

acest areal, membru cu drepturi depline al Pactului de Stabilitate pentru Europa de Sud-Est. Prin urmare, atâta timp cât Republica Moldova nu va demonstra cel puțin o voință politică de a continua reformele, ea se va afla "în afara" Europei.

DIMENSIUNI SIMBOLICO-MITOLOGICE ÎN CONCEPTUL ELABORĂRII IMAGINII POLITICE¹¹⁸

Aurelia PERU
Republica Moldova, Chișinău
Universitatea de Stat din Moldova
Facultatea Jurnalism și Științe ale Comunicării
Catedra Comunicare
Lector

Analizând multitudinea fenomenelor complexe și ambigui ale câmpului politic de factură modernă cu o puternică încărcătură evocativ-emoțională, putem constata că politica – în înțelesul larg al cuvântului – ține de domeniul simbolisticii. Or, promovarea unui lider politic presupune nu numai legitimitatea și autoritatea acestuia, ci și determinarea unor simboluri capabile să-l identifice într-un mediu neomogen. Anume simbolisticii politice revenindu-i menirea de a trezi, de a revigora anumite trăiri, sentimente, convingeri ce se identifică în conștiința electoratului cu imaginea unui lider politic performant.

Conform dicționarului sociologic, noțiunea de „simbol” provine de la grecescul „symbolon”, ceea ce ar însemna semn de recunoaștere. De exemplu, ceasul și semaforul simbolizează ordinea din centrele urbane. Totodată, există și o simbolistică a culorilor, cum a fost, bunăoară, cămașa verde a legionarilor români. O abordare relevantă a paradigmei culorii inerente simbolisticii politice ne oferă și Levi Strauss. După acesta, în sistemul politic actual semnul roșu evocă primejdia, violența, sângele, iar verdele – speranța, calmul și desfășurarea placidă a unui proces natural, ca acela al vegetației.¹¹⁹

Simbolistica politică își are specificul său și constituie o componentă fundamentală a unei campanii de imagine. Lucian Sfez susține că „simbolistica politică reprezintă un tot indisociabil de imagini și acțiuni, o dinamică cu doi poli, unul al imaginii și altul al operațiunilor.” Sărbătorile electorale, declarațiile politice, festivitățile și paradele, reuniunile și congresele – sînt câteva

¹¹⁸ *Recenzent – doctor-habilitat, profesor universitar V. Moșneaga*

¹¹⁹ *Zamfir C., Vlăsescu L. Dicționar de sociologie. / Babel - București, 1998, p.537.*

exemple de astfel de operațiuni simbolice. Ele sînt oficiate de “conducători magici”, care oferă posibilitatea investirii în imagini ambigue, polimorfe, polivalente – imagini care farmecă electoratul.

Societatea politică este o “țesătură” de raporturi inegale între dominanți și dominați, între conducători și conduși, afirmă Lucien Sfez. Această “țesătură” nu poate ține la nesfârșit prin singurele virtuți ale forței brute- poliție sau armată, principalul instrument de coeziune. În acest sens, simbolistica politică constituie cel mai eficace instrument și și cea mai eficientă metodă de persuasiune electorală.

O altă interpretare a rolului și oportunității simbolisticii politice în contextul actualității s-a degajat și din studiile efectuate de Georges Burdeau, care asociază lupta politică cu un mare „spectacol”, în care „joacă” nu numai clasa politică, ci toți membrii unei societăți, în calitate de „public spectator”¹²⁰. Conform autorului, rolul simbolisticii politice este tocmai de a stimula efectele și sentimentele publicului electoral, de a-l converti în unul fidel și susținător cu ardoare și de a-i „trezi” pe cei inerți. Astfel, vom remarca că din arsenalul simbolisticii politice fac parte etemele și drapele, comemorările, paradele, defilările. Simbolistica politică devenind asemeni unui „drog” de „intoxicare” a potențielilor simpatizanți sau aderenți.

În linii generale, sistemul politic contemporan este hărțuit între doi poli bine conturați – simbolistica de stînga și simbolistica de dreapta. De regulă, în timpul confruntărilor verbale dintre formațiunile de stînga și cele de dreapta, în speță, în toiul campaniilor electorale, simbolistica de dreapta îi replică stîngii imaginea GULAG-ului, a „Siberiilor de geață”, iar cea de stînga îi replică dreptei imaginea nazismului.

Fiecare stat își are elementele definitorii ale simbolisticii sale politice. În Franța, bunăoară, reprezentantul cel mai concludent al stîngii politice, ex-președintele F.Mitterand, a știut să recodeze imaginea impecabilă a guvernării de stînga, profitînd de interacțiunea dintre cele două sisteme: unul simbolic și altul mediatic. Exemplu edificator în acest sens poate servi scrisoarea personală adresată francezilor de către candidatul Mitterand în alegerile prezidențiale de la 1988, intitulată laconic: “Către toți francezii”. Mitterand mizează pe o carte mai serioasă, el inventează un nou procedeu: scrisoarea sa personală adresată francezilor. Scrisoarea comentează, amintește experiențe, orientează, raționează, mai ales prin acel “eu”, care domină stilul. Ea se adresează eu-lui din fiecare, realizînd un efect de intimitate pe care televiziunea nu-l poate obține. Prin această scrisoare, Președintele nu face altceva decât să-și “completeze” imaginea insolită, pe care francezii o au deja despre el. Acest

¹²⁰ Burdeau G. *La politique au pays des merveilles*. / PUF. - Paris, 1979, p.50

mesaj, totodată, scoate în vileag criza mesajului mediatic și cea a simbolisticii politice. Mesajele mediilor nu mai sunt credibile, această scrisoare le substituie. Pe de altă parte, ea i-a determinat pe francezi să vorbească foarte mult despre ea, plasându-l, astfel, pe planul întâi și pe autorul acesteia.¹²¹

Succesorul lui F.Mitterand în Palatul Elise, președintele francez J.Chirac, reprezentantul dreptei politice, a recurs la un cu totul alt model comunicațional în scopul convingerii potențialilor votanți – simbolul campaniei sale prezidențiale de la 1995 devenind un pom în floare, „mărul înflorit”.¹²² „Mărul simbolizează creșterea, renașterea, la care apelează Chirac, - afirma F.Baruan, purtătorul de cuvânt al lui Chirac în campania prezidențială de la 1995. Studenții care însoțeau primarul Parisului la întâlnirile sale cu alegătorii scanda: „mîncați mere!”¹²³

Peisajul politic rusesc ne oferă un alt model de exploarare a simbolisticii politice. Vom aborda, în acest sens, transferul de puteri de la Kremlin – Putin /31 decembrie 1999/ și improvizarea simbolismului politic, acolo unde acesta era lipsă, de facto.

Vladimir Putin nu prezenta profilul unui prezidențiabil credibil, era lipsit de charismă. Putin a compensat rapid lipsa de siguranță cu ocazia primelor intervenții publice prin folosirea unor fraze scurte și uneori vulgare – precum celebra: “Ne vom duce să-i lichidăm pe bandiți până și la căcăștoare”¹²⁴ – ceea ce i-a adus în ochii concetățenilor săi reputația de om care merge direct la țintă și vorbește ca toată lumea. După ce a reușit să dobândească această reputație, a revenit la un limbaj mai cultivat, lăsând ici și colo să-i scape câte o expresie mai directă. Un reportaj televizat, difuzat cu insistență, în care Vladimir Putin putea fi văzut judokand desăvârșit, l-a transformat în imaginația unui popor umilit de pierderea puterii sale și de anii de faliment economic și politic într-un șef capabil să dea replici convingătoare la adresa marilor puteri occidentale, care dădeau lecții – mai ales Statele Unite, și în care mulți văd cauza tuturor relelor care copleșesc țara.¹²⁵

¹²¹ Carlot J. *Pourquoi Jacques Chirac?* / Ed. de Fallois. - Paris, 1995, p.20-21.

