

Despre spălarea pe creier la Est și la Vest

de Matei Vișniec

TransEuropaEspress, 3-4 martie 2011
Auditorium Ara Pacis (Roma)

lectură publică de Thomas Otto Zinzi

1. IDENTIFICAREA RĂULUI

Singurul confort al intelectualului care trăiește într-o societate totalitară: răul este extrem de ușor de identificat.

În Europa de Răsărit, în anii comunismului, știam precis unde era situat răul, cine îl încarna și cum trebuia combătut. Răul era vizibil, etalat în toată brutalitatea și prostia sa. Simbolurile răului erau clare, persoanele care îl serveau aveau un nume.

Mult mai greu este însă de identificat răul în țările cu mare tradiție democratică, în Occidentul care a inventat societatea de consum. Aceasta a fost marea mea stupoare și marea mea revelație când am ajuns, în 1987, ca refugiat politic, în Franța. Știuseseam să mă apăr de ideologia care dorea să construiască omul nou de tip socialist, dar împotriva ideologiei care construiește consumatorul nou m-am simțit dezarmat.

Știam să ironizez și să rîd de uriașa mașină de propagandă a comunismului de stat și de industria comunistă de spălare a creierelor. Am descoperit însă în Occident că este mai greu să rezisti spălării pe creier operată de mașina mediatică, de publicitate și modă, de industria de divertisment și de avalanșa de imagini a societății de consum.

În România comunistă răul era încarnat de cuplul prezidențial, de piramida puterii, de aparatul represiv și de partidul unic. Instrumentele răului erau ușor de detestat iar populația inventa câte un banc politic pe zi ca să reziste împotriva opresiunii. În lumea liberă am impresia că industria de divertisment își rîde de mine. Deseori mă simt ca un intelectual fără adversar. Manipularea prin sloganele societății de consum este infinit mai subtilă, adevăratul adversar rămîne invizibil.

2. DUPĂ COMUNISM, JURNALISM

În România, înainte de 1989, jurnalismul era imposibil. În prezent, în Franța, sunt jurnalist dar meseria mea este în pericol.

În Franța, dar și în alte țări occidentale au apărut în ultimii ani numeroase analize legate de delirul mediatic și chiar de "moartea informației".

"Meseria noastră a luat-o pe o pantă greșită" (*Notre métier a mal tourné*) spun doi ziariști, Philippe Cohen și Elisabeth Lévy, într-o carte avînd chiar acest titlu, apărută acum doi ani. Trăim într-o epocă total paradoxală, susțin ei. Acele forme de jurnalism care erau altădată foarte respectate, jurnalismul de investigație, jurnalismul făcut de marii reporteri, jurnalismul ca formă de contraputere, dispar treptat. Cu cît crește numărul jurnaliștilor, cu atît se face mai puțin jurnalism de calitate... Și aceasta datorită faptului că jurnaliștii au devenit ei înșiși prizonierii mașinii mediatice internaționale și ai senzaționalismului practicat de ea. Vrînd, nevrînd, mai de voie mai de nevoie, pentru a putea trăi sau pentru a nu fi ejectați de turbionul informației devenită o industrie, jurnaliștii se adaptează și devin treptat complici ai marelui spectacol mediatic. De fapt, mai scriu cei doi autori, după prăbușirea tuturor ideologiilor, inclusiv a celei comuniste, a început să ne domine o formă confuză de ideologie care este cea mediatică (de unde și expresia folosită de ei, "după comunism, jurnalism"). Pentru că astăzi omul e fascinat de știri și de ceea ce se întîmplă la televizor, de marele spectacol mediatic și de foiletonul actualității. Puterea mediatică îl subjugă, îl droghează, omul a devenit deja dependent de acest spectacol la care participă de altfel din ce în ce mai mult prin intermediul Internetului.

