

ELEMENTE DE CONȚINUT ALE PROPAGANDEI ÎN ANUL CENTENAR

Radu Baltasiu, Ovidiana Bulumac, Alin Bulumac

Rezumat

Materialul ce urmează reprezintă rezultatul muncii colective a unui grup de lucru care și-a propus analiza conținutului unui text numit „Sinteză” pus la dispoziție de către Biroul de Presă al Centrului European de Studii Harghita – Covasna, material ce conține 53 articole/emisiuni, întins pe durata a 18 luni, în perioada ianuarie 2017 – iunie 2018, cu privire la reflectarea Centenarului Marii Uniri în presa maghiară vizuală-scrisă din România și Ungaria. Scopul cercetării l-a constituit identificarea intensității și orientării din presa maghiară privind elemente importante pentru conștiința publică românească. Totodată, cercetarea și-a propus să identifice amploarea sentimentelor negative maghiare față de sine și față de România/românesc. Pentru acest lucru, s-au urmărit cuvinte și expresii specifice, cu rezonanță pentru România („România Mare”, „Marea Unire”, „Trianon”, „Trianon 100”, „autonomie”, „Ținut secuiesc” etc.) și cuvinte și expresii nespecifice, care denotă încărcătură emoțională. Un accent deosebit s-a pus pe analiza negațiilor din textul analizat, ținând cont de faptul că aproape jumătate din discursul maghiar privind Centenarul pe care-l serbează România reprezintă diverse forme de negare a acestui subiect. De asemenea, materialul conține și rezultatele analizei etajului emoționalității textului, realizate și prin prisma ideii de stigmatizare.

Cuvinte-cheie: analiza conținutului, Centenar, propagandă maghiară, Marea Unire, Trianon.

Abstract

The following material is the result of the collective work of a working group that has proposed to analyse the content of a text called “Synthesis” provided by the Press Office of the European Center for Studies Harghita-Covasna, a material containing 53 articles / spread over 18 months in the period January 2017 – June 2018, on the reflection of the Centenary of the Great Union in the visual-written Hungarian press from Romania and Hungary. The aim of the research was to identify the intensity and orientation of the Hungarian press on important elements for the Romanian public consciousness. At the same time, the research aimed to identify the magnitude of negative Hungarian feelings towards itself and to Romania / Romanian. For this, specific words and expressions with resonance for Romania (“Great Romania”, “Great Union”, “Trianon”, “Trianon 100”, “autonomy”, “Szeklerland” etc.) were followed, and non-specific words and expressions that denote emotional load. A particular emphasis was placed on the analysis of the negations in the analyzed text, taking into account that almost half of Hungarian speech on the Centenary that Romania is celebrating are various forms of denial of this subject. Also, the material contains the results of the text emotionality analysis, made also in terms of the idea of stigmatization.

Keywords: content analysis, Centenary, Hungarian propaganda, Great Union, Trianon.

Cuvânt introductiv și metodologia

În cele ce urmează, vom urmări subtilitățile unui text foarte bine scris, numit „Sinteza”, care-și proiectează intențiile prin fraze cu metasemnificații mai puternice decât afirmațiile aparente, prin urmărirea unor frecvențe, categorii de semnificații și a conexiunilor dintre acestea. Nu am intervenit pe text. Singurul lucru asupra căruia au intervenit experții a fost consolidarea unor semnificații comune în interiorul aceleiași noțiuni – proces cunoscut sub denumirea de construire a categoriilor analizei conținutului.

Pentru analiza conținutului materialului, am utilizat mai multe tipuri de tehnici asistate de calculator, NVIVO¹, Word counter², Text Analyzer³, privind structura frazei, frecvențele brute, frazele și cuvintele dominante etc. De asemenea, am utilizat tehnica construirii unor categorii pe baza legăturilor naturale dintre cuvinte, folosind în același timp și harta brută a manierei în care apar diverse cuvinte la un moment dat.

În general, am căutat să identificăm structura de bază a textului și în funcție de aceasta să schițăm o direcție de interpretare. Am construit structura urmărind evoluțiile cuvintelor-cheie cu atributele lor – cuvintele din imediata vecinătate a cuvintelor-cheie, de dinainte și după acestea. Alte direcții de analiză care au condus la identificarea structurii sunt urmărirea problematicii negației și a emoționalității asociate. Așa de pildă, ne-a interesat negația ca orientare generală a discursului, dar am intrat și în detaliul vectorizării sale emoționale.

Cuvintele au fost numărate prin rădăcinile lor, pentru a le surprinde și variațiile prin care există în frază. Având în vedere natura specifică a textului – densitatea lexicală relativ scăzută, am construit conceptul de *densitate semnificativă*, prin care am urmărit evoluția atributelor în raport cu cuvântul-țintă pe care îl caracterizează, ceea ce denotă încărcătura expresivă a cuvântului-țintă.

