

► EDITORIAL

Camelia Beciu

► MASS-MEDIA

Mihai Coman

Mădălina Boțan

Laura Pană

Ioana Paverman

► SEMN DE ÎNTREBARE

Interviu cu

Călin Anastasiu

► ARHIVA

Stelian Tănase

► EVENIMENT

Sabin Drăgulin

► ESEU

Dan Pavel

► COMUNICAREA
POLITICĂ

Gianmarco Cifaldi

Călin Sinescu

Sabina Fati

Antonio Momoc

Anca Alexandru

Ion Boboc

Emanuel Copilaș

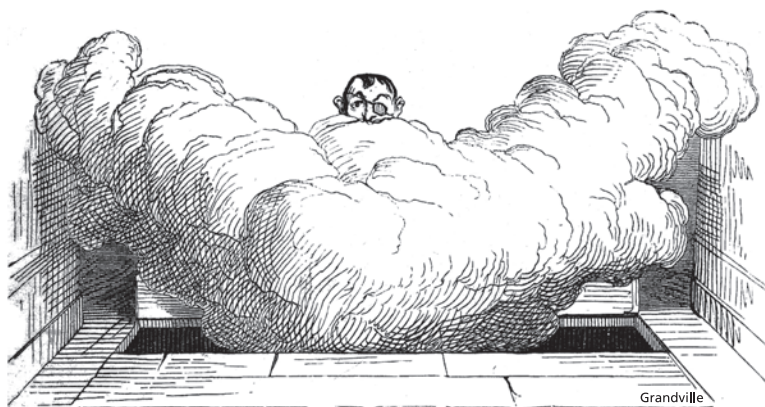
► RECENZII

Ioana Cristea Drăgulin

Daniela Anamaria Radu

Sfera Politicii

REVISTĂ DE ȘTIINȚE POLITICE ȘI DE TEORIE POLITICĂ
EDITATĂ DE FUNDAȚIA SOCIETATEA CIVILĂ



NUMĂRUL 135
ANUL XVII
2009

Mass-media și
comunicarea politică

Sfera Politicii este prima revistă de știință și teorie politică apărută în România, după căderea comunismului. Revista apare fără întrerupere din 1992.

Sfera Politicii a jucat și joacă un rol important în difuzarea principalelor teme de știință și teorie politică și în constituirea și dezvoltarea unei reflecții politologice viabile în peisajul științific și cultural din România.

Sfera Politicii pune la îndemâna cercetătorilor, a oamenilor politici și a publicului, analize, comentarii și studii de specialitate, realizate pe baza paradigmelor teoretice și metodologice ale științei și teoriei politice actuale.

Sfera Politicii își face o misiune din contribuția la consolidarea și dezvoltarea societății democratice și de piață în România.

Revistă editată de:



Fundația
Societatea Civilă

Apare lunar

EDITORIAL BOARD

Călin Anastasiu
Daniel Chirot
Dennis Deletant
Anneli Ute Gabanyi
Gail Kligman
Vladimir Tismăneanu
G. M. Tamas

DIRECTOR

Stelian Tănase

REDACTOR ȘEF

Dan Pavel

SECRETAR GENERAL DE REDACȚIE

Sabin Drăgulin

REDACȚIE

Alexandru Radu
Cecilia Tohăneanu
Ana Bulai
Daniel Buti
Ioana Paverman
Nicolae Drăgușin

TEHNOREDACTOR

Liviu Stoica

sferapoliticii@rdslink.ro
redactia@sferapoliticii.ro
<http://www.sferapoliticii.ro>

Sfera Politicii

NUMĂRUL 135, ANUL XVII, mai 2009

Editorial

- Politicul, arenele mediatice și practicile de dezbatere 3
Camelia Beciu

Mass-media

- Noii moguli ai presei postcomuniste 8
Mihai Coman
Blogosfera ca discurs de vizibilitate publică 13
Mădălina Boțan
Grupurile și comunitățile virtuale constituite pe web..... 19
Laura Pană
Mass-media și morala legitimatoră a prezentului 23
Ioana Paverman

Semn de întrebare: Călin Anastasiu..... 30

Arhiva

- Arhivele Sfera Politicii - Prințul roșu..... 34
Stelian Tănase

Eveniment..... 44

Sabin Drăgulin

Eseu

- Comunicare fără participare și democrație fără popor..... 45
Dan Pavel

Comunicarea politică

- Dreptul la viață privată 51
Gianmarco Cifaldi și Călin Sinescu
Mitul României Mari în războiul mediativ pentru Moldova 59
Sabina Fati
Sociologul Dimitrie Gusti, consilier de imagine? 65
Antonio Momoc
Filmul românesc și educația în procesul de formare al omului nou..... 68
Anca Alexandru
Haideti, fii ai patriilor, ziua gloriei a venit... pentru schimbarea imnurilor naționale! 75
Ion Boboc
Confiscarea lui Dumnezeu și mecanismul inevitabilității istorice..... 92
Emanuel Copilaș

Recenzii

- De unde a început totul! 104
Ioana Cristea Drăgulin
Samuel D. Warren, Louis D. Brandeis, *Il Diritto alla Privacy. Garante per la protezione dei dati personali*
Profilerul politic - un atu pentru strategia guvernării și logica alegerii..... 106
Daniela Anamaria Radu
Pascal de Sutter, *Acești nebuni care ne guvernează*

Index de autori..... 111

Politicul, arenele mediatice și practicile de dezbatere

■ CAMELIA BECIU

The paper starts from the following question: to what extent is deliberative media discourse still possible, given that mass media tabloidization and media populism are increasingly widespread phenomena? Based on two types of Romanian tv political debates, the paper concludes that the invasion of marketing and entertainment practices in the realm of tv debates has generated new media identities and interaction frames, involving "the public" in various ways.

Keywords:

political journalism, mediation, public issue, tv political debate

Mai este posibilă comunicarea politică *pentru cetățean*? Sau altfel spus, mai încap în aceeași ecuație comunicarea (cu diversele strategii, narațiuni, personaje etc.) și acțiunea politică (fie ea definită ca „program”, „ofertă”, „proiect”, „pact” etc.)?

Pentru curentul „radical” din dezbaterea academică, diagnosticul este ferm: politicul este confiscat de comunicarea mediatică și de întregul proces de spectacularizare a jurnalismului politic¹. Logica mediatizării comerciale și logica marketingului trasează cadrele acțiunii politice, politica este redusă la imagine iar comunicarea la „format” și la „pachet” de strategii.

Pentru „moderați”, lucrurile ar putea fi interpretate și altfel: comunicarea politicului ca *infotainment* (combinația între agendă politică, spectacol și „conversație” cu ingrediente de divertisment) ar putea capta un public cât mai divers și, deci, ar spori interesul pentru politică al „cetățeanului zapping”²; în plus, s-ar diminua *distanța statutară* dintre omul politic și alegător, prin efecte de „autenticitate” (a discursului politic) și de „proximitate” (cu omul politic).

1 Lance E. Bennett (2003), *News, the politics of illusion*, Longman, UK; Robert E. Denton Jr. (ed.) (2000), *Political Communication Ethics – An Oxymoron?*, Connecticut: Praeger.

2 John Street (2001), *The Transformation of Political Modernity? in New Media and Politics*, Eds. Barrie Axford and Richard Huggins, London: Sage.

Ambele abordări pun însă în evidență procesul de „*depolitizare*” a comunicării politice, în sensul că agenda politică nu mai este suficientă pentru a alimenta comunicarea și dezbateră politică: sunt importate în dezbateră elemente relevante pentru alte „lumi sociale” (spațiul privat, scena sportivă, divertismentul, publicitatea, managementul, conversația cotidiană, culisele ș.a.)¹. Rezultatul este deseori contradictoriu: pe lângă efecte de autenticitate, proximitate și emoție socială se poate dezvolta o „spirală a cinismului” în care sunt antrenați deopotrivă politicieni, jurnaliști și spectatori². Poate contribui la aceasta un discurs mediatic centrat mai ales asupra faptului divers, a știrilor negative și conflictuale; jurnaliști care acționează mai degrabă ca animatori ai unor emisiuni de divertisment decât ca mediatori între diverse puncte de vedere; un public căruia i se atribuie - prin dispozitivul de mediatizare - poziția unui suporter în cadrul unei „competiții”; în fine, oameni politici, mediatizați în calitate de „concuranți” care trebuie să treacă o serie de „probe” și să se evidențieze prin capacitatea lor de a „rezista” la „testele” pe care le presupune un dispozitiv de mediatizare conceput la granița dintre divertisment și *reality-show* (exemple la îndemână în acest sens sunt emisiunile electorale din ultimele campanii prezidențiale din România, în 2000 și 2004; concepute sub forma unor „teste de personalitate”, aceste emisiuni au pus în evidență ethosul specific genului „jocuri și concursuri” în care candidatul trebuie să-și susțină partitura și să-și dovedească abilitățile în fața publicului-suporter).

Corner și Pels sintetizează aceste evoluții subliniind că actuala comunicare politică este de fapt structurată în jurul a trei mari valori: *consumismul*, *celebritatea* și *cinismul*³. Potrivit aceluiași autori, mass media cultivă valorile respective prin practici specifice: *decontextualizarea* informației politice; *impactul emoțional* al știrilor; *dramatizarea* unor aspecte nerelevante pentru evenimentul în discuție, dar generatoare de *senzațional*; preluarea excesivă a *opinie decidenților*, fapt care îngreunează problematizarea evenimentelor.

Pe de altă parte, merită subliniat că însuși marketingul electoral și/sau politic se „depolitizează”. Astfel, discursul electoral preia din ce în ce mai mult practici tipice pentru marketingul comercial, care nu mai sunt adaptate în vreun fel la contextul politic. Recunoaștem la nivelul unor slogane construcții verbale preluate „ca atare” din discursul publicitar. În România, prima campanie pentru Parlamentul European din 2007 a fost dominată de slogane precum „*Tu faci oferta!*”; „*Îl meriți pe cel mai bun!*”; „*Eu cred în tine. Crezi și tu cu mine?*” ș.a. Teoretic, aceste slogane pot fi valabile pentru orice produs, fie el politic sau de consum. Nu în ultimul rând, tendința de „depolitizare” a marketingului politic este confirmată și de imaginea candidaților construită ca *brand*⁴. Din punct de vedere discursiv, logica brandului politic exploatează notorietatea, ludicul, divertismentul și sloganul justițiar-populist, omul politic afișând pretenția că acțiunea sa este „emblematică” pentru o „cauză” a electoratului.

Comunicarea politică devine astfel impregnată de „populism mediatic”, termen pe care unii autori îl consideră deja prea slab pentru a descrie formatarea acțiunii politice ca un „produs” de consum. Musso propune în acest sens termenul de „*commanagement*” (autorul îmbină « comunicare » și « management ») pentru a desemna acel tip de comunicare politică întemeiat în principal pe două tipuri de

1 Brian McNair (2000), *Journalism and Democracy: An Evaluation of the Political Public Sphere*, London: Routledge.

2 Joseph N. Cappella; Kathleen Hall Jamieson (1997), *Spiral of Cynicism: The Press and the Public Good*, Oxford University Press.

3 John Corner, Dick Pels, Dick (ed.) (2003), *Media and the Restyling of Politics – Consumerism, Celebrity and Cynicism*, Sage, UK.

4 Pentru analiza strategiilor de tip « branding » în discursul politic a se vedea Norman Fairclough (2000), *New Labour, New Language*, London: Routledge.

tehnici: prima, invocarea unor valori, simboluri și a unui întreg imaginar din sfera managementului antreprenorial iar cea de-a doua, producerea unei narațiuni televizuale care pune în "scenariu" valorile respective¹. Așa-numitul *berlusconism* ar reflecta cel mai bine acest fenomen: fiecare gest politic este construit sub forma unei narațiuni (diverse tehnici de *storytelling*) ce se vrea a fi una din nenumăratele povești de succes din viața cotidiană a liderului politic, o poveste „spusă” după toate regulile unui serial de televiziune popular, care consacră „eroi”, „perdanți”, și „câștigători”. Triumfă în felul acesta imaginea eroului „eficient”, „trepidant”, aflat tot în timpul în agitație și alertă, care trebuie să ia o „decizie” urgentă în fiecare moment pentru a produce o „ruptură” și a-i învinge pe „ceilalți”, inerte și inerte. Este liderul care produce „surpriza” cu fiecare apariție publică. *Imaginea acțiunii în sine* se substituie deseori agendei politice (recent, Padioleau numește acest gen de comunicare politică „popularism”).

Desigur, se poate susține că mediatizarea publicitară a politicului ține într-o anumită măsură de fenomenul globalizării, respectiv, de o anumită *omogenizare* a practicilor de mediatizare și în general a formelor de expresie. Totuși, argumentul globalizării nu ar trebui supralicitat și abordat doar din perspectiva omogenizării și/sau americanizării. Fenomenul globalizării este în egală măsură relevant pentru *aspectele locale* ale receptării media și producerii comunicării politice. Aceasta înseamnă că tendințele hiper-comerciale care definesc comunicarea politică actuală trebuie interpretate și în funcție de cultura publică și mediatică instituită într-o societate, așadar, de specificul practicilor și „contractelor de comunicare”. O abordare comparativă pune în evidență forme diferite de preluare a logicii comerciale în comunicarea politică; ar permite de asemenea o analiză contrastivă a „ingredientelor” deliberative pe care le poate conține - chiar și - o comunicare politică de tip *infotainment*. Și, desigur, ar mai atenua din forța unor argumente de tipul: „publicul cere astfel de emisiuni”; „concurența ne obligă”; „dictatura ratingului”, „este o tendință peste tot în lume” etc. Într-o perspectivă comparativă întrebarea devine: în ce măsură practicile de comunicare a politicului (în primul rând cele de mediatizare televizuală) includ și o *componentă deliberativă*? Altfel spus, spectacolul mediatic/politic admite deliberarea, respectiv, construcția unei *probleme* relevante pentru „noi, cetățenii”?

Cum am mai arătat, emisiunile axate asupra politicului (informative, de dezbatere etc.), dar nu numai, consacră un *imaginar mediatic* cu privire la modul în care discutăm „faptele care ne privesc”². Dincolo de punerea în scenă, mai mult sau mai puțin spectaculară, este important să identifici o *formulă comunicațională* capabilă să marcheze trecerea de la interesul „individual” la cel „general”. Și invers. Dispozitivele de mediatizare pot fi astfel concepute încât participanții să fie plasați în situația de a problematiza iar jurnaliști în situația de a *media* între diverse puncte de vedere și identități. Cu alte cuvinte, medierea și construcția unei probleme pot fi „recuperate”, cu condiția să fie incluse în proiectul jurnalistic; dimensiunea deliberativă a comunicării (politico-mediatic) nu este neapărat incompatibilă cu rațiunile pieței. Fără a intra aici în detalii ar trebui amintit că discuția despre posibilitatea unei comunicări deliberative în societatea mediatică este o temă esențială atât în literatura de specialitate cât și în diversele dezbateri publice. Odată depășită cutuma delimitării de modelul habermasian (mai exact, de modelul din prima etapă a publicisticii filosofului german) se conturează din ce în ce mai mult un discurs à la *Habermas*. Dezbaterile despre « criterii » și « modele » ale comunicării deliberative se poartă cu aceeași intensitate, dar într-o formă mai puțin radicală și ideologizantă.

¹ Pierre Musso, „Existe-t-il un «sarkoberlusconisme»?”, *Le Temps des Médias* no. 10 – 2008/1, Dossier : Peopolisation et politique.

² Camelia Beciu (2009), *Comunicare și discurs mediatic. O lectură sociologică*, București: Comunicare.ro.

Primează o abordare mai degrabă metodologică, pornind de la analiza practicilor de mediatizare a omului politic și a agendei publice.

Ce tip de *sociabilitate* a discuției se instituie prin formatul mediatic? Altfel spus, „ne-am adunat aici” ca să discutăm „cum”? Care sunt *identitățile* pe care dispozitivul de mediatizare le atribuie participanților, inclusiv publicului? De exemplu, în ce măsură practicile de mediatizare consacră imaginea unui public-cetățean sau a telespectatorului-martor tăcut la spectacolul politico-mediatic? Cum își definește jurnalistul „misiunea” în relația sa cu interlocutorii, cu sursele și cu publicul? Ce forme de *cunoaștere publică* sunt valorizate (cunoaștere de tip expert, cunoaștere informală prin „mărturii”, „experiențe” și „emoții”, cunoaștere normativ-civică ș.a)? Sunt câteva din întrebările pe baza cărora se analizează cât de deliberative sunt arenele mediatice în care omul politic încearcă să-și avanseze „mesajul”. Am putea, de pildă, identifica la nivelul peisajului televizual românesc o serie de modele de dezbatere politică (care apar cu atât mai pregnante cu cât ne plasăm într-o perspectivă comparativă, raportându-ne așadar, la alte culturi mediatice). Voi schița aici două modele¹.

Un model dominant de dezbatere la ora actuală este cel *personalizant-conversațional*: discuția poate porni atât de la un eveniment de agendă instituțională după cum se poate la fel de bine focaliza asupra unui gest politic mai mult sau mai puțin perceptibil de către publicul larg (un enunț, niște cuvinte folosite la un moment dat, o informație publicată în presă, un anumit comportament politic, publicarea unor date în presa internațională etc.); diversele aspecte introduse în dezbatere sunt decorticate milimetric, se despică toate firele și fațetele din perspectiva unui raționament de tip *scenariu* („dar dacă ...?”, „credeți că ...?” „este posibil ca ...?” „cum va arăta România ...?”); miza dezbaterii devine astfel „ceea ce s-ar putea întâmpla”, creându-se desigur, o discrepanță între natura evenimentului și ceea ce poate anunța acesta; intervențiile participanților (inclusiv ale jurnalistului-moderator) beneficiază de un timp generos, fiecare participant putând să-și expună opiniile fără să fie constrâns de timp; interesant este că de cele mai multe ori jurnaliștii înșiși își formulează întrebarea sau comentariile sub forma unor opinii personale („eu cred ...”, „pe mine mă interesează ...”, „mie mie se pare că ...”; „mie mi s-a întâmplat ...” etc.), acesta fiind unul dintre elementele distinctive ale emisiunilor autohtone; contribuie de asemenea la acest model de dezbatere o relaționare amicală între jurnalist și interlocutori, de unde și premisele unei discuții consensuale în legătură cu o anumită evaluare.

Aceste practici instituie un anumit imaginar despre cum se construiește o problemă publică: dezbaterea trebuie să identifice acea „parte nevăzută” a scenei politice, „adevărata” intenționalitate a omului politic și deci, ceea ce i-ar putea aștepta pe alegători. Participanților li se conferă o anumită *identitate mediatică*: interacțiunea se poartă între (i) actori care au *notorietate* (experți, lideri de opinie, comentatori etc.) și (ii) sunt capabili să detecteze *lucrurile nespuse* din retorica politică. Publicului i se atribuie rolul cetățeanului căruia *nu i s-a spus totul* și care evident nu are acces la diverse detalii de culise; ca atare, publicul este *martor* la un exercițiu de imaginație condus de către cei care au cunoașterea necesară pentru a evalua, „de-

¹ Analiza pornește de la o serie de cercetări anterioare referitoare la discursul mediatic și construcția problemelor publice: Camelia Beciu (2006) „Les émissions de débat en Roumanie. Entre paternalisme ludique et confession gratifiante” in Lochard, Guy, *Les débats publics dans les télévisions européens (sous la dir. de Guy Lochard)*, Paris: L'Harmattan; N. Perpelea (2006), „Un roumain devant ses talk-shows. Émotions interpellatives et dispositifs télévisuels”, *Sociétés. Revue des Sciences Humaines et Sociales*, no.87 – 2005 /1, de Boeck; Camelia Beciu (2007), „«Europa» ca format mediatic. Construcția problemelor publice în discursul presei din România” în Beciu, C.; Perpelea, N. (coord.), *Europa și spațiul public. Practici comunicaționale, reprezentări, climat emoțional*, București: Editura Academiei.

codifica", estima sau dezvălui. Dezbaterea legitimează un anumit tip de cunoaștere publică, o combinație între cunoașterea de tip expert și cea normativ-civică.

Un alt model notabil prin frecvența sa este *dezbaterea interpelativă*: agenda politică este abordată pornind de la interpelarea interlocutorului, de regulă, un om politic sau decident. Dezbaterea consacră identități mediatice specifice, pe de-o parte, jurnalistul al cărui rol este să-l surprindă mereu pe interlocutor pe un pas greșit și pe de altă parte, decidentul plasat în situația de a „rezista” diverselor interpelări. Rezultă un alt imaginar cu privire la construcția problemelor publice: contează faptele explicate și indubitabile, dar mai ales asumarea lor; miza este de a spune lucrurile tranșant („da”, „nu”; „este”, „nu este”; „sau, sau”) și de a identifica responsabilitățile. Publicul este definit sub forma cetățeanului *inevitabil* desconsiderat de către sistem. Dezbaterea valorizează o anumită cunoaștere publică, una normativă, produsă prin interpelare și civism. Datoria de a interpela structurează întreaga interacțiune, diminuând efectul deliberativ al demersului jurnalistic.

Ambele modele, diferite prin punerea în scenă, prezintă totuși, unele similitudini dintre care reținem în primul rând absența practicilor de *mediere* între diverse tipuri de actori sociali, categorii profesionale, instituții, sfere politice, medii socio-culturale și, corespunzător, între proiecte și puncte puncte de vedere cât mai variate. Desigur, medierea se dovedește a fi dificilă dacă *accesul* la spațiul public mediativ nu este diversificat (or, din acest punct de vedere, în cazurile discutate mai sus vizibilitatea mediatică include oarecum aceeași categorie de politicieni și lideri de opinie; în esență, arenele de dezbatere reflectă o „scală a notorietății”). Intervențiile lungi ale participanților precum și faptul că jurnaliștii își exprimă opiniile la fel de pregnant ca și interlocutorii lor îngreunează de asemenea posibilitatea medierii și a alăturării unor poziții diferite în același cadru de dezbatere (deseori dezbaterea degajă un soi de confuzie a rolurilor, în care toți participanții par să fie când moderatori, când interlocutori). Discursul ironic-critic și interpelarea, ambele cu accente civice pun în evidență o anumită poziționare a jurnalistului: mai puțin un mediator și mai mult un actor statutar, care mobilizează o viziune normativă despre cursul evenimentelor (un alt exemplu în acest sens este practica de a puncta încă de la începutul emisiunii diagnosticul evaluării sau problema care contează, utilizându-se diferite forme de întrebări sau interpelări care vor fi afișate pe ecran pe tot parcursul emisiunii: „cine are interesul ...?”; „a greșit ...?”).

Dacă e să ne raportăm la modul în care a evoluat în timp după 1990 mediatizarea politicului la televiziuni, aceste modele de dezbatere își au contribuția lor la construcția deliberativă a comunicării politice. Paradoxal, efectele deliberative sunt tributare unor poziționări normative din partea mass media (jurnalistul actor civic, justițiar, ludic etc.). Dacă însă luăm în seamă *diversitatea internă* a spațiului mediativ (cât de variate sunt formatele și în general practicile de mediatizare a politicului), atunci se va constata că publicul-cetățean nu are prea multe opțiuni.

Noii moguli ai presei postcomuniste

■ MIHAI COMAN

In these 20 years from the fall of communism, the journalism professional field became more and more sliced by press' barons on one hand and the majority of common journalist, on the other hand. The aim of this study is to point out the profession's transformations. That is why the study brings forward the mechanisms used by a group of journalists to get economical and professional control. In other words, the study shows how the star journalist becomes the media mogul.

Keywords:

media moguls, media concentration, professional control, journalists

De câțiva ani, jurnaliști, pseudoanaliști și politicieni se înfruptă cu volutate din formula „mogulii presei române”. Din nefericire așa cum se întâmplă în astfel de situații, semnificația exactă a sintagmei le este necunoscută și, în consecință, utilizările ei sunt în cel mai fericit caz, metaforice. Studiul de față încearcă să ofere o tipologie a căilor de formare a acestei categorii și o analiză a celei mai atipice clasă de moguli: jurnaliștii-lideri de opinie.

În perioada comunistă nu exista decât un singur proprietar al presei – partidul comunist. Pentru a obține controlul total asupra mass-media, partidul totalitar a avut grijă, în primul rând, să dețină puterea „în amonte”, naționalizând mijloacele de comunicare de masă. Astfel, partidul-stat a ajuns să exercite monopolul asupra bazei materiale și financiare a presei, deci să stăpânească toate resursele implicate în producția de publicații și programe audiovizuale. Regimul comunist s-a caracterizat, de asemenea, prin distribuția centralizată a resurselor: un grup redus de oameni („aparatul” de partid) monopolizează controlul asupra diferitelor categorii de resurse și fixează criteriile de distribuire („alocare”), conform intereselor lor specifice. După căderea comunismului, după perioada de euforie legată de descoperirea deliciilor libertății de exprimare, realitățile economice ale presei au început, încet-încet, să iasă la iveală.

Diverși actori sociali, interesați de accesul la Putere, au descoperit faptul că puterea presei presupune, pentru a putea fi exercitată cu adevărat, controlarea resurselor (legislative, de producție, de acces la informație etc) și a ideologiei celor care sunt promotorii „libertății de exprimare”. Iar dacă în perioadele de început ale democrației, controlul s-a exercitat în forme asociate autoritarismului, destul de repede accentul s-a mutat către forme indirecte, generatoare ale controlului hegemonic. În acest context, s-au produs două procese convergente : a) politicienii au încercat să obțină poziții favorabile prin achiziționarea de proprietăți media, pe care sperau să le folosească pentru promovarea carierei lor politice (fenomen cunoscut sub denumirea de „berlusconizare” a presei; b) proprietarii mass media au intrat în relații de convență cu diferite grupuri politice, pentru a obține avantaje economice. Pentru ca acest sistem de servicii reciproce să apară, este necesar ca actorii sociali să aibă o identitate clară ; dacă politicienii sunt o categorie care s-a constituit foarte repede, proprietarii media au apărut mai greu, iar bazinul de recrutare al acestui grup este mult mai eterogen. În rândurile care urmează, voi schița o tipologie a noilor moguli media.

Proprietarii și acționari

Proprietatea privată s-a constituit în presa română pe două căi: a) prin privatizarea „spontană” a instituțiilor mass media comuniste, b) prin crearea de noi întreprinderi. După D. Stark și L. Bruszt¹, „privatizarea spontană este un proces prin care capitalul politic este convertit în capital economic”. Aceasta înseamnă că mecanismele prin care, pe fondul prăbușirii vechilor instituții mass media, au fost create noi forme de organizare și de proprietate au permis celor aflați în acele momente în poziții de decizie sau de influențare a deciziilor să obțină controlul asupra instituțiilor de presă astfel create. În mod paradoxal, aceste instituții în care grupul de conducere nu a investit un capital propriu se află în concurență cu alte instituții, create de la bun început ca firme private și în care o persoană sau o firmă, română sau străină, a investit capitalul necesar pentru obținerea titlului sau licenței și pentru dotarea cu echipamente, sedii, infrastructură, etc. Pe de altă parte, privatizarea „spontană” a creat forme hibride, cu acționari din presă și din afara ei; foarte repede jurnaliștii din redacții și-au vândut acțiunile, astfel încât s-a ivit o breșă în care au intrat fie diverse grupuri de interese (care, cumpărând acțiuni prin firme intermediare, au avut acum posibilitatea de a exercita, mascat, controlul asupra conținuturilor), fie reprezentanți ai conducerii redacției (care, deținând pachete importante de acțiuni au ajuns să aibă poziții duble, atât de tip patronal, cât și de tip jurnalistic). Astfel, în esență, privatizarea „spontană” (adică transformarea jurnaliștilor din producători în proprietari) a generat un ansamblu de situații ambivalente, care au pervertit însăși esența de întreprindere economică a instituțiilor de presă: nici managerii-patroni și nici jurnaliștii-proprietari nu pot asigura o separație a funcțiilor și intereselor, a conținuturilor și a ideologiilor.

În acest peisaj, pe lângă grupurile create cu ajutorul capitalului străin (Ringier, Sanoma, Burda, SBS, Lagardere etc) se disting câteva trusturi făurite de „moguli” autohtoni: Adrian Sârbu, a controlat sau controlează PubliMedia, Pro Cinema și parțial Media Pro Internațional. Sorin Ovidiu Vântu a creat un mic „imperiu media” cu posturi de televiziune și radio, o agenție de presă, cotidiane și reviste. La fel, Dinu Patriciu a început procesul de construire a unui trust, controlând în prezent cotidiane și reviste. Tot aici poate fi amintită evoluția grupurilor de presă conduse de fa-

¹ Stark, David, Bruszt, Laszlo (2002), *Traectorii postsocialiste: transformarea politicii și a proprietății în Europa centrală și de Est*, București, Omega, p.202.

milia Păunescu, a grupului Monitorul, a grupului Mix-FM etc. Familia Voiculescu (deși politicianul Dan Voiculescu a declarat că a cedat proprietatea trustului Intact fiicei sale) controlează posturi de televiziune, radio și unități de presă scrisă¹.

În termeni de audiență peisajul mass media este controlat de ceea ce Iulian Comănescu a numit „cei cinci mari”: Ringier, Voiculescu, Sârbu, Vântu și Patriciu pentru presa scrisă; Sârbu, SBS, Voiculescu, Vântu și posturile publice pentru audio-vizual².

Proprietari și politicieni

Așa cum s-a întâmplat în multe țări ale Europei de Est, în anii '90 mai mulți lideri politici au încercat să controleze presa prin transformarea lor în patroni sau acționari importanți. Astfel, fostul primar al orașului Bacău, Dumitru Sechelariu, a cumpărat cotidianul local *Deșteptarea* și posturile Radio Alpha și Alpha TV; în Brașov, politicianul Aristotel Căncescu, controla rețeaua de stații radio și TV Mix-FM; primarul orașului Constanța, Radu Mazare, a controlat cotidianul *Telegraf* și postul Soti-TV; primarul sectorului 5 din București, Marian Vanghelie, a cumpărat în 2002 ziarul *Monitorul de București*; iar primarul de Piatra Neamț, Gheorghe Ștefan, era proprietarul posturilor Radio Unu și Unu TV; între parlamentarii care au controlat instituții de presă amintim: Victor Ponta (Radio 21), Verestoy Attila (presa locală în Harghita) Gyorgy Frunda (Radio Gaga). Dar aceste acțiuni nu s-au transformat într-un proces dominant și generalizat: politicienii au descoperit repede că este vorba de investiții de risc și fără un randament sigur: deținerea de proprietăți media îi expunea atât atacurilor venite dinspre societatea civilă, cât și mai ales anchetelor economice declanșate de adversarii lor aflați la putere. De aceea, treptat ei s-au retras din acest peisaj; controlul și influențarea presei nu se mai realizează prin legăturile directe, ci prin legăturile indirecte, prin conivențele din grupurile economice și clasa politică.

Journaliștii ca Moguli

Patronii media sunt doar partea vizibilă a icebergului. În adâncuri se află o pletoară de jurnaliști-manageri, care nu au investit capital în presă, dar care obțin beneficii enorme din utilizarea capitalului politic oferit de presă. Aceștia funcționează după logica sistemului „capitalismului fără capitaliști”³.

Sistemul profesional este astfel construit pe un paradox : cei din vârful piramidei, deși au interese manageriale și patronale, sunt promotorii unor acțiuni de vizibilizare a lor ca jurnaliști vedetă (monopolul asupra editorialelor sau a emisiunilor de dezbatere) și se legitimează printr-un discurs care supra-licitează valorile «ar-

1 Vezi Manuela Preoteasa (2004), *Media Ownership and its Impact on Media Independence and Pluralism* [editor Brankica Petkovic], Ljubljana: Peace Institute; Institute for Contemporary Social and Political Studies.

2 Comănescu, Iulian (2007), *Tendențe despre reflectarea presei în presă III: Studiu de caz – concentrarea proprietății de media*, București, Centrul pentru Jurnalism Independent, p. 21.

3 Pentru analize vezi: Jerome Aumante, Peter Gross, Ray Hiebert, Owen Johnson, Dean Mills (1999), *Eastern European Journalism: Before, During, and After Communism*, Cresskill (New Jersey), Hampton Press Inc; Mihai Coman (2003), *Mass media în România post-comunistă*, Iași, Polirom; Mihai Coman (2004), „Media Bourgeoisie and Media Proletariat in Post-Communist Romania”, în *Journalism Studies*, vol. 5, nr. 1; Peter Gross (2005), *Mass media și democrația în Europa de Est*, Iași, Polirom; Colin Sparks, Anna Reading (1998), *Communism, Capitalism and the Mass Media*, London, Thousand Oaks, Sage Publications.

tistice» ale jurnalismului. Ei au obținut astfel controlul câmpului profesional, atât în plan economic, cât și în acela al relațiilor cu mediul înconjurător și cu mediul intern, cel redacțional. Un grup a monopolizat puterea, resursele economice, accesul la centrele de decizie și producția de discurs legitimant. Celălalt, infinit mai numeros, a pierdut orice formă de control asupra câmpului profesional. El s-a *proletariatizat*, atât în planul condițiilor economice și sociale, cât și în acela al capitalului simbolic.

Aceste evoluții, adesea lente și subterane, ies la iveală în momente de conflict – un exemplu elocvent este dat de ceea ce am numit „cele 3 scandaluri”¹. Acestea au fost legate de conflictele dintre patronat și jurnalistii manageri din presa scrisă (Petre Mihai Băcanu la *Romania Liberă*, Cornel Nistorescu la *Evenimentul Zilei*, Cristian Tudor Popescu la *Adevărul*) trebuie legate de mișcările mai discrete prin care aceștia, la fel ca și alți jurnalisti-compradores, au ajuns să controleze firmele de presă importante – vezi și Sorin Roșca Stănescu la Alpha și Fulcrum sau Mircea Toma la *Academia Cațavencu*. Poziția de manageri le-a permis să: a) acumuleze un capital important, fără a se expune riscurilor (trecute pe umerii patronatului, statului sau acționarilor); b) construiască o piață „gri” în jurul acelor produse mass media, prin fabricarea unor firme care aveau contracte avantajoase și drenau sume importante (de obicei pentru plata unor servicii) din fondurile publicației; c) realizeze alianțe cu diferite cercuri economice și politice; d) controleze construcția imaginii publice a evenimentelor: astfel, ori de câte ori guvernării sau patronatele au încercat o reglementare economică a mass media, jurnalistii-oameni de afaceri, contraatacau, prin comentarii în presa scrisă sau apariții în televiziune și radio; pentru a-și asigura legitimitatea, ei se prezintă ca voci ale „societății civile”, ca expresii ale revoltei breslei (ascunzând astfel interesele economice proprii), ca apărători ai libertății care acuză politicienii de interese obscure, (ascunzând astfel, încă o dată, miza comercială și propriile agende). În toate cele trei cazuri, mai voalat sau mai direct, au fost evocate sumele uriașe (în raport cu veniturile uzuale ale jurnaliștilor „de rând” din mass media post-comunistă) de care beneficiau liderii istorici ai acestor ziare: este vorba de venituri din salarii (pe care și le fixau singuri), din dividende din profitul anual, din profitul de la firmele prestatoare de servicii (la care ei erau proprietari sau acționari majoritari) care aveau contracte cu publicația, precum și din comisioanele primite de la firmele cu care aveau contracte de publicitate.

Grupul acestor noi moguli a fost puțin investigat – științific sau jurnalistic; pentru a identifica amploarea puterii lor economice mă voi folosi de două anchete, una realizată de Centrul Român pentru Jurnalism de Investigație², iar cealaltă de revista *Săptămâna Financiară*³, care aruncă o lumină asupra statutului social al acestor noi moguli. Cele două documentare, consacrate „averilor din presa românească” pun de-a valma situațiile financiare ale unor proprietari media, fără activități jurnalistice, vedete de televiziune, moderatori de talk-show sau programe de știri, directori și manageri, jurnaliști faimoși, analiști independenți, intens mediatizați. Dacă ne concentrăm asupra grupului pe care îl analizăm, format din jurnaliști-manageri, prezenți atât în conducerea redacției, cât și în Consiliul de Administrație, constatăm că: a) cea mai mare parte a acestora au firme de consultanță cu obiect de activitate comunicarea politică, producție și distribuie mass media, publicitate etc; unii dintre ei dețin și firme în alte domenii: spre exemplu Sorin Roșca Stănescu are firme în agricultură, turism, industria lemnului, producția de băuturi spirtoase, iar Mihai Tatulici are firme în industria alimentară; această situație pune sub semnul întrebării unele campanii de presă ale cotidianelor conduse de acești jurnaliști, care nu apărau interesul public, ci promovau interese comerciale personale: cel mai cunoscut caz este

1 Mihai Coman, Peter Gross (2006), *Media and Journalism in Romania*, Berlin, Vistas.

2 (www.crji.org/arhivă/050906.html - 12-03-2006 - accesat în 15.05. 2006).

3 „Averile jurnaliștilor” în *Săptămâna Financiară*, nr. 2, 2008.

acela a lui Bogdan Chireac, care a declanșat o campanie de presă împotriva unei firme cu care se afla în concurență pentru obținerea unui contract de stat;

b) în ceea ce privește bunurile deținute, la un pol sunt cei care afișează o sărăcie franciscană (altfel spus fie au mințit Fiscul, fie au creat firme pe numele unor rude sau colegi de afaceri), iar la celălalt cei care etalează un lux seniorial: astfel Horia Alexandrescu posedă o enormă vilă în centrul capitalei și o vilă în Breaza, o stațiune montană selectivă, precum și un Mercedes clasa C, un jeep Wrangler și un VW Golf; Cristian Tudor Popescu declară un apartament în București (100.000 euro), o vilă în Breaza (150.000 euro) și depozite de 450.000 euro (din vânzarea acțiunilor sale la cotidienele *Adevărul* și *Gândul*); Bogdan Chireac posedă un apartament în București (300.000 euro), o vilă în localitatea Mogoșoaia (700.000 euro), un autoturism de teren Toyota Rawa și depozite de 200.000 euro; Sorin Roșca Stănescu deține un apartament în București și 3 vile de vacanță în diverse zone și terenuri de peste 20.000 mp, iar în conturile bancare posedă 2.000.000 euro; Cornel Nistorescu are 3 vile cu terenuri de circa 1000 mp fiecare în capitală, în care se află tablouri evaluate la 1.000.000 euro, deține 4.000.000 euro din vânzarea acțiunilor sale la *Evenimentul Zilei* și conduce un Volvo S80 și un BMW X5; iar Dan Diaconescu posedă o casă de 1.000.000 euro, o vilă de 2.000.000 euro și o colecție de mașini ce include Bentley Flying Spur, Rolls Royce, Infinity, Porsche, Alpha Romeo și Mercedes SLK.

Departate de mine gândul de a face o apologie a sărăciei ca dovadă a onestității sau de a condamna acumularea de capital într-un sistem mass media bazat pe legile pieței! Dar jurnaliștii evocați aici au averi considerabile, nu numai după standardele unei țări puțin dezvoltate, ci și după acelea ale unei țări capitaliste prospere. Iar acești jurnaliști nu au investit bani pentru a se lansa într-o afacere de presă, ci au obținut bani, fără riscuri, numai din manipularea poziției lor de vârf în redacții și în sistemul mass media (au cumulat statutul de manageri, vedete și lideri de opinie). Aceste date confirmă procesul subteran pe care îl descoperisem și îl descriesem în studiile anterioare: un grup de la vârful managementului instituțiilor mass media și-a folosit poziția pentru a obține privilegiile politice și economice; acești jurnaliști nu au acceptat decât foarte târziu să se poziționeze exclusiv ca grup patronal, deoarece controlul editorial le asigura controlul asupra vieții politice, iar controlul asupra politicului era o sursă de privilegii economice. Pe de altă parte, poziția de proprietari media implica riscuri și obligații economice: pentru a le evita, din poziția lor de manageri, ei au reușit să fie membrii sau lideri în Consiliile de Administrație, orientând investițiile instituției de presă către propriile lor firme și reținând comisioane substanțiale din contractele de publicitate pe care le negociau direct. Beneficiind de aceste resurse, ei au achiziționat acțiuni și au devenit acționari majoritari în instituția respectivă, și-au plasat banii în firme conexe presei, pe care le-au hrănit cu comenzi de ziare și posturile audiovizuale respective și, ulterior, au investit în alte domenii, protejându-și investițiile prin campanii de presă împotriva concurenților sau împotriva inițiativelor legislative care le limitau profiturile.

Această a treia categorie de moguli media este una atipică, deoarece ea s-a format prin exploatarea breșelor din sistem, reducând la maxim riscurile economice și maximalizând avantajele pe care poziția lor de „apărători ai libertății de expresie” le aducea pentru promovarea intereselor personale. Istoria lor arată eficacitatea unui concept și comportament specific epocii comuniste: *dublul discours*. Toți acești noi moguli media au exploatat impecabil resursele dublului discours, unul public axat pe exagerarea demagogică a rolului lor de apărători ai libertății presei și unul subteran, axat pe promovarea cinică a intereselor personale.

Blogosfera ca discurs de vizibilitate publică

■ MĂDĂLINA BOȚAN

Anchored in Habermas' theory, this article investigates the discourses of the main Romanian blogs and their role in the genesis of an alternative civic discourse.

Keywords:

blogs, discourse, public visibility, ideal speech, Habermas, activism, Internet, community

Acest articol se compune din două părți, în prima parte plec de la câteva observații legate de natura mediului online, de mutațiile pe care acesta le-a instituit în raport cu media tradițională, iar în cea de-a doua parte, situându-mă în continuarea unor autori care consideră participarea online ca fiind sinonimă cu sfera publică, încerc să definesc principalele tipuri de discursuri întâlnite în blogosfera românească, plecând de la premisa că aceste discursuri pot prilejui mobilizări impresionante ale opiniei publice.

Spre deosebire de ideea susținută de Jürgen Habermas în anii '60, aceea a unui spațiu public omogen și coerent, adopt punctul de vedere al mai multor autori¹ care au impus ipoteza unei fragmentări a spațiului public; se nasc astfel – fenomen cu atât mai vizibil în mediul *online* – spații publice sectoriale, polivalente, legate de diversele medii de socializare (profesionale, asociative, etc.), în cadrul cărora competențele cetățenești sunt variabile.

În încercarea de a repera și defini principalele discursuri din mediul *online*, am realizat o microanaliză a blogurilor românești derulată în intervalul 20-26 aprilie 2009; corpusul a fost alcătuit din 40 de bloguri, selectându-le pe cele cu cel mai mare număr de utilizatori. Metoda folosită a fost analiza de conținut; încadrarea în categorii s-a făcut

¹ Rémy Rieffel (2008), *Sociologia mass media*, Iași, Polirom, p.57.

prin analiza discursurilor de pe primele cinci pagini ale fiecărui blog. Datele comparate au permis punerea în evidență a caracteristicilor comunicaționale ale blogurilor, precum și delimitarea unui anumit *pattern* predominant în blogosfera românească.

Scopul principal a fost identificarea unora dintre modalitățile prin care blogurile pot contribui la configurarea spațiului public. Au existat multiple limitări, principalele provenind din prelucrarea unui volum insuficient de date pentru a conduce la evidențierea aspectelor mai de finețe legate de construirea discursurilor dominante în sfera publică virtuală. Îmi propun să extind această cercetare, aducând completările necesare în dezvoltările ulterioare.

Proeminența Internetului în plan social continuă să crească. O anchetă dedicată evoluției blogurilor în 2008¹ a indicat existența a 22,6 milioane de bloggeri și 94,1 milioane de cititori de bloguri doar în Statele Unite. Audiența totală a Internetului în SUA a fost evaluată la 188,9 milioane, cifră care traduce impactul impresionant pe care noile forme de *social media*² îl dobândesc.

În România, au existat mai multe tentative de măsurare a blogosferei. Cele mai cunoscute aparțin unor site-uri dedicate: www.zelist.ro și www.trafic.ro. Primul realizează rapoarte lunare³ prin monitorizarea a 31.183 de bloguri, indicând astfel traficul (numărul de vizitatori) și subiectele cele mai discutate în blogosferă. Al doilea monitorizează traficul unui total de 52.515 pagini web, incluzând 4075 în categoria „blog”⁴. Toate aceste date indică existența premiselor necesare constituirii unei sfere publice virtuale. Nu e lipsit de importanță să adăgăm că multe site-uri se bucură adesea de mai multă credibilitate decât media tradițională⁵. Așa cum au concluzionat unii autori⁶, pentru *bloggeri* media tradițională îndeplinesc doar funcția de supraveghere a mediului (cu precădere presa scrisă) și cel mult o funcție de transmitere culturală (reprezentare, legitimare a valorilor).

Principala diferență în raport cu media tradițională, considerăm - în continuarea reflecțiilor lui Peter Dahlgren⁷ - că se leagă de faptul că blogurile, forumurile, rețelele de socializare și site-urile reprezintă mai degrabă o formă de discurs cultural, spre deosebire de media tradițională care erau prin excelență informative. Mediul online servește la conectarea unui individ și a existenței sale cotidiene la lumea exterioară, într-o modalitate ritualică, simbolică și, în ultimă instanță, mitică⁸.

1 Ancheta a fost realizată de Technorati, principalul motor de căutare dedicat blogurilor care concurează cu Google și Yahoo!. Din iunie 2008, Technorati indexează 112, 8 milioane de bloguri și peste 250 de milioane de forme de *social media*. Raportul Technorati poate fi găsit aici: <http://technorati.com/blogging/state-of-the-blogosphere/>, accesat 23.04.2009.

2 Prin *social media* analiștii mediului online înțeleg „ansamblul format din toate tipurile de comunicare și interacțiune realizate prin intermediul platformelor electronice”, *apud*. Diana Cismaru (2009), în Ioan Drăgan, Diana Cismaru (coord.), *Teleromânia în 10 zile*, București: Tritonic, pp. 267 – 281, p. 267.

3 Acestea sunt disponibile aici: <http://www.zelist.ro/>, accesat 23.04.2009.

4 Mai multe informații despre statistici din mediul online găsiți aici: www.trafic.ro, accesat 23.04.2009.

5 În Raportul din 2007 - „O analiză a blogosferei românești” -, realizat de Carmen Halotescu și Cristian Manafu, autorii au reperat principalele diferențe ale blogurilor în raport cu media *offline*, printre care se numără autoritatea acordată anumitor bloggeri consacrați și reducerea posibilității de manipulare în mediul *online*. Raportul este disponibil aici: http://www.timsoft.ro/ejournal/analiza_ro_blogosferazoo7.html, accesat 21.04.2009.

6 Diana Cismaru (2009), în Ioan Drăgan, Diana Cismaru (coord.), *Teleromânia în 10 zile*, București: Tritonic, pp. 267 – 281, p.280.

7 Peter Dahlgren (1988), „What’s the Meaning of This? Viewer’s Plural Sense-Making of TV News”, în *Media Culture Society*, 10, 285, pp. 285-301, disponibil la <http://mcs.sagepub.com>, accesat 22.03.2009.

8 *Ibidem*, p.291.

În contextual analizei media, s-a vorbit despre studiile dedicate receptării (*reception studies*), exemple majore sunt date de Morley¹, Fiske, Hartley² și Dahlgren³. Plecând de la unele concluzii ale unor astfel de studii, putem indica posibilitatea atingerii prin intermediul medului *online* a unor noi forme de civism neaccesibile publicurilor media tradiționale.

Experiența blogosferei este prin excelență colectivă, noile forme de interacțiuni, fie că postăm comentarii pe un blog sau că participăm la un forum de discuții, ne permit să intrăm în legătură cu comunitatea celorlalți participanți și să luăm parte la ceea ce autorii D. Dayan și E. Katz au definit ca fiind niște „întâlniri invizibile”⁴.

Dar, dincolo de experiența subiectivă care leagă participarea individuală de comunitatea online, cât de relevante sunt discursurile acestor comunități în sfera publică? Iată una dintre întrebările la care ne propunem să răspundem sondând cele mai importante (în termeni de trafic, impresii postate și referințe) bloguri autohtone.

Plecăm de la premisa că autorii blogurilor sunt caracterizați de un anumit fel de prezență publică, în sensul goffman-ian de „reprezentare”, o punere în scenă a unei identități individuale sau colective. Ei se adresează unor categorii de public care participă la rându-le la acest dialog virtual.

Este important de precizat că, în cazul Internetului, noțiunea de „public” trebuie completată cu cea de „comunitate virtuală” (indivizi care folosesc o resursă tehnologică pentru a împărtăși diverse experiențe din viața cotidiană)⁵. Sociologia Internetului distinge între *comunitatea virtuală* (fondată pe împărtășirea unui interes personal) și *comunitatea în rețea* (fondată pe interese cetățenești, de natură a dezvolta democrațiile locale)⁶.

Făcând apel la teoria lui Habermas, mai mulți autori⁷ au investigat dacă blogurile oferă o platformă pentru ceea ce filosoful german a numit „situația discursivă ideală”⁸. Condițiile pentru realizarea ei sunt: accesul egal al participanților la comunicare, absența diferențelor de putere dintre participanți și onestitatea lor. Viitorul blogurilor se leagă de cele trei perspective pe care Habermas le distinge:

- 1) autoexprimarea (subiectivă);
- 2) punerea în comun a cunoștințelor (obiectivă)
- 3) criticismul social (intersubiectivism).

Toate noile forme de media (fie că este vorba despre pagini *web*, bloguri, forumuri sau rețele de socializare) dau posibilitatea participanților să reacționeze și să se implice în conversații. Acesta este motivul pentru care autorul japonez Joi Ito⁹ susține că instrumente precum blogurile constituie o nouă formă de democrație în care consensul nu se mai realizează prin transmisiunile radio sau TV, ci prin conversație. Așa cum am menționat anterior, cercetătorii care au sondat dacă blogosfera

1 David Morley (1980), *The Nationwide Audience*, London: British Film Institute, apud. Peter Dahlgren, *Op.cit.*, pp. 292 - 296 .

2 John Fiske, John Hartley [1974] (2002), *Semnele televiziunii*, Iași: Institutul European.

3 Peter Dahlgren, *Op. cit.*

4 Dayan Daniel, Katz Elihu (1992), *Media Events: The Live Broadcasting of History*, Cambridge: Harvard University Press.

5 Camelia Beciu (2009), „Comunicare și discurs mediatic”, București: comunicare.ro, p.79.

6 Serge Proulx (2006), „L'explosion de la communication. Introduction aux theories et aux pratiques de la communication”, Paris: La Découverte, apud. Camelia Beciu (2009), „Comunicare și discurs mediatic”, București: comunicare.ro, p. 79.

7 John B.Thompson (1984), *Studies in the Theory of Ideology*, Cambridge: Polity Press, apud. Peter Dahlgren, *Op.cit.*, p.386; John B.Thompson (2000), *Media și modernitatea. O teorie socială a mass media*, București: Antet.

8 Jürgen Habermas [1962] (2005), „Sfera publică și transformarea ei structurală”, București: comunicare.ro.

9 Joi Ito (2004), *Weblogs and Emergent Democracy*, disponibil la <http://joi.ito.com/weblog/emergent-democracy/>, accesat 26.03.2009.

poate constitui o sferă publică, în accepțiunea dată de Jürgen Habermas, adică un domeniu al vieții sociale în care se poate forma opinia publică, au invocat natura conversațiilor prilejuite de mediul *online*. Domeniul pe care acestea îl reprezintă este accesibil oricui, în plus, precum saloanele și cafenelele din secolul XIX descrise de Habermas, blogurile se găsesc la limita dintre public și privat.