La sfîrșitul anului 2007, cînd Grecia era confruntată cu incendii de păduri catastrofale, un prezentator al canalului de televiziune francez privat TF1, cel mai vizionat din Franța, anunța difuzarea unui reportaj despre această dramă și *își cerea scuze pentru proasta calitate a sunetului și a imaginii*. La prima vedere această frază pare anodină. Și totuși ea are o semnificație enormă. Pentru că prezentatorul respectiv era sincer: el servea mașina mediatică și îi părea rău că imaginile cu oameni disperați, cu familii ruinate, cu fețe în lacrimi nu erau mai *clare*, mai profesionale. Îi părea rău că nu se auzeau mai clar plîsetele copiilor și ale femeilor. Pentru industria mondială a informației, cea care dă tonul pe planetă, profesionismul înseamnă în ziua de astăzi o înaltă cotă de acuratețe în prezentarea unor subiecte senzaționale care să producă o mare emoție. Din scuzele respectivului prezentator putem deduce că și altele de acest gen sunt posibile. Da, mașina mediatică începe să se simtă vinovată atunci cînd nu are *imagini tari și subiecte senzaționale* la îndemînă, prezentate cît mai *frumos*, cît mai *spectaculos*, cît mai *emoționant* cu putință.

În acest cor, în acest corp profesional, în această nouă industrie de spălare a creierelor s-au înregimentat între timp mulți ziariști. *Faptele și numai faptele*, este deviza marilor agenții de presă și a marilor furnizori de informație, cei care decid, practic, care sunt știrile esențiale ale fiecărei zile și care este ierarhia lor (mai precis, în ce ordine trebuie difuzate respectivele știri). Faptele și numai faptele, cât mai obiectiv cu putință, pentru că publicul își va face el singur o părere. Oare?

Faptele și numai faptele este o deviză care convine de minune mașinii mediatică. De ce să fie jurnalistul și un interpret, și un analist, când publicul este considerat destul de inteligent pentru a-și face singur o părere? *Faptele și numai faptele* este o deviză care convine și puterii politice. Pentru că puterea politică, a cărei principală grijă este întotdeauna să se mențină cât mai multă vreme în poziția dominantă, nu are nevoie nici ea de analize și de interpretări. Jurnalistul care încearcă să gândească în era mediatică devine suspect și poate fi acuzat chiar de lipsă de "profesionalism."

De fapt, asistăm la "moartea informației" spune un alt eseist și editorialist francez, Alfred du Roy într-o carte apărută în 2007. "Moartea informației" este și titlul cărții sale, iar el explică de ce independența presei devine imposibilă pe fondul competiției teribile dintre mediile de informare. Când primează senzaționalismul, emoția, spectacolul, punerea în scenă a informației, când mediile de informare recurg la artileria "grea" a vulgarității și a scandalului pentru a-și atrage publicul, atunci dispar toate reperele deontologice. Concurența acerbă produce de fapt derapaje și nicidecum calitate. Iar jurnalistul care încearcă să rămână *independent*, care nu joacă jocul spectacolului mediatic, se vede marginalizat, face chiar figură anacronică. Alfred du Roy mai spune ceva foarte interesant în cartea sa: astăzi toți oamenii politici, toți artiștii, toți *actorii sociali* se interesează în cel mai înalt grad de *imagea lor mediatică*. Agenții de imagine s-au multiplicat în ultimul timp și se interpun între jurnalist și obiectul lor de investigație. Iar sărmanul jurnalist se vede uneori în situația de a nu face altceva decât să transmită mai departe niște informații furnizate de agenții de imagine... Cum să nu moară, în aceste condiții, informația, sau mai bine spus adevărul? Și pe de altă parte, cum să nu-și piardă oamenii încrederea în informație și de fapt în jurnalism?

"Nu adevărul mă interesează, ci adevărul interesant". Această frază mă urmărește din vremea când eram student și îi aparține unui mare epistemolog, Thomas Kuhn. Știința, spune el, nu progreașă prin banalități, prin *adevăruri* banale ci prin descoperirea unor adevăruri surprinzătoare, neașteptate, *interesante*. Unghiuri interesante de abordare există, deci, în toate domeniile. Prin extrapolare, mă întreb deci: de ce ar trebui să abandonăm jurnalismul pe mîna celor care îl *nivelează* și îl subordonează spectacolului mediatic?

