

## FILOSOFUL CA JURNALIST, SINTEZA UNEI IDEOLOGII OSTENSIVE

“Ma consider un fel de jurnalist, in masura in care ceea ce ma intereseaza este actualitatea, ce se petrece in jurul nostru, ce sintem, ce se intimpla in lume. Filosofia, pina la Nietzsche, avea ca ratiune de a fi eternitatea. Primul filosof-jurnalist a fost Nietzsche. L-a introdus pe “azi” in cimpul filosofiei. ... Iata de ce filosofia pentru mine e un fel de jurnalism radical.” (Michel Foucault)

Inca din momentul auroral al aparitiei filosofiei, filosoful s-a vazut nevoit, din modestie sau din obligatie, sa imparta intelepciunea cu altii. Dupa formula tirzie si explicita a lui Platon, nimeni nu detine (intreg) adevarul, ci numai participa la el. Si intr-adevar, in Grecia mai intii, ceea ce noi am numi astazi “literati” au facut figura de intelepti, cel putin tot pe atit cit si inteleptii precursori ai lui Socrate. Mai tirziu, la inceputurile modernitatii, tot o figura de intelepti au facut-o savantii, oamenii de stiinta, cu atit mai mult cu cit, in cazul unor filosofi ca Galilei, Descartes, Leibniz, cele doua laturi, filosofia si stiinta, emanau de la aceiasi personalitate. Problema este daca astazi, cind amploarea mas-mediilor a depasit-o evident pe cea a filosofiei devenind coextensiva cu insasi cultura, cum si cit are de impartit filosoful “intelepciunea”, “adevarul” sau „cunoasterea” cu reprezentantul prin excelenta al acestor mas-medii, cu jurnalistul<sup>1</sup>. Pentru ca intrebindu-ne cit participa filosoful si cit participa jurnalistul la “intelepciune” si “adevar” ne intrebam de fapt cit participa filosofia si cit participa mas-mediile, ca forme prin excelenta vizibile ale globalizarii comunicarii, la “intelepciune” si “adevar” ?

Formulata atit de abrupt, problema relatiilor dintre filosofie si mas-medii poate suna superficial si neconvingator. Dar comparatia directa a jurnalistului de astazi cu Socrate – cel care ar trebui sa fie figura emblematica a filosofiei occidentale, asa cum Iisus este a religiei occidentale – o poate face mai convingatoare si ii poate da consistenta. Pentru ca la Socrate, cel care isi purta dialogurile sale in pietele Atenei si care isi formula intrebarile in cadrul unor intilniri prietenesi, este foarte evidenta calitatea filosofiei de a chestiona valorile, convingerile si ideile unei comunitati. Dar astazi, filosofica arta a maieuticii, arta de a pune intrebari cu privire la chestiuni de relevanta macar transindividuala, daca nu direct publica, de a dialoga pentru a naste in mintea participantilor si spectatorilor idei, convingeri si atitudini intemeiate pe valori unanim recunoscute, pare sa apartina jurnalistului. Caci, dupa ce, cu decenii in urma, oamenii de stiinta, mai ales, si unii filosofi – adesea motivati ideologic -, declansau autochestionarea morala si ideatica a comunitatii fata de evenimentele sociale ori politice si fata de descoperirile stiintifice, astazi numai jurnalistii se mai afla intr-o astfel de pozitie. In timp ce relatia fireasca a filosofului cu temele existentiale ale omului si

---

<sup>1</sup> Desigur, aici trebuie sa luam jurnalistul intr-o acceptiune emblematica foarte larga in absenta unui termen mai potrivit pentru a desemna pe omul de medii – sintagma prin paralelism cu cea de „om de stiinta” -, pe “communicationist”, pe profesionistul comunicarii interpersonale si publice, pe terapeutul comunicarii interindividuale si pe criticul relatiilor publice, pe gazda de talk-show si pe producatorul in comunicare de evenimente politice, culturale, mondene sau chiar individual-personale, care sunt toate figuri sustinute de noile stiinte ale comunicarii sprijinite pe tehnologiile electronice.

comunitatii actuale aproape ca a disparut in spatele unui discurs de o abstractie si o elaborare atat de rafinata si sofisticata incit a pierdut orice audienta in afara celei extrem de restrinse a unor grupuri de eruditi universitari. Si chiar daca ar dori sa se adreseze unui public larg, filosoful nu o mai poate face decit prin intermediul mas-mediei si cu mijloacele ei discursive.