Posibilitatea anonimatului produce în blogosferă o mutație a ceea ce Erving Goffman¹, în cadrul sociologiei sale interacționiste, numea „discuție de scenă versus discuție de culise” (*front stage/ backstage talk*) sau ceea ce am putea numi discurs oficial versus personal.

Discursul oficial² este generat de situații pe care le definim ca fiind publice, în sensul că ne mobilizează rolul de cetățeni. În blogosferă se poate vorbi despre știri, informații, aspecte ale vieții cotidiene, etc., fără ca autorii discursului să se simtă „pe scenă”, în același timp îndeplinind – cu sau fără voia lor – un rol cetățenesc.

Blogurile sunt scrise de indivizi care își exprimă opiniile și atitudinile, fiind deci subiective, în același timp, prin participarea celorlalți, un blog devine parte a domeniului public. Unele dintre îngrijorările cercetătorilor³ se leagă însă de pericolul ca blogurile să se focalizeze pe opinii similare, ceea ce ar duce la izolarea opiniilor diferite.

Pe lângă dihotomia clasică oficial/ personal, considerăm că mai pot fi reperate niște tipologii ale discursului din blogosferă care îi pun în lumină rolul în cadrul unei posibile sfere virtuale cetățenești. În acest sens, am analizat discursul principalelor 40 de bloguri românești⁴. În analiza realizată, am preluat de la Peter Dahlgren⁵ principalele categorii ale discursului mediatic și le-am adaptat la specificul blogosferei⁶. Analiza comparată a relevant existența a patru forme de bază ale discursurilor prezente în blogosfera autohtonă:

Discursul încorporat

Discursul fundamental al cetățeanului implicat care include preluarea - în mai mare sau mică măsură - discursului dominant politic și/ sau mediatic, chiar dacă de cele mai multe ori sub o formă critică. În unele cazuri sunt citate referințe media sau sunt inserate înregistrări media, toate aceste forme reprezentând exclusiv relații ale lumii exterioare. Din acest motiv, acest tip de discurs discursul nu este niciodată auto-referențial sau reflexiv. Discursurile încorporate se regăsesc în 15% din totalul blogurilor analizate (6 bloguri).

Recitirea

Reprezintă un metacomentariu legat de teme precum faptele diverse, evenimintele senzaționale, natura umană, personajele publice polemice sau vedetele

1 Erving Goffman (1974), *Frame Analysis*”, New York: Harpers, apud. Peter Dahlgren, *Op.cit.*, p.289.

2 Peter Dahlgren, *Op.cit.*, p.295.

3 John B.Thompson (1984), *Studies in the Theory of Ideology*, Cambridge: Polity Press, apud. Peter Dahlgren, *Op.cit.*, pp.386-289.

4 Lista completă a blogurilor selectate apare în Anexa 1.

5 *Ibidem*, pp.286-289.

6 În analiză a fost inclus un eșantion de 40 de bloguri, respectiv primele douăzeci de bloguri din clasamentele realizate de www.zelist.ro și www.traffic.ro (principalele site-uri dedicate monitorizării blogurilor românești), în intervalul 20-26 aprilie 2009. Clasamentele sunt disponibile aici: <http://www.zelist.ro/bloguri>; <http://www.traffic.ro/top/bloguri/#interval=R&results=15&startIndex=0&sorter=VISITORS&date=&extended=no&selected=>, accesate în intervalul 20 – 29.04.2009.

etc. Nu se aduc dovezi factuale, abordarea este speculativă, reflexivă uneori, la limită egocentrică (11 bloguri , respective 27%).

Discursul avizat

Blogurile sunt în acest caz folosite ca un canal pentru a transmite anumite informații, blogurile profesioniștilor sau ale celor care le folosesc ca o platformă de relații publice, fiind angajați în ceea ce John Thompson numea „managementul vizibilității”¹, iar Goffman „managementul impresiilor”², atât de important în viața socială. Câteva exemple concludente le constituie blogurile vedetelor TV sau ale artiștilor, Mircea Badea, Cabral sau Tudor Chirilă fiind cele mai cunoscute cazuri. Acest tip de discurs a fost reperat în 15 dintre blogurile analizate, având și cea mai mare pondere - 37,5%.

Discursul autoreflexiv

Acest tip de discurs realizează o conectare a sferei publice la cea personală, a vieții cotidiene. Sintetizând, acest discurs sugerează de cele mai multe ori că lucrurile nu merg, că suntem neputincioși în relație cu instituțiile administrative, cu trusturile media sau/și interesele politice. Acest tip de discurs reprezintă un sentiment de alienare în raport cu discursul legitim oficial. 20% din totalul blogurilor analizate (respective 8 bloguri) au un discurs de tip autoreflexiv.

Putem sintetiza spunând că în cazul blogosferei românești membrii activi se consideră parte a unei comunități și adoptă ritualuri care confirmă această apartenență. Utilizatorii activi ai internetului dezvoltă rețele de sociabilitate și delimitează criteriile ale apartenenței, blogurile preluând pentru toți utilizatori funcția de identitate personală³. Comentariile postate pe bloguri se raliază anumitor puncte de vedere, de asemenea, anumite practici (un limbaj necorespunzător, promovarea anumitor produse sau chiar a altor bloguri) sunt sancționate și - adesea - marginalizate.

Spre deosebire de un public format exclusiv din utilizatorii unui medium, comunitatea virtuală românească se formează în relație/ opoziție cu o anumită problemă sau cu un anumit personaj public. Pornind de la premisa că pentru crearea unei comunități este nevoie de o sociabilitate (internă) și o reprezentare (externă)⁴, reprezentarea bloggerilor autohtoni constă în luarea unor poziții publice, în majoritatea cazurilor cu referire la o agendă construită de media⁵. Astfel, de cele mai multe ori, pe bloguri sunt preluate și/sau interpretate știrile politice și cele care se referă la evenimente cu un impact colectiv⁶ (este relevant în acest caz, exemplul cutremurului care a avut loc în intervalul analizat, pe 25 aprilie).

Dintre blogurile analizate, 11 aparțin unor jurnaliști sau vedete de televiziune, ceea ce justifică vehicularea unei ipoteze legate de menținerea unui *statu-quo* me-

1 John B.Thompson (2000), „Media și modernitatea. O teorie socială a mass media”, București: Antet, pp.130-136.

2 Erving Goffman [1956] (2007), „Viața cotidiană ca spectacol”, București: comunicare.ro.

3 Diana Cismaru, *Op.cit.*, p.280.

4 Pierre Sorlin (1992), „Esthétiques de l'audiovisuel”, Paris: Nathan, *apud*. Daniel Dayan (2001), „The Peculiar Public of Television,” în „Media, Culture & Society”, vol. 23, London: SAGE Publications, pp. 743-765 p. 756.

5 Jean Charron (1995), „Les médias et les sources. Les limites du modèle de l'agenda-setting”, *Hermès*, no.17-18, CNRS Editions; Jacques Gerstlé (2004), „La communication politique”. Paris: Armand Colin.

6 Diana Cismaru, *Op.cit.*, p.280.

diatic – transmiterea unei autorități și legitimități dinspre media tradiționale spre mediul *online*. În acest context, sfera cotidianității obișnuite¹ - formată din simpli cetățeni - devine insuficient reprezentată, cu alte cuvinte, accesul în mediul online este la fel de tehnicizat și instituționalizat ca în cazul media *offline*, *vox populi*, vocea anonimilor se face foarte slab auzită.

Această ipoteză merită să constituie subiectul unor dezvoltări ulterioare, în care sondarea mai în profunzime a mediului online ar putea permite evidențierea pregnanței discursului anonim/ anonimilor în sfera publică virtuală. În orice caz, multe dintre discursurile reperate în cadrul blogurilor analizate confirmă faptul că Internetul permite existența unor discursuri alternative sau de opoziție la un spațiu de putere oficial, discursuri de vizibilitate publică sau discursuri (auto)reflexive².

Mai mult de jumătate dintre blogurile aflate în topul clasamentelor de trafic nu aparțin unor jurnaliști consacrați sau unor persoane publice. În unele cazuri s-a produs un traseu invers, vedetele blogosferei transgresând limitele *online*-ului (este cazul lui Zoso, blogger-ul care pentru mai multi ani consecutivi s-a aflat în fruntea clasamentului RoBlogFest, principala competiție autohtonă a bloggerilor³).

Concluzionând, putem spune că, deși pentru moment rezultatele cercetărilor nu sunt concludente, ar fi interesant de surprins în ce măsură astfel de discursuri vor contribui la crearea unei comunități participative și, pe termen mai lung, la realizarea unei solidarizări sociale în spațiul public românesc.

1 Patrick Charaudeau (1997), „Le discours de l'information médiatique”, Paris: NATHAN.

2 Camelia Beciu (2009), *Comunicare și discurs mediatic*, București: Comunicare.ro, p. 80.

3 Mai multe detalii aici: <http://roblofest.ro/>, accesat 01.05.2009.

Grupurile și comunitățile virtuale constituite pe web

forme de manifestare sau alternative actuale ale teledemocrației?

■ LAURA PANĂ

Our paper is conceived as a contribution to an analytical and prospective study of political communication and interpersonalization processes that occur in the virtual environment of the web and are going to influence and change political life. The practical impact of political ideas is outlined and the possibility to use information technology with the aim of improving democratic structures, relations and activities, on the basis of a set of active political values, is described. We also show the role of virtual work groups and communities in the new, intellectual and global, environment able to support a continuous, healthy and effective political practice and to cultivate democratic political leaders through specific processes of political communication and interpersonalization.

Keywords:

virtual groups and communities, political communication and interpersonalization, political ideas and values

Impasul comunicării, instalat în ciuda înmulțirii mijloacelor și canalelor de comunicare, dificultățile generării de cunoștințe noi în pluriversul informației nestructurate și blocajele interacțiunii dintre subiecții monadici erudiți sau dintre grupurile agresive în societatea disensului și discordanței par a fi depășite prin constituirea grupurilor de lucru și a comunităților virtuale pe web. Procesele de comunicare și de interpersonalizare care au loc în mediul virtual global, prin activitatea acestor forme de interacțiune și de comuniune, dau naștere unor structuri de activitate, de relaționare și de comunicare adecvate surmontării inconsistenței și inconstanței relațiilor interpersonale și sociale circumscrise unor structuri politice aflate, la rândul lor, în dezacord cu dinamica accelerată a proceselor sociale și a evoluțiilor tehnice.

Grupurile și comunitățile virtuale se constituie potrivit unor interese și valori comune, dar și potrivit capacității diferențiate a utilizatorilor de a folosi infrastructura webului și, mai ales, potrivit gradului lor de acces la programe de asistare a descoperirii, folosirii și generării cunoștințelor noi prin sisteme de sprijin inteligent și distribuit, bazate ele însele pe cunoaștere. Pentru a caracteriza și a analiza specificul și finalitatea procesului complex al comunicării în cadrul acestor grupuri, care pot fi grupuri de lucru (grupuri de învățare, grupuri de cercetare și chiar de creație), grupuri

de dezbatere sau doar de comunicare, ca și pentru a surprinde specificul procesului de interpersonalizare în lumea virtuală a comunicării globale, putem studia ansamblul de relații și activități comune diferitelor tipuri de grupuri și comunități constituite în acest mediu intelectual artificial, care devine și un mediu social cu caracteristici distincte, în care preocupările politice își găsesc abordări și soluții inedite.

O parte importantă a mediului artificial creat prin activități intelectuale caracteristice epocii actuale este reprezentată de web, mediul global intelectual care este și universul informației accesibile printr-o colecție de site-uri care se constituie în resurse (dacă accentul este pus pe comunicare), o întrupare a cunoașterii umane (când accentul cade pe conținut) sau ca o rețea de servere legate printr-un protocol comun, care asigură accesul la resurse hipertext (atunci când punem în prim plan aspectele sale tehnice).

Dimensiunea tehnică a webului, la rândul ei, poate fi evidențiată din perspectiva aspectelor sale *hard* și *soft*. Astfel, se consideră că webul are o infrastructură tehnică, alcătuită din calculatoare și rețele, dar și o structură software, constituită din programe de acces, de regăsire, de structurare și de transmitere a informației, ca și dintr-un set de protocoale și convenții. Din acest punct de vedere, webul este înțeles uneori și ca un sistem de programare și chiar ca o metodă de obținere, de reprezentare și de relaționare a datelor pentru utilizatorii Internet.

În opinia noastră, prin tendința actuală a depășirii preocupărilor de informare, prin conturarea unor activități cognitive variate în grupurile de lucru virtuale și mai ales prin constituirea comunităților virtuale, ia naștere și o suprastructură a webului, această tendință fiind manifestată prin apariția unui set de cunoștințe generate cu mijloace, scopuri, destinații și utilitate specifice, ca și prin producerea unui proces intens de interpersonalizare în cadrul acestor grupuri și comunități, proces care conduce și la constituirea unui sistem de valori caracteristic.

Valoarea politică fundamentală, participarea, este repusă în discuție astăzi, ca urmare a confruntării a două tendințe observabile în viața comunităților politice. Constatăm, astfel, pe de o parte, schimbarea profundă a practicilor politice, în sensul accentuării preocupărilor pentru obținerea și deținerea puterii politice, cărora le sunt subordonate, ca mijloace, toate celelalte forme de putere (de la cea economică la cea persuasivă), ca și concentrarea acestor forme de putere în forme regionale, continentale și globale. Pe de altă parte, se manifestă tendința modificării atitudinilor culturale adoptate de cetățeni față de putere, iar această tendință indică, dimpotrivă, dorința de diferențiere și de distribuire a formelor de putere, de la formele sale *hard* către formele *soft*, dintre care unele aparțin chiar individului (ca puterea de muncă, puterea de raționare, puterea de interpretare și, mai ales, puterea de creație), care este și singura sursă a diverselor tipuri de valori, între care și a celor politice.

Ideea teledemocrației, lansată și discutată acum câteva decenii, ca expresie a constatării efectelor primului val de tehnicizare a comunicării politice, este și ea reluată, ca urmare a manifestării fenomenului la o a doua putere, atât în cazul expresiilor cât și a efectelor sale, în lucrări de mare circulație, inclusiv pe Internet¹. Realizând o analiză comparativă a celor două modele, se observă că opinia publică și *feedback*-ul cetățenilor sunt esențiale pentru guvernarea eficientă, iar dezbaterea publică verticală – cea dintre cetățeni și factorii politici decizionali – este cea eficientă. Este surprins, de asemenea, locul ideilor în politică, apreciindu-se, în acest context, că discursul public dinamic asigură o „piață” sănătoasă a ideilor politice.

¹ London Scott (1995), "Teledemocracy versus Deliberative Democracy: A Comparative Look at Two Models of Public Talk", *Journal of Interpersonal Computing and Technology*, Volume 3, No 2 (April 1995), pp. 33-55; vezi și ca document on-line: <http://www.scottlondon.com/reports/tele.html>, accesat 20. 05. 2009.

Evoluția rapidă a noilor tehnologii poate întări democrația, în condițiile în care devine necesară creșterea participării publice, pe baza accesului egal la informația politică, se argumentează în același articol. În opinia autorului, în astfel de condiții și cu ajutorul noilor tehnologii, cetățenii se pot autoguverna. Interesant este că unii intelectuali în formare, cum sunt, de pildă, studenții politehniști, sunt preocupați de modernizarea structurilor, relațiilor și formelor de comunicare politică, iar orientați către o discuție despre teledemocrație, formulează opinii și oferă soluții neașteptate care, fără a ne transfera într-o nouă utopie, ca cea a „societății minții”, imaginată de Marvin Minski, în varianta sa politică, propun folosirea unor soluții tehnice pentru probleme sociale și politice.

Este accentuată, deseori, în cadrul unor astfel de discuții, necesitatea de a se trece dincolo de aptitudinile politice, de experiența decizională în acest domeniu și chiar de educația politică, pentru a se ajunge la etica omului politic. În condițiile în care dezvoltarea tehnologiei informaționale a permis apariția unei palete largi de activități, a unor variate forme de gândire (ca gândirea informațională, gândirea de tip rețea sau gândirea globală) și a sporit varietatea tipurilor de interacțiune informațională, poate crește și puterea individului, respectiv a comunităților virtuale de indivizi, localizați oriunde pe glob și reuniți doar prin interesele lor politice, de a influența procesele specifice, în condițiile democrației. În noul context informațional, influența individului, manifestată, de pildă, prin capacitatea de a promova o idee politică, nu mai este condiționată de o atestare a competenței politice, de apartenența sa la o organizație puternică sau de exercitarea unei funcții politico-administrative.

Formarea unei comunități informatice bazate pe interese politice și pe abilitatea de a folosi sisteme informatice în dezbaterile problemelor politice poate fi asistată, în reprezentarea inginerilor în formare, de către agenți de transfer artificiali inteligenți, care pot sorta, stoca și reaminti oricând informația politică, o pot filtra și oferi după anumite criterii, care pot chiar stimula generarea colaborativă de idei politice, prin folosirea unor programe interactive bazate pe cunoștințe de psihologia comunicării și psihologia creativității. Agenții inteligenți de acest fel sau sistemele de multiagenți pot funcționa inclusiv ca un mecanism de reglare atitudinală a utilizatorilor, descurajând, de pildă prin marginalizare, divagațiile sau atacurile la persoană, alte comportamente agresive.

Aceleași comunități politice informaționale pot genera, prin activități colaborative pe web, modele conceptuale ale vieții politice, conforme cu principiile democrației, inclusiv prin eliminarea blocajelor atitudinale și a incompatibilităților de comunicare, atât de prezente în practica politică. Prin grupurile virtuale constituite la diverse niveluri de coeziune, cu diferite grade de convergență a opiniilor și cu ponderi distincte ale relațiilor informale, poate fi asigurată și continuitatea vieții politice, prin prevenirea caracterului de campanie a activității politice, ca și prin evitarea transformării organizațiilor în agenți electorali.

Formele de comunicare politică ce funcționează în comunitățile virtuale, dar și calculatorul programat pentru asistarea activităților politice, pot asigura continuitatea și eficacitatea practicii politice prin schimbarea caracterului *ad hoc* al votului, prin faptul că votul poate deveni, pe aceste căi, permanent și procesual, în spațiul virtual al webului. Astfel, cetățeanul se poate pronunța în mod diferit, în momente distincte, dar oricând, asupra unei teme politice sau asupra soluțiilor propuse de un om politic și poate valida, astfel, credibilitatea și influența politică a acestuia în fiecare moment, după cum poate să îndeparteze de viața publică politicianul care face greșeli repetate, se dovedește iresponsabil sau inactiv, această decizie fiind întotdeauna democratică, fie că este luată de politicianul însuși, de majoritatea rezultată din intervențiile pe grupurile de discuții, bloguri sau listele de opinii, fie că este luată automat de un agent inteligent artificial creat pentru rețele sociale, pe baza consultării tuturor opiniilor, comparate cu o listă de criterii.

Opiniile menționate sunt concordante cu rezultate ale cercetării în domeniul comunicării politice, care constată, ca efecte ale implicării tehnologiei informaționale în comunicarea politică, fragmentarea publicului și izolarea cetățeanului în rolul de spectator, respectiv minimizarea efectelor media¹. Un alt autor, Guy Lachapelle, cunoscut pentru publicarea unui eBook intitulat *Mastering Globalization: New Sub-states, E-Governance and Strategies* (2005), apreciază că „descoperirile” inițiale din teoria comunicării trebuie completate prin studierea unor factori cu o pondere nouă în participarea politică, cum ar fi rolul liderilor din comunitățile locale și al cetățenilor integrați în procese de interpersonalizare care apar în contextul unor interacțiuni complexe, inclusiv on-line². Astfel, el subliniază că liderii comunităților locale pot limita impactul mijloacelor de comunicare prin valori, standarde și opinii care pot fi diferite de cele propuse de media. Sunt posibile și necesare, de aceea, în aceeași viziune, noi modele ale comunicării politice, pornind, de pildă, de la importanța știrilor sau de la influența grupurilor și cetățenilor în procesul comunicării politice.

În privința tipurilor de știri care devin importante în procesul politic actual, unii autori scot în evidență trecerea ponderii de pe știrile *hard*, pe cele *soft*³. Constatând că programele „soft news”, adică cele senzaționale, centrate pe personalități, bazate pe incidente și mai practice, deși mai imprecise, au proliferat în ultima decadă, autorul citat pune în discuție aprecierile unor cercetători, conform cărora acest tip de știri contribuie la lărgirea discursului democratic, întrucât atrag publicul care, altfel, nu ar fi deloc receptiv la știri și își dovedesc utilitatea deoarece, prin actualitatea lor, dar și prin caracterul lor șocant și scandalos, îmbină un anumit gen de distracție cu un anumit nivel de informație.

Fără a pierde ocazia de a remarca unele similitudini dintre modul de concepere a informării, respectiv a învățării, în cadrul civilizației tehnologice, care funcționează și ca o cultură a divertismentului⁴, subliniem că grupurile și comunitățile virtuale, în cadrul cărora procesele de comunicare și de interpersonalizare joacă un rol important⁵, pot fi nu doar grupuri de învățare sau de generare colaborativă a cunoașterii, ci pot fi grupuri create în scopuri practice legate de afaceri de orice fel (concepție, proiectare, dezvoltare, fabricație, desfacere), inclusiv afaceri politice sau diplomatice, pot fi legate de servicii (educaționale, medicale, comunicaționale sau de transport) sau de activități culturale.

Toate aceste grupuri folosesc cunoștințe tehnice, metode și tehnici, mijloace tehnice și se constituie în mediul virtual conceput și construit prin știința și tehnologia informației, care s-a dovedit cea mai eficientă în activitățile practice productive de bunuri materiale și instrumentale. Se va dovedi creativă și eficientă această tehnologie inclusiv în cadrul practicii politice, începând cu comunicarea orientată de valori politice acreditate, ori chiar prin impunerea recunoașterii și practicării unor noi valori politice? Pot iniția microcomunitățile virtuale constituite pe web rezolvarea marilor probleme ale comunităților politice? Pot ele induce schimbări rapide și radicale în procese sociale importante, cum sunt comunicarea și practica politică?

1 W. L. Bennett, Sh. Iyengar, *A New Era of Minimal Effects? The Changing Foundations of Political Communication*, <http://pcl.stanford.edu/research/2008/bennett-minimaleffects.pdf>, accesat 21. 05. 2009

2 G.uy Larochelle (2002), „Political Communication and Personal Influence: Do the Media Make a Difference?”, *Political Communication in a New Era*, Volume 1, Part 2, December 2002, Routledge, pp. 82-91.

3 Markus Prior (2003), „Any Good News in Soft News? The Impact of Soft News Preference on Political Knowledge”, *Political Communication*, Volume 20, Issue 2 (April – June), 2003, pp. 149-171.

4 Laura Pană (2002), *Cultura tehnică și industria culturală*, Editura Tehnică, București.

5 Laura Pană, „Procese de interpersonalizare în grupurile de lucru și comunitățile virtuale constituite pe web”, Beatrice Balgiu, V. Adâr, Laura Pană ș. a., (în curs de publicare), *Comunicare interpersonală. Perspective teoretice și strategii practice*, Editura ProUniversitaria, București.

Mass-media și morala legitimatoare a prezentului

■ IOANA PAVERMAN

The present article attempts to offer a framework of analysis for the way mass-media has been influencing the design of values, norms and attitudes existing in the present days' Romania, as they are directly involved in the process of social change triggered by the fall of the Communist regime. Following the argument imposed by media studies in the Western world after the 1950's, television, and mass-media by and large, are not only one of the most important socialization means, but also a very good way of theorizing the state of societies. And, the other way round, media studies are best broadened by studying objective phenomena using the turmoil defining contemporary history and societies.

Keywords:

mass-media, media studies, cultural studies, identity, post-modernism, post-communism

Mass-media și dimensiunea culturală

Devenind deja o temă recurentă sau mai mult, un clișeu neinteresat, faptul că televiziunea este în ziua de astăzi principalul povestitor (*story teller*) al lumii nu mai reprezintă, pe cale de consecință, nici o noutate. Dincolo însă de calitatea sa narativă, televiziunea, mai mult decât orice alt mijloc media, este însă în același timp și unul dintre principalii factori de socializare ai lumii contemporane. Televiziunea cultivă, în aceeași măsură ca părinții, prietenii, școala, biserica etc., prin intermediul poveștilor sale, valorile deopotrivă individuale și sociale, viziunile asupra lumii, calitățile atitudinale și comportamentale, impune stereotipuri și fărâmițează realități, creând totodată idealuri, de cele mai multe ori imposibil, sau în tot cazul dificil de atins.

„De cele mai multe ori mass-media (n.r. dincolo de domeniul exclusiv al televiziunii) este analizată ca acea forță ce deține puterea de a oferi audiinței sale căi de a vedea și interpreta lumea, și mai mult, are capacitatea de a modela existența și modul de participare al cetățenilor la nivelul unei societăți date.”¹ Începând cu anii '30, dar chiar și mai înainte, odată cu succesul

¹ Debra Spitulnik (1993), *Anthropology and mass-media*, Annual Review of Anthropology, Vol. 22 , p.294.

criticii neomarxiste impusă de Școala de la Frankfurt, și a problematizării recurente a mass-mediei în termenii masificării și a standardizării valorilor prezentului, (ce au dus în viziunea pesimistă acestora la triumful fascismului și nazismului, prin „încurajarea” culturii de masă), expunerile vis-a-vis de această chestiune, tot mai prezentă la nivelul cotidianului, devin din ce în ce mai intense.

Schimbarea de direcție și de viziune, nefiind aici vorba de o abordare non-critică, ci mai degrabă de un transfer al analizei din sfera contestării în cea de utilizare cu precădere a termenului în sensul îmbogățirii abordărilor, este dezvoltată de școala britanică *Centre for Contemporary Cultural Studies* din Birmingham, în anii '60, și mai apoi, în ordine logică, trecând prin analizele optimiste ale „Școlii Americane”, de tot ceea ce ține de domeniul disciplinei impuse de studiile culturale (*cultural studies*). Plecând de la întrebarea cheie „cum poate fi capabilă cultura să managerieze cât mai bine conflictele existente la nivelul unei societăți?”, domeniul și formele de cercetare ale studiilor culturale pleacă de la premisa conform căreia **„teoriile cu privire la media și la cultură sunt cel mai bine dezvoltate prin intermediul studierii fenomenelor concrete și contextualizate prin prisma vicisitudinilor societății și ale istoriei contemporane.** Așadar, pentru a interoga cultura media ce aparține prezentului este necesară o abordare critică ce implică studierea modului în care industria culturală produce anumite artefacte specifice ce dau naștere la rândul lor, discursurilor sociale ce se regăsesc în conflictele și în dificultățile vieții de zi cu zi.”¹ Altfel spus, în termeni schematici, se trece de la o abordare liniară a mass-mediei, înțeleasă în termeni lazarsfeldieni de emițător-mesaj-receptor la o abordare complexă și circulară, anume de „producție, circulație, distribuție / consum, reproducere”².

În ciuda abordării extrem de populare – atât la propriu cât și la figurat – a cercetătorilor din domeniul studiilor culturale, nimeni nu poate nega, și bineînțeles nici nu dorește acest lucru, realitatea dedusă din actul sociologic produs la momentul interacțiunii dintre audiență și mesajul emitentului. Avem însă parte de această dată mai puțin de un determinism produs în bloc *dinspre* media asupra publicului, și mai mult un tip de interacțiune ce se produce și se reproduce în lant, interacțiune la nivelul căreia cultura – înțeleasă ambivalent în termenii „datului” cultural și respectiv ai acumulării individuale – statusul social, identitatea, mediul înconjurător etc., devin variabilele operaționale ale analizei.

Așadar, în armonie cu această privire sumară aruncată asupra însemnătății mass-mediei în termeni relaționali, se demarcă două posibilități de continuare a discursului; primul vine într-o oarecare consecință logică și se auto-impune în termenii conform cărora mass-media, indiferent dacă este înțeleasă în acel sens al instrumentului de hegemonizare a ideologiei dominante, sau din contră, în termenii mijlocului de „provocare” a ideologiei dominante, are puterea de a se impune ca **morală legitimatoare a prezentului.** A doua modalitate de continuare a discursului este tratarea acestor chestiuni în termenii exemplului (cel puțin potențial) pus la dispoziție de evoluția „noilor” societăți post-comuniste, pentru care bombardarea mediatică a suferit o schimbare de direcție pe cât se poate de violentă. Devine așadar extrem de pertinentă mobilizarea cauzală a variabilelor operaționale amintite anterior (cultură, status social, identitate, mediu înconjurător etc) pentru a vedea în ce măsură ideea de **mass-media ca morală legitimatoare a prezentului se impune în cazul societății românești.** Altfel spus, pornind de la premisa conform căreia televiziunea are un rol major în cadrul procesului de alcă-

1 Douglas Kellner (1996), *Media Culture: Cultural Studies, Identity and politics between the modern and the postmodern*, Routledge, London, pp.3-4.

2 Stuart Hall (2006), *Il soggetto e la differenza. Per un'archeologia degli studi culturali e postcoloniali*, Meltemi editore, Roma, p.33.

tuire a identității individuale și colective, ne interesează în acest articol măsura în care mass-media a luat și încă ia parte la configurarea societății românești.

În ce tip de societate trăim?

„Mulți cercetători susțin că odată cu sfârșitul secolului XX se deschide o nouă eră pe care științele sociale trebuie să o înfrunte; aceasta în condițiile în care ea determină o depășire a modernității însăși. Pentru a putea indica această tranziție se face apel la denumiri care de care mai disperate, dintre care doar foarte puține indică, la modul concret, emergența unui nou tip de sistem social (cum ar fi spre exemplu *societate informatizată* sau *societate de consum*); de cele mai multe ori acești termeni exprimă finalul situației precedente, prin cuvinte cheie ca: *postmodernism*, *postdeterminism*, *societate postindustrială* sau *postcapitalism*).”¹ Rămânând în aria deschisă de raționamentele lui Anthony Giddens, acesta formula într-un alt volum (*Modernity and self-identity: self and society in the late modern age*), relativ la cheștiunea plasării în spațiu a ființei moderne, sau mai exact postmoderne, problematica *sinelui*. „Modernitatea descrie o ordine a lumii posttradiționale, unde întrebarea „cum anume trebuie să trăiesc?” își caută un răspuns în absolut toate acțiunile cotidiene, fie ele referitoare la etica comportamentală, sau doar la decizii privitoare la cum să mă îmbrac sau ce să mănânc.”² Giddens dictează logica argumentului în termenii „securității ontologice”, și anume – urmând fenomenologia lui Kierkegaard – plasează rupturile implicite ale atitudinii naturale ale vieții de zi cu zi (altfel spus, ale banalului), în legătură directă cu sentimentul anxios care ne poate copleși pe parcursul efortului de „a ne găsi locul în lume.”³ Este vorba aici, dincolo de aspectele criptate ale limbajului filosofic, de formularea indispensabilă a valorilor și atitudinilor, de configurarea identitară, de alcătuirea opiniilor etc. **Alcătuirea sinelui devine din ce în ce mai complicată sub imperativul descoperirii tot mai adânci a posibilităților sinelui în această lume post.**

Relevanța legăturii dintre mass-media și lumea postmodernă – sau mai bine spus logica lumii postmoderne – este una nu numai extrem de importantă, ci și indispensabilă; **nu numai că există o intimitate și o complicitate de neînălțurat între cele două, ci mai mult, prima se profilează ca fiind totodată o modalitate teoretică de a teoretiza / observa postmodernismul.** Înainte de a dezbate asupra acestei ultime chesiuni este însă indicată zăbovirea pentru câteva momente în plus asupra fațetelor postmodernismului și a relevanței lor pentru lumea în care trăim. Continuând argumentul anterior referitor la posibilitățile sinelui, trebuie subliniat faptul că originea (fie spus, aproximativă) a acestei abordări își află locul în însăși modul de problematizare a acestei lumi pe care postmodernitatea a ales-o. Începuturile se observă în anii ,50, odată cu noile curente anti-moderne, dezvoltate mai apoi în anii ,60 prin prisma a tot ceea ce înseamnă impunerea contraculturii (contestatare) și a „noii sensibilități”, pe care avangarda artistică (ca Warhol în pictură sau Pynchon în literatură) și socială o aduc în prim-plan. Avem de-a face de fapt cu un tip de expresivitate manifestă, reacție la distanța care obisnuia să separe până la acel moment domeniile cotidianului. Și, trebuie cu necesitate spus, nu avem parte doar de o contestare a modelelor socio-politice venite din direcția mediului artistic, acum extrem de angajat, ci totodată de o schimbare radicală de perspectivă asupra unor subiecte *hardcore*, cum ar fi ideea însăși de guvernanță.

¹ Anthony Giddens (1994), *Le conseguenze della modernità*, Il Mulino, Bologna, p.15.

² Anthony Giddens (1991), *Modernity and self-identity: self and society in the late modern age*, Stanford University Press, p.14.

³ *Ibid.*, p.37.

Definiția este dată de către Michel Foucault (care gravitează în jurul orbitei post-structuraliste alături de Roland Barthes, Jacques Derrida, Gilles Deleuze etc.), care schimbă proiecția asupra guvernării exclusive de sus în jos, confundată à la limite cu noțiunea de suveranitate, într-una extrem de spațială; guvernarea poate îmbrăca numeroase forme: vorbim despre guvernarea sinelui, a copiilor, a familiei, a unei organizații sau corporații, a teritoriului, și, bineînțeles, odată cu apariția populației ca subiect politic, guvernarea instituționalizată a acesteia.¹ Cu toate că este îndeosebi teoretică, această schimbarea de viziune asupra guvernării însăși este însă deosebit de relevantă pentru expresivitatea modului în care se modifică, de acum înainte, modul de înțelegere a relației dintre subiectele și subiecții cotidianului. Hegemonia terminologică și ideologică este disipată și substituită de logica multitudinii: a culturii, a identităților, a guvernării, a sinelui și așa mai departe. Aici intervin studiile culturale menționate în debut; pentru că „ele încearcă să surprindă o parte din tensiunea rezultată de pe urma viețuirii în cadrul unei situații pentru care contururile nu sunt încă aparente și în care un conflict intens se face bine simțit între forțele conservatoare, ce încearcă să mențină ordinea socială existentă și acelea ce încearcă să impună o ordine cu totul nouă.”² Așadar, dincolo de orice, dacă în modernitate „conștiința de sine își intră în drepturi [...] în perspectiva postmodernă, odată ce ritmul, dimensiunea și complexitatea se schimbă, identitățile devin tot mai instabile și din ce în ce mai fragile.”³ Context în care, **teoreticienii postmodernismului privilegiază internalizarea culturi media ca fiind acel loc (site) în care se declașează de fapt și de drept implozia identitară și fragmentarea subiecților**. Un exemplu grăitor pentru modul în care se produce acest fenomen este oferit de către profesorul Douglas Kellner, în volumul *Media Culture: Cultural Studies, Identity and politics between the modern and the postmodern*. Să luăm de exemplu filmul *Pretty Woman*, care aduce în fața telespectatorilor o prostituată și un corporatist de mare succes, provenit din straturile educate ale societății americane; în urma unei interacțiuni cu totul și cu totul întâmplătoare fata lipsită de orice fel de clasă și stil se transformă cu ajutorul celui din urmă într-o frumusețe *high-street*. „Filmul descrie perfect procesul de transformare a sinelui prin intermediul modei, dicției și stilului, dar și a dimensiunii în care identitatea ajunge să fie mediată prin intermediul imaginii și a înfățișării în lumea contemporană. Rezultatul transformării personajului este așadar o figură identitară cu totul nouă. [...] Mesajul se propagă în termenii conform cărora pentru a deveni un nou *tu*, pentru a-ți metamorfoza identitatea, pentru a deveni o persoană de succes este de ajuns să te concentrezi asupra factorilor ce țin de imagine, stil și modă.”⁴

Trecând peste exemplul și chestiunile ce țin de detaliu, putem concluziona preliminar, că toată această lume desfășurată în Occident între anii '50 și prezentul continuu este una cu totul specială, având propriile sale calități și defecte, propunând nu numai un nou stil de viață, ci și – prin totala redefinire a conceptelor operaționale – infinite posibilități ale *sinelui*. Iar sub această continuă realcăuire, *eul*, se vede în mod paradoxal aruncat într-o lume din care nu știe ce să aleagă, devenind astfel tot mai suspus insecurității, anxietății și influenței venite din afară. Pe tot acest drum, **mass-media i-a fost alături**, dând astfel naștere comentariilor inepuizabile ale rolului său dăunător, factor cauzal al tuturor relelor (a se revedea critica Școlii de la Frankfurt), dar și din contră, ale acelora care au încercat să demonstreze că **noua cultură vizuală nu numai că a prilejuit emanciparea sinelui, dar a și scos lumea din negura istoriei și a hegemoniei ideologice** (a se revedea abordarea *Cultural Studies*).

1 Michel Foucault (1994), „La «gouvernementalité», în *Dits et écrits 1954-79*, Gallimard, Paris, pp. 635-636.

2 Douglas KELLNER, *Op. Cit.*, p.49.

3 *Ibid.*, pp.231-233.

4 *Ibid.*, p.234.

Cazul Postcomunist

În tot acest interval, în care lucrurile s-au descompus și s-au recompus în Vest, Estul a rămas izolat, îngropat într-o lume în care hegemonia ideologică a fost nu numai prezentă, ci și totală. Altfel spus, problematizând în termenii legitimității, dictatura impusă de către regimurile totalitare este o formă de guvernare ce își asumă autoritatea legală fără a avea consimțământul celor guvernați, aceasta bineînțeles în condițiile în care noțiunea în sine de totalitarism desemnează „acel sistem la nivelul căruia instrumentele puterii politice sunt deținute fără nici o urmă de contrângere, de către un leadership centralizat al unei elite, cu scopul producerii unei revoluții sociale totale, incluzând aici condiționarea indivizilor umani, pe baza unor asumptii ideologice arbitrare, proclamate de către acest leadership, într-o atmosferă de consimțământ al întregii populații, dobândit prin coerciție.”¹

„Noua sensibilitate” ce redefinirea societatea americană și pe cea a Europei de apus în anii '50-'60 este în această parte a lumii scrisă de către Partid. Nu există o preocupare a artei pentru sine, ci doar dedicație totală pentru „patrie”, „popor”, „Partid”, „Stat”, „Liderul a-tot-iubit”, ș.a.m.d. Așadar, tot ceea ce ține de mijloacele de exprimare media este pus în slujba acestei forme de artă alterată de către filosofii colectivistă și proletară. *Eul* și *sinele* nu se revoltă pentru că tot ceea ce ține de posibilitatea interogării este complet suprimat. În aceste condiții, după prăbușirea regimurilor dictatoriale, domeniile sociologiei și științei politice se deschid către examinarea stării acestor țărâmură, întrebându-se extrem de legitim dacă aici putem vorbi despre postmodernism sau dacă nu cumva ar fi mai nimerit să producem examinarea în termenii unei recuperări a modernității înseși. Altfel spus, „obiectivele societăților postcomuniste (n.r. descentralizare, afirmarea unor noi modele sociale, liberalizare, privatizare, redefinirea Statutului și a sistemului politic per ansamblu, deschiderea către piețele externe, globalizare etc.) sugerează mai degrabă o nevoie a recapitulării modernității decât un salt direct în lumea postmodernă.”² Întrebarea care se pune pe cale de consecință este următoarea: **în ce măsură, odată cu afirmarea faptului că „starea” postcomunistă impune o redimensionare a conceptelor operaționale, avem de-a face și cu o interacțiune diferită cu mass-media?** Desigur, nu ne-am propus în acest articol abordarea istoriei mediei românești în termenii unei incursiuni în sociologia mass-media, ci mai degrabă surprinderea potențialului de impact al acesteia în lumea postcomunistă, intens caracterizată de redefinirea identitară, cu atât mai mult cu cât am putut vedea, în ordine logică, faptul că mass-media însăși, și cu atât mai puțin studiile media, nu au fost parte organică în cadrul procesului de maturizare (postmodernizare) a societății românești. Pornind așadar de la premisa că strict teoretic, identitatea se definește ca „o stare pe care o persoană o dobândește la un moment dat al existenței sale”³, Malek Chebel, în lucrarea sa intitulată *La Formation de l'identité politique*, procedează la o subliniere importantă pentru argumentul lucrării de față, și anume aceea că noțiunile de „socializare” și „ideologizare” sunt în fapt modalități îngemănate de formulare a identității politice, și nu numai. Cele două sunt procedee similare, puse în operă de către forme sociale diferite: soci-

1 Zbigniew Brzezinski (1956), „Totalitarianism and Rationality”, în *The American Political Science Review*, Vol. 50, No. 3, Sept., p.754.

2 Larry Ray (1997), „Post-communism: Postmodernity or Modernity Revisited?”, în *The British Journal of Sociology*, Vol. 48, No. 4, Dec., p.556.

3 Malek Chebel, *La Formation de l'identité politique*, Presses Universitaires de France, Paris, 1968, p.25.

alizarea este modalitatea de dobândire a identității în societățile occidentale, iar ideologizarea în societățile croite după modelul sovietic.

Revenind aici la ceea ce scriam în prima parte, și anume că mass-media, și *par excellence* televiziunea, sunt în ziua de astăzi principalele mijloace de socializare, și legând toată teoretizarea relației intime existente între acestea și respectiv dezvoltarea identității postmoderne occidentale, deducem pe cale de consecință faptul că societatea românească trebuie să parcurgă tot acest proces într-un timp extrem de scurt și comprimat. Nu există o dezvoltare organică a relației societate – mass-media, așadar discursul studiilor privind rolul acesteia în impunerea unor modele trebuie reorganizat într-un mod cu totul diferit. Ceea ce este însă cel mai important de subliniat, și totodată și cel mai intuitiv – dincolo de orice apreciere normativă, este că lipsa acestei organicități formulează *per se* premisele credibile ale potențialității mass-mediei de reconfigurare totală a identităților pornind de la zero, proiectându-se pe cale de consecință ca morala legitimatoră a prezentului. Teoretizarea chestiunii mass-mediei în societățile postcomuniste se poate desfășura așadar pe mai multe paliere: teoretizarea sociologică a modului în care s-a produs transformarea mijloacelor media, specifice regimurilor totalitare, în cele al pieței libere guvernată de regulile concurenței/audienței (atingând aici inclusiv subiectul privatizării, al transformărilor instituționale, continuității sociale prin intermediul mass-mediei, al celor ce dețineau puterea în timpul regimului precedent), relația dintre mass-media și societatea civilă (impunerea „liderilor de opinie”) etc.; de departe însă cea mai provocatoare chestiune, și totodată în legătură directă cu abordarea aleasă în textul prezent, este **relația dintre mass-media și procesul de democratizare**. Referitor la această din urmă idee, Giovanni Bechelloni sublinia în volumul său – extrem de influent în spațiul public italian de la momentul apariției, în anul 1995 – *Televisione come cultura: i media italiani tra identità e mercato*: „televiziunea este parte componentă a vieții noastre și a ambientului nostru; democrația noastră nu ar fi de conceput fără televiziunea care a contribuit la existența sa din prezent. În aceeași măsură putem afirma acest lucru și relativ la cealaltă mare instituție a societății noastre, și anume piața, care temperează și controlează democrația.”¹

Așadar, în contextul democratizării, discuția privitoare la capacitatea mass-mediei de a se profila ca morală legitimatoră a prezentului este cu atât mai relevantă, la fel fiind și faptul că puterea de a se impune în acest fel este cu atât mai mare într-o societate în care tot ceea ce este nou (în sensul în care posibilitățile „noului” sunt cvasi-inexistente în societățile totalitare) tinde să copleșească individualitățile, să opacizeze judecățile și să limiteze puterea de selecție. În acest fel, așa cum în regimurile totalitare televiziunea, și în genere, orice mijloc media, nu era decât un instrument al propagandei, în democrație mass-media se articulează ca un mijloc de reglementare al vieții sociale (așa cum au încercat să demonstreze prin toate studiile aplicate toți cercetătorii din domeniile studiilor culturale, ca S. Hall, D. Morley, D. Hebdige etc.). „A îmbunătăți calitatea programelor televizate semnifică, în fapt, îmbunătățirea calității modului de comunicare cu potențialii interlocutori. Televiziunea nu este un corp străin, sau doar o mașinărie manevrată de către deținătorii puterii, ci este o parte esențială și relevantă a corpului social, poate chiar instrumentul cel mai delicat al exprimării și al reglementării culturii ce descrie un popor. A investi în calitatea televiziunii semnifică, așadar, a investi în cultură.”²

1 Giovanni Bechelloni (1999), *Televisione come cultura: i media italiani tra identità e mercato*, Liguori Editore, Napoli, p.16.

2 *Ibid.*, p.91.

Esența acestei ultime idei exprimate de către profesorul Bechelloni este extrem de expresivă în cadrul discuției privitoare la legătura dintre transmisiunile televizate (și deci, modelele comunicate) și calitatea unei generații. Și aceasta pentru că în mod clar, tipul de filme, programe TV etc., esențiale pentru buna articulare a unei culturi tind să fie destul de scumpe; condiții în care televiziunile fac apel – pentru umplerea grilei de emisie – fie la producții autohtone, fie la producții de proastă calitate. Și aici, o simplă privire aruncată asupra tipului de programe extrem de populare în România anilor ,90, și anume telenovelele (dar nu numai), poate deschide un orizont de interpretare destul de cuprinzător pentru o discuție de natură sociologică referitoare la componența calitativă a societății românești de astăzi. Iar o analiză comprehensivă a întregului parcurs 1990 – prezent poate surprinde prin scoaterea în evidență a defectelor, sau alternativ, a calităților ce definesc evoluția aceleiași societăți românești.

Semn de întrebare

Interviu cu Călin Anastasiu realizat de Sabin Drăgulin

1. Care este diferența dintre mass-media din anii '90 și cea din zilele noastre?
2. Cum vedeți raportul dintre mass-media și politica românească?

Călin Emil Anastasiu - este absolvent al Facultății de Filozofie, Secția Sociologie, Universitatea București, 1974. În acest moment este **Consilier Principal al Președintelui Director General al Societății Române de Radiodifuziune** (pe probleme de strategie, marketing, comunicare și cercetare). Anterior a îndeplinit funcțiile de: **Director Marketing și Comunicare, EDI Romania (Europa FM&Radio 21)**, în perioada 2005-2006, **Director Cercetare Media, IMAS (1997 – 2004)**, **Director Cercetare, Media Pro International (1996 – 1997)**, **Deputat, Parlamentul României (1992 – 1996)**, **Cercetător Științific, Institutul de Sociologie, Univ. Buc. (1980 – 1992)**.

1. Diferențele sunt multe și importante. În anii '90, mass media noastră avea o dinamică, structuri și mize cu totul altele de cele actuale.

În primii ani după căderea regimului comunist a avut loc o explozie „euforică” în presa scrisă. Cu totul alta a fost situația audiovizualului, care s-a mișcat mult mai lent. **Această dinamică spectaculoasă s-a înregistrat mai ales în tiraje și ceva mai timid prin apariția de noi titluri.** Practic aveam cam aceleași publicații centrale și locale ca înainte de 90, cu diferența că proaspăt dobândita libertate de exprimare atrăgea milioane de cititori ca un magnet. În plus, politica vindea atunci mai bine decât o fac subiectele de senzație și fetele dezbrăcate din tabloidele actuale. Iar politica – atunci, ca și acum – desparte oamenii și împarte presa. **Publicațiile scrise s-au regrupat imediat pe alineamentele politice de la începutul anilor '90** (mult mai simple decât cele actuale), și covârșitor de partea puterii postcomuniste (dar nedecomunizate) de atunci. Treptat au început să apară și publicații noi, unele având un profil cu totul inedit în peisajul nostru mediatic de la începutul anilor '90 (22, *Zig-Zag*, ceva mai târziu *Evenimentul Zilei* ș.a.). **După 1995-1996 ritmul de apariție a unor titluri noi s-a accelerat, mai ales pe zona publicațiilor săptămânale și lunare specializate, adică poziționate editorial în funcție de un anumit public țintă.** A propos, *Evenimentul* a fost prima publicație de la noi care s-a poziționat pe piață altfel decât politic (pro sau contra puterii), optând pentru un anume format editorial, și inaugurând astfel o linie pe care mass media românească s-a dezvoltat ulterior în mod firesc, la fel cu media de pretutindeni.

Timp de vreo 4-5 ani am asistat la un nou *boom* în mass media românească, caracterizat prin diversificarea semnificativă a ofertei editoriale și prin creșterea spectaculoasă a veniturilor în publicitate (în medie cu 30% anual, mult peste dinamica reală a vânzărilor de produse și servicii din economie). Firmele multinaționale care deja operau la noi erau optimiste în ceea ce privește potențialul pieței românești, cele care abia își deschideau operațiunile în România investeau masiv în campanii de imagine și de promovare a vânzărilor. Această dinamică avea să fie temperată de lipsa unui răspuns pe măsura așteptărilor din partea economiei românești, ceea ce a generat prima criză pe care a traversat-o mass media noastră timp de vreo 2-3 ani, începând cu 1999 (scăderea tirajelor și a audienței, reducerea masivă a bugetelor de publicitate etc.).

În audiovizual, monopolul (nefast) al posturilor publice a rezistat ceva mai mult. O prima breșă s-a produs după apariția Legii Audiovizualului (1992), care a permis apariția în decurs de numai cîteva ani a sute de posturi private locale. Postul public de radio începea să piardă, lent dar sigur, monopolul asupra ascultătorilor, dar prestația sa era oricum mult mai decentă, sub conducerea regretatului Eugen Preda, decât cea a televiziunii, total obedientă față de putere. Monopolul acesteia a dispărut abia prin 1996, după apariția ProTV, dar s-a produs foarte rapid. La un an după lansarea postului din Pache Protopopescu, acesta avea deja o cotă de piață de aproximativ 40% în mediul urban. Au urmat Antena 1, Prima TV etc. și audiența televiziunii publice a continuat să se erodeze.

În afară de miza politică, în mass media anilor '90 au început să apară și primele mize economice (oarecum diferite, și de mai mică amploare comparativ cu cele de acum). Fostele publicații de partid și de stat au început să se privatizeze, și așa au apărut primii noștri patroni de presă, proveniți în cea mai mare parte din vechile structuri de conducere ale acestora. În audiovizual, unde era nevoie de investiții mai mari pentru lansarea unor posturi private, au apărut mai mulți noi veniți, care au adus în mass media capital produs în din alte zone. Spre deosebire de alte țări din Europa Centrală și de Est, marile trusturi internaționale n-au fost atrase de piață de media românească în cursul anilor '90. E adevărat, câteva dintre ele au venit ceva mai târziu, dar **mass media românească a rămas până astăzi dominată de trusturi autohtone.**

O altă diferență semnificativă este aceea că **în anii '90 aveam ziare, reviste, posturi de radio și televiziune, în timp ce acum avem trusturi de media.** Este o evoluție normală, organică, inaugurată la noi de trustul Pro. Acest model de media business s-a impus de la sine, indiferent că a fost vorba de investitori români sau străini, de trusturi create în anii '90 (Pro, Intact) sau mai recent (Realitatea, Adevărul etc.), de trusturi naționale de anvergură sau de mici trusturi locale. Diferența dintre mizele economice pe care se joacă acum în mass media românească, comparativ cu perioada de acum 10 ani, este imensă. De pildă, investițiile totale nete în publicitate au fost estimate la aproximativ 600 milioane euro în 2008, față de 100 milioane dolari în 1998. Pe o asemenea piață, competiția este cu totul alta decât cea din anii '90, iar **trusturile mari – care dețin ziare, reviste, posturi de radio și televiziune, eventual agenții de presă și platforme de comunicare new media – sunt mult mai bine plasate pentru a face față acestei competiții.** Cu toate acestea, trebuie subliniat faptul că mass media românească are în prezent și alte mize decât cele economice. Cum spunea un cunoscut jurnalist, la noi „media nu este o afacere, dar este bună pentru afaceri”. Și pentru politică, aș adăuga...

