

COMUNICAREA POLITICĂ ÎNTRE NEGOCIERE ȘI SEDUCȚIE *

Obiectivul principal al lucrării de față este de a încerca o identificare a condițiilor în care o strategie comunicațională poate fi caracterizată ca reprezentând o acțiune democratică.

Adjectivul „democratic” se referă la o formă calitativ unică a experienței politice. Această concepție susține că experiența cotidiană poate fi denunțată ca insuficientă sau ireală dacă nu ajunge a fi subordonată regulilor rațiunii¹. Democratizare înseamnă, deci, raționalizarea politicului — raționalitate instrumentală,² atunci când avem o perspectivă funcționalist-sistemică asupra naturii politicului, sau raționalitate comunicațională, potrivit perspectivei complementare².

În perspectiva unei abordări sistemice a fenomenului politic, calificativul de „democratic” se referă la anumite caracteristici ale funcționării sistemului politic, la un anumit tip de relații între intrările și ieșirile sistemului. Problema democrației reprezintă în acest caz o problemă de proiectare a unui set de mecanisme de autoreglaj, astfel încât sistemul politic să-și exercite funcția sa managerială, reglatoare în raport cu mediul intra- și extra- societal.

Vom încerca în continuare să vedem cum se prezintă această problemă în perspectiva teoriilor despre societate ca „lume a vieții”, (lebenswelt) ca spațiu comunicațional. Potrivit acestei orientări realitatea socială se construiește în însuși procesul comunicării, se presupune indistincția dintre „real” și „construit” ca real. În raport cu diferitele „ontologii sociale” construite printr-o „punere în comun a sensului”, adică în cadrul unei comunicări ne-mediatizate, comunicarea politică este destinată să pună în contact aceste diferite ontologii locale. Dominația politicului în raport cu socialul nu mai are în acest caz caracterul unei supraordonări funcționale, care pentru a-și adjuceca atributul de „democratic” trebuie să satisfacă exi-

* Articolul sintetizează rezultate parțiale și provizorii: el se integrează într-un demers mai amplu de analiză a campaniei electorale din România, septembrie 1992.

¹ Vezi, Kaufman-Osborne, V. Timothy, *Politics, Sense, Experience. A Pragmatic Inquiry into the Promise of Democracy*, Cornell University Press, Ithaca and London, 1991.

² Distincția habermasiană între „societate ca sistem” și societate ca „lume a vieții”, spațiu comunicațional, dincolo de implicația sa epistemologică fundamentală: necesitatea unei duble abordări a oricărui fenomen social, cea sistemic-funcționalistă și cea comprehensiv-interpretativă, ne interesează mai ales pentru că, în opinia noastră, exprimă natura duală a socialului. Natura comunicațională a fenomenelor sociale, cât și sistemicitatea lor sunt aspecte complementare și inseparabile. O analiză interesantă a acestei probleme o oferă Lawrence E. Cahoon în articolul *Buchler on Habermas on Modernity* („The Southern Journal of Philosophy”, vol. XXVII, No. 4, 1989) în care autorul dezvoltă o critică a teoriei habermasiene pornind de la opera filosofului Justus Buchler. Sistemul este și el nu mai puțin o comunitate, deci din perspectiva lui Habermas, un spațiu comunicațional: în timp ce, „forme de viață” se rectifică, devin susceptibile de o reproducere materială. Nu există elemente ale socialului ce ar comporta doar o reproducere materială sau doar o reproducere simbolică.

gențe de raționalitate instrumentală : politicul apare ca o „sferă a vieții” universalizată, în care granițele vieții inter-grupale sunt transgresate. Individul este solicitat să se proiecteze ca membru al unei comunități extinse — popor, națiune, umanitate. Cum aceste comunități extinse au mai degrabă caracterul unor lumi ficționale, o experiență directă și o „punere în comun a sensului” nefiind posibile, intervenția unui mediator al comunicării apare drept o condiție de posibilitate a constituirii și funcționării spațiului public. În spațiul public constituit prin intervenția experților comunicării mediatizate, diferiții actanți politici construiesc ontologii sociale alternative, în care, pe o dimensiune diacronică, procedează la o unificare a câmpului social. Răspunsul la problema democrației se va formula în acest caz în termenii raționalizării formelor de comunicare politică. Problema democrației este, de fapt, problema formei de comunicare prin care se realizează această unificare a câmpului social (unificare însemnând integrarea indivizilor, a grupurilor sociale într-o comunitate lărgită susceptibilă, la rândul ei, de a se integra comunității mondiale).

