

LBRIS

We know
books

George Colang

DE CE SUNTEM
BARBARI?

Dimensiuni etice asupra
barbariei actuale

Prefață de Vasile Morar

Studiu introductiv de Constantin Aslam



CUANTIO

București, 2025

Preludiu	7
Prefață	12
Studiu introductiv	17
Argument	24
I. Semnificațiile etice și antropologice ale barbariei	37
1. Barbarie și civilizație	38
1.1. Conținutul barbariei și ramificațiile sale morale	39
1.2. Diferența de statut	43
1.3. Creionarea barbarului	46
1.4. De la sălbatic la barbar	52
2. Valoare morală și ideologie	58
2.1. Valori morale și profit	59
2.2. Ideologia ca marketing	65
2.3. Tirania logicii	67
2.4. Plăsmuirile ideologiilor politice și economice	70
3. Interpretări în registru etic ale barbariei actuale	74
3.1. Lipsa reperelor morale	75
3.2. Spectacol moral	79
3.3. Fuga de impersonal	82
3.4. Retorica metamorfozată în maieutică	83
3.5. Ironia postmodernismului	92
II. Dimensiunile și implicațiile morale ale barbariei	95
1. Barbarismul limbii	97
1.1. Limbajul dominat de eufemisme	99
1.2. Limbajul abstract-tehnic	102
1.3. Limbajul demagogic	104

1.4. Barbaria ca limbă	105
2. Rafinamentul barbariei.....	107
2.1. Barbarul civilizată	110
2.2. Rafinamentul de turmă	115
2.3. Himerele specializărilor	117
3. Distrugerea valorilor morale	121
3.1. Divergențe și coliziuni ale intereselor.....	123
3.2. Consumatorul de profesie	124
3.3. Eticul ca pecuniar.....	127
III. Chipurile barbariei.....	132
1. Barbaria politică	134
1.1. Seducția politică.....	135
1.2. Punctul de fugă al intereselor	139
1.3. Butaforia morală	140
1.4. Flecăreala ca discurs	142
1.5. Voința de putere ca tiranie.....	144
1.6. Formă fără fond	148
2. Barbaria economică.....	150
2.1. Diferența ca scop în sine	152
2.2. Omul ca mijloc.....	156
2.3. Rentabilizarea umanului	159
2.4. Pragmatismul moral.....	165
2.5. Maximizarea profitului.....	168
3. Barbaria tehnică	174
3.1. Ontologie de buzunar	177
3.2. Axiomatizarea ființei umane.....	180
3.3. Dumnezeu a murit.....	183
3.4. Omul ca Zeu – înălțări și căderi.....	186
IV. Concluzii	189
Bibliografie	212

ARGUMENT

Întrebările *fundamentale* au fost legate mereu de *natura omului*. În acest fel, *din crepusculul interpretărilor*, barbarul a fost mai mereu scos ca *personaj negativ*. Că a fost *pretext*, ori că a fost *fapt istoric*, cert este că *barbarul nu a avut niciodată noblețea pe care o avea cetățeanul civilizată*. Nici nu avea cum! În fond, *civilizatul* era demn să poarte suavul plasticității. În acest mod, am ajuns în *contemporaneitate* cu o sumedenie de attribute, de *măști* culese din *mentalul colectiv*, din *istoria ideilor* – de unde *barbarul* este prin excelență *altul*, niciodată *umanul*. Deși e vorba doar de mit, alteritate, *barbarul* a fost prins în hățișurile unor interpretări ce țineau să-l defăimeze, ori, mai precis, să-i altereze nuanțele dincolo de interesele istorice de moment.

Dacă pentru greci ori pentru romani, *barbarul* venea de undeva *dincolo*, mai târziu avea să fie folosit ca *pretext* pentru *genocid*, *tiranie*, *masacre*. Nu *barbarul*, cât întreținerea unei *alterități exagerate*, cultivate cu migală, duce la atrocitate; este foarte simplu de înțeles de ce – *atât timp cât separăm umanitatea în spiritul unui maniheism atroce o să avem mereu scenete cu învingători și învinși*.