2. Nu e vorba numai de media și politică. Ecuația este ceva mai complicată. Peste tot în lume veți regăsi aceste axe strategice, trasate mai mult sau mai puțin apăsător: **mass media – politică și politică – afaceri**. La noi, aceste axe s-au agregat într-un triunghi ce tinde să se consolideze în ultimii ani: **politică – afaceri – mass media**. Așa cum spuneam mai devreme, marile trusturi internaționale de presă au rămas reticente față de România și s-au cam oprit prin țările din jur (Ungaria, Cehia, Slovacia, Polonia, Slovenia). Ceea ce, în paranteză fie spus, a încurcat socotelile multor investitori autohtoni în mass media, care au sperat ca, la un moment dat, să poată vinde afacerea, pe bani buni, unui mare trust internațional de media. De acord, au venit Ringier și Axel Springer, dar teritoriul lor e limitat mai ales la presa scrisă. Ceva mai târziu – și deocamdată foarte timid – au apărut ProSieben sau Bertelsmann, iar Fox nu a făcut decât să mimeze o intrare pe piața românească prin B1TV. Singurul investor străin care a reușit să construiască un trust de media de succes (trustul PRO) a fost CME, dar acesta a devenit cu adevărat un jucător de oarecare anvergură internațională abia după ce a cucerit poziții cheie în media est-europeană.

Prin urmare, dacă privim de la oarecare înălțime teritoriul mass mediei românești ce vedem? Zărim **câteva teritorii, nu foarte largi, ocupate de trusturi orientate spre business, cu alte cuvinte care sunt interesate în primul rând să facă bani din această afacere** (Ringier, de pildă). Vedem apoi trustul PRO, care în ultimii ani pare preocupat în primul rând de *business*, dar care și-a vârat și el coada în politică acum câțva timp. Ca argument, aș invoca doar două episoade, pe care le cunosc îndeaproape. La mijlocul anului 1996 ieșeam din viața politică și deveneam director de cercetare la acest trust. Alegerile parlamentare și prezidențiale din noiembrie erau câștigate (în sfârșit) de fosta opoziție, într-o conjunctură în care aproape întreaga mass media românească susținuse Convenția Democratică. Ceea ce nu constituia nimic neobișnuit în sine, s-a mai întâmplat și la alții, în anumite momente. Numai că această performanță le-a dat idei unora dintre patronii noștri de presă. Imediat după alegeri, la prima întâlnire cu Adrian Sârbu – care s-a dovedit unul dintre marii noștri vizionari în *media business*, dar nu și în politică – acesta m-a întâmpinat cu următoarele cuvinte: "La alegerile din anul 2000 noi punem președintele". Și mi-a cerut să-i fac imediat cunoștință cu Nicolae Manolescu, cu care lucrasem îndeaproape până atunci în conducerea Partidului Alianței Civice, și care i se părea lui Sârbu cel mai bun pariu în acest joc. Urmarea: Manolescu a primit o emisiune și a fost promovat pe sticlă timp de câțiva ani. Din păcate, Adrian Sârbu a mizat pe o personalitate care s-a dovedit nepotrivită pentru acest rol politic. La fel s-a întâmplat și în anul 2000, când Sârbu și-a pus tot trustul la lucru în campania lui Mircea Geoană pentru funcția de primar al capitalei.

Ce mai vedem? Ne sare în ochi faptul că, **în absența marilor trusturi de presă internaționale, largi teritorii au fost ocupate de importanți oameni de afaceri autohtoni, atât media centrală cât și în cea locală**. Pentru unii dintre ei mass media poate fi o afacere în sine, dar cu siguranță este una care îi ajută să-și atingă alte interese de afaceri mai importante. Ceea ce nu înseamnă că, punctual, în anumite momente și prin anumite produse mediatice, nu vor susține anumite grupuri politice, întrucât afacerile lor depind de venirea la putere a acestora. Probabil că Sorin Ovidiu Vântu ilustrează cel mai bine această categorie. În decursul timpului el a sponsorizat mai multe direcții politice, dar nu e conectat îndeaproape la nici una dintre ele și nu cred că are vreun crez politic anume. Omul crede doar în afacerile sale, politicienii sunt doar instrumente, iar politica și administrația doar teritorii pe care trebuie să le țină cât de cât sub supraveghere (prin interpuși sau altfel), pentru a nu avea cine știe ce surprize neplăcute. Acest tip de *businessman* nu este o invenție românească. Mulți oameni de afaceri, de la Paris la Londra, sau de la Munchen la Washington, și-ar dori

să poată deține o asemenea poziție cheie în triunghiul strategic afaceri-politiă-media, precum cea a lui Vântu în România sau a altor "moguli" în fostele țări comuniste. Numai că în țările occidentale structurile acționariatului în mass media au fost create pe alte baze, controlul mediei de către lumea afacerilor este mai bine reglementat, iar eventualele derapaje sunt de regulă sancționate de alte instanțe care funcționează în spațiul public (agenții de reglementare, justiție, societate civilă).

Alți mari patroni de media sunt mai îndeaproape conectați la politică. Cazul lui Voiculescu: om de afaceri, șef de partid, patron al unui mare trust de presă. Ei bine, cu mai mulți ani în urmă, după ce tocmai intrase într-o alianță politică cu PSD pentru a putea intra în Parlament, patronul Antenelor nu părea prea dispus să antreneze trustul său de media în jocul politic. Dimpotrivă, era foarte preocupat că această alianță ar putea afecta imaginea acestuia și comanda periodic sondaje la IMAS pentru a-i testa credibilitatea în ochii publicului. Astăzi, Dl. Voiculescu nu se mai sinchisește de credibilitate, altminteri o chestiune crucială pentru orice canal sau trust de media. La urma urmei, în țări supercivilizate există câte un "Fox" sau un "Figaro" cu opțiuni politice clare. Oare ce s-a putut întâmpla în acești ultimi ani? Mizele de afaceri să fi devenit între timp atât de mari încât riscul de a le rata să poată justifica deteriorarea credibilității unui trust de media? Mizele politice pe care le implică deținerea puterii să fie astăzi mai mari, având în vedere accesul la o serie de resurse care s-au multiplicat exponențial în ultimii 8-9 ani? În ultimă instanță, în acest caz e vorba strict de politică și afaceri, sau de apariția mai recentă a unor temeri personale față de posibile "amenințări", pe care puterea politică și economică le-ar putea contracara? Analize de acest gen ar putea duce la concluzii interesante...

Cam tot în această ligă joacă și Dinu Patriciu. Cu multiple interese de afaceri, strâns legat de un partid important pe scena noastră politică și, mai ales, puternic atașat unui crez liberal (chiar libertarian în anumite privințe). Patriciu are planuri de media foarte ambițioase. Dar și ținte politice sau de afaceri bine conturate. Deocamdată investește masiv în media – n-are altă soluție, de vreme ce a intrat mai târziu pe acest teren de loc – are resursele necesare (comparabile probabil doar cu cele ale lui Vântu), cumpără tot ce poate (publicații, profesioniști, conștiințe) și, cu siguranță se va duce curînd spre media audiovizuală. Proiectul său este asemenea siglei pe care arhitectul Patriciu a desenat-o pentru Rompetrol: o eflorescență cu petale multiple, un cerc perfect care include toată media.

Efectele nefaste ale acestei model pe care s-a așezat mass media românească au fost discutate și denunțate. Problema este dacă, și cum, ar putea avea loc o schimbare de paradigmă? Personal cred că acest lucru nu va fi posibil decât **dacă o serie de trusturi internaționale mari vor ajunge să aibă o masă critică suficient de mare în media noastră pentru a disloca, sau măcar pentru a contrabalansa, actualele structuri de acționariat.**

Arhivele Sfera Politicii

■ STELIAN TĂNASE

PRINȚUL ROȘU

Despre Scarlat Callimachi azi nu se mai știe nimic. Nu a lăsat urme, în afara câtorva cărți fără interes, deși promitea în tinerețe o frumoasă carieră de istoric. O anecdotă zice că într-o discuție la Capșa, un oarecare îl sîcîia cu trecutul lui și îl întreaba ce a dat el românilor. Ah, mai nimic, a răspuns, cîțiva domnitori ! Era adevărat. Grigore Callimachi a domnit în Moldova, (1761-64, 1767-69). Scarlat Callimachi a domnit de trei ori în Moldova (1806, 1807-10, 1812-1819) și cîteva luni în Țara românească, (1821) terminînd asasinat la Constantinopol, în decembrie 1821, sub bănuiala că e prorus și proEteria. Paradoxal cel care avea o extracție atît de înaltă, era un radical de stînga, avînd multe poziții procomuniste. I se spunea de altel „prințul roșu”. Era apropiat de cercurile de avangardă. (* vezi Stelian Tănase, „Avangarda în arhivele Siguranței, ed.Polirom 2008 ”). Prezența sa în subterană ne amintește că mitul partidului comunist ca bastion al proletariatului, mai ales al proletariatului industrial, este mit, Lenin, Alexandra Kolontai, Cicerin, Djerjinski erau artistocrați. Erau aturați de o serie de „cadre” provenind din burghezie, prea mulți pentru a-i aminti aici. Situația se repetă și în cazul comuniștilor români, unde Mihai Macavei, moșier, Lucrețiu Pătrășcanu și Mihai Gheorghiu Bujor sunt și ei de sînge albastru. Marcel Pauker, Matei Socor, I.Gh Maurer, C-ța Crăciun, etc. provin din rîndurile burgheziei.

Scarlat Callimachi s-a născut la 20 septembrie 1896 la București. A murit la 2 iunie 1975 în București. Wikipedia notează doar că „este un scriitor român în vecinătatea mișcării de avangardă, cultivînd o poetică între constructivism și expresionism. A fost licențiat în drept și a fost gazetar în presa comunistă, colaborînd la *Facla*, *Chemarea*, *Clopotul* și altele. A fost redactor-șef la revista *Punct* și director al ziarului *Glasul nostru* din Botoșani. În 1933 a fost închis pentru pamfletul *Căderea Babilonului*.” Cum vedem în documentul reprodus aici, „faptele sale de arme” sunt altele. Adevărul este că activitatea sa s-a consumat într-o opoziție radicală față de „regimul burghezo-moșieresc” și numai extracția sa domnească și evident relațiile în înalta societate (unde este privit doar ca un excentric) l-au salvat de multe ori de procese și detenție. S-a rupt de mediul lui, însurîndu-se împotriva preceptelor cu o acrită evreică, (circumstanță agravantă în epocă). A preferat să traiască în boema bucurșteană, ca un iconoclast, o figură contestatară, ambiționînd diverse proiecte, dar ratînd de fiecare dată. A pățit-o totuși odată cînd a fost judecat și condamnat pentru „les majestate”. Aveți în paginile care urmează o listă a „faptelor sale” alcătuită de serviciul Cadre comunist după venirea la putere. E o listă care trebuia să stabilească atitudinile lui Scarlat Callimachi în perioada interbelică, și în consecință să i se stabilească rangul în ierarhia puterii și - ca efect - privilegiile. A fost numit director al muzeului relațiilor ruso-române, care își avea sediul la Casa Crețulescu, unde se află azi muzeul literaturii romane. În anii 40/50 cei mai mulți dintre cei aparținînd vechii

elite românești erau închiși sau siliți să emigreze. Prezența sa în nomenclatura comunistă era exotică. Comuniștii s-au folosit de numele lui pentru a se legitima. La mijloc era ideea unei convergențe a întregii istorii, o estompare a luptei de clasă prin părăsirea de către boieri a pozițiilor lor și recunoasterea „adevărului marxist leninist” care a produs - ca o concluzie, un final, al istoriei - „regimul comunist, dictatura proletariatului”. Nu erau Marx și Engels, doi burghezi ? Era o teză frecventată în epocă, parte a ideologiei oficiale. Petru Dumitriu, de exemplu în câteva episoade în „Cronica de familie” face caz de asemenea destine.

Nobody knows anything today about Scarlat Callimachi. Even though in his youth he was promising to turn into an appreciated historian, in the end the only things to remain were some pretty uninteresting books. An anecdote tells that one day, while in the middle of a conversation at Capsa, one was bothering him with his personal past, asking what precisely he gave to Romanian people. “Ah, not much; just a few princes” he replied. Perfectly true: Grigore Callimachi ruled over Moldavia (1761-1764 / 1767-1769). Scarlat Callimachi ruled for three times in a row over Moldavia too (1806 / 1807-1810 / 1812-1819) and some few months over Valahia (1821), eventually being assassinated in Constantinople in December 1821, as he was suspected for going along with Russia and the Eteria. In an odd manner, he, having such sophisticated origins, was in fact a fervent supporter of the radical left, showing thus a heavily procommunist attitude. In this fashion he was often called “The Red Prince”. He was also very close to the Avant-Guardian circles (*see Stelian Tanase, *Avangarda în arhivele Sigurantei*, Polirom, 2008). In fact, his distinguished presence in the communist underground challenges the myth according to which the Communist Party was the stronghold of the proletariat, especially of the industrial workers; Lenin, Alexandra Kolontai, Cicerin, Djerjinski had all aristocratic origins. They were all surrounded by a series of bourgeoisie figures, later belonging to the communist apparatus, too many in numbers to recall them in this moment. The story repeats in the case of Romanian communists, where Mihai Macavei, was a landlord, Lucretiu Patrascanu and Mihai Gheorghiu Bujor were blue blooded too, while Marcel Pauker, Matei Socor, I. Gh. Maurer, Constanta Craciun etc., they all belonged to the bourgeoisie.

Scarlat Callimachi was born on September 20, 1896, in Bucharest and he died on June 2, 1975 in Bucharest. Wikipedia notes that “he was a Romanian writer staying pretty close to the Avant-Guard movement, cultivating a type of poetry belonging as style to both constructivism and expressionism. He took his Bachelor Degree in Law; he was a journalist in the communist press, collaborating with *Flacara*, *Chemarea*, *Clopotul* and so on. He was also Editor in Chief of *Punct* magazine and the director of *Glasul Nostru* from Botosani. In 1933 he has been imprisoned for writing a pamphlet called *Caderea Babilonului* (*The Fall of Babylon*).”

As we can well see in the document below, his “deeds of arms” are yet a little different. The truth is that his actions were actually opposing the “bourgeoisie regime” and only his noble origins and the relationships he had with the high society (who treated him as an “eccentric”) saved him several times from processes and prison. He broke the ties with his environment and inherited traditions, getting married with a Jewish actress (aggravating circumstances in that era). He chose to live among Bucharest bohemians, as an iconoclast, as an anti-establishment supporter, boosting up various projects, but failing quite in all the time. Still, once he got in big trouble being accused of regicide.

In the following you can hence read a list with some of his deeds, assembled by the "Serviciul de cadre comunist" (the communist office for personnel management) after coming into power. We are speaking about a list which was supposed to shed light on Callimachi's attitudes and behaviors during the entire interwar period and consequently to help establishing his rank and privileges in the communist hierarchy of power. In this fashion he was named director of the Russian-Romanian relationship museum, having its headquarters in the Cretulescu House, the same place where we can find today the Romanian Museum of Literature.

During the 40's and the 50's all the figures belonging to the Romanian old elite were in fact either forced to emigrate either sent to prison. Therefore, it is quite obvious why his presence among Romanian nomenclature was such an exotic one. The communists used his name for legitimating themselves. The core idea was that of a convergence of the whole history, blurring class struggle by abandoning any kind of noble origins for the sake of accepting "the Marxist-Leninist truth", creating in this way – as a conclusion, as an end of history – "the communist regime and the dictatorship of the proletariat." Weren't Marx and Engels belonging to the bourgeoisie too? This was a frequently used thesis in that era, part of the official ideology. For example, Petru Dumitriu, in some episodes in his novel *Cronica de familie* (*Family chronicle*) made great use of destinies of this kind.

Arhiva Sfera Politicii nr.5

Arhivele Statului
Fd 95
D/100/1213/vol III
Filele: 98-113

CALIMACHI SCARLAT

Privitor la Calimachi Scarlat, fiul lui Alexandru și Maria, născut în București în 1896, la fișe aflăm următoarele:

- o notă din 29.VIII.1934, arată că Scarlat Calimachi, publicist, domiciliat în str. Romană nr. 55, face parte din Comitetul Asociației „Amicii U.R.S.S.”.
- o notă din 6.IX.1934, arată că din inițiativa lui Scarlat Calimachi, N.D. Cocea și Petre Constantinescu, conducătorii unui grup antifascist, va apare la București, o publicație săptămânală, în editura „Adevărul” intitulată „Idea socială”, care va avea caracterul unui organ de extremă stângă, „cu o pronunțată tendință semită, de unde cei trei speră să tragă foloase materiale”.
- ziarul „Tempo” din 14.IX.1934, publică o informație referitoare la hotărârile luate de Plenara Comitetului Național de luptă contra fascismului, în care arată că printre participanți a fost Scarlat Calimachi, scriitor, care a fost ales în noul Comitet de Conducere.
- ziarul „Dimineața” din 24.IX.1934, publică o scrisoare a lui Scarlat Calimachi, în care acesta aduce la cunoștința publicului

tratamentul barbar la care a fost supus de către organele polițienești și de câțiva membri ai Gărzii de Fier, pentru faptul că în seara zilei de 20.IX.1934, a convocat și a ținut o ședință a Comitetului Antifascist din sectorul IV Negru.

- o informație apărută în ziarul „Adevărul” din 4.XI.1934 arată că publicistul Scarlat Calimachi intenționează să publice o broșură în limba franceză în care să arate teroarea la care sunt supuse în România organizațiile de stânga.
- în mai multe articole apărute în presă între 1.IX.1934 și 3.XII.1934, se arată că în urma unui denunț făcut de către un avocat cuzist din Botoșani, Scarlat Calimachi a fost judecat și condamnat de către Tribunalul din Botoșani la un an închisoare corecțională, 10.000 de lei amendă și un an interdicție. Această pentru faptul că în revista „Clopotul” a publicat un articol intitulat „Căderea Babilonului”, articol în care a luat apărarea muncitorilor care au participat la grevele de la Grivița C.F.R. În urma apelului pe care l-a făcut, Scarlat Calimachi a fost achitat de către Curtea de Apel din Iași, la 24.III.1935.
- o notă din 7.XII.1934, arată că Scarlat Calimachi fost director-proprietar al revistei de propagandă „Clopotul”, care a fost suspendată, colaborează la „Cuvântul Liber”.
- o notă din 23 ianuarie 1935, arată că Scarlat Calimachi și Socor Matei au fost însărcinați de către Comitetul Antifascist Mondial ca să pună bazele unei filiale a „Alianței Internaționale a Intelectualilor”, în București. În acest scop, s-a creat un Comitet compus din Scarlat Calimachi, Eugen Mihăileanu, ziaristul Mihai Socor și studentul Vulpescu. Pentru începerea activității acestei organizații, camuflete de stânga, Calimachi și Socor au primit instrucțiuni de la doamna Ostrowschy, soția ministrului sovietic la București, - scrie nota.
- o notă din 1.III.1936, arată că la locuința lui Scarlat Calimachi din București, au avut loc mai multe consfătuiri ale fruntașilor antifasciști, în legătură cu intensificarea propagării ideilor de stânga, consfătuiri la care au participat Eufrem Mihăileanu, avocatul Gherasim, studentul Vulpescu și alții.
- o notă din 31.V.1935, spune că înființarea societății pentru întreținerea raporturilor culturale dintre România și U.R.S.S., a fost pusă la cale de către Comitetul de Conducere al „Ligii Antifasciste”, din inițiativa unui grup format din Scarlat Calimachi, Constantinescu-Iași și avocații Mihăileanu Alexandru și Gherasim Victor.
- ziarul „Zorile” din 28.VIII.1935, arată că o serie de intelectuali, scriitori și ziariști protestează cu energie împotriva suspendării revistelor și ziarelor săptămânale între care și „Raza”, de sub conducerea lui Scarlat Calimachi.
- o notă din 8.IX.1935, arată că cu prilejul unei conferințe ținute de Dem Dobrescu, s-au distribuit broșuri, reviste, ziare, între cari și ziarul „Soarele” al lui Scarlat Calimachi din Botoșani.
- o notă din 20.IX.1935, scrie că acțiunea de captare a elementelor muncitorești la „Frontul Popular”, continuă cu intensitate, potrivit instrucțiunilor Comitetului Organizației, compus din Scarlat Calimachi, prof. Constantinescu Iași și Eufrem Mihăileanu.
- o notă din 23.IX.1935, scrie că Scarlat Calimachi a fost ales

membru în Comitetul Frontului Popular Socialist, la o ședință secretă ce a avut loc cu partizanii lui Constantin Popovici, membru în Comitetul Executiv al Partidului Socialist Unitar.

- o notă din 4.XI.1935, arată că avocatul Saphir Emanuil, cunoscut partizan al mișcării comuniste, întreține relații și colaborează cu mai multe persoane din mișcarea antifascistă din Capitală între cari și cu Scarlat Calimachi, publicist.

- o notă din 13.XII. 1935, arată că Scarlat Calimachi a sosit la Deva în ziua de 4.XII.1935, unde a luat parte la o consfătuire a delegațiilor Frontului Popular, Frontului Plugarilor și Uniunii Muncitorilor maghiari, în vederea creării unui Front democrat cu partidele național-țărănist al lui Mihalache și țărănist -radical al lui Gr. Iunian.

- o notă din 19.XII.1935, scrie că secretariatul „ Blocului cetățenesc pentru apărarea libertăților democratice”, a început să expedieze prin poștă, la diferite adrese, scrisori circulare, în care se arată necesitatea grupării și organizării forțelor democratice. Aceste scrisori sunt semnate de Constantinescu-Iași, Scarlat Calimachi, și avocatul A. Joja.

- o notă din 20.XII.1935, scrie că Scarlat Calimachi a fost numit în Comitetul de Cordonare a activității Frontului Popular.

- o notă din 2.I.1936. arată că Scarlat Calimachi a participat la o consfătuire a conducătorilor Frontului Popular, în ziua de 29.XII.1935, la domiciliul lui Dem Dobrescu și că acolo a făcut observația că la întrunirea de la Tomis, au luat cuvântul numai prietenii fostului primar, neglijându-se să se dea posibilitatea membrilor Frontului Popular să-și exprime punctul lor de vedere.

- o notă din 10.I.1936, în legătură cu mișcările de stânga, scrie că se fac eforturi pentru reapariția mai multor ziare printre care și „ Clopotul” lui Scarlat Calimachi.

- o notă din 28.I.1936, arată că Scarlat Calimachi face parte din semnatarii apelului lansat către organizațiile democratice din țară, în vederea ralierei tuturor forțelor muncitorești, politice și sindicale, la Frontul popular de luptă împotriva fascismului.

- o notă din 31.I.1936, arată că Scarlat Calimachi, Alexandru Mihăileanu, Victor Gherasim, vor pleca în jud. Mehedinți și Hunedoara, în vederea alegerilor parțiale.

- o notă din 3.III.1936, arată că Scarlat Calimachi, N.D.Coccea, și E.Mihăileanu, au avut un schimb de vederi cu Dem Dobrescu, în vederea începerii unei acțiuni în favoarea antifasciștilor condamnați la Chișinău. Calimachi, Coccea se vor prezenta lui Mihalache și Iunian cari le vor solicita sprijinul în această acțiune.

- o notă din 21.V.1936, arată că Scarlat Calimachi vice-președinte al Blocului pentru apărarea libertăților democratice, Atanase Joja, Dori Goldstein, Haia Cotlaar, G.Taraș, I. Pomârleanu și Zoe Frunză, au semnat un apel, publicat în presa de stânga, prin care caută să mobilizeze masele cu ocazia alegerilor comunale de la T.Severin.

- o notă din 8.X.1936, arată că Scarlat Calimachi, avocatul Joja, av. Gherasim, Euf. Mihăileanu și alți fruntași ai fostului Bloc Democratic, au avut mai multe convorbiri în vederea aflării modalității reluării agitației, hotărând ca imediat ce Comitetul „ Acțiunii pentru pace” va începe să activeze, toți membrii fostului Bloc să se înscrie în această organizație, unde să activeze cât mai intens. S-a hotărât deasemenea, ca membrii Blocului să

participe la meetingul național-tărănist de la Arenele Romane, în grup și cu pancardă pe care să fie înscrise lozinci comuniste.

- o notă din anul 1936, arată că Scarlat Calimachi, Bujor, Mihăileanu și Gherasim, au trimis o telegramă prof. Constantinesci Iași, aflat în închisoarea militară de la Chișinău, prin care îl asigură de solidaritatea antifasciștilor din România în lupta pentru eliberare.

- într-o adresă oficială a D.G.P. din 18.VI.1937, se arată că în cursul lunii mai 1937, urma să apară în București o revistă cu caracter antifascist, scoasă de un grup de scriitori și publiciști notoriu cunoscuți pentru activitatea lor de stânga, în frunte cu Scarlat Calimachi, Tudor Teodorescu-Braniște și alții. Revista urma să apară sub titlul „Munca”, sub direcția avocatului Cruceanu. Printre colaboratori era desemnat și Albescu C-tin, secretarul și colaboratorul lui Calimachi, cunoscut pentru activitatea comunistă desfășurată în rândurile tineretului național-tărănist, din care organizație face parte și el. Pe lângă Calimachi, Teodorescu Braniște, Cruceanu și Albescu, s-au mai asociat publiciștii N.D.Coccea, Sandu Tudor, Al. Mihăileanu, E. Mihăileanu, Mihail Ralea și Sandu Eliad, toți cunoscuți pentru sentimentele și activitatea lor antifascistă.

În concluzie, adresa respectivă arată că apariția revistei proiectate fiind interzisă, inițiatorii urmăresc pe orice cale scoaterea unei reviste cu caracter de stânga.

- ziarul „ Porunca Vremii” din 29.VII.1937, cere „ arestarea comunistului Scarlat Calimachi, directorul ziarului „ Glasul nostru”, organ de propagandă bolșevică.

- ziarul „ Porunca Vremii” din 15.VIII.1937, scrie că s-a intervenit „ să se oprească de urgență apariția ziarelor Clopotul, Horia, Soarele și Raza, de sub conducerea lui Scarlat Calimachi, bine cunoscut prieten al U.R.S.S. și care a mai fost condamnat (la amendă) pentru activitatea din aceste ziare.

- o notă din 6.IX.1937. , scrie că Scarlat Calimachi face parte din „ Comitetul Național împotriva rasismului și antisemitismului”, formațiune comunistă camuflată. Nota arată că, cu ocazia Congresului care va avea loc la Paris între 12 și 17 septembrie 1937, Congres numit „ Adunarea mondială contra antisemitismului și rasismului”, va participa și o delegație română compusă din Scarlat Calimachi, Dr. N. Vasiliu, A. Mihăileanu, Ion Coloțel și av. I.Grozdea.

- o notă din 11.XI.1937, arată că întrucât delegația română care trebuia să plece la Paris nu a primit vizele necesare de plecare, atribuțiunile și împuternicirea de prim delegat al României la acest Congres , au fost trecute lui Scarlat Calimachi, care se afla de mai mult timp la Paris.

- într-o scrisoare din 5.XI.1937 av. Joja îi comunică lui Scarlat Calimachi, care se află la Paris, unele lămuriri în legătură cu activitatea asociațiilor „ Uniunea Democratică” și „Amicala Franco-Română”. Joja îl roagă pe Scarlat Calimachi să ia contact cu V. Basch, Herriot, d-na Brault, precum și cu alte personalități, pentru a pregăti constituirea Comitetului Francez de colaborare și asociația „ Amicala Franco-Română”.

- o notă din 7.XII.1937, arată că pe adresa mai multor instituții militare din Capitală s-a primit ziarul „ Deșteptarea”, o pu-

blicație în limba română a unui „Comitet de români stabiliți în America”. Gazeta respectivă apare în orașul Detroit și are printre colaboratori E. Bh. Bujor și Scarlat Calimachi.

- o notă din 14.XII.1937 semnaleză că în seara zilei de 12.XII. Scarlat Calimachi s-a reântors de la Paris, descinzând la hotelul Atene Palace. Aceași notă zice că în ziua de 13.XII, Calimachi a avut o întvedere cu Iuliu Maniu, căruia i-a arătat cum privesc cercurile franceze de stânga acțiunea P.N.Ț. În continuare nota arată că în timpul șederii sale la Paris, Calimachi a publicat o serie de articole în legătură cu situația prof. Constantinescu Iași și a d-nei Ana Pauker. Deasemenea, nota semnaleză că în cadrul activității asociației „Amicala Franco-Română”, Scarlat Calimachi și Atanase Joja au luat hotărârea de a trimite la Paris, pentru presa franceză o serie de articole în legătură cu ministrul Franței la București, A. Thiery, în care acesta va fi înfățișat ca un om lipsit de simț diplomatic, prizonier al guvernului liberal.
- o notă di 5. III.1938, arată că Scarlat Calimachi a făcut un amplu expozeu al situației politice din România.
- o notă din 19.I.1939, arată că Scarlat Calimachi într-o scrisoare trimisă soției sale care se afla la Paris, îi recomandă să ia legătura cu dr. A. Bacic, domiciliat în str. Lebel.Vincennes nr.6 și dr. Lazovet, domiciliat în Bulevardul Hanssman nr. 171, ambii din Paris, cari o vor ajuta.
- o notă din 12.II.1939, arată că prof. Constantinescu Iași trimite scrisori prietenilor săi din Franța (Pierre Cot, Victor Bash, Dolivet, Jean Perin, etc), prin intermediul lui Scarlat Calimachi, care pleacă la Paris.
- în februarie 1938, Scarlat Calimachi a publicat în ziarul francez „Clarte” din Paris, un articol cu titlul „Problema evreiască în România”, în care ia atitudine împotriva măsurilor cu caracter rasial luate în țară.
- o notă din 31.V.1939, arată că Scarlat Calimachi, împreună cu dr. Stanielevici și Georgescu, au constituit la Paris un Comitet cu misiunea de a face să parvină din România material informativ pentru Partidul Comunist.
- o notă din 1.VI.1939, arată că o delegație a Partidului Comunist din România din care face parte și Scarlat Calimachi a participat și la Conferința internațională ținută la Paris în zilele de 13 și 14 mai, din inițiativa „Comitetului mondial contra războiului și facismului”.
- o notă din 9.VI.1939, semnaleză că în ziarul „Deșteptarea” care apare în Detroit, U.S.A, ca organ de propagandă a românilor comuniști de acolo, a apărut la 27.V.1939, un articol semnat de Scarlat Calimachi. În acest articol se arată că „România trebuie să ducă o luptă politică de apropiere cu U.R.S.S, singura țară pacifică, cu care, în ultimul ceas, se poate încheia o alianță militară, menită să oprească marșul trupelor hitleriste”.
- notele din 29.IX, 3.X și 5.X.1939, arată că Scarlat Calimachi s-a întâlnit la „Cafe-ul Royal” cu ziaristul ungur Sigmet Emil Huszar, „cunoscut ca agent GPU și ca președinte al asociației MADOSZ, aflat în supraveghere”.
- o notă din 6.X.1939, arată că serviciul cenzurei a acordat „bun de imprimat” lucrării lui Scarlat Calimachi, intitulată „activitatea parlamentară a lui Gh. Vernescu”.

- o notă din 28.III.1940, arată că Scarlat Calimachi, căsătorit cu fosta artistă de teatru Dida Solomon, concentrat cu gradul de sublocotenent de rezervă, are legături cu Vladimir Sevelev de la Legația Sovietică. În încheiere nota spune că pentru activitatea sa din cadrul P.C.R., Calimachi ar trebui cercetat.
- o notă din 14.X.1940, semnalează că Scarlat Calimachi s-a întâlnit cu Sevelev Vladimir de la Legația U.R.S.S.
- într-o notă de investigații din 5.XI.1940, se arată că Scarlat Calimachi, născut în București în 1896, român ortodox, domiciliat în Bulevardul Elisabeta Nr.95 A, apartamentul 71, împreună cu soția sa Dida, născută în București, în anul 1902, româncă, de religie catolică. Au un fiu, Dimitrie, născut în București în 1926, elev.
- într-un referat din 29.XI.1940, se arată că Scarlat Calimachi este printre fruntașii români cari fac legătura între Partidul Comunist și Legația sovietică. Același referat arată că Scarlat Calimachi s-a întâlnit cu Vladimir Sevelev, atașat de presă sovietic, în ziua de 24.III.1940, și că în zilele de 24 și 25.X.1940, a vizitat Legația sovietică.
- într-un tabel, fără dată, probabil din 1940, de comuniști internabili seria a-II-a, figurează și Scarlat Calimachi.
- într-un tabel, tot fără dată, probabil din 1940, de „simpatizanți și adepții ideologiei comuniste, cari instigă masele ceferiste la acțiuni comuniste”, figurează și Scarlat Calimachi.
- „Porunca Vremii” din 8.I.1941, arată că printre fondatorii societății „Prietenii Uniunii Sovietelor din România”, cari au publicat un apel de înscriere în asociație, în ziarul „Cuvântul Liber”, din 24.VII.1934, figurează și Scarlat Calimachi.
- o adresă a S.S.I. din 21.I.1941, cere internarea în lagăr lui Scarlat Calimachi, pe motivul că este un „cunoscut agitator comunist”, care se ocupă cu procurarea de informații pentru Legația sovietică.
- o adresă din 12.II.1941, arată că printre intelectualii comuniști figurează și Scarlat Calimachi, cunoscut sub numele de „Prințul”. Rolul încredințat acestuia a fost întotdeauna acela de a ține legătura cu cercurile bine informate din jurul diferitelor personalități străine, ca de pildă ziariști, legații, etc., sau cu cercurile burgheze anticomuniste românești, unde mișcarea comunistă nu ar fi avut posibilitatea de a se informa. Nota scrie în continuare că Scarlat Calimachi fiind bine cunoscut în cercurile stângii franceze, i s-au încredințat în trecut diferite misiuni la Congresele și reuniunile de la Paris, unde a desfășurat o vastă activitate comunistă. Datorită acestei activități, sub regimul Ex-regelui Carol a fost internat, împreună cu un număr de militanți comuniști, într-un lagăr de concentrare. În acest timp, scrie nota, s-a dovedit a fi avut o atitudine de care partidul Comunist a apreciat-o ca fiind justă. În octombrie 1940, Scarlat Calimachi a fost eliberat din lagăr grație intervenției vărului său Ghica, pe atunci Director General al Siguranței Statului. Nota spune că P.C.R. a știut de intervenția lui Ghica și nu a avut nimic de obiectat.
- ziarul Universul din 28.III.1941, arată că printre cei cărora li s-au fixat domiciliu obligatoriu, este și Scarlat Calimachi.
- o notă din mai 1941, scrie că Legația americană ar fi în posesia mai multor memorii făcute de cei cari au fost în lagărele de

concentrare, memorii cari vor fi publicate în ziarele americane, între cari și un memoriu făcut de Scarlat Calimachi.

- o notă din 9.VII.1941, arată că lui Scarlat Calimachi i s-a eliberat pașaport, grație vărului său Ghica.
- o notă din 7.VIII.1941, arată că, Scarlat Calimachi a avut o convorbire telefonică cu un oarecare Roth din Budapesta.
- o adresă oficială a D.G.P. din 16.VIII.1941, arată că Scarlat Calimachi are domiciliu obligatoriu la locuința sa din București din Bulevardul Elisabeta nr. 95. B, fiind strict supravegheat de organele polițienești.
- dintr-o fișă a lui Fekete Ludovic, fost membru al P.C.R., rezultă că acesta era bun prieten cu Scarlat Calimachi.
- o notă din 5.II.1942, arată că Dida, soția lui Scarlat Calimachi a fost vizitată de Sorana Gurianu.
- o notă din 4.IX.1942 scrie că Scarlat Calimachi „duce o acțiune revoluționară”, el îndrumă activitatea mișcării comuniste din România.
- o notă din 22.XII.1942, arată că în ziua de 23.XII.1942, a avut loc premiarea piesei „Calea Văcărești”, rolul principal fiind deținut de Dida Solomon, soția lui Scarlat Calimachi.
- o notă din decembrie 1942, arată că Scarlat Calimachi a fost văzut în ziua de 13.XII.1940, la bodega pasagiul Comedia, în tovărășia lui Crișu Axente, fost prefect legionar de Mehedinți. Nota spune că ei se întrețineau foarte amical, discutând încet, ferindu-se de observații și mai ales auziți.
- într-un tabel din 1942, de membrii marcanți ai P.C.R. se arată că Scarlat Calimachi are legături cu Crișu Axente, fost prefect legionar.
- într-o notă din 4.XI.1943, scrie că lui Scarlat Calimachi i se aduc acuzații că ar fi scris articole antisovietice la începutul războiului.
- într-un tabel din anul 1944, de comuniști propuși pentru internare, figurează și Scarlat Calimachi.
- o notă din 27.VI.1944, arată că Scarlat Calimachi prietenul lui Demostene Botez, împreună cu N.D.Coccea, Suchianu și alții, desfășoară o acțiune de captare de aderenți la mișcarea lui Ralea.
- o notă din 16.X.1944, arată că Uniunea ziariștilor profesioniști a ținut o adunare generală pentru creierea sindicatului unic al ziariștilor. Între membrii biroului a fost ales și Scarlat Calimachi.
- ziarul „Tribuna Poporului”, din 6.XII.1944, arată că în cadrul Asociației ARLUS, la secția presă a fost ales ca secretar Scarlat Calimachi.
- ziarul „Victoria” din 23.XII.1944, publică un articol semnat de Scarlat Calimachi, în care ia atitudine împotriva guvernului pe chestiunea criminalilor de războiu.
- într-un tabel de vizitatori ai Legației Greciei între 15 și 20.IX.1944, figurează și Calimachi, principe care a vizitat Legația în ziua de 20.XII.1944.
- ziarul „Victoria” din 23.XII.1944, publică un articol semnat de Scarlat Calimachi, în care arată atitudinea de înțelegere a Uniunii Sovietice în legătură cu aplicarea condițiilor de armistițiu.
- ziarul „Victoria” din decembrie 1944, publică un articol semnat de Scarlat Calimachi, în care acesta îl atacă pe Mihalache.

- la 5.I.1945, tot în ziarul „Victoria”, Scarlat Calimachi publică un articol în care îl atacă pe Iuliu Maniu, arătând-ul că este sprijinitor al fascismului și un aprig dușman al muncitorimii și al U.R.S.S.
- în numerele din 9 și 14 ianuarie 1945, Scarlat Calimachi publică articole în legătură cu epurația. În numerele acestui ziar din 12 ianuarie și 9 februarie 1945, publică articole în legătură cu problema criminalilor de războiu.
- „Scân-teia” din 12 ianuarie 1945, arată că printre cei cari au participat la deschiderea librăriei Cartea Rusă, este și Scarlat Calimachi.
- „Scân-teia” din 18 ianuarie 1945, arată că Scarlat Calimachi a fost numit membru în Comisia de epurare a presei.
- o notă din 15.V.1945, scrie că Scarlat Calimachi din Ministerul Propagandei, admite publicarea în ziarul „Drapelul” a ziaristul Ion Vinea, cu care este bun prieten.
- o notă din 27.VI.1945, scrie că Scarlat Calimachi s-a lansat într-o serie de afaceri. Una dintre acestea, scrie nota, este înființarea societății „Fruco”, cu sediul în Strada Regală nr. 9, la care Calimachi a subscris 6 milioane din capitalul total de 20 de milioane. Calimachi este președintele consiliului de administrație al acestei societăți.
- o notă din 3.XII.1945, arată că Scarlat Calimachi a conferențiat în sala cinematografului Trianon, cu prilejul celei de-a 8-a aniversări a Constituției Staliniste.
- într-o notă din 1945, în legătură cu George Beza se arată că acesta a cunoscut între alții și pe Scarlat Calimachi.
- într-un referat din 9.I.1946, se arată că prințul Calimachi a făcut o vizită d-nei Brown Saly Elisabeta, născută la Chicago 1907, supusă americană, soția lui Brown James de la Legația americană, sosită în București la 5.X.1945, numita a stat în balconul Hotelului Athenée Palace împreună cu prințul Calimachi.
- o notă din 4.V.1946, arată că Scarlat Calimachi face parte din Consiliul de Administrație al Societății Pral din Strada Regală nr. 9.
- o notă din 19.X.1946, arată că Herscovici Leon, cunoscut sub pseudonimul literar de Alexandru Leon, membru al Partidului Comunist, a avut în trecut sarcina de a redacta numeroase ziare comuniste la Botoșani, sub conducerea lui Scarlat Calimachi.

Eveniment

■ SABIN DRĂGULIN

Facultatea de Științe Politice a Universității Creștine „Dimitrie Cantemir” și Revista *Sfera Politicii* au organizat în data de 29 aprilie, la sediul facultății, o dezbatere cu tema „Mass media și comunicarea politică”. Invitatul special al acestei dezbateri a fost profesorul Gianmarco Cifaldi de la Universitatea G. D’Annunzio-Chieti, Pescara, Departamentul de Științe Sociale. Invitat de Facultatea de Științe Politice, în cadrul schimburilor inter-universitare, profesorul Gianmarco Cifaldi a ținut o prelegere în care a atras atenția asupra raportului dintre mass media și comunicarea politică.

Prima parte a alocuțiunii a fost rezervată prezentării lucrării „The Right to Privacy”, publicată la Boston în anul 1890 de către Samuel D. Warren și Louis D. Brandeis. Această lucrare este un eseu care pune bazele teoretice ale dreptului la privacy. Accentul analizei a fost pus pe raportul dintre libertatea de expresie și obligația respectării dreptului la viața privată ca garanție a ceea ce Kant numea respectarea demnității persoanei. Această temă a stat și stă în atenția parlamentarilor europeni deoarece apărarea dreptului la „privacy” nu înseamnă o acțiune de tip conservator a societății în fața dezvoltării tehnologiei. Se dorește mai degrabă promovarea unor norme prin care sunt apărute valorile fundamentale ale democrației ce se bazează pe principiul fundamental al respectării libertății și demnității persoanei.

A doua parte a prelegerii a fost rezervată prezentării conceptului de partid politic, a analizei grupurilor de presiune și a modalităților prin care este realizată comunicarea politică. Profesorul Cifaldi a folosit mai multe exemple din peninsula în intenția de a explica cât mai bine conceptele pe care le-a folosit.

La încheierea prezentării studenții a pus o serie de întrebări care au atins teme diverse. Un subiect dezbătut de cei prezenți a fost tipul de informații care apar în mass-media și impactul acestora atât la nivelul politicului dar și al cetățeanului. Imaginea românilor în Italia și modul în care mass-media din peninsula reflectă anumite evenimente cu puternic impact emoțional a fost un subiect dezbătut pe larg. În același timp, din perspectiva comunicării politice, s-a pus problema tipului de mesaj electoral și a tipului de campanie promovate de partidele politice italiene în alegerile generale din anul 2008. S-a adus în discuție modul în care cazul Mailat a fost folosit în campania electorală pentru a atrage voturile cetățenilor. Dezbaterile au fost vii, s-au articulat coerent, un merit deosebit revenind studenților, ale căror intervenții au făcut dovada interesului lor pentru un subiect de o mare relevanță pentru lumea politică în care trăim.

Participarea profesorului Cifaldi la conferința organizată de facultatea de Științe Politice din cadrul Universității Creștine Dimitrie Cantemir și revista *Sfera Politicii* pe tema „Mass-media și comunicarea politică” a fost o experiență pozitivă, permițând studenților și cadrelor universitare prezente să i-a contact cu un univers de gândire european.

Comunicare fără participare și democrație fără popor

■ DAN PAVEL

The crisis of democracy and of democracies have multiple causes and contexts. The informational and communicational explosions contributed at the deterioration of democracy, as they speed up the breakdown of Soviet communist totalitarian regimes. But their effects in consolidated democracies and fragile, unconsolidated democracies are quite different and uneven. The trust of citizens in democracy and institutions declined severely, while media and the new communication channels associated with the Internet contributed at the erosion of democracy. The author calls this political regime post-democracy.

Keywords:

democracy crisis; post-democracy;
communication without participation;
democracy without people

Una dintre realitățile incommode ale lumii contemporane este criza democrației. Criza democrației și criza democrațiilor. Indiferent de vechimea sau gradul lor de consolidare, democrațiile sînt în criză. Înainte de criza financiară și economică mondială și independent de ea, precum și după consumarea acesteia, democrația a fost, este și va rămîne într-o criză profundă¹. Nimeni nu știe cît va dura, dar se poate observa cît de diferit răspund sistemele politice la noile provocări. Modul în care democrațiile lumii răspund la criză diferă substanțial. Anumite democrații vor ieși întărite din criză. Altele vor termina cu totul aventura lor democratică. Pentru cei mai mulți dintre noi, marea întrebare este unde se va situa România la sfîrșitul crizei democratice. Dar o mare parte din răspuns îl cunoaștem deja, pentru că zilnic ne este pus la dispoziție prin mijloacele moderne de comunicare în masă.

Criza democrațiilor este observabilă și măsurabilă, parțial explicabilă, parțial inexplicabilă. Teoria democrației trece în momentul de față printr-o profundă prefacere a paradigmelor. Vechile explicații nu mai sînt suficiente. Încrederea cetățenilor din lumea întreagă și de la noi în democrație și în instituțiile

¹ Am formulat *teoria celor trei crize* în mai multe texte. În particular vezi textul meu din numărul special „Criza” din *Sfera Politicii*, Anul XVII, Nr. 133, Dan Pavel, „Preliminarii epistemologice la teoria crizei.”

democratice este în scădere. Participarea universală și egalitatea politică a cetățenilor par astăzi principii democratice irealizabile. În mod absolut paradoxal, unii dintre factorii care au grăbit procesul degradării democrațiilor au fost explozia informațională și explozia comunicațională. Paradoxal, pentru că democrația a fost și părea a fi în continuare sprijinită de lărgirea cunoașterii, de răspîndirea ei prin comunicare, atît prin canalele sale mediatice, cît și prin noile canale alternative asociate Internetului. Ținea de *common knowledge* faptul că explozia informațională, diversificarea și multiplicarea mijloacele moderne de comunicare în masă ar fi contribuit la căderea regimurilor totalitare comuniste. Mulți uită de amendamentul că s-au prăbușit doar regimurile comuniste de tip sovietic.

Una dintre explicații se leagă de natura exploziei comunicaționale, care acționează ca un factor de multiplicare a unor cauze, variabile, influențe, indiferent de natura pozitivă sau negativă, benefică sau malefică a acestora. Totul este adus „la suprafață”, pentru că fluxul informațional și comunicațional nu mai poate fi controlat. În regimurile democratice consolidate, media și noile mijloace de comunicare întăresc cu precădere aspectele pozitive ale democrației, chiar dacă nimic nu interzice în principiu exercitarea influenței negative a presei de scandal (*yellow journalism*) ori site-urile rasiste, xenofobe, antisemite, antiamericane, antieuropene, antidemocratice, antiliberales, anticapitaliste, antiglobaliste, care promovează *hate-speech*, precum și alte fenomene anomice. În democrațiile fragile, neconsolidate, se constată că **diversificarea, sofisticarea mijloacelor de comunicare în masă, precum și proliferarea canalelor alternative de comunicare asociate Internetului au efecte preponderent subversiv-perverse asupra democrațiilor**, în vreme ce influența lor pozitivă a ajuns să fie o excepție. În textul care urmează mă voi limita la spațiul politic autohton. În loc să contribuie exclusiv la consolidarea democrației, cum ne-am închipuit la început, media și canalele/facilitățile asociate Internetului au funcționat/ funcționează și ca factori de multiplicare a clișeele, automatismelor, stereotipurilor și maladiilor spirituale care au adus starea morală și intelectuală a națiunii în stadiul de precaritate, turpitudine, cinism, relativism și degradare observabil cotidian. **Trăim în postdemocrație.**

Anacronismul este evident, pentru că trăim în postdemocrație fără a fi apucat să trăim în democrație. De aceea, este mai prudent să nu mai folosim expresii a căror acoperire factuală este îndoielnică: nu putem vorbi de o scădere a participării politice, nici de o scădere a participării civice, din moment ce nu a existat o creștere a lor. Analizele lui Robert Putnam din ultimul deceniu cu privire la scăderea participării civice și a participării politice din SUA au pentru noi relevanță minimală, simbolică, doar în măsura în care vrem să înțelegem o lume din care noi nu facem parte¹. Rămîne însă un fapt, observabil, măsurabil și la noi, scăderea participării electorale a cetățenilor, una dintre puținele forme de participare politică.

Niciodată în perioada postcomunistă nu s-a putut vorbi în România despre presă ca despre „a patra putere în stat”, precum în spațiul anglo-saxon. Și asta nu pentru că destui oameni de presă nu și-ar fi dorit-o și nu ar fi încercat, ci pentru motivul foarte simplu (și ușor de explicat logic) că nu a existat separarea puterilor în stat. Înainte să existe o „a patra putere” trebuie să existe „cele trei puteri”, care să fie separate, iar raporturile lor să intre în categoria *checks and balances*. Simplificînd, dar nu excesiv, din 1989 încoace a fost criticată, cam fără folos, lipsa de independență a puterii juridice (mereu semnalată de Comisia Europeană și de Parlamentul European, de U.S. State Department, de numeroase „international non-governmental organizations”), excesiva subordonare a puterii legislative față de puterea executivă, precum și a puterii exe-

1 Considerate de mulți cea mai complexă cercetare de *political science* din ultimele decenii, ipotezele și teoriile lui Putnam despre „bowling alone”, *social capital*, *intracohort and intercohort change*, participare civică, *making democracy work*, merită cunoscute și de către alții decît studenții mei de la științe politice, prin urmare le las lor plăcerea documentării și studiului bibliografic.

cutive față de partidul ori coaliția de partide aflate la putere. Presa a atacat și criticat constant această realitate. Și-a făcut însă datoria numai pe jumătate, pentru că nu a acționat în sens constructiv, nici pentru sprijinirea celor trei puteri în stat, în procesul lor de consolidare și separare (iar similaritatea cu partidele politice trebuie semnalată), nici pentru consolidarea altor instituții ale democrației, nu și-a exercitat funcțiile pentru care în altă parte este numită „a patra putere în stat”. Constant, presa „le-a dat în cap” politicienilor, indiferent unde se aflau în arhitectura instituțională democratică, contribuind dacă nu la crearea, cel puțin la înrădăcinarea puternică în mentalul colectiv a clișeului „politicianul vinovat pentru toate”, mecanism clasic de găsire a „țapului ispășitor”¹. Apariția la noi cu mare întârziere și prin mimetism cultural, tehnologic, a canalelor asociate Internetului, inclusiv a blogurilor, nu a schimbat mare lucru din atitudinea predominantă în cadrul mijloacelor de comunicare în masă. Cu toate că mulți salută proliferarea site-urilor politice, a blogurilor politice, intensificarea comunicării politice, specialiștii în comunicare ezită în a recunoaște adevărul lipsei de impact pozitiv a comunicării politice, a mijloacelor de comunicare în masă, a canalelor alternative asupra participării civice, politice și electorale. Scăderea participării la vot este concomitentă cu creșterea spectaculoasă, diversificarea formelor convenționale și nonconvenționale de comunicare politică. Este o corelație inversă și în ciuda faptului că matematic nu este o relație invers proporțională strictă, dacă ar vrea cineva să-i ironizeze pe comunicatori ar putea să speculeze afirmând că tocmai intensificarea activității lor a produs scăderea participării electorale și dezinteresul pentru participarea politică. În realitate, scăderea prezenței la vot, cotele modeste de participare politică și civică au cauze multiple. Au și alte cauze, ca să fim riguroși.