Problema raționalității acțiunilor comunicaționale este susceptibilă de abordări diferite. Un demers devenit clasic este cel conceput de Habermas. Raționalitatea este pentru Habermas un tip de interacțiune socială și nu o caracteristică a subiecților individuali. De aceea, un act comunicațional este rațional, este un act care se desfășoară într-o situație de vorbire ideală, adică în condițiile în care participanții nu sunt supuși unor constrângeri exogene și au posibilități egale de a exercita acte de vorbire. Exigența pe care o formulează Habermas echivalează cu „orizontalizarea” raporturilor dintre locutori, suspendarea relațiilor ierarhice dintre participanții la comunicare³. Integrarea locutorilor într-o formă dialogală de comunicare permite un anumit tip de operații discursive de recunoaștere. Căci fiecare dintre locutori are oportunitatea de a dezvălui, la nivelul discursului celuilalt, condițiile de producție determinate în care textul respectiv a fost produs. Astfel, discursul nu se mai poate prezenta pe sine ca întreținând un raport direct, simplu, linear, cu obiectul său, ca fiind singurul discurs posibil asupra obiectivului respectiv. „Efectul ideologic”⁴ poate fi neutralizat.

Prin aceasta, însă, posibilitatea de a unifica prin intermediul comunicării-negociere diferitele „ontologii locale” într-o ontologie globală nu devine mai puțin problematică.

Posibilitatea atingerii finale a unui consens rațional în procesul comunicării implică două condiții : **1.** procesul argumentativ să fie suficient de deschis și să dureze suficient de mult, **2.** acțiunea comunicațională trebuie

³ În sfera comunicării politice, transformarea agenților politici în participanți la dialog, la un proces de comunicare-negociere este un moment analog celui implicat de mecanismul electoral. Mecanismul electoral presupune existența unei relații pe orizontală între elementele componente ale sistemului politic (în expresia sa manifestă, egalitatea voturilor tuturor cetățenilor), relație ce este însă destinată să mijlocească instituirea unei relații pe verticală între aceleași componente ale sistemului. Așa cum mecanismul electoral presupune, în scopul realizării unei reorganizări pe verticală a raporturilor dintre indivizi, o prealabilă „orizontalizare” a raporturilor dintre aceștia, comunicarea politică trebuie să producă în final o reorganizare pe verticală a raporturilor dintre locutori.

⁴ Vezi, Eliseo Veron, *La Semiosis Sociale. Fragments d'une Theorie de la Discursivité*, PUA, Saint-Denis, 1987.

să includă un moment de evaluare normativă liberă din partea interlocutorilor sau, după cum îl numește Habermas, „un moment de necondiționalitate implicat în procesul factual al comprehensiunii reciproce”, ambele condiții reprezentând idealizări extrem de puternice în raport cu premisele comunicării politice.

Comunicarea-negociere prin însăși obligativitatea reluării sale neîncetate nu poate oferi un fundament stabil și un scop definit acțiunii politice. Unificarea câmpului social presupune o „de-realizare” a sensului politicului construit în procesul negocierii. „De-realizarea” „dez-obiectivarea” sensului politicului se face prin implicarea indivizilor în relația de comunicare-seducție.

„On n'échappe pas au sens par la deliaison, par déconnection, par la déterritorialisation. On y échappe en substituant aux effets de sens, un simulacre plus radical, un ordre plus conventionnel encore... la règle du jeu, telles les innombrables ritualisation de la vie quotidienne qui jouent à la fois le desordre (le hasard) et l'ordre du sens (politique, historique, social) qu'on veut leur imposer”⁵.

În timp ce comunicarea-negociere ia o formă dialogală, ce pune în joc argumente raționale, comunicarea-seducție ia o formă spectaculară, ce apelează la simboluri, scenarii mitice, etc.