O altă noțiune introdusă de noi este aceea a *non-subiectului*. Acesta există în discurs ca referire implicită cel mai adesea, având o reprezentare aparentă foarte slabă. Non-subiectul funcționează în special în cazurile în care populația-țintă are deja referențialului temei. Non-subiectul este o temă problematică pentru populația-țintă, pentru cei care se consideră „noi”, fiind în același timp parte a referențialului și pentru *ceilalți*, în raport cu care însă nu merită să fie dezbătut. Este cazul termenilor de „Marea Unire” și „România Mare”, care sunt subiecte de neevitat în orice discuție privind urmările Tratatului de la Trianon, dar care, în discursul Sintezei, sunt non-subiecte, un fel de prezențe care nu trebuie să fie de față, întocmai ca în situația „non-persoanei” de la Goffman: slujitorii care trebuie să fie prezenți pentru a-și îndeplini sarcinile, dar fără să își facă simțită... prezența: „față de care nu trebuie cultivată nici o impresie”⁴.

¹ www.qsrinternational.com/nvivo/home

² <https://databasic.io/en/wordcounter/>

³ www.Online-Utility.org

⁴ Erving Goffman, *Viața cotidiană ca spectacol*, traducere de Simona Drăgan și Laura Albușescu, București, Editura comunicare.ro, 2003, p. 174.

Menționăm că analiza desfășurată aici nu este completă și nici nu are cum să fie astfel, analiza conținutului de acest tip trebuind să facă obiectul unor instituții specializate și cu bugete în consecință. Dar mai cu seamă, pentru a fi completă, analiza conținutului presupune existența unor beneficiari care, în momentul de față, întârzie să apară.

Populația investigată

Analiza a fost efectuată pe un eșantion de 53 articole/emisiuni, din presa maghiară vizuală-scrisă din România și Ungaria, conținând un total de 36920 cuvinte, întins pe durata a 18 luni, în perioada ianuarie 2017 – iunie 2018. Materialul – „Sinteza”, a fost pus la dispoziție de către Biroul de Presă al Centrului European de Studii Harghita–Covasna.

Unitatea de analiză a fost cea mai mică unitate de semnificație: cuvintele în general, în apariții individuale, cuvântul sau expresia (Marea Unire), *funcție* de amplasarea în raport cu cuvinte-țintă. Cuvintele-țintă pentru această etapă a analizei au fost de două categorii:

1. cuvinte și expresii *specifice*, cu rezonanță pentru România: „România Mare”, „Marea Unire”, „Trianon”, Trianon 100, „autonomie”, „Ținut secuiesc” etc.

2. cuvinte și expresii *nespecifice*, care denotă încărcătură emoțională.

Unitatea de numărare: cuvântul sau expresia.

Categoriile urmărite: negația, emoționalitatea.

Unitatea de context: fraza.

Scopul cercetării

Scopul cercetării l-a constituit identificarea intensității și orientării din presa maghiară privind elemente importante pentru conștiința publică românească. Totodată, cercetarea și-a propus să identifice amploarea sentimentelor negative maghiare față de sine și față de România/românesc.

Caracteristici generale ale materialului



Densitatea lexicală

Primul element de semnificație statistică al materialului este *densitatea lexicală* – numărul de cuvinte *cu sens* raportat la numărul total de cuvinte, care în cazul de față este de 19%.

Analiza comparativă pe presa de limba română din România, pe aceeași întindere ca număr de cuvinte, arată o densitate lexicală mult crescută, de 24%. Acest fapt denotă că, în presa de limbă română din România, aproximativ un sfert din cuvinte *semnifică ceva*, în timp ce, în presa maghiară investigată, *majoritatea*

1. „nu” – pe locul 7, cu pondere de 1,35% în total frecvențe;
2. „România” – pe locul 27, cu o pondere de 0,42%;
3. „Trianon”- pe locul 29, cu o pondere de 0,38%;
4. „secuiesc” – pe locul 41, cu o pondere de 0,22%;
5. „Transilvania” – pe locul 43, cu 0,21%.

