

Civilizația cărții

Informații și divertisment în primele gazete

de Lucian-Vasile Szabo

Ocazionale de succes

Secolul al XVI-lea în Europa este cel al apariției și multiplicării scrierilor tipărite. Foile denumite generic *ocasionale*, tipărite în 8 sau 16 pagini, aveau, după cum consemnează Jean-Nöel Jeanneney, un aspect intermediar între broșură (publicație de formatul cărții, dar cu mai puține pagini) și ziar. Acestea aveau valoare comercială, căci erau puse în vânzare. Tirajele nu erau mari, deoarece nici știutorii de carte nu erau prea mulți. Însă piața tipăriturilor se va deschide, și cu timpul va lua o amploare deosebită. Ea se va contura în funcție de trei componente. O grupă va fi formată din tipăriturile cu subiect religios, a doua din cele cu conținut literar (unde ficțiunea joacă un rol important), iar a treia din cele cu scop informativ. Adesea, cele trei componente se vor amesteca, aceasta fiind o trăsătură a presei la începuturile ei. Primele publicații ocazionale cu conținut predominant informativ vor fi numite *gazette*. Termenul este asociat cu *gazetta*, o monedă de mică valoare, care circula la sfârșitul secolului al XV-lea în nordul Italiei și în jurul Veneției. Denumirea se va impune, astfel că multe publicații contemporane de mare impact vor fi identificate în acest fel. Un istoric al presei precizează despre ocazionale: „Numite și *zeitungen* în Germania, *gazetas* în Italia, acestea povestesc viața de la Curte, evenimentele excepționale, fapte de război, uneori având drept obiectiv propaganda”¹.

Aceste publicații nu făceau o delimitare clară între produsele publicistice de informare și de divertisment, adoptând o formă de prezentare narativă, de poveste, pentru a le face cât mai accesibile. Nu este de mirare că publicul era destul de confuz și de prost informat, însă avea suficiente materiale la dispoziție care să-l stimuleze emoțional! Este interesant că, la sfârșitul secolului al XX-lea, specialiștii în comunicare vor introduce termenul *infotainment* (format din *information* și

entertainment)² tocmai pentru a denumi astfel de mixturi publicistice, de data aceasta fiind subliniat caracterul lor precar și impactul dezastruos asupra publicului. Revenind la secolul al XV-lea, trebuie menționat și faptul că în epocă nu era acordată nicio atenție dreptului de autor, nici în publicațiile ocazionale, nici în cărți. Un cercetător va preciza, referindu-se la autori: „Rari sunt aceia care obțineau o retribuție de la tipograful lor și nimic nu împiedica retipărirea unei prime ediții de către alți tipografi: nu exista nicio regulă în această privință. Era suficient ca un titlu să se vândă bine la Veneția, pentru ca un alt tipograf, aflând vestea, să-l scoată la Augsburg, un altul la Lyon”³. Desigur, istoriile de toate genurile erau preluate fără nicio sfială de la o foaie ocazională la alta, mai ales că, în cazul lor, nu aveau autor ori nici nu se punea problema identificării lui! Autorii își vor revendica însă drepturile, astfel că, spre sfârșitul secolului al XVIII-lea, vor apărea și primele reglementări în domeniu. Prima este consemnată în Franța, în 1777, autorul fiind desemnat ca proprietar al operei, aceasta putând fi tranzacționată⁴.

În Franța, publicațiile cu caracter popular vor fi denumite *canard*. Termenul nu va fi atât de cuprinzător cum a fost *gazette*, însă se va dovedi glorios pentru presa umoristică și de scandal, fiind asimilat astăzi cu presa neserioasă, cu exagerări și știri false. Prima foaie de acest gen datează din 1529, iar „caracteristic pentru «canards» este că aduceau la cunoștința marelui public toate știrile, reale sau imaginare, care puteau frapa imaginația și sensibilitatea: inundațiile, cutremurele, aparițiile miraculoase, care fac carieră în epocă”⁵. Aceste publicații vor conține ilustrații, ca să fie mai atrăgătoare, iar titlurile vor fi redactate ca sumar al conținutului, pentru ca distribuitorii să-l poată folosi spre a trezi interesul publicului și pentru a

² David Demers, *Dictionary of Mass Communication and Media Research: a guide for students, scholars and professionals*, Marquette, 2005, p.143.