La nivelul discursului, mitul apare ca un sistem semiologic secund, ce se constituie pornind de la un lanț semiologic ce pre-exista apariției sale; el are caracterul unui meta-limbaj ce se constituie prin raportare la un limbaj-obiect. Putem, de regulă, identifica două nivele de semnificare atunci când ne propunem să analizăm comunicarea politică: un nivel al argumentării raționale, în care constituirea sensului presupune cunoaștere, memorie, o ordine comparativă a faptelor, ideilor, deciziilor etc. Deci și la acest nivel instalarea „efectului de științificitate”, prin dedublarea raporturilor discursului cu extradiscursivul, este conservată ca posibilitate. Mai apoi, în raport, cu primul nivel, se constituie mitul. Ceea ce la nivelul primului lanț semiologic reprezenta semn (sau sistem de semne) devine la nivelul mitului semnificant. O carte întreagă poate deveni semnificantul unui singur concept (semnificant) mitic. Conceptul mitic deformează sensul deja constituit la nivelul primei lecturi, dar nu îl abolește. Conceptul mitic are un caracter „deschis”, el se pretează la asocieri nelimitate; el răspunde mai degrabă unei funcții, decât unei cunoașteri. Mitul nu trebuie nici să dezvăluie, nici să lichideze un sens, ci să-l *naturalizeze*. În lectura mitului, totul se petrece ca și cum semnificantul ar produce în mod natural conceptul. „... le mythe est lu comme un système factuel alors qu'il n'est qu'un système semiologique”⁶. „... le mythe a pour charge de fonder une intention historique en nature, une contingence en éternité”⁷.

La nivelul mitului, ordonarea și unificarea presupune instituirea unui plan transcendent, anistoric. O ordine contingentă și provizorie este excesiv justificată prin punerea ei într-o relație de aparentă cauzare cu o or-

⁵ Jean Baudrillard, *De la seduction. L'horizon sacré des apparences*, 1979, p. 187.

⁶ Roland Barthes, *Mythologies*, Editions du Seuil, 1957, p. 217.

⁷ *Ibidem*, p. 229.

dine esențială și eternă⁸. Dacă primul nivel de semnificare, constituit prin demersuri argumentative raționale permite producerea efectului de științificitate în interiorul discursului, și, prin aceasta permite conservarea raporturilor de egalitate și autonomie dintre producător și receptor, lectura mitică, prin aceea că presupune ștergerea sistematică a oricărei posibilități de dublare, a distincției dintre subiectul enunțiator (subiectul intra-discursiv) și subiectul extra-discursiv, implică abolirea autonomiei receptorului și instalarea lui într-o relație de inegalitate. Dacă în calitatea lor de co-locutori într-un dialog rațional, indivizii se ordonează într-o relație pe orizontală, prin co-participarea lor la un anumit scenariu mitic ei se reordonează pe verticală, potrivit rolurilor pe care și le asumă, sau în care se lasă distribuiți în cadrul scenariului respectiv. Se reface astfel relația ierarhică dintre guvernanți și guvernați ca relație de autoritate, de dependență între producătorul și consumatorul de discurs.

*

Există trei tipuri de lecturi diferite în raport cu o schemă mitică — arată Barthes : lectura producătorului de mit, care pornind de la un concept mitic caută o formă semnificantă pentru acesta ; lectura mitologului, ce presupune descifrarea mitului, dezvăluirea mistificărilor pe care acesta le produce ; lectura ideologului, care încearcă să explice cum o anumită schemă mitică răspunde unui interes social definit. Acest ultim tip de lectură îl intenționăm atunci când ne propunem abordarea discursurilor principalelor candidați la președinție.

Obiectivul inițial îl reprezintă descifrarea schemelor mitice ce se constituie în marginea argumentărilor raționale, relevarea procesului de alienare a sensului argumentativ construit prin intervenția re-semnificărilor mitice, aprecierea adecvării dintre intenție — obiectivul urmărit — și schema mitică promovată.

În analiza discursurilor candidatului la președinție Emil Constantinescu ne vom mărgini la reconstituirea schemei mitice implicate și pentru aceasta vom lua în considerare trei tipuri de elemente : imaginea Conducătorului mitic, a României mitice și a Destinului mitic al acesteia.