Jurnalistul nu este un fotograf, un tehnician care face o ecografie. El este (sau trebuie să devină) un medic, cel care *analizează* ecografia, un *interpret*, în sensul că interpretează ecografia realității și distinge zonele tumorale ale actualității. Înrolarea în masă a jurnaliștilor în mașina mediatică este o imensă pierdere pentru democrație, mai ales într-o perioadă când democrația însăși a intrat în criză și tinde să devină, după cum vedem și la Est și la Vest, o mascaradă.

Comunismul a fost detestat de sute de milioane de oameni, ar fi păcat ca și jurnalismul, altădată simbol al contra-puterii și al lucidității, al independenței și al demnității, să înceapă să fie detestat pe fondul transformării sale într-o formă de mimetism mediatic docil.

3. DE CE A CĂZUT COMUNISMUL?

Pare o glumă filozofică dar nu e: comunismul a fost învins din punct de vedere ideologic de etichetele, pungile și ambalajele occidentale. Si nimeni n-a evaluat pînă acum forța subversivă a acestor etichete și a acestor ambalaje. Efectul lor asupra noastră, în anii *grei*, a fost mai puternic decît suntem noi capabili să o recunoaștem.

Toate produsele care ajungeau la noi din vest aveau un dublu impact, unul estetic și altul emoțional. Impactul estetic se manifesta prin faptul că nimeni nu arunca niciodată un ambalaj venit din vest. Cutiile de cafea erau păstrate la nesfîrșit pe o poliță în bucătărie chiar și după ce se termina cafeaua din ele. O sticlă de whisky, chiar dacă era golită, nu se arunca niciodată, se umplea eventual după aceea cu țuică. O sticlă din plastic de Coca-cola devenea și ea un obiect fetiș, era imposibil de aruncat, oamenii o refoloseau într-un fel sau altul, fie că puneau în ea lapte, fie că o țineau ca pe o ofrandă sau ca pe o pradă de război în cămară. Cînd primeau ciocolată din Occident, est-europenii aveau grijă întîi să desfacă ușor, cît mai delicat, ambalajul, ca să păstreze undeva bine întins staniolul... Pungile care veneau din Occident erau și ele un bun prețios și oamenii ieșeau cu ele la cumpărături, oarecum mîndri că aveau o pungă "occidentală". Toate aceste "pungi" se plimbau de altfel prin orașele noastre cenușii cu o anumită nonșalantă, exista un fel de protest surd și metaforic al pungilor... Rare erau persoanele care să nu fi avut în casă o astfel de pungă provenită din Germania sau din Italia... Putem vorbi chiar de un protest al pungilor din plastic, după cum putem vorbi despre mesajul lor anti-comunist... În țările este-europene unde libertatea de expresie era inexistentă, oamenii protestau prin pungile de plastic pe care le purtau în buzunar sau le utilizau pentru cumpărat pîine, făină, salam. Ar trebui să le fim recunoscători acestor pungi, cred eu, pentru că ele ne-au ajutat să ne exprimăm disperarea, dacă n-am fi avut aceste pungi cu care să umblăm de colo-colo și să ne afișăm protestul ne-am fi asfixiat, am fi murit dracului de neputință și de umilință. Cînd gurile noastre erau cusute, noi protestam de fapt cu pungile, nu eram decît niște pungi ambulante care se plimbau prin București, prin Sofia, prin Kiev. Pe aceste pungi figurau tot felul de desene atrăgătoare, tot felul de imagini occidentale, tot felul de texte aparent comerciale dar de fapt protestatate. Nu, nici un filozof nu s-a ocupat niciodată de semantica acestor imagini și texte imprimate pe pungile de origine occidentală înainte de 1989. Pe unele era scris MARLBORO, pe altele ELVIS, pe altele SUPERMARKET... Pentru est-europeni, însă, toate aceste cuvinte aveau o cu totul altă semnificație, ele însemnau de fapt JOS COMUNISMUL!