Din perspectiva unei istorii a filosofiei occidentale ca istorie a discursului filosofic, deci a filosofiei ca si comunicare, favorabila mai degraba comparatiei celor doua decit emfazarii specificului si importantei filosofiei, atat situatia relatiei dintre mas-medii si filosofie cit si chestiunile pe care le ridica, devin mai inteligibile si mai clare. Pentru ca momentul de origine al filosofiei, ca si unele din momentele ei ulterioare nu sunt lipsite de similaritati cu situatia de acum. Primii ginditori greci, cei care s-au numit „intelepti” (sofoi) impartaseau, in pofida numelui, intelepciunea impreuna cu literatii, cu marii poeti, cum au fost Homer si Hesiod. Pe atunci chiar si forma discursului era similara cu cea a literaturii: aforisme, sentinte, poeme. In discursul in proza, adesea, sa o recunoastem, dificil de urmarit, filosofia s-a instalat destul de tirziu, odata cu acceptarea numelui de filosofie. Atunci, printr-o dubla miscare, s-a rezolvat si vechea disputa ce domnea intre ginditori si poeti in ceea ce priveste intelepciunea: pe de o parte filosofii s-au autodeclarat, modesti, doar iubitori de intelepciune, iar pe de alta au contestat intelepciunea poetilor. Platon a fost cel care a observat ca poetii, artistii in general, sunt capabili sa descrie lucruri pe care nu le cunosc si nu le pot produce. Cum este posibil asta (*acest lucru*)? Desigur, daca ei nu cunosc direct despre ceea ce vorbesc, o pot face numai inspirati de zei; in incapacitatea lor de a cunoaste ceea ce fac, poetii, ca si oracolul, sunt cuprinsi, de fapt, de un fel de nebunie divina.

Intelepciunii poetilor sau profetilor oraculari, care este o simpla asertare inspirata de zei, i se opune iubirea de intelepciune a ginditorului: filosoful stie ce spune pentru ca isi poate argumenta logic afirmatiile, adica le cunoaste din interiorul gindirii. O astfel de diferentiere nu a parut suficienta unui filosof ca Platon, care a impins animozitatea pina intr-acolo incit i-a alungat, dupa cum se stie, pe poeti din cetatea rationala a filosofiei. Marele sau discipol, Aristotel, i-a reprimat, considerind arta un fel de cunoastere, pusa sub ascultarea poeziei. Poeticile si esteticile au fost cele care au tinut sub ascultare, teoretica si normativa, arta in lungul istoriei filosofiei occidentale. Ele au fost ciinii de paza discursivi, pe care filosofia i-a folosit impotriva pretentiilor la detinerea intelepciunii care ar fi putut veni din partea artei. Destinul istoric al occidentului a facut apoi ca filosofia sa redevina religie si sa fie pusa sub ascultarea teologilor aproape un mileniu dupa aceea. Destin cu un dublu tais inasa, sa nu uitam, deoarece filosoful roman, a carui opera era necunoscuta in afara elitei marilor orase este facut cunoscut straturilor mijlocii din antichitatea clasica datorita predicarii si speculatiilor crestine<sup>2</sup> iar paradigma monastica include aspecte ale stilului de viata asocial, al cinicilor...

Cind, in epoca moderna, filosofia a revenit triumfatoare, ca si discurs al cunoasterii, situatia s-a repetat, intrucit a avut de confruntat o alta pretendenta la intelepciunea cunoasterii, stiinta. La fel ca altadata filosofia greaca fata de literatura, marea filozofie germana a incercat sa tina cunoasterea stiintifica sub ascultare teoretica si normativa, construind o teorie generala a cunoasterii. Pe acest

---

<sup>2</sup> Pentru Nietzsche crestinismul este filosofie pentru mase, platonism vulgarizat.

