

LBRIS

We know
books

DUMITRU BORTUN

ROMÂNIA CA PROIECT

Studii despre o țară care a fost,
care este și care ar putea fi

Spandugino

CUPRINS

Cuvânt-înainte	9
Introducere: imperativul modernizării	13

I. CINE SUNTEM?

1. Centenarul Marii Uniri și identitatea națională	49
2. Discursul identitar românesc între pre-modern și modern. Pentru un model holistic al modernității românești	68
3. Integrare europeană și resetare culturală	90

II. INCURSIUNI ÎN ISTORIA ROMÂNIEI

4. România – o enigmă, un miracol și un paradox	113
5. Ceaușismul ca neo-stalinism	130
6. Stalinism și tradiție națională	139
7. O perspectivă asupra modernității românești	228
8. Anatomia unui conflict interetnic	236

III. PENTRU O ALTĂ ROMÂNIE

9. Realitatea și proiectul	251
10. Deschiderea spre universalitate	274
Referințe	285

LBRIS

We know
books

I. CINE SUNTEM?

Centenarul Marii Uniri și identitatea națională¹

În 2004, a apărut o carte interesantă a unui autor interesant: *Who are We? The Challenges to America's National Identity*, semnată de politologul american Samuel P. Huntington, cel care se făcuse deja cunoscut la nivel mondial, cu opt ani înainte, cu lucrarea *The Clash of Civilizations*². Când și-a pus întrebarea „Cine suntem noi?”, Huntington s-a erijat în reprezentantul tuturor americanilor, încercând să definească identitatea poporului american în contextul multiculturalismului și al ideologiei toleranței (acceptarea alterității), propunând o întoarcere la itemii inițiali ai identității americane: bărbatul alb anglo-saxon protestant sau WASP (*White Anglo-Saxon*

¹ Prima parte a acestui capitol este o variantă ușor modificată a contribuției mele la studiul „Identitatea națională și evenimentele comemorative dedicate Centenarului Marii Uniri”, elaborat în colaborare cu George Matu și publicat în *Barometrul de consum cultural 2017*, coordonat de Carmen Croitoru și Anda Becuț Marinescu (Institutul Național pentru Cercetare și Formare Culturală), Editura Universul Academic, București, 2018, pp. 21-65.

² Samuel P. Huntington, *Ciocnirea civilizațiilor și refacerea ordinii mondiale*, traducere de Radu Carp, Antet, București, 1996.

Protestant). El și-a justificat demersul prin următoarea axiomă: pentru a ne cunoaște interesele, trebuie să știm mai întâi cine suntem. Ideea e o banalitate, dar a deschis un lung șir de luări de poziție care a culminat cu „*America first!*”, unul dintre sloganurile electorale ale lui Donald Trump.

Peste opt ani, politologul român Dan Dungaciu a publicat o carte cu titlu similar³ și cu o justificare similară: dacă știm cine suntem, atunci știm nu doar de unde venim, ci și încotro ne îndreptăm. Generalizând, a răspunde la întrebarea „Cine sunt eu?” înseamnă a conștientiza care îți este *locul* real și, în consecință, ce *rol* îți revine.

Și autorul american, și cel român și-au propus să (re)definiască identitatea comunității din care fac parte cu scopul de a o *conserva*, de a o proteja față de factorii perturbatori, atât obiectivi (cum ar fi valurile de imigranți), cât și subiectivi (influențarea ideologică dirijată din afara țării). Cu toate acestea, consider că identitatea merită înțeleasă și în vederea *schimbării* ei, dacă evoluția istorică o impune. Identitatea națională nu e supra-istorică.