Ar trebui să instituim o Zi Mondială de Omagiere a pungilor, a etichetelor și a ambalajele occidentale care au ros din interior comunismul... Ele au fost dizolvantul ideologiei totalitare, marxism-leninismul s-a evaporat în ele.

Pentru că ele au lucrat asupra creierului, asupra imaginarului. Era suficient, pe vremuri, să te uiți la cutia de cafea occidentală în care păstrai de fapt zahărul ca să respiri puțină speranță. Toate aceste etichete și ambalaje erau ca niște ferestre spre occident, tot atâtea *tunele* de evadare mentală. Când ne cumpăram blugi era absolut necesar ca marca LEVI'S să fie vizibilă, iar dacă mai puneam mîna și pe un tricou occidental pe care scria LOVE atunci evadarea era totală, sau ne consideram deja integrați în Europa... Toate aceste cuvinte străine și toate aceste imagini colorate ne-au ajutat de fapt să rezistăm într-o lume în care lipseau culorile. Da, acesta este adevărul, comuniștilor nu le plăceau culorile, detestau culorile, cu excepția steagului roșu bineînțeles.

N-aș merge atît de departe cu curajul reflexiv încît să pretind că sistemul comunist ar mai fi durat dacă comuniștii ar fi fabricat ambalaje mai frumoase. Fapt este însă că regimurile comuniste nu au înțeles niciodată cît de persuasivă este forța imaginii. Iar dacă și-ar fi luat, la acea oră, niște directori de imagine occidentali, ar mai fi rezistat fără îndoială o vreme.

Astăzi mi se pare însă extrem de trist faptul că societatea de consum occidentală a învins utopia comunistă. O formă de spălare a creierelor a fost alungată de altă formă de spălare a creierelor.

4. MAȘINA CAPITALISTĂ DE SPĂLARE A CREIERELOR

Despre cum ne îndoctrinează societatea de consum și mai ales doctrina ultraliberală care a fost dominantă în ultimele două decenii nu se vorbește destul, cel puțin în Estul Europei.

Faptul că sistemul comunist a fost unul dezastruos pentru om și pentru natură nu înseamnă însă că nu trebuie să observăm derivatele, excesele și tendințele monstruoase ale *orîndurii comerciale excesive* în care trăim. Folosesc această formulă pentru a spune de fapt că lumea *globală* de astăzi este din ce în ce mai mult o creație a *negustorilor*. În jurul mesei unde s-au adunat "arhitecții" lumii globale nu a fost invitat nici un filozof, nici un artist, nici un scriitor, nici un profesor, nici un medic, nici un fermier, nici un sindicalist... Nu, cei care ne organizează viața și viitorul sunt exclusiv negustori și bancheri, oameni de afaceri și traderi. Altfel spus indivizi care au nevoie de un spațiu vast, fără opreliști, în care să circule liber în primul rînd banii, mărfurile, forța de muncă și întreprinderile, dar nu și democrația, idealurile de libertate și ideile.

Lucrul cel mai grav pe care îl ascunde această arhitectură este faptul că ea nu mai are nevoie de democrație, dovadă că pentru foarte multe țări de pe pămînt China este principalul partener comercial. În naivitatea noastră, înainte de căderea comunismului, unii dintre noi credeam că liberalismul economic emana din sfera democrației. Dar nu, cele două dimensiuni nu sunt legate între ele, capitalismul poate funcționa și fără democrație, ba chiar la un moment dat începe să fie jenat de ea.

Toate aceste aberații sunt observate de mult de unii intelectuali occidentali, dar mai rar într-o Europă de Est scăpată de comunism și care are tendința de a trece de la o extremă la alta, cu o stupefiantă auto-cenzură față de evoluția ultraliberalismului, și mai ales cu o incredibilă diminuarea a spiritului critic. Pînă și americanii sunt uneori mai critici față de propria lor societate decît est-europenii cînd vine vorba de modelul american. Faptul că noul tip de capitalism ultraliberal începe să-și bată joc nu numai de om ci și de democrație este disecat în sute de articole, eseuri și de cărți, și aș cita doar un titlu, o carte scrisă de americanul Neil Postman intitulată "Amusing ourselves to Death" (Să ne distrăm pînă cînd ne dăm sufletul), publicată în 1985. Pentru a rezuma, această carte, reeditată anul acesta în Franța, denunță abrutizarea oamenilor prin divertisment, precum și modul în care televiziunea distruge democrația.