Ba mai mult, *dincolo* de aspectele care întrețin rasismul, ura, tirania, *barbaria* mai este și *seducătoare* economic. Din două motive: primul, *barbarul* este *excentric prin alteritatea sa*, deci *vinde*, la nivel de percepție; al doilea, *barbarii* au fost mereu folosiți ca scut, iar așa

ajungem la *supraomul de masă*, la *turme*, la *bancul de heringi*, unde *barbarii* sunt *consumatori de profesie*.

Sigur că *lucrarea de față*² nu se metamorfozează într-un *zid al rănișilor*, prin care tot ce înseamnă *civilizație* se transformă în *barbarie*, iar tot ce înseamnă *barbarie* se transformă în *civilizare*. *Lucrarea* poate fi văzută în această cheie până la un punct, mai precis, până în momentul în care înțelegem că *barbaria are o cultură a ei*, nu este *goală în totalitate*, are *un fel al ei*, nu este ruptă de *haina civilizației*.

În plus, pentru *contemporan*, unde ne aflăm cu cercetarea de față, problema nici nu mai are importanță – *pentru că lumea actuală pretinde că a ajuns la un anumit grad de sofisticare, deci de civilizare*. De aceea, *barbaria*, în termenii de față, este *rafinată*, are o *pudoare* a ei, deja ține de *nuanțare și înveșmântare*, nu mai este *sălbatică*, nu mai are colți, ci *zâmbește*, are *haine curate*, aproape că este imposibil să o mai deosebești de *civilizare*, deci să separi maniheic un *veșmânt* de un *altul*. Într-un fel, ne putem și întreba: *de ce excesul de „civilizație” este considerat de mulți istorici o cauză a decadenței?*

Dacă ne raportăm la viața actuală, vorbim de un soi de *contopire*, mai ales că *valorile morale* au început să apună, să fie smulse cu orice ocazie de interesele partinice, ori de piață. Astfel, dacă *morală a fost întoarsă pe dos*, înseamnă că *barbaria a fost la rândul ei întoarsă*, răstălmăcită, deci în acord cu noua *ordine culturală*. Având în vedere că *civilizarea* a fost pătrunsă, din *interior*, de colții barbariei, cu greu mai ajungem să descoperim un iz moral în viața actuală.

În esență, *barbaria* este *răsturnarea tuturor valorilor* prin postmodernism; o *transvaluare* nietzscheană, prost înțeleasă, adaptată doar la cutume de piață. Pe de altă parte, este transformarea *noumenalului*

² Această carte are la bază *teza de doctorat* susținută la Facultatea de Filosofie, Universitatea din București, în anul 2014.

kantian în *fenomenal*, ori hedonism acut, unde tot ce este fundamental este înlocuit cu nevoi efemere, goale, create din nimic, doar pentru a substitui un gol cantitativ, mercantil.

În primul rând, ca lucrarea să capete consistență epistemică, am încercat să pătrund înțelesurile conceptului de *barbarie*, după care *să-l așez într-un pat nu al lui Procust*, ci al antropologiei, pentru a scoate semnificațiile, paradoxal, *morale*. De aici, *istoric*, s-au desprins luptele de statut și de percepție. *Barbarul* a fost tot timpul gândit în spațiul unei alterități păguboase, iar trecerea spre *declasare* se va fi făcut astfel în acord cu pretențiile celor care instaurau norme de conduită, culmea, *morale*. Dinspre *diferența de statut* se va fi ajuns la *barbarul actual*, mai precis prin apelul făcut la alteritate, *barbaria* se va fi păstrat într-o crescândă separație cu *civilizarea*.