Celelalte locuri sunt ocupate de cuvintele de legătură. Observăm locul central ocupat de „nu”, urmat la mare distanță de „România”. În vecinătatea imediată a cuvântului „România” se află „Trianon”, pe locul 29. Șochează, desigur, prevalența lui „nu”, cuvânt care închide și care, totuși, este locomotivă a sensurilor discursului. Dacă înainte de filtrare cuvântul central era „de”, ce nu are capacități expresive de sine stătătoare, acum rolul central în discurs apare limpede că îl are negația, „nu”. Ne așteptăm, deci, să descifrăm un text axat pe o relație de negare între România–Trianon, între acești termeni și maghiari, români, Centenar etc. Remarcăm că locul ocupat de cuvinte ce desemnează apartenența autorilor presei analizate „Ungaria”, „noi” sunt relativ puțin vizibile. Discursul, probabil, va căuta o oarecare echidistanță.

Primele 100 de cuvinte, în ordinea frecvențelor	Primele 20 de cuvinte, în ordinea frecvențelor, fără cuvinte de legătură
	
<ol style="list-style-type: none"> 1. „de” 2. „în” 3. „și” 4. „la” 5. „din” 6. „nu” 	<ol style="list-style-type: none"> 1. „nu” 2. „România” 3. „Trianon” 4. „secuiesc” 5. „Transilvania”

Tabel 1. Avem în oglindă primele 100 cuvinte din Sinteză, după frecvență, cu primele 20 de cuvinte, după frecvență, cu sens, fără conjuncții, prepoziții.

Subiect și non-subiect

Cuvintele care sunt de interes pentru români: „România”, „Centenar”, „Marea Unire”, „România Mare”, se bucură de o slabă menționare sau sunt ignorate aproape

cu desăvârșire în *Sinteză*, deși prilejul istoric al materialului de presă este tocmai acesta. Frecvențele acestora sunt, respectiv: România – 0,43%, Centenar – 0,09%, România Mare – 0,01%, Marea Unire – 0,016%⁵.

Ne amintim că primii termeni în ierarhia frecvențelor, după ce am eliminat cuvintele de legătură, sunt:

- | | |
|--------------|-------------------|
| 1. „nu” | 4. „secuiesc” |
| 2. „România” | 5. „Transilvania” |
| 3. „Trianon” | |

În momentul în care schimbăm unitatea de numărare din cuvântul ca atare în rădăcină, în acord cu familia cuvântului în cauză, ponderile devin mai interesante. Iată o selecție, care nu este exhaustivă, prezentată în ordine descrescătoare:

- | | |
|--------------------------|----------------------------|
| 1. român – 1,59% | 7. Centenar – 0,21% |
| 2. ungar/maghiar – 1,48% | 8. Ungaria – 0,19% |
| 3. nu – 1,36% | 9. Autonomie – 0,13% |
| 4. Trianon – 0,52% | 10. Ținut secuiesc – 0,10% |
| 5. România – 0,43% | 11. Marea Unire – 0,02% |
| 6. secui – 0,36% | 12. România Mare – 0,01% |

După decorticarea conținutului de elemente ne semnificative, „nu” rămâne central, principalul subiect al discursului presei maghiare investigate fiind tenta negativă a acestuia în raport cu cele două comunități, română și maghiară, din perspectiva Trianonului.

Acesta este dublat de un alt subiect, *prin omisiune*, anume cel al României Mari, al Centenarului. Vedem că Trianonul nu este punte între cele două comunități, dimpotrivă, frecvențele legate de relaționarea dintre cele două comunități fiind ne semnificative. Dovadă că cele două expresii legate de Trianon din perspectiva românească sunt aproape absente. Nemenționarea lor nu le elimină din discurs, acestea fiind, totuși, punctate, într-un context emoțional puternic încărcat negativ, după cum vom vedea la „Etajul emoționalității”.

Tratarea prin omisiune a unei părți însemnate a subiectului de interes se explică prin două direcții în discursul analizat:

- rolul central al negației în frază – omisiune directă, în raport cu România și Trianon. Ne amintim că primele trei cuvinte cu frecvențe semnificative în logica textului studiat sunt tocmai acestea. De la „nu” în raport cu „România” și „Trianon” nu ne putem aștepta la o utilizare cu entuziasm a denumirilor românești ale urmărilor Trianonului: Marea Unire și România Mare;
- emoționalitatea puternic comprimată: doar 0,89% din cuvinte exprimă emoționalitate, aceasta, însă, fiind extraordinar de prezentă în jurul cuvintelor

⁵ Frecvențele „România Mare”/„Marea Unire”, numărate de Augustin Poenaru, restul de Text Analyzer. Cifrele pot diferi ușor de la un instrument de calcul la altul. Așa, de pildă, baza de date furnizată de Microsoft operează cu un total de 36920 cuvinte, în timp ce Text Analyzer, pentru același text, a operat cu 37490 cuvinte. Analiza frecvențelor realizată de autori.

care trezesc resentimente – cuvinte de tipul non-subiectelor – unde indicele de densitate lexicală este de 5, de aproape 5 ori mai mare decât în cazul referirilor la Trianon! Este ceea ce numim omisiune indirectă, exprimată prin intermediul emoționalității plasate în puncte-cheie ale discursului.