teren, ea si-a supraevaluat propria cunoastere, considerind-o totala, in ceea ce priveste intinderea, si absoluta, in ceea ce priveste patrunderea. Ultimul mare filosof sistematic, Hegel, defineste filosofia drept „stiinta absoluta a Absolutului”. Plina de modestie si dedicata utilului, stiinta moderna a acceptat sa i se distribuie o cunoastere parcelara si testabila experimental, dar si-a aparat-o apoi constituindu-si propriile teorii ale cunoasterilor stiintifice particulare ca epistemologii de ramura (ale matematicii, fizicii, biologiei etc.) si propunind dinspre matematica, chiar o logica noua, diferita de cea clasic filosofica, cea aristotelica. Mai apoi, stiintele din a doua generatie, ale omului si societatii, teoriile sociologice, psihologice, economice si lingvistice, si-au construit mai mult decit propriile epistemologii care sa le protejeze demersul si discursul fata de filosofie. Ele au construit propriile teorii asupra cunoasterii filosofice insasi, metafilosofiile stiintifice, care au criticat, uneori pina la desfiintare, discursul si demersul filosofiei.

Noi suntem astazi mostenitorii consecintelor acestor confruntari si instalati deja in tematizarea comunicarii. In consecinta devenim martorii unei noi confruntari: cea dintre filozofie si mas-medii, cea dintre jurnalist si filosof sau mai general si mai precis intre ginditor si specialistul in comunicare, adica specialistul in stiintele si practicile comunicarii. Prima confruntare, cea dintre filosof si poet, s-a petrecut atunci cind filosofia tematiza „ceea ce este”. Aceasta runda, filosofia a cistigat-o, invocind calitatile de descriere categoriala si argumentare logica ale propriului discurs, fata de metaforele si figurile poetice ale discursului de gen literar si foarte adesea concordanta intre discursul filosofic si propria viata. O a doua tematizare, cea a epocii moderne, a fost cea a cunoasterii. Marea filosofie germana a sustinut ca „ceea ce este” e relativ la ceea ce cunoastem: pentru ea, a fi inseamna a fi cunoscut. Confruntata cu cunoasterea stiintifica moderna, cunoasterea filosofica a incercat sa faca scor egal, contrabalansind experimentul si limbajul matematic printr-o cunoastere totalizatoare si printr-o rationalitate axiologica. Adica, daca scorul n-a mai fost favorabil filosofiei, nici nu i-a fost defavorabil, caci filosofia si-a afirmat capacitatea de a supune unei critici a scopurilor ceea ce stiinta oferea ca mijloace. Cea de a treia tematizare, tematizarea filosofiei actuale este cea a comunicarii. Aceasta tematizare a comunicarii este evidenta in importanta acordata limbii si semnului, atat la Heidegger, cit si la structuralisti si post-structuralisti, ori in filosofiile analitice sau in pragmatism. Insa in practicarea unei comunicarii care s-a globalizat, filosofia se confrunta acum cu mijloacele de comunicare de masa.

Desigur, de pe pozitilele unei gindiri care a tematizat cit se poate de subtil si autentic comunicarea, Heidegger ne-a reamintit ca filosofia occidentala a uitat Fiinta. Dar fiinta a fost mai degraba o solutie decit o problema in filosofia occidentala! Fiinta a fost o solutie la problema existentei raului intrucit ea a facut ca lumea sa poata fi reprezentata ca asimetrica, orientata spre bine, adevar si frumos. Gratie ei, raul a putut fi definit drept carenta de fiinta, iar filosofia a putut spune ca (*per total*) “totul e bine”. Tot astfel, succesivele tematizari pot fi considerate solutii similare: raul este carenta de cunoastere, sau raul este carenta de comunicare. Realul este astfel prezenta care ni se impotrивeste, a ceea ce ca obiect, ni se contrapune. Paradisul este o conformitate cu dorinta; rea-litatea ne arata ca lumea e rea (ca sa ne jucam cu etimologii improvizate!) intrucit obiecteaza dorintei noastre.