1. Oportunitățile oferite de Centenar

1.1. Nu numai comemorare...

Centenarul Marii Uniri ar putea fi, pentru populația României, mai mult decât un prilej de comemorare. El ar putea fi și un prilej de schimbare. Comemorările au întotdeauna o latură festivă, motiv pentru care, în multe părți ale lumii, popoarele le iubesc. Mai puțin în România. În Secțiunea V a *Barometrului de consum cultural 2017*, vedem că românii nu obișnuiesc să participe la manifestările dedicate Zilei Naționale a României: 50% dintre respondenți nu au

³Dan Dungaciu, *Cine suntem noi? Cronici de la Est de Vest*, Editura Cartier, Chișinău, 2012.

mers niciodată la astfel de manifestări, iar 18% nu au urmărit niciodată la TV, radio sau online manifestările organizate de 1 Decembrie. Din păcate, doar 6% dintre respondenți au declarat că participă anual la manifestările dedicate Zilei Naționale și doar 21% dintre ei urmăresc anual aceste manifestări. De ce „din păcate”? Deoarece, parafrazându-l pe Charles Turner, „comemorările reprezintă mecanisme prin care națiunile își definesc identitatea temporală, atât prin reprezentarea trecutului, cât și prin construirea unui sentiment de apartenență ce poate influența acțiunile viitoare ale indivizilor”⁴. Dacă privim constatările *Barometrului* din această perspectivă, trebuie să ne îngrijorăm cu privire la *identitatea temporală* a românilor, la capacitatea lor de a se simți actorii unei narațiuni care vine din trecut și trebuie să se prelungească în viitor, la simțământul românilor că au datoria de a asigura continuitatea acestei narațiuni, la capacitatea lor de a proiecta un viitor pentru această țară și de a se comporta ca participanți activi la acest proiect.

Totodată, comemorările au ceva care nemulțumește sau, mai precis spus, care nu îi satisface pe deplin nici pe organizatori, nici pe participanți. Există în ceremoniile comemorative o anumită doză de ipocrizie, o vagă senzație că omagierea eroilor din trecut ne scutește să facem acte de eroism în prezent. Sunt autori care văd în astfel de ceremonii mascarea unui deficit de identitate. Iată ce spune scriitorul Andrei Pleșu, la emisiunea „În fața ta” de la *Digi24*, din 3 februarie 2017: „Când nu ai o identitate proprie bine definită îți trebuie o identitate, [iar] cea mai la îndemână e asta, vagă [...]. Când spui că ești român, pentru mulți înseamnă sunt rudă cu Ștefan cel Mare, mă legitimez. Ce-a făcut Ștefan zace în fiecare

⁴Charles Turner, „Nation and Commemoration”, în Delanty Gerard, Kumar Krishan (eds.), *The SAGE Handbook of Nations and Nationalism*, SAGE Publications, 2006, p. 206, parafrazat în *Barometrul de consum cultural 2017*, *op. cit.*, p. 27.

dintre noi”⁵. Este relația de apartenență doar un atavism anacronic sau este legitimă și în zilele noastre? Iată ce ne spune Andrei Pleșu: „Eu nu zic că nu e legitimă apartenența, e ceva dat și trebuie s-o onorezi, dar a substitui portretul propriu cu o frescă istorică nu e pozitiv nici pentru individ, nici pentru comunitate”⁶. Așadar, nu se pune problema să etichetăm drept „tribalism” orice asumare a apartenenței, mai ales când știm că sentimentul de apartenență (la un popor, o etnie, o cultură sau o religie) se află într-o strânsă legătură cu nevoia de comuniune, cu cea de siguranță emoțională și cu cea de identitate – nevoi pe care Erich Fromm le considera perene, dimensiuni inalienabile ale naturii umane⁷. Dar reducerea identității personale la identitatea grupului de apartenență este vetustă și retrogradă, fiindcă duce la dizolvarea individualității, la pierderea individului în categorie. Ea este și profund imorală, deoarece favorizează comportamentul iresponsabil, din moment ce indivizii nu se simt răspunzători pentru faptele lor și nu-și asumă consecințele acestora. În termenii gândirii moderne, „a fi român” nu este suficient pentru „a fi mândru”, dacă prin cunoștințele, abilitățile și faptele tale nu continui realizările valoroase ale românilor care te-au precedat și nu participi la îmbogățirea tezaurului de cultură și civilizație pe care l-ai moștenit.

