

ARGUMENTATION, DE-DOUBLING AND DE-RATIONALIZATION IN THE ROMANIAN POLITICAL DISCOURSE

Gabriela GOUDENHOFT, Assistant Professor, PhD, University of Oradea

Abstract: This paper has as a working hypothesis the idea that political discourse involves a series of specific features, often reflecting the atomization of the social reality, generated and related by it, demanding a specific and critical approach. Romanian contemporary political discourse analysis reveals a dual profile of the imaginary, a mythical dimension of the representation, a strange pairing between pre-modern and post-modern.

This dual dimension overlaps on a duplication of the public discourse, where the argument's rationality is flawed by some ambiguity of common values, by the absence of a social consensus, of an implied agreement on a set of social values and on an explicit adherence to these values.

A relevant topic is the rationalization of the political discourse, taking into consideration the discourse's functions: communication, persuasion, legitimization, and the representation / reconstruction of the reality, so seeing the discursive traps on a logic and linguistic level, where the chosen categories succeed in dual pairs with an alarming frequency for the health of the contemporary political and social life: mythic-realistic, unconditionally-engaged, versatile-obsessive, intuitive-comprehensive etc.

The rationalization-“derationalization” dynamic and the mass media influence on public discourse, are seen in relation to the dimensions of the new dramatic, spectacular media political discourse and, alternatively, with the paradox, and the antinomy of the virtual-real, uniqueness-multiplicity concepts.

We do not plead in favor of the idea that the media techniques in general or new media coverage of politics are factors of contemporary public discourse derationalization, but just follow the manner which this process, this subtle rationalization-derationalization game seems to occur in the context of the political spectacularization.

Keywords: political discourse, rationality, spectacular media, atomization, antinomy

Discursul politic, ca formă specializată de comunicare, funcționează în strânsă legătură cu imaginarul social și politic și se situează la intersecția dintre mai multe niveluri sau spații simbolice importante: politic, public și comunicațional (Wolton, 1997). Acesta este doar unul dintre motivele pentru care vom aborda problema dinamicii discursive în strânsă legătură cu imaginarul dar și cu imaginea, pornind de la ipoteza modificării nivelului de raționalizare a discursului (dinamica raționalizare-deraționalizare) în condițiile modificării spațiului public la care acesta își găsește adevăratele, în contact și sub influența mass-media.

În ceea ce privește imaginarul social și politic românesc, fără a avea pretenția că structurile acestuia ar fi în mod absolut diferite de constructele manifeste ale altor comunități, observăm o poziționare dihotomică și antinomică, adică ”o tendință cognitivă de diviziune a ariilor în componente contradictorii, inclusiv la nivel valoric (bine-rău) și duale totodată, conducând la reprezentări bipolare și atitudini tranșante, determinate de o logică disjunctivă (ori-ori), făcând adesea imposibilă o percepție a nuanțelor, cu tendințe fie ale unei logici rejective a contradictoriului (nici – nici), fie ale unei *coincidentia oppositorum* de tip balcanic

și împăciutorist de genul ”hai să dăm tuturor dreptate” pentru că ”fiecare are dreptatea sa” (Goudenhooff, 2012, p.98). Aceasta induce o patologie pe care am putea-o numi ”sindrom binar” (Antoși, 2005, p.61) sau tendință de polarizare. Analizând imaginarul românesc vom descoperi că numeroasele dihotomii și antinomii, împreună cu tendințele rejective, ”niciniciste” sunt vehicule ale trecerii de la raționalitatea ordinară la cvasi-raționalitatea mitică inclusiv în discursului public și/sau politic contemporan.

Nu vom analiza toate funcțiile discursului; am ales să documentăm dinamica raționalizare-deraționalizare în legătură cu funcția de comunicare a discursului, de persuadare, de legitimare și de reprezentare/reconstrucție a realului.

Abordând aspectul comunicațional al discursului, trebuie să avem în vedere comunicarea însăși și modul în care aceasta comportă ”relații simetrice sau complementare” (Roventă-Frumușani, 2005, p.22) – participanții la comunicare își reflectă reciproc comportamentul. Una dintre perechile antinomice prezente în structura discursivă sun aspectul comunicării o reprezintă rigiditatea/versatilitatea. Când intervine rigiditatea, situarea pe o poziție univocă, închisă, nu mai are loc comunicarea, nici empatia. Pe de altă parte, există și riscul unei anume versatilități, politicianul spune ce vrea să audă publicul, alegătorul, reflectându-i dorințele, idealurile, în care el însuși nu crede câtuși de puțin. Paradoxul acestei antinomii îl constituie ireversibilitatea căci ”comunicarea este ireversibilă” (Ibidem, p.23). Mesajul politic trece de la actorul politic la public de cele mai multe ori, fără posibilitate de corectare, dar și fără urmărirea altei forme de *feed-back*, decât adeziunea cu consecințe electorale, care să se materializeze într-un acord al alegătorilor prin votul câștigat de politician. Bineînțeles că acest fapt vizează funcția persuasivă a limbajului politic asupra căruia vom reveni. Legat de comunicare este relevant faptul că discursul politic comunică mesaj și imagine, actorul comunică informație și se comunică pe sine ca imagine sau, altfel spus, mesajul comunicat prin discurs cuprinde și informații legate de imaginea politicianului. Așadar în procesul de comunicare imaginea are și o funcție și valoare ideatică, capacitatea de a oferi un referențial, conferind încărcătură ideologică mesajelor (Frigioiu, 2004, p.10). Imaginea politică se comunică prin discurs și este adesea tributară mitului, căci mitul politic se reflectă atât în construcțiile reprezentărilor sociale, cât și în modelele discursive utilizate în presă, în alocuțiuni publice și chiar în limbajul curent. Ideea care se extrage din aceste observații este aceea că suprapunerea construcțiilor duale peste fenomenul de polarizare a imaginarului politic conferă un anume profil discursului politic, laolaltă cu ”acreditarea ideii că spațiul politic este unul privilegiat, populat cu actori cu profil mitic” (Goudenhooff, 2012, p.109). Realitatea aceasta nu este, desigur, specifică numai societății românești. Societatea modernă se caracterizează astfel prin neîncetata producție de persoane ”nevrozate” și ”inferiorizate”, care rezultă din manifestarea acestui fenomen ambivalent (Dorna, 2004, p.125).