Structurarea textului în negație într-o pondere atât de însemnată arată, de fapt, metatextualizarea negației: aceasta nu este prezentă ca atare, ci este îndusă direcționat, pe anumite linii de interes, prin emoționalitate. Ar rezulta, astfel, că textul jurnalistic nu este atât de liber pe cât ne-am așteptat, ci mai degrabă elaborat pe un calapod care are în vedere o canalizare precisă a mesajului.

Concluzii

1. Densitatea argumentului este scăzută (densitatea lexicală de 19%);
2. Primul cuvânt cu sens independent este pe locul 27, „România”, un rol central avându-l *negația*, „nu”, pe locul 7 în ceea ce privește frecvențele generale ale cuvintelor – în eșantionul primelor 100 cuvinte;
3. Cea mai mare parte a cuvintelor sunt de legătură, ceea ce denotă *intenția* vectorilor de a *dirija* populația-țintă mai degrabă decât de a-l *informa* așa încât acesta să judece singur;
4. Cuvinte care ne-am așteptat să fie prezente, dată fiind tema, sunt non-subiecte, prezente printr-o manieră care le face să fie stinghere, având o prezență la limita absenței. Este cazul „României Mari” și „Marii Uniri”;
5. Tema de interes pentru presa maghiară ilustrată în *Sinteză* este legată de români și unguri din perspectiva Trianonului, dar aceasta nu are în vedere punțile prilejuite de aniversarea, ci, mai degrabă, frustrările și suferințele asociate;
6. Concentrarea puternică a emoționalității pe anumite zone denotă un discurs jurnalistic controlat.

Etajul negației

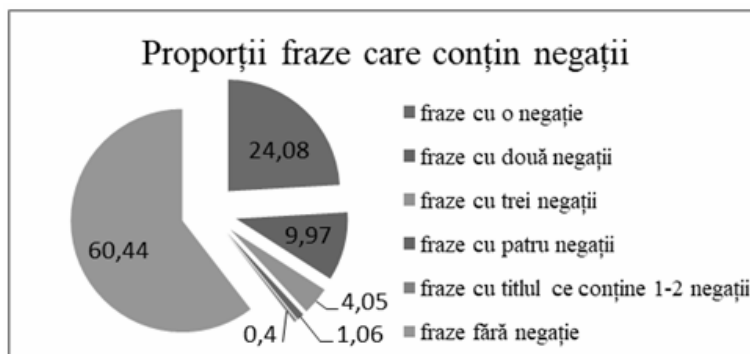
Cuvintele antrenate în fraze cu negații (totalitatea cuvintelor din fraze cu negație) însumează 6048, circa 16% (totalul cuvintelor în textul analizat este de 36920). Însă, la o analiză mai atentă a structurii frazei, **constatăm că aproape jumătate din acestea au ca axă negația**: conțin cel puțin un termen în acest sens, mai exact 39,16%.

Aproape jumătate din discursul maghiar privind Centenarul pe care-l serbează România reprezintă diverse forme de negare a acestui subiect! Cu alte cuvinte, se deschide un subiect prin închiderea lui. Centenarul în inflexiunile sale are o pondere de 0,48% în frazele care conțin negație și de 0,09% pe ansamblu. Observăm că încărcătura negațională a acestuia este foarte ridicată. Având însă în vedere frecvențele generale ale termenului (0,09% din total cuvinte), considerăm că „Centenarul” este și el mai degrabă un non-subiect, alături de „Marea Unire” și „România Mare”.

Statistic, situația frazelor cu încărcătură negațională este următoarea:

- 262 de fraze care conțin un termen ce exprimă negația, fraze ce reprezintă 24,08% din întregul text al *Sintezei*;
- 107 de fraze care conțin doi termeni ce exprimă negația, fraze ce reprezintă 9,97% din întreaga Sineză;
- 43 de fraze care conțin trei termeni ce exprimă negația, fraze ce reprezintă 4,05% din întreaga Sineză;
- 12 de fraze care conțin patru termeni ce exprimă negația, fraze ce reprezintă 1,06% din întreaga Sineză.

Totalul frazelor care conțin negații reprezintă 39,16% din totalul frazelor materialului analizat.



Figură 2. Diagrama ponderii negației în discursul Sintezei: aproape 40% sunt fraze care neagă ceva.

Astfel, din tot conținutul textului analizat, ne confruntăm cu următoarea situație: 39,56% reprezintă fraze ce conțin categoria *negației* (cu 1–4 termeni). Este ca și cum discursul ar reprezenta o respingere în masă a *ceva*.