³ Albert Flocon, *Universul cărților*, Editura științifică și enciclopedică, București, 1976, p. 158.

⁴ Ilie Stanciu, *Călătorie în lumea cărții*, Editura didactică și pedagogică, București, 1970, p. 120.

⁵ Jean-Nöel Jeanneney, *O istorie a mijloacelor de comunicare*, Editura Institutul European, Iași, 1997, p. 21.

¹ Gabriel Thoveron, *Istoria mijloacelor de comunicare*, Editura Institutul European, Iași, 2003, p. 11.

eficientiza vânzarea⁶. Pentru Anglia sunt amintite, pe la 1600 și chiar mai înainte, foi ocazionale numite *corantos*, axate pe prezentarea de știri externe⁷.

Comunicare și ... comunicații

Almanahurile vor avea o structură mai largă, dimensiunile fiind, și ele, mai generoase. Erau publicații destinate unei lecturi pe parcursul întregului an, datele de gen calendar fixând repere în ordonarea vieții zilnice. Conțineau apoi multe narațiuni populare, axate pe acte de vitejie, dar și pe elemente fantastice, chiar horror, teama alimentând superstițiile, dar și întoarcerea la sau regăsirea în credință. Almanahurile erau foarte căutate de public deoarece, pe lângă genul de materiale publicistice precizate deja, acestea conțineau sfaturi practice în diverse domenii, de la sănătate la modul de a dezvolta și gestiona gospodăria. Denumirea lor se referă clar la anul următor, o tradiție păstrată cu sfințenie și în timpurile noastre (astfel că Almanahul *Anticipația* pentru 2013 a apărut, obligatoriu, în 2012). Termenul de „almanah” provine din arabă și are acest înțeles de „anul viitor”. În țările române au circulat sub denumirea de *calendare*, deoarece aceste publicații conțineau un calendar, în funcție de care era organizat materialul publicistic. Sfaturile pe teme agricole, spre exemplu, erau structurate în funcție de sezon, pentru ca beneficiarii să știe timpul optim pentru fiecare lucrare. Primul calendar din lume a apărut, după unele surse, în 1456, la Mainz (orașul lui Gutenberg) în Germania, iar în Franța primul almanah va fi editat în 1486⁸. Specialiștii vor identifica la aparițiile de tip almanah două dintre caracteristicile fundamentale ale presei scrise: periodicitatea apariției (anual) și diversitatea conținutului⁹.

O problemă importantă o reprezenta distribuția acestor produse de comunicare. Nu era (și nu este!) suficient ca o publicație să fie tipărită, ci ea trebuie să ajungă la utilizatori, la publicul cumpărător. La început, difuzarea micului tiraj realizat, de câteva sute de exemplare, se făcea prin transportarea lui la diferite locuri de întâlnire. Interesele comerciale au deschis însă rute de circulație pentru oameni și bunuri, pe acestea înaintând negustorii. Unii dintre ei, cei ambulănți, pe jos ori cu câte un cal sau chiar o căruță, se

abăteau prin localități, aducând în bagaje bunuri de strictă necesitate și tot soiul de tipărituri. Un merit important în stabilirea și funcționarea marilor drumuri comerciale îl va avea, spre exemplu, familia Tassi, cunoscută mai mult în redarea Taxi, care va da substantivul comun prin care recunoaștem astăzi un mijloc de transport utilizat în toată lumea: „Această familie, răspunzătoare după 1490 de serviciile poștale ale împăraților habsburgi, este cea care dezvoltă sistemul curierilor ordinari, care operau după un orar fix (orar disponibil sub formă tipărită din 1563)”¹⁰. Pierre Albert va preciza că Franz von Taxis își va pune în practică sistemul în 1502, cel din Franța pornind la drum în 1464, acesta din urmă servind ca model¹¹.