¹²² Лебедева Т. *Франция: выборы президента.* / МГУ. - Москва, 1995, с.56

¹²³ *Ibidem*

¹²⁴ Lorain P. *Misterioasa ascensiune a lui Vladimir Putin.* / Editura Z. – București, 2001, p. 22

¹²⁵ *La 31 decembrie 1999, ziua ascensiunii sale în funcția de președinte interimar, după demisia surprinzătoare a lui Boris Elțin, era așteptat la o seară de gală la teatrul Bolșoi împreună cu toată elita din capitală, dar loja prezidențială a rămas goală. Plecase pe calea aerului spre Cecenia, împreună cu soția Ludmila, pentru a petrece un revelion improvizat cu trupele la Gudermes, sediul provizoriu al administrației ruse în republica autonomă. A profitat de ocazie ca să decoreze sute de ofi-*

Un interes deosebit prezintă investigarea vastei și complexe probleme a simbolisticii spectrului politic moldovenesc – atât simbolistica dreptei, cât și cea a stîngii politice. De regulă, orice partid politic are nevoie de o „personificare” pentru a-și facilita în această manieră poziționarea pe scena politică. Actualmente, imaginea Partidului Comunistilor din Moldova se edifică, avînd în epicentrul mediatic imaginea liderului-președinte. Lipsit de trăsături nobiliare, lansînd critici fără echivoc, uneori brutale chiar, la adresa guvernărilor democratice predecesoare, un fel de „haiduc” efemer al puterii /spre deosebire de liderul PPCD devenit „haiducul cronic” al politicii moldovenești/, președintele Voronin, care acționează „în numele oamenilor simpli” devine o marcă de identificare a partidului aflat la guvernare. Dezideratele inserate în programul comunistilor devin mai concludente și mai mobilizatoare atunci, cînd răsună din sediul prezidențial. Astfel, unificarea Moldovei, racordarea democrației moldovenești la valorile democrației continentale, contracararea corupției și a crimei organizate – aceste obiective vor deține un locul central în discursurile politice ale președintelui-comunist. Consilierii de imagine elaborează tacticile de individualizare mediatică a președintelui „luptător” pentru unificarea teritorială a țării și pentru exterparea elementelor criminale din societatea renovată. Aceste elemente vor constitui axa simbolisticii stîngii politice din Moldova.

Anticipînd cu o lună startul alegerilor locale din 25 mai 2003, Televiziunea Publică, favorabilă puterii, difuzează, cu regularitate zilnică, în cadrul „Știrilor serii” reportaje și comentarii ce plasează în prim-plan „obiectivele” partidului majoritar din legislativ. Chiar dacă pe ecranele TV vor fi „prinse în flagrant” persoane publice solicitînd sau luînd mită estimată la valori relativ neînsemnate- /1000 lei/ cazul vice-arhitectului din sectorul Botanica/, arestarea directorului Întreprinderii de Stat „Apă-canal”, Constantin Becciev, -astfel de reportaje manipulînd opinia publică după principiul lasswellian a „acului hipodermic”, vor consolida pilonii imagii strategice a președintelui –comunist. Drept consecință a impactului mediatic, electoratul simplu va fi „magnetizat” de perseverența și curajul stîngii politice, personificate prin însuși președintele republicii, care reprezintă un vector de vizibilitate foarte ridicată.

Anvergura președintelui, în alt context politic, este hiperbolizată prin noi metode simbolico-mediatic. Pe de o parte, președintele-„unificator” perseve-

teri care se remarcaseră în luptă și să le ofere cuțite de vânătoare gravate. Acest gest vine să confirme rolul său de șef al armatei, chiar și interimar, tradiția impune ca comandantii ruși să-i recompenseze pe cei mai buni soldați. Prin urmare, curaj, autoritate, spirit de familie: iată deci esența mesajului simbolistic pe care V.Putin voia sa-l propage în acea noapte deosebită, la sfârșitul primei sale zile în fruntea statului.

rează asupra modificării Constituției Republicii Moldova în vederea soluționării diferendului nistrean prin federalizarea Moldovei. Vom remarca, în aceeași ordine de idei, că primii doi ani de guvernare comunistă au decurs sub lozincă integrării teritoriale a țării. Spre deosebire de predecesorul său, ex-președintele P.Lucinschi, care a reușit doar negocierea unui Memorandum-cadru mediat de Federația Rusă, dar lipsit de careva consecințe pragmatice, actualul președinte este tentat să internaționalizeze conflictul nistrean, inclusiv ultimele declarații făcute în acest sens către Uniunea Europeană. Pe de altă parte, dialogul Voronin - Bush /decembrie 2002/, în speță, cu referire la subiectul de menținere a echilibrului politic în această zonă de la porțile balcanice, a revigorat incontestabil imaginea unui lider-comunist, acceptat în Cabinetul Oval - simbol al celui mai puternic președinte din lume. Fapt pe care cu pregnanță a știut să-l evoce mass media guvernamentală din țară: "Invitația președintelui american este o dovadă în plus a faptului că Occidentul apreciază eforturile reformatoare depuse de actuala guvernare".¹²⁶

În final, proiectul propus de OSCE în vederea federalizării Moldovei. Chiar dacă unele surse invocă stilul Cremlinului în abordarea măsurilor de combatere a separatismului, acesta îi permite președintelui în exercițiu să-și adjudece imaginea liderului „transparent”, conciliant, deschis pentru dialog cu instituțiile democratice internaționale. Imaginea comunistului de astăzi demolează imaginea comunistului din epoca „războiului rece” și a zidului berlinez. Edificatoare în acest sens este și următoarea declarație a președintelui Voronin, amplu mediatizată în presa autohtonă: "Sunt convins de faptul că unora le-ar place să descopere în președintele Voronin un ortodox vulgar, care ar face un șir de declarații antioccidentale dubioase... Însă, din păcate acum lor le rămâne doar, în spiritul presei anului 1937 să-l demaște pe Voronin pentru nivelul ideologic redus și trădare a idealurilor comuniste..."¹²⁷

În același context, consilierii de imagine ai președintelui vor elabora alte seturi de concepte în vederea edificării imaginii strategice a liderului-„unificator”. Astfel, dimensiunile simbolisticii acreditate de liderul comunist se vor extinde de la ideea de unificarea teritorială a Moldovei până la opțiunea de consolidare și revigorare a valorilor spirituale proprii poporului moldovenesc. Campania mediatică „Mănăstirea Căpriana” reprezintă un altă onovație a simbolisticii partidului de guvernământ. „Mănăstirea Căpriana este o perlă a ortodoxiei în Moldova. Ea a fost ctitorită de mari domnitori ai țării –Alexandru cel Bun, Ștefan cel Mare. Ea este un argument al trecutului glorios al statu-

¹²⁶ TVM „Știrile serii”, 2002, 22 decembrie

¹²⁷ Agenția de stat „Moldpresa”, 2002, 24 decembrie.

lui... Să adunăm fonduri pentru reconstrucția mănăstirii și să ne rugăm în ea pentru întregirea Moldovei...”

La o primă vedere campania inițiată de președintele Voronin are drept scop acumularea resurselor bănești pentru reconstrucția acestui monument istoric. De facto, însă, ea comportă un bogat mesaj politic.

a) „Să ne rugăm pentru întregirea Moldovei.” Din acest îndemn vom sesiza aplicarea strategiei de conturare a imaginii „președintelui Voronin-Unificatorul”.

b) „Mănăstirea este o dovadă a trecutului glorios al moldovenilor...” Este o afirmație – replică la adresa formațiunilor politice care contestă suveranitatea și independența statului Republica Moldova, Basarabia, într-un mod nedisimulat fiind considerată teritoriul „rupt din trupul României”. Consolidarea istoriei Moldovei prin figurile emblematice ale domnitorilor Ștefan cel Mare și Dimitrie Cantemir face parte, de asemenea, din arsenalul simbolisticii stângii politice din țară. Mai mult, simbolistica de stînga face apel la un alt subdomeniu constitutiv – mitul politic al lui Ștefan cel Mare și Sfînt. Ceea ce i-a asigurat legitimitatea și perpetuarea în istorie acestui erou salvator al națiunii fiind nu atît faptele de vitejie ale domnitorului, ci capacitatea lui de a energiza masele și de acțiune în condiții geopolitice extrem de vitrege, astfel încît poporul său să-și poată realiza aspirațiile și proteja demnitatea de neam. Prin urmare, devine limpede strategia simbolisticii stângii politice, inspirată din triada „Ștefan cel Mare - Căpriană – stat moldovenesc”.

În sîrșit, restabilirea unui lăcaș sfînt la inițiativa unui lider comunist nu este altceva decît o „revoluție” de imagine. Comuniștii aflați în prezent la guvernare demolează în acest mod un trecut rușinos ateist, intolerabil față de credincioși și tradițiile ortodoxe seculare ale acestora. Prin simbolul mănăstirii Căpriană partidul Comuniștilor „șterge” orice urme de reticență ale „nucleului dur” de votanți. Căci anume nostalgicii de vîrstă a treia sunt cei ce se pocăiesc în lăcașele sfinte.