Cuvintele cu semnificație de sine stătătoare în interiorul frazelor care conțin negații sunt:

1. „nu” (locul 1 din 1000 dintre cele mai frecvente din frazele cu negație), cu 8,4% din cuvintele din frazele cu negații);
2. „ungar”/„maghiar” și flexiunile acestora, fără „secui” (pondere 2,31%);
3. „român” și flexiunile sale (pondere 2,05%);
4. „România”/„României” (1,55% pondere);
5. „Trianon” (1,11 % pondere);
6. „trebuie” (imperativul) (0,94%).

Familiiile lexicale legate de „secui” însumează 0,51% din totalul frazelor care conțin negație, iar în total, 0,36%, ceea ce denotă o puternică încărcătură negativă în raport cu comunitatea în cauză. Notăm că non-subiectele, cuvintele care conțin *unire* și *mare*, se „bucură” de frecvențe reduse:

- „unire” și „unirea” – 0,07% (locul 481), respectiv 0,05% (locul 745 din primele 1000 de cuvinte prezente în frazele cu negație);

• „marea” [Unire] și „mare” [România Mare] – 0,25% (locul 46), respectiv 0,08% (locul 329).

Remarcăm din nou focalizarea pe etnicizarea discursului media, prin axarea lui pe cele două comunități: maghiari și români, *în jurul* subiectului Trianon. **Mesajul este structurat imperativ, în cadrul negației, ceea ce denotă o mare presiune împotriva Trianonului, având ca țintă, respectiv vector, comunitatea română, respectiv pe cea maghiară.** Cele mai frecvente cuvinte din interiorul frazelor ce conțin negații:



Figură 3. Harta lexicală a frazelor care conțin negații, cele mai importante cuvinte. Remarcăm locul central al lui „NU”, care TREBUIE să producă efecte în raport cu „TRIANON”, în ceea ce privesc „România” și „ungurii”/„Ungaria”.

În momentul în care restrângem frazele care conțin negații la cele care au cuvinte cu patru litere și peste, obținem următoarea configurație cu frecvențe mai diminuate, apărând și elemente legate de dubitativ de tipul „dacă”, „poate”. Desigur, Trianon stă în continuare sub semnul negației prin „nici”. Devine mai evident că scopul acțiunii media maghiare în chestiunea Centenarului este România.

1. „România”/„României” – 1,83% din totalul cuvintelor cu peste 4 litere inclusiv în frazele cu negație;
2. „nici” – 1,43%;
3. „Trianon” – 1,30%;
4. „dacă” – 1,21%;
5. „trebuie” – 1,11%;
6. „poate” – 0,97%.



Figură 4. Harta lexicală a frazelor care conțin negații, cele mai importante cuvinte de peste patru litere inclusiv. Remarcăm locul central ocupat de negație prin „nici” și de „Trianon”. Negația are o pondere și mai mare dacă asociem pe „nici” cu celelalte cuvinte care neagă: „împotriva”, „război” etc.

Norul de cuvinte din frazele care conțin negații.	Norul de cuvinte din frazele care conțin negații și cuvinte peste 4 litere inclusiv.
cele mai frecvente cuvinte:	cele mai frecvente cuvinte:
<ol style="list-style-type: none"> 1. „nu” 2. „ungar”/,„maghiar” și flexiunile aferente 3. „român” și flexiunile aferente 4. „România”/,„României” 5. „Trianon” 6. „trebuie” 	<ol style="list-style-type: none"> 1. „România”/,„României” 2. „nici” 3. „Trianon” 4. „dacă” 5. „trebuie” 6. „poate”

Tabel 2. Oglindea între norii frazelor care conțin negație și ai frazelor alcătuite din cuvinte cu cel puțin patru litere care conțin negație.

Concluzii

1. Negația ocupă o bună parte din totalul discursului maghiar din presa investigată în privința Centenarului (aproape 40%).

2. Principalul obiect al negației este Tratatul de la Trianon, urmat de România.

3. Negația comportă un discurs imperativ, analiza înregistrând ponderi importante ale cuvântului „trebuie”.

4. Principalul instrument revizionist este comunitatea, în speță comunitatea maghiară, iar principala țintă, cel puțin la nivelul discursului analizat, pare a fi comunitatea română.

Etajul cuvintelor-catalizator: „Trianon” și „Trianon 100”

Având în vedere natura subiectului: 100 de ani de la Marea Unire, am considerat că punctul-focal este Trianon. „Trianon 100” a devenit punct de interes pe parcurs, fiind, cel puțin la o primă vedere, în textul analizat, de mare interes pentru guvernul maghiar.