Teoria democrației este un demers simultan descriptiv și prescriptiv. Ea pornește de la studierea zecilor de state care au trecut/căzut testul democratizării, pentru a observa similitudinile, diferențele, factorii, cauzele, variabilele implicate. În același timp însă, teoria democrației funcționează și ca un set de recomandări, standarde, valori, reguli, principii, norme care trebuie puse în practică pentru a instaura, consolida, corecta democrațiile existente ori sistemele politice aflate în tranziției. Este mai ușor să operezi cu teoria democrației când ai la dispoziție întregul ei univers de discurs și aplicabilitate decât să o restrângi la un singur caz particular. Mai ales dacă acel caz particular este România, folosirea teoriei democrației atât în sens descriptiv, cât și în sens prescriptiv este problematică.

Din punctul de vedere al teoriei democrației, prioritară este cercetarea și explicarea cauzelor impactului pozitiv restrâns al comunicării, al mijloacelor de comunicare în masă, al presei, al mijloacelor nonconvenționale de comunicare asupra participării electorale, politice și civice a indivizilor și colectivităților. Fenomenul democrației fără popor se asociază strâns cu fenomenul comunicării fără participare. Dacă treptat oligarhia se substituie democrației, tot așa se poate observa cum **comunicarea se substituie participării**. Comunicarea devine scop în sine. Chiar dacă mijloacele de comunicare în masă ori cele de comunicare interpersonală și intersubiectivă s-au diversificat și cuprind tot mai mulți oameni, ei nu mai sînt cetățeni, ci *telespectatori*, *radioasculțători*, *internauți*, *bloggări*, etc., ceea ce confirmă caracterul vizionar al tezei *The medium is the message* formulate de Marshall McLuhan în anii '60². Prin urmare, nici nu mai contează participarea ori democrația, care sînt „mesaje”, „conținuturile,” ci doar mijlocul de comunicare în sine. Cetățeanul real a fost înlocuit de cetățeanul virtual, în cel mai bun caz. Pentru că în cel mai rău caz, votul ori participarea la o acțiune

1 Una dintre cele mai profunde contribuții la cercetarea acestui fenomen este cartea lui Rene Girard, *Le Bouc Emissaire*, publicată în 1982, tradusă în românește la editura Nemira, *Țapul ispășitor*, în 2000. Istoric și filosof atașat lui Tocqueville, Girard oferă în cartea sa explicații cu privire la mecanismele sociale de „găsire a vinovatului”, mereu altcineva decât sinele individual sau colectiv, care se potrivesc perfect situației din România sau alte țări neconsolidate democratic.

2 Vezi Marshall McLuhan, *Understanding Media: The Extension of Man* (New York: Mentor, 1964).

concretă au fost înlocuite de o opinie pe Internet. În loc să meargă la vot, mulți preferă „să facă mișto” de candidații independenți sau ai partidelor de tot felul și de cei care merg la vot. În loc să participe la o demonstrație de protest în fața Guvernului României, a partidului X sau Y aflat în coaliția de guvernare, a Parlamentului, „cetățeanul virtual” postează o opinie despre respectivele. Șansa ca acea opinie să conteze în viața politică reală este redusă. Dacă analizăm formele de participare civică, voluntară, dezinteresată, la organizațiile societății civile care ar trebui să preia miile de probleme față de care statul, guvernele, primăriile, administrațiile, birocrațiile sînt impotente, situația ar fi de-a dreptul dezastruoasă.

Am citit multe texte, am văzut și am ascultat multe proiecte cu privire la comunicarea politică, iar ceea ce m-a izbit a fost incapacitatea autorilor de a ieși din adulația canalului respectiv de comunicare sau a mai multor canale, noi sau vechi. Este un fenomen de autoreflexivitate în care actul reflexiv este anulat. Mai pe înțelesul oamenilor, un fenomen de autocentrare asupra canalului de transmitere a informației, imaginilor, sunetelor, fără a mai da importanță conținutului ori în cel mai bun caz prin luarea în considerare a unor „conținuturi” minimale, neimportante. Ceea ce nu au aflat toți acești autori și comunicatori este că într-o democrație¹ cel mai important criteriu prin care judecăm comunicarea politică este modul în care aceasta face față exigențelor transmiterii dimensiunilor descriptive și prescriptive ale democrației, valorilor, principiilor, normelor, procedurilor democratice.

În categoria „comunicatorilor” intră și subcategoriile consultanți de imagine, specialiști în PR, brand-maker-ii, blogger-ii, pentru care comunicarea politică, iar în particular comunicarea electorală se reduce exclusiv la aspectele formale ale imaginilor, sunetelor, informațiilor transmise. Nu mai contează nimic altceva decît imaginea, sunetul, forma, brandul, contextul imagistic, acustic, informațional, mediatic, prezența cu orice preț pe site ori pe blog (chiar dacă sau mai ales dacă nu ai nimic de comunicat și nici expertiză cu privire la democrație, politică, instituții, cultură ș.a.m.d., ci doar simple impresii personale, irelevante), înregimentarea în rețele de personalizate, cronofage, care creează dependența de apartenența la comunități artificiale (Facebook, Twitter ș.a.m.d.), atragerea cu orice preț a atenției și a reclamei, audiența, tirajul. Se comunică cu o intensitate înmiată față de alte perioade istorice, chiar apropiate, dar conținuturile, substanța, esența, logica dezbaterii democratice și a participării politice au dispărut. În cel mai bun caz ele apar cu funcții decorative. Mijloacele de comunicare în masă, precum și canalele alternative, non-convenționale, virtuale de comunicare (în masă, personalizate, de nișă), toate acestea au devenit scopuri în sine. Mai clar, mijlocul a devenit scop, mijloacele au devenit scopuri. Or, scopul și scopurile erau, sînt și vor rămîne democrația, consolidarea democratică, participarea politică reală la viața politică reală, cultura civică, statul de drept, nu comunicarea în sine și cu orice preț, care mută totul în existența virtuală.

1. Cînd mă refer în acest text la „democrație” folosesc termenul în sens descriptiv maximal, dinamic, pentru a include pe lîngă democrațiile consolidate, pe lîngă democrațiile liberale, și democrațiile aflate în tranziție către democrație, pe acelea care în mod deliberat au refuzat să adopte anumite standarde, norme, criterii, proceduri și principii democratice, deși au adoptat altele, precum și cele care au început deja să se îndepărteze de ideal, postdemocrațiile. Definesc **postdemocrația** ca un tip de democrație parțială, imperfectă, minimală ori degradată, din care pot face parte foste democrații consolidate, dar intrate în regres ori atinse de „refluxul democratizării”, pseudodemocrații, precum și democrații aflate în tranziție (tranziție interminabilă) ori pe cale de consolidare (consolidare iluzorie, precum în „mitul meșterului Manole”), dar care au ratat obiectivul. Desigur, tipologia postdemocrațiilor este mult mai vastă. Și mai trebuie adăugat că în afara tipologiei mai există cazuistica. De cazuistică trebuie să ținem seamă, pentru simplul motiv că existența unor cazuri unice nu legitimează transformarea acestora în tipuri, așa cum procedează greșit metodologic și logic, o serie întreagă de autori. România nu este singura țară fostă comunistă ajunsă la stadiul de postdemocrație care nu a trecut prin stadiul de democrație consolidată. Rusia din „epoca Putin” a fost și este caracterizată drept „*illiberal democracy*.”

Nu este de mirare faptul că la această imensă evadare în comunicare și virtual au aderat cu entuziasm indivizi, grupuri, comunități din spațiile extrademocratice, cum ar fi lumea islamică ori regimul comunist chinez, captiv în dileme sau contradicții ireconciliabile. Democrația a fost pusă între paranteze. Ca să dau un exemplu de notorietate, teroriștii din grupul Al Qaeda sînt mari comunicatori. Și Hitler era un comunicator excepțional. În epoca noastră de imbecilizare comunicațională, dacă marii criminali precum Adolf Hitler, Iosif Visarionivici Stalin ori Ossama ben Laden ar avea blog, ar fi cele mai citite. Fiind însă mai inteligenți decît cetățenii virtuali, respectivii ar acționa imediat pentru a determina dinamizarea participării la acțiunile lor politice radicale.

Epoca exploziilor (informațională și comunicațională) face praf reperele politice și democratice. Sînt mai multe explicații. Una dintre ele se leagă de caracterul oximoronic al democrațiilor liberale: valorile fundamentale ale democrației și liberalismului sînt contradictorii. Egalitatea și libertatea intră în contradicție, mai ales cînd una dintre ele sau ambele sînt exagerate. Libertatea este în contradicție și cu ordinea. De aici și cele două dileme fundamentale ale modernității: cea între libertate și egalitate; cea dintre libertate și ordine (or, în altă exprimare, dintre libertate și securitate). Despre aceste raporturi s-au scris nenumărate texte, așa că nu voi intra în detalii, ci doar le menționez aici cu titlu de inventar.

O altă explicație se leagă de egalitatea prost înțeleasă. De pildă, dacă ne uităm la ceea ce se petrece în spațiul numit „blogosferă”, un spațiu al egalității virtuale, unde oamenii beneficiază din plin de libertatea de expresie, observăm că sînt anulate toate distincțiile relevante dintre experți, profesioniști, meritocrați și diletanți, semidocti. În virtutea dreptului egal la exprimare și opinie, pe care nu trebuie să-l contestăm, diletanții (iar termenul este un eufemism) se amestecă în probleme la care nu se pricep, iar alți diletanți, care nici nu pricep diferența dintre „datul cu părerea” al semidoctilor și expertiza pe domenii de specialitate a experților, „arbitrează” diferendele, utilizînd însă criterii diferite decît expertiza, profesionalismul, inteligența, raționalitatea, logica. Este un spațiu antimeritocratic. Democrația negativă. Problema este veche de cîteva mii de ani. În antichitatea greacă, Socrate combătea ideea participării diletanților la luarea deciziilor din cea mai grea știință, cea despre „binele cetății”, politica. Teoriile lui Socrate cu privire la aspectele nocive ale democrației, diletantis-mul „demosului” și inoportunitatea amestecului în politică a „celor mulți” au atîrnat greu în procesul care i s-a înscenat și în condamnarea sa la moarte. La rîndul său, Alexis de Tocqueville a scris pagini magistrale despre modul cum poate fi combătută „tirania majorității.” Cînd ne referim la tratamentul de care beneficiază democrația în presă și blogosferă, termenul adecvat este „tirania opiniei.”

Pentru cei nefamiliarizați cu limbajul, conceptele, ipotezele și teoriile implicite sau explicite din rîndurile de mai sus, trebuie să fac anumite precizări și explicitări. Se spune că „ești ceea ce citești.” Ca și celelalte formule identitare simpliste din aceeași categorie (ești ceea „ce mănînci,” „ceea ce îmbraci,” „ceea ce visezi,” „ceea ce îți dorești”), chiar dacă nu în aceeași formulare dogmatică („spune-mi cu cine te împrietenești, ca să-ți spun cine ești”), ea trebuie serios amendată și explicată. Mai mult decît ceea ce citești contează ceea ce înțelegi, ceea ce reții, conceptele cu care operezi, ceea ce recitești, ceea ce studiezi, ceea ce citezi, ceea ce predai, ceea ce scrii, ceea ce publici, ceea ce analizezi, ceea ce explici, cărțile, studiile, articolele, textele la care te trimit alte cărți, studii, articole, texte citite. Prin urmare, sensul și semnificația unor concepte, termeni, cuvinte pe care le folosim sînt extrem de diferite. Cînd un specialist gîndește/scrie/vorbește despre democrație, el se raportează la zece ori douăzeci de definiții ale democrației, iar de fiecare dată cînd folosește termenul indică definiția sau definițiile la care se gîndește, autorul care le-a formulat, criteriile pe care le-a utilizat; mai mult, el se gîndește și operează cu bibliografia teoriei democrației și teoriei democratizării, pe care a tot lărgit-o și a tot aprofundat-o de cînd predă un curs de teoria democrației sau cursuri conexe ori de cînd tot scrie stu-

dii și cărți de teoria democrației. Acești specialiști editează numere speciale despre teoria democrației în revistele de știință politică, fac cercetări cantitative și calitative asupra realității politice și democratice, coordonează cercetările studenților sau tinerilor cercetători sau ale unor institute de cercetare, *think tanks*, sau chiar publică reviste care în mod explicit și exclusiv se ocupă de problema respectivă¹. Când un diletant vorbește în presă sau în blogosferă despre democrație, el poate fi imediat depistat datorită incoerenței, impreciziei terminologice, confuziilor pe care le face, lipsei de logică, inculturii, incapacității de a face distincții, ș.a.m.d².

Ambiguitatea mijloacelor de comunicare în masă caracterizează și noile canale de comunicare asociate Internetului. Dintre multe analize care subliniază și partea „întunecată” a mediei moderne merită semnalată una, făcută de unul dintre cei mai importanți teoreticieni ai democrației, Giovanni Sartori, în volumul *Homo Videns. Imbecilizarea prin televiziune și postgîndirea*³. Legăturile complexe dintre politică, politica democratică, politica dictatorială, totalitară ori de alt tip, media, comunicare (în particular comunicare politică) trebuie analizate cu precauție, pe baza cercetărilor factuale și acumulărilor cognitive din fiecare domeniu, nu al opiniilor exprimate de personaje charismatice, notorii ori doar confuze, dar lipsite de cultura de specialitate. Când este incomod să faci zeci de trimeri la surse, iar limita de spațiu tipografic te împiedică să folosești toate reperele literaturii de specialitate, este recomandabil să nu părăsești complet domeniul și să păstrezi viu contactul cu „nucleul dur” al unui domeniu sau teorii. Pentru mine, „nucleul dur” al teoriei democrației este reprezentat de triada Tocqueville-Sartori-Putnam⁴. Din acest spațiu poți cerceta orice are legătură cu democrația, inclusiv rolul mijloacelor de comunicare în masă, al presei, Internetului. Și mai ales poți învăța cum să limitezi influențele lor negative sau chiar cum să le transformi în influențe pozitive. Cu sau fără ajutorul noilor inamici ai democrației, cei crescuți, educați și formați în democrație, care acum își înfig cuțitele lor lungi în spatele democrației, cu o satisfacție nedisimulată.

1 Cel mai important exemplu este revista *Journal of Democracy*, ai cărei editor este National Endowment for Democracy, o instituție *bipartisan*, condusă adică de un republican și de un democrat. NED a sprijinit de la înființare răspîndirea și consolidarea democrației în lume. Cei interesați pot citi numeroase surse bibliografice, semnificativ este însă că la începutul anilor '90 președintele de atunci al României denunța cu minie proletară sprijinul dat de National Endowment for Democracy unor mișcări de opoziție, care protestau împotriva abuzurilor antidemocratice ale conducerii de atunci a țării noastre.

2 Am multe exemple în vedere, dar am să dau unul recent: pe 8 iunie 2009, pe Hotnews, avea loc o discuție între doi domni cu privire la eventualele beneficii ale votului obligatoriu, iar titlul textului suna astfel „Bloggerii politici MoROmeTe și Doc: votul obligatoriu poate rezolva problema absenteismului, poate duce chiar și la creșterea gradului de cultură politică.” Oricine a făcut studii de specialitate știe că sînt cîteva concepte în *political science* a căror definire precară semnifică diletantismul. Un concept cheie este cel de **cultură politică**. Există tipuri de cultură politică, nu pot fi grade. Există grade doar în conceptele de cultură ori incultură. Chiar și analfabetul analfabeților are o cultură politică, chiar și un canibal sălbatic din junglă are cultură politică, de un anumit tip. Pentru sistemul de referință al definirii conceptului de cultură politică, precum și analiza empirică, factuală a culturii politice democratice, căreia i se mai spune *cultură civică*, ca factor crucial în deosebirile dintre democrațiile lumii, vezi Gabriel Almond, Sidney Verba, *Cultura civică. Atitudini politice și democrație în cinci națiuni*, traducere și studiu introductiv de Dan Pavel (București: Editura DU Style, CEU Press, 1996). Mulți politicieni au comis adesea erori de apreciere de tipul „poporul nostru” ori „electoratul nostru nu are cultură politică”, mai ales cînd nu erau votați.

3 Vezi Giovanni Sartori, *Homo Videns. Imbecilizarea prin televiziune și postgîndirea*, traducere de Mihai Elin (București: Humanitas, 2005).

4 Nu voi intra în detaliile bibliografice ale triadei Tocqueville-Sartori-Putnam, pentru simplul motiv al lipsei de timp. Voi continua însă această cercetare într-o carte, pe larg, fără limitări de timp și spațiu.

Dreptul la viață privată

■ GIANMARCO CIFALDI și CĂLIN SINESCU

Privacy is a fundamental human right that underpins human dignity and other values such as freedom of association and freedom of speech. It has become one of the most important human rights of the modern age, being recognized around the world in various regions and cultures. It is protected in the Universal Declaration of Human Rights, the International Covenant on Civil and Political Rights, and in many other international and regional human rights treaties. This article aims to emphasize the evolution of the concept of privacy, the importance of such an item in the contemporary world, inherently submitted to the globalization process, and the main international and European provisions regulating the right to privacy.

Keywords:

privacy, right to privacy, right to intimacy, privacy protection, personal identity, self-determination, data protection

Introducere

Siguranța în tratamentul datelor cu caracter personal și protecția acestora constituie un subiect de mare actualitate, fapt datorat conexării acestei tematici la cea privind protecția libertăților și principiilor democratice, pe care se bazează normele juridice europene. Acest interes a crescut considerabil în ultimii zece ani, în consens cu progresele tehnologice ale vremii. În societatea actuală, denumită și „societate a comunicării”, datele cu caracter personal au o valoare determinantă. Dezvoltarea de tehnologii care permit accesul la aceste informații, ori cu privire la păstrarea sau transmiterea lor, în cantitate și cu viteză tot mai sporită, impune necesitatea de a proteja viața privată a persoanei și dreptul său la intimitate. Pe de o parte, este necesar să se permită utilizarea datelor cu caracter personal, pe de altă parte este însă oportun să se pună interdicții, atunci când este vorba de scopuri sau activități care se dovedesc a fi dăunătoare pentru demnitatea persoanei.

Într-o astfel de optică, dreptul la intimitate, la viață privată, este definit ca dreptul de a-și construi în mod liber și de a-și apăra propria sa sferă privată, precum și de a-și alege propriul său stil de viață, fără interferențe și ingerințe din partea terților. Protejarea vieții private (pe care o vom desemna în continuare cu termenul englezesc *privacy*) înseamnă, deci, a i se permite individuu-

lui să decidă el însuși cadrul în care datele sale cu caracter personal, care dezvăluie identitatea și sfera sa intimă, pot fi aduse la cunoștința terților și să controleze dacă modul în care sunt tratate asemenea date respectă cerințele societății în care trăiește.

Evoluția conceptului de privacy

Rădăcinile privacy: de la civilizația greacă la statul modern

Privacy și conceptul de *privacy* sunt termeni de uz comun. Adoptarea unui act normativ special în materie a contribuit la crearea unei culturi în domeniul *privacy*, care, cu puțin mai mult de un deceniu în urmă, nu avea dimensiunile actuale. Noțiunea de *privacy* constituie un concept și, prin urmare, un drept, susceptibil de evoluție: este vorba despre o noțiune neuniformă care a reprezentat și reprezintă nevoi resimțite în istorie și colectivitate. Contrastul dintre ceea ce este public și ceea ce este privat nu a fost perceput în toate epocile. Sectorul privat este înțeles ca loc de reculegere, de odihnă, în care fiecare își poate abandona armele sale de apărare, la loc sigur față de ingerințele externe, care sunt însă specifice spațiului public. Spațiul privat este considerat drept ceea ce avem mai de preț și care ne aparține în exclusivitate numai nouă.¹

În Grecia antică, apariția de state-oraș le permitea cetățenilor să-și petreacă toată viața în activitatea politică. Sfera privată corespundea dimensiunii domestice, iar sfera publică dimensiunii politice, creând astfel un fel de dihotomie. Se poate considera, cu mare probabilitate, că apariția orașului-stat și a domeniului public s-au realizat în detrimentul celui familial, privat și domestic, fără a se pierde însă în întregime integritatea cadrului familial. Ceea ce împiedica *polis*-ul să violeze viața privată a cetățenilor săi, nu era respectul pentru proprietatea privată, cum o înțelegem astăzi, ci conștiința că în absența unui loc care să fie în mod real al său nu putea fi admis la treburile politice ale cetății. Categoriile de public și privat erau utilizate pentru a clasifica forme de comportament, ce variau în funcție de clasa socială. Ideea de *privacy* este înțeleasă din punct de vedere literal ca privațiune, ca separare de cel mai important spațiu al vieții omului: cel public. Un om care a trăit doar o viață privată, ca un sclav și care nu a avut acces la dimensiunea publică însemna să fie lipsit de o serie de lucruri esențiale pentru o viață cu adevărat umană. Starea de privațiune, implicită în ideea de *privacy*, consta în indiferența celui alt, pentru că persoana care nu apare (în spațiul public-n.n.) nu suscită nici un fel de interes, orice ar face. În lumina celor de mai sus, se poate argumenta cu suficientă certitudine că în Grecia antică sfera privată a comportat o conotație antisocială.

În societatea romană, nobilii aveau un pronunțat simț al autorității și grandorii imperiului lor, ignorând pur și simplu ceea ce noi numim astăzi sensul statului și serviciul public. Accesul la viața politică se realiza prin cooptare: printr-o rețea densă de clientelism politic ce decidea dacă un om avea sau nu calitățile sociale care să-l facă demn de a fi admis în cadrul acesteia. Funcțiile publice erau tratate, deci, ca demnități private, iar accesul la aceste demnități necesita un raport de fidelitate privat. Datorită acestui amestec între sectorul public și privat, caracteristicile persoanelor fizice erau asociate cu rolul avut și funcțiile civice îndeplinite. Exercițarea de funcții publice nu era considerată o activitate specializată, ci reprezenta emblema unei persoane private ideale. Privarea de la viața publică însemna căderea în uitare. Clasa conducătoare putea, prin propria sa decizie, să controleze viața privată a membrilor săi, aducând ca argument interesul colectiv. Chiar și demnitatea de tată de familie trebuia să facă obiectul unei consultări între egali săi, atunci când trebuiau luate unele decizii private de o anumită importanță. Viața publică era, prin ur-

¹ Ariès P. Duby G. (2001), *La vita privata*, vol. I, Laterza, Roma – Bari, p. VI.

mare, subordonată voinței clasei politice iar viața privată era influențată de preocuparea față de opiniile celorlalți.

În epoca feudală viața privată se desfășura în cadrul familiei. Era vorba de o realitate non individuală dar convivială bazată pe încredere reciprocă. În cadrul procesului de feudalizare, spațiul public se restrângea puternic, lăsând un spațiu amplu puterii private. Dezintegrarea treptată a puterii publice a conferit mai multă forță entităților individuale private, transformându-le în mici state suverane ce au dobândit drepturi de putere politică, cu caracter public specific.

Cel mai important simbol de răspândire a sentimentului de *privacy* a devenit împrejmuirea, gardul. Semn de mare valoare juridică, împrejmuirea înconjura locul în care oamenii se retrăgeau la adăpost pentru a dormi și unde păstrau ceea ce aveau mai de preț. Viața privată s-a aflat apoi, la baza sentimentelor de prietenie, a folosirii schimbului de servicii și a transmiterii dreptului de a comanda considerat legitim numai dacă era sprijinit de atitudini reciproce de devotament, în confruntarea dintre protejat și celălalt. Potrivit lui Aries, elementele care au transformat mentalitatea, ideea de sine și rolul în viața de zi cu zi pot fi rezumate la trei evenimente.

Primul, cel mai important, l-a constituit rolul asumat de stat, care, începând din secolul al XV-lea a intervenit tot mai mult în domenii rămase mult timp în afara cadrului său, impunându-se prin diferite căi și mijloace. Construcția lentă și progresivă a statului modern, administrativ și birocratic a conturat sfera privată, pe care a delimitat-o fără echivoc de cea publică.

Cel de-al doilea eveniment care a schimbat mentalitatea, poate fi găsit în dezvoltarea procesului de alfabetizare și de răspândire a lecturii, fapt datorat în special presei. Acest fapt a permis totodată și o meditație singulară, solitară care anterior era rezervată doar mănăstirilor și schiturilor.

Cel de-al treilea eveniment s-a referit, în schimb, la răspândirea unor noi forme de religie. Toate aceste schimbări au contribuit la crearea unei noi costumații, mai întâi circumscrișă curteanului și apoi difuzată la toți indivizii societății, dând astfel naștere sferei private. Din acest moment, se conturează cel puțin două tipuri de comportament: o conduită ce era admisă în public și atitudini ce trebuiau să se sustragă privirii altuia, deoarece provocau scandal și jenă.

Perioada renescentistă a marcat declanșarea acelei mișcări care va culmina cu Declarația Drepturilor Omului și ale Cetățeanului, considerată un punct de plecare în evoluția drepturilor individului. Secolul al XIX-lea a fost, în special în Statele Unite, „epoca de aur” pentru consacrarea dreptului la *privacy*¹. Potrivit tradiției, dreptul la *privacy* a luat ființă în Statele Unite: un avocat din Boston, Samuel Warren, sătul să mai citească prin ziare despre isprăvile mondene ale soției și relațiile fiicei sale, a scris în 1890, în colaborare cu prietenul său Louis Brandeis, profesor la Universitatea Harvard, un eseu intitulat „Dreptul la viață privată” (The Right to Privacy) care a deschis calea recunoașterii unui drept ce a trecut dincolo de problemele personale, apropiindu-se, prin abordare, de secolul nostru². În secolul al 19-lea, starea de *privacy* se configura tot mai mult ca o posibilitate rezervată burgheziei, care putea practic să o realizeze datorită transformărilor social-economice ale revoluției industriale. În schimb, în ceea ce privește clasa muncitoare, condițiile sale materiale de viață excludeau orice drept la *privacy*. Dreptul la viață privată se configura ca un drept tipic al burgheziei care avea ocazia să se bucure pe deplin de propria sa intimitate, diferențiindu-se de alte clase sociale; noțiunea de *privacy* dobândește, prin urmare, o conotație individualistă. Începutul secolului al XX-lea se caracterizează prin răspândirea

1 Niger Sergio (2006), *Le nuove dimensioni della privacy: dal diritto alla riservatezza alla protezione dei dati*, Cedam, Pavia, p. 2 – 25.

2 Zucchetti Alberto (2005), *Privacy: dati personali e sensibili, sicurezza, regolamento, sanzioni*, Giuffrè, Milano, p. 3.

mișcărilor socialiste care doreau să elibereze masele de sărăcie și ignoranță, aceleași mase care, sugestionate și manipulate de sistemele de informații ale epocii, au scris istoria secolului nostru. Același totalitarism a reprezentat o formă cu totul nouă și profund diferită de cele cunoscute în istorie: regim autoritar, despotism, tiranie și dictatură. Totalitariștii au distrus toate tradițiile sociale, politice și juridice ale statelor, prin crearea de instituții complet noi, prin subordonarea politică a persoanelor față de politică și prin invadarea sferei lor private. Regimul totalitar a mutat centrul de putere de la armată la poliție și a desfășurat o politică externă ce viza dominația lumii. Teroarea a fost esența acestei forme de guvernare, realizând controlul social prin intermediul partidului unic și al poliției secrete.

Totalitarismul a pătruns dincolo de formele de autoritate precedente, care, deși a distrus capacitățile politice și publice ale omului, nu a reușit să distrugă nicio dată relațiile și instituțiile ce au aparținut spațiului privat¹.

Privacy: de la dreptul de a fi lăsat în pace la dreptul la autodeterminare informativă

Astăzi ne găsim într-un context istoric și social ce dobândește caracteristici deosebit de diverse. Relațiile nu se mai bazează pe un simplu contact cu vecinii ci pe raporturi construite pe comunicare și schimb de informații la nivel mondial. Prelucrarea datelor și transmiterea acestora sunt supuse solicitării continue a dezvoltării tehnologice; toate acestea comportă o difuzare rapidă a datelor și un amestec ulterior nedorit în viața privată, fără ca interesatul să-și dea efectiv seama. De fapt, există bănci de date legate între ele care consimt să schițeze profilul unei persoane, prin conexarea diferitor informații, precum piesele de puzzle. În acest scenariu, dreptul tradițional nu mai este în măsură să protejeze subiecții de divulgarea unor știri private, el fiind depășit de modele de protecție mai ample, care permit individului să cunoască mișcarea datelor care îl privesc, să autorizeze elaborarea acestora sau să ceară blocarea prelucrării lor. Dreptul la intimitate este adesea însoțit și de alte drepturi strâns legate de acesta, precum dreptul la identitate personală, la imagine, la integritate psiho-fizică și alte drepturi fundamentale².

Dreptul la intimitate

Dreptul la intimitate reprezintă acea expectativă a fiecărui individ de a-și vedea protejată propria sferă intimă, personală și familială de priviri indiscrete și de a putea decide dacă și când să facă cunoscute terților informațiile referitoare la propriul mod de viață și la manifestarea propriei sale personalități.³ Dreptul la intimitate se deosebește față de discreție în privința interzicerii difuzării publice; dreptul la discreție interzice, în schimb, cunoașterea abuzivă a vieții private a altcuiva și comunicarea către terți a sferei sale intime. Interesul care se vrea protejat din punct de vedere juridic e deosebit de cel al reputației și nu necesită nici un secret. Reputația reprezintă stima de care se bucură individul în colectivitate și gradul de respectabilitate în viața relațională; interesul pentru intimitate reflectă, în schimb, dorința individului de a păstra acea liniște interioară pe care o publicitate nedorită ar tulbura; în acest cadru, nu se acceptă ideea ca individul să se arate indiferent de faptul că

1 Niger Sergio (2006), *Le nuove dimensioni della privacy: dal diritto alla riservatezza alla protezione dei dati*, Cedam, Pavia, p. 27–34.

2 Zucchetti Alberto, op.cit., p. 3-4.

3 Tessaro T., Trojani F. (2006), *Privacy e accesso ai documenti nell'Ente locale*, Maggioli, p. 56.

se vorbește despre el, pentru simplul motiv că nu se aduce vreo ofensă la adresa demnității sau onoarei sale: violarea prudenței nu depinde de aprecierea mai mult sau mai puțin favorabilă a faptelor divulgate. Teza care în timp a adunat cele mai multe consensuri postulează existența unui drept unic la personalitate, care nu consideră individul într-o serie de acte separate, ce își găsește fundamentul în articolul 2 al Constituției europene. În acest articol se face vorbire despre protecția integrală a vieții persoanei în orice formă necesară, pentru a-i asigura libera sa dezvoltare¹. Articolul 2 al Constituției garantează drepturile inviolabile ale omului, fie ca persoană izolată, fie ca membru al unei formațiuni sociale în care se dezvoltă personalitatea sa, fiind recunoscut într-o serie de acte internaționale, printre care Convenția drepturilor omului și ale libertăților fundamentale, semnată la Roma, la 4 nov. 1950 și pusă în aplicare prin Legea nr. 848/1955. Art. 8 din acest act prevede că „ orice persoană are dreptul la respectarea vieții sale private și de familie, a domiciliului și a corespondenței sale”. Dreptul la intimitate dobândește o conotație de importanță majoră, confirmată de normele stabilite prin Legea 675/1996 din cadrul sistemului legislativ italian. În sfârșit, art. 8 din Carta drepturilor Uniunii Europene, proclamată la Nisa la 7 decembrie 2000, recunoaște „dreptul de protecție a datelor”, dispoziție transpusă de legiuitorul italian în articolul 1 din Legea 196/2003².

Dreptul la protecția datelor

În viziunea prof. univ. Rodotà, există o profundă legătură între libertate, egalitate, democrație, demnitate și *privacy*, fapt care duce la depășirea în plan istoric a concepției de *privacy*, ca drept de a fi lăsat în pace³. S-a trecut, astfel, la dreptul de a controla propriile date și s-au impus reguli comportamentale tuturor acelor care operează cu date personale, fapt ce a permis o aplicare concretă a principiilor de egalitate și demnitate socială, în consens cu Constituția italiană.

Privacy este un element fundamental al societății egalității, libertății și demnității. În absența unei protecții puternice a propriilor informații, persoanele ar risca să fie discriminate pentru opiniile lor, credințele lor religioase ori condițiile de sănătate⁴. „Prin intermediul *privacy* este protejată libertatea cu privire la informațiile aflate în circulație, în sensul că protecția acordată se extinde la tot ceea ce privește formarea unei personalități libere, necondiționată de utilizarea și posesia de informații, fapt ce acoperă un spațiu mult mai larg decât acela al respectării intimității, mergând până la apărarea identității personale și autodeterminare”⁵. Înainte de fi un concept istoric, *privacy* pare să fie o idee inseparabilă de contextul social-istoric. În societatea modernă, pericolele legate de concentrarea unor informații de vârf într-un cerc restrâns de subiecți publici și privați, difuzarea lor la scară mondială ori schimbarea perspectivei drepturilor personalităților fac să evolueze conceptul de *privacy* care, pe de o parte depășește conotația individualistă în folosul celei sociale și pe de altă parte devine un concept compozit în care alături de dreptul la intimitate se află identitatea personală și dreptul la protecția datelor⁶. Acesta din urmă, ca drept la autodeterminare informativă își găsește substanța în dreptul individului de a alege ceea ce este dispus să dezvăluie altora⁷.

1 Niger Sergio, op.cit., p. 41 – 43.

2 Tessaro T., Trojani F., op.cit., p. 61.

3 Ibidem, p.56.

4 Ibid.

5 Caldirola Debora (2006), *Il diritto alla riservatezza*, Cedam, p. 2.

6 Ibidem, pp. 66 – 70.

7 Tessaro T., Trojani F., op.cit., p. 62-63.

Cadrul de reglementare

După ani de dezbateri și numeroase proiecte de lege, își face apariția pe scenă mult așteptata disciplină organică a dreptului la intimitate a individului cu privire la prelucrarea datelor cu caracter personal: Legea 675/1996. Italia a fost prima țară din UE care a beneficiat de o legislație internă pe această linie, în conformitate cu Convenția de la Strasbourg și Directiva UE. Adoptarea legii în cauză a făcut să se afirme că acel act ar fi schimbat în parte obiceiurile țării nu numai prin valoarea sa intrinsecă ci și prin anunțarea unor drepturi de importanță constituțională: dreptul la informație, la libertate economică, la exercitarea dreptului de apărare, dreptul la sănătate, siguranța statului¹.

Convenția europeană pentru apărarea drepturilor omului și a libertăților fundamentale

În afară de Carta Constituțională, Convenția semnată la Roma, la 4 noiembrie 1950 și pusă în aplicare prin Legea 848/1955, era considerată un instrument util pentru protejarea dreptului la *privacy*. Art. 8 din Convenția de mai sus consacră dreptul persoanei la respectarea vieții sale private și de familie, a domiciliului și a corespondenței și îl protejează de amestecul autorităților publice, considerate legitime doar atunci când sunt prevăzute de lege și când acestea reprezintă o măsură necesară pentru a proteja unul sau mai multe interese enumerate cu precizie. Amploarea formulei adoptate, în viziunea lui Niger, face referire la dreptul la discreție și la intimitate, protejând individul fie de amestecuri în viața sa privată, fie de divulgarea unor știri în mod licit cunoscute².

Convenția de la Strasbourg

Convenția Consiliului Europei nr 108, din 28 ianuarie 1981 a impulsionat evoluțiile ulterioare ale actelor normative statale și internaționale, a căror ratificare a fost autorizată în Italia încă din 1989. Convenția se bazează pe două principii fundamentale: libertatea elaborării datelor personale și a utilizării lor, precum și respectarea persoanelor la care se referă datele în cauză. Acest ultim aspect se realizează prin supunerea activităților de colectare și prelucrare a datelor unor reguli speciale de conduită. Domeniul de aplicare se referă în schimb la culegerea automată a datelor cu caracter personal, fie de către persoane private, fie de către instituții publice, dar sfera de protecție s-ar putea extinde și la persoane juridice, fundații și asociații, ori la fișiere de date non automatizate. Principiul libertății de culegere și prelucrare cunoaște și excepții, atunci când este vorba de „date sensibile”³. Din punct de vedere obiectiv, Convenția acoperă datele ce dezvăluie originea rasială, opiniile politice sau religioase, starea de sănătate și viața sexuală. Din punct de vedere al protecției, însă, statelor membre li se solicită să adopte măsuri de siguranță adecvate⁴. Drepturile de informație și acces la propriile date personale din partea subiecților interesați constituie o contrapondere la principiul libertății de prelucrare automată a datelor. Ele constau în dreptul de a cunoaște existența unor baze de

1 Imperiali Rosario, Imperiali Riccardo (1997), *La tutela dei dati personali: vademecum sulla privacy informatica*, Il Sole 24 ore, p. 1.

2 Niger Sergio, op.cit, p.50.

3 Imperiali Rosario, Imperiali Riccardo, op.cit., p.12.

4 Giannantonio E., Losano Mario G., Zeno Zencovich V., *La tutela dei dati personali: commentario alla L. 675/1996*, Cedam, Padova, 1997, p. 201.

date cu caracter personal care îl identifică pe cel interesat, identitatea titularului prelucrării și unele scopuri conexe. În caz de încălcare a obligației de exactitate a datelor, se recunoaște dreptul de rectificare a persoanei în cauză, în timp ce în cazul încălcărilor mai grave, este admis dreptul la anulare¹. Principiile privind exactitatea, citat anterior, cu privire la corectitudinea în colectarea și procesarea datelor, precum și cel referitor la finalitatea utilizării datelor vor fi reluate și tratate mai târziu în legislația italiană.

Directiva 95/46

La 24 octombrie 1995, Parlamentul European și Consiliul au aprobat „Directiva privind protecția persoanelor fizice cu privire la prelucrarea datelor cu caracter personal și libera circulație a acestor date”. Considerația de bază care l-a inspirat pe legiuitorul comunitar a fost constatarea că crearea unui spațiu comun pentru libera circulație a persoanelor și a mărfurilor (Acordul Schengen din 1993), trebuia de asemenea, să protejeze drepturile fundamentale ale persoanelor fizice². Este vorba doar de o parte a unei directive de principii, ce schițează în mod exhaustiv, deși incomplet, condițiile care reglementează utilizarea datelor cu caracter personal, lăsând statelor membre competența de a specifica anumiți parametri cu privire la unele sectoare de activitate. Se menționează în acest sens obligația de a culege informații numai pentru motive specifice, explicite și legitime, precum și de a păstra date actualizate și numai atât timp cât acestea sunt relevante pentru scopurile pentru care sunt destinate. Culegerea de date ar trebui să fie cât mai transparentă posibil, pentru a putea controla la sfârșit atât legalitatea cât și oportunitatea acțiunii în cauză. Persoanele trebuie să fie informate cu privire la organizațiile ce dețin și elaborează informații, cu privire la scopul culegerii de date și la modul în care pot să-și exercite dreptul de acces, de rectificare, dreptul de a solicita recurs în caz de utilizare ilegală a datelor lor și, în final, de a refuza permisiunea de a le folosi. Această directivă impune, de asemenea, că prelucrarea datelor să se bazeze pe crearea de consens și ca fiecare stat să prevadă prezența unei Autorități de Supraveghere independente. Se poate, deci observa că directiva nu se bazează pe protecția drepturilor fundamentale, ci mai curând pe prelucrarea și calitatea informațiilor; cu toate acestea, dacă se consideră că sistemele de prelucrare a datelor sunt puse în serviciul persoanei, nu se pot trece cu vederea respectul față de viața privată, respectul față de drepturile fundamentale ori lipsa de contribuție la dezvoltarea economică și socială a comerțului și a bunăstării individuale, indiferent de naționalitatea sau reședința persoanelor fizice³.

Carta Drepturilor Fundamentale a Uniunii Europene

Carta Drepturilor Fundamentale a Uniunii Europene. (proclamată la Nisa, la 7 decembrie 2000) constituie sursa prin care „Codicele cu privire la protecția datelor cu caracter personal” se atașează la Legea nr. 196/2003. Art. 8 (Capitolul II - Libertăți) al Cartei de la Nisa recunoaște dreptul la protecția datelor cu caracter personal, pe care îl diferențiază de tradiționalul respect pentru viața privată și de familie. Dreptul la protejarea datelor se conturează ca un drept nou și autonom. În cazul dreptului la respectarea vieții private și de familie, protecția este statică pentru că ea se epuizează pe timpul excluderii ingerințelor celorlalți din sfera privată. În schimb,

1 Imperiali Rosario, Imperiali Riccardo, op.cit, p. 12.

2 Ibid.

3 Caldirola Debora, *Il diritto alla riservatezza*, Cedam, Padova, 2006, pp. 79 – 81.

protecția datelor este o protecție dinamică, ce fixează reguli și modalități de prelucrare a datelor, precum și unele puteri de intervenție în circulația acestora¹.

Constituția Europeană

Tratatul de instituire a noii Constituții Europene, la data de 13 octombrie 2004, încorporează în partea a II a Carta Drepturilor Fundamentale ale UE. Art. 68 (Titlul II - Libertăți) reglementări privind protecția datelor personale:

1. „Orice persoană are dreptul la protecția datelor cu caracter personal care îl privesc.
2. Aceste date trebuie să fie prelucrate în conformitate cu principiul de loialitate, în scopuri determinate și în baza consimțământului persoanei interesate sau a unui alt fundament legitim prevăzut de lege. Orice individ are dreptul de a avea acces la datele colectate care îl privesc și de a obține rectificarea acestora.
3. Respectarea acestor norme se supune controlului unei autorități independente”².

Legislația cu privire la privacy în Italia

Așa cum s-a menționat deja mai sus, Constituția recunoaște și garantează drepturile inviolabile ale omului (art. 2). Între aceste drepturi primare, Curtea Constituțională (sent. No. 38/1973) a avut în vedere dreptul la propria onoare, la propria demnitate, la propria respectabilitate, intimitate, protecția vieții private și reputație. Dreptul la viață privată este conceptual legat de protecția libertății personale și a principiului egalității de fond (articolul 3 din Constituție). Alte prevederi constituționale care protejează indirect dreptul la viață privată vizează protecția domiciliului (art. 14), a corespondenței (art. 15), libertatea de exprimare a propriilor opinii (art. 21). Cu toate acestea, Constituția italiană nu conține o reglementare explicită a dreptului la viață privată și, ca urmare, legea în cauză a trebuit să străbată un lung traiect parlamentar până la găsirea unui antecedent propriu, exprimat în așa-numitul „proiect Mirabelli” și prezentat în Parlament de către Ministerul Justiției, în mai 1984. Din examinarea succesivă a definițiilor cuprinse în art. 2 al Proiectului, rezultă, ca și la începutul lucrărilor ce au dus succesiv la adoptarea legii nr. 675/1996, că, „în acțiunea de protecție a persoanelor și a altor subiecți pe linia prelucrării datelor cu caracter personal” a prevalat pe de o parte orientarea directă de a extinde protecția nu numai asupra datelor inerente persoanelor fizice, dar și cea de ordin mai general, ce viza toate datele personale (deci, inclusiv cele specifice persoanelor juridice și instituțiilor locale), iar pe de altă parte limitarea reglementărilor privind operațiunile desfășurate în totalitate sau în parte cu mijloace electronice sau în orice caz automatizate”³. „Attraverso la privacy viene tutelata la libertà rispetto alla informazioni circolanti, nel senso che la protezione accordata si dilata a tutto ciò che rende possibile il formarsi di una personalità libera, non condizionata dall'utilizzo e dal possesso di informazioni: per questo vi rientrano una fascia di interessi e bene che vanno ben oltre il rispetto dell'intimità, come l'identità personale e l'autodeterminazione”⁴. „Prin intermediul *privacy* este protejată libertatea cu privire la informațiile aflate în circulație, în sensul că protecția acordată se extinde la tot ceea ce privește formarea unei personalități libere, necondiționată de utilizarea și posesia de informații, fapt ce acoperă un spațiu mult mai larg decât acela al respectării intimității, mergând până la apărarea identității personale și autodeterminare”.

1 Niger Sergio, op.cit., p.75 – 76.

2 Art. 68 Costituzione Europea.

3 Giannantonio E., Losano Mario G., Zeno Zencovich V. (1997), *La tutela dei dati personali: commentario alla L. 675/1996*, Cedam, Padova, pp. 17 – 18.

4 Ibid.

Mitul României Mari în războiul mediatic pentru Moldova

■ SABINA FATI

The media battle for Moldavia involving Bucharest and Moscow overlaps the supposedly electoral circumstances, thus targeting the spheres of influence of all the four actors involved in the equation: Russian Federation, Romania, the European Union and Moldavia. The sympathy showed by the Romanian mass-media for the events taking place in Chisinau was eventually well rewarded by some analysis publicized in the leading journals in Moscow, all stressing that the only one standing in the way of the unification of Moldavia with Romania would be the European Union.

Keywords:

Moldavia, Transnistria, Russia, E.U., Romania, sphere of influence

„Nu cunosc nici un concurent electoral, dar mi-or spune cei din comisie” pe cine să votez. Nu pot citi că nu văd prea bine. La alegerile trecute tot așa am votat...pe cine mi-au indicat cei din comisie”, îi spune mătușa Valentina, de 86 de ani din Tochile Răducani, un sat din sudul Republicii Moldova, reporterului de la Radio Europa Liberă, cu două zile înainte de alegerile generale.¹ Comuniștii moldoveni au câștigat scrutinul din 5 aprilie 2009 folosindu-se nu doar de ignoranța oamenilor și de comisiile electorale aflate la dispoziția lor, ci și de celelalte instrumente ale statului autocratic, care deține majoritatea mijloacelor mass-media, care controlează justiția, care limitează dreptul la opinie și care se impune de sus în jos prin toate pârghiile guvernamentale. Principalele ziare și televiziuni din România au tratat cu superficialitate campania electorală de peste Prut, dar au acoperit cu tot mai mult interes acțiunile ostile ale guvernului de la Chișinău împotriva României, acțiuni care s-au rostogolit după principiul bulgărelui de zăpadă în paralel cu revolta tinerilor moldoveni împotriva comuniștilor. În acest fel electoralul autohton a devenit brusc atent la ceea ce se întâmplă în Basarabia, mai cu seamă că transmisiunile în direct pe care le-au putut urmări apoi și în reluare se-

¹ Elena Moldoveanu, Campania electorală la Leova și Tochile Răducani, reportaj difuzat de Radio Europa Liberă, 3 aprilie 2009.

mănau într-un fel cu evenimentele din decembrie 1989. În paralel cotidienele de la Moscova par să fi pregătit opinia publică din Rusia și Moldova, precum și mediul diplomatic internațional cu ideea interesului excesiv pe care l-ar avea Bucureștiul în regiune. Încă din luna martie renumitul politolog rus, Mihail Remizov, explica într-un interviu acordat agenției de presă ruse *Regnum*, citată de *Agerpres*, „că nu crede într-o soluționare pașnică a problemelor teritoriale nerezolvate în spațiul postsovietic” și că „reglementarea lor este posibilă numai în cazul unei schimbări radicale de paradigmă: în cazul Transnistriei situația ideală este realizarea unui plan care să prevadă independența pentru Transnistria în schimbul alipirii Republicii Moldova la România”. Remizov insistă să spună că unirea „este o variantă acceptată de Rusia și România, dar respinsă de birocrăția de la Bruxelles”¹. Chiar în ziua mării manifestații de la Chișinău în care tinerii opozanți puneau sub semnul întrebării scrutinul, cotidianul rus *Izvestia*, preluat de marile cotidiene autohtone publica articolul „Va deveni Moldova românească?”² în care susține că Bucureștiul ar fi formulat în repetate rânduri pretenții teritoriale la adresa vecinilor moldoveni și atrage atenția că unirea cu România va conduce la pierderea definitivă a Transnistriei: „Dacă această revoluție încă fără nume va învinge, Voronin va fi înlăturat prin forță, va fi cea mai adevărată lovitură de stat, uzurparea puterii de către naționaliști. Și, în acest caz, nu există nici siguranța că Moldova își va putea păstra actualele ei granițe oficiale”³. A doua zi după marea manifestare de la Chișinău, pe 8 aprilie, influentul politolog Stanislav Belkovski susținea, pentru agenția *K2 Kapital*, că manifestările din capitala Moldovei ar fi începutul unei noi epoci în istoria țării: începerea mișcării de integrare cu România, informație preluată de mai multe cotidiene de la București⁴. Belkovski explica atunci că probabil România „nu a participat la încingerea acestui conflict”, dar că „atât comuniștii moldoveni, cât și autoritățile ruse, vor susține tocmai această versiune”. Politologul rus a amintit în acest context că în urmă cu cinci ani a prezentat la București planul care-i poartă de altfel numele și care presupunea unificarea treptată a României cu Moldova prin acordarea independenței Transnistriei: „Evenimentele de azi arată că acest plan este foarte realist. În plan strategic, vectorul a fost deja trasat și, fără îndoială, a suferit schimbări calitative. Este evident că Moldova iese din starea postsovietică și începe mișcarea de integrare cu România”⁵. Articole, știri și declarații pe această temă au continuat să apară mereu după alegerile din Republica Moldova și revolta tinerilor de acolo, sugerând cu argumente diverse că reunificarea Basarabiei cu România ar fi o chestiune de timp. Expertul rus Modest Korolev explica în plus la sfârșitul lunii mai că „evenimentele ce au avut loc după alegerile legislative din Republica Moldova demonstrează că prăbușirea statalității moldovenești nu poate fi evitată și că Rusia ar trebui să se pregătească să recunoască Transnistria”⁶. În viziunea lui Korolev ceea ce s-a întâmplat la Chișinău demonstrează că Moldova se va uni cu România în viitorul apropiat și în aceste condiții problema statutului viitor al Transnistriei capătă un caracter de maximă acutizare. Această teză a fost reluată la Forumul Economic UE-Rusia, care a avut loc la București în perioada 25-27 mai 2009, de Serghei Markedonov, șeful Departamentului pentru relații internaționale din cadrul Institutului de analiză politică și militară de la Moscova, când a pledat pentru necesitatea recunoașterii sferelor de influență și a zonelor de interes privilegiat între marii actori internaționali. Extinzând conceptul

1 Agenția Agerpres, fluxul din 19 martie 2009, știre preluată ulterior în articolele și comentariile din câteva cotidiene românești.