Diversificarea tipăriturilor se va produce curând, deși cu dificultăți, fiind influențată și de marile evenimente din viața comunității, printre acestea fiind războaiele religioase și necesitatea de mobilizare patriotică a maselor de oameni. Sunt fixate astfel cele trei direcții de dezvoltare ale presei moderne: „Mai întâi *ocazionalele* cu informații generale; apoi fițuicile cu fapte diverse și, în al treilea rând, presa de opinie, care se străduiește să influențeze afacerile publice: pamfletele, libelele și alte asemenea tipărituri”¹².

Consolidarea presei periodice

Prima publicație periodică din lume este considerată *De Nieuwe Tijdinghen* sau, într-o altă grafie, *Nieuwe Tydinghen*, sau chiar *Tijdingen*, al cărei prim număr a ieșit pe piață în 17 mai 1605. În limba română găsim, la prima formă, varianta de titlu *Noutățile din Anvers*¹³, iar pentru a doua traducerea *Știrile recente*¹⁴. Va fi un bilunar editat de tipograful Abraham Verhoeve. Din 1629, devine săptămânal, având titlul *Wekelijcke Tijdingen*. Va fi considerat primul săptămânal ilustrat, tehnica folosită fiind cea cu gravuri din lemn. În anii următori, gazete periodice vor apărea și în alte orașe importante ale Europei. Olanda va reprezenta însă zona de efervescentă a presei scrise. De aici influența se va manifesta în Anglia, unde încep să circule tipărituri identificate cu genericul *currant*. În 1622, la Londra va fi editat, de către Thomas Archer, primul număr al periodicul *Weekly Newes*

¹⁰ Asa Briggs și Peter Burke, *Mass-media. O istorie socială*, Editura Polirom, Iași, 2005, p. 33.

¹¹ Pierre Albert, *op. cit.*, p. 12.

¹² Jean-Nöel Jeanneney, *op. cit.*, p. 22.

¹³ Îi aparține Irinei Maria Silé și apare în Pierre Albert, *Istoria presei*, Editura Institutul European, Iași, 2002, p. 12.

¹⁴ Soluția este găsită de Mihaela Calcan și apare în Jean-Nöel Jeanneney, *O istorie a mijloacelor de comunicare*, Editura Institutul European, Iași, 1997, p. 22.

⁶ Gabriel Thoveron, *op. cit.*, p. 11.

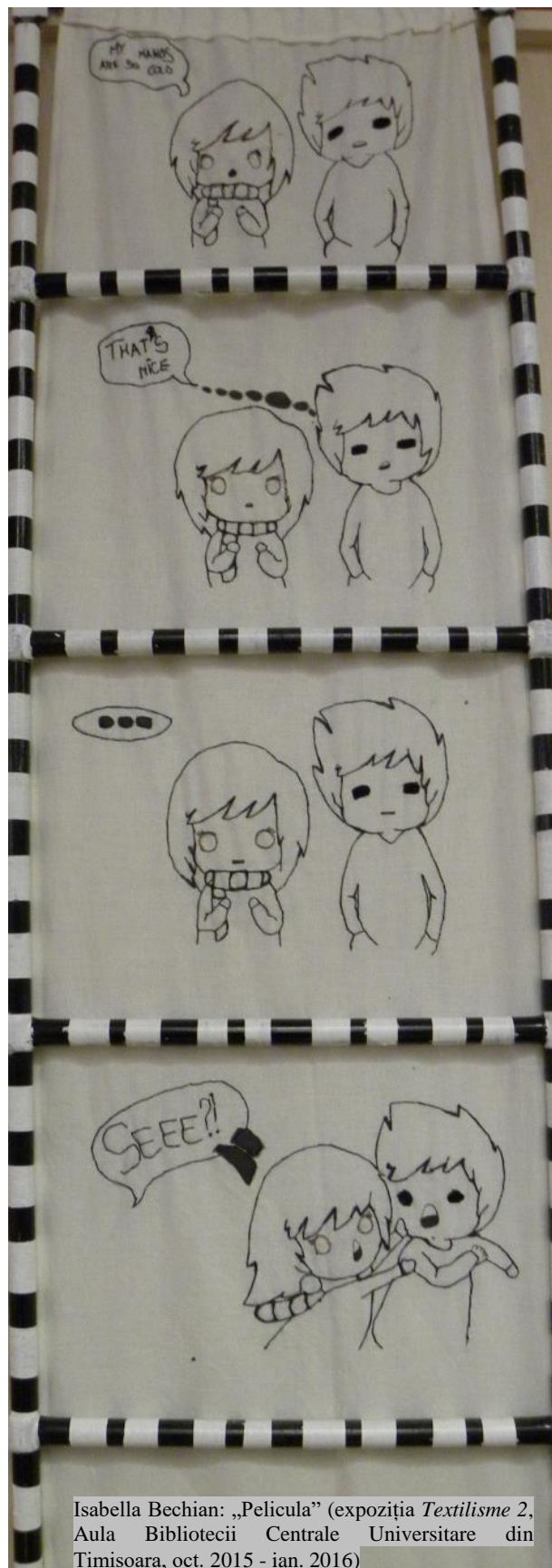
⁷ DeFleur, L. Melvin și Ball-Rokeach, Sandra, *Teorii ale comunicării în masă*, Editura Polirom, Iași, 1999, p. 60.

