

SFERA PUBLICĂ LITERARĂ ȘI POLITICA LITERARĂ ÎN PERIOADA DE ÎNCEPUT AL REVISTEI *UTUNK*

Tema principală a cărții este relația silită dintre ideologia socialismului de stat și literatură și este surprinsă în contextul presei maghiare din România, din Transilvania. Cartea se concentrează pe o singură revistă, intitulată *Utunk*, cu precădere asupra numerelor acesteia apărute în perioada timpurie a redactării ei, aparținând primilor trei ani de existență. Perioada analizată a revistei *Utunk* cuprinde anii 1946-1948. Contextul este acela al evoluțiilor revistei în cursul evenimentelor istorice de atunci în care Partidul Comunist Român încetul cu încetul, dar foarte sistematic preia puterea și își realizează instituțiile după modelul sovietic. Acest proces (inclusiv la nivel ideologic) poate fi urmărit și în restructurarea forurilor publicității.

În descrierea naturii și mecanismelor publicității literare influențate de schimbările în politica literară care se dezvoltă în perioada timpurie a apariției revistei *Utunk*, cartea se bazează pe analiza textelor publicate în cursul primilor trei ani de existență. Transformările și metamorfozele sociale după al doilea război mondial au cauzat schimbări vizibile și în domeniul artelor. Formele publicității susținute de minoritatea maghiară din România – trecută în sfera intereselor sovietice – devin inevitabil, după ajungerea la putere a Partidului Comunist, o publicitate socialistă limitată care corespunde ideologiei și intereselor statului de partid în care atenția pentru interesele muncitorimii este substituită de către afirmarea și impunerea intereselor partidului, menit să reprezinte această muncitorime. Fiind fondată în vara anului 1946, revista *Utunk* s-a regăsit în toiul unor procese de transformare și de reconstrucție deja începute. În primii ani însă nu este încă clar definită acea direcție de politică literară care a condus la noțiunea de publicitate a perioadei în care s-a practicat supunerea de tip stalinist a societății.

Utunk, fiind o revistă literară aparținând minorității maghiare din România și fiind susținută (financiar, dar și ideologic) parțial de către stat,

este relevantă urmărirea și prezentarea, cu caracter de studiu de caz, a încercărilor – de altfel, reușite –, de transformare a publicității literare a minorității maghiare. Acele direcții de politică literară care au influențat publicitatea aflată în formare, pot fi identificate în primul rând direct, în articole de fond, texte de teoria criticii și de critica literaturii, dar și indirect, în operele literare.

Ca un fundal pentru analiza și interpretarea tipurilor de texte alese e necesară elaborarea unei schițe a istoriei revistei. Capitolul 2, dedicat acestei probleme (Accessus ad: Revista *Utunk*. Începuturile, scurtă istorie) a reprezentat un ajutor pentru contextualizarea materialului din primii trei ani. Pe baza subcapitolelor acestei părți se poate contura profilul unei reviste inițial bilunar, care a dispus de o rețea de răspândire națională, care însoțește întreagă eră a socialismului de stat. Între rândurile ei se pot urmări evenimentele vieții literare și culturale a minorității maghiare, momentele istoriei literaturii maghiare din România dintr-o perioadă mai lungă decât patru decenii. Literatura perioadei socialismului de stat nu este în sine un fenomen lipsit de probleme, așadar am încercat să prezint revista însăși în contextul acelor instituții și ideologii care au influențat în acea perioadă publicitatea literară. Capitolul 3. descrie minoritatea maghiară din România și socialismul de stat în lumina bazelor istorice ale formării și dezvoltării acestuia, incluzând o introducere în istoria presei maghiare din România din perioada socialismului de stat. Subcapitolele 3.3 și 3.4 conțin o schiță a fundalului instituțional și ideologic care s-a aflat în spatele publicității specifice, controlate și comandate a socialismului de stat: cenzura, ca mecanism de control și de restricție, a oferit un suport efectiv pentru stabilirea ideologiei răspândite de agitatori și propagandiști. În perioada analizată, revista a fost supusă unui tip timpuriu de cenzură care a susținut construirea socialismului de stat: cenzura concretă. Au fost eliminate textele reproșabile din punct de vedere ideologic din materialul deja editat și redactat. Între anii 1946 și 1948 se observă o accentuare și o impunere treptată a cenzurii și creșterea numărului textelor propagandistice.

Capitolul 4. se ocupă de clarificarea eventualelor întrebări legate de periodizare, respectiv definește limitele temporale ale perioadei analizate. Cele trei limite ale perioadelor sunt marcate de evenimente politico-economice (articolul lui László Luka publicat în revista *Igazság*, eliminarea instituției monarhiei și începutul economiei bazate pe planificări) care au influențat politica literară a revistei, dar și temele date publicității și abordarea acestora. Controlul politicii literare, măsura și gradul politizării publicității a crescut proporțional cu sporirea puterii partidului comunist.

