le théâtre populaire et, plus tard, l'avant-garde politique. Et, c'est au contact de celle-ci qu'il sentit la nécessité de réexaminer la question du théâtre historique. (Adamov, 1964, p. 128)

Si l'on veut rendre compte, au théâtre, des faits sociaux, il faut “ en finir, dit-il avec les pièces baptisées “ historiques ” qui ne se servent de l'histoire que comme d'un cadre pittoresque destiné à rehausser une misérable petite psychologie en costumes... et ne font que pousser à l'extrême la complaisance et la fausseté qui assurent le succès des vaudevilles et des courriers du coeur. ” (Adamov, 1964, p. 30-31) Un autre genre plus sérieux se situe dans des “ lieux hybrides ”, mi-réels, mi-imaginaires, où des personnages hautains plus ou moins empruntés à l'histoire, porte-parole orgueilleux de l'auteur, échangent des propos définitifs sur les effets et les causes, les forces anonymes, les dangers que court l'homme, etc. Adamov refuse ces deux genres de pièces historiques qui se proposent d'atteindre un but unique: provoquer l'identification “ fallacieuse ” du spectateur avec le héros. Or, pour Adamov, il s'agit moins de provoquer l'adhésion du spectateur à un spectacle positif que sa désolidarisation d'un spectacle négatif. Il est à noter que ce dernier résultat est difficile à obtenir chaque fois qu'on est mis en présence d'un fait émouvant ou révoltant.

Ayant subi, comme beaucoup d'autres, l'influence de Brecht, Adamov considère que la vraie pièce

historique est celle où le spectateur n'a pas à s'identifier avec tel ou tel personnage, mais à “...reconnaître ce qui, à une époque donnée, à travers plusieurs personnages, annonce, contient en germe, la sienne propre.” (Adamov, 1964, p. 31) Elle est intéressante dans la mesure où le recul accordé au spectateur par rapport à l'action permet à celui-ci de jeter sur elle un regard critique, sans lequel il ne reste plus que “l'adhésion naïve”. Grâce à ce regard, la reconnaissance équivaut à un dépistage. La seule constante qui, pense Adamov, se retrouve jusqu'à présent dans l'Histoire: la coexistence et l'antagonisme des classes, dont l'une est toujours opprimée par l'autre ou par les autres. (Adamov, 1964, p. 37)

D'une façon générale, situer l'action à un moment précis de l'Histoire rend la démonstration plus probante. Ce faisant le dramaturge peut montrer comment, au cours de quelques mois, de quelques années, et selon qu'elle est présentée par telle ou telle catégorie d'hommes, l'argumentation peut changer, s'altérer, s'inverser même. "Paolo-Paoli" se déroule au cours des quatorze premières années du siècle, riches en événements historiques: concurrence économique, lutte pour les derniers marchés libres, course aux armements, etc. Adamov y montre, à travers différents personnages, la "continuité des intérêts sans cesse masquée par la discontinuité des opinions." (Adamov, 1964, p.34)

Adamov a commencé par rejeter le passé, recommandant au dramaturge de se méfier des événements situés dans un passé lointain, où toutes les mesquineries s'effacent, et sur lesquels tombe “la lumière de la légende”. De tels événements arrangent l'auteur, “trop heureux de se maintenir sur les sommets”, et la part la plus complaisante du public qui s'extasie “comme c'était loin, comme c'était beau”. (Adamov, 1964, p. 37) Par contre, le dramaturge a beaucoup à gagner et rien à perdre en situant l'action de ses pièces dans les temps modernes, à condition, toutefois, qu'elle se situe en un temps au moins de vingt ans antérieur au sien, et qui ne remonte pas au-delà de la Révolution de 1789. Mais le dramaturge qui traite de l'Histoire cherche souvent le dépaysement. Et il peut faire naître une certaine poésie grâce à un léger recul dans le temps, à une transposition en d'autres lieux, au grossissement de quelques faits bien réels, et une certaine manière de distribuer la lumière sur ces faits.