2 <http://www.izvestia.ru/opinion/article3127172/>.

3 <http://www.hotnews.ro/stiri-esential-5561182-izvestia-deveni-moldova-romaneasca.htm>.

4 Evenimentul Zilei, 9 aprilie 2009, Jurnalul Național, 9 aprilie 2009.

5 www.hotnews.ro/stiri-esential-5561949-influentul-politolog-rus-stanislav-belkovski-moldova-inceput-miscarea-integrare-romania.htm.

6 Agenția NewsIn, 21 mai 2009.

de „interes privilegiat” la relațiile dintre România și Republica Moldova, expertul militar a avertizat că este puțin probabil ca Rusia să recunoască prea curînd acest gen de interes din partea României în Republica Moldova, fiindcă „Moscova și Bucureștii s-au ignorat o lungă perioadă și acum trebuie să recupereze timpul pierdut”, precizând totuși că nu exclude posibilitatea unor negocieri între Moscova și București în legătură cu viitorul Republicii Moldova și că „prețul va fi Transnistria”¹. Astfel de declarații au apărut pe larg mai ales în presa din România și Republica Moldova, cu ecouri în mediile internaționale.

Persuasiunea Moscovei

Prezența analiștilor ruși la mese rotunde, forumuri internaționale sau declarații și interviuri la agenții de presă influente nu par să fie întâmplătoare, cu atât mai mult cu cât analizele lor au concluzii similare: Transnistria trebuie să fie independentă ca o consecință a intențiilor iredentiste ale României și a destrucurării Republicii Moldova. Mesajele lor repetate periodic respectă rețetele dezinformării aplicate adesea în plan internațional, însă de multe ori pretextul unor intervenții este dat chiar de oficialii români. Mitul României Mari reluat în formă analitică și desfășurat în ecuații geostrategice ar putea fi doar o modalitate prin care Moscova să-și urmărească propriile scopuri, definite după războiul cu Georgia din 2008, când prima măsură a fost recunoașterea enclavei Osetia de Sud. Nostalgia României Mari devine temă de propagandă în Rusia, cu ricoșeuri ulterioare în Moldova și România fiindcă după cum explica acum 25 de ani Henri-Pierre Cathala, specialist în metodele sovietice de dezinformare, „atunci când este vorba de atacarea unei ținte de o anumită mărime, de exemplu un popor, obiectivul va fi foarte rar acceptarea unei opinii noi, ci mai curînd, exploatînd condițiile existente, provocarea comportamentului dorit sau modificarea în mod progresiv a unei anumite atitudini”². Rusia vrea să-și recapete Transnistria, pentru a-și defini mai clar influența și controlul la granița euro-atlantică, dar nu poate obține această enclavă în același fel ca în cazul Osetiei de Sud, ci are nevoie de o strategie mai subtilă. Prin propagarea în mediile moldovenești și românești a ideii că Rusia ar fi dispusă să accepte în viitorul relativ apropiat reunificarea Republicii Moldova cu România, Moscova urmărește să „suscite o reacție pasională”³, care să determine pe de o parte simpatia opiniei publice de-o parte și de alta a Prutului, iar pe de altă parte să întindă un măr otrăvit oficialilor români. În același timp, însă, liderii de la Moscova au acuzat România la summit-ul UE-Rusia, găzduit în Extremul Orient la Habarovsk, că „a provocat fără rușine, turnînd gaz peste foc, manifestările și mișcările grupurilor de tineri moldoveni care s-au transformat în revolte”. Serghei Prihodko, consilierul președintelui rus Dmitri Medvedev, a spus pe un ton condescendent: „I-am întrebât și vom continua să îi întrebăm pe partenerii noștri din UE dacă își asumă responsabilitatea pentru acțiunile individuale ale membrilor lor, care pun la îndoială ordinea mondială postbelică și frontierele”, precizînd că Moscova este „foarte nemulțumită” că UE s-a făcut că nu vede cum „forțe speciale românești au folosit o serie de metode pentru a provoca dezordine”, la Chișinău⁴.

Nervozitatea Moscovei, mai mult sau mai puțin jucată, a fost alimentată de o declarație neinspirată a președintelui Traian Băsescu, făcută la Piatra Neamț într-o reuniune cu primarii români și moldoveni, în care argumentează într-o manieră ne-

1 discurs ținut la Forumul Economic UE-Rusia, București, 25-27 mai 2009.

2 Henri-Pierre Cathala (1991), *Epoca dezinformării*, Ed. Militară, București, trad. Nicolae Bărbulescu, p.140.

3 Ibidem.

4 *Evenimentul Zilei*, 22 mai 2009; *România liberă*, 22 mai 2009.

diplomatică de ce este „inutilă” semnarea Tratatului de frontieră cu Republica Moldova: „cine își imaginează că un șef de stat român va semna un tratat în care să consfințească pactul Ribbentrop-Molotov? Doar o minte care nu înțelege ce înseamnă responsabilitatea șefului statului român. După 1990, România a semnat un acord de recunoaștere a frontierei fostei Uniuni Sovietice. Republica Moldova este moștenitoarea acestei frontiere, deci consider inutilă semnarea unui tratat de frontieră care să facă din șeful statului român un partener al lui Ribbentrop și Molotov”¹. Președintele Băsescu știe probabil că Basarabia nu a fost pierdută în urma acordului secret din 1939 dintre Germania și URSS, ci abia un an mai târziu în urma unei note dintre Moscova și București și că Pactul de neagresiune Ribbentrop-Molotov a devenit caduc la 22 iunie 1941 când Germania a atacat URSS. Șeful statului român știe deasemenea că actualele frontiere ale României au fost stabilite prin Tratatul de Pace de la Paris din 10 februarie 1947, fără nici o legătură cu Pactul Ribbentrop-Molotov, pe care îl menționează acum mai degrabă din rațiuni electorale și de resuscitare a sentimentelor patriotice de o parte și de alta a Prutului. Pomenirea acestui acord secret nu înseamnă formularea unor pretenții teritoriale, însă în subconștientul public este o sugestie clară în acest sens, iar statele din jurul României percep invocarea Pactului Ribbentrop-Molotov ca pe un semnal pe care îl dă Bucureștiul în privința intențiilor sale. Cotidianul rus *Pravda* se miră pe linia oficială a Moscovei că nici o țară din Uniunea Europeană „nu s-a indignat că cineva își poate permite să atenteze la inviolabilitatea granițelor postbelice”² și argumentează că Moldova este o țară care „s-a descompus deja”. Descompunerea ar avea loc din cauza Uniunii Europene, după modelul dat de „teoria faliilor care apar la deplasarea plăcilor tectonice”³. Una dintre plăci ar fi „politica de extindere spre est a UE”, care în deplasarea ei se lovește de o altă placă numită convențional „Est”, iar în locul în care se produc ciocnirile apar „rupturile”: „în cazul de față ruptura este Moldova”, ca „rod al politicii *imperialilor de la Bruxelles* care extind Uniunea în detrimentul intereselor naționale”⁴. Această teză reprezintă punctual de vedere oficial al Moscovei explicat pe înțelesul tuturor, care încearcă să convingă populațiile statelor atrase de UE că democrația este dureroasă, iar Bruxellesul lucrează împotriva lor.

Cercul vicios al bătăliei pentru Moldova

Revolta de la Chișinău a fost mediatizată cu simpatie de televiziunile și ziarele românești imediat de la declașarea ei, iar titlurile sunt elocvente: pe 8 aprilie *Evenimentul zilei* își deschide ediția cu „Tinerii zgâlțâie comunismul la Chișinău”; *Cotidianul* cu „După 20 de ani a doua revoluție românească. La Chișinău”, iar *România liberă* cu „Moldova: Revolta generației Twitter”. Cele mai importante ziare autohtone mențin evenimentele de la Chișinău pe prima pagină zile întregi. Pe 9 aprilie *Cotidianul* titrează „Axa București-Chișinău de la cramă la dramă”; *România Liberă* „Moldova amenință România: avem probe și multe chestii”, *Evenimentul zilei* „Arestări în masă”; pe 10 aprilie *România Liberă* are pe prima pagină „Teroare la Chișinău”, iar *Evenimentul Zilei* „Apelul Chișinăului: Nu ne ajută nimeni”. Aceste titluri, precum și emisiunile maraton de la televiziunile de știri demonstrează că ceea ce se întâmplă în Republica Moldova este de mare interes pentru România, iar audiența mare din acele zile, constatată cel mai ușor pe site-urile mass-media românești arată că și popu-

1 Mediafax, 15 mai 2009, www.mediafax.ro/politic/basescu-considera-inutila-semnarea-unui-tratat-de-frontiera-cu-moldova.html?1687;4374886.

2 Serghei Balmasov, „Va dispărea Moldova de pe harta lumii?”, *Pravda* 20 mai 2009, articol preluat de Rador.

3 Ibidem.

4 Ibidem.

lația a fost atrasă de dramele de peste Prut. Știrile de cel mai mare interes sunt adesea cele care țin de trecut, iar „mass media au un rol important în privința cauzelor naționale”¹, preluând mesajele tuturor părților implicate într-o dispută imediată, dar fiind mai degrabă de partea propriului guvern. Președintele Băsescu a simțit oportunitatea și a intervenit susținând cauza celor ostracizați la Chișinău prin soluții care să producă efecte în timp scurt: a cerut guvernului să modifice Legea cetățeniei în așa fel încât moldovenii să poată primi pașaport românesc cât mai repede. Inițiativa sa a fost preluată cu simpatie de mulți români, de cetățenii de dincolo de Prut, dar a fost aspru criticată de UE, Rusia și de mai mulți comentatori din țară. Traian Băsescu susținea imediat după revolta tinerilor moldoveni că „la Ambasada română din Chișinău există 650.000 de plicuri cu cereri de cetățenie” în care ar fi „între 800.000 și un milion de cereri de cetățenie, pentru că multe conțin cererile unor familii întregi”². În acest fel președintele român sugerează că într-un timp relativ scurt cel puțin o treime dintre moldoveni ar deveni români, iar pe termen lung Republica Moldova ar putea fi o țară în care majoritatea populației ar avea pașaport românesc. Declarațiile sale au fost preluate pe larg de presa autohtonă, de cea de la Chișinău și de la Moscova, precum și de marile ziare europene. Opinia publică din țară a putut astfel înțelege că Traian Băsescu are o strategie pentru reunificare iar o parte din electorat s-ar putea alinia la alegerile prezidențiale care urmează în spatele lui, fiind primul președinte care mizează explicit pe Basarabia. Pozițiile naționaliste ale președintelui Băsescu alimentează, însă, strategiile Moscovei, explicate de zările rusești prin care Kremlinul ar putea pregăti preluarea Transnistriei, eventual prin declararea independenței acestei zone, într-un viitor mai mult sau mai puțin îndepărtat, folosind de data aceasta modelul compromisului Kosovo, nu cel violent al Osetiei de Sud. Mediile internaționale sunt deja prevenite de „iredentismul” românesc, iar liderii de la București nu par să observe reversul medaliei. Consecințele războiului mediatic în care a intrat România nu se oprește însă la Transnistria, ci ar putea avea și rezultate dramatice în Republica Moldova pentru că după cum demonstrează Armand Goșu, din strategia românească a cetățeniei vor câștiga doar comuniștii: „cine să mai modernizeze, să apropie Republica Moldova de UE, dacă România acordă în regim de urgență pașapoarte – ca să plece mai repede din Moldova – tocmai celor care ar fi trebuit să contribuie decisiv la aceste procese? Ce rost are să mai vorbești de consolidarea opoziției democratice, când votanții ei sunt invitați să-și procure pașapoarte românești? Să nu ne mirăm dacă peste alți 4 ani tot comuniștii vor fi votați de pensionarii care încă nu au plecat după copiii lor”³.

Cercul vicios al bătăliei pentru Moldova dintre București și Moscova depășește circumstanțele electorale și vizează sferele de influență ale celor patru actori implicați în ecuație: Federația Rusă, România, Uniunea Europeană și Republica Moldova. Moscova nu pare dispusă deocamdată să renunțe la vecinătatea sa apropiată în care se încadrează Basarabia și, în plus după eșecul Planului Kozac (potrivit acestui document făcut de experți de la Moscova, Transnistria se unea cu Moldova într-un fel de confederație, iar trupele rusești rămăneau acolo pe o perioadă de 20 de ani), ar vrea probabil să pună piciorul decisiv și oficial în Transnistria. Uniunea Europeană nu are motive să sprijine modificarea granițelor după modelul german, invocat de Traian Băsescu, și nici nu vrea să intre în conflict cu Rusia din cauza României, chiar dacă este obligată să fie solidară cu Bucureștiul⁴. România nu are planuri concrete de

1 Ray Eldon Hiebert(1988), Carol Reuss, *Impact of Mass Media*, Longman, New York, p.279.

2 Declarațiile președintelui Traian Băsescu au fost făcute la TVR, pe 14 aprilie 2009; revistapresei.hotnews.ro/stiri-radio_tv-5594795-traian-basescu-aproape-milion-cetateni-moldova-doresc-cetatenie-romana-printre-care-sunt-moldoveni-origine-rusa.htm?

3 Armand Goșu, „Băsescu se luptă cu Molotov și Ribbentrop”, Revista 22, 19 mai 2009, București.

4 *Financial Times* explică în „The eastern hood” din 16 aprilie 2009 că „UE este obligată să susțină România, deși este un stat membru indisciplinat și disfuncțional” că deciziile Bucureștiului

apropiere a Moldovei, iar înainte de reuniunea miniștrilor de externe ai UE din aprilie 2009 a fost pe punctul de a cere blocarea Chișinăului în raport cu Bruxelles-ul, ministrul român de externe lansând această știre pe toate canalele mediatice autohtone¹ pentru a demonstra pe de o parte posibila influență pe care o are Bucureștiul în comunitatea internațională, iar pe de altă parte pentru a-și arăta ulterior generozitatea. La rândul său, Republica Moldova încearcă să se apere de aceste presiuni prin presa controlată de comuniști prin care arată că dușmanul numărul unu al Chișinăului este Bucureștiul. Dar în vreme ce Traian Băsescu a profitat de slăbiciunea românilor în fața represiunilor de la Chișinău și de înțelegerea Bruxelles-ului, puterea comunistă din Republica Moldova are nevoie de ajutorul Moscovei pentru a supraviețui. În schimbul acestui ajutor Chișinăul ar putea plăti cu viitorul său european, oricum incert. O schimbare de paradigmă ar putea avea totuși loc dacă se schimbă raportul de forțe, iar comuniștii trec în opoziție, fiindcă până atunci România are posibilitatea să creeze acolo o masă critică favorabilă cu ajutorul mediei pro-românești, care preia neobosit toate mesajele Bucureștiului. Echilibrul informărilor și dezinformărilor la care sunt supuși atât moldovenii cât și românii devine însă din ce în ce mai precar, fiindcă strategia Rusiei de a disemina anumite analize și comentarii ar putea fi folositoare în cele din urmă doar Moscovei. Nostalgia României Mari trece astfel din miză electorală, folosită subtil de Traian Băsescu în strategia de politică externă gândită la Kremlin.

de modificare a legii cetățeniei va îmbogăți Europa cu un milion de noi cetățeni, iar Uniunea nu poate decât să își respecte principiul de solidaritate, chiar dacă nu este de acord și chiar dacă nu a fost informată în prealabil. *Financial Times* reamintește că Moldova tocmai a avut un scrutin contestat, iar victoria comunistilor la acesta a dat naștere la ciocniri violente și că președintele român Traian Băsescu „a răspuns oferind cetățenie moldovenilor care vorbesc o variantă a limbii române și care au tendința să fie de partea opoziției, într-o țară cu o identitate națională fragilă”. Situația româno-moldoveană este comparată cu alte divergențe din UE: „Bruxelles-ul este adesea ostaticul guvernului cipriot în relațiile cu Turcia sau al celui sloven în relațiile cu Croația, fiindcă statele membre pot să nu respecte regulile, în timp ce Uniunea nu are această libertate”. Cotidianul britanic observă însă că până la acest moment „comportamentul impulsiv al României nu reprezintă o revendicare teritorială” pentru că „România nu contestă granițele sau suveranitatea țării vecine, ceea ce precede adesea un război, chiar dacă cedează unei tendințe de transfer de populație pe criterii etnice pe care însăși înființarea Uniunii avea scopul de a o contracara”. Adevărata problemă a UE este cum să se descurce cu vecinii pe care nu are de gând să îi integreze, crede *Financial Times*, iar „Moldova face parte dintr-o zonă tampon de foste țări sovietice divizate între est și vest, alături de Georgia, Ucraina și Azerbaidjan”.

1 Pe 26 aprilie 2009 toate agențiile de presă românești au publicat știrea că ministrul român de Externe, Cristian Diaconescu, va cere la reuniunea miniștrilor de Externe UE (CAGRE) din 27 aprilie suspendarea discuțiilor asupra mandatului pentru acordul dintre UE și Republica Moldova, potrivit unor surse diplomatice și că această decizie a fost luată de către diplomația română după lunga serie de gesturi ostile venite din partea Republicii Moldova către București. Acordul de Cooperare și Parteneriat dintre Moldova și UE a fost semnat în 1998 și urma să fie renegociat anul acesta în iunie. Prin acest acord se pun la dispoziție și fonduri europene Moldovei. Presa autohtonă a preluat această informație chiar în ziua reuniunii CAGRE.

Sociologul Dimitrie Gusti, consilier de imagine?

■ ANTONIO MOMOC

The author raises the contemporaneous issue regarding the relationship between the sociologist and the politician, which transforms the social science specialist into a political communication specialist. During the interwar period, Dimitrie Gusti and the sociologists from the Bucharest School of Sociology used social research results for developing market research strategies. The communication techniques conveyed by the Gusti School sociologists via the state financed press were promoting monarchy. The strategic concept built through the magazines financed by King Carol II was „The king of youth and of peasants”. Through this positioning the king aimed to eliminate political competition (The Legionary Movement).

Keywords:

political communication, image, positioning, social monarchy, activism, sociology, fascism

Pentru a înțelege ceea ce se întâmplă astăzi în market-ingul politic din România în relația dintre consultant și politician este necesară investigarea modului în care s-a operat în comunicarea politică o dată cu introducerea primelor tehnici moderne de persuasiune. În perioada interbelică, agenda-setting a mass-media a influențat agenda politică o dată ce omul de știință socială s-a transformat în specialist în comunicare. În debaterile publice din anii '20 de la Institutul Social Român ori în presa vremii sociologii defineau problemele din societate și plasau soluțiile științifice pe agenda publică. Oamenii politici preluau aceste teme în discursul lor, dar le adăugau soluțiile proprii, în acord cu identitatea lor electorală.

În contextul crizei financiare mondiale discursul politicienilor din Parlament devenea din ce în ce mai puțin credibil, iar partidele cu soluții moderate își pierdeau legitimitatea. Locul partidelor sistemice a fost luat treptat de mișcarea de extremă dreaptă care atrăgea prin lozinci populiste și prin promisiunea unei schimbări de sistem. Unul dintre cei mai credibili comunicatori la sfârșitul anilor '30 a fost Mișcarea Legionară.

Deși și-a construit un profil electoral antisistem, Corneliu Zelea-Codreanu a încercat să ajungă la putere pe cale electorală. Prin organizațiile conduse de Codreanu, fascismul românesc a înregistrat o creștere spectaculoasă. Mișcarea fascistă din România a devenit în anii '30

a treia ca importanță în Europa.¹ Numele și figura Căpitanului erau asociate unui proiect de revoluție morală. Soluțiile propuse erau mistice, mesianice și milenariste, întrucât fascismul, la origini conservator, era o ideologie la fel de revoluționară pe cât era și comunismul.² Fascismul legionar nu era definit printr-o reîntoarcere în trecut, ci era el însuși revoluția:³ „Nimeni dintre oamenii lumii vechi nu a înțeles ce a înțeles Căpitanul: ce este o revoluție și ce înseamnă îndeosebi o revoluție românească. [...] Căpitanul a înțeles să dea prin Mișcarea Legionară o revoluție totală, adică adevărata revoluție.”⁴

Discursul revoluționar legionar promitea un nou început moral pentru națiunea română, anunțând o naștere din nou, un *Om nou* și o nouă *rânduială*. Liderul politic Salvator înzestrat cu calități excepționale, cel care poate desăvârși proiectul schimbării totale și care răspunde speranțelor colective, apare de obicei în condiții de criză. Codreanu a jucat rolul celui Ales în România interbelică, Omul-Providență predestinat să scoată comunitatea politică din impas.

Ascensiunea fascismului a constituit pentru Regele Carol al II-lea un argument suficient de solid pentru a justifica desființarea partidelor și pentru a concentra în mâinile sale cât mai multă putere. Replica Regelui la retorica naționalistă legionară a fost aceea de a oficializa cultul națiunii și de a-i da o interpretare monarhistă.⁵ Necesitatea contracarării Mișcării Legionare este una din explicațiile care s-au dat ambițiilor autocratice a lui Carol al II-lea. Unii istorici au scris că Regele Carol al II-lea a recurs la dictatură ca ultim baraj contra fascismului.⁶

Încercând să atragă de partea sa elitele tinere și societatea rurală, Regele a reunit în jurul său cercetători ai realității sociale și strategii în comunicarea politică însărcinați să fabrice un alt Erou Salvator. Carol al II-lea-lea a făcut apel în strategia de construire a cultului personalității la mijloace multiple aflate la dispoziția sa. În a doua parte a anilor '30, prin propaganda coordonată de sociologul Dimitrie Gusti de la conducerea Fundației Culturale Regale „Principele Carol”,⁸ Școala de Sociologie de la București a constituit unul dintre instrumentele de comunicare ale puterii. Școala lui Gusti intra într-o competiție de imagine nedeclarată cu Mișcarea Legionară.⁹

Prin presa Fundațiilor Culturale s-a construit profilul ideologic și imaginea unui Rege apropiat de țărani români, adică de ținta preferată a mesajului legionar. Mitului Salvatorului i-a fost adăugat de către Școala Monografică mitul Unității unei națiuni alcătuită în cea mai mare parte din țărani. Cei care au executat tehnicile de construcție a campaniei pozitive au fost acei reprezentanți ai Școlii de Sociologie, H.H. Stahl, O. Neamțu și A. Golopenția, angajați după 1934 ai Fundației Culturale Regale „Principele Carol”, (în 1938-39 ai Serviciului Social).

Sociologul Dimitrie Gusti avea calitatea de a nu fi fost membru în nici un partid politic și de a nu fi fost în nici un fel dator pentru cariera sa vreunei organizații politice. Până la momentul interzicerii partidelor din 1938, tehnocratul Gusti nu a fost suspectat de partizanat decât cel mult în favoarea dinastiei.¹⁰ În activitatea sa politică (fost

1 Mihai Chioveanu (2005), *Fețele fascismului. Politică, ideologie și scrisul istoric în secolul XX*, București: Ed. Universității din București, p. 95

2 Francois Furet, Ernst Nolte (2007), *Fascism și comunism*, București: Ed. Art, p. 156

3 Ernest Bernea (1935) „Tradiție și revoluție”, *Rânduiala, Arhivă de gând și faptă românească*, an I, nr. 3, iulie-septembrie 1935, București: Tipografia «Bucovina» I.E. Torouțiu, pp. 250-251

4 *Idem* (1937) „Cartea unui început de veac”, *Rânduiala, Arhivă de gând și faptă românească*, volumul II, Caetul 1, București: Tipografia «Bucovina» I.E. Torouțiu, pp. 38-39

5 Andrei Pippidi (1994), *România Regilor*, București: Ed. Litera, p. 27

6 *Ibidem*, p. 39

7 Zoltán Rostás, „Strategii de comunicare la Școala Sociologică a lui Dimitrie Gusti. Direcții de cercetare”, *Revista Română de Științe ale Comunicării „Jurnalism & Comunicare”*, an II, nr. 2, primăvara 2003, pp 3-7

8 *Idem* (2005), *Atelierul Gustian, O abordare organizațională*, București: Ed. Tritonic, p. 60

9 *Ibidem*, pp. 75-83

10 Dimitrie Gusti (1924), *Andrei Bârseanu și naționalismul, Discurs rostit în ședința solemnă la 9 iunie 1924 sub președinția de onoare a M.S. Regelui de C. Rădulescu-Motru, cu răspuns de Dimitrie Gusti*, București: Ed. Cultura Națională, p. 25

ministru tehnocrat în guvernele țărăniste ale lui Al. Vaida-Voievod și Iuliu Maniu) Gusti nu avea să dea seamă disciplinei de partid, iar retorica sa politică nu trebuia să se conformeze vreunei doctrine politice. Concepția politică a sociologului era concepția sa științifică de modernizare a satului. Rolul monarhiei, ca de altfel al omului politic în general, era în gândirea mentorului Școlii Monografice acela de a interveni la sat acolo unde omul de știință efectuase în prealabil cercetarea și inventariase lipsurile.

Doctrina Fundației Culturale Regale „Principele Carol” sub conducerea lui Gusti s-a concentrat pe conceptul strategic Rege-tineret-țărani. Redusă la slogan, publicului i-a fost transmisă simplificat doctrina monarhiei sociale. Poziționarea Regelui ca actor care intervine social în sprijinul categoriilor populare defavorizate l-a diferențiat pe Carol al al II-lea de ceilalți regi ai României.

Monarhia lui Carol al II-lea își aroga în presă și în întâlnirile publice discursul populist. Obiectivul de marketing era să frâneze simpatia pentru Mișcarea legionară și să inoculeze în conștiința colectivă convingerea că Regele, mai mult decât partidele, era preocupat de starea țărănimii. Revistele Fundației, *Curierul Echipelor Studentești* și apoi *Curierul Serviciului Social* vor fi folosite pentru propagandă în rândul studenților și pentru promovare la sat a concepției monarhiei sociale potrivit căreia Regele Carol al al II-lea-lea era *Regele tineretului și al țăranilor*:

„De la început am avut ca principiu esențial al doctrinei noastre creșterea tineretului în spirit creștinesc și renașterea satului pe baze noi creștinești, pe baze profund, curat și sincer creștinești. Acestea sunt dispozițiile, principiile pe care *Regele tineretului și Regele țăranilor* ni le-a dictat și le-a pus în fruntea mișcării noastre. [...] Grijă noastră de sufletul tineretului și de sufletul satului este grija cea dintâi, căci în primul rând opera noastră este operă de educație întemeiată pe creștinismul pe care Majestatea Sa Regele, de atâtea ori l-a formulat: creștinismul activ, creștinismul creator, de fapte care fie că înobilează românismul, fie că înobilează colectivitatea, întotdeauna înobilează națiunea și Statul român.”¹

Sloganul *Regele Țăranilor și al satelor românești* comunica publicului esența despre brandul politic, într-o formă accesibilă, ușor de memorat, pentru a „vinde” produsul pe piață. De la conducerea Fundației Culturale Regale „Principele Carol”, în veritabile evenimente outdoor de *public relations*, precum Congresele Căminelor Culturale (7 iunie 1938), profesorul Gusti expunea cultul regal-național pe care Școala de Sociologie de la București îl dezvoltă ca promotoare a doctrinei acțiunii culturale:

„Satul românesc a pornit pe toate drumurile încoace ca să poată să stea astăzi prin mii și mii de frunți ai lui, zid în jurul *Regelui Țăranilor*. El vine ca o întrupare însăși a Țării cu graiul, cu portul, cu jocul, cu cântecul și cu sufletul făurit în timp de veacuri ca să-și arate credința și iubirea. [...] Venim în fiecare an înaintea *Marelui nostru Comandant*, ca să îi arătăm că suntem plini de aceeași credință și putere și să ne legăm solemn a fi oricând gata la datorie. Noi, oștirea culturală a Maiestății Sale Regelui la sate, trimeșii a peste două mii de cămine culturale, cu peste două milioane de săteni, să strigăm de aici ca să ne audă întreaga țară: *Trăiască Regele Țăranilor și al satelor românești*.”²

După 1938 intervenția socială și propaganda la sate au fost operate în numele Regelui de către echipele coordonate de Președintele Serviciului Social, Dimitrie Gusti. În dictatura regală a lui Carol al al II-lea-lea fondatorul Școlii de Sociologie a ocupat poziția de Ministru de stat.

1 *Idem* (1939) „În frunte cu Biserica, o Cuvântarea d-lui prof. D. Gusti, președintele Serviciului Social, rostită întru întâmpinarea I.P.S.S. Nicodim, o limpede și vibrantă mărturisire a temeiurilor creștine ale mișcării noastre”, *Curierul Serviciului Social*, anul V, nr. 15, 15 octombrie 1939, p. 1, Fundația Culturală Regală, „Principele Carol”

2 *Fundația Culturală Regală Principele Carol, 1934-1938, (1938)* cu prilejul celei de a IV-a Expoziții a Echipelor Regale Studentești, Atelierele „Luceafărul” din București, București: Fundația Culturală Regală „Principele Carol”, p. XXIII, p. XXXI.

Keywords: Communism, ideological indoctrination, education, propaganda, rewritten historiography

Communism, ideological indoctrination,
education, propaganda, rewritten
historiography

Printre dezbaterile ideologice ale anului 1968, discursul lui Sergiu Nicolaescu este primul care marchează importanța producțiilor de „istorie națională”, printre care *Pădurea Spânzuraților*, *Răs-*

cf. D. Hill, "

coala (ambele premiate la Cannes) sau *Dacii*. Intervenția regizorului se oprește însă asupra scenariului, susținând că un film „bun” trebuie să aibă atât conținut ideologic cât și o poveste cât mai simplă. Nicolaescu pledează, în primul rând, pentru o simplificarea a sistemului de aprobare a scenariilor, deoarece birocrăția exacerbată ar fi împiedicat reușita *planificării*: „Citirea unui scenariu, la noi, se face de circa 70 de tovarăși, cu consultanți cu tot, cam asta e cifra. 70 de tovarăși care-și vor spune părerea, sigur că foarte multe din aceste păreri sunt foarte bune, însă orice lucrare pe care o citim noi, putem să-i găsim un defect. Ar fi bine ca acest grup care apreciază un scenariu să fie cât mai restrâns”¹. În al doilea rând, regizorul analizează producția „epopeei naționale” din perspectivă capitalistă luând exemplul filmului *Dacii*, realizat cu un capital de 20 de milioane de lei și vizionat de 7 milioane de locuitori. În pofida cifrei mari, încasările nu acoperiseră nici măcar jumate din suma investită din cauza costului redus al biletelor, exemplu prin care regizorul demonstra, încă odată, accesibilitatea și popularitatea cinematografului: „Trebuie să facem un film de mare importanță națională ca: *Mihai Viteazul* sau *Ștefan cel Mare*. Un film din acesta, poate fi văzut de jumătate din populația țării. Deci, practic, un film istoric poate atrage cam jumătate din populația țării să-l vadă”². Discursul lui Nicolaescu anticipează, în fapt, că în proiectul construcției „națiunii socialiste”, filmul devine „știință”, statistică, iar importanța acestuia în procesul de „educare” fiind dată de numărul potențialilor cinefili interesați să-l vizioneze.

În *Stenograma Ședinței Comitetului executiv al C.C. al P.C.R. din anul 1968*, Maxim Berghianu și Ion Gheorghe Maurer trasează pe rând problemele pe care re ridică cinematografia socialistă, dar și soluții care să permită o *ideologizare* cât mai eficientă a producției cinematografice. Maxim Berghianu este cel care explică necesitatea transmiterii materialismului-dialectic socialist prin intermediul filmului, grație popularității de care se bucura această artă, afirmând: „Consider că creația aceasta trebuie să slujească politicii partidului nostru, educării oamenilor muncii, să înregistreze activitatea tumultuoasă pe care poporul nostru o desfășoară în această perioadă, și să contribuie la propagarea ideii partidului”³. Pentru Berghianu, filmul „de actualitate” are o importanță covârșitoare pentru conștiința națională, de aceea, marea parte a producției cinematografice trebuie să se îndrepte în această direcție. De asemenea, Berghianu susține ideea unor investiții majore (evaluate chiar și la 20 de milioane lei pentru o producție) în filmografia „educativă” dacă aceasta promovează „liniile politice și ideologice ale partidului”⁴.

La întrebarea „Care sunt cusurile fundamentale ale activității noastre cinematografice?”, Ecaterina Oproiu identifică în discursul său „lipsa climatului de efervescență creatoare” și a relației implicite dintre lipsa cinematografiei și a școlii naționale. Absența „pulsului epocii”, a „actualității”, determină calitatea slabă a producției cinematografice socialiste, răul fundamental al cinematografiei fiind *apolitismul*. Oproiu subliniază că „Nu există cinematografie națională, nu există, școală națională, nu există nici artă cinematografică care să se poată ridica pe alte filme decât pe cele de *actualitate*. Putem să facem multe *filme istorice*, bravo nouă, dar dacă nu avem multe *filme de actualitate* în care să se simtă pulsul epocii, atunci nu avem

1 *Stenograma Ședinței Ideologice C.C. al P.C.R. din ziua de 23 mai 1968, Arhivele Naționale Istorice Centrale, dosar nr. 106/1968.*

2 *Ibid.*

3 *Stenograma Ședinței Comitetului Executiv al C.C. al P.C.R. din ziua de 25 iunie 1968, Arhivele Comitetului Executiv al C.C. al P.C.R. nr. 1889/13.07.1968, dosar nr. 106/1968, pp. 15-16.*

4 *Ibid.*, „Dacă noi în industrie investim 20 milioane într-un obiectiv, noi analizăm pe toate fețele ce dăm și ce vom realiza, ori noi pentru filme dăm câte 20 de milioane de lei unor oameni care n-au cel puțin certitudinea că nu va fi un eșec. Dacă este vorba să se facă un film care să corespundă funcțiilor sociale ale cinematografiei, intereselor noastre, liniei politice și ideologice ale partidului ș.am.d, atunci putem să facem o investiție chiar dacă este mai mare, dacă acest film are un scop educativ”.

nimic. Cinematografia noastră suferă de un rău fundamental. Acel rău se numește *apolitism*¹.

În centrul demersului de educare «prin film» se află *spectatorul*. Caracterul popular sau accesibil al filmului, determinat de corelarea sincronică dintre imagine și cuvânt, permite acestuia promovarea marxist-leninismului rapid și pe scară largă. Spectatorul nu este simplu *spectator*, el trebuie să-și depășească condiția de simplu cinefil și trebuie să îmbrățișeze realitatea partinică servită, *voința socialistă*, pentru a deveni „omul nou”. Pentru socialism, spectatorul e unul și același cu *națiunea*, care trebuie să înțeleagă politica marxistă care veghează la binele „oamenilor muncii și pacea popoarelor”. Tematica filmografiei românești se va limita, ca atare, în această etapă, la două „genuri”: *filmul istoric* și *filmul de actualitate*. În această logică, înlăturarea *apolitismului* cinematografic este condiție *sine qua non*. Dacă *filmul istoric* atacă pe peliculă subiecte ca evocarea trecutului spațiului „carpato-danubiano-pon-tic” și prezentarea anumitor personalități istorice în scopul promovării cultului lui Ceaușescu, *filmul de actualitate* aduce în prim plan evocarea faptelor „eroice” ale socialismului ca lupta antifascistă, precum și măsurile de politică internă ale PCR. Între cele două genuri există, irefutabil, o relație de complementaritate.

Din 1968, filmul nu mai este văzut ca *artă* în sine, iar cinematografia începe să fie cercetată „științific” ca mijloc de educare a maselor, prin analizarea constantă a raportului dintre genul filmului și numărul de cinefili pe care l-ar „mobiliza”. Filmografia română trebuie judecată, așadar, în spiritul frământărilor anului fatidic 1968 asupra înlăturării *apolitismului* cinematografic. Mai mult, în *Informarea în legătură cu dezbaterile problemelor cinematografiei artistice în ședința Comisiei Ideologice C.C. al P.C.R.*² se pun bazele unor măsuri instituționale privind procesul de ideologizare cinematografică și îndeplinirea planurilor de producție, în funcțiile de ariile tematice, prin casa de producție „București” și Centrul Național de Cinematografie. Conform acestui document, în planul pe anul 1969, se aveau în vedere tratarea unor subiecte ca definitivarea „luptei îndelungate a poporului nostru pentru libertate și independență”, „unitatea națională”, „lupta antifascistă și actul istoric de la 23 August” culminată cu „încheierea victorioasă a războiului antihitlerist”. Aceste subiecte au continuat însă să fie tratate cu abnegație și în anii următori.

Odată ideologizată, producția cinematografică poate fi utilizată în scopul formării *omului nou*. Primul indiciu că filmul este cercetat „științific” în scopul educării maselor îl reprezintă volumul *Didactica filmului școlar*³, apărut în 1970. În respectivul volum aflăm că filmul însoțește (experimental!) lecțiile de istorie sustinute la clasele IV-VIII. Pattern-ul prin care se transmit cunoștințele de istorie descrie regimul socialist drept unul „salvator”, „bun”, „eroic”, situat antagonic față de monarhia care, chipurile, se lăfăia în lux: „Situția economică și social-politică a României între anii 1940-1944 este redată în imagini semnificative (în filmul *Pagini de istorie*, n.r.), arătând marile contradicții ale acestei epoci în mod comparativ (petreceri la curtea regală – mizerie în mahalalele bucureștene, comuniști în lagăre și închisori – ofițerii germani odihnindu-se la mare etc.) și punând accentul pe lupta maselor populare sub conducerea P.C.R. împotriva acestei situații”⁴. Practic, patternul comunist urmărește gradual ștergerea din memoria colectivă a monarhiei și influențelor liberale ce guvernaseră țara până la instaurarea regimului socialist, accentuând tot mai mult ideea că „nașterea României moderne” se datorește fără echivoc, comunismului. Lucid, Alexandru Zub⁵ susține că în nici un alt regim, mitul *omului nou* nu a avut consecințe atât de

1 *Ibid.*, p. 17.

2 *Informarea în legătură cu dezbaterile problemelor cinematografiei artistice în ședința Comisiei Ideologice C.C. al P.C.R./22.06.1968* în C.C. al P.C.R. – Secția Cancelarie, dosar nr. 106/1968.

3 Ioan Cerghit (1970), *Didactica filmului școlar*, Editura Didactică și Pedagogică, București.

4 *Ibid.*, pp. 119-120.

5 Alexandru Zub (2000), *Orizont închis: istoriografia română sub dictatură*, Institutul European, p. 109.

nocive ca în regimul socialist, deoarece acesta a condus la eliminarea unor elite politice și la renunțarea unor valori care fuseseră cu greu câștigate de-a lungul timpului.

Astfel, un exemplu concret este și cazul filmului *Ziua Z*, ce reflectă teza lui Zub asupra «rescrierii istoriografiei»¹, în sensul că evenimentele istorice prezentate în filmul mai sus menționat intră în contradicție cu cele descrise într-un film pe care Nicolaescu îl va regiza după evenimentele din 1989, intitulat *Oglinda. Începutul adevărului*. Mai precis: în *Ziua Z*, momentul 23 august este atribuit regimului comunist, în timp ce în *Oglinda. Începutul adevărului*, acesta survine în urma acțiunilor Regelui Mihai, opoziției, prin persoana lui Iuliu Maniu și mareșalului Antonescu, fapt ce-l determină pe criticul de film Mircea Dumitrescu să afirme: „Când a avut Sergiu Nicolaescu dreptate? Care este adevărul? Care din aceste două poziții, complet contradictorii, este cea sinceră?”². Mai mult, în *Oglinda. Începutul adevărului* criticul susține că „se referă la multe dintre aspectele aceluia tragic eveniment: dorința tuturor românilor de a ieși dintr-un război periculos pentru existența noastră ca națiune; dimensiunea morală, demnă de mari patrioți, a lui Ion Antonescu, Gheorghe Brătianu și Iuliu Maniu; caracterul complex al lui Lucrețiu Pătrășcanu; aspectul odios al celorlalți lideri ai PCR, simpli agenți ai Moscovei etc. Surprinde, în schimb, prezentarea imaginii subtil *defavorabilă* regelui Mihai, precum și cea *favorabilă* lui Hitler”³.

În procesul de educare al istoriografiei rescrise cu ajutorul filmului, efortul partinic este complex și gradual. În perioada 1971-1975, o serie de experimente susținute de regimul comunist încearcă să determine măsura în care filmul istoric susține predarea orelor de istorie și dirigenție⁴. *Într-o primă etapă*, „În anii școlari 1971-1972 și 1972-1973 s-a avansat și verificat experimental ipoteza potrivit căreia activitățile comune ale profesorilor și elevilor – în care se realizează pregătirea vizionării filmelor și valorificarea aportului lor, studierea pe care le ridică conținutul și mijloacelor de expresie ale filmelor vizionate și propunerea, pe această bază, a unor elemente de cultură cinematografică – conduc la creșterea educației prin film. Eficiența educației prin film se referă atât la informația deținută de elevi privind existența filmului ca artă, cât și la formația lor, la capacitatea elevilor de a desprinde ideile majore și semnificația social-umană a mesajului filmic”⁵.

Într-o a doua etapă, aflăm că experimente similare au fost întreprinse și în anii școlari 1973-1974 și 1974-1975, prin asocierea lecțiilor ținute pentru elevi cu filme situate în aceeași arie tematică. Cuvântările lui Mihnea Gheorghiu în ședințele ideologice ale PCR din 1968 privind „scopul educativ” al filmului au fost, ca atare, primul act al unei piese de teatru cu final previzibil. Motivele acestor experimente sunt comprehensibile și reflectă obsesia psihotică a *partidului* de a transmite cât mai eficient materialismul dialectic socialist în drumul său către formarea *omului nou*, căci

1 Referitor la acest lucru, Ion Manolescu afirmă că „Pe scurt, era foarte ingenios să faci un film de aventuri în perioada interbelică, așa cum se întâmpla la Sergiu Nicolaescu, în care să mistifici replicile legate de adevărul istoric și de realitatea politică a perioadei, să-i transformi pe țăraniști și pe liberali în niște bandiți, să faci din Rege un semi-bufon și din comuniști niște aventurieri inteligenți în folosul patriei și al poporului pe care îl respectau. Cam așa arăta toată paraliteratura perioadei comuniste, de care noi ne-am ocupat în ideea de a arăta că, de fapt, cele două mari forme de distribuție ideologizată, cea hard și cea soft, mergeau mână în mână” în *Dezbaterile Phantasma, Imaginarul Comunist. Deconstrucții*, accesibil pe <http://www.phantasma.ro/dezbateri/masa/masa12.html>.

2 Mircea Dumitrescu, „Clișeul Sergiu Nicolaescu în cinematografia română”, accesibil pe <http://mirceadumitrescu.trei.ro/cliseulsergiu.htm>, p. 3.

3 *Ibid.*

4 Virginia Crețu (1980), *Educația elevilor prin film și pentru film*, Editura Didactică și Pedagogică, București. Vezi cu precădere capitolul 5, „Promovarea educației pentru film în școală la elevii preadolescenți”, subcapitolul „Înțelegerea filmului artistic ca un act de creație – obiectiv central al educației pentru arta filmului”.

5 *Ibid.*, p.88.

„conștientizând valoarea filmului ca valoare culturală și ca factor civilizator, elevii au fost dirijați totodată spre surprinderea dimensiunilor esențiale pe care le are limba maternă în asimilarea, perpetuarea și îmbogățirea culturii sociale și personale, spre stabilirea unui raport adecvat între lectură și activitatea filmică”¹.

Concret, după vizionarea oricărui film, elevii erau obligați să răspundă unui set de întrebări, pentru a se stabili „științific” gradul de eficiență al educației „prin film”. Volumul Virginiei Crețu exemplifică faptul că pentru transmiterea cât mai eficientă a istoriografiei rescrise de comunism, filmul socialist devine *instrument de educare*. Astfel, la întrebarea „Ce procese esențiale au avut loc în Dacia, după cucerirea ei de către romani? Descrieți-le pe larg, referindu-vă și la cele aflate din filmele *Dacii*, *Columna*, *Columna lui Traian*”, aflăm că printre răspunsurile sugerate se află (sic!) și *lupta de clasă*². Pentru a putea guverna „regimul comunist anexează pas cu pas trecutul întreg”³, începând cu Burebista „reprezentant cel mai strălucitor” al cărui urmaș direct devine „tovarășul” Nicolae Ceaușescu. Abia în 1979 aflăm că puterea filmului socialist rezidă în mit, deoarece mitul metamorfozează limbajul naturii iar filmul este întruchiparea sa prin excelență: „Cu atât mai mult vom spune că filmul ca artă realistă împlinește întocmai idealul omului de a plăsmui „o realitate adevărată”, de a recrea pe această cale lumea, istoria, la fel cum o făcea omul arhaic, săvârșind acte rituale, mitice”⁴. Filmul devine astfel, un simplu instrument coercitiv, promotor al „realismului socialist”. Recursul la „geneza” statului român o explică cel mai bine Boia fiindcă „mitul dacic a fost reînviat în forme apropiate de mitologia extremei drepte a anilor '30, statul dac al lui Burebista ajungând să prefigureze România lui Ceaușescu”⁵.

Alain Besançon⁶ identifică, de altfel, trei acte pe care orice guvern comunist le adoptă pentru a-și consolida guvernarea și a crea „omul nou”: închiderea frontierelor, controlarea informațiilor și „înlocuirea realității printr-o pseudo-realitate”. Într-un astfel de sistem, principalul instrument de manipulare este izolarea față de lumea exterioară și interioară. Într-o asemenea logică, realitatea oferită de un sistem comunist este una bazată pe artificialitate și falsificare (falsă artă, fals jurnalism, falși istorici) iar scopul suprem constă în asigurarea legitimității regimului. Cazul românesc se subscrive acestui pattern iar în procesul de escamotare a istoriei, *filmul* joacă un rol fundamental. Faptul că *arta* este un domeniu de interes pentru P.C.R. îl aflăm și mai târziu, prin *Programul Partidului Comunist Român de făurire a societății socialiste multilateral-dezvoltate și înaintare a României spre comunism*, din 1974⁷. Acesta reflectă importanța pe care partidul unic o acordă istoriografiei rescrise prin intermediul *artei*. *Arta socialistă* capătă, prin programul P.C.R. din 1974, un plus de noutate față de cea din 1968: exploatarea unui așa-zis accent „justițiar”, cu ajutorul peliculei. În capitolul Programului referitor la artă, raportarea la „orânduirea bur-

1 *Ibid.*, p. 102.

2 *Ibid.*, p.139.

3 Alexandru ZUB, *op. cit.*, p. 82.

4 Grid Modorcea (1979), *Miturile românești și arta filmului*, Meridiane, București, p. 79.

5 Lucian Boia(1995), *Miturile comunismului românesc*, Editura Universității din București, p. 13.

6 Alain Beçançon (1999), *Nenorocirea secolului. Despre comunism, nazism și unicitatea Șoahului*, Humanitas, București, p. 60.

7 *Programul Partidului Comunist Român de făurire a societății socialiste multilateral-dezvoltate și înaintare a României spre comunism*(1975), Editura Politică, București, pp. 161-162: „Adevărata artă a exprimat întotdeauna realitatea socială în procesul dezvoltării sale istorice. Spre deosebire de orânduirile ei anterioare, inclusiv de orânduirea burgheză, în care arta realistă oglindea relațiile sociale bazate pe exploatare, inegalitate și asuprire, în condițiile orânduirii socialiste arta reflectă realitatea relațiilor noi de producție și sociale, pe colaborare, prietenie și stimă între oameni, noua poziție a omului, de libertate și demnitate socială. [...] Partidul acordă, de asemenea, un rol de mare însemătate criticii de artă, atât în promovarea creației artistice cu înalt conținut educativ, militant, cât și în educarea estetică a maselor populare”.

gheză" reflectă că scopul partinic socialist în artă urmărește cu precădere exploatarea relației antagonice între „bine” (regimul socialist) și „rău” (orice alt regim politic). În această logică, în jurnalistica perioadei respective filmele produse pe bandă rulantă vin să glorifice originea și caracterul „eroic” al națiunii române. Valorificate sunt îndeosebi virtuțile autohtonilor în tehnica de luptă, precum și vitejia cu care aceștia își apără *glia*. Alexandru Zub compară aceste tendințe cu cazul italian, prin faptul că „invocarea originii latine era și un fel de a participa mitic la măreția Romei, un mod de a proiecta la origini o aspirație spre deplinătate și forță. [...] O întâlnim pretutindeni la popoare ce nu-și împliniseră încă programul național, popoare pentru care istoria era un instrument regenerativ”¹. Valorificarea acestor virtuți rezidă în faptul că acestea sunt atribuite exclusiv socialismului, prin intermediul istoriografiei rescrise. Comunismul își planifică atent controlul asupra formării *omului nou*.

Cuvântările lui Nicolae Ceaușescu au avut un ecou important în trasarea direcțiilor pe care avea să o apuce ulterior cinematografia românească. Inițial avem de-a face cu mitul istoric, apoi cu cel al „eroului socialist”, inalienabil, invincibil, omniprezent-clîșeu reluat în filmografia românească, indiferent de tematica partinică socialistă a filmului „epopeei naționale” sau „actual”. În tematica partinică a cinematografiei românești, un loc esențial îl ocupă filmele „de război”, care doresc să asigure în cadrul procesului de comunizare, o imagine plenipotentă a Partidului. În general, distingem două direcții partinice: prima, aceea de a oferi o imagine „la pachet” a comunismului², omniprezent și intrinsec atașat de binele națiunii (pentru care intră în război cu alte state) și a doua, de rejectare a partidelor aflate în afara doctrinei socialiste, mergând până la „rescrierea istoriei” și manipularea acestuia în folos propriu. Instrumentele principale sunt tratarea în producția cinematografică „la comandă” a unor subiecte ca Primul și al Doilea Război Mondial. În procesul de educare al *omului nou* cu ajutorul *filmului*, constatăm accentuarea caracterului „eroic” al P.C.R., precum și reluarea temelor *antiimperialiste* și *antifasciste* de care partidul unic va fi obsedat în anii '70. Principala modalitate este aceea de inoculare în conștiința publică a faptului că filmul ar fi intrinsec legat de *realitatea istorică*³. Exemplele din volumul Virginiei Crețu sunt concludente. Întrebați „Cum a ținut Partidul Comunist Român legătura cu masele în anii ilegalității? Gândiți-vă la ceea ce ați aflat din filmul *Zidul*, din seriilele *Pistruiatul* și *Urmărirea*”, răspunsurile sugerate elevilor transformă P.C.R. într-un erou al „națiunii”, omniprezent și infailibil deopotrivă, aflat în continuă luptă pentru binele națiunii, prin „prezența comuniștilor în toate sectoarele de activitate, asociații de masă legale conduse de P.C.R., postul de radio România liberă, manifeste tipărite ilegal”. În fine, la întrebarea „Cum se explică întoarcerea armelor și angajarea eroică a întregii armate române în lupta împotriva hitleriștilor, pentru eliberarea întregului teritoriu al patriei?”, pentru a obține punctajul maxim, elevii ar fi trebuit să răspundă „ura față de hitleriștii care furaseră bogățiile țării, dragostea de țară, refuzul de a o transforma într-un teatru de război, nemulțumirea creată de război”⁴.