În scenariul mitic pe care candidatul îl construiește elementul esențial îl constituie denunțarea stării de criză, definită de acesta ca „înstrăinare de sine” a României, a spiritualității românești. De aceea, candidatul își anunță prima identitate declarând : Emil Constantinescu este un om fidel valorilor ROMÂNIEI AUTENTICE. Misiunea sa este derivată din sarcina reconcilierii României cu ea însăși, a redescoperirii valorilor autentice ale spiritualității românești, „...sarcina principală a unui președinte,

⁸ Referirea la un asemenea plan transcendent, transgresarea planului social, atunci când se pune problema reînstituirii relației politice, este un fapt co-prezent procesualității istorice. Istoricii îl recunosc atunci când fac referire la dependența puterii temporale de autoritatea sacerdotală. Evident, Biserica nu reprezintă decât reflexia în social a acestui alt plan transcendent. Dar faptul că trebuie să te situezi într-un plan superior pentru a putea proceda la o re-formare a unui plan subordonat rămâne valabil. Numai gândirea modernă a renunțat la acest demers. Iluzia ei a fost că principiile care în-formează, modelează, ordonează, restructurează un anumit nivel de existență sunt un fel de „generalizări empirice”, adică unificări în același plan.

după părerea mea, este să asigure reconcilierea și stabilitatea națională". Resursele esențiale ale acestei regăsiri de sine sunt interioare. Națiunea română este definită ca o comunitate a tuturor celor care „și-au regăsit speranța, și-au regăsit împreună libertatea”. Călea schimbării o reprezintă instaurarea unui principiu : „este nevoie ca Legea să fie aceeași pentru toți”. *Care este legea și care sunt valorile României autentice ?* În răspuns la această întrebare, candidatul mărturisește credința în valabilitatea universală a valorilor și principiilor democrației. Pornind de la aceste elemente, imaginea Conducătorului începe să prindă contur. Candidatul nu solicită exercitarea puterii pentru a exprima voința sa personală și nici pentru a reprezenta interesele unei anumite grupări sociale, ci el vine ca *mărturisor al legii* : „Voi lupta nu pentru a ajunge eu sau alții la putere, ci pentru a ajunge în acel punct în care singura putere va fi cea a legilor și singura voință cea a națiunii”.

„... EU MĂ VOI SUPUNE INTERESELE NAȚIUNII ȘI NU VOI REPREZENTA PARTIDE SAU CHIAO COALITIE” („Adevărul” 15. 092). Sursa autorității sale vine din UNIVERSALITATEA LEGII. Există o intenție clară de a distinge și de a opune autoritatea legii autoritarismului persoanei.

„EU AM SPUS, DE LA ÎNCEPUT, CĂ MĂ VOI MĂRGINI SĂ PREZINT PROGRAMUL, CĂ VOI FACE O CAMPANIE ELECTORALĂ CONSTRUCTIVĂ, CĂ NU TE POTI DEFINI PRIN NEGATIE, CI PRIN CEEA CE DOREȘTI SĂ FACI”.

Se vor acumula treptat elementele unui scenariu mesianic, în care candidatul își apropie „postura” ÎNVĂȚĂTORULUI, a celui ce nu vine în numele său, ci doar spre a denunța o stare de rătăcire și spre a mărturisi despre o LEGE care îl transcede. ÎNVĂȚĂTORUL vine spre a deștepta conștiințele și pentru aceasta el se adresează mai ales celor ce nu stau sub lege.

„... sarcina principală a unui președinte, după părerea mea, este să asigure reconcilierea și stabilitatea națională. Or, aceasta nu se poate face decât prin dialog. Iar dialogul îl porți mai ales cu cei care nu sunt de aceeași părere cu tine”. „... VOI FI UN PREȘEDINTE AL CELOR CARE M-AU ALES, DAR ÎN SPECIAL AL CELOR CARE NU M-AU ALES. Această afirmație comportă o analogie cu povestea biblică : „Pentru ce mânâncă învățătorul vostru cu vameșii și cu păcătoșii ?” ISUS i-a auzit, și le-a zis : „Nu cei sănătoși au trebuință de doftor, ci cei bolnavi” (Matei, 9, 12) ; „Căci n-am venit să chem la pocăință pe cei neprihăniți, ci pe cei păcătoși”. (Matei, 9, 13)).