În contextul procesului contemporan de edificare a imaginii strategice orice actor politic este un subiect bine definit print-un mesaj simbolic coerent. Orice sistem politic, orice putere politică își exprimă identitatea prin două modalități principale: prin ideologie și printr-o întregă simbolistică. Simbolistica politică, grație încărcăturii sale emoționale, joacă un rol important în asigurarea coeziunii dialogului politic între „elite” și masele electorale, sintetizînd deopotrivă raționalul și emoționalul. Electoratul poate fi puternic atașat de un simbol politic din punct de vedere emoțional.

Cea mai relevantă dovadă de exploatare a emoționalului în scopul consolidării simbolice a unei formațiuni politice este acreditarea în campania electorală 2001 de către PPCD-iști a sloganului promoțional: „Votează cu ini-

ma!” sau „Ascultă-ți inima!” însoțite în spoturile publicitare de secvențe din piesa muzicală interpretată de renumita formațiune din România, aflată în vogă și în rîndurile tineretului din Moldova - „Holograf”. Prin această manieră, liderii PPCD schimbă radical formula poziționării tradiționale în cîmpul politic moldovenesc, îndepărtîndu-se de vechile tipare ale identificării de către masele electorale. Sloganul de tipul „Votează cu inima!” „Ascultă-ți inima!” și reușitul aranjament instrumental în interpretarea „Holografului” a detașat poziționarea opoziției creștin-democrate de șabloanele uzate ale formațiunilor politice din spațiul autohton. Simbolistica PPCD-istă – inima albastră – s-ar părea că elimină mesajul ideologic și politic privat de valoare afectivă în mediul electoral, în favoarea altuia – simplist, creștinesc, pe interesul celui mai neinițiat alegător în jocurile politice. În preponderență, însă, ținta electorală a creștin-democraților o constituie intelectualitatea devotată cauzei unirii, implicit tineretul studios, care se bucură de dreptul de vot și căruia îi este străin sentimentul nostalgiei după „socialismul înfloritor”, care cantonează masiv la urnele de vot reprezentanții celei de-a treia generații.

Astfel, simbolistica dreptei creștin-democrate renunțînd la elementele clasice ale simbolisticii politice – imnuri, steme, parade, uniforme – în schimbul „inimii albastre”, pune miză pe viitorul său politic, investind capitalul culturii politice în mediul celui mai tînăr segment electoral. Mai mult, „inima albastră” și stelele „imprimate” pe ea se asociază cu drapelul Europei noi. Într-un mediu, în care tînerii sunt educați în spiritul globalizării și unificării Europei, această compoziție simbolistică – albastru, inimă, stele - vine să argumenteze o dată în plus oportunitatea lozincilor scandate de opoziția creștin-democrată: „Viitorul vă aparține!” În acest sens, simbolistica opoziției creștin-democrate exploatează efectiv emoționalul - „Votează cu inima”, spre deosebire de social-democrații care îndemneau electoratul să voteze „cu capul” - acesta fiind un anti-dot al sloganului „emotiv” lansat de PPCD-iști.

Referindu-ne la actualitatea simbolisticii politice ca metodă de poziționare pe piața politică, vom remarca importanța unuia alt fenomen cum ar fi ritualul politic și performanțele ritualice. În acest context, vom sublinia rolul ritului în sporirea așa-numitei „eficacității simbolice”, termen propus de Claude Levi-Straus în lucrarea sa „Antropologie structurale”.¹²⁸ Ritului politic îi revine rolul fundamental de a performa spectacolul ceremonial sau de a legaliza un discurs politic. Cvazitotalitatea evenimentelor politice de importanță – vizitele șefilor de state, investiții, înmormîntări – sunt toate o mediatizare de rituri. În perioadele preelectorale și electorale consilierii de imagine deseori inventează un rit ce-ar stimula și energiza masele convocate într-un

¹²⁸ Levi-Straus C. *Antropologia structurală. / Politica. - București, 1978, p.46-50*

miting sau orice altă manifestare de proporții. Electoratul favorabil dreptei politice moldovenești a fost educat sub scandarea sloganului „Victorie!”, urmat obligatoriu de ridicarea unui braț de asupra capului și simularea literei „V.” Insemnul „victoriei” și fluturarea „tricolorului” reprezintă în timpul întrunirilor electorale sau preelectorale un veritabil rit politic. Precum și includerea în scenariul unor astfel de întruniri a unor predici rostite de înalte fețe bisericești – fapt ce confirmă o dată în plus vocația creștină a dreptei politice.

Practica demonstrează că oficializarea unui rit politic amplifică afectivitatea și emoțiile maselor electorale, moment ce nu poate fi neglijat în procesul de construcție a unei imagini publice. În acest sens, ritul este considerat o continuare a mitului politic, or, ritul se alimentează din mit. În domeniul politic ritul conferă nu doar mister, dar și grandoare subiectului electoral. După Victor Turner, acesta „confirmă” credința¹²⁹ atenționează vizavi de faptul că „ritul, puternic impregnat și structurat de principiul de idealitate, se sprijină întotdeauna pe un decorum perfect”, adică fără de cusur, care afișează aparențele purității și ale perfecțiunii, și care scenarizează narațiuni mitice. De fapt, ritul este adevăratul moment al simbolisticii politice.

O aplicare eficace a ritului politic i-a reușit candidatului stângii politice în alegerile locale din 25 mai 2003, V.Zgardan. Astfel, în campania electorală este antrenată Mitropolia Moldovei –una din principalele instituții de cult din țară. Echipa Zgardan a pus miză pe așa-numita campanie de ambianță, exploatarea la maximum atmosfera și mitul sărbătorilor pascale. Compania de Stat „Teleradio-Moldova” elucidează cu lux de amănunte procedura de aducere a focului sacru de la Ierusalim, de către ÎPS Vladimir, însoțit în itinerarul său „mitologic” de către ministrul Transporturilor și al Comunicațiilor, Vasile Zgardan. Astfel, prin utilizarea simbolurilor sacre ritul politic devine mai impresionant, cu mari rezerve manipulatorii în mediul electoratului, în speță, cel rural. În consecință, în opinia analiștilor, rezultatul a fost unul performant. Candidatul partidului de guvernare, practic, un anonim al scenei politice pînă la demararea campaniei electorale, acumulează 46,1% din voturi față de 53,9% acumulate de primarul în exercițiu al municipiului, Serafim Urechean, aflat 8 ani la guvernarea Chișinăului.

În linii mari, orice campanie de imagine lansată în cursa electorală se desfășoară avînd la bază un mesaj simbolic consistent, care poate evalua pînă la construcția ritului politic circumstanțial. Simbolistica politică antrenează atît elementul rațional, cît și elementul emoțional, chiar dacă face ca afectivul să domine cognitivul. În timp ce emițătorul mesajului simbolic se conduce după

¹²⁹ Turner V. *Le phenomén rituel, structure et contre-structure.* / PUF. - Paris, 1980, p.34

criteriul științific-rațional, receptorul mesajului simbolic, adică electoratul, devine vulnerabil la expunerea emoțională, teatralizată, ritualizată a acestuia. Iar lipsa controlului rațiunii în câmpul politic poate genera erori istorice ale căror costuri sînt irecuperabile, ceea ce nu reduce, însă, din actualitatea simbolisticii politice în procesul de construcție a imaginii strategice într-o campanie electorală.

Un loc preponderent în arsenalul simbolisticii politice îi revine mitului politic, care reprezintă o mulțime de elemente imaginare cu o mare încărcătură emoțională utilizate de un regim sau un actor politic pentru justificarea sau, dimpotrivă, contestarea acestora. Forța propulsivă a mitului politic rezidă în natura sa colectivă, mitul fiind expresia unei mentalități colective. Propagînd o imagine, anumite norme și reguli de viață într-o comunitate, alte trăsături definitorii ale mitului politic ar fi caracterul său imperativ și ambivalent – or, acesta întotdeauna conturează “Binele” sau “Răul” politic.