Funcția discursului de a viza reconstrucția, transformarea, chiar și fictivă, a realității, este semnificativă în perspectiva dinamicii pe care o analizăm. Putem observa adesea cum autoritatea și legitimitatea omului politic, când acesta o are, desigur, se folosește de adevărate ”ceremonii transformative” creând ”noi realități”, modelând realitatea. Logica simțului comun utilizează disociativ noțiunile ”ordine/haos, legitim/nelegitim, just/injust” (Frumușani, 2005, p.144). Discursul politic participă așadar de o manieră ambivalentă ”la crearea socială a realității sau la anihilarea ei”. (Ibidem, p.146).

În ceea ce privește problema legitimității omului politic, legătura dintre aceasta și discurs este indisolubilă. Discursul politic legitimează puterea. Discursul doctrinar legitimează *temeiul* accesului la puterea politică, discursul propagandistic legitimează *raționalitatea* accesului la puterea politică, discursul publicitar legitimează *mijlocul* prin care se accede la puterea politică, discursul ideologic legitimează *destinatarul* care va beneficia de accesul la puterea politică (Sălăvăstru, 2009, p.38). Acționând, decidentul își manifestă *autoritatea în legătură cu legitimarea puterii*, iar persuadarea, ”convingerea este *temeiul rațional* al legitimării puterii” (Ibidem, p.57). În fapt, există 3 mecanisme ale legitimării politice: schematizarea discursivă (imaginea propusă de orator autiorului referitor la o problemă, cu intenția de a-l convinge să adere la acea imagine), coerența internă a discursului politic, asigurată de ”normele generale ale raționalității” (Ibidem, p.59). Necesitatea raționalității în cadrul discursului nu poate fi pusă la îndoială. Perelman și Tyteca arată că prezența unei contradicții într-un discurs argumentativ descalifică argumentarea dar și pe cel care o propune. De pildă în discursurile politice românești întâlnim erori de argumentare, remarcându-se adesea *Ignoratio elenchi* –(lipsă de coerență problematică), urmată de lipsa de coerență referențială, (acordarea aceluiași sens problemelor” și de ”echilibrul întemeierilor”(Sălăvăstru, 2009, p.60). Semnalarea acestor erori certifică o tendință de deracionalizare discursivă, dar aceasta nu demonstrează însăși absența raționalității, căci absența unor factori de ordinul raționalității ar duce la pierderea credibilității unui discurs politic. Se petrece adesea un fenomen de transfer al raționalității spre alte zone, atunci când se vorbește despre ”raționalitatea compromisului politic”. De aceea vom găsi în cadrul discursului politic întreaga tipologie a argumentelor: (Ibidem, pp.201 sqq): argumente bazate pe fapte, argumente bazate pe exemple, argumente bazate pe autoritate (în ciuda absenței temeiului rațional al lor, căci spiritul critic cedează sub presiunea ”imperativului modelelor”). Vom găsi, de asemenea un întreg inventar de strategii și proceduri logice folosite în discursul politic: structuri deductive (*modus ponens, tollens*), structuri dilematice de argumentare, inferențe imediate la nivel propozițional și categorial (exemplu: silogismul retoric), structuri logice inductive, transductive, probabilistice etc. Vom găsi însă și sofisme (ibidem, p.239): sofisme de confruntare care limitează, argumentum ad hominem, sofisme de roluri, strategii de imunizare, *argumentum ad populum, ad verecundiam* (autorității), *ad misericordiam*, sofismele punctelor de plecare (vezi și Olbrecht și Tyteca), *petitio principii* (raționamentul circular), sofismul falsei autorități, falsei analogii, falsei consecințe, *post hoc ergo propter hoc*, argumentum ad ignorantiam, sofismele de limbaj (echivocația, amfibolia, accentul, diviziunea, compoziția) etc. Fără a intra în exemplificarea tuturor formelor de argumentare credem că raționalitatea a pierdut din prestigiul pe care îl avea și nu avem în vedere raționalitatea echivalată cu logicitatea, ci raționalitatea concepută drept adecvare, adecvare ce s-ar putea stabili printr-un proces de examinare critică (Marga, 1991, p.63); vom observa cum prestigiul raționalității a fost substituit de prestigiul și relevanța succesului. Aici ne intersectăm, desigur, cu relația dintre politică și morală care, ar merita în sine o examinare, dar peste care vom trece menționând doar că în epoca modernă este promovat ”cultul succesului, adică teoria că intenția care se realizează comportă, prin însuși acest fapt și exclusiv prin el, valoare morală, pe când cea nerealizată este, din cauza eșecului, vrednică de dispreț” (Benda, 2007, p.136). Succesul înseamnă și eficacitate la nivel discursiv, iar principiul eficacității cuvântului duce la limbajul de instituire, existând o reorică oficială,

legitimă, autorizată, căci ”limbajul își primește autoritatea din afară” (Bourdieu, 2012, p.141). Legitimitatea discursului este dată de autoritatea delegată, de ”impostură autorizată”¹.