Revin însă la subiectul enunțat inițial, spălarea creierelor în Occident. Iată cum am putea rezuma îndoctrinarea ultraliberală sub formă de sfaturi pe care un bun "tată" le-ar putea da fiului său:

- tu fiule, ai să-ți dorești toată viața ta un singur lucru: să ai bani; iar acești bani pe care îi vei câștiga cu îndârjire nu trebuie să doarmă, îi vei investi mereu și în așa fel încât să fie în mișcare continuă;

- toată viața ta va trebui să consumi cu îndârjire pentru că numai consumul este motorul economiei; ce trebuie să-ți cumperi ca să te simți realizat și fericit ai să vezi la televizor, de altfel cam trei sau patru ore pe zi ar fi bine să le dedici televizorului

- din când în când ți se va spune că ești un "tigru", și atunci vei face ca irlandezii din Irlanda ("tigrul celtic" era numele ei prin anul 2000), adică te vei îndatora pînă la sînge ca să cumperi case și alte bunuri, chiar cu prețuri astronomice, și vei fi mîndru că ai cele mai mari venituri din Europa și vei fi mîndru și de faptul că în țara ta se instalează mii de întreprinderi din toată lumea; însă, atunci cînd brusc vei descoperi că ești ruinat și că salariul tău va fi redus cu 25 la sută, să nu încerci să înțelegi ce s-a întîmplat, continuă să muncești și ascultă ce-ți spune guvernul

- marele tău model, dragul meu, va fi America; crede orbește în Statele Unite ale Americii și nu încerca să înțelegi nici acest lucru, cum de a fost posibil ca țara care dădea lecții de gestiune întregii lumi să fie și țara de unde izbucnește una dintre cele mai grave crize financiare din ultima sută de ani; nu încerca să înțelegi nici ce înseamnă aceea "produs financiar toxic", sute de experți încearcă, chiar în America, să o facă, pentru a descâlci hățișul celor 800 de bănci care au dat faliment în lanț, și nu le este ușor

- tu, fiule, în țara ta mică din Estul Europei vei învăța la un moment dat limba engleză; fără ea ești mort; să nu te intereseze cum se spune "bună ziua" în limbile din țările vecine cu tine (de exemplu în ucraineană, în bulgară, în sîrbă sau în maghiară); nu, tu vei învăța engleza și numai engleza: *hello, coca-cola, shit, time is money... shit* este un cuvînt important, folosește mult în viață ca să înțelegi valoarea unor doctrine și al unor bunuri de consum

- și pentru că vorbeam de vecinii tăi: tu, fiule, nu te vei uita niciodată la ei, nu te vei interesa niciodată de ei, tu vei privi spre Occident și spre America; nu vei ști niciodată cum se spune *shit* în bulgară, ucraineană, sîrbă sau maghiară; nu vei citi niciodată vreo carte scrisă de vreun bulgar, ucrainean, sîrb sau maghiar și nu vei vedea niciodată vreun film făcut de ei; nu, tu vei citi numai cărți traduse din engleză, vei vedea filme făcute la Hollywood și vei asculta muzică anglo-saxonă

- cînd ai să auzi că în diverse țări (Franța, Grecia, Spania) unii încep să manifesteze, să facă greve și să spună că poate există și un alt model socio-economic de viață (adică nici comunist dar nici ultraliberal) tu să nu-i crezi, să-ți

spui că a face grevă și a ieși în stradă este un lux, că democrația este o imensă pierdere pentru economie; de altfel uite ce realizări are China și fără democrație, și uite cum nu crîcnește nimeni în Marea Britanie (țara în care se învîrt o mare parte din banii planetei) chiar dacă se anunță suprimarea a jumătate de million de posturi