Fatalist prin natura sa, mitul explică, dar și legitimează pentru a face lucrurile acceptabile. În acest sens miturile politice exercită o funcție dublă: explică ordinea existentă în termeni politologici, iar aceștea o justifică dîndu-i o bază morală, prezentînd-o ca pe un sistem care are dreptul ca fundament. Mitul politic, afirmă Yves Schemeil, ne oferă cheia înțelegerii cum se formează în conștiința colectivă sistemele de identitate și de fidelitate specifice unei comunități, “miturile fondatoare exprimă mărcile totemice ale identității.”¹³⁰

În context istoric mitul politic contribuie la legitimarea unei puteri politice sau, dimpotrivă, o contestă, generînd anumite comportamente și mentalități. G.Mosca avansează chiar ideea, potrivit căreia mitul apare „ca unică modalitate de legitimare ce concurează forța și chiar o înlătură.”¹³¹ Dramatizarea comportamentului actorului politic sau al maselor își are perpetuare din epocă în epocă. Marii gânditori din toate timpurile au știut să construiască tiparele Conducătorului ideal drept model de imitare (“imagouri”). Aceste clișee au și constituit axa antropologică a mitologiei politice - fenomen relevat cu multă profunzime și eleganță în opera lui Raul Girardet. Fiind unul dintre analiștii subtili ai locului și rolului mitologiei politice, Girardet observă, că mitul politic se afirmă cu anumită acuitate atunci cînd nu numai viața politică, ci societatea în ansamblul ei trece printr-o puternică criză, pe toate planurile, generînd un climat de incertitudine și angoasă, de temeri colective.¹³²

¹³⁰ Schemeil Y. *Les cultures politiques. Traite de science politique.* / PUF. - Paris, vol.3, 1985, p.285

¹³¹ Popescu Bărlan L. *Însemnări despre mitul politic,* // *Societate și cultură,* nr.8, 1994

¹³² Girardet R. *Mituri și mitologie politică.* / *Institutul European.* - Iași, 1986, p.12

Mitul politic încearcă să legitimeze anumite obiective politice și poate genera acțiuni de masă. Miturile politice din societatea contemporană sunt diverse, mitul rasei pure, mitul societății ideale, mitul poporului ales, mitul conducătorului care poate face ca un popor să îndeplinească un rol de excepție în istorie.

Bulversările politice din ultimele două secole ale istoriei europene au fost însoțite mereu de o uimitoare efervescență mitologică, pentru că marele actor politic controlează realul prin imaginar. Pentru a accentua dimensiunea teatralității politicului se recurge cel mai adesea la mitul eroului. El angrenează o autoritate cu grad de spectacularitate mai ridicată decât cea de rutină care este lipsită de elementul de surpriză. Eroul nu mai este valorizat doar pentru că ar fi cel mai capabil, ci mai ales pentru că își asumă sarcina suveranității. În circumstanțele contemporane, - afirmă G. Ballandier, - eroul își modifică postura. El apare mai puțin ca „fericitul ales” al destinului, cât mai curînd ca stăpîn a ceea ce s-ar putea defini drept „știința” forțelor istorice.¹³³

Referindu-se la structura antropologică a imaginarului politic, Gilbert Durand, vorbește despre așa-numita “constelație mitologică”, adică ansambluri mitologice ce țin de aceeași temă, adunate în jurul aceluiași nucleu central. Autorul identifică patru “constelații”:

- Conspirația¹³⁴;
- Salvatorul;
- Vârsta de aur;
- Unitatea.

Sociologul Raoul Girardet califică miturile politice drept niște „ecrane” pe care grupurile își proiectează ahoasele lor colective, dezechilibrele existenței, ele fiind, de fapt, un anumit gen de răspunsuri la tensiunile din interiorul structurilor sociale.¹³⁵

Există situații, când ordinea existentă pare a fi suspectă și ostilă. Vechile legături între oameni se rup. Iar în momentul în care traumatismul social se transformă în traumatism psihic – se naște mitul politic. De unde putem conchide că importanța esențială a mitului politic este cea de restructurare mentală. Apărut în condițiile unei realități istorice fracturate, mitul politic recuce-

¹³³ Ballandier G. *Scena puterii. / Aion. - Oradea, 2000 p.19*

¹³⁴ *Conspirația. Se referă la mijlocul sec. XIX. Douăsprezece triburi ale lui Israel, conform unui obicei milenar, trebuie ca în fiecare secol să se sfatuiască în taină în legătură cu mijloacele ce vor fi folosite pentru asigurarea gloriei supreme Poporului Ales. Întâlnirea are loc printre mormintele vechiului cimitir evreiesc. Cel mai bătrân rabin i-a cuvântul în fața supușilor săi cu “Discursul rabinului”. [Durand G. *Structurile antropologice ale imaginarului. / Bordas. - Paris, 1969*].*

¹³⁵ Girardet R. *Op. cit., p.138*

rește o identitate compromisă. Fiecare popor își are Salvatorii săi, iar omni-prezența acestora se face simțită mai cu seamă în timpul perioadelor de criză.

În științele politice există anumite norme, care reglementează trecerea de la istoric la mitic, realizându-se, astfel, acel proces de “eroificare”, care conduce la transmutarea realului și la absorbția sa în imaginar. După Girardet procesul de “eroificare” se produce treptat, gradual, la anumite intervale de timp”. Există astfel un anumit “*timp al așteptării*” și al “*chemării*”, când se formează și se proliferază imaginea liderului – *Salvator*. Și este foarte posibil ca imaginea preconcepțată să nu se încarneze niciodată într-un personaj real, ca așteptarea să fie zadarnică.

Etapa a II coincide cu așa-numitul “*timp al prezenței*”: Slavatorul a venit și el va influența cursul istoriei. Etapa a III reprezintă “*timpul amintirii*”, în care figura Salvatorului proiectată în trecut se va modifica după “filtrele” memoriei cu mecanismele sale selective. De remarcat, că atunci când asemenea mit capătă dimensiuni de amploare, el combină mai multe sisteme de imagini. Astfel, din setul de imagini cristalizate în jurul aceluiași personaj, pot fi dispersate patru modele esențiale ale liderului Salvator, care reflectă cel mai bogat conținut mitic.

I. Primul model este cel al lui Cincinnatus.¹³⁶ Imaginea legendară este în acest fel aceea a unui bărbat în vârstă, care s-a evidențiat în alte vremuri prin ceea ce a făcut în timp de pace sau în vremea războiului. A îndeplinit cu demnitate mandatul puterii, apoi a ales calea unei retrageri modeste, departe de tumultul vieții publice. Misiunea acestui tipaj e să liniștească lucrurile, să protejeze cetatea amenințată din exterior. Virtuțile care îi sânt atribuite corespund întru totul termenului general folosit de latini pentru a desemna o anumită formă a exercitării autorității politice, acea numită „gravitas”: fermitate în ceea ce faci, experiență, prudență, sânge rece, măsură, moderație.

Din imaginarul politic autohton imaginea unui lider-gravitas ii poate fi atribuită primului președinte al Republicii Moldova, Mircea Snegur. După eșecul Partidului Renașterii și Concilierii în campania electorală din februarie 2001, / PRCM nu a reușit să atingă pragul electoral de 6%/ liderul acestuia a părăsit ireversibil scena politicului moldovenesc.

Noțiunii de „gravitas”, adică înțelepciunea de a se retrage ilustru, i se opune noțiunea de „celebritas”(latină), care evocă elanul, îndrăzneala tinerilor lideri politici avizi de o glorie spontană. Acest tip de lideri ia în stăpânire mulțimea și o subjugă. În context istoric semnificativ în acest sens este mitul tânărului Napoleon. Prin analogie, calificativul lideri-„celebritas” se potrivește triadei tinerilor guvernanți veniți la putere după scrutinul general din mar-

¹³⁶ *Cincinnatus, consul 460 Î.I.M. dictator de 2 ori*

tie 1988: Sturza-Filat-Arapu. Tentativa de realizare a unei terapii de șoc în faza de tranziție de la sistemul centralizat al economiei naționale la un model al economiei de piață, constituirea artificială a unei elite „compacte” și „impenetrabile” de cei din afara elitei „savante”, - toate aceste caracteristici argumentează afirmațiile de mai sus.

III. Al treilea model îl reprezintă liderul providențial. În istoria contemporană imaginea Salvatorului providențial îi aparține generalului de Gaulle de la 1958, care a stabilit principiile celui de-a V-a Republici. Prin urmare, imaginea liderului providențial se confundă deseori cu așa-numiții „părinți întemeietori”. Astfel majoritatea familiilor politice atunci când este necesar să-și afirme legitimitatea sau să-și asigure continuitatea pe scena politică fac apel la exemplul „marilor strămoși”, sacralizați de legendă. Liderul providențial conștientizându-se întotdeauna ca un mare luptător, ca un combatant al neamului. Vom remarca inerența acestui fenomen regimurilor monarhice, unde legitimarea puterii politice se produce, după Weber, în baza tradiției și nu a autorității legal-raționale. În cotext autohton imaginea „marelui strămoș” îi aparține domnitorului Moldovei Ștefan cel Mare, care a devenit un element forte al simbolisticii politicii moldovenești, exploatat atât de dreapta, cât și de stînga politică.

IV. Ultimul, cel de-al patrulea model îl reprezintă Moise sau arhetipul profetului. Un astfel de lider va intui mersul istoriei, sensibilizînd ceea ce alții abea deslușesc. Fiind conduși de un impuls din interior, ei își călăuzesc adepții spre un viitor progresist. Bunăoară, Napoleon „exilat” pe Sfânta Elena, anunța eliberarea popoarelor și ascensiunea naționaliștilor.