Là, une question s'impose: quels événements choisir ? Adamov pense que la mosaïque d'événements qu'est l'Histoire n'est pas régie par le hasard. Aussi, ne peut-on en rendre compte qu'en choisissant, avec le plus grand soin les événements, grands ou petits en apparence, en les liant rigoureusement les uns aux autres comme ils se sont liés dans la réalité. A cette vision nouvelle de l'Histoire doivent correspondre des techniques nouvelles; une place privilégiée doit être faite au temps dramatique: “Un temps nouveau est à réinventer au théâtre, tantôt plus rapide, tantôt plus trainant et qui, en tout cas, disjoint les faits réellement capitaux des faits réellement secondaires” (Adamov, 1964, p. 63).

Quels que soient les événements choisis, Adamov s'arrange toujours pour que les personnages ne soient jamais au point où en sont ceux-ci, mais toujours en de-ça ou au-delà. Ainsi, dans "*Printemps 71*", Montmartre est déjà pris, mais l'espoir des personnages réside encore dans cette conviction: rien n'est perdu tant que Montmartre n'est pas pris, et Montmartre est imprenable. D'autres fois, au contraire, on désespère, et des mesures sont déjà adoptées qui contrecarrent les malheurs évoqués; ainsi, le décret contre la retenue des salaires n'est pas encore voté, mais déjà s'organisent les coopératives ouvrières, déjà la classe ouvrière fait ses propres lois. Mais, dans les deux cas, le personnage est harcelé par l'Événement. Les personnages de "*Paoli-Paoli*" sont bousculés par des dizaines d'événements politiques importants qui éclatent en Europe; “ils vivent dans un présent dément, harcelés à chaque instant par le monde”. (Planchon, 1970) Et les héros de la Commune de Paris, dans "*Printemps 71*", sont aussi harcelés par les événements, et l'auteur leur prête sa façon généreuse et aigüe de les vivre. "C'est dans ces pages, dit R. Planchon, qu'on le retrouve tel qu'il était lors des événements de Hongrie, de la guerre d'Algérie... L'essentiel n'était pas pour lui d'édifier une

théorie, une stratégie comme la plupart aiment à le faire, non, il énumérait simplement les éléments qui composaient notre situation, notre présent." (Planchon, 1970)

Mais, l'inégration de l'Histoire au théâtre ne va pas sans difficultés et Adamov en a, tout de suite, pris conscience. Et c'est peut-être cette prise de conscience qui lui permit de trouver une solution à quelques problèmes inhérents à la nature même du théâtre historique.

Il est essentiellement deux écueils qui se dressent devant l'auteur de toute pièce située dans l'Histoire: 1. prendre les événements historiques comme toile de fond, et faire apparaître surtout les aventures individuelles; 2 réduire celles-ci au minimum, et ne laisser apparaître que l'Histoire. Ce qui revient à dire que le théâtre historique pose forcément le problème des rapports de la psychologie et de l'Histoire, du particulier et du général. Selon Adamov, "la vraie psychologie est d'une part, absolument sans lien avec le mouvement réel de la société, absolument déguisée. Et d'autre part absolument liée à la société de part en part sociale. (Adamov, 1964, p.84)