Legitimitatea este legată și de profilul societății. Transmiterea gândirii se face potrivit două stiluri de bază: stilul societăților democratice și stilul societăților ierarhice, deoarece aceste stiluri cuprind structuri lingvistice care le corespund mai bine (Perelman și Olbrechts-Tyteca, 2012, 204-205). Așadar în societățile democratice încrederea publică este extrem de importantă, spre deosebire de cele autocratice, care dețin alte mecanisme de echilibru și de reglare (aparatură represivă și ideologică), iar mass-media trebuie să aibă o dublă funcție: ea trebuie să fie obiect al încrederii și mediator al încrederii față de persoane, instituții, sistem Rovența-Frumușani, 1999, p.227).

Cum se validează aceste observații la nivelul discursului politic românesc? Ele sunt în strictă dependență cu existența unui imaginar colectiv social polarizat care face posibil un discurs politic, dar și jurnalistic, polarizate și antinomice în România contemporană. Imaginarul politic este o scenă prielnică desfășurării antinomiilor pentru că persistă în mentalul colectiv românesc ideea că spațiul politic este unul privilegiat, dar și mitic, inefabil, cumva în afara lumii, populat de personaje speciale, de inițiați, unde regulile obișnuite și morala nu se aplică² iar *pledoaria pentru privilegierea regimului ontologic diferențiat al politicului merge până la asumarea istoriei*³.

Discursul politicianilor este polarizat și mizează pe antinomie și metaforă, sloganuri antitetice: ”*Reforma înseamnă un deal din care răsare o vale*”⁴ – Emil Constantinescu; ”*PNL este cel mai tânăr vechi partid din România*”- slogan PNL; ”*În Europa nu se intră în zdrențe*”⁵– Mihai Ungheanu.

Caracterizările antinomice se regăsesc și în mentalul analiștilor, scriitorilor, gazetarilor. Cristian Tudor Popescu de pildă, îl caracterizează pe Traian Băsescu drept ”*un animal politic foarte mare, dar un om politic foarte mic!*”⁶. Ziarele mizează chiar pe titluri antinomice: ”*Lipsești și câștigi*”⁷, ”*Șansa și handicapul Guvernului Ponta*”⁸, ”*Minciunile*

¹ ”*Purtătorul de cuvânt este un impostor înzestrat cu skeptron (...)* ”Știința politică”, învățată în instituții special amenajate în acest scop este raționalizarea competenței pe care o cere universul politicii și pe care o posedă în stare practică profesioniștii: ea urmărește creșterea eficacității cunoașterii practice prin punerea la dispoziția ei a unor tehnici raționale precum sondajul, relațiile publice sau marketingul politic, tinzând, în același timp, s-o legitimeze prin conferirea unor aparențe de științificitate și prin instituirea problemelor politice în afaceri de specialiști, pe care e de datoria specialiștilor să le tranșeze în numele cunoașterii, nu al interesului politic” (Bourdieu, 2012, pp.189-190).

² Iată cum își caracterizează președintele Traian Băsescu biroul: ”*Biroul meu s-a sigilat, fișetul s-a sigilat, toate documentele secrete din cabinetul Președintelui României sunt sigilate. Președintele interimar folosește biroul de deasupra biroului președintelui, adică cu un birou mai sus. Nu are acces la dosarele mele, ale președintelui, deci alea sparte din istoria României. Acolo sunt lucruri știute și neștiute public*”Declarația lui Traian Băsescu la postul B1TV, preluată de *Evenimentul Zilei*, 17 iulie 2012.

³ ”*Această huliță clasă politică născută după 1990, practic creează momente de istorie remarcabile în viața societății românești. Pentru că noi suntem aceia care schimbăm lumea în care trăim.*” - declara Ovidiu Petrescu Ovidiu Cameliu Petrescu, 7 octombrie 2003, în **Discursuri și dezbateri Parlamentare 1864-2004**, coord. Gh Buzatu, Editura Mica Valahie, București 2006, p.777.

⁴ Emil Constantinescu apud Constantin Sava, în **Discursuri și dezbateri Parlamentare 1864-2004**, coord. Gh Buzatu, Editura Mica Valahie, București 2006, p.617.

⁵ Mihai Ungheanu, 28 decembrie 2008, în **Discursuri și dezbateri Parlamentare 1864-2004**, coord. Gh Buzatu, Editura Mica Valahie, București 2006, p.621.

⁶ *Jurnalul Național*, 12 iunie 2012.

⁷ Cristian Tudor Popescu, *Ziarul financiar*, secțiunea politică, 10 iulie 2012.

