

Rezumat

Teza de față abordează bancul, un fenomen discursiv foarte puțin analizat, deși reprezintă o parte semnificativă a discursului comic. Ne propunem în cele ce urmează să constituim o semiotică a bancului, realizând o analiză a sa în două arii culturale total diferite – română și franceză. Această alegere prezintă câteva avantaje. În primul rând permite o analiză pe două suprafețe lingvistice care sunt substanțial diferite, deși aparțin aceleiași familii – cea a limbilor romanice. În al doilea rând, evoluția politică a celor două zone a fost complet diferită, ceea ce ar trebui să facă și mai diferit modul de evoluție al acestui tip de discurs, mai ales cel care este strict legat de condiționările sociale și politice (este vorba despre bancurile politice). Există o părere cvasi-unanimă conform căreia umorul în general și bancurile în special sunt condiționate de aria lingvistică de exprimare și de contextul politic. Or, ipoteza de la care am plecat în redactarea acestei teze este opusă. Am presupus că bancul reprezintă un invariant cultural, care nu depinde de zona geografică sau culturală, și nici de practica socială. Această ipoteză este susținută de existența unor bancuri aproape identice la intervale foarte mari de timp (peste 1.000 de ani) și în arii culturale total diferite. Ne aflăm, la fel ca și în cazul basmelor, în zona arhetipului, ceea ce ar explica perpetuarea acestor structuri aproape identice pe arii extrem de extinse și peste intervale de timp foarte mari. Folosim termenul de arhetip în accepțiunea jungiană a sa conform căreia acestea sunt conținuturi psihice inconștiente coerente. Jung identifică astfel de conținuturi cu imagini mitologice care nu au fost niciodată obiecte ale conștiinței și care provin, dintr-o activitate inconștientă.

Pentru a analiza bancul și a stabili mecanismele care stau la originea producerii sale, trebuie mai întâi să definim această noțiune. Vom spune că *bancul este o secvență narativă simplă al cărei scop declarat este de a produce râsul*. Prin această definiție încercăm să depășim două dintre problemele care au apărut frecvent în analiza discursului comic. Prima o reprezintă raportul dintre comic și râs, iar a doua raportul dintre comic și intenționalitate.

Dintre toate categoriile estetice, comicul este singurul care produce un efect psihologic recognoscibil. Această individualizare reprezintă și prima capcană a discursului comic, deoarece îl plasează într-o zonă fluidă și greu de stabilizat. Când vorbim despre comic, trebuie să vorbim și despre râs? Sau trebuie să vorbim, mai curând, despre râs, adică despre finalitate, și nu despre cauză – comicul? Raportarea permanentă a discursului comic la efectul pe care îl produce are ca

rezultat chiar punerea la îndoială a definiției comicului. În studiile referitoare la comic s-au conturat două tendințe principale în privința definiției sale. Prima spune că trebuie să renunțăm la diferențierile arbitrare între comic, umor, deriziune și grotesc. Conform acestora există un comic ca atare, iar umorul sec sau fanteziile verbale nu sunt decât variații secundare. Această perspectivă statuează autonomia și individualitatea discursului comic, deși nu îl poate defini în mod total și absolut. Un alt punct de vedere pornește de la constatarea că, de fapt, criteriul râsului survine a posteriori enunțării discursului, și, ca urmare, nu putem vorbi despre un discurs comic opus celui serios. Mai bine zis, dihotomia comic-serios este, în acest caz, total depășită, întrucât nu putem vorbi despre un singur discurs comic. Această ipoteză duce la concluzia că ironia, satira, parodia reprezintă categorii distincte, care nu pot fi analizate cu aceleași instrumente.

Pentru a rezolva această dispută, mai întâi trebuie identificate diferențele dintre comic și râs, termeni care au fost folosiți, de multe ori în sensuri echivalente (Bergson, Kant). Prin urmare am stabilit că râsul aparține unei paradigme psihologice, la fel ca plânsul, țipătul, etc, pe când comicul aparține unei paradigme discursive. Astfel devine evidentă separarea dintre ele, pentru că nu îi putem asocia în nici un fel râsului statutul de discurs, indiferent cât am încerca să restrângem sau, dimpotrivă, să extindem sensul acestui termen. Comicul și râsul se află într-o relație de inter-dependență, dar aparțin unor paradigme diferite.