Cel mai exact exemplu de Moise al contemporaneității îl poate servi președintele român, Ion Iliescu. Moise are misiunea de a conduce poporul peste deșert. El va vedea exact limanul, dar va dispărea în momentul atingerii acestuia. Destinul lui Iliescu s-a pliat uluitor de exact peste acest mit. În tinerețe a fost prieten al Faraonului /Ceașescu/. S-a revoltat împotriva acestuia 1971 și a fugit în pustiu. A despărțit apele în decembrie 1989. A rătăcit în deșert /guvernarea Văcăroiu/. Poporul s-a revoltat la un moment dat împotriva lui /1996/¹³⁷.

Destinul individual al liderului-profet se identifică cu destinul colectiv al poporului său. Profeții sunt de regulă oratori aproape „sacri”. Ei acționează prin cuvânt, cuvântul lor poate schimba cursul istoriei. „Ce a făcut Isus Hristos? - comentează Goebbels. A scris cărți sau a ținut predici? Și Mahomed? Uitați-vă la epoca noastră. Mussolini este el un mare scriitor sau un mare orator? Atunci când Lenin s-a dus de la Zurich la Sankt-Petersburg a alergat el

¹³⁷ Teodorescu B. *Marketing politic și electoral*. - București 2001, p.214-229

de la gară la masa lui de lucru pentru a scrie o carte sau a vorbit mulțimii? Doar marii creatori de cuvinte au făcut să existe bolșevismul și fascismul”.¹³⁸

Grație impactului puternic al cuvântului asupra opiniei publice, se realizează adeziunea între conducătorul profet și mulțime. Se produce astfel o absorbție reciprocă între popor și conducător. Așadar, orice sistem politic, oricât de democratic pretinde a fi, ține cont de principiul personalizării puterii. Iar liderul Salvator – deține un rol preponderent în imaginarul politic. Acesta este protectorul “cetății”, el este garantul securității pentru consolidarea valorilor “cetății”.

Un capitol aparte în constelația mitologică îi revine așa-numitei Vârste de Aur sau “vremurilor de dinainte”. Aceasta simbolizează imaginea unei ordini, a unei armonii sociale - sînt imagini ale unui trecut legendar. Imaginea “vremurilor de dinainte” suportă acel proces de selecție sau de transmutație caracteristic aducerii aminte. Astfel, memoria transformă în legendă niște vremuri privilegiate. În imaginarul politic constelația Vârstei de Aur este considerată cea mai stabilă și cea mai actuală.¹³⁹ “Vârșata de Aur” nu este decât evocarea nostalgică a unei fericiri trecute și ceea ce este așteptarea întoarcerii acesteia.

Mitul „Vârstei de aur” a inspirat și a mobilizat electoratul favorabil stîngii comuniste din Moldova în timpul campaniei electorale din 25 februarie 2001. Cu totul altfel interpreta rolul “Vârstei de Aur” Marx. Cu prilejul revoluției franceze de la 1848, el afirmă: “Atunci când oamenii par preocupați să creeze ceva cu totul nou, tocmai în acele momente ale crizei revoluționare ei evocă spiritele trecutului”.¹⁴⁰

Un alt element constitutiv al „constelației” mitologice îl constituie mitul “Unității”. După G.Ballandier, de regulă, mitul Unității, exprimat prin apelul la rasă, popor, își găsește aplicarea cea mai spectaculoasă¹⁴¹ în sărbătoarea ce plasează întreaga națiune într-o situație ceremonială. În contextul teatralizării politice, am putea afirma că mitul Unității nu este altceva decât o „fuziune delirantă” a unei societăți civile.

Mitul Unității comportă o semnificație deosebită în regimurile totalitare, în cele socialiste, unde prevalează statul și personalizarea puterii. În asemenea sisteme sărbătorile însoțite de defilări, procesiuni militare sau civile sunt expresii ale dogmei și forței guvernanților. În aceste cazuri 1 Mai semnifică mai mult decât o sărbătoare a muncii. El reunește, egalează, asociază pentru moment masele și liderii săi. Unul dintre cele mai fascinante spații simbolice

¹³⁸ Pelassy D. *Semnul regăsit*. / Fayard. - Paris, 1983, p.61]

¹³⁹ Cazeneuve J. *Fericire și civilizație*. / Gallimar. - Paris, 1966

¹⁴⁰ Girardet R. *Op. cit.*, p.80.

¹⁴¹ Ballandier J. *Scena puterii*. // AION, 2000, p.21

ale teatrului politic al unității este, fără îndoială, Piața Marii Adunări Naționale din centrul Chișinăului. Aceasta îi conferă un anumit sens – cel de oraș al puterii, apoi cel de inimă a statului moldovenesc.

O materializare a conceptului mitului Unității în contextul politicului moldovenesc sînt recentele sărbători, oficializate de animatorii stîngii și dreptei politice. Astfel, prin decret prezidențial, toamna în Moldova este marcată Sărbătoarea Vinului. Implicit, manifestațiile care durează două zile oferă o posibilitate strategică președintelui Voronin de a se întîlni într-o atmosferă degajată, non-politică cu poporul. Această tactică este acreditată în scopul apropierii imaginii președintelui-comunist, percepute deja de potențialii votanți, de modelul imaginii liderului charismatic. Prin urmare, evenimentele non-politice au capacitatea cae mai mare de a camufla, de a retușa lipsa charisimei liderului politic. Unul dintre liderii cei mai performanți ai dreptei politice moldovenești, primarul capitalei Serafim Urechean, avansează ideea constituirii sărbătorii „Hramul orașului”. Este vorba, de facto, de aceeași strategie de consolidare a imaginii plauzibile, „transparente” a primarului Urechean. „Înghițit”, de mulțime, văzut glumind, surprins cu un pahar de vin în mîină, co-președintele Alianței „Moldova noastră” își adjudecă în acest fel imaginea unuia „dintre noi, cu noi, pentru noi”. Iar faptul, că Urechean respinge categoric inițiativa președintelui Voronin de a comasa aceste două sărbători, conduce îndubitabil la ideea de concurență, de rivalitate, de luptă pentru putere și influență între cei doi lideri politici.

În opinia lui Murray Edelman¹⁴² când este vorba de putere, miturile nu sunt simple ficțiuni, ci credințe larg acceptate. Ceea ce are relevanță în cazul mitului politic este împrejurarea că el mizează întotdeauna pe afecte și doar rareori pe aspectele cognitiv-raționale. Funcția dominantă a mitului politic este una de liniștire, de detensionare a conduitelor angoase, panicate și confuzionate de stimuli sociali contradictorii.

În concluzie, vom remarca etapele principale în evoluția procesului de mitologizare. Oamenii politici devin personalități. Personalitățile se transformă mai apoi în personaje politice. Spre final, personajele politice se transformă în mituri politice. Orice mit politic – Părintele, Omul providențial, Salvatorul etc. – se repetă din generație în generație purtînd cu sine valorile naționale și demnitatea etnică.

Perpetuînd ideea imaginarului politic, Roger-Gerard Schwartzberg identifică cinci tipuri principale de imagine politică:¹⁴³

- eroul

¹⁴² Edelman M. *Politica și utilizarea simbolurilor*. / *Polirom*. - Iași, 1999, p.101

¹⁴³ Schwartzberg R.-G. *L'Etat spectacole*, / *Flammarion*. - Paris, 1977.

- omul simplu (monsieur-tout le monde)
- liderul charismatic
- părintele națiunii
- vedeta politică feminină (non-femeia politică).

Erou este considerat liderul distant, superior, omul de excepție, șeful providențial și adesea, un idol. Este un rol pe care și-l poate asuma nu oricine. Cel care intenționează să-și consruiască strategia pe crearea imaginii de erou, trebuie să justifice o asemenea imagine. Unii alegători sunt de părerea că odată cu dispariția marilor personalități ale celui de al doilea război mondial, timpul eroilor în politică începe să se sfârșească.

Deși există și opinia că eroii pot fi creați. Unul dintre consilierii politici al lui Nixon în 1968 oferea următoarea rețetă: “Trebuie să apari ca o persoană superioară vieții cotidiene, croită din stofa din care se fac legendele. Oamenii sunt emoționați de legende, inclusiv de legendele vii, nu de omul însuși. Aura care înconjoară personajul charismatic în mai mare măsură ca personajul însuși este cea care atrage mulțimea. Sarcina noastră este de a constitui această aură.”¹⁴⁴

Imaginarul politic moldovenesc furnizează o altă derivată a noțiunii de erou - *martir*. Conform dicționarului explicativ, “martir” este considerată persoana care îndură chinuri pentru convingerile sale, mucenic. În distribuția spectacolului politic moldovenesc imaginea eroului martir îi poate fi atribuită fostului deținut politic al regimului separatist de la Tiraspol, actualului senator român, Ilie Ilașcu.