⁸ Sorin Roșca Stănescu, *Jurnalul Național*, secțiunea Editorial, 24 mai 2012

preacinstiului Bănescu”⁹ dar și pe text: ”*Mergem spre întuneric de mulți ani. Vedem asta mai ales acum când vom lua Lumină!*”¹⁰

Situarea cu preponderență pe poziții antinomice, folosirea de standarde duble și de reprezentări care situează politicul într-o zonă privilegiată, fracturarea solidarității dintre vorbă și faptă, aplicarea simultană a principiului ”nimeni nu e mai presus de lege” și a privilegierii politicianilor de a acționa diferit, explică fenomenul de-raționalizării discursului public și politic românesc și abandonul raționalității logice în favoarea unei raționalități mitologice. Nu putem totuși eluda faptul că mitul și raționalul sunt două cadre de gândire diametral opuse, iar ”ieșirea din mit” conduce la găsirea ”rădăcinilor spirituale ale raționalului” (Gauchet, 2006, p.68).

Este însă posibilă abandonarea mitului și a ritualului și instituționalizarea raționalității la nivelul imaginarului politic sau al discursului politic, cu atât mai mult cu cât opoziția dintre rațional și mistic, dar și coexistența lor este documentată mai ales la nivel de limbaj, de discurs? ”Nu mai este necesar să se dialogheze, se se discute, să se raționeze. Trebuie așteptat ca cineva să vorbească pentru noi.” (Eco, 1996, p.50). Putem, desigur, observa și o paradoxală coexistență a preferinței pentru așteptarea ”salvatorului” care să vorbească dar mai ales să schimbe ceva pentru poporul român, ca și și necesitatea și multiplicarea irațională a discursului în dezbateri spectaculoasă, televizuală, despre care vom discuta ceva mai departe.

De asemenea discursul public românesc pare să se fi înrădăcinat într-o adevărată tradiție a dedublării: Adrian Marino oferă o prezentare metaforică a imaginii celor două Români¹¹: una a tradiției ideologice etniciste, naționaliste, șovine, antisemite, anticriticiste, pe care autorul o consideră falsă, e altfel, (deși observăm numeroase încercări de acreditare a existenței ei, mai ales pentru perioada interbelică) și una a ideologiei de tip iluminist, liberal, democratic, pro-european și raționalist. Cele două Români, pe de o parte una antidemocratică, intolerantă și mistică, iar pe de alta cea liberală și raționalist-critică par să se fi confruntat începând din secolul al XIX-lea. Existența bipolarei, antinomice Români o confirmă intelectuali precum Stelian Tănase: ”Că există azi mai multe Români nu este un secret. (...) Aceste Români sunt despărțite de clivaje adânci”¹², așa cum se separă și urbanul de rural, dar și ”România profundă” de cea superficială sau, și ”România deschisă, urbană, informată, dorind libertăți” de ”România conservatoare”, ”izolată, închisă, arhaică, temătoare, rurală”¹³. Analistul constată atomizarea societății românești, alienarea ei, lipsa de perspectivă, în condițiile în care asista, paradoxal, la o Românie ”absentă”¹⁴, care nu fusese încă invitată în acel moment (2003) să adere la Uniunea Europeană. Gabriel Liiceanu propune și el, cu ironie filosofică, o dihotomie românească: ”patria mare” care a devenit irecognoscibilă și alienată, versus ”patria mică”, ”România de buzunar”¹⁵, populată cu oameni consacrați, cu valori

⁹ Dan Constantin, *Jurnalul Național*, 12 aprilie 2012.

¹⁰ Ibidem.

¹¹ Adrian Marino, ”Două Români ideologice”, în volumul **Al treilea discurs. Cultură, ideologie și politică în România. Adrian Marino în dialog cu Sorin Antohi**, (Iași: Polirom, 2001): 177-182;

¹² Stelian Tănase, ”Fractura”, *Revista 22*, 16.12.2004.

¹³ Idem, ”Despre oligarhie”, *Revista 22*, 26.05.2003.

¹⁴ ”La coada Europei, printre cei mai săraci, dar și printre cei mai corupți, printre cei mai ineficienți, și printre cei mai înșelători și ambigui. Am rămas pe peronul gării de provincie să așteptăm alt tren. Nici măcar nu se știe dacă va veni acest tren. Dar noi trebuie să stăm cuminiți pe valize”. – Stelian Tănase, ”România absentă”, *Revista 22*, 28.04.2003.

¹⁵ Gabriel Liiceanu, ”Povestea patriei mele mici”, *Revista 22*, 10.07.2012.

perene și sigure, patria libertăților noastre individuale. Atomizarea merge mai departe, conducând spre o zonă a proprietății, în măsura în care în presă se scrie tot mai mult despre ”România lor” și ”România noastră”¹⁶ (Goudenhooff 2012).

Dacă ipoteza noastră vizează dinamica raționalizare-deraționalizare discursivă în perspectiva lărgirii cadrului public de desfășurare al acestuia prin incidența mijloacelor media de difuzare a discursului, trebuie să avem în vedere dimensiunea spectaculară a noului discurs difuzat mediatic și, în subsidiar paradoxul și antinomia virtual-real, unicitate-multiplicitate. Actorul politic care se desfășoară în cadrul spectacolului mediatic se află în mod virtual și mediat în conexiune cu un public mult mai larg decât în cazul unui discurs public în stradă sau într-un spațiu discursiv clasic, dar în mod real și imediat el este izolat de acel public, el este singur sau în legătură imediată doar cu operatorii media și nu cu destinatarii discursului. Poate că nu întâmplător în ”spectacolele politice televizate” se permite accesul unui public limitat, uneori, mai ales la dezbaterile politice, pentru a eluda impresia copleșitoare de singurătate a celui care rostește discursul.