În lumea actuală, pornind de aici, *barbaria* va fi fost gândită mai mult ca *aport economic*, mai precis ca modalitate prin care *excentricitatea conceptului* ar fi fost utilă, rentabilă. Dat fiind faptul că pretinde că este *civilizat*, omul postmodern o să aibă mereu nevoie de mijloace prin care să-și manifeste statutul. Și cum altfel dacă nu prin opoziție? Practic, *barbarul* va fi servit ca monedă de schimb pentru o cultivare exagerată a egoului *omului sofisticat*, pretins civilizat. Și totuși, dacă toți sunt civilizați, cum se face că mai există *barbarie* într-o lume dominată de subtilitate, de „valorile morale ale civilizației”? Nu oare prin *apelul făcut la produs* se va fi făcut și *separarea morală*?

Astfel, într-o *lume barbară*, nevoile *fundamentale* sunt convertite în *nevoi de piață*. Morala, din acest unghi, devine doar un prilej de desfătare al vicleșugurilor celor ahtiați de *voință de putere*. Barbaria cu adevărat reală, tiranică, se află încuibată în faptul că *eticul este metamorfozat în pecuniar*, într-un așa-zis *pragmatism moral*. Asta nu înseamnă că *pragmatismul* este imoral, ci mai degrabă că

monumentalizarea acestuia devine profund imorală. Mai precis, transformarea pragmatismului într-un joc al voinței de putere.

Așadar, pentru a transforma lumea într-un *câmp de bătălie*, cei care dețin frâiele unui egocentrism avid, morbid, dornic doar de acaparare și maltratare, plăsmuiesc și întrețin diferite ideologii prin care *separația, segregarea, ori alteritatea excesivă*, rămân în picioare. Orice ideologie transformă *fundamentul* omului într-un mijloc. Practic, se pleacă de la premisa că „omul este în cutare fel”, iar de aici, prin *deducție logică*, se postulează un cadru axiologic prin care *individul devine doar un pion*. Și totul, evident, cu pretenția meschină de a sugera că *ideologia este în sine morală*.

În acest joc, filosofii sunt *transformați în cercetători de casă*, iar ideile lor, care sunt profund legate de modul cum *privesc lumea*, sunt acaparate de o simbolistică, ori mecanică goală. Ideologia fără apelul făcut la valori morale nu poate exista, este *fără de vlagă*. De aceea, este esențial, pentru cei care construiesc o dialectică³ superficială, să arate că *ideologia este generatoare de valori morale*. În realitate, valorile sunt cele care pun ideologia pe scenă, nu invers; după cum o să vedem în prima parte a lucrării.

Să nu se înțeleagă că este vorba numai de politică; ideologia, mai ales în *contemporaneitate*, devine una de *piață*. Tocmai pentru că există o sumedenie de informații, companiile trebuie să creeze la nivel de marketing un soi de ideologie, să-i dea impresia consumatorului că aderă la *cel mai mare spectacol din viața sa*. Dacă nu ar fi așa, atunci nu ar mai exista cozi interminabile la lansările de produse.

³ Civilizația și barbaria au mers braț la braț în Europa, într-o mișcare dialectică, iar cu trecerea timpului, cu cât avansează civilizația, cu atât este nevoită să acopere dansul mefistofelic al întinderii sale. Vezi Bernard Wasserstein, *Barbarism and Civilization. A History of Europe in Our Time*, Oxford University Press, 2007, p. 793.

Oamenii care dorm pe stradă, care se calcă în picioare, așteptând produsul mult dorit, nu numai că au impresia că produsul acesta le va schimba statutul, dar au și un soi de înțelegere, *vecină* cu ideologia – prin care cred că sunt în acord cu *valorile* unei întregi *dialectici revelatoare*. Nimeni nu stă la coadă să ajute oameni, ori să facă un gest altruist, oricare ar fi acela. De unde rezultă că *valorile morale*, așa cum arată Veblen, se reduc la *valori pecuniare*.

