

COORDONATE ALE IDENTITĂȚII NAȚIONALE  
ÎN PUBLICISTICA LUI MIHAI EMINESCU.  
CONTEXT ROMÂNESC ȘI CONTEXT  
EUROPEAN, DE ADRIAN-GELU JICU

Silvia MUNTEANU<sup>1</sup>  
yonk\_1174@yahoo.com

ABSTRACT: This review aims to explain that exists in Eminescu's publishing work a true ideological platform, which the author succeeds in emphasizing it impartially. The critic also explains the way in which Eminescu has realised an over-thesis about identity, built on its impressive economic culture (such as G. Calinescu had intuited). This work makes an exhaustive comparative analysis of what other critics had made about Eminescu's publishing in order to show us that the journalist is the author of the most important identity discourse from Romanian culture. This book can be considered as a model of critical reassessment conducted with accuracy, a field overrated and glorified.

KEYWORDS: context, discourse, identity design, journalist, publishing.

Publicistica lui Mihai Eminescu rămâne un domeniu de interes major și pentru exegeza actuală, care încearcă să contureze un portret real al publicistului, angajat cu toată ființa în munca sisifică de gazetar. Într-o (re)lectură critică realizată cu maximă seriozitate și minuțiozitate, Adrian JICU demonstrează în lucrarea *Coordonate ale identității naționale în publicistica lui Mihai Eminescu. Context românesc și context european* (București, Editura Muzeului Național al Literaturii Române, Colecția Aula Magna, 2013, 255 p.) că poetul-publicist este autorul celui mai important discurs identitar din cultura română. Argumentarea este construită riguros, fiecare argument fiind susținut de citate pertinente extrase din articolele eminesciene și, cel mai important, printr-o permanentă raportare la vocile critice anterioare, a căror opinii le confirmă, le contrazice sau le nuanțează cu scopul de a stabili sensul corect al discursului în contextul epocii lui Eminescu.

---

<sup>1</sup> Profesor de Limba și literatura română la Colegiul Tehnic „Dimitrie Ghika”, Comănești, județul Bacău.

Lucrarea este alcătuită dintr-o ipoteză cu titlu seducător *Idolul de fier cu picioare de lut*, în care autorul își expune concis ipoteza de lucru, urmată de 5 capitole, divizate la rândul lor în subcapitole: I. *Pentru un model semiotică-procedural al identității naționale*, II. *Sursele concepției identitare eminesciene*, III. *Componente ale identității naționale în publicistica lui Mihai Eminescu*, IV. *Apărarea identității naționale și V. Recalibrarea publicisticii eminesciene*, încheindu-se cu un *Postscriptum*, bibliografie și Addenda (rezumatul lucrării în limba engleză). Miza demersului propus de critic (deloc facilă, cum însuși autorul mărturisește) constă în re-evaluarea obiectivă a publicisticii eminesciene din perspectiva identității naționale, raportându-se în permanență la „contextul intern și extern, dar și la spiritul veacului” (p. 9).

În ceea ce privește componentele identității naționale cuprinse în publicistica eminesciană, criticul face referire la: 1. identitatea lingvistică (ce reiese din modul în care Eminescu pledează pentru scrierea corectă în jurnale, având nostalgia purității limbii române a cronicarilor); 2. importanța pe care poetul-publicist o acorda trecutului istoric, punând în lumină că „Recursul la trecut nu se face la modul paseist, ci devine expresia dezamăgirii provocate de ceea ce Eminescu consideră a fi un prezent rușinos” (p. 47); 3. cultul muncii, privit ca factor supraindividual și considerat un principiu absolut pentru buna funcționare a economiei. Autorul conchide că publicistul Eminescu ilustrează specificul românesc prin raportare la statul cultural, nu cel politic.

Situându-l pe poetul-publicist în centrul canonului identitar, criticul demonstrează că „publicistica lui Eminescu este naționalistă” (p. 126), iar articolele sale exprimă un profund patriotism, animat de sentimentul apartenenței la rasa sa de român. Judecând cu dreaptă măsură, fără a cădea în capcana mitizării sau demitizării publicisticii eminesciene, Adrian Jicu și-a exprimat punctele de vedere având ca singur aliat textul gazetarului, păstrând distanța critică convenită față de toate opiniile enunțate până la el despre acest subiect, corectând acolo unde era cazul, dezaproband sau propunând o altă interpretare, cum se întâmplă când este vorba despre etapele gazetăriei, care „se dovedesc, la o analiză atentă, nefuncționale”, orientând atenția spre „o clasificare care să identifice câțiva centri tematici, în jurul cărora gravitează articolele sale” (p. 137).

Scuturând clișeele, clarificând interpretările eronate care denaturează adevărul (căutat cu atâta ardoare de poetul-publicist!) și re-configurând

contextul românesc și cel european în care trebuie plasată publicistica lui Eminescu, Adrian Jicu pune o etichetă identitară asupra acesteia, prin identificarea unui naționalism activ, uneori dus până la extreme. Fiecare argument consolidează imaginea *idolului de fier cu picioare de lut*, dovadă că ideile naționaliste *au trecut peste nemărginirea timpului*, pentru că implicarea în slujba unui ideal atât de nobil confirmă, încă o dată, măreția acestui „profet al neamului” (p. 230). Se remarcă tonul neutru al criticului, o atitudine detașată și lucidă în emiterea judecăților de valoare, justețea punctelor de vedere exprimate clar și concis, o documentare adecvată ce-i permite înțelegerea fenomenelor vizate și, mai presus de toate, cunoașterea în profunzime a textelor publicistice eminesciene. Un ochi vigilent și critic, ce a scrutat nu numai articolele scrise de gazetar, ci și toate interpretările prilejuite de acestea, cu scopul de a elabora un studiu lipsit de exagerări sau efuziuni inutile. Cartea aceasta poate fi apreciată drept un model de re-evaluare critică, realizat cu acribie, a unui domeniu supralicitat și canonizat.