Rolul și locul pe care îl are realul în procesul modern de comunicare politică, incidența funcției de reprezentare și de transformare a realității prin discurs ne dă informații importante privind dinamica rațional-deraționalizare. Dacă pornim de la observația că ”orice situație interlocutorie este un proces de co-construcție a realității prin intermediul discursului”, rezultă că percepem realitatea socială nu ca pe un obiect de reflectare și vehiculare prin intermediul limbajului ci, ca pe o recreare a lumii, a uneia dintre lumile posibile, în care ”postulatul de bază se rezumă astfel: orice cuvânt are o intenție persuasivă”. (Dorna, 2004, p.175). Din analiza discursurilor rezultă că specia discursului politic deși face parte din paradigma influenței și persuasiunii sociale, sub influența unei mize, iar *pattern*-urile strategice și logicile persuasive fac din persuasiunea politică, una articualtă mai ales pe o logică a verosimilului. Este necesară persuadarea care are ca scop, chiar și numai în subsidiar, menținerea unui climat social de echilibru căci echilibrul și predictibilitatea asigurată de respectarea legilor sunt dezirabile în lumea noastră, iar convenția asupra unor valori comune și chiar concesiile făcute în numele lor conduc la armonia socială și ordine. În lumea post-modernă instrumentalizarea condițiilor de tip *panes et circensis* își găsește o perfectă aplicare la politic. Politicianul de azi ne oferă un spectacol în toate gamele (de la solemn la grotesc) promițându-ne pâine și anesteziindu-ne simțul realității cu o realitate recreată ”în direct” de dragul publicului care are o falsă impresie că ar participa într-adevăr la ceea ce se petrece. Spectacolul politic ne oferă iluzia contemporaneității cu decidentul, în ciuda și cu prețul confortului oferit de fotoliul din fața televizorului. Așadar politica se poate defini ca ”spectacol relatat de mass-media și urmărit în direct de părți din public” (Edelman, 1999, p.183) iar scena politică are o configurație duală (concret/abstract, siguranță/amenințare, criză/destindere) dualitate de regăsit, nu întâmplător, și în cazul discursului televizual. Mesajul politic televizual are o structură duală: partea manifestă, explicită care se adresează raționalului și mesajul implicit, ascuns al imaginii care se adresează inconștientului, mesajul subliminal.

¹⁶ ”În România, la putere este, de fapt, o anumită mentalitate care se exprimă și acționează prin politicienii și liderii aleși. Toți aceștia și votanții lor și-au croit o Românie numai a lor, în care noi, restul, suntem tolerați” – Cristian Crisbășan, ”De ce nu o să mai votez”, *Jurnalul Național, secțiunea Editorial, 2 iunie 2012*.

Desigur, rolul media la introducerea și dezvoltarea spectacolului și spectaculosului în comunicarea politică este incontestabil¹⁷. Rezultă și de aici un paradox: pe de o parte actorul politic se izolează, imediatitatea publicului se pierde în favoarea medierii de către televiziune, radio etc., în pofida tocmai a ideii de prezentare ”în direct” iar comunicarea devină însingurată, monologată și univocă, și, pe de altă parte, discursul se multiplică, discursului politicianului suprapunându-i-se discursul jurnalistului și chiar al publicului, dar la care politicianul însuși nu mai are acces imediat, ci doar îl poate evalua ca *feed-back*, ulterior. De aceea cele trei riscuri care minează comunicarea politică sunt riscul căderii în ”politica-spectacol”, riscul aservirii opiniei publice la reprezentarea furnizată de sondaje și ruptura dintre mass-media și public. Actorii politici suferă de o mutație de la reprezentativ la demonstrativ, la spectacular și histrionic. În aceste condiții miza pare să se mute de la raționalitatea discursivă internă la imagine, căci la urma urmei *o imagine valorează mai mult decât o mie de cuvinte*, expresie extrem de utilizată atât în media cât și în politică și care pledează pentru avantajele intuitivului în competiție cu inteligibilul. Dinamica însăși a imaginii politicianului reprezintă o provocare interesantă, căci ea suferă transformări pe măsura evoluției actorului politic. Actorul politic jonglează cu raționalul și intuitivul; Max Weber observa distincția între acțiunea rațională, cea în care actorul organizează mijloacele cele mai bune în funcție de un scop bine stabilit, acțiunea etică în care actorul urmărește o idee valabilă moral, acțiunea tradițională unde învinge cutuma și/sau obișnuința, acțiunea afectivă dictată de emoție, sentiment, pasiune. Ei bine, aceasta din urmă, care mizează pe emoție și intuiție, pare să devină tot mai mult mijlocul de manifestare a intenției discursive contemporane, căci actorul politic pare să nu mai fie interesat (doar) de a persuadea prin mijloace și argumente raționale publicul, ci vrea să îl ”miște”, să îl emoționeze, mizează pe carismă, imagine și prestigiu. Prestigiul este ”un soi de fascinație care ne paralizează facultățile critice și ne umple sufletul de mirare și respect (...) Masele întotdeauna, și foarte adesea chiar indivizii, au nevoie de păreri gata formate. Succesul acestor păreri nu are nici o legătură cu adevărul sau cu erorile pe care le conțin; succesul se întemeiază exclusiv pe prestigiul lor.” (Le Bon, 2007, pp.67-68) Deci prestigiul este potențat de succes.