Prin urmare, pentru filozofie, lumea cu consistenta ei reala este problema. Or, in a treia tematizare, lumea este lumea comunicarii, adica a limbajului. Daca spunem ca omul traieste in lume, nu in mediu, asta inseamna ca traieste intr-o realitate construita de semnificatii si sensuri.<sup>3</sup> (Nu ne plimbam prin padure, ne plimbam prin cuvintul padure!). Pentru ca limba mai intii semnifica si apoi desemneaza, descrierile sau lumile sint in principiu si initial fictionale, fara valorile de adevar referential sau intersubiectiv, valori pe care le primesc ulterior, numai in anumite conditii. Pluralitatea si paralelismul lumilor dizolva vechiul monism si instituie pluralitatea si, pe aceasta cale, virtualul. Totul e imanent, dar oameni alaturati, trairind in acelasi spatiu traiesc totusi in lumi diferite. Se ajunge ca pluralitatea lumilor sa inlocuiasca si transcendentia si transcendentalul, prin simpla transcendere: aici si acum, in imanenta, dar in pluralitatea lumilor paralele. E consecinta disolutiei structurilor piramidale ale asimetriei lumii pe care filosofii o cred orientata spre bine - si ale asimetriei autoritatii - si inlocuirii lor cu structurile de retea ale comunicarii. Totodata, e un alt fel de a spune ca nu exista rau - exista numai lumi alternative, paralele. Adica perspective diferite: ceea ce pare bine undeva, altundeva poate parea rau, dar un rau absolut nu se gaseste nicaieri. E noul fel de a spune, conform traditiilor mistice filosofice: (*per total*) totul e bine!

Comunicarea intre aceste lumi virtuale paralele face trecerea de la textul clasic la hipertextul noilor medii electronice. Aceasta realitate de comunicare aduce cu sine o indistinctie afara – inaintea care face sa dispara realitatea din „afara”. Odata cu ea apare un gen de realitate virtuala care nu mai este sinonima cu conceptul de realitate potentiala al vechilor filosofii. Se instaleaza indistinctia intre reprezentat si reprezentant, intre imaginea prima si copie (imitatie). Realitatea reprezentata este luata ca realitate efectiva; realitatea devine similara cu constructia ei in comunicare. Generalizarea comunicarii permite o simulare generalizata. Suveranitatea simulacrii, despre care ne vorbeste Baudrillard, este o consecinta a disparitiei, fara speranta de revenire, a altor moduri de a crede in prezenta reala, cu exceptia comunicarii. Noile, in raport cu modernitatea, medii incarneaza aceasta forma a realitatii: televiziunea a fost mai intii lumea reala a postmodernismului. Acum cyber-space-ul duce si mai departe aceasta realitate, care devine, cum spunem, inca mai virtuala. Netul poate sustine spectacolul deschis, interactiv - ceea ce vechea televiziune de tipul filmului, care este o opera inchisa, nu era - iar sansele lui, - ca proprietate a tuturor, descentralizat si indestructibil - sint inca mai mari decit ale celorlalte medii, devenind mijlocul comunicarii de masa prin excelenta. Asteptind promisa deplina integrare – “simbioza comprehensiva” - intre minte si masina electronica, simulatoarele militare de antrenament devin o forma de educatie care incurajeaza acceptarea acestui real. In buna si marea traditie a tematizarii cunoasterii, modernismul a considerat mass-media drept o descriere a realitatii, pe cind pentru comunicarea postmoderna, in evolutie spre globalizare,

---

<sup>3</sup> Omul are nevoie de semnificatii pe care povestirile le organizeaza intr-un sens pentru ca este o fiinta nascuta prematur. Absenta sensului este insuportabila pentru om, este un dezastru, este raul. Omul nu poate insa trai deplin semnificatiile si sensurile pe care le inventeaza. Viata, mai precis adaptarea la ceea ce este mereu prealabil dat, nu permite transformarea cuvintului in gest. De aceea omul este animalul unei vesnice nostalgii, caci nu se poate intoarce acolo de unde nu a fost niciodata alungat, pentru ca nu a trait niciodata in semnificatiile "pure" si este mereu sedus sa o faca.

realul este numai ca sistem de semne organizat in discurs despre lume. Astazi stim ca presupozitiile bunului simt despre real depind de modul in care acesta este reprezentat, descris, introdus in discurs si interpretat. Nu exista nimic natural in real, totul a fost de la inceput si intotdeauna cultural, adica mijlocit de reprezentari. De aceea, mass-media este un simulacru de real, lipsit de semnificatie si fara legatura cu realitatea asa cum filosofia a gindit-o in primele doua tematizari ale sale.