1 Alexandru Zub (2004), *Istorie și finalitate în căutarea identității*, Polirom, București, p. 73.

2 Vezi Ion Manolescu (2004), *Comunismul «la pachet». Aventură și propagandă în filmele polițiste*, în Ion Manolescu, Paul Cernat, Angelo Mitchievici, Ioan Stanomir, *Explorări în comunismul românesc*, vol I, Polirom.

3 Ioan Cerghit, *op. cit.*, p.115: „Cunoștințele istorice (reprezentările, noțiunile) se caracterizează printr-o complexitate specifică. [...] De obicei, un eveniment istoric are la bază mai multe cauze, la desfășurarea lui participă forțe sociale diferite, iar urmările pot fi, de asemenea, cele mai diferite. Imaginea filmică corespunde acestei particularități a cunoștințelor istorice, tocmai prin faptul că filmul prezintă realitatea istorică în complexitatea ei. [...] Filmul contribuie la interpretarea dialectică – deterministă – a evenimentelor de către elevi, la înțelegerea fenomenelor cauzalității evenimentelor istorice, a raporturilor de interdependență în viața socială, a semnificației evenimentelor istorice. Concomitent, mesajul filmic își aduce o importanță contribuție la accentuarea funcției formative a predării istoriei în școală, în special la dezvoltarea gândirii elevilor”.

4 Virginia CREȚU, *op. cit.*, p. 139.

Michel Foucault¹ subliniază, de altfel, importanța *discursului istoric* prin depolarizarea, demonetizarea valorilor și introducerea rupturii în discursul adevărului, datorită faptului că discursul istoric și politic este ancorat în istorie și descentrat politic. Discursul partizan al istoriei și războiului pe care îl tratează Foucault în lucrarea sa este „străin de adevăr” și „intens mitic”: „Există, de asemenea și o funcție de memorare, care va fi de găsit nu în narațiunile de vechime și în reînvierea vechilor regi și a eroilor, ci, dimpotrivă în analele și cronicile ținute zilnic, an după an, pe parcursul istoriei înseși”². Concluzia Virginiei Crețu verifică, de altfel, teza lui Foucault. Experimentul din perioada 1971-1973 a fost unul încheiat cu succes, întrucât elevii au reținut, în proporție de 70%, „aportul pozitiv” adus în istoria țării de către P.C.R., situând, la pol opus față de acesta, *fascismul*. La sfârșitul «experimentelor» din perioada 1971-1975, principalele idei reținute de elevi din filme erau că „Instaurarea puterii democrat-populare este rezultatul luptei dârze și nemijlocite a maselor de oameni ai muncii. Principalii organizatori ai luptelor maselor populare au fost comuniștii, caracterizați prin cutezanță, hotărâre și spirit de sacrificiu (filmul românesc „Asediul”).

Fascismul a reprezentat un pericol pentru valorile culturale ale omenirii. [...] Poporul, care este creatorul bunurilor materiale, a fost, în acei ani grei, și principalul apărător al valorilor culturale ale omenirii (filmul „Trenul”)³. Aceste exemple demonstrează că printre scopurile partinice esențiale se număra și *principiul responsabilizării sociale și civice* care urmărea crearea unei noi conștiințe raliatide ideologiei și valorilor socialiste capabile să înțeleagă, să accepte și să se supună ideilor „reformatoare”, făurite genetic de Partid. Producția cinematografică „la comandă” va a urmărit precis acest scop completând „mitul istoric” cu tematica celui de-al Doilea Război Mondial. În acest imaginar, comunismul căpăta valențe „mântuitoare”, în timp ce orice altă alternativă politică era „nocivă”.

Educația socialistă „prin film” promova, așadar, ideea *partidului unic* care veghea la bunăstarea națiunii, precum și infailibilitatea politicii sale interne și externe; partidul este *hiperbolizat, plenipotent*, fiind „multilateral-dezvoltat”, capabil să apere integritatea teritorială a țării, atât în fața amenințărilor externe (fascismul) cât și interne (borfași, tîlhari, legionari), fiind factorul esențial al stabilității sociale. Partidul unic cerceta, în scopul său „științific”, toate mijloacele artistice „de propagandă” și escamotare a istoriei anterioare momentului când comuniștii ajung la putere. În centru se afla și *cinematografia*, artă atât de dezbătută în ședințele ideologice ale P.C.R., ce trebuia să militeze pentru *reforma socială*, pentru deconstrucția valorilor naționale dobândite până atunci și la făurirea altora noi, raliatide ideologiei socialiste.

Ședințele ideologice ale anului 1968, aveau să stabilească direcția partinică a ideologizării, consemnând caracterul științific al materialismului-dialectic reflectat inclusiv în artă. Filmul devine „știință”, statistică iar importanța acestuia e redată de numărul potențialilor cinefili interesați să-l vizioneze. „Arta” cinematografică socialistă nu presupunea creație în scopul artistic în sine, ci în scopul rentabilizării maxime a profitului financiar și a „educației” ideologiei socialiste. Educarea presupunea, așadar, un efort sistematic, complex, de degradare a cunoștințelor și identității naționale.

1 Michel Foucault (2000), *Trebuie să apărăm societatea*, Univers, București.

2 *Ibid.*, p. 79.

3 *Ibid.*, p. 149.

Haideți, fii ai patriilor, ziua gloriei a venit... pentru schimbarea imnurilor naționale!

■ ION BOBOC

Chants révolutionnaires, hymnes patriotiques et marches militaires sont au cœur du dispositif scénographique du pouvoir et des luttes pour sa conquête (Alain Darré)¹

In the following study we will attempt to elucidate the hidden messages of the state hymns from countries of the EU, most of them being works and symbols used in public (for example on the occasion of sportive events), or in students classrooms, in certain countries (for example Austria, France and România, the interpretation of the complete official national anthems is mandatory in the first cycles of study).

Taking into consideration the fact that the majority of anthems have their texts and music written in old historical contexts (especially the period before, during and immediately after the two world wars), thus being marked by a symbolism much more related to war rather than peace, the messages hidden inside the hymns remind these contexts to those who listen to or use them directly or through the media, that is why we militate (another new militaristic term) for a more profound knowledge of the power of these messages, especially in the works of education in schools.

Keywords:

national anthems, symbolism, hidden curriculum, war, peace

1. Scurt istoric privind contextele în care s-au realizat imnurile naționale

Specialiștii consideră că în toate timpurile imnurile au reprezentat expresia populară și muzicală a supra-eurilor colective, un „mod de operare” simbolic, alături de alte simboluri: eroi și povestiri legendare, stindarde, mone-de, embleme și monumente care încearcă să exprime personalitatea colectivă, a popoarelor și în ultimă instanță a națiunilor.

Cuvântul „*imn*” provine din limba latină, „*hymnus*”, la rândul lui împrumutat din greacă, „*hymnos*”, însemnând „cântec de biruință”.

Imnurile naționale au apărut mai ales în perioadele formării statelor naționale, având deci ele însele un caracter eminamente naționalist. Dintre imnurile naționale din țările Uniunii Europene (UE), cel mai vechi aranjament muzical a fost compus în Țările de Jos (1548), iar cel mai „nou” în Malta (1922). În majoritatea cazurilor, textele au fost ulterioare muzicii, iar în prezent melodiile sunt mai des utilizate decât textele, deși ambele sunt adoptate concomitent (prin reglementări legislative).

¹ Alain Darré (1996), *Prélude. Pratiques musicales et enjeux de pouvoir*, Rennes, Presses Universitaires de Rennes, p. 15.

Date istorice legate de imnurile de stat

Tabel 1

Țările UE	Muzica	Text	Data adoptării actuale
1. Austria	1791	1946	1946
2. Belgia	1830	1960	1860
3. Bulgaria	1885	1885	1964
4. Cipru	1823	1823	1865
5. Danemarca	1835	1819	1835
6. Estonia	1848	1867	1990
7. Finlanda	1848	1846	1867
8. Franța	1792	1792	1795
9. Germania	1797	1841	1922
10. Grecia	1864	1823	1865
11. Italia	1847	1847	1948
12. Letonia	1873	1873	1990
13. Lituania	1898	1898	1991
14. Luxemburg	1864	1859	1895
15. Malta	1922	1922	1964
16. Marea Britanie	n.	n.	1745
17. Polonia	n.	1797	1926
18. Portugalia	1890	1890	1910
19. Republica Cehă	1834	1834	1993
20. Republica Irlanda	1907	1923	1926
21. România	1848	1848	1990
22. Slovacia	n.	1844	1993
23. Slovenia	1905	1844	1989
24. Spania	1761	nf.	1770
25. Suedia	n.	1844	nf.
26. Țările de Jos	1568	n.	1932
27. Ungaria	1844	1823	1844
Imnul UE	1823	1785	1972

Note: 1. Referințele pentru muzică și texte se fac la anii în care ele au fost realizate de autorii variantelor actuale ale imnurilor naționale. 2. n. = date necunoscute ; 3. nf. = în cazurile Spaniei și Suediei textele imnurilor naționale civile nu sunt oficiale; 4. Cipru a preluat imnul național al Greciei; 5. Estonia și Finlanda au același imn, dar cu versuri diferite.

Din tabelul 1, se verifică faptul că cea mai mare parte a imnurilor naționale au fost realizate în perioade pre- și post-revoluționare din istoria celor 27 de țări membre în prezent ale UE. Acesta este principala «marcă» istorică a mesajelor imnurilor de stat (preponderent războinice), provocatoare în mod direct sau induse subliminal în acest sens, așa cum vom demonstra în acest articol.

Încă de la „inventarea” acestei forme de cultivare, menținere sau incitare a spiritului naționalist, care este imnul oficial de stat, acesta a reprezentat unul din principalele simboluri ale identității unui popor și prin intermediul căruia era comunicată poziția lui în sistemul lumii¹.

Pe de o parte, întreținerea unui „foc” patriotic fățiș sau ascuns a avut un rol important în perioadele dificile prin care au trecut multe din țările europene, con-

¹ Karen A. Cerulo (1995), *Identity Design: The Sights and Sound of a Nation*, New Brunswick, New Jersey: Rutgers University Press.

fruntate cu războaie de independență și cu lupte de păstrare a ființei naționale întregite. Pe de altă parte, așa cum textele biblice – apărute în urmă cu peste 2000 de ani – sunt considerate drept caduce de liber cugetători, tot așa există vii polemici actuale, după care imnurile naționale ar avea același caracter caduc în prezent. Mai jos prezentăm câteva poziții dilematice privind mesajele directe sau subliminale pe care le „inculcă” imnurile naționale, în condițiile noilor realități ale integrării țărilor europene în marea familie a UE, sub flamurile perfecțiunii și în ritmurile „Odei bucuriei”.

2. Tipuri de mesaje transmise subliminal prin imnurile de stat

„*Curriculum ascuns*” – este expresia care, aplicată la procesul de educație din instituții formale de specialitate și din societate, se referă la ansamblul experiențelor de învățare și dezvoltare directe sau indirecte, ale unei persoane sau colectivități, explicate sau implicite, rezultate din însăși ambianța educațională din organizații, din spațiul comunitar și din influența fizică și psihică a educatorilor sau a diverselor grupuri de influență, toți acești factori naturali și umani putând conduce la obținerea docilității celor educați¹.

Termenul de *curriculum ascuns* poate fi însă folosit în orice proces de manipulare (negativă) sau persuasiune (pozitivă) a persoanelor, indiferent de vârstă, atâta vreme cât acest proces are loc într-un cadru organizat, instituționalizat, având ca scop îndobânzirea, influențarea sau obținerea unui efect subliminal dorit, de fidelizare sau control al personalității individuale și / sau colective.

Psihosociologii consideră că odată cu imnurile naționale sunt create și premisele constituirii unei „transe socializante, în care spectatorul se identifică cu eroii, prin mijloace conjugate cu discursul inteligibil, cu gestică, decorul și muzica”².

Există, în același timp, puternice legături între imnuri și religie. În mod concret, „limba oficială” a imnurilor naționale cuprinde cuvinte luate din panopia religiei: „sfânt”, „Dumnezeu”, „divin”, „sacru”, „pur”, „Patrie”, „Națiune”, „cetățean” etc.³. Alte formule incitative și „scenarite verbale” sunt concretizate în **culorile drapelului național** sau ale unui partid anume, ori în **semnul crucii**. De exemplu: **roșul** este reprezentativ pentru comuniști ori socialiști, dar are și semnificația „sângelui vărsat” în steagurile din 23 de state membre ale UE, **verdele** este asumat de ecologiști, dar are și sensul de „bogăție naturală”, dată de Dumnezeu (în cazul Italiei, Republicii Irlanda, Bulgariei și Ciprului), **tricolorul** cu semnificații asupra fiecărei culori diferite de la țară la țară etc.).

Semnul crucii este consemnat pe steagurile Belgiei, Danemarcei (cruce de culoare albă, pe fond roșu, despre care se crede că „a căzut din cer”, în cel mai vechi steag european, datând din sec. XIV), Irlandei (pe stemă și pe drapel), Luxemburgului, Poloniei, României și Țărilor de Jos (însoțite de săbii, iar în cazul țării noastre se adaugă scuturile și buzduganele), Maltei, Portugaliei, Cehiei, Slovaciei, Lituaniei, Marii Britanii, Spaniei, Suediei și Ungariei.

Unele imnuri îndeamnă populația la acțiuni, precum: „Hai”, „Deșteaptă-te”, „Sus”, „Să pornim”, altele invocă eroi naționali sau transnaționali, entități absolute, superioare etc.⁴

1 E. Vallane (1991), *Hidden Curriculum*, in xxx (edited by Arie Lewy) – *The International Encyclopedia of Curriculum*, Oxford New York: Pergamon Press.

2 Gilbert Rouget (1980), *La musique et la transe*, Paris: Gallimard, p. 23;

3 Michelle Biget (1989), *Musique et Révolution française*, Paris: Annales Littéraires de l'Université de Besançon;

4 Jacques Cheyronnaud (2002), *La parole en chantant: musique et cultures politiques*, Protée, Vol. 30, No. 1, pp. 79-94.

În țările cu regim monarhic, eroul salvator este invariabil regele sau regina, în altele lideri politici transnaționali, dar mai ales naționali: Napoleon Bonaparte, Kosciuszko, Czarniecki și Dabrowski în cazul Poloniei (primul a fost făuritor al unor legiuni poloneze organizate de luptă), Scipio Africanul în cazul Italiei, ori Dumnezeu însuși (cazul imnurilor Marii Britanie, Maltei, Ungariei etc.), alte figuri legendare, chiar comune în țări vecine, dar cu misiuni controversate (zeița Freya are drept „casa preferată” Danemarca, ea urmând însă a face rău dușmanilor, chiar vecini și care și ei cred în această zeiță scandinavă; „umbra” lui Matei Corvin – Mátyás, în l. maghiară – este invocată atât în imnul României cât și în cel al Ungariei).

Partidele românești folosesc și ele intens simbolurile religioase: PD-L intonează refrenul „Noi murim spre a ne naște...Ca Isus în zi de paște”, PSD utilizează un aranjament componistic după imnul UE („Colț de rai, cu soare sfânt”), PNL indică și prin săgeată ajutorul Celui de sus: „Deasupra mea doar Dumnezeu va sta”, „PNG-ul transmite rugăciunea „Doamne ocrotește-i pe români” etc.

Curriculum-ul ascuns este cu atât mai puternic marcant pentru persoane sau colectivități cu cât la cunoștința marelui public este adus faptul că la aranjamentele muzicale ale imnurilor naționale au contribuit personalități muzicale remarcabile ori autori religioși: Beethoven (actualul Imn al Europei unite), Berlioz (o orchestratie nouă pentru imnul Franței), Mozart (imnul actual al Austriei), Haydn („Cântecul Germanilor”), Lully și Haendel („God Save the Queen” – imnul Marii Britanii), Gounod (imnul Vaticanului), muzică religioasă cu autor necunoscut pentru imnul actual al României etc. Astfel de precizări măresc impresionalitatea publicului, fie și prin pomenirea acestor personalități celebre, ele însele fiind simboluri ale muzicii universale de cea mai mare valoare.

Asocierile muzicii cu aspectele psiho-etnice sunt practic necunoscute, deși unele dintre ele au fost studiate, mai ales prin prisma aspectelor politice implicate în perioada nazismului. În acest sens, este citat cazul celebrului neuropsihiatru austriac de origine evreică Sigmund Freud, care a fost profund mișcat de muzica lui Joseph (Franz) Haydn, auzind imnul țării care l-a adoptat, imn intonat de un regiment vienez, în timp ce își sorbea cafeaua împreună cu studenții lui, pe terasa de la Ringstrasse. Puțin mai târziu după acest moment emoționant, marele psihanalist a fost nevoit să se refugieze la Londra, pentru a scăpa de persecuția nazistă, în 1938¹.

Nivelurile de angajament patriotic ale imnului național sunt atât de puternic impregnate de naționalism colectiv, încât atingerea însemnelor, percepută ca amenințătoare sau cu tentă sfidătoare a acestui simbol, este văzută ca infamie, care afectează nu doar o persoană, ci însăși ființa națională (exemplele cele mai cunoscute sunt, în România, folosirea imnului, asociat cu drapelul maghiar în județele Covasna și Harghita, cu ocazia zilei naționale a Ungariei, în SUA cazul Roseanne, iar în Franța cazul Gainsbourg ²).

1 Cora L. Diaz de Chumaceiro (2001), *A Note on Freud's Reaction to the Music of His National Anthem*, *Journal of Poetry Therapy*, Vol. 15, No. 2, p. 79.

2 Actrița de comedie Roseanne Barr, în 25 iulie 1990, cu ocazia unui meci de baseball, între echipele Cincinnati Reds și San Diego Padres, a fost invitată să cânte imnul SUA. În loc să ofere o versiune oficială a ritmului melodic, ea a preferat să „țipe” imnul, stâlcindu-l în mod intenționat. Opinia publică americană a considerat că actrița (provenind dintr-o familie de evrei refugiați) a folosit prilejul pentru a batjocori acest important simbol național, determinându-l și pe ex-președintele George W. Bush să denunțe fapta actriței ca „dizgrațioasă”, iar o parte din spectatori să o amenințe chiar cu moartea (1.600.000 de oameni au urmărit această emisiune, conform website-ului Youtube). Anterior acestui caz, versiunea *reggae* a Marseillaisei, înregistrată de Serge Gainsbourg în 1979, a fost denunțată și ea ca o profanare. Polemica, lansată de Michel Droit în jurnalul francez «*Le Figaro*», a condus, în final, la concluzia că interpretarea a avut un caracter provocator (nu profanator). Alte adaptări au fost privite mai cu înțelegere, fără a fi percepute drept blasfemii: de exemplu, improvizațiile din 1946 în cazul aceluiași imn național francez pe ritmuri de jazz de către chitaristul belgian de origine romă Jean «Django»

Specialiștii în „decodarea” mesajelor propagandistice-manipulatorii din imnurile naționale, cum este cazul lui Ceahotin, consideră că acestea sunt utilizate pentru a „stimula” declanșarea extazului patriotic și combativ, mai ales prin asocierea cântecului cu versurile războinice, pe un fond emoțional. Asocierile pot continua prin alte simboluri de aceeași valoare emoțională: stema țării, drapelul, folosirea fanfarelor militare în perioadele de sărbători publice cu valoare națională (ziua Patriei, a Eliberării de sub diferite „juguri” străine etc.). „Pentru a completa panopia propagandei, putem evoca simbolul sonor, așa cum este imnul național, care declanșează adesea un reflex gestual. Majoritatea popoarelor exprimă respectul pentru cântecul lor patriotic oficial, ridicându-se în picioare, altele ducând mâna la inimă, arătându-și atașamentul sentimental pentru țara lor”¹.

În afara preponderenței apelului la asocieri – ale imnurilor de stat, sloganurilor, cântecelor patriotice ori altor simboluri de ordin politic, dar având substrat de fidelizare sau îndoctrinare – cu mobiluri legate de planul afectivității, se apelează și la asocieri pe un fond de condiționare atitudinal-cognitivă. Psihologul G. Razran a confirmat pentru prima dată ipoteza după care prin asocierile cântecelor ori sloganurilor politice cu o condiționare alimentară se poate ajunge la efecte pozitive sau negative, în funcție de interesele politice aflate în joc².

În recente alegeri politice uninominale din țara noastră (noiembrie 2008) candidații au fost sfătuiți (de marketerii politici străini, în special americani) să continue și să dezvolte practicile asocierii alimentare tradiționale (mai ales cu mici și bere), cu imnul de stat, pentru a fideliza votanții din circumscriptii electorale în favoarea lor, cunoscând apetitul alegătorilor români pentru astfel de „pomeni electorale” din alte perioade electorale (mulțimi adunate în restaurante sau în parcuri pentru a cânta „Deșteaptă-te Române” înainte și după o masă copioasă oferită gratuit).

„Transa” în care intrau mulțimile înfierbântate de lideri politici sau militari, ori de către manipulatori specializați în războiul psihologic, prin intonarea imnului național, au fost verificate „pe viu” mai ales cu ocazia revoluțiilor. Nu întâmplător „La Marseillaise” a fost folosită atât de rezistenții francezi contra monarhiei din perioada 1792-1795, cât și de apărătorii monarhiei din aceeași perioadă finală revoluționară (așa-numiții *Les Vendéens*, dar cu versuri potrivite scopului lor: „La arme Poitvins ! Faceți batalioane ! Înaintați, sângele albaștrilor va înroși ogoarele voastre!”³).

Același imn (deși al Franței), datorită caracterului său incitativ la acțiuni de masă, a fost folosit și cu alte prilejuri revoluționare transnaționale (de exemplu, la diversele revoluții din perioada pre- și post 1848, cu ocazia revoluției ruse din 1917,

Reinhardt și violonistul francez Stéphane Grappelli; improvizația imnului național britanic din 1977 realizată de formația punk *Sex Pistols*, cu toboșarul îmbrăcat în drapelul britanic (piesa a fost interzisă de canalul TV BBC, deși se situa pe locul 2 în topul muzical din insulă). Mai ales Roseanne și Gainsbourg au fost «condamnați» de opinia publică mai degrabă pentru actul provocator intenționat, ba chiar batjocoritor. În schimb, apărătorii acestora au încercat să explice necesitatea autonomiei câmpului de producție culturală, fără însă a «zgândări» sentimentele naționaliste de pe teritoriul unei țări, mai ales dacă interpretul este alogen. Scandalurile au fost accentuate și de reputația acestor celebrități, iar provocările au contat mai mult, pentru că dădeau impresia că interpreții ignorau sau chiar disprețuiau opinia publicului. Caracterul întărător era agravat și pentru că interpreții aveau pretenția de a fi vedete naționale autohtone – și nu «străine», în pofida sfidărilor la adresa însemnelor naționale din țările care îi adoptau - Didier Francfort (2007), *Le chant des nations*, Paris: Hachette.

1 Serge Tchakhotine (1939), *Le viol des foules par la propagande politique*, Paris: Gallimard, p. 124.

2 G. Razran (1940), *Conditioned Response Changes in Rating and Appraising Sociopolitical Slogans*, *Psychological Bulletin*, 1940, Vol. 37, p. 481; G. Razran (1954), „*The Conditioned Evocation of Attitudes*” („*Cognitive Conditioning?*”), *Journal of Experimental Psychology*, Vol. 48, No. 4, pp. 278-282.

3 vezi Serge Tchakhotine, 1939, Ibidem, p. 129-130.

de către revoluționarii spanioli din 1931, iar în zilele noastre de unii politicieni ori tineri, cum ar fi cazul protestatarilor chinezi pentru democrație din Piața Tian'an-men din 15 aprilie și 4 iunie 1989).

Cazurile recente cele mai cunoscute, de utilizare propagandist-electorală a imnurilor naționale, au fost ale celor două candidate reprezentând partidele stângii din SUA și din Franța, ori ale liderilor unor partide extremiste, precum *Frontul Național* condus de Jean Marie Le Pen, din Franța¹), prezentate pe larg în mass media.

Ne aducem aminte că la Revoluția română din 1989, imnul național „Deșteaptă-te Române”, deși nu mai fusese intonat de multă vreme, era cântat de cetățeni pe străzi, cu versurile originale.

În campanie electorală de la euro-parlamentarele din România anului 2009, toate partidele românești participante au intonat imnul național, urmat de cel european și de cel al fiecărui partid, la toate marile acțiuni regionale sau județene transmise de televiziuni.

3. Tipuri de imnuri din punctul de vedere al mesajelor ascunse

După 1870, spune profesorul francez de istorie contemporană Didier Franfort, în momentul afirmării pe scară largă a națiunilor europene, muzica și textul imnurilor naționale au început să-și afirme funcția naționalistă, în conformitate cu care ele ar corespunde „sufletului” unui popor, transmițându-i sentimentele de apartenență².

O primă clasificare a imnurilor naționale din 15 țări europene, din punctul de vedere al momentului apariției lor, a fost efectuată de Gunther Eyck, în 1999³:

1. *Imnuri conservatoare* (Țările de Jos, Marea Britanie și Danemarca): proslăvesc continuitatea și stabilitatea guvernamentală, „establishment-ul”;
2. *Imnuri revoluționare de rezistență, în plan intern* („La Marseillaise” – Franța, „Dabrowski Mazurka” – Polonia, „A Portuguesa” – Portugalia și „Amhran na/bh Fiann” – Republica Irlanda): reclamă schimbarea societății existente prin orice mijloace;
3. *Imnuri revoluționare de eliberare, în plan extern* (Himnusz – Ungaria, imnul norvegian, al Greciei și al Belgiei): urmăresc formarea unor sentimente care să înflăcăreze lupta națională pentru eliberarea țării de sub diferite juguri străine;
4. *Imnuri ale unificării* (al Germaniei și al Italiei): vizează unirea unor entități separate, dar considerate a fi părți ale unui „trunchi” comun al țării;

1 Candidatele stângii franceze și americane la ultimele alegerile (Ségolène Royal, respectiv Hillary Clinton) au folosit imnurile de stat în campania electorală, ambele pierzând însă alegerile. Politiciana franceză cunoștea din familie impactul imnului național asupra maselor (tatăl său fusese locotenent colonel de artilerie de marină, decorat cu ordinul de Cavaler al Legiunii de onoare, el însuși fiu al unui general de brigadă). Politiciana a dat tonul la *Marseillaise* tocmai când a vizitat orașul Marseille, în 27 martie 2007, folosindu-se de simbolul afectiv al imnului, dar fără să-l cânte, lăsându-și doar alegătorii să facă acest lucru. Hillary Clinton a folosit imnul SUA la alegerile primare din statul Iowa, cântându-l în mod neadecvat și fără vlagă, ceea ce i-a dăunat în competiția internă în propriul partid cu Barack Obama. La 1 mai 2007, Jean-Marie Le Pen și adepții *Frontului Național* s-au folosit, de asemenea, de imnul național în alegeri (pe site-ul acestui partid de extremă dreapta se găsesc și astăzi imaginile de atunci, alături de varianta cea mai veche a imnului din Franța). În același timp, constatările au dovedit un fapt șocant, chiar și pentru publicul fidel: acești lideri politici nu cunoșteau ei înșiși textul, iar variantele lor melodice erau deplorabile (a se vedea și cazul lui Traian Băsescu, actualul președinte care, fiind invitat în 2007 la emisiunea *Realității TV „100 %”*, a dovedit că nu cunoștea textul imnului național al României).

2 Ibidem.

3 Gunther Eyck (1999), *The Voice of Nations: European National Anthems and Their Authors*, Newport, Connecticut & London: Greenwood Press, p. 39.

5. *Imnuri ale satisfacției* (al Suediei și al Luxemburgului): preamăresc frumuseți naturale sau construite de „mâna omului”, caracteristice țării și cu care oamenii se mândresc.

Analizând imnul național al Finlandei, Eero Tarasti consideră clasificarea de mai sus ca nesatisfăcătoare, întrucât s-a bazat exclusiv pe funcțiile de ordin social-istoric și politic ale imnurilor, neluând în considerație și alte criterii¹.

Noi am fost însă preocupați de identificarea unui alt criteriu de clasificare – după predominanța mesajelor războinice, pacifiste ori cu mesaj bifurcat (mai ales cu încărcătură religioasă) și am împărțit astfel imnurile celor 27 de țări membre ale UE în 3 categorii:

1. Imnuri cu **mesaje (predominant) războinice** (9 țări: Franța, Germania, Grecia, Italia, Polonia, Portugalia, Republica Irlanda, Belgia și Cipru);

2. Imnuri cu **mesaje (predominant) pacifiste** (12 țări: Austria, Marea Britanie, Republica Cehă, Suedia, Bulgaria, Estonia, Finlanda, Letonia, Lituania, Luxemburg, Malta și Spania – aceasta fără text);

3. Imnuri cu **mesaje (religioase) bifurcate, ambivalente** (6 țări: Danemarca, Țările de Jos, Ungaria, Slovacia, Slovenia și România).

Imnurile cu mesaje războinice, agresive – indiferent dacă se referă la rezistența față de dușmanul intern sau la mișcările de eliberare națională contra dușmanului extern, se adresează marilor mulțimi, chemate la luptă sub toate formele. Referindu-se implicit la utilizarea de simboluri precum imnurile războinice, cu ocazia unor discursuri atâțătoare ale liderilor de opinie, psihosociologul francez Gabriel Tarde făcea următoarea constatare, la începutul secolului trecut: „Mulțimea, chiar compusă dintr-o majoritate de oameni onești, poate să se lase antrenată în diverse crime pasionale, poate avea accese de alienare homicidă momentană”².

Mai aproape de timpurile noastre, dictatorii cunoscuți pentru nocivitatea acțiunilor lor și-au manifestat adesea fățiș preferințele sau antipatiile pentru anumiți autori de muzică, în funcție de mesajele pe care presupuneau că le transmit prin creațiile lor, promovându-le sau respingându-le. De exemplu, Hitler a preferat muzica lui Richard Wagner (mai în glumă, mai în serios, în filmul „Morții misterioși din Manhattan” actorul și regizorul american Woody Allen exclama: „De fiecare dată când îl ascultam pe Wagner, îmi doream să invadez Polonia !”), pe când Stalin a condamnat muzica lui Dmitri Șostakovici, considerând-o ca producătoare de haos.

În *imnul francez* se vorbește de arme, batalioane și „un sânge impur care îmbibă ogoarele”³, de cohorte de străini care ar face legea pe pământul Patriei, fiind de aceea considerat ca incitând la xenofobie. Imnul a fost compus de Claude-Joseph Rouget de Lisle la Strasbourg, în noaptea de 25 / 26 aprilie 1792, la comanda primarului orașului (baronul Frédéric de Dietrich), imediat după declararea războiului cu Austria. Fiind scris ca un mesaj de război, titlul inițial a fost „Chant de guerre pour l’armée du Rhin” (în românește: „Cântec de război pentru armata de pe Rin”). La 30 iulie 1792, melodia a fost cântată de soldații republicani din Marsilia la intrarea lor în Paris, de acolo venindu-i numele de „Marseillaise”.

În 2005, prin „Legea Fillon” (după numele prim ministrului de atunci), în învățământul preșcolar și primar a fost introdusă obligativitatea copiilor de a învăța imnul de stat, sub îndrumarea educatorilor (de altfel această obligativitate a fost preconizată încă în 1944).

1 Eero Tarasti (1999), „Finland Among the Paradigms of National Anthems”, in xxx (edited by Tarasti, Eero) – Snow, Forest, Silence. The Finnish Tradition of Semiotics, pp. 108-125, p. 112.

2 Gabriel Tarde (1901), *L’opinion et la foule*, Paris: Felix Alcan, p. 202.

3 De notat că termenul de „impur”, în unele studii, nu este pus în legătură cu străinii, ci cu „trădătorii neamului”, din interior, în perioadele tulburi cu care s-a confruntat Franța (Genestier Virginie, 2005, „L’enseignement de la Marseillaise à l’école: Comment peut-on enseigner un sujet que l’on ignore ou pour lequel on a des réticences ?”, Document: <http://www.google.ro/Genestier+Virginie&hl>, accesat în 23 mai 2009).

Deși în prezent se cântă doar un cuplet din 12, acesta îndeamnă la violență, vorbind de cetățeni transformați în soldați și care sunt chemați să facă manevre militare, ținând sus steagul plin de sânge al patriei (practic îndemnul la atac sunt opera creatorului imnului, căpitan în armata franceză: *Cupletul 1* - „Haideți fii ai Patriei / ziua gloriei a sosit. / Tirania este contra noastră. / Steagul însângerat este ridicat (*bis*). / Auziți în campaniile noastre / cum urlă acești soldați cruzi ? / Ei vin până și-n brațele voastre / să vă ucidă copiii și soțiile / Refren: La arme cetățeni, / formați batalioane. / Mărsăluți ! Mărsăluți ! / pentru că un sânge impur / îmbibă ogoarele noastre”.

Cele două simboluri asociate (cântec revoluționar - revoluție) sunt considerate ca fiind caracteristice acestei țări¹.

Referindu-se la ritmul muzicii, ex-președintele Valery Giscard d'Estaing considera că acesta ar trebui scăzut, revenind-se altfel la forma originală de executare a piesei.

Imnul Germaniei este „Das Lied der Deutschen” („Cântecul Germanilor”), scris în 1841, pe o melodie compusă în urmă cu 44 de ani de Franz Joseph Haydn, a făcut parte dintr-un cvartet de coarde. Inițial acest cântec a fost folosit drept imn al împăratului Francisc I al Austriei, numit „Gott erhalte Franz den Kaiser” („Dumnezeu să-l aibă-n pază pe împăratul Franz”). El a devenit imn național oficial german abia în 1922, dar după 1991 se interpretează doar al treilea cuplet.

Primele două cuplete nu sunt interzise, dar nu sunt oficiale, deși sunt folosite pe stadioanele de fotbal. Primul este considerat ca fiind de sorginte extremistă – care începe cu „Deutschland, Deutschland über alles” – și era interpretat nu în sensul inițial de „Germania înainte de toate”, ci în acela de „Germania deasupra tuturor”, fiind adesea utilizat în acest din urmă sens de naziști, în perioada celui de-al doilea război mondial. Al doilea cuplet nu mai corespunde granițelor actuale ale Germaniei unite. Trebuie precizat totuși faptul că în condițiile în care imnul german este intonat în forma sa actuală oficială, el ar putea fi lesne catalogat drept unul pur *pacifist* (Strofa a 3-a, care se interpretează în prezent: „Unitate, justiție și libertate, / pentru patria germană ! / Să râvnim acest țel / frățeste, cu inimă și braț ! / Unitate, justiție și libertate, / sunt zălogul fericirii. / Înflorește în strălucirea acestei fericiri. / Înflorește, patrie germană - bis”).

Dacă însă se păstrează tonalitatea și textul naționalist inițial, atunci el rămâne în categoria imnurilor *cu tentă războinică*.

„*Imnul spre libertate*” al Greciei a fost scris de Dionysios Solomos în 1823, iar muzica a aparținut lui Nikolaos Halikiopoulos Mantzaros (un muzician din insula Corfu, prieten cu Solomos). Este cel mai lung imn din UE (format din 158 de strofe), dar până în 1865 doar primele 24 erau cântate, pentru ca după această dată – și în prezent – doar două strofe să rămână valabile când se intonează. *Curriculum-ul ascuns* din textul oficial cuprinde cu precădere mesaje ofensive, față de unii dușmani de altădată și a căror comemorare ar asigura libertatea: „Te voi recunoaște întotdeauna / după cumplita sabie pe care o porți. / Așa cum Pământul, prin a sa viziune de căutare, / tot așa supraviețuiești tu, prin spirit înțelept. / Fost-au grecii vechi a căror moarte / a adus la viață spiritul liber. / Acum, crescând cu valoarea antică, / la să-ne să te slăvim, Libertate!”.

Imnul Italiei a fost scris de către studentul patriot, în vârstă de 20 de ani, Goffredo Mameli, în timp ce participa la o luptă efectivă împotriva Austriei, pentru unificarea și obținerea independenței Italiei. Refrenul îndeamnă la «strângerea rândurilor în cohorte», contra dușmanului austriac: «Suntem gata de moarte, când ne cheamă Italia», în condițiile în care «vulturul Austriei a băut sângele italienilor, al polonezilor și al rușilor», dar a sfârșit prin a fi jumulit, fără a apela la sprijin mercenar, ci prin spiritul de sacrificiu suprem al fiilor adevărați ai Italiei.

¹ Elias Canetti (2008), *Mulțimile și puterea*, București: Editura Nemira.

În 1989, psihanalista Lydia Flem, considera că există, în cazul imnului Italiei (ca și al Belgiei), o similitudine între tema „unității” și cea a „iubirii” care, asociate, măresc forța națiunii și o fac de neînving: „Unire și iubire. / Arată popoarelor drumurile Domnului. / Jurăm să eliberăm pământul natal. / Uniți întru Dumnezeu, cine să ne înfrângă?”¹.

Imnul Poloniei („Mazurca lui Dabrowski”, scris de Józef Wybicki în 1797, cunoscut și sub forma versului său inițial: „Polonia nu-și va pierde niciodată viața”), este unul cu o muzică ritmată și cu un text foarte războinic, chiar revanșard: „...Ceea ce agresiunile străine au cucerit / vom lua înapoi cu sabia / *Mărșăluiește, mărșăluiește Dąbrowski* (unul din liderii legiunilor poloneze, dar nu autorul textului imnului)... Nemții și rușii nu vor rezista / când ne luăm săbiile / sloganul „Unitate și țară” este asumat de fiecare dintre noi. / Vom proclama la unison: Destul cu această sclavie ! / Avem coasele de la Raclawice / și pe Kościuszko, dorința lui Dumnezeu...”.

Imnul Portugaliei a fost scris de către Henrique Lopes de Mendonça (versuri) și Alfredo Keil (muzică), în 1890, după resurgența naționalistă provocată de „ultimatumul britanic” (pentru trupele portugheze, în vederea eliberării teritoriilor dintre Angola și Mozambic), fiind adoptat ca imn republican și, în final, de către noua Republică Portugheză în 1910, ca și imn național, înlocuind „O Hino da Carta”, ultimul imn al monarhiei constituționale din Portugalia. El incită mulțimile la folosirea forței, așa cum este exprimată și intenția imnului Franței („Națiune vitează”, „O, Patrie, aud vocea strămoșilor tăi iluștri care ne poartă spre victorie”... [refren: „La arme, pe pământ și pe mare / contra tunurilor să mărșăluim, să mărșăluim. / Desfațezi drapelul neînving ...”]).

Imnul Republicii Irlanda, scris în 1912 de Peadar Kearney și cu aranjamentul muzical realizat de același Kearney împreună cu Patrick Heeney cu 5 ani în urmă, este în ton cu violențele din țară, care au dăinuit până în zilele noastre, fiind încărcat cu îndemnuri la luptă contra unui dușman perpetuu (versiunea în original în irlandeză a fost opera lui Bulmer Hobson, imnul fiind utilizat imediat de milițiile „Voluntarilor irlandezi”): „Să cântăm un cântec, cântecul soldatului / [refren: Suntem războinici / cu viața pusă în slujba Irlandei]... În noaptea asta astupăm groapa pericolului, / în cinstea cauzei lui Erin, fie fericire, fie bunăstare, / în mijlocul urletului tunului sau răpăitului puștii... Tații noștri s-au luptat înaintea noastră / și au izbândit sub același steag / care flutură cu mândrie deasupra noastră. / Suntem copii ai unei curse în bătălie / care încă nu a cunoscut rușinea / și în timp ce mărșăluim, să ne înfruntăm dușmanul, / vom cânta un cântec de soldat / refren / Fii din Gael! oameni din Pale! ziua cea îndelung așteptată începe, / liniile frontului din Inisfail o să-l facă pe tiran să se cutremure, / focurile taberei acum se sting. / Vedeți în est o strălucire argintie, / afară așteaptă dușmanul saxon. / Așa încât cântați un cântec de soldat / refren”.

În aceeași categorie a cântecelor războinice pot fi încadrate și imnurile altor țări membre ale UE, precum: *al Belgiei* („Ție patrie, mamă dragă, îți dăm sângele”), *al regiunii spaniole autonome a Cataloniei*² („Catalonia triumfătoare / va fi din nou bogată și prosperă. / Să terminăm cu acești oameni / atât de încrezuți și de aroganți / Refren: Coasă bună ! / Coasă bună ! / apărători ai pământului! / Coasă bună ! / Acum e momentul, coșasi. / Acum e momentul să fim alerți, / pentru următoarea lună iunie / să ne ascuțim bine coasele”) și *al Ciprului* - același cu al Greciei.

Însumând numărul acestor țări obținem cifra 9, adică 33,3 % din totalul țărilor membre ale UE, care intră în tipul de imnuri naționale cu un *curriculum ascuns* războinic.

1 Lydia Flem (1989), *Alegro marziale (suivi des hymnes nationaux des douze pays de la CEE)*, Paris: Seuil.

2 De notat că imnul național oficial al Spaniei nu are text.

Imnurile pacifiste sunt unele considerate drept „pastorale”, ori „nostalgice și de invocare a dumnezeirii”, care îndeamnă la prietenie între popoare, în cazul țărilor în care au fost concepute și acceptate¹. Ascultând acordurile molcome, însoțite de texte la aceste imnuri, din țările pe care le prezentăm mai jos, remarcăm o vibrație mai degrabă în fața elogiului vieții și nu pentru o apropiere de moarte, mesajele lor fiind purtătoare de sentimente optimiste, legat de bunăstarea patriei, nu în direcția răfuiei cu fantomele trecutului, deși toate aceste țări au avut un trecut nu lipsit de primejdii.

Imnul Austriei se numește „Land der Berge, Land am Strome” („Țară a munților, țară pe malul fluviului”). Mozart a scris ultima sa lucrare completă: Freimaurerkantate [Cantata Masonică] KV 623, cu 19 zile înainte de moartea sa, survenită pe 5 decembrie 1791. O parte din ediția tipărită a devenit ulterior cunoscută sub denumirea de Kettenlied KV 623a, căreia i s-a adăugat textul „Brüder reicht die Hand zum Bunde”. Cercetări recente ale unor muzicologi de prestigiu arată că această melodie, de fapt, nu îi aparține lui Mozart, ci „Maestrului pianist” Johann Holzer (1753-1818), frate de lojă cu Mozart. Pe 22 octombrie 1946, prin hotărâre a Consiliului de Miniștri al Austriei, cântecul „Bundeslied”, de Wolfgang Amadeus Mozart, a fost declarat ca melodie a imnului național, cu versurile scrise de Paula von Preradović. „După al II-lea război mondial - consideră Josef Langer - imnul național al Austriei este probabil cel mai pacifist dintre toate imnurile din Europa”².

Curriculum-ul ascuns din text cuprinde mesaje defensive, față de unii dușmani de altădată: „luptă” („mulți s-au luptat pentru tine”), curajul de a se opune opresorilor, de a se apăra („țară mult încercată”, „mult râvnită”, „fii măreți”, „misiuni mărețe”), iar cele mai numeroase urmăresc inducerea ideii de mândrie națională, datorată atât bogățiilor naturale cât și simțului frumosului, caracteristic acestei țări: („munți”, „fluviu”, „ogore”), construcții istorice religioase („catedrale”).

Imnul Marii Britanii – „God Save the Queen” (compus probabil în 1619, cu o primă publicare în 1744), nu are în curriculum-ul său ascuns decât mesaje pacifiste, deși sunt invocate potențialele victorii obținute de imperiu sub conducerea înțeleaptă a suveranilor (rege ori regină), protejați de Cel de sus: „Dumnezeu să ne păzească milostiva regină, / mult să ne trăiască nobila regină. / Dumnezeu să ne păzească regina: / s-o trimită victorioasă, / fericită și glorioasă. / Mulți ani să ne conducă. / Dumnezeu să ne păzească regina, / cele mai alese daruri ce le ai, / îndurat să fii să i le dai. / Mult să conducă: / să ne apere legile, / să se dedice tot timpul națiunii. / Cu o voce să cântăm din inimă: / Dumnezeu să ne păzească regina”.

Imnul Republicii Ceha („Kde domov můj?” – „Unde este casa mea?”), a fost scris de scriitorul-actor Josef Kajetán Tyl și pus pe note de compozitorul-dirijor František Škroup, ca parte a comediei intitulată sugestiv „Fidlovačka, sau Fără furie și fără bătaie”, fiind interpretat prima dată în 1834 la Teatrul de Stat din Praga (unde se vorbea totuși de „rasa glorioasă a cehilor”). A devenit imnul oficial al Cehiei în 1918, iar după despărțirea de Slovacia, a păstrat prima parte din imn (a doua parte fiind cea a imnului acestei țări cu care a fost unită – „Deasupra muntelui Tatra izbucnește fulgerul”). **Cuvintele-cheie** din curriculum-ul ascuns sunt din repertoriul pastoral: „acest pământ ceh, casa mea”, „apă”, „păduri”, „paradis”. Nimic războinic în ceea ce cântă un ceh într-o festivitate națională, intonând imnul său național.

Imnul civil (neoficial) al Suediei, scris în 1844 („Du gamla, Du fria” – „Tu străveche, tu liberă”), care se cântă la manifestări de interes național, spune: „O, tu,

1 Michael E. Geisler (2005), „What Are National Symbols and What Do They Do to Use”, in xxx (M.E. Geisler, ed.) - *National Symbols, Fractured Identities: Contesting the National Narrative*, London: University Press of New England.

2 Josef Langer (1998), „Last in, First Aut? Austria's Place in the Transformation of National Identity”, in xxx (Kriesi Hanspeter et al., eds.) - *Nation and National Identity. The European Experience in Comparative Perspective*, Zürich: Verlag Rüegger, pp. 153-174.

Nordule frumos, liber, venerabil, / liniștit, vesel și frumos, / te salut, pe tine, țara cea mai îndrăgită de pe Pământ. / Salut soarele tău, cerul tău, pășunile tale verzi. / Te odihnești pe amintirile marilor zile de odinioară, / când numele tău era sărbătorit peste tot în lume. / Știu că ești și că mereu vei fi ceea ce ai fost odată. / Da, vreau să trăiesc și să mor în Nord". După cum se constată, toate cuvintele conferă, în sinteză, mesajele libertății într-o țară care nu are dușmani sau în care nici măcar nu sunt pomeniți (a se vedea și spiritul de neutralitate al țării, dar și cel de ospitalitate față de străinii veniți din alte părți). De notat că deși acest imn este pacifist, totuși fiind repus în discuție statutul său oficial de către o comisie parlamentară în 2000, aceasta l-a respins, ca fiind "inutil". Pe lângă acest imn civil, există și un imn regal al țării.

În aceeași categorie a cântecelor pacifiste pot fi încadrate și imnurile altor 8 țări, și anume: **al Bulgariei** (Brice Leboucq consideră că spre deosebire de imnurile celorlalte țări slave, care „exaltă întotdeauna fibra națională”, cel al bulgarilor „a ajuns să aibă, mai mult decât oricare alt imn slav, o gamă minoră armonică și o cadență plagală tipică”¹: „Mândrii munți Balcani, / pe lângă ei Dunărea curge, / soarele răsare peste Tracia, / strălucind peste Pirin / Cor: Scumpă patrie, / ești raiul pe pământ. / Frumusețea și farmecul tău / ah, nu se mai termină ...”), **al Estoniei** („Tu ești cea care îmi place cel mai mult, / scumpa mea patrie. / Dumnezeu să vegheze asupra ta, / scumpa mea patrie. / El să-ți fie protector, / să te binecuvânteze cu bogăția lui ...”), **al Finlandei** („țară natală, cuvânt de aur”), **al Letoniei** („Dumnezeu să te binecuvânteze, Letonie”), **al Lituaniei** („lumina și adevărul însoțesc acțiunile noastre, / dragostea Lituaniei arde în inimile noastre / și în numele acestei Lituanii / înfloresc unitatea !”), **al Luxemburgului**, **al Maltei**, plus **imnul fără text al Spaniei**.

Numărând și acest tip de imnuri, obținem un total de 12, adică 44,4 % care au un *curriculum ascuns* aflat preponderent în sfera mesajelor pacifiste.

Imnurile cu mesaje mixte (impregnate cu un etos religios bivalent) sunt mai ales legate de sacralitate. Freud citează însuși cuvântul „sacer” ca având semnificație bifurcată – însemnând în greaca veche atât „sacru”, cât și „blestemat”².

Pentru Sfântul Augustin, Calvin ori Martin Luther³, orice muzică ar avea ceva secret, care nu va putea fi aflat niciodată. Sfântul Augustin se temea de pericolul plăcerii pe care o presupune un imn, dar era, în același timp, fericit să guste din efectele benefice produse de același imn ascultat⁴.

Sunt autori, mai vechi sau mai noi, care văd în imnuri sau în instrumentele utilizate pentru incantații, mijloace de iradiere a unor puteri uriașe: de ordin politic, moral, religios și erotic. Aristotel considera flautul drept un instrument imoral, opus rațiunii și care nu ar trebui să fie indicat educației tinerilor⁵. Mai târziu, Biblia însăși condamna flautul asociat cu ospetele, asortate cu vin din belșug, asociere care putea conduce la robie, foamete și secetă (Isaia, 5-12). Un alt punct de reper în ambivalența mesajului religios provine din dihotomiile tip *știință-religie*, ori *rațiune-afect*, legate de muzică, pornind și de la cuvintele apostolului Pavel: „voi cânta cu sufletul, dar voi cânta și cu mintea” (1 Corinteni, 14-15).

Filosoful și pedagogul danez Kierkegaard vedea în muzică chiar o putere contrară moralei („o demonică absorbție a dorinței”, de exemplu în opera „Don Gio-

1 Brice Leboucq (2004), „Musique. Les hymnes: la marche ou le choral”, *Études*, Vol. 1, Tome 40, pp. 122-124, p. 123.

2 Sigmund Freud (1916), *Introduction a la psychanalyse*, Quebec: Chicoutimi (ediție electronică, Document: <http://classiques.uqac.ca/classiques>, accesat la 23 aprilie 2009), p. 78.

3 „Nimic nu este mai strâns legat de cuvântul lui Dumnezeu, decât muzica” (apud dr. în teologie Richard Viladesau, 2000 - *Theology and the Art: Encountering God Through Music, Art and Rethoric*, p. 26).

4 Sfântul Augustin (2006), *Confesiuni* („Cartea a X-a – Desfătarea urechilor”, Cap. 33), București: Editura Nemira.

5 Apud Albert L. Blakwell (1999), *The Sacred in Music*, Louisville: Westminster John Knox Press.

vanni" a lui Mozart). El a mers până acolo încât a văzut în muzică o lucrare a Diavolului, considerând că ea reprezintă un mediu imperfect pentru a se ajunge la divinitate¹. Alții, din contra, au „văzut” în muzică o operă de relaxare, de binefacere și chiar de vindecare (a se vedea „terapia Mozart”).