Mass media reușesc să compenseze individualismul, atomizarea și birocratizarea relațiilor sociale, creând cetățenilor ”impresia unui contact direct cu liderul, prin intermediul imaginii telegenice” iar liderul atinge cu plăcere coarda familiarității sau chiar a unei afectivități chiar și iluzorii fiind. (Frigioiu, 2004, p.29). Iar oamenii, așa cum observase și Feuerbach, proiectează narcisic asupra liderilor calități ideale, rezultând identificarea cu liderul într-o oarecare măsură. Agreem personalitățile politice cu care ne putem identifica în mod ideal. Cu cât o cultură este mai primitivă cu atât personalizarea puterii are mai mari șanse de succes. În culturile secularizate, cum este cea occidentală, ”sub influența mass-media, cultura civică se transformă într-o cultură a spectacolului” (ibidem, p.30), bazată pe ”simulare, artificio și parodie”. În marele spectacol orchestrat de mass-media, cetățeanul se crede activ, important, crede (în sens cvasi-mistic) că poate influența deciziile politice, confundând realitatea cu ficțiunea.

¹⁷ ”S-a constatat că discursul politic reprezintă echilibrul fragil între trei discursuri: al politicianilor, al jurnaliștilor și al publicului; miza discursului politic este instituirea unei anumite interpretări a realității, interpretare totdeauna dependentă de câștigarea puterii sau exercitarea ei” (Roventă-Frumușani, 2005, pp.136-137).

Este destul de documentată ideea influenței mediatică asupra deraționalizării discursului politic contemporan. Astfel, potrivit lui Jean-Marie Cotteret, impunând o logică a spectacularului, comunicarea politică televizuală, obligă pe locutorii politici să renunțe la raționamentul ipotetico-deductiv în favoarea celui asociativ. Politicianul adoptă un alt gen de discurs în situații de comunicare televizată și mizează adesea, așa cum am arătat, pe mijloace extra-lingvistice de persuadare. Dar intervenția mijloacelor media și a reprezentanților ei, în speță prezența jurnalistului introduce noi elemente într-o ecuația nici așa foarte simplă. Cui i se va adresa politicianul? Acesta se va confrunta cu dilema discursului ”potrivit” (potrivit cu electoratul pe care îl reprezintă sau cu interlocutorul/jurnalistul) și va oscila între un discurs elitist și unul populist: ”Eficacitatea discursului ține deci de autoritatea actorului politic, de ceremonialul de enunțare și nu în ultimul rând de ponderea pe care ceilalți actori (jurnaliști, comentatori politic) o dau discursului în chestiune.” (Roventă-Frumușani, 2005, p.140). Apare necesitatea conformării la rețete, trucuri, găselnițe: clar, scurt, coerent, credibil (Cotteret) dar și inventarea unor trucuri noi. Caracteristicile discursului modern au devenit complicitatea și conivența, simplitatea (Roventă-Frumușani, 2005), nu complexitatea raționamentului convinge ci aparența spectaculară a argumentației. Imaginea face totuși cât o mie de cuvinte! Comunicarea politică televizată, ca formă relativ nouă de comunicare politică, înserează în sistemul politic tehnicile de marketing iar ”televiziunea oferă ocazia în care autoritatea discursului să se poată exprima fără ajutorul corpurilor intermediare și reprezintă scena unde reprezentanții puterii intervin direct în spațiul public; discurs fără răspuns, îndepărtare de dezbateră democratică.” (Haineș, 2002, p.11) Televiziunea a creat de fapt un nou spațiu public, în baza izomorfismului dintre discursul politic și cel televizual, permițând reșezarea comunicării politice pe un alt model, acela al ”comunicării interpersonale generate de televiziune. Ca și realitate umană, politicul este o construcție socială, un spectacol relatat de mass-media” (ibidem, p.12). Dar rolul media nu este doar de a produce și reproduce sensul și semnificația implicate în procesul cultural, ca o chestiune de semnificare, ci mai ales ca o problemă de putere¹⁸. Societatea modernă este o ”societate iconică”, a cărei cultură este fondată pe imagini și care ”se sprijină pe consensul imaginativ”.

Nu pledăm în favoarea ideii că tehnicile media în general sau mediatizarea modernă a politicului sunt responsabilii deraționalizării discursului contemporan, urmărim însă modul în care acest proces se produce în contextul spectacularizării politicului. Astfel, nu putem să nu observăm intervenția unor demersuri raționale în acest cadru: configurarea narativă a problemelor publice, care este și una dramatică (de spectacol), o concepție paxiologică asupra opiniei publice, înscrierea problemei publice într-un context de descriere și de interpretare, de explicare și de raționalizare (Haineș, op. cit. pp.58-59). Jurgen Habermas observa că ”interpenetrarea dintre privat și public, în favoarea creșterii rolului statului social, dezvoltarea unei industrii de bunuri culturale de masă și aplicarea în propaganda politică a tehnicilor de reclamă, și de marketing, echivalează cu încetarea ”utilizării publice a raționalității”. Îi ia locul o formă de manipulare a opiniei de către grupuri de interese și de către media cu scopul de a asigura ”adeziunea plebiscitară a unui public vasalizat” sau ”producerea feudală a unui consens”, aclamatoriu, esențial în integrarea sistemului social și politic.” (Haineș, 2002, p.59)

¹⁸ ”Cum poate spectatorul să reziste în fața discursului televizual care propune agenda zilnică, structurează timpul, selecționează și ierarhizează obiectele și subiectele, organizând de fapt spațiul domestic și social?”- Haineș, Rosemarie, (2002), **Televiziunea și reconfigurarea politicului**, Polirom, Iași, p.13;