Capitolul 5. se concentrează asupra primei etape a perioadei analizate (primul an), între 22. iunie 1946. și 7. iunie 1947. Această etapă este caracterizată de eterogenitate și pluralism. În subcapitole se realizează analiza textelor din numărul de debut, acesta fiind un fel de proiecție a viitorului (în ceea ce privește conținutul, structura și înfățișarea revistei). În timpul celor patru decenii de apariție *Utunk* se ține de promisiunile făcute în primul număr: să fie o revistă literară care nu se adresează în primul rând specialiștilor din domeniu, ci, cu ajutorul intelectualilor, să susțină o revistă care popularizează literatura și cultivă sensibilitatea receptivă a cititorilor. Este însă vizibil de la bun început că această popularizare a literaturii și cultivare a sensibilității receptive are interpretări multiple, chiar foarte specifice (prin anumite voci). Opinia, foarte eterogenă în epocă, asupra literaturii din revista Asociației Scriitorilor Maghiari din România se conturează în cadrul revistei prin prezența mai multor voci diferite.

Revoluționarea (adică transpunerea pe plan social, supunerea intereselor vieții publice și politice) a literaturii și a criticii literare, respectiv literatura și critica, privite ca mijloace pentru metamorfoza radical-revoluționară a societății (o luptă pe două fronturi pentru modificarea domeniului literar) propune ca literatura să devină instrument și transmițător al ideologiei de dimensiuni totale care vrea să pătrundă în viața publică a cetățenilor, dar și în segmentele ei private. Pentru ca spațiul literar (împreună cu instituțiile, publicitatea, receptorii și creatorii lui) să devină instrumentul ideologiei care aspiră la putere, literatura trebuie în primul rând convinsă (în acest scop apar articole de fond), apoi colonizată și epurată, din cercurile ei trebuie excluse toți cei care se opun printr-un alt mod de gândire (critică agresivă, cenzură). În paralel e susținută „producerea” unor texte care servesc intereselor puterii (ex. nenumărate opere în proză de István Nagy, István Asztalos, Lili Marton, sau poeziile lui László Salamon). Marcarea direcției în care trebuie să se îndrepte critica pentru a-și îndeplini „menirea” este deja în sine un semn al crizei provocate de schimbare, căci stabilirea criticii de tip nou nu s-a putut realiza peste noapte. Pentru eliminarea diferențelor în opinie și a contraargumentelor a fost nevoie de un ton politic specific care e considerat la limita erei, marcând nu numai finalul pluralismului literar, ci și sfârșitul pluralismului politic.

Textele care dovedesc succesul politicii literare de transpunere a literaturii pe plan social anticipează schimbarea iminentă de direcție, dar care nu devine agresivă (până în iunie 1947), nu exclude pe nimeni și acceptă chiar abateri de la discursul dominant. Mai mult, în același spațiu public (între coloanele revistei) pot apărea niște texte și aprecieri critice care proclamă libertatea artistului în opoziție cu angajamentul politic.

Eta pa următoare (a doua jumătate din 1947) se concentrează în principiu pe distrugerea sistematică a acelor cadre instituționale, opinii, liber-cugetători care au împiedicat dezvoltarea publicității plebeiene și intenția puterii din spatele acesteia. Politica, direcționând viața publică, respectiv politica literară din revistă, luptă umăr la umăr împotriva încălcării principiilor: începe valul de arestări a intelectualilor considerați de opoziție. *Utunk* publică articole despre reacția ascunsă din instituțiile științifice maghiare. Este semnificativă punerea în valoare a acelei retorici care se bazează pe noțiunea de „unitate fără principii” împrumutată de László Luka și care realizează, de pe poziția de putere, o adevărată colonizare care acoperă acele fapte esențiale care poate semăna vreo îndoială pentru stabilitatea acestei poziții. Acuzarea întregului public maghiar de unitate fără principii invocă în sine ideea inacceptabilă a crimei colective, prin care presa și politica română, în contextul perioadei postbelice deloc lipsite de tensiuni, stigmatizează comunitatea maghiară ca pe niște reacționari angajați lui Horthy. „Unitatea fără principii” devine slogan politic, care cel mai probabil a jucat un rol în omogenizarea dorită.

Dezbaterea este strâns legată de asemenea de natura publicității „democratice” plebeiene, fiindcă și aceasta a fost definită în principiu de elementul puterii, de excluderea pe bază de proveniență, de respingerea din motive ideologice.

Dezbaterea Toldi pare să definească, ba chiar să stigmatizeze direcțiunea politicii literare și publicității revistei: validarea și controlarea realității din afara literaturii, a ideologiei politice într-un mediu apolitic atrage după sine distrugerea completă a echilibrului delicat a structurilor de valori, ceea ce în cazul acestei reviste (după cum dovedesc și celelalte periodice de atunci) rezultă din spațiul pe care l-a câștigat propaganda politică.