- ca să fii *trendy* în privința concepțiilor tale despre viață și lume nu încerca niciodată să spui ceva de rău despre modelul suprem anglo-saxon, că riști să fii tratat de comunist, de populist, poate chiar de fascist sau, cine știe, s-ar putea să ți se reproșeze ceva extrem de grav, că ai început să gîndești; ori, dragul meu, lumea globalizată nu are nevoie de cetățeni, ea are nevoie de buni consumatori; fă-ți deci datoria ta de consumator și nu uita să te uiți din cînd în cînd în pubelele tale: cînd vei vedea că ele sînt pline ochi și că ai ajuns să arunci zilnic tot atîtea cantități de deșeuri menajere ca un american (adică de patru ori mai multe decît un european) atunci să știi că ți-ai atins țelul.

5. LUPTA DINTRE MINE ȘI MINE

E greu să fii scriitor și jurnalist în același timp. În ce mă privește, în orice caz, mie îmi este din ce în ce mai greu. Luate separat, ambele meserii sunt extraordinare. Când sunt exercitate împreună, ele încep să se bată cap în cap, se ciocnesc chiar cu o violență surprinzătoare.

Literatura te trage oarecum în sus, spre înălțimi, spre tot ce e mai sublim în om. Jurnalismul, dimpotrivă, mai ales când e practicat zi cu zi, te izbește de pământ, de realitate, de actualitate. Literatura îți dă o speranță, te ajută să explorezi omul în zonele sale de puritate, de mister cosmic. Jurnalismul te obligă să descoperi mizeria realității, lipsa de speranță reală în viitor, faptul că oamenii comit la nesfârșit aceleași greșeli istorice și rămân mereu la fel de odioși.

Literatura înseamnă și poezie, foame de nuanțe, încoronare a omului ca o reușită a vieții, poate a întregului univers. Jurnalismul vine să-ți pună zilnic în față acel buletin de știri care nu este altceva decât o listă de orori – ultima listă de orori comise de om pe planetă. Explorat de scriitor, omul este o ființă cu potențialități infinite. Prezentat de jurnalist, omul rămâne veșnic aceeași brută incapabilă să renunțe la violență și la satisfacerea poftelor sale imediate.

Cum spuneam, cele două meserii sunt în același timp fascinante și necesare, dar atunci când se reunesc în aceeași ființă, ele încep oarecum să nu mai aibă încredere una în alta. Scriitorul începe să nu mai aibă încredere în om pentru că imaginea despre om prezentată de jurnalist este catastrofală. Iar jurnalistul începe să nu mai aibă încredere în scriitor pentru că tot ceea ce imaginează acesta în jurul omului este contrazis de realitate.

Imaginea omului, așa cum emană ea din literatura universală, este una în general eroică: omul sfidează zeii, se luptă pentru o idee, rezistă împotriva curentului, visează la perfecțiune, crede în progres și în sensul sacrificiului... Chiar și la cei mai pesimiști autori pentru care omul este un veșnic prizonier al societății sau al istoriei, există o lumină care răzbate tocmai din capacitatea scriitorului de a denunța dilemele existențiale ale ființei umane.

Imaginea omului, așa cum emană din demersul jurnalistic, este una total regresivă, și conține lista flagelurilor care afectează astăzi planeta: conflicte interminabile, războaie civile, epurări etnice, masacre, dictaturi sinistre, terorism, integrism, extremism, trafic de droguri, prostituție, turism sexual, industrie pornografică, mafii și rețele mafiote, imigrație clandestină, exploatarea copiilor, poluare și dezastru ecologic, foamete în emisfera sudică și societate de consum delirantă în emisfera nordică, etc. etc. etc...

Dacă într-o bună zi niște extratereștri ar veni și ar încerca să înțeleagă omul folosind ca materie numai literatura care s-a scris timp de trei mii de ani, ei bine, acești extratereștri ar fi uluiți descoperind milioanele de straturi ale psihologiei umane. Dacă aceiași extratereștri ar folosi ca materie numai ce s-a scris în ziare și numai informațiile de tip jurnalistic, ei ar avea imediat impresia

că omul și istoria sa sunt un caz clinic, un fel de înfundătură în vasta aventură a vieții.