Reprezentatul opoziției unioniste de dreapta, Ilașcu, s-a aflat în carceră de la Hlinaia timp de 9 ani. Condamnat la pedeapsă capitală de către regimul separatist, abandonat de liderii politici de la Chișinău, jertfă a unor intrigi politice țesute între Chișinău și Kremlin, pentru un segment specific al electoratului moldovenesc - cel pro-român, pro-unionist – Ilașcu a fost întruchiparea liderului martir, întruchiparea curajului și a voinței politice de nestrămutat. Fiind divinizat de intelectualitatea pro-română, Ilașcu devine personajul-“locomotivă” a două partide politice, care grație acestuia, acced în forul legislativ de la Chișinău. În alegerile generale din 1994 Ilașcu este primul pe lista electorală a PPCD-ului, iar în alegerile generale din 1998 – Ilașcu este inclus pe listele electorale ale PFD-ului. Astfel, în toila campaniei electorale din februarie 2001, Valeriu Matei, președintele PFD, îi va reproșa liderului PPCD-ist, Iurie Roșca, că a fost “dus întotdeauna de cineva în parlament”, fie că acesta este Snegur (1998), fie că Ilașcu în 1994 sau generalul Alexei în

¹⁴⁴ *Le Seac M. L'etat marketing. / Editions Alain Moreau. - Paris, 1977, p.45*

2001, „generalul de paie”, făcut erou la comanda, pe care a dat-o Lucinschi”¹⁴⁵.

În spectacolul politic românesc imaginea eroului – martir “îi poate fi atribuită lui Corneliu Coposu, supranumit în mitologia politică românească “sfântul politicii”¹⁴⁶. Liderul Convenției Democrate, prin negocierile abile a menținut unitatea Convenției și s-a impus drept lider al opoziției. Trăsăturile care stau la baza imaginii sale de martir: un om care a suferit mult în închisoarea comunistă, o verticalitate morală desăvârșită, pentru care principiile de credință erau mai presus de orice, om apropiat de Dumnezeu, susținător al moralei în politică. În al doilea rând, oricât de crud ar suna, imaginea martirului nu putea fi desăvârșită decât prin moarte.

I. Monseneur–tout–le–monde: omul simplu, lipsit de pretenții și care încearcă să se identifice cu alegătorii săi. Gimmy Carter, bunăoară spunea despre el însuși că “*nu este decât un om ca toți oamenii*”. R.-G.Schwartzenberg remarcă, că liderul care își dorește această imagine va lăsa impresia unui om ca oricare altul, neangajat politic, pe care nu ambiția personală, ci dorința de a sluji comunității îl împinge să candideze.

În timpul Electoralei 2003, imaginea „omului simplu”, neangajat politic și-o adjuceacă candidatul PCRM la funcția de primar al capitalei, Vasile Zgardan. „Zgardan nu este politic” – se remarcă în unul din spoturile publicitare ale acestuia. Astfel, staff-ul PCRM își prezintă subiectul său electoral în contrapunere cu imaginea primarului en-titre, Serafim Urechean, care își făcuse deja publică disponibilitatea de a se plasa în fruntea Opoziției democratice din țară, devenind, între timp, co-președinte al Blocului electoral „Moldova noastră”. Astfel, Zgardan – „omul simplu”, neangrenat în „jocurile” politice, devine un garant al stabilității politice în urbe, între timp ce potențialul conducător al opoziției, „amicul lui Roșca” - așa cum s-a străduit să-l prezinte presa guvernamentală și cea comunistă, „unionistul”, „antistatalistul” Urechean amenință stabilitatea și armonia interetnică în municipiu și nu numai.

II. Liderul charismatic. Candidatul care-și pretinde asemenea imagine, alege metoda seducției, nu cea persuasivă. De regulă, acest tipaj este propriu candidaților de orientare social-democratică: frații Kennedy, Valery Jiscard d’Estaing, Clinton, Petre Roman. Liderismul charismatic este un fenomen rar întâlnit în spectrul politic autohton.

¹⁴⁵ “*Jurnal de Chișinău*”, 2001, 2 februarie, p.10

¹⁴⁶ Teodorescu B. *Marketing politic și electoral. - București 2001, p.220*

III. „Părintele-națiunii” este imaginea liderului bătrânel, înțelept, precum „liniștitorul” Mitterand al francezilor. Părinte al națiunii poate fi considerat indubitabil ex-președintele azer Heidar Aliev¹⁴⁷.

În abordarea politologiei contemporane părintele națiunii este figura tutelară a autorității – sever, dar corect, echitabil.. Capul înțelept al unei familii ce numără milioane de membri.¹⁴⁸

Imaginarul politic este astăzi completat și de așa-numitele feministe – suport și oglindă pentru miturile masculine-sau „non-femeia politică”.¹⁴⁹ În societățile occidentale, feminismul este o doctrină, are o construcție teoretică solidă și o reprezentare puternică în dezbateră publică. Feminismul înseamnă propulsarea femeii în prim-plan, sprijinirea ei în obținerea unui rol social superior. Politica, însă, firește solicită norme ale masculinității: virilitate – pentru liderul care fascinează, înțelepciune – pentru tatăl patriarhal, șarm – pentru omul obișnuit și toate la un loc – pentru salvator.

Femeia politică, însă, trebuie să depășească un anumit prag, ea nu poate să fie corespondentul unui barbat politic obișnuit, ea trebuie să depășească stereotipurile existente și să devină un anti-model al ființei sale. Dacă bărbatul politic își însușește calitățile masculinității, femeia politică este obligată să se debaraseze de calitățile feminității. Ea păstrează un rol masculin, exagerând chiar în fermitatea de care trebuie să dea dovadă. Valoare de feminitate a devenit o non-valoare în cazul femeii politice, deoarece ea poate fi bănuită de slăbiciune. Astfel, s-a impus un nou construct de valoare – “femeia de fier”-

¹⁴⁷ H.Aliev. 80 de ani, fost membru al BP al CC PCUS, în 1993 este ales președinte al Azerbaidjanului, în 1998 reales pentru al doilea mandat, grav bolnav a refuzat să se înregistreze pentru participarea la alegerile prezidențiale din toamna 2003; succesorul său a devenit fiul Alihan Aliev; părinte al națiunii, de asemenea, poate fi considerat președintele Turkmenistanului, ales pe viață, Saparmurat Niazov. 63 de ani, fost membru al BP al CC PCUS, ales președinte în 1990, reales în alegerile anticipate din 1992, 1994 legislativul adoptă decizia privind președinția pe viață. Vezi: Zaharia R. Particularitățile marketingului electoral la nivelul deciziei și acțiunii. // Marketing-Management. / Aromar, N 1-2, 1996, p.42.

¹⁴⁸ Ronald Reagan, în timpul campaniei sale din 1980 a încercat să-și creeze o imagine de părinte, cu ajutorul unor spoturi televizate care tratau următoarea temă: privind îngrijorat un grup de liceeni, candidatul republican se întreabă cu gravitate: “Dacă inflația persistă, ce se va întâmpla cu copiii noștri? Cum își vor plăti ei studiile universitare.”

¹⁴⁹ Non-femeia politică încheie gala „statului-spectacol”. Aceasta este o parodie feminină a bărbatului autoritar. Astfel, vedeta politică feminină își atribuie diverse roluri – de la mamă (Indira Gandhi), fiică (Benazir Bhutto) sau chiar nepoată (Alexandra Mussolini) până la “doamna de fier” (Margaret Thatcher). Acestea se doresc un prieten al tuturor și un susținător al celor aflați în suferință.

care întruchipează curaj politic, fermitate, decizie, chiar duritate. Istoric, prima femeie, care și-a asumat un rol deosebit în politica românească a fost Regina Maria, o personalitate excepțională, care a impus prin inteligență, temperament, simț politic și nu în ultimul rând prin cultură și gust artistic.

În linii generale, fenomenul feminismului în cadrul societății moldovenești este marcat de marginalizarea în masă a femeii, înstrăinarea ei de la posturi decizionale. Conform unor statistici mai recente, în Republica Moldova femeile constituie în guvern 6% față de media mondială, în Parlament – 13,8% față de 36,0% în Sovietul Suprem al RSSM din 1990.¹⁵⁰

Pe piața politică moldovenească rolul non femeii politice i-a revenit directorului de școală, pedagogului Iuliana Gore-Costin, care în consecința ampelilor activități politice pe care le-a desfășurat – animarea grevelor studentești în ajunul alegerilor prezidențiale din 1996, participarea în calitate de candidat independent în cursa prezidențială - devine ambasadoarea Republicii Moldova la Strasbourg.