Ce problème s'était posé à deux écrivains qu'Adamov cite comme exemples: Brecht et O'Casey. S'étant frayé un chemin vers un théâtre d'histoire, Brecht s'y était heurté, et l'avait résolu à sa manière. Au dire d'Adamov, il n'a pas su éviter tout à fait le piège du drame historique, et il réduisit les aventures individuelles au maximum pour ne laisser apparaître que l'Histoire. Tant mieux pour Adamov, en un sens, dans le cas précis du "*Printemps 71*": " D'un point de vue très égoïste, je suis bien content qu'il n'ait pas tout à fait réalisé cela dans les "*Jours de la Commune*". Je n'aurais jamais osé écrire " le *Printemps 71* " si Brecht avait réussi les "*Jours de la Commune*. " (Adamov p.209) Il serait intéressant de comparer, à cet égard, "*Paolo-Paoli*", par exemple, et le théâtre de Brecht on y trouverait, à la fois plus et moins d'Histoire que chez Brecht; plus: l'intrigue est liée aux innombrables événements d'une époque historique précise, ce qui n'a pas lieu dans les pièces de Brecht moins: le rapport des personnages à l'Histoire n'est pas vraiment dialectique; c'est un rapport de répétition, alors que chez Brecht, c'est toujours la dialectique de l'Histoire qui fait avancer l'action. Par contre, O'Casey a réalisé une union beaucoup plus étroite entre la vie publique et la vie privée; il est "un des très rares auteurs de théâtre qui ait su allier à toutes les richesses de la vie individuelle le fait social, et plus encore le fait politique." (Adamov, 1964, p. 205) Il ne s'est pas contenté de "montrer des événements; il a su porter sur eux un jugement réel, "politique", il a démontré qu'à travers les luttes épisodiques se poursuit incessante la lutte des classes. Ses pièces tournent, chacune à sa manière, autour de l'escamotage de la lutte ouvrière en Irlande; elles traitent toujours du mouvement de l'Indépendance Irlandaise auquel il participa, mais qu'il dénonça, dès qu'il s'aperçut qu'il ne remettait pas en question la structure réelle des choses; son objectif n'était pas de créer un "monde nouveau", mais de remplacer l'occupation anglaise par la domination accrue de la bourgeoisie nationale et de l'Eglise.

Le problème s'est d'abord posé à Adamov à l'occasion de "*Paolo-Paoli*," où il voulait lier les événements historiques les uns aux autres, et les lier aux incidents de la vie privée. Avec "*Printemps 71*," la conception adamovienne du théâtre historique subit un léger changement. Dans "*Paolo-Paoli*", les grands événements de la " Belle époque " n'étaient indiqués que par les répercussions qu'ils suscitaient dans une société réduite. Avec "*Printemps 71*," l'auteur éprouva le "besoin d'exprimer directement ces événements; en un mot, d'oser écrire une pièce historique ! " (Adamov, 1964, p. 124); comme cela, il pouvait sortir des "intérieurs où il étouffait", et "faire parler non seulement des bourgeois, mais tout le monde, et ceux qui forment la majorité du monde, c'est-à-dire qu'on le veuille ou non, les prolétaires". (Adamov, 1964, p. 125) Après "*Printemps 71*", la conception d'Adamov reste, théoriquement, inchangée. "*La Politique des restes*" et "*Sainte-Europe*" sont encore des pièces historiques. Seule, "*Off Limits*" accuse une évolution sensible.

Pour conclure nous pouvons dire que le théâtre d'Histoire dont rêvait Adamov devrait opérer une fusion entre l'apport de Brecht et l'apport d'O' Casey: "Je rêve... d'un théâtre où les mécanismes seraient démontés, comme chez Brecht, et où néanmoins les personnes, les individus continueraient de vivre une vie individuelle, au milieu même de ce démontage des mécanismes". (Adamov, 1964, p. 209) Même les procédés techniques devraient tenir compte de cette fusion: les écriteaux, les projections n'auront un sens que s'ils aident à inscrire l'histoire individuelle dans la vie collective.

### **Bibliographie**

Adamov, Arthure (1958). *Théâtre de société/ Theatre and society*. Paris: Editeurs français réunis.

Adamov, Arthure (1964). *Ici et maintenant/ Here and now*. Paris: Gallimard.

Barthes, Roland (1961). *Brecht, Marx et l'Histoire/ Brecht, Marx and History*. Paris: Gallimard.

Planchon, Roger (1970). *Les lettres françaises/ French letters*. Paris: Gallimard.