Odată stabilită această diferențiere se impune identificarea mecanismului de funcționare a discursului comic. Primele abordări ale comicului au fost legate mai curând de întrebarea dacă este comicul dezirabil social și mai puțin de identificarea mecanismelor de producere. Immanuel Kant este printre primii care stabilește un mecanism al comicului, acesta fiind efectul transformării unei așteptări în nimic. Similară este și ipoteza lui Arthur Koestler, pentru care comicul este un efect al unei schimbări bruște a planului sau a contextului, ceea ce provoacă o emoție a cărei așteptare rămâne suspendată. Comicul ar fi, în aceste condiții, expresia unei detensionări și a unei absențe. Bergson se opune acestei ipoteze și stabilește o altă definiție. Comicul (râsul scrie el, nefăcând diferențierea de care aminteam mai devreme) ar fi “du mecanique plaque sur du vivant”, mecanism aplicat la haine, mimică, gesturi. Această teorie este însă de neaplicat în cazul glumelor, respectiv al structurilor discursive. De aceea, Daniela Rovența Frumușani răstoarnă formula când o aplică la glume (bancuri). În acest caz, comicul ar fi “du vivant plaqué sur du mecanique” deoarece sensurile convenționale sunt înlocuite de altele neașteptate. O altă teorie care identifică mecanismele comicului este cea a lui Louis Cazamian .

Teoria, completată ulterior de Robert Escarpit, susține că gluma se naște prin suspendarea judecăților care guvernează acțiunea socială; aceste judecăți sunt comică, afectivă, morală și filozofică. Această teoria aplică umorului de relație iar suspendarea celor patru judecăți duce la ironie (în cazul suspendării judecății comice – care face ca un lucru hazliu să fie prezentat ca serios), la umor negru (absența judecății afective care acționează prin insensibilizare voluntară), celui licențios (produs în lipsa judecății morale) sau a umorului carnavalesc (lipsa judecății filozofice). Umorele oferă astfel posibilitatea de a evada din chingile unor reguli pe care necesitatea de a exista din punct de vedere social le impune. Teoria Cazamian-Escarpit a stat la baza acestei teze, ea fiind completată de cea a lui Dominique Nouguez pentru care comicul se produce prin asocierea semnificantului unui semnificat cu semnificatul altui semnificant.

După stabilirea mecanismului de producere al comicului pe care bancurile îl utilizează, următoarea etapă în constituirea unei semiotici a bancului o reprezintă investirea bancului cu statutul de semn. Acest lucru presupune, pe de o parte, demonstrarea faptului că bancul are rol de substitut și, pe de altă parte, că această substituție este stabilită printr-o asociere cultural recunoscută și sistematic codificată.

Demonstrarea primei condiții se face prin analizarea modului în care evoluează termenii care desemnează această realitate în limbile franceză (*blague*), respectiv română (*banc*). Cuvântul *blague* apare pentru prima dată în 1721 într-un dicționar de chimie, fiind preluat din olandeză (*balg*) unde însemna burduf. El desemnează apoi un săculeț de piele în care fumătorii își țineau tutunul. Ulterior sensul cuvântului se schimbă, definind o minciună spusă pentru a înșela pe cineva. Această modificare este provocată de obiceiul fumătorilor de a ține *blague* umflată ca și cum ar fi avut ceva în ea, chiar dacă era goală. În limba română cuvântul *banc* apare la sfârșitul secolului XIX, fiind preluat din germanul *bank* ce desemna un joc de cărți în care se trișa în mod frecvent. De aici se face translatarea semantică prin care cuvântul va desemna o înșelătorie, farsă sau glumă.

În ambele arii lingvistice și culturale termenii *blague*, respectiv *banc* evoluează similar – încep prin a desemna o realitate extralingvistică, un anumit tip de contrafacere a realității, pentru ca, ulterior, acest mecanism să fie preluat și lingvistic și să desemneze o tip de povestire care se bazează pe denaturarea relației semnificant-semnificat. Acest lucru atrage după sine și verificarea celei de-a doua condiții, conform căreia substitutul pe care îl presupune semnul trebuie să fie cultural recunoscut

Fiind identificat ca semn, bancul este plasat la granița dintre sociolecte și idiolecte, ceea ce duce la necesitatea identificării funcțiilor sale. Acestea sunt atât de natură comunicațională (funcția fatică) cât și socială (de coeziune, morală) sau chiar politică (manipularea, protestul, defularea).