1.2. ... ci și schimbare

Ar fi bine să ne lăsăm schimbați de Centenar, să-l lăsăm să ne schimbe! Când va veni vorba de România, să fim mai puțin

⁵ Andrei Pleșu, Digi24, „În fața ta”, 3 octombrie 2017 (<https://www.digi24.ro/emisiuni/in-fata-ta/in-fata-ta-3-octombrie-22-30-804166>), apud Loredana Voiculescu, „Pleșu despre Catalonia, mitici și ardeleni”, disponibil la: <https://republica.ro/pleșu-despre-catalonia-mitici-si-ardeleni-zunii-romani-din-ardeal-par-sa-sustina-ca-regatul-ii-diminueaza> (ultima accesare: 25 august 2024).

⁶ *Ibid.*

⁷ Erich Fromm, „Societate alienată și societate sănătoasă”, în *Texte alese*, traducere de Nicolae Frigoiu, Editura Politică, București, 1983, pp. 45-206.

sentimentali, mai lucizi și mai pragmatici. Să nu ne mai îmbătăm cu apă rece! Să ne organizăm împotriva celor care profită de faptul că lucrurile nu merg și nu vor să schimbe starea de lucruri. Să luptăm împotriva indiferenței. Să acceptăm că noi, românii, nu suntem cei mai grozavi de pe planetă, că întotdeauna vom avea ce învăța de la alții. Să pricepem că lumea de azi e o lume a interdependențelor. În loc să proslăvim o independență iluzorie, mai bine am învăța cum să valorificăm avantajele noii lumi și să obținem pentru țara noastră un loc cât mai bun sub soare.

Centenarul nu trebuie să prilejuiască revigorarea aceluiași naționalism format în condițiile specifice secolului al XIX-lea, irațional și resentimentar, vecin cu șovinismul și xenofobia. El nu trebuie să prilejuiască o dezlănțuire a *kitsch*-ului popular, pe care tot felul de profitori ni-l prezintă ca „tradiție națională”. E de dorit ca oamenii lucizi și cinstiți să impună manifestărilor ce vor avea loc cu prilejul Centenarului (și, desigur, cu ocazia fiecărei zile naționale de acum încolo) o notă decentă, responsabilă și instructivă, să sancționeze excesele etnocentriste, speculațiile etnico-religioase, să încurajeze autocunoașterea națiunii române, să promoveze un patriotism civic, responsabil și documentat, un patriotism „în marginile adevărului”, cum cerea Eminescu. Cei care falsifică adevărul istoric din „dragoste de țară” nu sunt patrioți, cum susțin ei, ci antipatrioți, fiindcă îi împiedică pe concetățenii lor să se vadă așa cum sunt, să-și înțeleagă societatea și să afle ce trebuie făcut pentru ca ei să devină mai buni, iar societatea românească – mai performantă.

Cu ocazia Centenarului, ar fi fost de dorit ca elitele noastre să-și înțeleagă menirea. La un secol de la făurirea statului român modern, ar fi fost înțelept să ne întrebăm dacă am intrat pe deplin în modernitate, iar elitele noastre economice, politice și intelectuale să ne ajute să înțelegem cu realism ce mai avem de făcut pentru a accede la normalitate. Dar, oare, ce înseamnă „normalitate”? Iată

una dintre cele mai controversate noțiuni. Pentru început, putem să oferim un răspuns minimal, pe care e dificil să-l respingă cineva: societatea românească va fi „normală” atunci când copiii noștri nu vor mai pleca din țară! Când urmașii noștri își vor asuma identitatea națională – și cu cele rele, și cu cele bune.

1.3. Ce fel de identitate?

Centenarul ne-a provocat să ne întrebăm: ce fel de identitate va trebui să întărească sau să revigoreze ceremoniile comemorative? Sau ar fi preferabilă o *resetare* a identității naționale, acomodarea ei la noile condiții istorice?