. Problema constă în aceea că funcția de raționalitate a sistemului este determinată de instituțiile politice dar ele ajung să fie exercitate prin elemente non-raționale precum mitul și ritualul. Televiziunea creează o ficțiune-spectacol¹⁹; ea pune politicul în scenă ”creând nu un contact direct ci aparența lui iar modelul asumării de roluri, premisă în stabilirea unei ierarhii a valorilor, este și un pas în ”raționalizarea comportamentului nostru.” (Haineș, 2002, p.69). Societatea modernă dar și mai mult cea post-modernă aparțin speciei spectaculosului sunt ”spectacliste” și duc la ”degradarea lui **a fi în a părea.**” (Haineș, 2002, p.88)

Prin comercializarea politicului (tehnici de marketing, reclame etc) ”concepția potrivit căreia democrația înseamnă raționalitate și ”interes public” este o iluzie, dat fiind că noi ne alegem politica din aceleași motive și ca urmare a aplicării acelorși motive de persuasiune care ne fac să alegem o pastă de dinți.” (Mc Nair, 2007, p.66). Asistăm nu numai la deracionalizarea discursului politic dar și a alegerii politice. În lumea post-modernă comunicarea politică nu este altceva decât ”schimbul unideracționat de semnificații lipsiți de conținut și de mesaje fără sens, de-a lungul și de-a latul unui peisaj mediatic sterp” (vezi Daniel Boorstin ”the image-hyperreality and post-modernity”). Discursul politicianului este ascultat de cei pe care Bobbio îi numea ”majoritatea tăcută”. Boorstin adăuga că ”tăcerea silită a maselor” este indusă prin ”pseudoeveniment”, prin transformarea cetățenilor din actori politici în consumatori pasivi. Potrivit criticii liberale, politiciii mediatizate ”spectaculare” îi lipsesc caracterul rațional și substanța, dând naștere apatiei electoratului și populismului superficial. Ea reprezintă mai curând un mijloc de ”autopromovare pentru politicieni decât unul de informare a publicului” (Denton, 1991, p.93). Suntem copleșiți de apariția și dezvoltarea unor forme de comunicare mai rapide, mai simple și mai mobile, vorbim despre ”cyberdemocrație” (Murdock și Golding, 2005, p.161), iar noua democrație comunicativă ne transformă în ”cetățeni și netizeni”, o cetățenie consumeristă și virtuală de tipul ”point-and-click”.

Trebuie însă să menționăm și viziuni mai optimiste asupra unui viitor în care societatea și democrația sunt capabile să supraviețuiască spectacolului politic din media, imunizând cetățeanul la propaganda și îndoctrinarea televizuală și care îl poate chiar raționaliza, antrenându-l să discearnă, putând să afle tot atât de multe ”din prestația mai mult sau mai puțin spontană a unui politician, pe cât din maniera rațională în care acesta abordează diverse probleme”(Mc Nair, 2007, p.282). Rămâne totuși de chestionat viitorul discursului politic și raționalitatea sa, atât asupra logicității, respectiv asupra tot mai deselor și tot mai multor ilogisme și falii logice²⁰, asupra ambiguității discursului și a utilizării lui tot mai des în

¹⁹ ”Politicul apare la TV ca un serial dramatic constituit din episoade care narează povestea personalităților politice (...) Atenția telespectatorului se concentrează asupra eroului (eroilor) principal (principali) cu care se identifică. Verosimilitatea și nu adevărul constituie condiția credibilității discursului; realul nu este recunoscut ca atare decât dacă el satisface codurile culturale existente în funcție de care este perceput. Se naște un adevăr al percepției care se substituie logicii și reflexivității, bazat pe sentimentul impresiei.” (Ibidem, p.82)

²⁰ ”Ilogisme sau falii logice, de obicei sunt acompaniate de o pierdere a controlului asupra discursului. Ilogisme corespund unei tentative de raționament, unei dorințe de a demonstra care eșuează în argumentare. Faliile logice sau ilogisme sunt indicatorii nevoii de justificare a comportamentului personal sau a unei judecăți contrazise de situația reală. Ilogisme corespund reacției de apărare a Supraeului, fiind instrumente de mascare a eșecului în argumentare, fără ca subiectul să fie conștient nici de scop, nici de mijloace. Dar ele pot releva și reaua credință. Aparența de coerență a discursului este dată de utilizarea retorică a procedurilor logice (în sensul de argumentație cu funcție persuasivă): utilizarea conjuncțiilor (deci, și, dar, ori) poate induce iluzia

moduri prescriptive și impersonale ("trebuie", "se va face", "să ni se dea") ș.a.m.d. Discursul politic românesc este polarizat (stânga –dreapta, autohtonist – modernist) în mod tradițional și putem observa chiar o "cronicizare a dualității discursive la nivel național"²¹. Politicienii români par să își asume fără probleme ambiguitatea, care devine o zonă în care ei nu simt nici un fel de disconfort, fapt care ne permite unele concluzii cu privire la de-raționalizarea discursului politic românesc contemporan²².

Poate totuși că rațiunea este supraevaluată?! Gustave Le Bon ne îndeamnă să o lăsăm în seama filosofilor, "fără a-i cere să intervină în guvernarea oamenilor. Nu pe calea rațiunii, ba, adeseori, chiar în pofida ei, s-au cristalizat sentimente precum onoarea, abnegația, credința religioasă, patriotismul și dragostea de glorie, care s-au dovedit până la urmă resorturi ale oricărei civilizații." (Le Bon, 2007, p.59).