Existența unei semiotici a bancului presupune constiuirea semanticii, sintaxei și pragmaticii acestuia. A constitui o semantică a bancului înseamnă a studia modul în care semnificația cuvintelor este utilizată în declanșarea mecanismului comic pe care bancul se bazează. Pornind de la faptul că realitatea lingvistică nu se suprapune exact peste realitatea materială pe care vrea să o denumească, este evident că incongruența dintre cele două universuri duce, de multe, ori la tensiuni dintre cele mai diverse – unele aparent minore, altele spectaculoase. Aceste tensiuni se află la originea comicului din bancuri. Prin urmare, analiza semanticii bancului presupune identificarea procedeeleor de producere a comicului. Aceste procedee sunt fie de modificare semantică (prin care se asociază semnificantul unui semnificat cu semnificatul altui semnificant), și aici avem figurile de stil (rima, repetiția, inversiunea și zeugma) și relațiile semantice (omonimia, calamburul și paronimia), fie de modificare paradigmatică , care și ele vor fi și ele vor fi împărțite în procedee semantice de modificare paradigmatică (metonimia, sinecdoca, antonomaza și anacolutul), și în procedee de modificare a relațiilor paradigmatică (relația hiponim-hiperonim, qui-pro-quo-ul și paralogisme).

Analiza sintaxei presupune a stabili regulile de combinare a elementelor constitutive ale bancului. Revenind la structurarea unei semiotici a bancului, se impune identificarea elementelor constitutive ale acestuia. Preluând modelul Greimas, dezvoltat de Nicole Everaert-Desmedt definim bancul ca o structură narativă prin care se reprezintă un eveniment. Practic prin banc avem o trecere de la o stare initial S1 la o stare finală S2 printr-un eveniment care este reprezentat. Această definiție ne duce la următorul pas și anume clasificarea bancurilor în funcție de acest mecanism. Astfel bancurile se clasifică în bancuri cu model actanțial și bancuri fără model actanțial. Dacă în primul caz lucrurile sunt evidente, având o scurtă istorioară în care starea initial și cea finală sunt evidente, în ceea ce privește bancurile fără model actanțial transformarea are loc în ceea ce privește relația dintre emițătorul și destinatarul actului de comunicare pe care bancul îl presupune.

Abordarea bancului din punct de vedere al pragmaticii se impune ca necesitate, având în vedere că bancul depășește strict conținutul informativ pe care îl poartă. Obținerea efectului

comic care presupune atingerea scopului său se face prin mecanismele lingvistice descrise mai devreme, dar fără ca acestea să fie exhaustive. Parte a discursului comic, bancul nu poate fi, în mod evident, judecat în termeni de adevărat-fals, ci mai curând în termeni reușit-nereușit. Așadar, bancul se înscrie în seria actelor performative de limbaj. Pe de altă parte, el face parte, în mare parte, din aria ficțională, ce cuprinde acte discursive care nu se consideră în raport cu regula sincerității. Această aserțiune nu se aplică, însă, decât bancurilor cu model actanțial. În ceea ce privește bancurile fără model actanțial, acestea nu pot fi considerate ficțiuni, deci nu se supun regulilor stabilite de Searle.

Ca urmare, vom analiza bancurile ca acte performative pe două paliere:

- în cazul bancurilor actanțiale în interiorul actului comunicațional (între personaje, doar pentru bancurile actanțiale)
- în exteriorul actului comunicațional (între emițător și receptor) pentru toate bancurile.

De asemenea, bancul, ca fenomen comunicațional este puternic legat de deixis. Nu de puține ori, în momentul în care se spune un banc într-un anumit grup sunt adăugate formule devenite stereotip cum ar fi „persoanele de față se exclud”. Este, practic, un mod de a evita coordonatele personale sau cele sociale care pot incomoda receptarea bancului, sau pot pune unul dintre participanții la actul comunicațional într-o situație delicată.

În plus analizând legile discursului, asociate maximelor conversaționale ale lui Grice, se observă că încălcarea fiecărei dintre acestea (ne referim aici la legea informativității, legea exhaustivității și legea litotei) are ca efect producerea comicului.

Toate acestea conturează ideea bancului ca un fenomen semiotic complex și complet a cărui evoluție nu este condiționat de structura limbii în care se dezvoltă și care face parte, la fel ca basmele, din fondul arhetipal al umanității.

În final mai putem adăuga faptul că de foarte multe ori bancurile sunt auto-referențiale și am văzut numeroase bancuri despre bancuri. Or, capacitatea unui sistem de a produce un metadiscurs, adică un discurs despre discurs, arată încă odată faptul că acesta este un sistem semiotic independent.