Pentru a răspunde la aceste întrebări, ar trebui să răspundem la altele, mai de profunzime: Este identitatea națională imuabilă, anistorică, sau ea se re-definește de la o epocă istorică la alta? Centenarul trebuie să-i încurajeze pe români să rămână așa cum sunt, sau ar trebui să-i îndemne să se schimbe, să-i încurajeze să accepte schimbarea și să le indice lucrurile pe care să le schimbe, pentru a avea succes în secolul XXI?

În Secțiunea a II-a *Barometrului de consum cultural 2017*, dedicată delimitărilor conceptuale, se arată că în literatura de specialitate nu există o definiție unică a identității naționale; totuși, pot fi identificate principalele dimensiuni ale conceptului: *convingerea subiectivă a unei persoane cu privire la națiunea căreia îi aparține formal, sau căreia ar dori să-i aparțină; importanța auto-identificării naționale în raport cu alte elemente ale identității (etnie, religie etc.); emoții și sentimente cu privire la națiune*⁸. În consecință, Secțiunea a

⁸ Thomas Blank, Peter Schmidt și Bettina Westle, „«Patriotism» – A Contradiction a Possibility or an Empirical Reality?”, *ECPR Joint Sessions of Workshops*, „ECPR Workshop 26: National Identity in Europe”, Grenoble (France), 6-11 Aprilie, 2001, p. 5, *apud Barometrul de consum cultural 2017, op. cit.*, p. 26.

IV-a *Barometrului*, intitulată „Identități naționale și sub-naționale”, conține rezultatele cercetării cu privire la dimensiunile conceptului de *identitate națională*: auto-identificarea națională; auto-definirea identitară; definirea subiectivă a identității naționale; sentimentele de mândrie națională. În ceea ce privește auto-identificarea națională, datele ne arată că cei mai mulți dintre respondenții eșantionului la nivel național se identifică în primul rând cu satul, comuna sau orașul în care locuiesc (65%), în al doilea rând cu nivelul județean (51%) și abia în al treilea rând cu nivelul național (40%). Observăm în ordinea preferințelor o tranziție treptată de la nivelul local către cel național.

Această situație ne trimite cu gândul la concepția lui Benedict Anderson, care demonstrează că națiunea este o „comunitate politică imaginată”⁹. Noțiunea *comunitate imaginată* nu neagă realitatea unor elemente definitorii ale națiunii (teritoriul național, limba națională, conștiința națională, cultura națională sau statul național); ea se referă la faptul că dimensiunile mari ale acestor comunități fac imposibilă relaționarea interpersonală dintre toți membrii săi, ceea ce îi obligă pe indivizi să-și *construiască* reprezentarea unei comunități, reprezentare bazată pe „relații orizontale”, de tipul față-în-față. Așadar, baza empirică a reprezentării imaginare e dată de relațiile nemijlocite dintre membrii unei comunități mici, model pe care îl extrapolează la comunitățile mai mari (ceea ce în teoria cunoașterii, în logică și în retorică se numește „generalizare nepermisă” sau „extrapolare ilicită”).

Așa se face că mulți indivizi își reprezintă orașul ca pe „un sat mai mare”, ținutul – ca pe „un sat mai mare decât orașul”, iar țara – ca pe „un sat mai mare decât ținutul”¹⁰. De aici, și analogia pe

⁹ Benedict Anderson, *Imagined Communities. Reflections on the Origin and Spread of Nationalism*, ediția a III-a, Verso, New York, 2006, pp. 4-7.