Bibliografie

- Antoși, Sorin, (2005), *Utopica. Studii asupra imaginarului social*, Idea Design & Print, 2005, Ediția a II-a, Cluj-Napoca;
- Benda, Julien, (2007), *Trădarea cărturarilor*, traducere Gabriela Creția, Humanitas, București;
- Bourdieu, (2012), *Limba și putere simbolică*, traducere Bogdan Ghiu și Laura Albușescu, Editura Art, București;
- Buzatu, Gheorghe, coordonator, (2006), *Discursuri și dezbateri Parlamentare 1864-2004*, Editura Mica Valahie, București;
- Cotteret, Jean-Marie (2000), *La magie du discours: précis de rhétorique audiovisuelle*, Michalon, Paris;
- Cotteret, Jean-Marie (2006), *La démocratie télé-guidée*, Michalon, Paris;
- Denton, Robert Jr., (1991), (edithor) *Ethical Dimensions of Political Communication*, Praeger Publishers, London;
- Dorna, Alexandre, (2004), *Fundamentele psihologiei politice*, traducere Lavinia Betea și Laura Ranca, Editura Comunicare.ro, București;
- Eco, Umberto, (1996), *Limitele interpretării*, traducere Ștefania Mincu și Daniela Bucșă, Editura Pontica, Constanța;
- Edelman, Murray, (1999), *Politica și utilizarea simbolurilor*, Polirom, Iași;
- Frigioiu, Nicolae, (2004), *Imaginea publică a liderilor și instituțiilor politice*, Editura Comunicare.ro, București;

unei rigori a raționamentului sau poate deturna atenția de la adevăratul raționament." (Săvulescu și Borțun, 2008, p.125).

²¹ Vintilă Mihăilescu, "Să se revizuiască primum, dar... Ideologia originaristă și discursul național românesc", *Sfera Politicii*, 91-92, Anul IX, 2001: 7.

²² Iată cum justifică politicianul Corneliu Vadim Tudor, firescul acestui paradox al ambiguității: "Politica este foarte relativă, mai ales la acest început de secol și de mileniu: stânga devine dreapta, dreapta devine stânga, e o geometrie variabilă a punctelor cardinale în politică, noțiunile cu care se opera până acum câțiva ani devin revolute și iată că trăim surpriza de a-l vedea astăzi huiduit pe președintele american George Bush exact de aceia care acum două-trei săptămâni îl huiiduiam pe Jean Marie Le Pen" Corneliu Vadim Tudor, declarație politică rostită în ședința Senatului din 27 mai 2002,

<http://www.cdep.ro/pls/steno/steno.stenograma?idl=1&idm=4,02&ids=5321>

- Gauchet, Marcel, (2006), *Dezvrăjirea lumii. O istorie politică a religiei*, traducere Vasile Tonoiu, Nemira, București;
- Goudenhooff, (2012), "Dihotomii și antinomii în imaginarul politic românesc", în *Miturile politice în România contemporană*, Institutul European, Iași;
- Habermas, Jürgen, *The Theory of Communicative Action, vol.I- Reason and the Realization of Society*, translated by Thomas McCarthy, Beacon Press, Boston;
- Haineș, Rosemarie, (2002), *Televiziunea și reconfigurarea politicului*, Polirom, Iași;
- Lardellier, Pascal, (2009), *Teoria legăturii ritualice. Antropologie și comunicare*, traducere Valentina Pricopie, Tritonic, București;
- Le Bon, Gustave, (2007), *Psihologia mulțimilor*, traducere Mariana Tabacu, Antet XX Press, București;
- Marga, Andrei, (1991), *Raționalitate, comunicare, argumentare*, Dacia, Cluj Napoca;
- Mc Nayr, Brian, (2007), *Introducere în comunicarea politică*, traducere Claudiu Vereș, Polirom, Iași;
- Murdock, Graham și Golding, Peter, (2005), "Posibilitățile digitale, realitățile pieței: Contradicțiile convergenței, în *Comunicare și putere*, coordonator Valentina Marinescu, Editura Niculescu, București;
- Perelman, Chaïm și Olbrechts-Tyteca, Lucie, 2012, *Tratat de argumentare. Noua retorică*, traducere Aurelia Stoica, Editura Universității "Alexandru Ioan Cuza Iași, Iași;
- Roventă-Frumușani, Daniela, (1999), *Semiotică, societate, cultură*, Institutul European, Iași;
- Roventă-Frumușani, Daniela, (2005), *Analiza discursului. Ipoteze și ipostaze*, Tritonic, București;
- Sălăvăstru, Constantin, (1999), *Discursul puterii*, Institutul European, Iași;
- Sălăvăstru, Constantin, (2009), *Arta dezbaterilor publice*, Tritonic, București;
- Săvulescu, Silvia (2001), *Retorica și teoria argumentării*, București, <http://www.scribd.com/doc/140227741/Silvia-Savulescu-Retorica-Si-Teoria-Argumentarii>;
- Săvulescu, Silvia și Borțun, Dumitru (2008), *Analiza discursului public* (curs universitar) - <http://www.scribd.com/doc/12412595/analiza-discursului-public>;
- Wolton, Dominique, (1997) - [Penser la communication](#), Flammarion, Paris;