Capitolul 7. analizează etapa când ideologia de origine politică devine predominantă. Spațiile eventual eliberate prin înlăturarea agresivă a opiniilor contradictorii, a dușmanilor principiilor socialiste și progresive, a celor „reacționari” și de tip „retrograd” vor fi imediat ocupate de texte care arată direcția corectă a interpretării evenimentelor actuale din politică și din viața publică, sau texte care pot fi considerate parte a propagandei integrative, care însă se mențin pe partea retoricii militante. În pofida unificărilor ideologice desfășurate, caracterul de mișcare și de luptă a textelor servește la menținerea aparenței de revoluționarism.

Textele care se bucură de nașterea democrației populare nu sărbătoresc numai eliminarea regelui, ci și schimbarea în structura puterii. Prin fuziunea partidelor, reprezentanții muncitorimii pot ajunge la putere. Începe să se construiască cultul secretarului partidului, Gheorghiu-Dej, care preia poziția regelui, practica puterii și organizarea societății cu elan înno-

it, după model sovietic. Ele inspiră multe opere literare și este nevoie de și mai multe texte explicative care să le însoțească (fiindcă deciziile nu se bazează pe democrație, ci pe aplicarea dictatorială a modelului sovietic). Ideologia de stat care a ajuns la putere în revistă, politica literară care o servește au transformat *Utunk* într-o revistă de propagandă, a cărei singur scop va deveni să accentueze că statul (și orice for care transmite ideologia statului) luptă pentru muncitori, pentru cei care au fost exploatați mai devreme. În anul 1948 din perioada analizată se observă că toate tipurile de texte se supun unui singur scop, funcția lor se omogenizează, la fel ca și orientarea ideologică a revistei. Construcția discursivă a muncitorului conștient ocupă un loc secundar pe lângă partid și lauda ideologiei de stat. Eliberarea și lupta pentru independența muncitorului, identificarea maselor largi de oameni ca mase de muncitori (muncitori în agricultură sau fabrici) a început deja mai devreme, de aceea publicitatea plebeiană poate să-și îndeplinească funcția trasată: transmiterea recunoștinței muncitorimii față de partid, respectiv prezentarea directivelor, prevederilor și deciziilor partidului ca o activitate benefică față de muncitori.

Popularea spațiului publicității discursive din revistă cu figuri, date și concepții care susțin creația unui trecut istoric este un proces agresiv care vrea neapărat să convingă, fiind asemănătoare retoricii puterii; astfel publicitatea creată nu este doar scena în care elementele devin realitate ideologică, ci mediul acestui proces, căpătând caracter simbolic în sine: devine spațiul manifestării puterii de partid, un spațiu al confirmării identității socialiste, al participării la putere.

Politica literară din perioada timpurie a revistei *Utunk* și publicitatea (literară) influențată de aceasta a trecut, în cursul celor trei ani analizați, de la eterogenitate, pluralism spre omogenizare. Acest proces s-a desfășurat ca o consecință a influenței externe asupra puterii și documentează de fapt sporirea gradului de politizare. Publicitatea care ajunge la un nou nivel. Funcționează înainte de toate ca un for al convingerii, iar caracterul plebeian se menține pe măsură ce conducerea partidului, adică cei care sunt responsabili pentru funcționarea organelor de control al forurilor publice, sunt și ei înșiși de origine muncitorească, respectiv dacă grupul-țintă este clasa muncitorilor. Din 1948 publicitatea din revistă se va reinterpretă: publicitatea timpurie, promițându-se democratică, este menită să realizeze un dialog intelectual-muncitor, cum a formulat Sándor Kacsó în descrierea vieții intelectual-spirituale de atunci. Din iunie 1947 este încălcată condiția principală a democrației, și anume respectarea opiniilor diferite, a șanseii de a pune în valoare multiple păreri. Acesta se întâmplă sub pretextul că cei care gândesc altfel nu numai că sunt pe o cale greșită, dar din cauza „lipsei principiilor” vor afecta negativ democrația populară și marea trans-

formare a societății. Excluderea a avut loc împotriva intelectualității care nu a fost de acord cu metodele metamorfozei care nu a ținut cont de interesele și nevoile subsistemelor societății, ci doar de ideologia partidului.

Noțiunea de publicitate dezvoltată în primii trei ani din activitatea revistei *Utunk* – în ceea ce privește restrângerea ramelor temporale – a trecut peste schimbări radicale. Perioada plină de crize a schimbării funcției publicității, instituționalizarea metodelor excluderii pe bază ideologică este acea etapă de șase luni care este cuprinsă între apariția și „prelucrarea” în revistă a articolului lui László Luka din mai 1947, respectiv eliminarea instituției monarhiei.