¹⁰ Persistența satului ca model empiric explică de ce numeroși oameni nu pot desprinde identitatea națională de cea etnică și/sau religioasă: 69% dintre

care mulți o fac între apartenența la națiune și relația de rudenie, care primează în satul tradițional. Nu oricine poate să vadă diferența esențială dintre nivelurile organizării sociale; de aceea, mulți oameni rămân la identitatea locală sau regională și nu ajung niciodată pe deplin la identitatea națională de tip cetățenesc, care este un *construct cultural abstract*. Cei care nu posedă o cultură politică și o gândire capabilă de abstractizare nu ajung la ideea civică de națiune. Cu atât mai greu vor ajunge aceștia la identitatea europeană (a fi cetățean european) sau la identitatea globală (a fi cetățean al lumii), deoarece: 1) aceste identități sunt *prea abstracte* pentru o gândire setată în limitele experienței personale directe; 2) ele nu se mai pot clădi pe apartenența etnică, adică pe relația de sânge. Înțelegerea globalizării în termenii paradigmei etniciste poate conduce la afirmații de genul „Or fi suedezii europeni, dar nu sunt rude cu noi!”.

1.4. Informare și formare

Majoritatea românilor își pot imagina mai întâi comunitatea locală (satul, comuna sau orașul), apoi județul și abia în ultimul rând comunitatea națională. Interesant este că la nivelul Municipiului

respondenți consideră că o condiție pentru a fi „un adevărat român” este „să fii creștin-ortodox” (*Barometrul de consum cultural 2017, op. cit., p. 39*). Modelul original al identității multiple presupune preeminența relațiilor de rudenie și de vecinătate ca surse de încredere și de obligații morale, de unde și neîncrederea în „venetic” sau în „străin”, ceea ce poate însemna ne-român (din punct de vedere etnic), dar și ne-creștin sau ne-ortodox (din punct de vedere religios). Patriotismul setat în parametri biologici și topologici va fi înclinat spre șovinism și xenofobie, adică va fi permisiv față de-excese naționaliste. În plan cognitiv, este o formă de etnocentrism (pentru o discuție detaliată, a se vedea Dumitru Borșun, „Etnocentrism și xenofobie. Bazele epistemice ale etnocentrismului”, în *Colocviul național de științe sociale ACUM 2009*, Editura Universității Transilvania, Brașov, 2009, pp. 4-10).

București, ierarhia diferă de cea de la nivel național: cei mai mulți dintre respondenții bucureșteni (45%) se identifică mai întâi de toate prin nivelul național. Nivelul local (orașul București) reprezintă al doilea grup identitar în ierarhia preferințelor, fiind indicat de 34% dintre respondenți ca primă opțiune și de 22% ca a doua opțiune¹¹. Observăm, astfel, că la nivelul Bucureștiului are loc nu numai o inversare a ierarhiei între identitatea locală și cea națională în comparație cu nivelul național, ci și o reducere a importanței acordate identității județene. De asemenea, constatăm o importanță mai ridicată acordată identității europene, aproape un sfert dintre respondenții bucureșteni identificându-se drept europeni ca a treia opțiune. Altă experiență cotidiană, alte reprezentări și alte auto-identificări! Experiența de viață pe care o face posibilă o metropolă cum e Bucureștiul se află într-o etapă mai avansată a universalizării decât orizonturile de viață existente în restul țării.

În sprijinul ideii că progresia de la identitatea locală la cea națională este direct proporțională cu nivelul de școlarizare, cu aria experienței cotidiene și cu relațiile în afara țării, vin și distribuțiile în funcție de variabilele socio-demografice:

— locuitorii din mediul rural se identifică într-o proporție mult mai mare cu nivelul local (75%), comparativ cu locuitorii din mediul urban (56%);

— nivelul local a fost ales ca primă opțiune de 74% dintre persoanele cu studii elementare, 64% dintre persoanele cu studii medii și 48% dintre persoanele cu studii superioare; și invers: nivelul național a fost menționat ca primă opțiune de 14% din persoanele cu studii elementare, 21% din persoanele cu studii medii și 35% din persoanele cu studii superioare;

¹¹ A se vedea Graficele 4 și 5 din *Barometrul de consum cultural 2017, op. cit., p. 31*.

— identificarea cu nivelul național scade odată cu vârsta, de la 29% pentru segmentul 30-39 de ani, la 14% pentru segmentul 65 de ani și peste.