Prin *cuvinte-catalizator* înțelegem cuvinte de interes pentru public, cu o bună focalizare în discurs, înspre și dinspre care pot izvorî conexiuni-cheie pentru logica acestuia și a comanditarilor din spatele discursului.

„Trianon”

Cuvântul „Trianon” este înregistrat de 191 ori și reprezintă 0,52% din totalul cuvintelor din *Sinteza*, fiind pe locul 29, enunțat ca atare. În analiza semnificațiilor sale, elementul Trianon a fost urmărit *fără* „Trianon 100”, având în vedere că acesta din urmă părea a avea direcții ușor diferite – trimițând către programe guvernamentale de acțiune decât la conotații asimilabile altor categorii de analiză.

Astfel, Trianon fără „Trianon 100” înregistrează 160 de apariții în textul *Sintezei*.

Pentru a urmări vectorizarea sau polarizarea termenului, am urmărit cuvintele din imediata lui vecinătate, de dinainte și de după el, în fiecare propoziție.

Trianon este „însoțit” de 294 cuvinte-atribute în fiecare frază în care apare. Dintre acestea, cele mai frecvente însoțiri înrudite au fost grupate în patru categorii, plus un cuvânt independent – „comemorare”. Acestea reprezintă 36,39% din totalul cuvintelor-atribute care însoțesc „Trianon”.

Astfel, cele mai frecvente asocieri sunt următoarele categorii/cuvinte independente, după cum urmează:

1. sentimente și conotații negative – 22,45%;
2. Trianon ca tratat de pace – 4,42%;
3. imperative – 3,4%;

4. oficialități maghiare, istorici din Ungaria și România (maghiari) – 3,4%;

5. înrudit cu prima categorie, dar suficient de des cu apariții independente: „comemorare” – 2,72%.

Densitatea semnificațiilor, a atributelor care stau pe lângă termenul urmărit, „Trianon”, este de 0,94. *Densitatea semnificațiilor* reprezintă raportul dintre frecvențele atributelor (cuvintelor asociate cu cuvântul țintă) și frecvența cuvântului țintă. Densitatea semnificativă reprezintă încărcătura expresivă identificată prin categoriile măsurate față de un anumit cuvânt. În cazul nostru, „Trianon” aproape că nu are apariție în text în care să nu aibă o conotație. Care este natura dominantă a atributelor lui Trianon în discursul analizat?

Analizând natura asocierilor, observăm că densitatea semnificativă este preponderent emoțională, 22,45% dintre atribute fiind sentimente/conotații negative.

„Trianon 100”

„Trianon 100” – programul academic maghiar care se află oarecum în oglindă cu „Centenarul” din România, în sensul că este un program public, are frecvența generală 31.

Discutat sub aspectul de „Trianon 100”, termenul Trianon capătă conotații speciale, în peste 70% din cazuri fiind asociat cu:

1. cercetarea și cu Academia (aprox. 38% din cazuri), guvernamentală și academică,

2. la care se adaugă acțiunea instituțiilor guvernamentale (11,48%),

3. proiectele media (8,2%) și

4. propaganda (13,11%). Foarte interesant este că peste 13% din frecvențele asociate cu „Trianon 100%” trimit la acest ultim capitol, la care sunt atașate cuvinte precum: propagandă, război informațional, „bombă propagandistică”.

Densitatea semnificațiilor atașate prin atribute lui „Trianon 100” este de 1,86, dublă față de „Trianon”. **Care este orientarea semnificațiilor asociate? Acțională și de propagandă.**

Dacă termenul „Trianon” este asociat în aproape un sfert din apariții (22,45%) cu emoționalitatea negativă și doar 3,4% dimensiune acțională imperativă, vedem că „Trianon 100” este aproape complet lipsit de emoționalitate, având asociată o direcție acțională relativ precis conturată: *propaganda, războiul propagandistic*. **Observăm că densitatea atributelor asociate cu Trianon 100 este de două ori mai mare decât densitatea atributelor asociate cu „Trianon”. Acest lucru denotă preocupare intensă față de chestiune. Analizând natura cuvintelor, acestea denotă implicarea activă a statului și academiei maghiare în raport cu Trianon, în cadrul programului „Trianon 100”.**

Concluzii

Analiza celor două formule-catalizator: „Trianon”, respectiv „Trianon 100”, relevă existența a două tipuri simultane de acțiune prin discurs la nivelul presei maghiare dedicate Centenarului Marii Uniri:

1. o dimensiune emoțională, destinată încărcării / vectorizării afective a cititorului, care se sprijină pe „Trianon”, denumit emoțional negativ în peste 22% din instanțe;

2. o dimensiune acțională, care este denumită prin expresia „Trianon 100” și care trimite la cercetarea academică sprijinită de guvern în circa 38% din instanțe.