Părintele catolic francez J.-F. Senault arăta în 1641 (în lucrarea sa intitulată sugestiv „Despre folosirea pasiunilor”²), că există mai multe *pasiuni* (considerate ca mișcări ale unui apetit senzitiv cauzat de imaginarea unui *bine* sau *rău* aparent sau veritabil), care derivă dintr-o emoție provocată de muzică, deși toate au ca sursă *Dragostea*, ca punte între om și Dumnezeu: *Dorința* (atașarea de un obiect), *Speranța* (promisiunea pentru succes în viitor), *Mânia* (dificultăți cu cei care se opun satisfacerii unor nevoi personale sau colective), *Cutezanța* (pregătirea pentru luptă, prin identificarea de arme ori de sprijin acordat prietenilor contra dușmanilor comuni). În cazurile descrise de părintele Senault era vorba de o trecere ușoară de la o stare pasională la contrariul ei, pornind chiar de la aceleași cauze, dar cu asocieri diferite: de exemplu, o mișcare ne apropie de Dumnezeu și ne îndepărtează concomitent de Pământ, tot așa cum înclinația pe care credem că o avem de a ne conserva este percepută de alții ca tendință de distrugere (cazul unor popoare războinice, toate având ministere ale apărării și nu ale războiului, dar toate conduse de generali, nu de civili), de asemenea, suntem fascinați și de iubire și de ură. Tot astfel, „dragostea de bine” este percepută ca „ură a răului”, prima fiind caracterizată prin *blândețe*, cealaltă prin *severitate*.

Caracterul ambivalent al mesajelor cu conținut religios a fost constatat și de Scott Appleby. Acesta a observat că în conflictele moderne asimetrice (între state și indivizi), în care este implicat factorul politic, prin localizarea credincioșilor într-un cosmos sacru, aceștia sunt „instruiți” că vor fi recompensați pentru martirajul lor de însuși Mântuitorul, caz în care sunt eliberate forțe impresionante din partea indivizilor și grupurilor care sunt de acord cu acest martiraj³.

Sinucigașii care au ratat în tentativele lor de a se arunca în aer odată cu bombele de care erau legați (la propriu) au povestit ulterior că pe lângă problemele lor existențiale sau psihologice ori ale mediului lor, așteptau momentul în care urmau să fie recompensați de Mântuitor pentru faptele lor sacre.

Naționalismul a combinat o miză religioasă consistentă cu una politică impresionantă de-a lungul timpului, ea stând mereu pe umerii unor eroi glorioși, cu aură de sfinți, când pacifiști, când războinici (în funcție de contexte) și care ar simboliza ființa națională întregită (în istorie adesea pierdută) și identitatea colectivă.

Prin *identitate națională* specialiștii înțeleg „menținerea și continua reproducere a modelelor de valori, simboluri, amintiri, mituri și tradiții, care compun o moștenire distinctivă a națiunilor și identifică indivizii acestora cu aceste modele”⁴.

Imnul Danemarcei are o parte din text apropiat aceluiași spirit pacifist ca și al vecinilor lor suedezi, dar cealaltă parte aduce în memoria danezilor etosul religios bivalent (zeița Freya⁵), ca și pe strămoșii vikingi („giganții în armură” și „tinerii viteji”). În rest, imnul laudă frumusețile naturale ale țării: „E o țară minunată / care se

1 Derek Scott (2002), „The Power of Music”, in xxx (edited by Alan Blackwell & David MacKay) – Power, pp. 92-113.

2 J.-F. Senault (1987), *De l'usage des passions*, Paris: Librairie Arthème Fayard (1^{re} édition: 1641).

3 Scott Appleby (2000), *Ambivalence of the Sacred: Religion, Violence, and Reconciliation*, Lanham, MD: Rowman and Littlefield.

4 Anthony D. Smith (2000), „The ‘Sacred’ Dimension of Nationalism”, *Millennium - Journal of International Studies*, pp. 791-814, p. 796.

5 Freya este o zeiță a dragostei și a frumuseții în pagânismul germanic și în mitologia nordică în general, fiind regăsită în numeroase povești din acest spațiu, echivalentă cu zeița Venus sau Afrodita la romani, respectiv la greci. În același timp, zeița este asociată și cu bătlăile, cu războiul, în final cu moartea demnă.

întinde ca o pălărie cu boruri largi, / aproape de plaja sărată din Est (se referă la Marea Baltică) (bis). / Ea unduiește în dealuri, văi / și se numește vechea Danemarcă / și este casa preferată de Freya (bis) / pe umerii căreia stă așezat din vremuri imemorabile / gigantii în armură / odihnindu-se după război (bis). / Apoi își reia marșul / pentru a le face rău dușmanilor. / Acum își odihnește oasele / în spatele mehirului de tumulus (bis). / Această țară e și plină de voieșie / căci marea se curbează, albastră / și frunzișurile sunt atât de verzi (bis) / că nobilele femei, frumoasele fecioare / și bărbații, ca și tinerii viteji / trăiesc pe insulele danezilor. / Salut Rege și salut Patrie ! / Salut fiecare cetățean danez / care contribuie la mai binele său. / Vechea noastră Danemarcă va dăinui / tot atât cât fagii își vor arăta / vârfurile din valurile mării albastre (bis)”.

Imnul Olandei (Wilhelmus van Nassouwe”, sau prescurtat **Het Wilhelmus** - *Cântecul lui Wilhelm*) se încadrează exemplar în tipul *curriculum-ului ascuns* având mesaj ambivalent. Versurile datează din 1568, împreună cu o variantă franceză, aducând ofrande membrilor și simpatizanților așa-numitei «Case de Orania-Nassau» din Belgia și Luxembourg («*Oranje-Nassau*» - familie domnitoare în sec. al XVI-lea). Autorul versurilor este posibil să fie poetul și diplomatul Philip Van Marnix de St. Aldegonde, simpatizant al regelui Wilhelm de Orania¹. Deși a fost recunoscut ca imn al Țărilor de Jos abia în 1932, el este considerat singurul imn adevărat al ținuturilor olandeze (circulă și alte variante). Imnul a fost scris deci în onoarea lui Wilhelm de Orania, în timpul revoltei olandeze împotriva Spaniei, acest prinț fiind considerat de unii istorici drept fondatorul civilizației moderne olandeze, «părintele Patriei». Emoția produsă de imn este cu atât mai mare cu cât se cunoaște tragedia acestui prinț în istoria Olandei, el fiind asasinat la 51 de ani și înmormântat în curtea princiară a Bisericii «Sfânta Agatha» din Delft (localitate înscrisă în circuitul turistic al oricărui program de marketing cultural actual din orice punct urban al Olandei din ultimele 30 de ani, biserica de aici fiind «sălașul etern» al celor mai de seamă regi ai Țărilor de Jos). Primele litere de la fiecare cuplet al textului original din neerlandeză formează împreună un acrostih – Willem van Nazzov.

Ca și în cazul familiei imnurilor cu mesaj bifurcat, un fel de „lanus imnic național”, îmbibat cu religiozitate (numele lui Dumnezeu apare de 5 ori în textul care este utilizat public, ca să nu mai vorbim de asocierea lui cu steagul olandez, acesta având nu mai puțin decât 68 de cruci), mesajele sale insistă asupra registrului afectiv patriotic (pașnic, unificator), dar și revanșard subliminal, cu ajutorul Celui de sus (față de suveranul Spaniei invadatoare): „Mă numesc Wilhelm de Nassau / Sunt de neam germanic, din Țările de Jos, / sunt fidel patriei mele / întotdeauna, până voi ajunge dincolo de viață. / Sunt prințul de Orania / și rămân liber, fără frică față de suveranul Spaniei / Mi-am păstrat onoarea, / mă tem doar de Dumnezeu, care este Stăpânul meu, / pe care l-am servit întotdeauna. / Am fost împins să fiu / fără popor și fără patrie, / dar Domnul m-a făcut / o bună unealtă. / Așa că aștept ca El să mă repună / să conduc țara mea. / Încercarea prin care trec vă apasă / bunii mei oameni liberi, / dar Dumnezeu nu vă va lăsa / niciodată în amărăciune. / Așa că cine-și va da silința să-l iubească, / să-i amintească zi și noapte, / pentru ca și eu să am puterea / de a vă avea în pază ...”.

Mesajele profund religioase, pacifiste, se combină în acest imn și cu un ritm alert, care îi conferă, în același timp, o tentă ofensivă, foarte îndrăgită de fanii echipei de fotbal a Olandei.

Imnul Ungariei este practic o rugăciune adresată direct lui Dumnezeu: „Doamne binecuvântează-l pe maghiar. / Cu îndurarea și mărinimia ta / întinde asupra-i brațul tău păzitor. / În timpul disputelor cu inamicii săi / smulge-l din soarta rea, /

1 Document: <http://www.national-anthems.org/anthems/country/Netherlands>, accesat la 23 aprilie 2009.

adu asupra lui un timp de alinare. / Această națiune a suferit pentru păcatele ei, / din trecut și din viitor ...". Concomitent, imnul invocă puterea divină implicată în „punerea la încercare” a neamului pentru mântuire, cât și pentru izbânzile din luptele contra dușmanului extern („Steagul nostru des l-ai înfipt / în șanțurile sălbaticilor turci ... Și ai eliberat trăsnetele tale / în norii tăi tunători, / întâi săgețile jefuitoarelor mongoli / le-ai șuiert deasupra noastră, / apoi a turcilor jug”).

Cum am mai spus, predominanța *eroismului nostalgic* – mai apropiat de imnurile cu mesaj pacifist, decât de cele cu mesaj agresiv –, se constată și la *imnul Sloveniei* („Dumnezeu să ne salveze pământul și națiunea / și pe toți slovenii oriunde ar fi, / care poartă același sânge și nume, / pe care o singură mamă glorioasă o invocă. / Să iasă tunetul din ceruri. / Zdrobește și lovește dușmanul nostru...”), dar și *al Slovaciei* (ca și în cazul imnului Sloveniei este invocat tunetul fulgerului – de această dată din munții Tatra – având menirea de a-i trezi pe slovaci, care până atunci dormitau profund –, dar fără mesajul războinic al vecinilor lor). Despre *imnul României* vom vorbi în final.

În fine, efectuând o ultimă numărătoare, privind imnurile cu mesaje mixte, ajungem la cifra 6, adică 22,2% din totalul țărilor membre, unde *curriculum-ul ascuns* este unul bivalent, cu încărcătură religioasă importantă, din care fiecare înțelege ce vrea, în funcție de împrejurări.

4. Opinii pro- și contra utilizării imnurilor de stat în public și necesității de contracarare a efectelor considerate perverse, incitante la violență

Majoritatea specialiștilor în psihosociologie, dintre care pe unii i-am invocat și noi mai sus, au atras atenția că nu toate persoanele sunt susceptibile de a fi manipulate prin folosirea intenționată a imnurilor naționale, asociate cu alte simboluri de aceeași forță afectivă ori atitudinal-cognitivă, pentru a ațâța sentimente naționaliste aflate în stare latentă. Totuși, în condițiile în care indivizii sau grupurile intră sub incidența unor manipulatori, cu diverse ocazii (mai ales de ordin politic), se impun câteva precizări legate de posibilitățile de contracarare.

În primul rând, există intenții și unele realizări de preîntâmpinare a unor potențiale efecte perverse, chiar din partea factorilor politici individuali ori din instituțiile cu misiuni de realizare a politicilor educaționale naționale, din țările membre ale UE. De exemplu, pentru a contracara astfel de efecte, incitante la violență în interpretarea imnurilor naționale ale unor țări, au fost folosite voci feminine ori masculine pacifiste: în cazul Marseillaisei Mireille Mathieu, Edith Piaf, Régine Crespin ori Michel Sardou, iar formația britanică *The Beatles* a folosit tema imnului francez ca introducere la celebra melodie „All You Need Love”. Teme din „La Marseillaise” se regăsesc în Concertul pentru pian și orchestra nr. 25 de Mozart, în Uvertura 1812 a lui Ceaikovski, dar și în bucata muzicală „It's Good To Be The King” a lui Mel Brooks; s-au făcut apeluri și la interpretări din partea unor personalități muzicale din muzica simfonică recunoscute de populație ca fiind pacifiste - pentru același imn considerat drept războinic: Plácido Domingo, Roberto Alagna, ori Feodor Șaliapin. Însuși Franz Liszt s-a oferit să cânte la pian imnurile naționale ale Franței și Marii Britanii, Mario del Monaco a interpretat imnul Italiei, iar Jimmi Hendrix pe cel al SUA, pentru același scop educațional: să diminueze din posibilele efecte xenofobe, prin manipulări ale factorilor politici din secolul trecut.

Alții au folosit diverse ritmuri moderne, apărute în ultima vreme: așa a fost cazul imnului Austriei, prin apelul la aranjamente pe ritmuri *techno*, din nou cel al Marseillaisei, prin apelul la interpretări din panopia *jazz*-ului, ori a *variété*-ului.

Totuși, putem lesne constata persistența unor aspecte negative în contempo-

raneitate, dincolo de aceste eforturi, care sunt direct legate de folosirea imnurilor de stat în spațiul public:

- în legătură cu fanii echipelor naționale sportive, mai ales tineri, se constată o recrudescență a violențelor de pe stadioane, în speță din partea huliganilor, la care contribuie și mesajele subliminale ale imnurilor naționale (mai ales când este vorba de diverse meciuri inter-țări); în plus, este considerată neindicată (chiar nocivă) utilizarea copiilor la prezentarea echipelor sportive tocmai pentru a interpreta unele texte războinice; în unele cazuri, cum este și acela al echipei naționale de fotbal a României, jucătorii s-au plâns de faptul că imnul țării noastre nu ar fi suficient de ritmat – a se înțelege războinic – și astfel, nu ar trezi emoții puternice care să timoreze „adversarii” naționalei tricolore;

- în legătură cu obligativitatea „învățării controlate”, de către elevi și tineri, a imnurilor în școli sau în alte instituții (de îndoctrinare, cum ar fi inclusiv partidele politice ori lăcașurile de cult), există riscul cultivării conștiente sau inconștiente a xenofobiei, pe un fond melodic și textual „retradus într-o anumită direcție”. Ca și în cazul Austriei și Franței, există și în România obligativitatea „învățării imnului”, începând cu 26 august 1994 (prin Legea 27, art. 10, alineat g). Astfel, imnul țării noastre se intonează la începutul programului zilnic în clasele primare și gimnaziale și se tipărește textul la începutul manualelor școlare (citire, limba română și limbile minorităților, istorie). În acest sens, există o mare răspundere din partea educatoarelor și învățătorilor de a prezenta copiilor adevărurile istorice despre țara noastră în context european, de a cultiva atitudini prietenoase față de alte popoare din marea familie europeană, atitudini tolerante față de vecini și față de orice străin, insistându-se mai puțin pe conflictele istorice și mai mult pe realizările reciproce ori solidaritățile pozitive la nivel colectiv (a se vedea cazul recent al handbalistului român Marian Cozma ucis într-un orașel din Ungaria și față de care s-a manifestat o solidaritate transnațională exemplară).

Învățătoarea franceză Genestier Virginie² a publicat un studiu care a constatat de fiecare dată „mina serioasă” (niciodată veselă) a elevilor francezi din clasele primare care intonau imnul războinic francez.

Împreună cu o educatoare din mediul rural, am experimentat și noi cazul comparării mișcărilor pe care le efectuau preșcolarii din mediul rural românesc, în ritmul imnului „Deșteaptă-te române” și în cel al „Marseillaisei”, rezultatele demonstrând că de fiecare dată când educatoarea le cerea copiilor să spună care din cele două imnuri era „simțit” mai războinic, aceștia indicau numai imnul francez³.

Natura însăși nu poate regla pasiunile și ambivalențele determinate de un imn, de aceea adesea se face apel la așa-numiții „tribuni garanți ai criticii”, persoanele raționale, precum sunt liderii de opinie, educatorii din școli sau spin doctorii din

1 În meciurile de fotbal ale Franței cu Algeria (6 octombrie 2001), cu Maroc (noiembrie 2007) și cu Tunisia (octombrie 2008), imnul francez a fost fluierat chiar pe *Stade de France* din Paris, ceea ce l-a determinat pe François Fillon, ministru al educației și prim ministru al Franței în perioada 2004-în prezent, să propună „*întreruperea meciurilor când imnurile naționale, indiferent care sunt acelea, sunt fluierate*”. „*Este o lipsă totală de considerație, de respect pentru o națiune*” – a declarat presei Fillon („*Legea Fillon*”, vizând „obligativitatea învățării imnului în școli”, va fi promulgată în martie 2005 de Adunarea Națională a Franței; cu 2 ani înainte – la 24 ianuarie 2003 –, actualul președinte Sarkozy a propus amendarea ofensatorilor cu 7500 de euro, plus închisoare de 6 luni: <http://www.sport365.ro> - accesat în 22 mai 2009). Meciul dintre Elveția și Turcia, când fanii echipelor adverse au fluierat îndelung imnurile, ca și cele inter-cluburi din zone autonome din diverse țări (de exemplu, catalanii ori bascii în Spania, corsicanii în Franța în primăvara anului 2002), ca să nu mai vorbim de strigătele cu sloganuri rasiste sau anti-semite (inclusiv în România), l-au determinat pe Joseph Blatter, președintele actual al forului mondial de fotbal FIFA să propună interzicerea intonării imnurilor pe stadioane.

2 Ibidem.

3 Ion Boboc și Ileana Ghionoiu (2009), „*Rolul activităților muzicale în dezvoltarea personalității preșcolarilor*”, *Didactica*, Rovimed Publishers, nr. 9, pp. 5-9, p. 9.

politică etc. Unii manipulează (negativ) publicul, inducând pericole inexistente legate de străini, alții realizează acțiuni de persuasiune (pozitive), în favoarea cetățenilor. Denis Laborde dă ca exemplu pozitiv cazul „Imnului bucuriei” al lui Beethoven, devenit imnul Uniunii Europene: câtă vreme majoritatea experților în muzică și educatorii specializați vor asigura, prin expertiza lor recunoscută, că acest imn este unul pacifist (motiv pentru care a și fost ales, nu întâmplător fără text), majoritatea celor persuadați - cetățenii europeni - vor împărtăși această opinie certificată.

Specialiști din diverse domenii și-au exprimat opiniile, în mod public, legate și de *imnul României*, de exemplu oameni de cultură de marcă din țara noastră, cum ar fi Neagu Djuvara, Nicolae Manolescu, Ion Caramitru, Cristi Puiu, Marie-Rose Mocionită, Florin Iaru, Johnny Răducanu².

Cum sunt percepute astăzi mesajele imnului României? Oferim mai jos câteva din opiniile recente ale acestor personalități culturale din țara noastră:

Opinii negative: A.1. Gabriel Jarnea, 2006: radicalism identitar și mesianism secular insurgent; opoziții constitutive pentru identitatea românească: „viață-n libertate ori moarte” și „să ne răpească limba, doar morți numai o dăm”; voluntarism ineficient, nu proiect consistent de viitor, ci nevoie de a dovedi altora „că-n aste mâni mai curge un sânge de roman/(...) un nume de Traian” („dovezi de latinătate transformate în virtuți sociale și politice: rețetă românească de secol 19”); „reflexe pășuniste violente, flăcăi viteji depozitați în coclauri, gata să sară în luptă, ca „lupii în stâne”, la primul sunet de corn, cu orice dușman desemnat ca atare; A.2. Johnny Răducanu: „*Deșteaptă-te, române!* nu este un imn. Este un cântec de luptă, a *fight song*, care vrea să trezească mămăliga românească ...” etc.; A.3. Nicolae Manolescu: „Imnul nostru nu mi se pare potrivit din nici un punct de vedere. În primul rând că e un text care se referă la o deșteptare națională, care era valabilă la mijlocul secolului XIX, dar care sună destul de curios la un secol și jumătate distanță de la independență. Iar muzica și versurile au o formulă romantică la modă în secolul al XIX-lea. Alexandrinul românesc folosit de Andrei Mureșanu are ritmica solemnă și apăsătoare a marșurilor funerare. Eu aș prefera un imn cu un text modern și cu o muzică mai potrivită zilelor noastre”.

În urma unei analize asupra textelor diverselor imnuri de stat din țara noastră, comparativ cu cele din diverse țări, Emanuel Bădescu se întreabă dacă România europeană se mai poate folosi azi de un text în care este vorba de dușmani și de moarte³.

Opinii pozitive (mai numeroase): B.1. Neagu Djuvara: „Mie îmi place *Deșteaptă-te, române!* Mi-a plăcut dintotdeauna. Dar nu este mereu bine executat. Mie mi-ar plăcea să fie cântat mai marțial, mai bărbătește”; B.2. Ion Caramitru: „*Deșteaptă-te, române!* este mereu actual. Se mai tocește el, dar, când e nevoie de o trezire la realitate, ne scutură și ne spune: Române, trezește-te! Nu mai umbla cu mintea aiurea!”.

Imnul național al României are 11 strofe, iar conform noii legislații, numai strofele 1,2,4 și ultima dintre ele sunt cântate la ocazii festive.

Nu am reușit, cu siguranță, în acest scurt articol să efectuăm o analiză complexă asupra mesajelor subliminale de ordin educațional, transmise prin imnurile naționale ale țărilor din UE, ca forme de manifestare a puterii politice, la nivel național și internațional. De aceea ne mulțumim, în concluzie, să atragem atenția asupra necesității altor studii și cercetări, mai ample și mai complexe, asupra *curriculum-ului ascuns* din textele asociate muzicii imnurilor de stat, la care adesea se adaugă inte-

1 Denis Laborde (1994), „*Des passions de l'âme au discours de la musique*”, *Terrain - Revue de l'ethnologie de l'Europe*, pp. 79-92.

2 Document: <http://europa.acasa.ro/stiri/categorii/romania-in-ue.html>, accesat 20 aprilie 2009.

3 Emanuel Bădescu (2008), *Imnurile naționale la români*, București: Editura Cadmos.

rese de ordin politic și care pot deveni adevărate pericole publice, într-un context al „războiului” de supraviețuire, potențat și de criza economică mondială, ca și de noile răbufniri ale partidelor extremiste din țările membre ale UE.

Concluzia principală a studiului de față nu poate fi decât următoarea: cel puțin în politicile educaționale ale țărilor europene să fie adoptat modelul spaniol (fără text) sau cel suedez (fără text civil oficial, sau cu unul pur pacifist), vizând imnurile naționale.

Având în vedere că din punct de vedere psihosociologic și pedagogic a fost verificată (ipo)teza nocivității textelor imnurilor de stat cu conținut războinic (parțial sau total în proporție de 55,5%), adecvate doar vremurilor tulburi când au fost create, se impune ca o necesitate, fie schimbarea, fie renunțarea la mesajele lor inițiale (poate chiar la toate textele din imnurile de stat ale țărilor membre ale UE), acestea rămânând a fi incluse doar în cărțile de istorie.

Confiscarea lui Dumnezeu și mecanismul inevitabilității istorice

o comparație între mitologia legionară și cea a comunismului românesc¹

■ EMANUEL COPILAȘ

This study aims to offer a comparative image between the two Romanian political extremes, legionarism and communism, and, most of all, to identify similar myths embedded in their imaginaries, myths created or enforced in order to manipulate and constrain the Romanian society during the largest part of the XX-th century. Focusing the religious, social, historical and political dimensions that the two extreme movements share, my paper intends to prove, despite the so-called animosity between them, their common ideological root. The first part of this article will be centered on the mythology of the Legionnaire Movement and on the religious elements identifiable within the Marxist ideology, while the second part will analyze the metamorphosis of the myths of Romanian communism, the manipulative techniques of the two extremes and the voluntary confusion between public and private inside totalitarian regimes.

Keywords:

The Iron Guard, Romanian communism, ideology, mythology, manipulation

A tât Garda de Fier, cât și Partidul Comunist, au reprezentat pentru România secolului XX cele mai dure încercări politice. Chiar dacă au eșuat, atracția legionarismului, dar mai ales atracția și influența politică a comunismului continuă să fie prezente în actuala societate română, ceea ce ar putea face ca acest test al democrației pe care îl susținem în prezent, deși promovabil, să nu fie în mod necesar și unul reușit.

Paginile care urmează vor încerca să contureze o analiză comparativă a imaginarului legionar, respectiv a celui comunist. În prima secțiune a lucrării sunt evidențiate pe rând legăturile dintre ortodoxie și legionarism, dimensiunile sociale și politice ale legionarismului, și nu în ultimul rând ambiguitățile ideologice care îl caracterizează. Urmează apoi problematica raportului dintre religie și marxism, după care mă axez pe imaginarul istoric al comunismului românesc, dihotomizat în două etape: cea „ortodoxă”, internaționalistă, și cea „deviantă”, naționalistă – dar și pe distorsionarea operată de mitolo-

¹ Documentarea pentru acest articol se datorează parțial unui grant AMPOSDRU (Investește în oameni! FONDUL SOCIAL EUROPEAN, Programul Operațional Sectorial pentru Dezvoltarea Resurselor Umane 2007-2013, proiectul „STUDIILE DOCTORALE FAC-TOR MAJOR DE DEZVOLTARE AL CERCETĂ-RILOR SOCIO-ECONOMICE ȘI UMANISTE”), obținut din partea Universității Babeș-Bolyai pe perioada studiilor doctorale.

gia comunistă asupra mentalului colectiv. În a patra secțiune, studiul este centralizat pe tehnicile și instrumentele manipulative legionare, respectiv comuniste, și pe similitățile proeminente existente între cele două. În final, indistincția regimurilor totalitare între public și privat oferă o nouă perspectivă asupra capacităților acestora de a altera discernământul, voința și însăși esența ființei umane.

Imaginarul legionar și componentele acestuia

Garda de Fier, expresia politică a Legiunii Arhanghelului Mihail, denumiți națiuni care au ajuns ulterior să semnifice același lucru¹ - s-a dorit, înainte de a fi o mișcare politică sau socială, o reînnoire spirituală. Mesajul ei, având un anumit suport teologic, era orientat spre redescoperirea autenticelor valori creștine în scopul creării unui „om nou”, menit să salveze țara și să o reîncadreze pe coordonatele spirituale și istorice pe care legionarii le descoperiseră în trecutul național. Mitologia legionară a însemnat în mare măsură o recuperare a mitologiei naționale din a doua jumătate a secolului XIX și începutul secolului XX, concomitent cu exacerbarea antisemitismului și anticomunismului prezente în cadrul fenomenului naționalist dar și accentuarea ortodoxiei ca dimensiune constitutivă a noii mișcări.

Se detașează astfel un prim mit, cel al „omului nou”, întâlnit din abundență și în interiorul comunismului. Alte elemente importante ale imaginii legionare sunt biserica, „fundamentalismul ortodox”², jertfa de sine, acțiunea socială valorizată în termeni morali, onoarea, lupta și moartea ca purificare spirituală³. Nu lipsesc proiecțiile mistice asupra legendarilor voievozi români, ale căror imagini sunt recuperate și folosite ca actuale modele atât de către legionari, cât și, ulterior, de comuniști. Horia Sima vorbea la sfârșitul anului 1940 de „revoluția” legionară, termen împrumutat din vocabularul politic al comunismului.

Unul dintre cele mai importante mituri construite de Garda de Fier este figura Căpitanului însuși; mitologia legionară îl transforma pe Codreanu în succesorul direct al lui Isus, afirmând că acesta „s-a întrupat pentru a schimba omul însuși, pentru a-l spiritualiza, a-l elibera cât mai mult de lanțurile materiei. De la Isus Cristos și până la Căpitanul, nimeni nu a năzuit o astfel de prefacere. Căpitanul a fost un continuator nemijlocit al crucificatului de pe Golgota.”⁴

Mitul Căpitanului se contura într-o societate săracă, dezamăgită și tot mai revoltată. Mai ales tinerii au văzut în el figura eroului providențial care le va rezolva toate problemele, Codreanu alimentându-le activ resentimentele sociale (întreținerea și amplificarea urii iraționale împotriva populației de rit iudaic), împreună cu posibilitatea imediată a rezolvării lor. „Mitul cel nou, ca orice mit, nu creștea din calitățile reale ale persoanei adorate, ci din necesitățile psihologiei colective care, în arderea ei, imagina calități inexistente pentru a crea un obiect al adorării și al spe-

1 Armin Heinen (1999), *Legiunea „Arhanghelul Mihail”. O contribuție la problema fascismului internațional*, București: Humanitas.

2 Adrian Iorgulescu (2000), *Dreapta. Principii și perspective*, Cluj-Napoca: Dacia, p. 280.

3 „În lumea legionară noi nu numai că ne mândrim cu nepăsarea față de moarte dar ne fâlim cu iubirea față de moarte. Concepția legionară față de moarte se înfrățeste, peste douăzeci de veacuri, cu învățămintele lui Zamolxis care a propovăduit printre daci cultul nemuririi sufletului... Stând pe linie creștin spirituală, noi, legionarii, suntem preocupați în primul rând să cucerim marile însușiri naționale sufletești și trupești, calitățile alese ale omului românesc, cerute de mărirea și slava destinului său.” Al. Cantacuzino, *Între lumea legionară și lumea comunistă*, 1935, p. 14-41., apud. Z. Ornea (1996), *Anii treizeci. Extrema dreaptă românească*, București: Editura Fundației Culturale Române, p. 352.

4 „*Buna Vestire*”, 8 noiembrie 1940, apud. Lucian Boia (2002), *Istorie și mit în conștiința românească*, București: Humanitas, p. 328.

ranței de salvare. (...) Psihologia colectivă, devenită psihoză, îl înveștmântă cu atribute absolute.”¹

Cultul personalității este o dimensiune constitutivă pentru extremismul politic, indiferent dacă acesta aparține dreptei sau stângii. Legionarismul, dar și comunismul românesc, l-au uzitat din plin.

Ortodoxie și legionarism

Ritualurile ortodoxe aveau o pondere importantă în Legiune acestea fiind îndeplinite cu ocazia tuturor acțiunilor majore ale acesteia. Acuzat de inadecvarea acțiunilor violente, caracteristice mișcării, la învățătura bisericii și doctrina creștină, Codreanu afirmă „linia bisericii” ca pe un ideal inaccesibil legionarilor, dar spre care aceștia tind: „Facem o mare deosebire între linia pe care mergem noi și linia Bisericii Creștine. Linia Bisericii este cu mii de metri deasupra noastră. Ea atinge perfecțiunea și sublimul. Nu putem coborî această linie pentru a explica faptele noastre.”²

Puternicul caracter religios evidențiază Legiunea ca o mișcare aparte în contextul fascismelor de tip european, în care este riscant și deseori inadecvat integrată. Amprenta religioasă, constitutivă pentru ideologia legionară, a captivat numeroși membri ai clerului ortodox, pentru care dimensiunea politică a mișcării era situată în plan secundar. „Limbajul politic” subîntins de componenta religioasă, împreună cu „simbolismul exterior” pe care Codreanu și adepții săi îl lăsau să transpară, bazat pe „un limbaj mistic al «mântuirii» politice”³, pe procesiunile legionare în care simbolurile creștine erau în prim-plan și pe eschatologismul legionar, prin care noua societate a „omului nou”, purificată și moralizată, urmau să apară – se numără printre motivele principale care au alimentat simpatiile clerului față de mișcare.⁴

Isus și învățătura creștină sunt așezați de publicistica legionară pe un fundal belicos - al suferinței și luptei pentru adevăr și dreptate - pentru a justifica manifestările electorale violente și comportamentul reprobabil des întâlnit la adepții Gărzii. Cu toate acestea, celebra expresie „Dați Cezarului ce este al Cezarului, și lui Dumnezeu ce este al lui Dumnezeu” (Luca, XX, 25) emblematică pentru spiritualitatea creștin ortodoxă, este suficientă pentru a confirma puternica distincție operată de creștinismului răsăritean între sfera socială și cea spirituală, spre deosebire de catolicism sau protestantism, ceea ce invalidează tentativele legionare de disculpare a violențelor și crimelor comise prin apelul la religiozitate. De altfel, Miguel de Unamuno este convins că „... (Isus) le-a arătat (discipolilor) că Buna Vestire pe care o aducea el nu avea nimic în comun cu chestiunile economico-sociale sau naționale, cu democrația sau cu demagogia internațională, ori cu naționalismul.”⁵

La fel ca apostolii creștini, dar din alte motive, membrii elitei legionare jurau să se disocieze de „toate plăcerile acestei lumi”, pentru a-și putea păstra puritatea spirituală și, nu în ultimul rand, independența materială, deoarece „...bogățiile de pe pământ sunt forțamente factori de disoluție a moralității și înămolirea (sic!) în materialism și inacțiune burgheză. Ele tind invincibil să îl lege pe omul care le posedă de regimul prin care le-a câștigat; un om care nu se află în sărăcie, sau care nu trăiește în spiritual sărăciei, nu poate să fie revoluționar...”⁶

1 Nichifor Crainic, „La un hotar de viață românească”, *Sfarmă piatră*, nr. 146 din 1 ianuarie 1939, apud. Z. Ornea, *Op. cit.*, p. 376.

2 Corneliu Zelea Codreanu (1993), *Legiunea pentru supraviețuirea ființei naționale*, București: Editura Fundației Buna Vestire, p. 129.

3 Mirela Bănică (2007), *Biserica ortodoxă română, stat și societate în anii '30*, Iași: Polirom, p. 148.

4 Ibidem, pp. 145-150.

5 Miguel de Unamuno (1993), *Agonia Creștinismului*, Iași: Institutul European, p. 69-70.

6 Paul Guiraud (1998), *Codreanu și Garda de Fier*, București: Majadahonda, p. 47.

Vocabularul politic al legionarismului cuprinde , pe lângă „revoluție”, și alți termeni folosiți frecvent de stânga comunistă, cum ar fi cel din citatul de mai sus, „burghezie”. Reprezentanții acestei categorii erau dezavuți atât de comuniști, cât și de legionari, pornind însă de la premise diferite: primii le imputau legăturile strânse cu capitalismul internațional și ostilitatea față de mișcarea muncitorească, în timp ce ultimii disprețuiau comoditatea, laxitatea morală și lipsa de curaj necesare pentru transformarea revoluționară a societății românești.

Dimensiunea socială și politică a legionarismului

Din punct de vedere social, Legiunea Arhanghelului Mihail era bazată pe primul acțiunii; doctrina legionară urmărea transformarea faptică și restructurarea etică a omului, respectiv a națiunii române, pornind în primul rand de la acțiuni concrete, nu de la retorici „politicianiste”, cu care nu se rezolvă nimic. „Ai totdeauna dreptate atunci când vorbești (...); dar nu servește la nimic să ai dreptate; nu faci nimic dacă ai numai dreptate. Numai tăcerea este climatul acțiunii. Vorba este sterilă și iluzorie.”²

Astfel, programul social al legionarilor era axat pe implicarea și ajutorul acordat societăților rurale defavorizate—ostil „vorbilor goale” ale politicienilor imorali și incapabili, și pe românism — ostil afluxului de elemente străine, distrugătoare prin parazitism sau prin pervertirea „ethosului” românesc. Destinul trebuia forțat să devină pârtaș la formarea „omului nou”, care urma să stea la baza „stării biologice a României legionare”; pentru reușita acestui deziderat, mai devreme sau mai târziu, profețiile Căpitanului trebuiau „acceptate integral”, de unde reiese, aparent subsumat spiritualității ortodoxe, caracterul autoritar al Gărzii de Fier, potențat de refuzul constant al oricărui tip de critică și autocritică.

Ascensiunea fascismului în Europa era privită în mare măsură ca o victorie a crezurilor pentru care legionarii luptau³, motivându-i să inițieze noi campanii de îndoctrinare, respectiv prozelitism. Nu trebuie uitat însă faptul că fascismul și nazismul au apărut urmărind „revizuirea tratatelor de pace încheiate după primul război mondial”⁴, ceea ce nu stă la baza emergenței legionarismului, deoarece însăși „România Mare” a apărut ca urmare a acestor tratate.

Codreanu nu ezita să-și declare solidaritatea cu Hitler și partidul acestuia, deși între ideologia legionară și cea național socialistă existau diferențe semnificative, naziștii fiind rasiști și anticreștini, pe când legionarii erau doar naționaliști, considerându-se totodată profund religioși. Ceea ce-i unea de fapt pe cei doi lideri era antisemitismul visceral, acesta contând mai mult decât pretinsul interes acordat ameliorării situației sociale și economice din propriile țări. De fapt, atât Codreanu, cât și Hitler manifestau o repulsie bolnăvicioasă, chiar patologică⁵ față de evrei, ceea

1 Termenul desemnează, în imaginarul legionar, marea majoritate a clasei politice românești, venală, arivistă, lașă, coruptă și incapabilă de soluționarea concretă și eficientă a problemelor cu care se confruntă societatea românească.

2 Corneliu Zelea Codreanu, apud. Paul Guiraud, *Op. cit.*, p. 42.

3 Florin Müller (1993), „Politica externă a mișcării legionare: ideologie și strategii”, *Arhivele totalitarismului*, nr. 1, pp.32-40.

4 Dragoș Zamfirescu (1997), *Legiunea Arhanghelului Mihail de la mit la realitate*, București: Editura Enciclopedică, p. 47.

5 Jean Louis Maisonneuve propune, în lucrarea *Extrema dreaptă pe divan. Psihanaliza unei familii politice*, (Polirom 2002 pentru ediția în limba română) portretul psihanalitic al extremiștilor de dreapta. Astfel, acesta identifică, pentru categoria amintită, câteva caracteristici comune: cautarea unui ipotetic paradis pierdut, afinitatea pentru natură, o atracție și un respect morbid față de moarte (concretizat prin fascinații romantice fata de acest subiect sau prin întoarcerea obsesivă în trecut), suferința pentru vini imaginare („cel care își imaginează că a comis o faptă rea suferă cu siguranță mai mult decât cel ce a comis-o cu adevărat”), complexul lui Oedip, o părere proastă

ce face improbabilă orice supoziție legată numai de ignoranță sau prejudecățile acestora referitor la populația de rit iudaic. O poziție foarte insolită referitoare la relația inițială dintre legionarism și nazism apare în lucrarea *Cranii de lemn* a unui nume de referință a panteonului legionar, Ion Moța, care, în 1936, își manifesta ostilitatea în raport cu tendințele expansioniste ale celui de al Treilea Reich. „Pândește o primejdie hitleristă la granițele țării noastre? Nimeni n-o va putea întâmpina cu mai mult elan și cu o mai mare zdrobitoare forță decât o Românie legionară.”¹

Moța a murit un an mai târziu în războiul civil din Spania, iar astfel de percepții legionare asupra nazismului, marginale și în 1936, au dispărut pe măsură ce al Treilea Reich a devenit tot mai amenințător pentru democrațiile occidentale, concommitent cu speranțele Legiunii de a ajunge la guvernare în România și de a o include în Axa Roma-Berlin-Tokyo.

Revenind la obsesia inovatoare a legionarismului în raport cu caracteristicile morale și spirituale ale noului om - a cărui apariție iminentă nu ezita să o anunțe și să o revendice-, aflăm că acestea erau identice cu trăsăturile „omului nou” de tip comunist. „Omul nou de tip fascist sau comunist este prezentat ca fiind dotat cu o psihologie proprie, o etică și o morală nouă, modelată și modelabilă ideologic, vorbitor al unui nou limbaj.”² Lupta legionară avea ca premisă crearea contextului spiritual în care „omul nou” urma să se nască: „Vom crea un mediu suflesc, un mediu moral în care să se nască și din care să se hrănescă omul erou.”³

Un alt mit comun atât comunismului, dar și legionarismului este mitul revoluției, interpretată ca o consecință a apariției noii moralități și a noului om care va remodela total societatea postrevoluționară. Revoluția este un mit tradițional al stângii, dar poate fi regăsit și în interiorul mișcărilor fasciste, ceea ce contribuie la omogenizarea ideologiilor totalitare, fie ele de dreapta sau de stânga. În cadrul utopiei legionare, ca și în cazul celei comuniste, traiectoria politică a noului tip uman este identică: apariția „omului nou”, revoluția și înfăptuirea societății sale. „Atitudinea generației noi este eminentemente programatică. Ea pornește de la cunoașterea vieții prin fapte, nu prin idei. Direct deci, nu indirect.”⁴

Se observă încă o similitudine a legionarismului cu comunismul, și anume caracterul antiintelectualist, care valorizează acțiunea în detrimentul ideii, ultima fiind văzută ca o modalitate de cunoaștere indirectă, deci, inferioară. O diferență importantă între cele două extreme politice rezidă în orientarea lor temporală: dorința de progres material și de disociere în raport cu trecutul a comunismului, în opoziție cu cultul tradiției și mistica originilor avansată de legionari.

despre sine, nevoia fanatică de a proiecta ordinea mult dorită în exterior ca și cauză a dezordinii din interior, etc. După Maisonneuve, „teoreticienii extremei drepte au reconstituit o ierarhie a structurilor sociale, administrative, culturale și politice pornind de la pământul străbunilor și de la pântecul matern.” Astfel, autorul avansează ideea unei „piramide răsturnate”, ca modalitate de structurare a subconștientului unui extremist de dreapta: în vârful piramidei inversate avem pământul strămoșesc, apoi corpul mamei, legat organic de acest pământ, după care urmează familia, localitatea, provincia, națiunea, civilizația/cultura, și, în final, rasa. Peste toate aceste categorii este proiectată o mamă spiritual-organică, și orice intruziune a unui element alogen în aceste categorii ar echivala cu o „violare” simbolică a acestei mame. Optica psihanalitică a lui Maisonneuve permite o nouă dimensiune comprehensivă a mentalului și acțiunilor socio-politice intransigente, violente și fanatice ale extremiștilor de dreapta, o dimensiune care evidențiază fragilitatea psihică, infantilitatea și lipsa cronică de responsabilitate ale adepților convinși (facând abstracție de oportuniști) ai nazismului, legionarismului, sau a oricărui alt tip de fascism.

1 Ion I. Moța (1936), *Cranii de lemn*, Sibiu: Editura Totul pentru Țară, p. 144, apud. Dragoș Zamfirescu, *Op. cit.*, p. 45.

2 Lavinia Betea (2001), *Psihologie Politică*, Iași: Polirom, p. 61.

3 Corneliu Zelea Codreanu, *Op. cit.*, p. 58.

4 Nicolae Roșu (1937), „Omagiul tinereții”, *Orientări în veac*, p. 11-16, apud. Z. Ornea, *Op. cit.*, pp. 363-364.

Dificultățile încadrării ideologice ale legionarismului

Legionarismul prezintă numeroase ambivalențe ideologice când se încearcă circumscrierea sa în tipare politologice clasice. Ne putem întreba „prin ce anume legionarismul aparține dreptei. În primul rând prin naționalism, apoi prin elitism, prin mesianism, prin apelul la credința creștină, prin simțul ierarhiei și al autorității, prin opoziția tranșantă la bolșevism, prin apelul la morală, prin cultul față de tradiție și rolul conducătorului. Să vedem, mai departe, prin ceea ce nu este el de dreapta: prin anticapitalism, antiindividualism, antiliberalism, antidemocratism și colectivism. Este, totodată, antimodern, extremist, xenofob, spiritualist și militant.”¹

Reiese din acest citat dificultatea circumscrierii ideologice a legionarismului, deoarece are caracteristici care îl plasează atât la dreapta, și la stânga spectrului politic. De fapt, instrumentul politologic poate deveni impropriu la un moment în analiza mișcării, care avea mai mult implicații sociale și educaționale, dorindu-se, în primul rând, „o școală de caractere”. Alte caracteristici importante ale legionarismului sunt antiliberalismul și antidemocrația, întâlnite constant și în cadrul teoriilor și practicilor comuniste. Disprețul și ostilitatea afișate în raport cu democrația, percepută ca și fragilă, coruptă, incompetentă, lașă, reacționară – în cazul comunismului -, pe scurt, un obstacol masiv în calea restructurării revoluționare a societății - reprezintă poate cea mai importantă trăsătură comună ale celor două extreme politice românești.

Colectivismul este de asemenea un reper ideologic pentru ambele mișcări, individul autonom și individualizarea fiind percepute ca modalități de destabilizare a corpului social. Maniera holistă în care legionarii și comuniștii receptau societatea îi conferea acesteia o consistență organică și o forță revoluționară; orice manifestare de independență amenința coeziunea societății și forța revoluționară a acesteia, chiar mai mult, însăși programul ideologic care aspira să o subîntindă. De aceea legionarismul și comunismul reclamă o adeziune pasională, care se multiplică ușor într-un mediu gregar, dar întâmpină o puternică opoziție într-un context social bazat pe diversitate și autonomie individuală.²

Cele mai importante figuri mitice din panteonul legionar sunt cele ale zeului dac Zamolxis, împreună cu a poetului Eminescu, principalul ideolog naționalist de la care se revendică legionarismul ca doctrină. Reiese de aici și apetența pentru păgânism a Legiunii, fapt care o așează fără echivoc pe același palier ideologic cu național-socialismul; totuși, după cum am avut ocazia să constatăm, există și disjunctii majore între legionarism și nazism.

Am identificat până acum numeroase elemente conceptuale care stau atât la baza legionarismului, dar și a comunismului. Asemănarea este potențată și de faptul că legionarismul nu are un evident caracter de extremă dreaptă, fondul său mitic, și, în special, valorizarea acțiunii în detrimentul ideii, comportând de asemenea similități consistente cu teoriile marxiste așa cum erau ele reflectate în comunismul românesc; pornind de la această premisă, putem înțelege din altă optică masiva migrație politică din Legiune în PCR, în anii ce au urmat celui de al doilea război mondial. Bineînțeles că oportunismul și teama de persecuții politice sunt explicațiile principale ale foștilor legionari înscriși PCR, însă nu este exclus ca acesta să fi fost facilitat, în subsidiar, de eclecticismul și lipsa de coerență ideologică a Gărzii de Fier și de adaptabilitatea doctrinei sale la orice curent politic revoluționar, fie el de stânga sau de dreapta.

¹ Adrian Iorgulescu, *Op. cit.*, p. 279.

² În același timp, atractivitatea pe care legionarismul și comunismul au exercitat-o asupra unor segmente ale intelectualității este incontestabilă. Cu toate acestea, cele două mișcări urmăreau să își extragă legitimitatea din susținerea populară, intelectualitatea fiind pe locul al doilea.

Ceea ce distanțează net legionarismul de stânga este antiraționalismul ferm, împreună cu exaltarea creștinismului ortodox.¹ În timp ce comunismul se revendica dintr-o lungă tradiție științifică și raționalistă, legionarismul exulta prin antiraționalism și mistica originilor.

Pentru Codreanu, „mișcarea legionară nu se întemeiază exclusiv nici pe principiul autorității, nici pe acela al libertății. Ea își are temeliile înfipte în principiul dragostei. În el își au rădăcinile atât autoritatea, cât și libertatea. Dragostea e împăcarea între cele două principii: autoritate și libertate. Dragostea se află la mijloc, între ele și deasupra lor, cuprinzându-le în tot ce au ele mai bun și înlăturând conflictele dintre ele.”²

Sofismul este subtil și atractiv: dragostea, percepută mai mult ca dragoste paternă exercitată dezinteresat asupra unei societăți imature, are pretenția de a unifica celelalte două principii, autoritatea și libertatea, dar conținutul acestor concepte este lăsat la arbitriul conducerii mișcării; rezultatul cel mai probabil va fi (așa cum s-a văzut și între septembrie 1940 și ianuarie 1941, când Garda de Fier a făcut parte din coaliția guvernamentală) creșterea graduală a autorității, simultan cu descreșterea graduală a libertății.

Codreanu postula altruismul ca o altă trăsătură principală a legionarului. Lupta majoră a acestuia trebuia să culmineze cu „înfrângerea interesului personal.”³ Fragilitatea democrației românești, firească în acea fază embrionară a evoluției sale, era respinsă și combătută prin „legi”, dar nu „legile făcute de oameni”, ci „legi naturale de viață” și „legi naturale de moarte”.⁴ Mistica și ambiguitatea formulării lasă loc de interpretare, dar ideea subiacentă este că membrii Legiunii ar acționa în baza unor legi superioare „legilor omenești”, probabil legile unei tradiții care pentru aceștia avea o continuitate organică cu națiunea română din perioada interbelică, și legile unei divinități căreia legionarii îi atribuiau o natură punitivă; fiind unicii reprezentanți ai acestor legi, Corneliu Zelea Codreanu și adepții săi aveau dreptul exclusiv de a judeca și de a pedepsi în baza lor și a misiunii divine a căror purtători se pretindeau. Conflictul cu „legile omenești” era inevitabil, ba chiar o confirmare a mesianismului justiției legionare, care trebuia să înlăture „politicianismul”, corupția și lipsa de moralitate din perioada interbelică, pentru a le înlocui cu societatea nouă a omului nou, moral, muncitor și capabil de jertfă.

Conform unui autor englez, fascismul este caracterizat de cinci elemente definitorii: naționalism, statism, transcendență, purificare și paramilitarism.⁵ După cum vom vedea, legionarismul nu corespunde integral acestor criterii de identificare a fascismelor.

În altă ordine de idei, antisemitismul Căpitanului nu are nimic în comun cu rasismul, fiind mai degrabă de tip stângist; evreilor li se impută coruperea clasei politice românești și exploatarea păturilor rurale în numele capitalismului internațional, iar soluția oferită de Codreanu la această problemă consta în reîmproprietărirea țăranilor și trecerea fabricilor în patrimoniu național, atitudine politico-economică substanțial stângistă.

În comparație cu alte mișcări fasciste, ponderea femeilor în Legiune este foarte mare, dublată fiind de discursuri referitoare la egalitatea sexelor; de asemenea, iredentismul, fenomen caracteristic mișcărilor de extremă dreaptă, lipsește din pro-

1 Ceea ce a însemnat până la urmă un creștinism greșit înțeles, dar și mai greșit asumat. Aporia principală a legionarismului rezidă până la urmă în imposibilitatea concilierii între crimă și dogmele creștine.

2 Corneliu Zelea Codreanu, *Op. cit.*, p. 59.

3 Ibidem, p. 77.

4 Ibidem, p. 117.

5 Daniel Barbu (2006), recenzie la cartea lui Michael Mann (2004), „*Fascists*”, New York: Cambridge University Press, *Studia Politica*, nr. 4, p. 1032.

gramul politic legionar. „Legiunea nu pare (...) să se fi organizat pentru a da un conținut autoritar statului român, ci pentru a lupta împotriva lui. Rebeliunea legionară din ianuarie 1941 a fost probabil mai puțin o încercare de preluare a statului, cât una de destituire a unei ordini de stat în raport cu care gardiștii se simțeau îndreptățiți să se considere martiri.”¹

Antietatismul Gărzii de Fier invalidează parțial tipologia propusă de Michael Mann pentru identificarea elementelor comune ale diferitelor forme de fascism, contribuind la amplificarea dilemelor legate de apartenența ideologică a acesteia. Totuși, putem afirma că legionarismul ca fenomen politic aparține mai degrabă, - prin recursul la tradiție, religie, națiune, purificare, transcendență și paramilitarism - dreptei decât stângii, unde s-ar încadra datorită programelor economice propuse, antietatismului revoluționar sau absența discriminărilor de gen și a iredentismului.