Analizând aspectele defînitorii ale scenei politice moldovenești, vom remarca prezența alături de “părinți”, “mame”, “nepoate” și a unui altfel de rol – cel de “sugaci”.¹⁵¹

Imaginea “bebelușului bătrân” îi poate fi atribuită dlui Pavel Barbălat, ex-președinte al Curții Constituționale, în confruntările cu contracandidatul sau din competiția prezidențială 2001, Vladimir Voronin. Fiind înaintat din partea fracțiunilor de centru-dreapta, Barbălat obține 35 de voturi vizavi de 59 ale contracandidatului său. Eșecul candidatului democrat putea fi deja prevăzut după primul tur de scrutin. Dispersarea fracțiunilor de centru – dreapta în timpul votului secret nu-i poate asigura “sincerului” și “naivului” Barbălat victoria în această competiție. Dar atunci, când cei 47 de comuniști încep să “rupă” și din voturile drepte, ce urma, evident, să-l susțină pe contra-candidatul lui Voronin, situația președintelui Curții Constituționale provoca, pur și simplu, milă. Spre deosebire, însă, de deputații din fracțiunile de centru – dreapta, indeciși și flexibili, candidatul la funcția supremă în stat promovată de acestea, își păstrează calmul și sinceritatea, pentru a confesa post-factum într-un interviu acordat săptămânalului “Jurnal de Chișinău”:

¹⁵⁰ vezi, Saca S., Saca V. *Fenomenul feminismului și reconstrucția relațiilor internaționale. // 11 septembrie 2001: noul concept de securitate mondială*, - Chișinău, 2002, p.207

¹⁵¹ *Anume un astfel de rol și-a asumat socialistul francez Michel Racord, despre care se spunea că are din ce în ce mai mult aerul unui “bebeluș bătrân”. El miza pe o sinceritate atât de vibrantă, încât devenea extrem de fragil, expus la prea multe eșecuri și imprudențe. Acesta a fost principalul motiv al succeselor sale la televiziune – iradia nevoia de a fi protejat.*

„Contracandidatul meu – V.Voronin – are și partid, și ziar și sponsori, pe când eu am venit în parlament cu mâinile în buzunar, fără grup de susținere ... Atunci mi-am dat seama că n-o să câștige nici un pretendent. Vrasăzică noi am fost ca un fel de mătură a cărării ...”¹⁵²

Evoluțiile opțiunilor politice de ultimă oră au favorizat apariția unui nou tipaj de imagine – actorul politic “oligarh”. Fenomenul corupției, care a afectat, s-ar părea irecuperabil toate cancelariile europene, a determinat reticența electoratului vizavi de actorii apăruiți pe scena politică ai unor anonimi – autori ai unor declarații seducătoare, avizi de putere și de bani, pe care ar putea fi tentați să-i acumuleze sub protectoratul puterii politice. Din acest considerent electoratul european a redevenit deschis pentru descendenții familiilor monarhice. Bunăoară, favoritul alegerilor generale din Bulgaria (17 iunie 2001) devine fostul monarh Simeon al II-lea în vîrstă de 64 ani.¹⁵³

S-ar părea, astfel, că fenomenul “aristocraților” devine una dintre cele mai bine conturate preferințe ale electoratului actual, în opinia căruia politicienii bogăți sînt mai puțin vulnerabili la fenomenul corupției ce capătă proporții impresionante.

Analizînd opțiunile electoratului autohton, vom constata reticența acestuia vizavi de liderii-„oligarhi.” „Oligarhii”, care, de regulă, sînt și reprezentanți ai elitelor „tehnocrate” /”savante”/, cu semnificative conturi bancare în țară și în străinătate, sînt suspectați de afaceri dubioase sau deturnări de fonduri. Câțiva politicieni din categoria „milionarilor” au devenit, cu puțin timp înainte de lansarea oficială a campaniei electorale din martie 1998, protagoniștii unor articole scandaloase din presa autohtonă: “Ion Sturza (PDM), Vladimir Filat (PDM), Nicolae Andronic (PRCM) etc.

PPCD va profita de aceste publicații pentru a „demola” pe căi mediatice imaginea politică a formațiunilor rivale. Astfel, în broșura difuzată în timpul campaniei electorale de PPCD-isti – cu genericul “Cartea neagră a corupției”- se fac desvăluiri senzationale despre businessul privat al unor personaje politice.¹⁵⁴

¹⁵² „Jurnal de Chisinau” 2001, 12 ianuarie, p.4.

¹⁵³ Mișcarea națională în frunte cu Simeon al II-lea obține 42,73% din sufragii, adică 120 din cele 140 mandate în Adunarea Națională. După cotidianul spaniol “Pais” bulgarii au văzut în progenitura regală un învingător incontestabil după căderea comunismului, acesta nefiind infectat de corupție. Cotidianul vienez “Presse” face chiar o paralelă între victoria monarhului bulgar și cea a premierului italian Silvio Berlusconi: „Ambii nu sunt limitați în surse, de aceea nu vor stoarce fonduri din bugetul statului.”(vezi “Moldavskie vedomosti” 23 ianuarie 2001, p.3)

¹⁵⁴ Vice-președintele PDM, Vladimir Filat, ar fi fost implicat în mai multe scandaluri de corupție, dintre care – afacerea “Tu-154” și exportul ilicit de țigări. Sau “Cazul

Analistul român, Gheorghe Teodorescu, continuă galeria tipajelor politice în interpretarea lui R.-G.Schwartzenberg, lansând o nouă teorie – cea a „notorietății” actorului politic. Miza notorietății constă într-o subliniere a meritelor unui actor pînă într-atît, încît să devină o voce în stare să se facă acceptată în societate. O asemenea resursă se folosește într-o lume saturată de mesaje. După Teodorescu „dobîndirea unui impact notabil al actorului social implică eforturi serioase de depășire a pragului mediu de popularitate prin acte de sugestie emoțională și de provocare a interesului față de prestațiile sale publice.”¹⁵⁵ Dobîndirea notorietății este facilitată de mass-media. Bătălia pentru „imagine” se dă în numele principiului de aur al succesului în politică: „Dacă ești pe ecran, ești!”

Studiul de caz vizavi de evoluția evenimentelor și a comportamentelor politice, ne permite să abordăm încă un tipaj din imaginarul politic moldovenesc, cum ar fi „fiul răzvrătit”. Fenomenul în cauză se realizează în două variante – nedisimulată și disimulată. În plan teoretic fenomenul „fiului răzvrătit” presupune scindarea unei formațiuni politice ca rezultat a unor mișcări „de culise” regizate de sub-liderul respectivei formațiuni. Acesta se transformă, în consecință, odată cu evoluția evenimentului, într-un „fiu răzvrătit” al liderului-„părinte”. Un exemplu edificator în această ordine de idei s-a produs la 1995, cînd din sînul fracțiunii parlamentare PDAM, atunci partid aflat la guvernare,¹⁵⁶ se disociază aripa progresistă, reformatoare a celor unsprezece deputați agrarieni în frunte cu Nicolae Andronic. Astfel s-a produs „ruptura” de cotitură între Președintele ales de întreg poporul, Mircea Snegur și liderii Partidului Democrat Agrar. Cei 11 deputați, care au „boicotat” fracțiunea agrariană, vor constitui mai apoi „nucleul dur” al unei noi formațiuni politice – Partidul Renașterii și Concilierii din Moldova, președinte - Mircea Snegur. În mediul legislativului, însă, deputatul Andronic capătă, astfel, imaginea „fiului răzvrătit”. Este un exemplu concludent de imagine a „fiului răzvrătit” nedisimulat.