Cînd sunt față în față, jurnalistul și scriitorul își mai reproșează ceva: și anume că se îmbată cu apă rece și se lasă manipulați în demersul lor.

"Și ce dacă ai reușit, în scrierile tale, să surprinzi contradicțiile insuportabile ale omului, îl întreabă jurnalistul pe scriitor, omul nu devine în nici un caz mai bun, literatura nu dărimă nici o dictatură și nu rezolvă nici un conflict."

"Și ce dacă ai reușit, prin informațiile tale, să demaști prostia, răul și cruzimea, îl întreabă scriitorul pe jurnalist, nimeni nu ține cont de adevărilor tale, nici un om politic nu își părăsește locul cuprins de remușcări, nici un judecător nu începe să ancheteze imediat pe marginea celor demascate de tine."

Învinși, dezabuzăți, descurajați, cei doi, scriitorul și jurnalistul, stau câteodată la aceeași masă, cu un singur pahar de bere în față, și privesc în gol.

"Cineva își bate joc de noi", spun ei.

"Știu cine își bate joc de mine, spune scriitorul, de mine își bate joc omul, omul în general, omul care scapă mereu oricărei definiții, omul care are prea multe contradicții și ambiguități pentru a accepta un portret definitiv. Dacă o mașină ar avea tot atîtea contradicții cîte are ființa umană, n-ar fi în nici un caz capabilă să funcționeze, ar începe să scoată fum, să-și scuipe articulațiile și ar termina prin a exploda."

"Și eu știu cine își bate joc de mine, spune jurnalistul. De mine își bate joc omul politic, omul politic în general, cel care mă manipulează cu tot cu informația mea. Nu am dovezi, dar știu că în fiecare seară toți oamenii politici din lume se întîlnesc și fac bilanțul zilei: am reușit, se întreabă ei, să-i facem și astăzi pe ziariști să scrie numai despre noi, să-i facem pe oameni să se gîndească numai la noi și să ne ofere tot timpul lor, să-și umple creierul cu imaginea noastră, cu discursurile noastre, cu disputele noastre și chiar cu cancanurile legate de viața noastră?"

Iar răspunsul este, de fiecare dată DA.

Acest tip de dialog între scriitor și jurnalist este urmat în general de un lung moment de tăcere. După care scriitorul îi spune jurnalistului: "ai grijă, vezi că începi să cazi în ficțiune".

6. ITALIENII ÎN FRANȚA

Și pentru că sunt român, și pentru că iubesc Italia, și pentru că România datorează foarte mult Italiei, și pentru că în Italia trăiesc peste un milion de români (dintre care unii se poartă, spre regretul meu, extrem de urât), aş mai vrea să le spun colegilor mei intelectuali italieni următoarele:

Puțină lume știe însă că în urmă cu o sută de ani italienilor li se întâmpla în Franța exact ceea ce li se întâmplă acum românilor în Italia. Sigur, acest fapt nu este o scuză pentru hoțiile, crimele și celelalte incivilități comise de români în Italia, dar este interesant de văzut cum se întoarce roata istoriei.

Incepând din 1860, când Franța a intrat într-o fază spectaculoasă de industrializare, mulți italieni, împinși de sărăcie și chiar de mizerie, au început în mod sistematic să treacă Alpii pentru a căuta de lucru pe teritoriul francez. Statisticile arată, de exemplu, că în 1881 lucrau în Franța peste 230 000 de italieni. În 1901, numărul acestora era aproape dublu, peste 400 000, pentru a ajunge în 1931 la 800 000. Această migrație a forței de muncă italiene spre Franța a durat cam un secol, și s-a oprit după al doilea război mondial când a început și Italia să se industrializeze.