Utopii de dreapta și utopii de stânga

Credința în propria misiune o au, pe lângă legionari, și comuniștii; diferența constă în faptul că ultimii se supun, sau pretind că se supun, legilor istoriei, pe când legionarii invocă misiunea divină a cărei purtători sunt. Istorie sau divinitate, amândouă confirmă același suport metafizic care fundamentează ambele ideologii, fiecare având un dublu rol: de afirmare a superiorității ideologice în raport cu celelalte curente politice și de disculpare în fața eșecurilor sau a crimelor comise. Refuzând constant judecata „legilor umane” și admitând-o numai pe cea a Istoriei sau cea a lui Dumnezeu, legionarii și comuniștii își postulează propria infailibilitate axiologică, precum și disprețul mai mult sau mai puțin voalat la adresa instanțelor de judecată „umane”. Pe urmele lui Jean Francois Revel, putem afirma că orice critică empirică la adresa utopiilor politice este repinsă de către adepții acestora în baza intențiilor conținute în programul politic al utopiei, consecințele catastrofale pe care acestea le produc nefiind decât niște devieri temporare de pe un traseu politic inevitabil al societății umane, sau, în cazuri care nu admit replică, niște perversități și trădări ale mișcării originare. Utopiile pretind să fie judecate după „ceea ce ar fi fost de așteptat să ofere”, nu „după ceea ce oferă efectiv”.²

Ceea ce ar putea să surprindă, datorită similitudinilor între legionarism și comunism, este visceralitatea acuzelor pe care cele două ideologii și le fac reciproc. Legionarii se raportau la comunism în primul rând prin obsesia pericolului evreiesc, pe care îl așezau la baza acestuia, iar comuniștii includeau (și în că includ) legionarismul în categoria mai largă a fascismelor, față de care reacționează mecanic și irațional. Fiecare parte o percepea pe cealaltă ca acționând pentru a satisface interesele unui inamic exterior: comuniști erau pentru legionarii agenții establishmentului evreiesc și a Rusiei bolșevice, iar legionarii erau pentru comuniștii români „calul troian” al Germaniei hitleriste.

Există o dimensiune religioasă a marxismului?

Tradiția revoluționară care își face apariția în secolul XIX nu poate fi înțeleasă pe deplin în absența unei raportări a ei la declinul accentuat pe care creștinismul, religia dominantă a Europei Occidentale, a cunoscut-o în paralel. După Revoluția Franceză, în ciuda înfrângerii lui Napoleon în 1815 și a restaurării monarhiei franceze în

¹ Ibidem, p. 1033.

² Jean Francois Revel (2002), *Marea paradă. Eseu despre supraviețuirea utopiei socialiste*, București: Humanitas, p. 57.

1830, mesajul social și moral al creștinismului își epuizează gradual forța de persuasiune și capacitatea mobilizatoare, fapt care va fi de domeniul evidenței în secolul următor. În acest context, în care mesajul creștinismului nu mai poate oferi cu succes un sens și o perspectivă spirituală consistentă societăților occidentale, își fac apariția anumite mișcări de emancipare socială care încearcă să recupereze în plan metafizic aderența față de un ideal pe care creștinismul nu mai părea capabil să îl ofere. O astfel de mișcare a reprezentat-o socialismul marxist. „Atunci când creștinismul este incapabil să reconstruiască comunitatea, socialismul apare după un oarecare timp ca o formă parareligioasă, formă de tranziție sau de substituție.”¹ Animată de progresul tehnic spectaculos, dar și de transformări sociale și economice consistente, „epoca modernă” devine tot mai încrezătoare în ideea de schimbare, în posibilitatea de a transforma radical lumea înconjurătoare și de a aduce la un numitor comun satisfăcător inegalitățile flagrante dintre diferitele categorii sociale pe care aceasta le conține. Doar că „epoca modernă a supraevaluat schimbarea. Și această supraevaluare explică apariția ideii de revoluție. Această idee se înrudește cu întemeierea unei noi religii: apariția unei noi credințe a fost întotdeauna, ca și o revoluție, o ruptură, un început... De aceea revoluția din Epoca Modernă a pretins să se substituie religiilor în dubla lor funcțiune: de a schimba oamenii și de a da un sens prezenței lor în această lume. Acum, putem constata că era vorba de false religii.”² False din punct de vedere a raportului promisiuni-rezultate și apropiate de fanatism prin credința neabătută și insensibilă la contraargumente de ordin rațional sau empiric de care adepții comunismului dau dovadă până în ziua de azi. Totalitarismele secolului XX, ca „patologii” ale rațiunii ridicată la rang suprem începând cu curentul Iluminist, și tribunalele religioase din timpul Evului Mediu și al Renașterii, ca „patologii” ale religiei, reprezintă dovada că absența conlucrării și complementarizării permanente a principiilor religioase cu o gândire rațională pot conduce la erori regretabile de ambele părți.³

Religiile științifice și apariția marxismului

Apariția marxismului se află în strânsă legătură cu moștenirea culturală și științifică a secolelor ce l-au precedat. Astfel, în secolul XVII avem de-a face cu o creștere a importanței rațiunii, combinată cu emergența primatului legilor științifice. Se căuta explicarea exhaustivă a lumii (a universului, a omului și a istoriei sale, a naturii) prin intermediul unui sistem logic perfect. Enciclopediștii francezi ai secolului XVIII, sub influența deplină, în acea perioadă, a fizicii newtoniene, își propuneau explicarea fizico-mecanică a întregii lumi, unii dintre ei anticipând „un geniu care ar putea să prezică starea universului în oricare moment al viitorului.”⁴

În secolul XIX, istoricismul, curent ideatic rezultat din raționalismul de factură iluministă și care circumscrie din punct de vedere al pretențiilor de științificitate marxismul, va impune ca mecanism „obiectiv” al derulării istoriei legi științifice, a căror importanță comprehensivă rezidă nu atât în explicarea modului de funcționare a societății omenești într-o anumită etapă istorică a dezvoltării sale, cât în explicarea modului în care societatea umană trece de la o fază istorică la alta, în cadrul unui traseu inevitabil și cu un grad de anticipabilitate direct proporțional cu cunoașterea acestor legi științifice care stau la baza dezvoltării societății umane.⁵

1 Jean-Claude Eislín (2001), *Dumnezeu și Puterea. Teologie și politică în Occident*, București: Anastasia, p. 273.

2 Octavio Paz, apud. ibidem, p. 275.

3 Jürgen Habermas, Joseph Ratzinger (2005), *Dialectica Secularizării. Despre rațiune și religie*, Cluj-Napoca: Apostrof.

4 Lucian Boia (1999), *Mitologia științifică a comunismului*, București: Humanitas, p. 13.

5 Pentru mai multe detalii legate de istoricism și structura științifică a acestuia, vezi Karl Popper

Secolul XIX este de asemenea martorul dezvoltării și consolidării științelor naturale, împreună cu apariția a ceea ce Lucian Boia numește „religii științifice”. „Religiile științifice urmăreau trei scopuri, caracteristice oricărei sinteze religioase: explicarea completă și coerentă a lumii; interpretarea destinului omului; un cod etic și un cod de comportament. Ele aspirau – la fel ca religiile tradiționale – să-l pună pe om în armonie cu universul și cu el însuși.”¹

Aceste religii desacralizate, a căror pretenții explicative subîntindeau trecutul, prezentul, și, mai ales viitorului omenirii, au pregătit și fertilizat solul din care se va naște marxismul, interpretabil la rândul său ca o religie desacralizată. Concept central al teoriei marxiste, dialectica stă la baza înțelegerii atât a coerenței ideologiei comuniste, cât și a fascinației pe care a exercitat-o și încă o exercită proiectul comunist. Acest concept, împrumutat din filozofia lui Georg Friedrich Hegel, este prin excelență integrator și simplificator, într-o anumită măsură și, cel mai important lucru, elimină contradicțiile. Dacă până la apariția marxismului autorii „religiilor științifice” își fundamentau noile lumi pe armonie și pe coerență, noul surogat religios - marxismul, departe de a nega contradicțiile, „le absolutizează, și la nevoie (adică destul de des) le inventează. Până la urmă, doar contradicțiile contează. «Lupta contrariilor» este principiul care mișcă mașina comunistă a lumii.”²

Marxism și fervoare religioasă

Comunismul, corolarul politic extrem al teoriei marxiste, cunoaște o puternică ascensiune la începutul secolului XX. Deși există voci care critică asocierea teoriei marxiste cu programul politic comunist, susținând că reinterpretația ideilor unui intelectual german de către un narodnic (populist) rus, Lenin, a transformat marxismul teoretic într-un program politic cu care are foarte puține în comun,³ - consider că ideile și teoriile comportă un anumit dinamism, fiind „altoite” și căpătând noi nivele semantice în fiecare mediu cultural sau social în care ajung; pe lângă această constatare, însăși denotațiunile marxism-leninism sau marxism-leninism-stalinism denotă faptul că ideologii sovietici erau la rândul lor mai mult decât conștienți de continuitatea fundamentală dintre marxism și propriile agende politice, continuitate pe care ideologii comuniști germani și nu numai, deși i-au evidențiat caracterul insolit, (Revoluția se produsese într-o țară foarte slab industrializată, exact opusul a ceea ce prezisese Marx), nu au contestat-o niciodată.

Marx observă că lumea, așa cum o percepea el în a doua jumătate a secolului XIX, a fost numai analizată și interpretată, când ea trebuia schimbată de fapt. Această celebră afirmație, incisivă, profetică, mesianică chiar, poate fi luată drept una din cheile grilei de interpretare a marxismului ca religie desacralizată, deoarece fiecare religie monoteistă are ca scop mai mult sau mai puțin declarat „schimbarea lumii” în conformitate cu propriile principii.

Munca, pentru Marx, indiferent de formele ei, este în sine tot o formă de marfă, vândută pe piața capitalistă. Rezultă că, în loc să producă pentru el, muncitorul, nu numai că nu produce pentru el, dar nici mijloacele de producție, nici chiar munca sa, nu-i aparțin. Astfel are loc alienarea muncitorului, față de produsul și scopul muncii sale, față de esența sa - liberă și creativă – și „față de semenul său, cu care intră în relații conflictuale.”⁴

(1998), *Mizeria istoricismului*, București: Bic All, 1998.

1 Lucian Boia, *Op. cit.*, p. 24.

2 Ibidem, p. 41.

3 Îi sunt îndatorat domnului conferențiar doctor Paul Kun pentru discuțiile purtate pe această temă.

4 Lucian Boia, *Op. cit.*, p. 46.

Etapă alienării trebuia depășită printr-un moment revoluționar, în care proletarul urma să obțină mijloacele de producție, precum și controlul traseului pe care îl va avea produsul muncii sale. Pentru a putea înfăptui Revoluția, muncitorii trebuiau să-și descopere mai întâi identitatea și conștiința internațională, pentru a se putea uni, și, respectiv, învinge. „Forța motrice a istoriei”,¹ revoluția comunistă urma, după ce va fi triumfat, să fie succedată de o dictatură a proletariatului, în care se vor suprima treptat mijloacele de guvernare și valorile vechii lumi (statul, tradițiile, etc.). În faza următoare, cea socialistă, statul va fi menținut, dar numai în vederea protecției și solidificării revoluției, urmând ca în ultima etapă a revoluției statul să dispară de la sine, nemaivând nici o utilitate. Se definea astfel proiectul științific al istoricismului, iar societatea umană urma să împietrească într-o perfecțiune eternă.

Pot fi identificați trei factori cu caracter mesianic în interiorul marxismului: alienarea, revoluția și o lege structurantă pentru întreaga existență a umanității, dialectica. Voi încerca să trasez în continuare o paralelă între marxism și creștinism pentru a evidenția caracterul mesianic al acestor trei concepte marxiste.

Ca și în lumea lui Marx, alienarea se regăsește și în lumea lui Isus. Oamenii sunt tot mai nefericiți, săracii devenind tot mai săraci, iar bogații tot mai imorali și mai chinuți de soarta avutului propriu; acest status-quo se datorează abaterii de la cuvântul lui Dumnezeu. La Marx, alienarea este datorată lipsirii proletarilor atât de mijloacele de producție, cât și de produsul finit al muncii lor. Structura socială și economică a lumii este inechitabilă pentru că proletariatul nu și-a descoperit încă forța mesianică de a răsturna raportul patron-muncitor și de a deveni propriul său stăpân. În absența unei conștiințe de sine a proletariatului, acest scop devine incert. Aici intervin apologetii noii religii comuniste, anunțând revoluția ca singura modalitate de escaladare a tuturor nedreptăților sociale și ca rezultat firesc al voinței noului Dumnezeu, proletariatul. Noua metafizică promitea ca încununare a succesului revoluționar un Bine comun și permanent,² situat însă într-un viitor nebulos și incert, dar care devenea real în măsura în care era dorit. „Asemenea creștinilor, socialiștii cred într-un Dumnezeu pe care îl botează «proletariat», în învierea lui, pe care o botează «societate fără clase», în martirajul-i nesfârșit pe care-l numesc «dialectică.»”³

Revoluția teoretizată de Marx se dorea a fi un panaceu pentru toate problemele importante care obstrucționau mersul omenirii înspre progresul material, din care va rezulta ulterior și progresul moral. În creștinism, Isus însuși apare ca un revoluționar, dar care aduce în prim-plan progresul moral; progresul material, puțin sau deloc valorizat în comparație cu ceea ce avea de oferit „împărăția cerească” a lui Isus - apărând mai mult ca o consecință psihologică a catharsis-ului moral prin care omenirea va trece.

În final, dialectica marxistă poate fi percepută, continuând teoretizarea lui Bernard Henry Levy, ca având același rol ca și suferința creștină în lupta pentru o lume mai bună: eliminarea obstacolelor materiale și ideatice în cadrul unui proces permanent de ameliorare a societății umane și obținerea mult doritului triumf, în primul caz prin intermediul revoluției, etapa finală a dialecticii marxiste, iar în al doilea caz prin iubirea peremptorie și dezinteresată a aproapei.

Componenta religioasă a marxismului este uneori mai greu sau deloc observabilă datorită fundamentului științific al acestuia: „În secolul al XIX-lea, socialismul marxist va asocia ideea de cucerire a naturii, ideea de împlinire totală a omului în istorie, și ideea creștină a Mântuirii. Date fiind aceste aspecte, marxismul nu este

1 David Miller (coord.) (2000), *Enciclopedia Blackwell a Gândirii Politice*, București: Humanitas.

2 Mai multe despre „falsificarea comunistă a binelui”, în Alain Besançon (2007), *Nenorocirea secolului. Despre comunism, nazism și unicitatea „șoah”-ului*, București: Humanitas, pp. 48-62.

3 Bernard Henry Levy (1992), *Barbaria cu chip uman*, București: Humanitas, p. 72.

numai izvorul unui al doilea Umanism, ci și, mai ales, a unei a doua Religii, total invizibile credincioșilor săi, din cauza camuflării în «știință», Religie ce va fi, ca și Creștinismul, o adevărată Religie a Mânturii, proclamând, spre deosebire de Creștinism, o Mântuire pământească, adusă de un Mesia (Proletariatul) și anunțând cu certitudine proxima Instaurare a unei Lumi eliberate de Rău, a unei Omeniri reconciliate, a fericirii pe Pământ.”¹

Pornind de la această analiză comparată, putem înțelege marxismul și ca surrogat religios. Deși Lenin numea religia „opiu pentru popor”², marxism-leninismul și forma politică extremă pe care a îmbrăcat-o, comunismul, a ajuns să se substituie cu succes acestei caracterizări, devenind o religie a imanenței cu ajutorul căreia au fost manipulate și terorizate milioane de oameni.³

1 Edgar Morin (2002), *Gândind Europa*, București: Trei, p. 81. Marx obișnuia să afirme că „omul face religia”, nu „religia îl face pe om”, iar aceasta aparține oamenilor „care nu s-au găsit pe ei înșiși, ori s-au găsit și s-au pierdut din nou”. Până la urmă, „religia este inima unei lumi fără inimă, așa cum este spirtitul unei situații fără spirit”, așa că „abolirea religiei ca fericire iluzorie a oamenilor este necesară pentru fericirea lor reală.” Karl Marx, apud. Brian Morris (1996), *Anthropological studies of religion. An introductory text*, New York: Cambridge University Press, p. 34. Însă deși cel mai emblematic reprezentant al socialismului gândea în acest fel despre religie, pasiunea cu care socialiștii își expun și susțin ideile, în ciuda contra-argumentelor de ordin empiric care li se pot aduce, este indubitabil similară fervorii și credinței religioase. În consonanță cu Edgar Morin în privința dificultății de a percepe cu ușurință caracterul mesianic al marxismului, Joshua Muravchik observă că „puterea acestei religii a fost întrucâtva umbră de popularitatea teoriei marxiste potrivit căreia ideile sunt cel mai adesea spuma iscată de curenții de adâncime ai progresului tehnologic și ai interesului material. Această idee s-a dovedit seducătoare fiindcă oferea un răspuns la cea mai derutantă întrebare: de ce gândesc oamenii ceea ce gândesc? Cu toate acestea, interpretarea «materialistă» a ideologiei nu a rezistat la proba timpului și cu atât mai puțin a reușit să explice istoria socialismului ca atare. Ce interes material sau tehnologic a provocat victoria marxismului sau, dimpotrivă, sfârșitul său în Rusia? Extinderea sa în China, Cuba și Coreea de Nord? Apariția sa sub alte forme în Suedia, Israel, Tanzania sau Siria?” (2004), *Raiul pe pământ. Mărirea și decăderea socialismului*, Timișoara: Brumar, p. 10.

2 Vladimir Ilici Lenin (1959), *Despre Religie*, București: Editura Politică, p. 7.

3 Pentru o viziune clasică, ce opune ireconciliabil și în cadrul căreia sunt analizate sistematic diferențele funciare și propensiunea religiei creștine împotriva ideologiilor socialiste, a se consulta Henry de Lesquen (1995), *Religia contra ideologiilor socialiste*, București: Antet.

De unde a început totul!

Samuel D. Warren, Louis D. Brandeis, *Il Diritto alla Privacy. Garante per la protezione dei dati personali*

Roma, 2008 (Titlul original *The Right to Privacy*, Boston, 1890)

În anul 1890 doi juriști, Samuel D. Warren și Louis D. Brandeis, care aveau un birou de avocatură la Boston, S.U.A., au publicat în revista „Harvard Law Review” un eseu intitulat „The Right to Privacy”, (Dreptul la viață privată).

„The Right to Privacy” va deveni încă de la momentul publicării sale o lucrare care s-a aflat în centrul discuțiilor și dezbaterilor specialiștilor în drept juridic și constituțional american. Natura și importanța acestor dezbateri nu s-au limitat doar la acea perioadă ci s-au prelungit în timp ajungând până în zilele noastre. Din acest motiv suntem îndreptățiți să afirmăm că Warren și Brandeis au dat undă verde procesului de recunoaștere a „vieții private” ca un drept inalienabil. Prima frază a eseului proclamă: *„That the individual shall have full protection in person and in property is a principle as old as the common law; but it has been found necessary from time to time to define anew the exact nature and extent of such protection”*. (p.44) Ideea principală pe care se construiește eseuul este aceea conform căreia „izvoarele conceptului de privacy rezidă din spiritul dacă nu din litera constituției americane.” Conceptul de „libertate” este interpretat de autori în sensul „respectării principiului inviolabilității persoanei”, principiu văzut ca un drept fundamental al individului de a „ trăi netulburat” sau „să fie lăsat în pace”. Extrapolând în timp aceste drepturi fundamentale ale cetățeanului pot fi înțelese ca drepturi care au scopul apărării

propriei individualități. Drepturile care rezidă din dreptul la „privacy”, garantează „inviolabilitatea persoanei” sau ca să folosim o expresie actuală „demnitatea persoanei”. De aici observăm actualitatea demersului celor doi autori care încă din acea perioadă au observat că o constituție trebuie să fie interpretată în funcție de evoluția societății pentru a răspunde intereselor cetățenilor.

Argumentele autorilor în sprijinul propriilor afirmații sunt canalizate pe două niveluri: primul dintre acestea privește tradiția juridică anglo-saxonă care provine din „common-law”. Al doilea nivel analizează conceptul de „privacy” în spiritul a două norme constituționale respectiv al patru-lea și al cinci-lea amendament al constituției americane.

Evoluția conceptului de „privacy” din 1890 până în zilele noastre poate fi observat tocmai prin evoluția societății. Warren și Brandeis afirmau la 1890 că dreptul la privacy nu poate să distingă între „persoanele care pot să-și ceară dreptul de a le fi tutelată propria imagine în situația în care publicitatea în presă poate să le transforme în victime”, și acei „indivizi care au renunțat la dreptul de a avea o viață privată” (p.18). Distincția folosită între poziția cetățeanului obișnuit și poziția cetățeanului care îndeplinește o funcție publică reprezintă în realitate una dintre temele fundamentale. Găsirea echilibrului între libertatea presei și dreptul la privacy, între necesitatea de informare a cetățeanului și respectarea demnității acestuia în spe-

cial în acele cazuri care ating sfera privată a reprezentat o temă importantă care a fost dezbătută de-a lungul deceniilor. Subtilitatea gândirii celor doi autori este demonstrată și de faptul că aceștia au făcut diferența între spațiul privat și spațiul public. Astfel în lucrare apare foarte clar că este necesară o distincție dintre dreptul la „privacy” a persoanelor private, și dreptul la „privacy” a persoanelor publice. Această dilemă a fost tranșată decenii mai târziu în anul 1964 cu ocazia procesului *Sullivan versus New York Times*. Curtea Supremă a decis că dreptul la prudență nu se poate aplica pentru persoanele publice atunci când informațiile privesc direct sau indirect persoana lor sau activitatea publică pe care o desfășoară. Cu toate acestea încălcarea dreptului la „privacy”, indiferent de motivul sau scopul pentru acesta s-a înfăptuit, reprezintă o încălcare a unui drept inalienabil. Consecința acestei încălcări atrage după sine obligația de a despăgubi partea vătămată iar în anumite cazuri, reduse ca număr, declanșarea unei acțiuni cu urmări penale.

Această viziune a fost preluată în Europa, și s-a regăsit în acte juridice de mare importanță cum ar fi: art. 8 al „Convenției Europene a Drepturilor Omului”, art. 8 din „Cartea Drepturilor Fundamentale a Uniunii Europene” și al art. 51.I al Tratatului care a adoptat o Constituție pentru Europa. Introducerea conceptului de „privacy” în legislația europeană se fundamentează pe dreptul la libertate și demnitate individuală. Conceptul de „privacy” în viziunea europeană este centrată în jurul noțiunii moderne de „date personale”. Această sintagmă se dorește a fi mult mai cuprinzătoare și să acopere nu numai sfera individuală dar și pe cea colectivă. Legislatorul a dorit să tuteleze atât drepturile fundamentale ale cetățenilor cât și dreptul comunităților de a trăi într-o societate liberă și democratică. Această schimbare a conceptului de la drept individual la drept colectiv se încadrează în ideea lui Warren și Brandeis conform căreia abordarea legislației trebuie să țină cont de schimbările intervenite la nivelul societății. În spațiul social ac-

tual în care după 11 septembrie 2001 sunt tot mai multe acțiuni care îngreșesc drepturile fundamentale ale cetățeanului pare imposibilă acțiunea individului în apărarea propriilor drepturi. Din acest motiv s-a extrapolat dreptul individual la un drept colectiv. Apărarea dreptului la „privacy” nu înseamnă o acțiune de tip conservator a societății în fața dezvoltării tehnologiei este mai degrabă o modalitate prin care sunt apărate valorile fundamentale ale democrației care se bazează pe principiul fundamental al respectării libertății și demnității persoanei. Efortul intelectual depus de doi tineri avocați în amurgul secolului XIX trebuie recunoscut și pus în valoare cu scopul apărării unor principii pe care se bazează civilizația de tip occidental.

Ioana Cristea Drăgulin

Profilerul politic - un atu pentru strategia guvernării și logica alegerii

Pascal de Sutter, *Acești nebuni care ne guvernează*

Trad. Eiza Dumitrescu, București: Tritonic, 2008

Lucrarea lui Pascal de Sutter reprezintă o invitație la o călătorie academică ce presupune o inițiere în domeniul atât de nuanțat și labirintic al psihologiei politice. Călătoria este inedită și captivează cititorul pentru că autorul modelează lăcașurile de știință în culori, imagini, undiri de viață, unde specialiștii în psihopatologie, etnopsihologie, sexologie, psihologie politică, neurologie conturează lecția creativității, a discreției și a devotamentului profesional. Aceste cadre academice decupate pentru ca cititorul să aibă o cât mai fidelă reprezentare a procesului științific, reprezintă universuri noi pentru Pascal de Sutter care descrie în urma întâlnirilor cu fiecare dintre specialiștii (key leader profilers) traiectoria urmată de aceștia după mii de ore de studiu și analiză în scopul realizării profilului psihologic al unui lider politic. (key leaders). „*Acești nebuni care ne guvernează*” reprezintă o invitație pentru specialiștii în domeniu care ar putea redescoperi satisfacțiile muncii de cercetare și ar putea revaloriza necesitatea dezvoltării unui astfel de domeniu în societatea românească, pentru cetățenii care-și exprimă drepturile civice și politice prin votul democratic, pentru liderii politici care prin deciziile pe care le iau conturează profilul națiunilor și lumea internațională. („*chiar dacă aceștia preferă să deguste miera turnată de lingurițori sau să asculte învăluitorul cântec de sirenă al sondajelor*” p.8.)

Cele 4 capitole ale cărții se articulează într-un întreg dedicat lui homo politicus din perspectiva psihologiei politice,

disciplină care oferă contrar marketingului politic, imaginea opusă decorativului pentru a dezvălui cine sunt cu adevărat oamenii politici. Se știe că scena internațională a fost marcată de lideri despre a căror excentricitate, megalomanie, tiranie s-a scris foarte mult, însă lucrarea de față pendulează în jurul unei întrebări de o certă finețe și cu dublu sens: mediul politic erodează integritatea liderului politic, pentru ca în urma stresului și a situațiilor excepționale acesta să devină o personalitate accentuată sau liderul politic deține germenii tendințelor către megalomanie, paranoia, mitomanie, narcisism patologic, schizoidie pentru a-și putea exercita rolul de conducător? Aceasta este distincția pe care autorul o propune pentru a conceptualiza teza nebuniei liderului politic vehiculată în spațiul public european și internațional.

Prima întâlnire este cea cu Jarrold Post, psihiatru și profesor la George Washington University, inițiatorul Centrului de Analiză de Personalitate și al comportamentului politic al CIA (și odată cu acesta al profesiei de profiler politic) cu misiunea de a înțelege „de la distanță” personalitatea dar și comportamentul liderilor internaționali. Primul capitol s-ar putea structura astfel: primul profil psihologic al unui lider politic, importanța elementelor culturale și al indicatorului frecvență în realizarea profilului psihologic al liderilor politici. Precursorii profesorului Post, coordonați de profesorul Muray de la Harvard au realizat un raport de 1721 de pagini despre „*analiza personalității lui Hitler cu predicții ale*

comportamentului său viitor și sugestii asupra atitudinii de adoptat în raport cu acesta, acum și după predarea Germaniei. Octombrie 1943" (p.11) de unde se pot desprinde principalele trăsături de personalitate ale lui Hitler: nevoia reactivă de dominare și superioritate, nevoia reactivă de agresiune și răzbunare, reprimarea conștiinței morale, a conformismului și a dragostei, proiectarea asupra celorlalți a celor mai criticabile elemente ale propriei personalități. Teza centrală a lui Henry Murray privește explicația psihologică a antisemitismului lui Hitler: „evreii erau un element asupra căruia putea să își proiecteze propriul sentiment de inferioritate (propria sensibilitate, slăbiciunea, timiditatea, sexualitatea masochistă)” (p. 20). În ciuda limitelor impuse de metodologia profesorului Murray care a utilizat în principal teoria nevoilor primare (completată de un test - Thematic Apperceptive Test), cercetarea sa este considerată revoluționară pentru că în urma acesteia s-a realizat „de la distanță” pentru prima dată în istorie profilul unui lider politic sugerându-se strategiile de adoptat. Exemple precum Sapamourad Niazov în Turkmenistan sau Saddam Hussein în Irak (al cărui indice de naționalism se ridică la 0,66 superior mediei liderilor Orientului 0,49, superior altor lideri ai planetei 0,42, p. 37) sunt relevante pentru Margareta Hermann care consideră *elementul cultural* decisiv în alocarea de verdicte privind anumite profiluri psihologice. Noțiunea de *gradație* reprezintă de asemenea în viziunea autorului un instrument funcțional și eficient pentru că „frontiera dintre nebunie și normalitate ține de gradul de afectare și de frecvența comportamentului perturbant”. (p. 30).

A doua întâlnire este rezervată lui David Winter, profesor la Universitatea din Michigan, care consideră că personalitatea unui politician poate fi înțeleasă dacă se analizează patru elemente politice: *nivelul politic, modul de funcționare al politicianilor, motivația acestora și contextual social*. Capitolul evidențiază prin exemple un alt set de trăsături care pot fi analizate în intenția de a elabora

profilul psihologic al liderului politic. În concepția psihologului Didier Pleux, un copil căruia nu i se refuză nimic poate deveni copil rege sau copil tiran care doarește satisfacție imediată și prezintă intoleranță la frustrare. Urmând această logică în plan macrosocial, liderii politici, actualii sau foștii conducători - care poate au fost cândva copii regi - își cultivă un set de caracteristici precum: *intoleranța la frustrări* („președintele e sensibil la cel mai mic refuz”, p. 46); *omnipotența tiranică* (Kim Jong -il care nu-și refuză nimic și provoacă cu arma atomică marile puteri care i-au impus embargoul economic); *megalomania* („de Gaulle este Franța iar Franța este de Gaulle”, p. 49, Muammar Kadhafi - atacul asupra SUA); *tendințele paranoide manifestate prin suspiciune maladivă și rigiditate absurdă* (Stalin - episodul foametei din Ucraina din 1932, mareșalul Al Hadj Dr Idi Amin Dada în Uganda - în delirul său asasinează sute de mii de oameni datorită grandilocvenței narcisiste și sadismului); *episoadele depresive* (depresiile lui F. Mitterand, J. Chirac, în Franța, ale lui James Forrestal în SUA); *stresul și epuizarea fizică și emoțională* (Paul Deschanel, președintele francez care escaladează fereastra unui tren în plină noapte în anii 1920); *tendințe schizoide* (regele Talal al Iordaniei, izolarea lui F. Mitterand și J. Chirac spre sfârșitul mandatelor, Fidel Castro în Cuba); *durerile fizice* (bolile cronice ale lui J.F. Kennedy și dependența sa de steroizi, migrenele lui Sarkozy); *dependența de substanțe psihotrope* (Churchill și dependența sa dezvoltată în cel de-al doilea război mondial); *comportamentul sexual* (Mao Tze Dun - forma de adolescentifilie manifestată). Pentru a contracara eforturile epuizante ale liderilor politici, eforturi care ar putea afecta ireversibil personalitățile liderilor politici, sunt propuse alternative: consilieri, capacitatea de a dezvolta un spirit ironic, umorul, paradisurile secrete - în sensul de izolare pentru noi mobilizări ale resurselor fizice și spirituale, suportul familial, ajutoarele psihologice, toate acestea reprezentând metode prin care se poate gestiona eficient capacitatea de a face față stresului. (capacitate denumită copying).

Capitolul trei debutează cu întâlnirea cu Mary Rothbart, profesoară și cercetătoare la Universitatea din Oregon, care în prisma studiilor despre psihologia copilului lansează a altă perspectivă în studiul lui homo politicus: pornind de la considerentul că personalitatea adultă reprezintă temperament înăscut modelat de educație, cercetătoarea se întreabă dacă temperamentul reprezintă soluția în care sunt inserați germenii viitoarelor atitudini care formează nucleul personalității viitorilor lideri politici? Personalitatea de tip A, specifică liderilor politici este caracterizată prin rapiditate în acțiune, spirit mobilizator, plăcerea efortului, combativitate. Pentru ca o astfel de personalitate să se contureze la un lider politic sunt necesare o serie de tendințe de temperament: *tendința paranoidă* care va ascuți reacția sa de a fi vigilent și circumspect, *necesitatea unui strop de megalomanie* pentru ca acesta să se simtă mai puternic decât în realitate, *nevoia de a fi iubit*, *histrionismul* manifestat prin tendința de a se autopropulsa în căutarea gloriei personale, *stimă de sine înaltă, o doză de agresivitate* (în perspectiva lui Konrad Lorenz), *tendințe „ucigașe”* (în terminologia lui Maurice Berger), *tendințe psihopate* care presupun înșelăciune pentru profit sau plăcere, lipsă de remușcări pentru necazul provocat. „*Psihopații idioți își petrec viața la închisoare, psihopații mai șmecheri se îmbogățesc vânzând droguri iar psihopații cu adevărat inteligenți ajung șefi de stat*” (p. 107).

Cea de-a patra întâlnire este rezervată fostului psiholog și profesor la Universitatea din California, Paul Ekman, specialist în studiul *micro-expresiilor* care se pot constitui într-un indicator care are rolul de a stabili gradul de sinceritate al subiectului studiat. Profilerii sunt interesați cu precădere de emoțiile asociate minciunii pe care le grupează astfel: *culpabilitatea sau rușinea de a minți, frica de a fi prins, plăcerea de a trage pe sfoară* (p. 113). În ce privește micro expresiile care trădează minciuna, acestea sunt prezente la liderii politici asemeni unor caracteristici normale pen-

tru că conform lui Hannah Arendt „*minciunile puteau fi considerate ca instrumente necesare și legitime, nu numai în meseria de politician, dar și în aceea de om de stat*” (p. 114). Fie că minte pentru a nu recunoaște că sunt ființe normale, fie pentru a evita situații stânjenitoare, fie pentru a-și modifica trecutul, „*minciuna se poate transforma când în armă, când în meterez. Mai ales împotriva emoțiilor negative*”. (p. 120).

Întâlnirea cu profesorul Antonio Damasio de la Universitatea California de Sud din Los Angeles, punctează asupra *rolului emoțiilor în procesul decizional al lui Homo Politicus*. Cele șapte tipuri de pasiuni menționate (pasiunea de a convinge, de a seduce, de a distruge, de a supraviețui, de a dura, de a se bucura, pasiunea datoriei) ghidează profilul liderului politic, profilerul având sarcina de a repera emoțiile pozitive și negative care declanșează mobilul decizional al liderilor. Autorul conchide acest capitol prin ideea necesității emoțiilor în cadrul unui proces decizional înțelept.

Cea de-a șasea întâlnire este cea cu profesorul Aubrey Immelson care, pentru a studia mobilul care-i pune în mișcare pe liderii politici, a dezvoltat un instrument de explorare *Millon Inventory Index* care radiografiază 12 trăsături de personalitate (dominația, întreprindărea, ambiția, extraversiunea, meticulozitatea, inhibiția, retragerea schizoidă, neîncrederea, instabilitatea) care pot fi simplificate în doar cinci trăsături majore numite *big five*. Trăsătura se poate transforma în calitate sau defect în funcție de circumstanțe iar când aceasta devine excesivă subiectul se transformă într-un personaj teatral, impulsiv. În acest capitol este prezentată o interesantă estimare a scorurilor lui George Bush pe scala celor cinci trăsături fundamentale, analiza profilului lui Bill Clinton realizat de Margaret Herman și analiza profilului lui Nicolas Sarkozy prin combinarea metodei Millon, a metodei CIA, și a metodei nonverbale.

Philip Tetlock, profesorul Universității Berkeley, California, în ultima întâlnire descrisă de autorul Sutter, subli-

niază necesitatea unor previziuni corecte și existența probabilității crescute ca experți celebri să eșueze în prognosticurile acestora. Cum secvențele angrenajului luptei pentru putere sunt parcă desprinse uneori dintr-un proces kafkian, nu este de mirare „că experții cu cât se se înșeală mai mult, cu atât succesul acestora este mai mare, și cu cât ideile lor sunt mai complicate și par foarte inteligente, cu atât mai mult sunt ascultați” (p. 183). În ciuda degringoladelor create și a focalizării opiniilor pe neverosimil, lecția profesorului Tetlock trebuie reținută: „profilul psihologic este cu atât mai fiabil cu cât se urmează ideea cea mai simplă, cea mai logică, iar această ideea este fondată pe o multitudine de surse diferite” (p. 183).

În acest spațiu public național, european, internațional, există cetățeanul care alege și liderul politic care devine conducător. Cetățeanul alege pentru că

se regăsește în cel pe care-l votează, pentru că poate acesta din urmă minte seducând, pentru că există o logică a emoțiilor care nu impune o explicație pur rațională. Liderul, la rândul său dezvoltă o personalitate cu tendințe psihopatologice pentru a-l proteja de nebunia puterii care-i distruge insidios simțul rațiunii și integrității psihice. Sunt creionate două realități. și o dialectică a sistemelor societale care naște întrebări despre logica ordinii sociale și politice, despre discernământul de a alege liderii și despre capacitatea acestora de a naviga dotați cu minimul de nebunie contra nebuliei. Lectura acestei cărți de psihologie politică reprezintă o provocare care poate oferi răspunsuri. Un instrument al socializării politice, o inițiere pe cât de utilă pe atât de incitantă.

Daniela Anamaria Radu

Semnale

Istorie, eroi, cultură politică. Reflecții despre cavalerii memoriei și partizanii uitării

Autor: Adrian Cioroianu, Editura: Scrisul Românesc

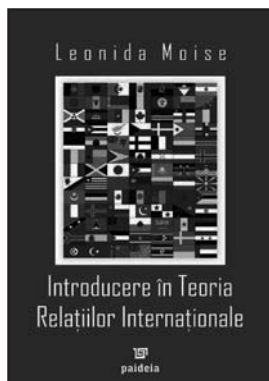


Anul apariției: 2008
Număr pagini: 191
ISBN: 978-973-38-0586-1

Românii le place un lider puternic și rezumă la el cam tot ceea ce ei cred că este politică. Acest comportament este parte a unei anumite culturi politice. Eroii istoriei și liderii noștri din trecut au fost oameni-nu sfinți. Iuliu Maniu era de o năucitoare încăpăținare, mereu apt să elaboreze noi precauții; Ionel Brătianu, liderul liberalilor, era un adversar în raport cu care era bine să ai un ochi la spate. Domnitorul Cuza, marele nostru reformator, stătea bine cu intențiile, dar mai puțin bine cu finalizările (și discutabil cu fidelitatea conjugală). La fel, n-aș dori nimănui să aibă soarta unui „disident” la curtea lui Ștefan cel Mare. În lipsa unor instituții sau personaje care să aibă legitimitatea tradiției sau măcar a recunoașterii unanime, societatea românească de azi oferă imaginea câtorva echipe prinse într-un fel de meci, dar care nu vor să îngăduie printre ele un arbitru. În lipsa acestuia, fiecare dintre noi emite judecăți de valoare. Adică fiecare dintre noi este un jucător pentru sine și un arbitru pentru ceilalți.

Introducere în Teoria relațiilor Internaționale

Autor: Leonida Moise, editura Paidea



Anul apariției: 2008
Număr pagini: 385
ISBN: 978-973-596-445-0

„Sistemele internațional-politice, ca și piețele economice sunt individualiste la origine, spontan generate și nonintenționate. În ambele sisteme, structurile se formează ca urmare a coacțiunii unităților lor. Dacă acele unități trăiesc, prosperă sau dispar, aceasta depinde de eforturile lor proprii. Ambele sisteme sunt formate și menținute în virtutea unui principiu de autoajutorare, care se aplică unităților. A spune că cele două domenii sunt similare din punct de vedere structural nu e totuna cu a le proclama identitatea”.

Kenneth Waltz

Mărturisirile unui disident convertit

Autor: Adam Michnik, Editura: Polirom



Anul apariției: 2009
Număr pagini: 256
Traducere și note de Sabra Daici
ISBN: 978-973-46-1432-5

O selecție de eseuri remarcabile din cele mai recente cărți ale lui Adam Michnik, abordând teme diverse – istorice, sociale, literare, religioase. Folosindu-și vastele cunoștințe de istoric și experiența de revoluționar, Michnik descifrează pentru cititori lucruri care s-au întâmplat chiar sub ochii lor sau apelează la trecut pentru a „ilumina” prezentul. Reflecțează asupra revoluțiilor morale, a pericolelor radicalismului, a minciunii și trădărilor, a politicienilor de ieri și de azi. Volumul, prefăcut de cunoscutul politolog Vladimir Tismăneanu, are o postfață semnată de Jozef Tischner, scrisă special pentru una dintre cărțile redactorului-șef al *Gazetei Wyborcza*.

„Personaj intrat în legendă, iubit, admirat, adulat, detestat, ponegriț, contestat, hulit, Adam Michnik este unul dintre cei mai cunoscuți intelectuali critici ai timpurilor noastre. În raport cu el, nimeni nu rămâne neutru. Este un magnet al pasiunilor, pozitive și negative. Istoric de mare clasă, îndrăgostit pătimaș de cultura poloneză, Michnik a fost și rămâne un mare nonconformist, un idealist care își poate adeseori nedumeri amicii prin pozițiile sale *acontre courant*. Este un spirit eminent liber.” (Vladimir Tismăneanu)

Index de Autori

Anca Alexandru – licențiată, Facultatea de Științe Politice, Universitatea din București, anul al II-lea la studii de masterat, Facultatea de Științe Politice, secția Politică Europeană Românească.

Camelia Beciu – Școala Națională de Studii Politice și Administrative (SNSPA) / Institutul de Sociologie (Laboratorul Sociologia comunicării și a spațiului public).

Ion Boboc – conf. univ. dr. la Universitatea Creștină „Dimitrie Cantemir”, Facultatea de Științe Politice, ultimele cărți publicate – „Marketing politic și consultanță guvernamentală”, „Partide și familii politice europene”, la Editura Universitară, în anul 2008.

Mădălina Boțan – preparator la Facultatea de Comunicare și Relații Publice, SNSPA.

Gianmarco Cifaldi – profesor universitar Università degli Studi „G. D’Annunzio”, Chieti-Pescara, G. Cifaldi (a cura di G. Guarnieri) *Educazione ed Etica*, ed Bonanno, Catania, 2008. G. Cifaldi (a cura di) *La gestione della scena del crimine*, ed Athenas, Bologna 2008.

Mihai Coman – absolvent al Facultății de Litere (1976) și doctor în Litere (1985). Fondator și primul decan al Facultății de Jurnalism și Științele Comunicării, în 2008 a publicat *Introducere în antropologia culturală: mitul și ritul*. Este membru în organizații internaționale de prestigiu (AEJMC; EJTA; IAMCR; AAA; ORBICOM) și în comitetul de redacție al unor reviste de specialitate (*Reseaux, Communication, Journalism Studies, Hermes*) A predat ca *visiting professor* la universități din Franța, Canada, SUA și Germania.

Emanuel Copilaș – Preparator la Universitatea de Vest din Timișoara, doctorand în Relații Internaționale și Studii Europene în cadrul Universității Babeș Bolyai, Cluj-Napoca.

Sabina Fati – doctorat în istorie în cadrul Universității *Alexandru Ioan Cuza* Iași, redactor șef adjunct *România Liberă*, corespondent *Radio Europa Liberă*.

Antonio Momoc – Lector universitar doctor la Catedra de Antropologie Culturală și Comunicare a Facultății de Jurnalism și Științele Comunicării, Universitatea București.

Laura Pană – conferențiar la Catedra de Științe socio-umane a Universității Politehnica din București, Doctor în filosofie, Cercetător asociat la Institutul de Filosofie și Psihologie „C. Rădulescu-Motru”, autoare a șapte cărți de autor, ultima carte publicată este intitulată *Infinitate, posibilitate, predicție*, Editura Politehnica Press, 2009.

Dan Pavel – Predă științe politice la Facultatea de Științe Politice, Universitatea București. A înființat la Universitatea Babeș-Bolyai din Cluj, Facultatea de Științe-Politice, Administrație Publică și Jurnalism, împreună cu Emil Boc și Vasile Pușcaș. Fost redactor-șef adjunct și fondator al publicațiilor 22, *Sfera Politicii*, *Polis*. Membru al Uniunii Scriitorilor din România. În prezent, coordonează firma de consultanță politică, DDHM Strategic Consulting.

Ioana Paverman – masterand la Facultatea de Științe Politice, Universitatea din București.

Călin Sinescu – Profesor universitar, Universitatea Creștină „Dimitrie Cantemir”, București. Apariții recente: *Teoria conflictelor politice*, Ed. Pro Universitaria, București, 2009, *Comunicare politică*, Ed. Universitară, București, 2009.

Stelian Tănase – Profesor de științe politice la Facultatea de Științe Politice, Universitatea București. Apariții recente: *Clienții lui Tanti Varva*, Editura Humanitas, București, 2009, *Istoria căderii regimurilor comuniste. Miracolul revoluției*, Editura Humanitas, București, 2009, *Maestro* (roman), Editura Polirom, București, 2008.

Titlul articolului

Prenumele Numele Autorului
Funcția și Instituția de apartenență
Adresa de e-mail.

Abstract:

Toate articolele trebuie însoțite de un abstract care rezumă tematica articolului, evidențiind contribuția autorului. Abstractul nu trebuie să fie mai lung de 1/3 de pagină. Abstractul trebuie redactat în limba engleză. Articolele trebuie trimise în format Microsoft Word (*.doc) sau Rich Text Format (*.rtf). Lungimea dorită a unui articol este de 6 - 10 pagini. La sfârșitul abstractului trebuie să menționați titlul articolului în limba engleză.

Keywords:

Drept *Keywords* trebuie să indicați, în limba engleză, cu italice, un număr de 5-7 termeni principali din articolul dumneavoastră. De exemplu în forma: *abstract, author name, title of the paper, references, submission*.

Articolul:

Articolul trebuie redactat folosindu-se alineate de felul acelor care se folosesc în acest document. Ele trebuie redactate cu fonturi *Times New Roman*, de preferință, de mărimea 12 pt., la două rânduri. În cadrul articolului se respectă normele ortografice în vigoare stabilite de Academia Română. Atunci când este nevoie, diferitele note sau referințe se realizează prin utilizarea opțiunii *footnotes* din programul *Microsoft Word*.¹ Dacă trebuie să citați diferite articole sau cărți, o veți face în următoarele modalități:

1. Pentru articole, se indică prenumele și numele autorului, anul apariției între paranteze rotunde, titlul articolului între ghilimele, apoi titlul revistei scris cu italice, numărul acesteia, paginile între care se întinde articolul și pagina de unde citați: **Ion Popescu (2009), „Actualitatea politică”, *Sfera Politicii*, nr. 10, pp. 25-34, p. 30**. Nota de subsol corespunzătoare este, bineînțeles, aceasta.²

2. Dacă veți cita imediat același articol, atunci mențiunea trebuie să fie ***Ibidem***, ca în nota de mai jos, fără menționarea paginii, dacă citați din același loc³, sau cu menționarea paginii, dacă citarea se referă la altă parte a articolului, de exemplu, ***Ibidem*, p. 37**, așa cum și puteți vedea⁴.

3. După același model, puteți cita și articolele din cărțile care conțin asemenea articole: prenumele și numele autorului, anul apariției între paranteze rotunde, titlul articolului între ghilimele, apoi titlul cărții scris cu italice, localitatea apariției cărții, urmată de două puncte, editura, paginile între care se întinde articolul și pagina de unde citați: **Marin Ionescu (2009), „Evenimentul politic”, *Politice*, București: Editura, pp. 10-40, p. 15**. Nota de subsol corespunzătoare este aceasta.⁵

4. În citarea cărților de autor se respectă aceleași norme, menționându-se prenumele și numele autorului, anul apariției între paranteze rotunde, titlul cărții scris cu italice, localitatea apariției cărții, urmată de două puncte, editura și paginile sau pagina din care se citează. De exemplu: **Dumitru Ionescu (2009), *Analize politice*, București: Editura, p. 215**. Nota de subsol corespunzătoare arată, desigur, astfel.⁶

5. Pentru citarea diferitelor documente sau lucrări de pe Internet, veți respecta regulile de până acum privind autorul, menționarea titlului lucrării sau al documentului. În plus, veți menționa și data accesării, ca în următorul exemplu, ***Document*, <http://www.modeldecitare.ro>, accesat 02.02.2009**, care poate fi regăsit și în nota de subsol.⁷

6. Lucrările citate anterior, și care sunt recitate, după un număr oarecare de citări sau referințe la alte articole sau cărți, se menționează în forma prenume și nume autor, *Op. cit.*, pagina, ca în exemplul acesta: **Ion Popescu, *Op.cit.*, p. 23**. Nota de subsol arată astfel.⁸

1 Alegeți din bara de titluri opțiunea *footnotes* și adaugați, la subsol, clarificările dumneavoastră.

2 Ion Popescu (2009), „Actualitatea politică”, *Sfera Politicii*, nr. 10, pp. 25-34, p. 30.

3 *Ibidem*.

4 *Ibidem*, p. 37.

5 Marin Ionescu (2009), „Evenimentul politic”, *Politice*, București: Editura, pp. 10-40, p. 15.

6 Dumitru Ionescu (2009), *Analize politice*, București: Editura, p. 215.

7 *Document*, <http://www.modeldecitare.ro>, accesat 02.02.2009.

8 Ion Popescu, *Op.cit.*, p. 23

SUMMARY

Editorial

Politics, media arenas and the practice of debate	3
<i>Camelia Beciu</i>	

Mass-media

The new moguls of the post-communist media.....	8
<i>Mihai Coman</i>	
Blogging as a new form of public visibility	13
<i>Mădălina Boțan</i>	
Web communities and groups.....	19
<i>Laura Pană</i>	
Mass-media and the nowadays' moral legitimation.....	23
<i>Ioana Paverman</i>	

Question Mark: Călin Anastasiu.....	30
--	-----------

Archive

Sfera Politicii's Archives - The Red Prince.....	34
<i>Stelian Tănase</i>	

Event.....	44
<i>Sabin Drăgulin</i>	

Essay

Communication with no participation and democracy without people	45
<i>Dan Pavel</i>	

Political communication

The right to privacy.....	51
<i>Gianmarco Cifaldi și Călin Sinescu</i>	
The mediatic war for Moldavia and the myth of a „Greater Romania”	59
<i>Sabina Fati</i>	
The sociologist Dimitrie Gusti, image adviser?.....	65
<i>Antonio Momoc</i>	
The role of Romanian movies and of the education in the “genesis” of the new man	68
<i>Anca Alexandru</i>	
Arise, children of the fatherlands, the day of glory has arrived ...to change the national anthems!	75
<i>Ion Boboc</i>	
The appropriation of God and the mechanism of historical necessity	92
<i>Emanuel Copilaș</i>	

Reviews

Where everything started from!	104
<i>Ioana Cristea Drăgulin</i>	
Samuel D. Warren, Louis D. Brandeis, <i>Il Diritto alla Privacy. Garante per la protezione dei dati personali</i>	
The political profile – a trump for the strategy of governance and for the logic of choice	106
<i>Daniela Anamaria Radu</i>	
Pascal de Sutter, <i>Acești nebuni care ne guvernează</i>	

Index of authors	111
-------------------------------	------------

Mass-media și comunicarea politică

„Sfera Politicii” este înregistrată în Catalogul Publicațiilor din România la numărul 4165.

Răspunderea pentru textele scrise aparține autorilor.

Pentru a reproduce un text din revistă este necesar acordul scris al redacției „Sfera Politicii”.

Reproducerea textelor în alte condiții constituie o infracțiune și se pedepsește conform legilor în vigoare.