Identificarea acestor două direcții de propagare demonstrează că preocuparea maghiară pentru Centenar este atent monitorizată și canalizată, inclusiv prin polarizarea emoțională.

Etajul emoționalității

Acesta a fost deja pomenit la analiza cazurilor „Trianon” și „Trianon 100”. O primă cartografiere a emoționalității aferentă unei palete mai largi de cuvinte scoate la iveală noi dimensiuni ale acesteia. Astfel, vom ordona cuvintele în funcție de cantitatea și polarizarea emoțională.

Per total, cuvintele cu încărcătură emoțională acoperă 0,89% din totalul de cuvinte folosite în *Sinteza* privind Centenarul Marii Uniri. Vom discuta mai jos despre structurarea acestora în interiorul acestui eșantion.

Cuvintele care au atașate emoționalitate semnificativă sunt – în ordine descrescătoare – din cuvintele care sunt purtătoare de emoții. Le prezentăm alăturat cu ordonarea lor în funcție de încărcarea emoțională negativă:

Observăm că cei mai încărcăți emoțional termeni din populația cuvintelor conexe cu emoționalitatea sunt: „maghiar”, „Trianon” și „România” (cu guvernul și politicienii săi). Dar cele mai negativ încărcate cuvinte sunt cele referitoare la români, la Marea Unire și la Trianon, unde polarizarea este de 100% pentru primele două și 98,63% pentru al treilea. În a doua jumătate a următoarei decile, între 90 și 94%, ca încărcătură negativă se află, în ordine: România cu guvernul și politicienii săi, urmată de relația România–Ungaria și maghiarii. Trebuie precizat că relația româno-maghiară are însă o frecvență nesemnificativă, de doar 3,96%. **Ni se confirmă statutul de discreditare prin tratarea ca non-subiect pentru Marea Unire – care este încărcată negativ 100%, deși nu are decât o prezență de 0,91%.**

Tabel 3. Comparație între reprezentarea cuvintelor încărcate cu emoționalitate, ordonate după ponderea lor în totalul cuvintelor cu emoționalitate atașată și reprezentarea cuvintelor ordonate după încărcătura emoțională negativă.

ORDONATE DUPĂ % TOTAL EȘANTION			ORDONATE DUPĂ ÎNCĂRCĂTURA NEGATIVĂ		
cuvinte care au a tașate emoții	% din cuvinte cu încărc. emo.	din care orientare negativă (pondere)	cuvinte care au a tașate emoții	% din cuvinte cu încărc. emo.	din care orientare negativă (pondere)
maghiar	23,17	90,79	Român/i	6,71	100
Trianon	22,26	98,63	Marea Unire/Unire	0,91	100
România/Guvernul României/politicieni români	16,46	94,44	Trianon	22,26	98,63
centenar	10,67	71,43	România/Guvernul României/politicieni români	16,46	94,44
Ungaria/Budapesta	8,54	82,14	Relația România-Ungaria	3,96	92,31
Român/i	6,71	100	maghiar	23,17	90,79
Transilvania/Ardeal	5,49	72,22	Ungaria/Budapesta	8,54	82,14
Relația România-Ungaria	3,96	92,31	Transilvania/Ardeal	5,49	72,22
secui/ținut secuiesc	1,83	66,67	centenar	10,67	71,43
Marea Unire/Unire	0,91	100	secui/ținut secuiesc	1,83	66,67

Stigmatizare?

„Nu putem uita de Trianon, deoarece campania inumană împotriva maghiarimii și a Ungariei este în curs de derulare și în prezent, națiunea noastră este în permanență supusă umilinței, sunt și acum aceiași cei care se aliază și poartă război împotriva noastră.”⁶

Chiar dacă restrânsă ca frecvență, intensitatea negativă foarte puternică a emoționalității atașate cuvintelor precum „maghiar”, „Transilvania”, „secui” ne trimite la ipoteza *autostigmatizării maghiarilor*, respectiv a încărcării cu sentimente negative a ceea ce trimite la românesc, români etc.

Stigmatizarea se referă la o scăzută stimă de sine, la *discreditare*⁷ care are legătură cu *distanța dintre identitatea virtuală și cea actuală*⁸. Elementul de blocaj este legat de complexul Trianon–români, termenii respectivi având atașate sentimente negative de 100%. Comunitățile aflate sub imperiul stigmei sunt caracterizate de o psihologie negativă foarte comprimată, oricând pregătită pentru o canalizare rapidă a frustrărilor acumulate.