Fenomenul este analizat de mulți istorici italieni și francezi, pentru că a fost unul complex și deseori dureros. În Franța, italienii au lucrat din greu pe șantiere, în construcții, în mine și în agricultură. Buni meșteșugari, ei au construit, mai ales în sudul Franței, zeci de baraje, sute de poduri și mii de kilometri de drumuri, iar la începutul secolului al XX-lea mulți italieni lucrau și la construcția metroului parizian. Femeile italiene erau deseori servitoare sau bone în casele francezilor.

Potrivit istoricilor, în decurs de un secol au venit să lucreze în Franța peste 3 500 000 de italieni, dintre care în jur de 40 la sută, adică între 1 200 000 și 1 300 000 s-au și instalat pe teritoriul Franței, integrându-se în cultura autohtonă. Timp de un secol, însă, a existat și o veritabilă *italofobie* în rândurile populației franceze, fenomen analizat și el în numeroase studii. La sfârșitul secolului al XIX-lea mulți francezi nu ezitau să-i califice pe imigranții italieni de "barbari" și de "primitivi". Venirea lor în masă pe teritoriul Franței era comparată cu o "invazie de lăcuste". Imigrantul italian, venit în special de la țară, era văzut ca un individ violent, bătăuș, un fel de "animal sălbatic" gata să scoată cuțitul la cea mai mică ocazie. Toate aceste invective le citez cu grijă din diverse articole apărute în jurul subiectului.

Și mai grav este însă faptul că în numeroase orașe, la Grenoble, Marsilia, Avignon, Chambery, Nancy, Lyon, s-au produs incidente sângeroase, adevărate agresiuni comise de populația franceză împotriva imigranților italieni. Incidentul cel mai agrav, și care a devenit simbolic pentru italofobia de atunci, s-a produs în 1893 în orașul Aigues-Mortes din sudul Franței. O ceartă între muncitori

francezi și muncitori imigranți italieni a degenerat într-o adevărată isterie colectivă: francezii, mai numeroși, au declanșat o "vânătoare" de italieni, omorînd 9 și rănind peste o sută.

A fost chiar o lungă perioadă cînd italienilor le era rușine să spună în Franța că sunt... italieni. Iar familiile care rămîneau în Franța încercau să obțină cît mai repede naturalizarea și chiar își modificau numele ca să sune franțuzește. Fenomenul a durat destul de mult timp, dacă ținem cont de exemplu de statistici publicate după al doilea război mondial, cînd Franța recenza 220 000 de naturalizați italieni.

Comparat cu acest secol de coșmar trăit de italieni în Franța, situația românilor din Italia este mai degrabă una de invidiat. Ceea ce nu înseamnă că românii n-ar trebui să respecte ceva mai mult ospitalitatea italiană mai ales că italienii știu bine cît au suferit ei înșiși în decursul unui secol și mai bine de emigrație.

Pentru români, mondializați deja și intrați în Uniunea Europeană, integrarea, mai ales într-o țară latină nu este o problemă. S-ar părea însă că integrarea italienilor în Franța nu a fost, în urmă cu o sută sau chiar cu 50 de ani, la fel de ușoară, mai ales datorită decalajului destul de mare de cultură, dintre imigranți care reprezentau o populație rurală săracă și francezi care intraseră în era civilizației industriale. Și totuși, exemplul de simbioză între cultura franceză și cea italiană este remarcabil în Europa. Astăzi, francezii se mîndresc cu artiștii ei de origine italiană, de la Yves Montand la Lino Ventura, de la Claudia Cardinale la celebrul comic Coluche (pe adevăratul său nume Colucci). Nu există nici un motiv ca între cultura română și cea italiană să nu funcționeze aceeași simbioză, cu condiția însă ca românii să înceteze treptat să se mai poate "ca niște animale" în Italia (asta ca să folosesc o expresie care le era aplicată acum o sută de ani italienilor din Franța).

Aș încheia spunîndu-le italienilor "*mulțumesc*" pentru că ați primit pe teritoriul vostru atîția români în căutare de o viață mai bună și de mai multă demnitate umană și materială. Și încă un detaliu, acest cuvînt "*mulțumesc*", echivalentul lui "*grazie*" sau "*merci*" vine din latină, mai precis din "*multum est*".

Mulțumesc.

Mille grazie.