Acceași distincție între „cei buni și drepti, mărturisitori ai legii” și „cei deocamdată pierduți” re apare într-un alt context în care „fabrica” poate fi identificată ca arhetipul lumii actuale : „ȘI ESTE GREU DE IMAGINAT CĂ O FABRICĂ ESTE COMPUSĂ DIN ADERENȚII MEI...” Dialogul continuă prin următoarea replică a reporterului : „Ceea ce n-ar fi chiar atât de rău pentru dumneavoastră” !, ce ar putea presupune contra-replică din partea candidatului : „Ceea ce n-ar fi chiar atât de rău pentru ei” !

Replica reporterului pornește de la supoziția că interlocutorul urmărește cucerirea de adherenți în scopul achiziționării puterii pentru sine, în timp ce afirmația candidatului se bazează pe ideea impersonalității și detașării celui ce mărturisește despre un adevăr ce îl transcende și care știe că niciodată nu a fost posibilă o convertire a tuturor la LEGE.

Imaginea celui destinat să propăvăduiască Legea se nuantează, primește și alte atribute legendare : eroul vorbește mulțimilor, eroul colindă lumea spre a vesti legea, eroul îndură orice privațiune în numele legii.

„Și -- nimeni nu poate contesta -- sunt *candidatul care am călătorit cel mai mult*. Am avut permanente întâlniri în piețe publice. Cu mii și zeci de mii de oameni. Au venit să mă asculte”.

„Am preferat să merg în mijlocul muncitorilor, care au ieșit în număr mare. Și cu care am avut o discuție sinceră și îndelungată. Le-am spus ce le pot promite, dar mai ales ce nu le pot promite. Care sunt căile și care sunt costurile. Și a fost deosebit de important pentru mine acest demers *sincer și serios*, iar *străngerile lor de mână omenești și calde* mi-au dat o mare încredere”.

„Dar nimic important nu se obține fără sacrificii, fără eforturi, inclusiv acela de a suporta”. „NU voi admite niciodată ca legea și ordinea să fie încălcate de cineva. Nici de o persoană, nici de grupuri de persoane... Și nu voi ceda niciodată în fața nimănui”.

Discursul candidatului se concentrează asupra afirmării valabilității universale a LEGII, a ADEVĂRULUI, dar fără a particulariza îndeajuns Calea. Demonstrația candidatului vizează faptul că România nu reprezintă o valoare în sine, ci doar prin intrarea sa sub imperiul legii universale, prin participarea sa la Lege, prin aceea că actualizează LEGEA. De aici, refuzul de a idealiza și idiliza imaginea României : „Dar imaginea, oricât ne-am dori-o de frumoasă, nu poate să plece de la o realitate cosmetizată”. În timp ce se respinge proiectarea în mit a figurilor istoriei naționale, astfel încât simpla apartenență la neam să constituie un indiciu de valoare, se proiectează în mit, realitatea statelor Europei Occidentale, care sunt considerate a fi actualizări ale Legii.

Mișcarea necesară ar fi fost aceea de a arăta prin ce anume România poate constitui o CALE, sau chiar CALEA spre LEGE ; cum anume ultimii 45 de ani de istorie ar putea fi recuperați, ar putea deveni o modalitate SPECIFICĂ de actualizare a LEGII.

Dificultățile fundamentale ale demersului candidatului Emil Constantinescu :

— *neîncrederea actuală a populației în valabilitatea absolută și universală a principiilor democrației ;*

— *refuzul electoratului de a proiecta în mit imaginea Europei occidentale ca actualizare a Legii ;*

— *incapacitatea de a recupera epoca comunistă atunci când se construiește imaginea mitică a destinului României.*

Chiar dacă se afirmă „... nu se poate pune în paranteză o istorie de 45 de ani”, această istorie este efectiv pusă în paranteză prin modul în care este concepută re-facerea națiunii. Strategia propusă marchează un dublu

eșec : incapacitatea de a recupera atât perioada interbelică, cât și perioada comunistă într-un destin ce ar fi propriu poporului român, căci perioada interbelică este excesiv europeanizată (adică, universalizată) fără a fi îndeajuns românizată (adică particularizată). Discursului candidatului despre România mitică, despre o Românie — regat al spiritului, ce s-ar reintegra unei Europe — imperiu al LEGII, i se opune un discurs despre valoarea în sine a românismului, (în care specificitatea națională este acaparată tocmai de acești 45 de ani comuniști), iar Occidentul este identificat cu vitregia istoriei, vrăjmașii externi, exploataatorii externi.

MIORIȚA COSMESCU IVAS