Așa se face că *lumea* devine o *scenă* în care domnesc doar pseudovalori, unde *nimicul* capătă frământări monumentale, iar crima⁴ dimensiuni ancestrale. Pe această logică, *bovaricul* devine înțelept, iar vânzătorul făuritor de drumuri, mai precis *arhitect axiologic*, poate *filosof*. Totuși barbarii simt iluzia. Deși își doresc – prin apelul făcut la produs – să iasă din turme, își dau seama, *mereu prea târziu*, că nu se deosebesc cu nimic de *ceilalți*. Și așa, paradoxul *supraomului de masă* începe să capete contur.

În goana după autenticitate a barbarilor, companiile luptă să le creeze impresia de apartenență la produs, la servicii. Cu cât barbarul se identifică cu acestea, cu atât distanța dintre *valorile morale* și *valorile pecuniare* se adâncește. Iar, *apartenența*, din punct de vedere economic, înseamnă pur și simplu *capital*. Din acest motiv, *barbarul de masă* trebuie să fie sedus, luat de gulerul deciziei sale și aruncat într-o *lume ideologică aproape perfectă*. În acest melanj, *maieutica socratică* devine doar un pretext prin care ideologia se propagă, iar retorica, încet, îi fură locul pe scenă.

⁴ Studiul lui Laurent Montet despre *criminalii* în serie poate fi relevant în măsura în care accentul cade pe inventivitatea răului, ori „viclenia răului” în stare pură. Aici, dincolo de portretele criminalilor obișnuiți, este de luat în seamă capitolul despre echipele de criminali în serie. Vezi Laurent Montet, *Criminali în serie*, Corint, București, 2003, pp. 101-108.

Trăim într-o lume în care *gustul* trebuie să fie aprobat de *mase*. Postmodernitatea este a maselor, este *răsturnarea tuturor concepțiilor fundamentale*, este *trucul* prin care companiile le promit *autenticitate* barbarilor, dar, culmea, în *mase*, în *linie*. Așa se face că *logica* este transformată în *etalon*.

Aproape fiecare ideologie îți vinde un *pretext*, o *nevoie*, sub imperiul epistemologiei. Deși, în esență, totul este creat din *nimic*, aruncat în piață *din nimic*. Dacă nu există gust estetic, atunci nu există repere ale autenticității, iar *contemporanul* îți permite să te pierzi în iluzia genuinului, *atât timp cât plătești pentru asta*.

În a doua parte a lucrării, am avut în vedere implicațiile morale, care derivă din *gâlceava contemporană*, din *deriva* unui relativism cultivat,⁵ plantat în toată visceralitatea-i de interese politice, economice. Astfel, fenomenul *barbariei* nu putea să se propage dacă limbajul nu era constrâns în acest sens. Descoperim astfel că eufemiile ascund *intenții barbare*, că limbajul tehnic este folosit doar pentru propagandă, iar *flecăreala* este transformată în discurs, chipurile, ontologic. În fond, *barbarismul discursului* derivă din contopirea acestor limbaje, folosite doar în scopuri meschine, voalând astfel intențiile cinice, criminale.

Într-o lume în care toți îți zâmbesc, *crima nu mai pare posibilă*. Deci, nici *barbaria* nu mai este parcă în vizor. Lumea, toată, în visceralitatea ei, devine *civilizată*. Limbajul este mult prea meticolos să fie lăsat în voie, iar *spațiul public* este oricum controlat, dacă ne gândim la Habermas. Toate, acum, sunt la locul lor. Ordinea este pur și simplu restabilită după fiecare răscoală socială. Aproape că *revoltele barbarilor* nici nu mai sunt demne de a fi luate în calcul. Atât timp

⁵ „Nu există defel fenomene morale, ci doar o interpretare morală a fenomenelor.” Nietzsche, *Dincolo de bine și de rău*, Humanitas, București, 2007, p. 87.

cât presa nu acoperă subiectul, totul este în van. În plus, într-o lume ahtiată de informații, de unde să mai culegi *subiecte genuine*? Așadar, *lumea actuală* tinde spre *civilizare*, în timp ce se afundă în barbarie.