La o analiză mai detaliată privind încărcătura emoțională atașată termenilor de „România Mare” și „Marea Unire” a reieșit cea mai mare densitate semnificativă față de ceilalți termeni analizați: 5. Ne amintim că densitatea atributelor (densitatea semnificativă) față de Trianon era de 0,94, față de Trianon 100 era de 1,86.

Considerații finale

Pe ansamblu, date fiind dimensiunea foarte mică a sectorului încărcat emoțional din discursul analizat și polarizările din interiorul acestuia, vom putea spune că exprimarea jurnalistică este săracă în emoționalitate. În cuprinsul materialului analizat doar 0,89% din cuvinte vectorizează emoționalitatea. Textul este încărcat emoțional compartimentat, în zone precise. Ar rezulta că demersul jurnalistic este scris mai degrabă după un șablon, în care jurnalistul și cititorul sunt sub beneficiu de inventar în raport cu un obiectiv față de care actorii sunt mai curând înregimentați decât atașați. Acest aspect trimite cu gândul la componenta „Trianon 100”, lipsită de emoționalitate.

Referitor la cele mai active sentimente, acestea privesc, în ordine: maghiarii (23,17%) Trianonul, (22,26% din cuvintele încărcate de emoționalitate), România–guvernul și politicienii săi (16,46%). La mare distanță urmează referirile la Centenar (10,67%), Ungaria/Budapesta (8,54%), români (6,71%), Transilvania (5,49%), Ungaria (3,96%).

Orientarea „activismului sentimental” este, însă, covârșitor negativă: aproximativ 90% din cuvintele sentimentalizate sunt negativ valorizate. Presa maghiară este

⁶ Extras din publicația „Haromszek” din 06.06.2017, Farkas Reka.

⁷ Erving Goffman, *Stigma: notes on the management of spoiled identity*, Simon & Schuster, 1963, p. 109.

⁸ *Ibidem*, p. 40.

afectată cel mai mult de Trianon (98,63% din frecvențele acestui termen au conotații emoționale negative), aspect care confirmă analiza generală de la început; chiar calitatea de a fi maghiar pare a fi o problemă: 90,79% . După Trianon, cele mai multe sentimente negative sunt atașate la, sau față de: România/ Guvernul României (94%), relațiile România–Ungaria (92%), maghiar (91%), Ungaria (82%), Transilvania (72%), Centenar (71%). Desigur, Marea Unire are 100% conotații negative, ca și românii.

Densitatea absolută și aproape absolută a emoționalității negative atașate unor termeni ca „român”, „Marea Unire”, „Trianon” trebuie să fie un semn de avertizare pentru instituțiile interesate de situația păcii sociale, de premisele acesteia. Din analiza de presă supusă atenției, reiese că discursul este absolut negativ pe chestiuni de care România se preocupă prea puțin sau deloc: relația cu comunitatea maghiară, punțile către aceasta.

În final, mai rezultă că **multitudinea de compromisuri politice făcute în toate domeniile până acum în chestiunea etnică în județele controlate de facto de formațiunile maghiare nu par să fi avut vreun efect, dimpotrivă, au alimentat atitudinea negativă la adresa țării și a locuitorilor acesteia, indiferent de etnie, dar mai ales la adresa românilor și a guvernului.**

În loc de concluzie

Suntem convinși că transformarea unui text în imagine este mai grăitoare despre sensul *real* al acestuia decât analizele lui statistice. Tocmai de aceea, vom reda cele două instanțe ale textului *Sintezei* presei maghiare pe marginea Centenarului: formula brută, prin care mesajul maghiar *apare* publicului și conținutul *real*, pe care-l distribuie dirijat, dincolo de aparențe.



Tabel 4. În stânga avem mesajul aparent (primele cele mai frecvente 100 de cuvinte în Sinteza presei maghiare privind Centenarul 2017-2018). În dreapta avem mesajul real (primele 100 cele mai frecvente cuvinte după eliminarea cuvintelor fără semnificație, privind Centenarul 2017–2018).

Referințe selective

- Chelcea, Septimiu (coord.), *Semnificația documentelor sociale*, București, Editura Științifică și Enciclopedică, 1985.
- Goffman, Erving, *Stigma: notes on the management of spoiled identity*, [Simon & Schuster, 1963] ebook
- Goffman, Erving, *Viața cotidiană ca spectacol*, traducere de Simona Drăgan și Laura Albușescu, București, Editura comunicare.ro, 2003.
- Williams, Y., *Robert Plutchik's Wheel of Emotions*, Education Portal, 2013, disponibil la adresa de internet: <http://education-portal.com/academy/lesson/robert-plutchiks-wheel-of-emotions-lesson-quiz.html>