⁸ Pierre Albert, *Istoria presei*, Editura Institutul European, Iași, 2002, p. 13.

⁹ Gabriel Thoveron, *op. cit.*, p. 10.

from Italy, Germany, Hungaria, Bohemia, The Palatine, France and the Low countries. Titlul lung al buletinului săptămânal relevă și aria de acoperire a publicației, adică o mare parte a Europei occidentale. În 1665 pornea la drum, (chiar în timpul mării ciume ce bântuia la Londra, ceea ce dovedește mult curaj!), publicația *London Gazette*. Modest, la început, săptămânalul va realiza performanța de a rezista pe piață sute de ani. Despre această publicație, foarte informatul G. Thoveron va aduce amănunte interesante: „Este o simplă foaie, dar de un format mai mare decât broșurile obișnuite, imprimată recto verso pe două coloane. Originalitatea sa tipografică, continuitatea titlurilor, data și numărul exemplarului marcate pe prima pagină indică intrarea ziarelor englezești într-o nouă eră, cea a *newspapers*”¹⁵.

Anul 1631 va fi unul de cotitură în istoria presei franceze. Aici va apărea, în luna ianuarie a acestui an, un săptămânal care va rezista mult timp pe piață, constituindu-se și într-un model de a face o publicație. Editorul va fi Téophraste Renaudot: „Acest medic originar din Montpellier este un protestant inventiv, muncitor, un om plăcut, energic și plin de imaginație. *La Gazette*, apărută în acel an, cuprinde patru pagini pe format 23x15 cm, și are un tiraj, care ajunge de la 300 la 800 de exemplare”¹⁶. Dintr-o altă sursă aflăm că „*Gazette* număra patru pagini format carte (21,5x15 cm), cu o prezentare compactă, fără titluri mari, având doar în margine marcate locurile și datele de origine ale știrilor, plasate în ordine cronologică (cele mai îndepărtate se află așadar la începutul ziarului) și fără comentarii”¹⁷. Un alt cercetător va aduce amănunte despre viața și activitatea lui Téophraste Renaudot, acest om complex al epocii Luminilor. Biroul unde își desfășura activitatea va fi considerat și primul de mică publicitate, căci aici se intermediuau vânzări și cumpărări de bunuri, servicii, se plasa forța de muncă. El este medicul care a deschis un dispensar pentru săraci, intrând în conflict cu confrății de la Facultatea de Medicină. Va fi în proces cu instituția ani mulți, ceea ce nu pare să-i fi displăcut. Sunt aduse și amănunte despre *La Gazette*, periodic ajuns în 1638 la 1200 de exemplare pe ediție, iar numărul de pagini va spori, ca în 1683 să ajungă la 12.¹⁸



Isabella Bechian: „Película” (expoziția *Textilisme 2*, Aula Bibliotecii Centrale Universitare din Timișoara, oct. 2015 - ian. 2016)

¹⁵ Gabriel Thoveron, *op. cit.*, p. 15.

¹⁶ Jean-Nôel Jeanneney, *op. cit.*, p. 23.

¹⁷ Gabriel Thoveron *op. cit.*, p. 13.

¹⁸ Pierre Albert, *op. cit.*, p. 16.