Interesele celor dominați de *voință de putere* devin chipurile morale, mai ales cele criminale care, dintr-o dată, au un aspect plăcut ochiului, culmea, civilizat, parcă mult prea îndepărtat de dimensiunile sale reale. Consumul devine la rândul lui o modalitate de viață.⁶

Oamenii nu mai pot să realizeze nimic spiritual dacă nu cumpără. Nu se pot plimba prin parcuri dacă nu mănâncă, ori dacă nu au o activitate. Omul postmodern nici nu mai știe să stea pe bancă, mereu trebuie să simtă că este legat de ceva, un soi de activitate, o *bătălie virtuală*, în *timpi reali*, în goana *rețelelor sociale*. Astfel, *eticul devine pecuniar*. Nu mai avem repere, avem doar *deranj, sughit, destrăbălare*.

Distrugerea valorilor morale se află într-o continuă stare de *devenire*. A început din momentul în care *relativismul* a fost pus pe scenă, iar oamenii au început să creadă că *voința de putere* este singurul nucleu fundamental pe care îl are umanitatea. Deși nu pare, nu se vede, moralul este *sucombat* cu orice prilej, chiar și atunci când este aclamat, scos la înaintare, când este transformat de companii în *cod deontologic*, dar de fapt nu este decât un *tratat de manipulare*. Atât timp cât oamenii mor la locul de muncă, atât timp cât se închină la *mitul progresului personal*, nevoile reale vor fi aruncate în spate, vor fi sub preș, iar *nevoile artificiale vor căpăta statut înălțător*.

⁶ „We simply do not know what fulfilled life is. Indeed, the examples which Aristotle has just considered might suggest that it is a mistake to suppose that fulfilment can be just one thing, like pleasure, or reputation, or money.” Am păstrat *textul original* acolo unde am considerat că este mai relevant, vezi Gerard J. Hughes, *Aristotle on ethics*, Routledge Philosophy GuideBooks, London, 2001, p. 27.

Iubirea nu mai este nici ea la modă. Poate doar ca simptom al celor care vor să posede, nu să iubească pur și simplu. Prietenia, la fel. Practic, toate atributele umanității încep să fie înlocuite cu himere ale progresului tehnic și economic.⁷ Oamenii vorbesc în fața unor mașini crezând că schimbă impresii reale, că sunt în acord cu valorile umanității, însă, în fapt, nu fac decât să-i îmbogățească pe cei care aclamă o lume ahtiată de negoț. Deși există pericolul îndepărtării de fundamente, nimeni nu mai resimte asta ca fiind o problemă. Deja, moralul a fost volatilizat. Repererele înlocuite, iar discursurile socratice... puse în straițe retorice.

Problema fundamentală nu este moartea valorilor morale, prin înlocuire cu interese meschine, ci faptul că nimeni nu mai sesizează trucul, ingineria tragismului, a barbariei în care suntem cultivați/civilizați. Omenirea este așa ocupată să se depășească, încât nici nu mai are timp să reflecteze asupra sa. Mereu omul actual este dincolo, își caută iluzia, cum ar fi spus Nietzsche, își descoperă talentul de a se îndepărta de aproapele său, de a fi în acord cu noema de turmă, cu tot ce este mai meschin și periculos pentru natura umană. În fond, creierul reptilian își face jocul. Siguranța omului, a supraomului de masă, care crede cu tărie că este civilizată – este problema esențială.

Atât timp cât nimeni nu mai greșește, toți au dreptate. Iar postmodernitatea, prin discursul ei, potențează tocmai această idee – adevărul ar fi pur subiectiv, al fiecăruia în parte. În termenii lui Nietzsche, adevărul ține de perspectivism, atât și nimic mai mult. Ei bine, dacă totul este perspectivism, atunci valorile morale nu sunt perene, sunt

⁷ „Din motive lesne de înțeles, orice producător caută să sporească pe cât posibil nevoia consumatorilor de mărfuri produse de el”. Konrad Lorenz, *Cele opt păcate capitale ale omenirii civilizate*, Humanitas, București, p. 42.