Datele de cercetare arată în mod explicit rolul pe care ar trebui să-l joace în general instituțiile de cultură din România, în special cele implicate în organizarea manifestărilor ocazionate de celebrarea Centenarului Marii Uniri și a oricărei sărbători naționale. Dacă vorbim și despre altceva decât divertisment și vânzări, este imperios necesară proiectarea programului Centenarului în două direcții: informare și formare. *Informare* cu privire la evenimentele din perioada 1914-1920 și, în mod special, cu privire la Marea Unire de la 1 Decembrie 1918; căci nu se poate trece cu vederea una dintre cele mai tulburătoare constatări ale *Barometrului de consum cultural 2017*: pentru aproape jumătate dintre respondenți, formula „Centenarul Marii Uniri” nu spune nimic¹². *Formare* poate însemna construirea pe scară largă a unei „conștiințe istorice” (Lucian Blaga), dar poate însemna și construirea unui nou tip de patriotism.

În orice caz, nu putem merge pe direcțiile trasate până acum de cele două orientări extreme: cea pozitivă („Nimeni nu mai e ca noi!”) și cea negativă („Ca la noi, la nimenea”). În „Cuvânt înainte” la volumul *De ce este România astfel*, Vintilă Mihăilescu le trata ca pe niște erori polare și le încadra în categoria mai largă, a *exceptionalismului românesc*: oscilăm, spunea el, „între oglinda lui Făt-Frumos și aceea a Zmeului”¹³.

¹² La întrebarea „Care este primul lucru care vă vine în minte când auziți sintagma «Centenarul Marii Uniri?»”, 47% din eșantionul național au răspuns „Nu știu” – a se vedea Graficul 16 din *Barometrul de consum cultural 2017*, op. cit., p. 47.

¹³ Vintilă Mihăilescu, „Cuvânt înainte”, în Vintilă Mihăilescu (ed.), *De ce este România astfel? Avatarurile exceptionalismului românesc*, Polirom, București, 2017, p. 6.

1.5. Ce fel de patriotism?

În Secțiunea a II-a *Barometrului*, cercetătorii de la Institutul Național pentru Cercetare și Formare Culturală au provocat o discuție suficient de lămuritoare în jurul noțiunilor de *mândrie națională*, *naționalism* și *patriotism*. În ceea ce privește mândria națională, procentul cel mai ridicat (95%) este înregistrat în privința mândriei față de rezultatele internaționale obținute de sportivi români¹⁴. După unii autori, ideea de a ne mândri cu „românii noștri” este un atavism, *i.e.* expresia unei mentalități tribaliste, care vine din negura societăților închise. Acest punct de vedere a fost exprimat foarte plastic de Andrei Pleșu:

Chibițul e mândru de talentul celui din teren și ajunge să se identifice cu el. Au câștigat „ai noștri”, i-au bătut „românii noștri”, „suntem cei mai buni” sunt expresiile candidе dincolo de care se ascunde convingerea absurdă că cel care le proferează e el însuși subiectul succesului. Nea Ghiță îl aplaudă pe Ilie Năstase ca pe un delegat al performanței proprii. Ilie nu e decât prelungirea pe teren a lui nea Ghiță, instrumentul lui de luptă, mâna lui dreaptă. Românul e când Hagi, când Nadia Comăneci, când Țiriac, când Brâncuși, când Mircea Eliade. Epuizat de atâtea performanțe, el adoarme, în cele din urmă, obosit, dar mândru. A învins pe toate fronturile¹⁵.

Este evident că o astfel de mândrie, justificată doar în virtutea unor relații de rudenie imaginate („suntem de același neam”), se relaționează cu absența unor valori și sisteme de valori proprii conștiinței

¹⁴ A se vedea Graficul 11 din *Barometrul de consum cultural 2017*, op. cit., p. 41.

¹⁵ Andrei Pleșu, „Mândria de a fi român” (9 mai 2014), disponibil la: <http://www.contributors.ro/editorial/mandria-de-a-fi-roman/> (ultima accesare: 25 august 2024).