Meandrele jocului politic moldovenesc scot în evidență și un altfel de model – cel al „fiului răzvrătit” disimulat. Cea mai laconică definiție a acestei

Sturza”, care a făcut obiectul dezbaterilor în presa autohtonă imediat după desemnarea acestuia în funcție de prim-ministru (1998). Firma lui Sturza “Incon S.A.” nu a repatriat jumătate de milion de dolari. Fiind ministru al Economiei, acesta și-a anulat datoriile față de stat. [vezi Cartea neagră a corupției. / Chișinău, 1998]

¹⁵⁵ Teodorescu Gh. *Putere, autoritate și comunicare politică.* / Nemira. - București, 2000, p.84

¹⁵⁶ *Arhitectura Parlamentului Republicii Moldova după alegerile din 27 februarie 1994: PDAM - 56 mandate, PSMUE - 28 mandate, BȚI - 11 mandate, AFPCD - 9 mandate.*

prezențe pe scena politică ar fi în viziunea autorului lucrării, imitarea bine preconceptă, cu un scop bine determinat a „fiului răzvrătit” nedisimulat. La asemenea trucaj politic se recurge, în speță, în ajunul campaniilor electorale pentru o pretinsă distanțare de personajele politice compromise anterior și negreate de publicul electoral. Promovarea premierului Dumitru Braghiș în campania electorală din februarie 2001 a fost cel mai amplu mediatizat spectacol politic al „fiului răzvrătit”. Rolul „părintelui abandonat” revenindu-i președintelui Petru Lucinschi, care la acea etapă parcurgea o perioadă de criză de imagine pe piața politică autohtonă. Pentru a simula o distanțare de un președinte „ratat” /dar care, l-a promovat în funcția de prim-ministru/, lui Braghiș îi revine în distribuție rolul „fiului răzvrătit”.

Disensiunile politice dintre P.Lucinschi, președintele Republicii Moldova, și D.Diacov, Președintele Parlamentului (la momentul cronologic evocat) este un alt model de incompatibilitate dintre liderul politic - „tată” și sub-liderul politic. Drept motive de scindare a cuplului politic Lucinschi – Diacov /1999-2000/ (acesta din urmă fiind și președintele Mișcării social-politice „Pentru o Moldovă Democratică și prosperă” - axa electorală a candidatului Lucinschi în cursa prezidențială de la 1996) au servit dezbaterile publice vis-à-vis de revizuirea Constituției Republicii Moldova în favoarea modelului parlamentar. Subiectul în cauză ascundea, de fapt, aspirațiile „spicherului Diacov” de a evolua în „președintele Diacov”.

Imagografia au mai specificat și alte categorii de personaje politice- mai brute, mai firești. Printre acestea și imaginea „haiducului” în peisajul politic. Haiducul este personajul care se afirmă pe scena politică nu prin calități instituționale sau elevate, ci printr-un mod direct de acțiune specific oamenilor simpli, adică într-un mod lipsit de echivoc, brutal și batjocoritor, fiind astfel pe placul cetățeanului obișnuit. Haiducul nu va fi niciodată un aristocrat prin comportamentul sau. Orice gest aristocratic ar fi considerat un act de trădare, de abdicare de la condiția omului simplu. Haiducul este un erou, dar unul popular, care se deosebește de eroismul clasic occidental. Haiducul nu acționează în numele principiilor abstracte, ci în numele situațiilor, în numele oamenilor simpli și asemeni oamenilor simpli.

Imaginea „haiducului” își are derivate specifice în statul –spectacol moldovenesc. Astfel, „haiducul” politicii moldovenesti poate fi ușor identificat în persoana primarului de Chișinău, incompatibil cu autoritățile centrale. „Eu am zic că orașul va primi căldura și așa va fi,” - va reproșa Urechean ministrului Energeticii, care insistă ca blocurile de locuit cu datorii enorme față de „Termocom” să fie conectate la agentul termic doar după achitarea integrală

a datorilor.¹⁵⁷ Astfel, primarul de Chișinău își adjucecă decisiv imaginea liderului-„gospodar”. Totodată, declarațiile dure ale primarului capitalei la adresa partidului comunist, care revine la vechea structură /sovietică/ a administrației publice locale, declarațiile despre inoportunitatea implementării modelului de medicină prin asigurare etc. devin un argumen elocvent al prezenței „haiducului-gospodar” în spectrul politicii moldovenești. Imagine pe care staff-ul Urechean a „proliferat-o” și în timpul campaniei electorale din 2003.

O altă derivată a „haiducului” autohton ar vi imaginea „spărgătorului de alianțe” sau „omul cu care nu te poți înțelege”. Portretul îi aparține liderului PPCD, Iurie Roșca¹⁵⁸. Subiect al Convenției Democratice în alegerile prezidențiale din 1996, mai apoi al ADR în perioada post electorală 1998 - dizolvate ambele în consecința unor manevre politice ale liderilor PPCD.

Prin urmare, am putea afirma, că arhitectura realității social-politice dictează apartința dihotomiei „cerere-ofertă”. Miturile politice iau naștere în funcție de cererea comunității. Așa cum, bunăoară revoluțiile „de catifea,” din Europa de Sud-Est au scos în vileag necesitatea liderilor-reformatori, la fel tînăra democrație din statul moldovenesc la diferite etape a revendicat alternativ „revoluționari”, „reformatori” „democrați”, „dogmatici”. De unde, probabil, și aforismul: „Fiecare popor este demn de conducătorii săi”.

Investigațiile simbolico-mitologice constituie o necesitate politică de stringență. Ele rămînînd foarte solicitate, mai ales pe durata perioadelor de criză, când „magia” politică se află în deficit de eficacitate. Figurile mitice și simbolurile puterilor se schimbă concomitent cu traseul istoriei, odată cu regimurile și pasiunile politice. Dar în toate timpurile ele au sacra misiune de a mobiliza, de a lansa o nouă istorie ce trebuie construită: de a elimina deziluziile și crizele modernității. Totodată, mitul imaginii securizante și protectoare trebuie să confirme unitatea națiunii, eficacitatea guvernării.

Referințe bibliografice

- Măgureanu V. Studii de sociologie politică. / Albatros. - București, 1997.
Zamfir C. Dicționar de sociologie. / Babel. - București, 1998.
Sfez L. Simbolistica politică. / Polirom. - Iași, 2000
Burdeau G. La politique au pays des merveilles / PUF. - Paris, 1970.

¹⁵⁷ Emisiunea „Aleșii poporului” // *TVM*, 2002, 4 noiembrie

¹⁵⁸ *Nu ați obosit să fiți etichetat ca „spărgător de alianțe”? – Ce să zic? Veți vedea că mai aproape de următoarea campanie electorală vom ieși cu câteva surprize care vor debusola puțin condeiele obișnuite să creioneze o anumită imagine a PPCD. În rest, am spus-o nu o dată: există un partid nesuferit care se cheamă PPCD, există un personaj indezirabil și intratabil care se cheamă Iurie Roșca...Dar, nimeni nu bate un câine mort. / „Timpul”, 2003, 12 septembrie, p.8/*

- Carlot J. Pourquoi Jacques Chirac. / De Fallois. - Paris, 1995.
- Lorain P. Misterioasa ascensiune a lui Vladimir Putin. / Editura Z. – București, 2001.
- Levi-Straus C. Antropologia structurală. / Politica. - București, 1978.
- Turner V. Le phenomén rituel, structure et contre-structure. / PUF. - Paris, 1980.
- Лебедева Т. Франция: выборы президента. / МГУ. - Москва, 1995.
- Vartic A. Snegur. / Basarabia. - Chișinău, 1996.
- Zaharia R. Particularitățile marketingului electoral la nivelul deciziei și acțiunii. // Marketing-Management. / Aromar, N 1-2, p.39-47.
- Teodorescu B. Marketing politic și electoral. / SNSPA. - București, 2001.
- Girardet R. Mituri și mitologii politice. / Institutul Europea. - Iași, 1997.
- Ballandier G. Scena puterii / Aion. - Oradea, 2000.
- Edelman M. Politica și utilizarea simbolurilor. / Polirom. - Iași, 1999.
- Lardellier P. Teoria legăturii rituale. Antropologie și comunicare. / Tritonic. - București, 2003.
- Le Seac M. L'état marketing. / Ed. Alain Moreau. - Paris, 1977.
- Societatea și cultura, Nr.8, 1994.
- Schemeil Y. Les cultures politiques, Traité de science politique. / PUF. – Paris, vol.3, 1985.
- Pelassy D. Semnul egsirii. / Fayard. - Paris, 1983.
- Schwartzzenberg R.-G. L'état-Spectacle. Essai sur et contre le „Star-System” en politique. / Flammarion. - Paris, 1977

ELITA ȘI SOCIETATEA¹⁵⁹

Ana MARGARINT
Republica Moldova, Chișinău
Universitatea de Stat din Moldova
Facultatea de Relații Internaționale,
Științe Politice și Administrative
Catedra Politologie
lector, MA

Cercetând problemele cu care se confruntă societatea noastră contemporană inedit ne ciocnim de problema distribuirii puterii, cine conduce societatea, cine hotărăște cursul politic sau pe cel a reformelor. Orice cercetare a

¹⁵⁹ Recenzent – doctor, profesor universitar Ion Sandu