Toate aceste schimbari fac foarte problematic rezultatul confruntarii actuale dintre filosofie si mas medii. Care sint prin urmare, in aceste conditii, sansele traditiei gindirii filosofice daca nu de a cistiga, macar de a supravietui acestei noi si mai dure confruntari pe care o poarta cu mas mediile? Desigur, indiferent de constituirea realitatii, filosofia occidentala a pretins ca detine adevarul si cunoasterea. Sa observam atunci, urmind etapele istorice ale constituirii discursului filosofic, o prima diferenta fata de situatia actuala: daca in raport cu literatura mitologica filosofia putea pretinde ca participa mai mult la adevar, acum i-a devenit imposibil. Odata cu marile tematizari filosofice si conceptia asupra adevarului s-a schimbat. Prima dintre teoriile filosofice ale adevarului se leaga de prima tematizare – sau epistema, cum ar fi spus Foucault. E momentul auroral al filosofiei grecesti care se intreaba asupra a „ceea ce este”, cautind in materie sau forma principiul, temeiul acestei lumi. Ordinea existentei, a gindirii si a rostirii fac una, nu sunt despartite. Cunoasterea este si rostire adevarata pentru ca spune „ceea ce este”. Aristotel va exprima cit se poate de clar formula prima a adevarului in teoria adevarului corespondenta. Afirmatia sau negatia este adevarata daca ea corespunde la „ceea ce este”. In aceasta teorie a adevarului proprietatea de adevar apartine relatiei, raportului dintre enunt si starea de fapt. Acest tip de adevar este cel pe care il intilnim in stiintele bazate pe observatie si experimentare directa. Odata cu a doua tematizare, a cunoasterii, ceea ce este devine relativ la ceea ce cunoastem. Adica ceea ce nu cunoastem nu exista in mod real pentru noi. Exista aici deja doua ordini distincte: ordinea a „ceea ce este” pe de o parte, si ordinea gindirii si rostirii, pe de alta. Ordinea a „ceea ce este” nu mai poate fi direct accesata, daca nu cumva, asa cum crede Kant, nu poate fi deloc accesata, fiind „lucrul in sine”. Tot in conformitate cu Kant, teoria adevarului devine teoria adevarului coerenta. Adica daca punctul de plecare este axiomatic corect si daca pasii pe care ii facem sunt corecti rezultatul rationamentului nostru e corect.

Pentru cea de-a treia tematizare, cea a comunicarii, „ceea ce este” si ceea ce cunoastem ca realitate este relativ la comunicare: ceea ce nu comunicam, nu exista pentru noi! Cea de-a treia teorie a adevarului nu este inca la fel de clar formulabila ca si primele doua. Totusi, am putea-o descoperi schitata la Heidegger. Este teoria adevarului-semnificatie despre care Noica vorbeste implicit, comparindu-l cu adevarul exactitate. Adevarul este cu atit mai adevarat cu cit semnificatia lui este mai universal acceptabila. Acest tip de adevar este, la urma urmei, adevarul democratic al valorilor. O valoare este cu atit mai adevarata cu cit are o sfera de cuprindere sau o amplitudine mai larga in raport cu grupurile umane. Acest tip de adevar – semnificatie, sau mai degraba adevar sens -, stabilit intersubiectiv si democratic, este adevarul de acum al discursurilor artei, culturii in general si politicului. Or el constituie, dupa cum se va vedea, totodata unul din principiile

productiei mas-mediilor, cel care le confera caracterul de comunicare de masa. Iar daca masuram forta noului adevar prin amploarea cuprinderii semnificatiei sale – in definitiv, aceasta este cea mai operationala masura a democratiei dezirabile! -, ce filosof, oricit de socratic ar fi el, se poate masura cu audienta si aprobarea – „consensul”! – cu care sunt intimpinati jurnalistii de talkshow? Ce sistem filosofic sau ce roman ori poem, mai au forta modelatoare a clipurilor publicitare ori muzicale, care modeleaza astazi stilul de viata, pasiunile si sexualitatea tinerei generatii? In transmiterea adevarului, in invatarea sociala de astazi nu vechea traditie si nici cunoasterea moderna modeleaza individul, ci mass-mediile.

Schimbarea este inca mai radicala la intalnirea dintre cunoastere, pe care filosofia si-o aroga altadata, si comunicare. Am vazut ce s-a intimplat cu vechea gindire ontologica, de indata ce, odata cu criticismul kantian, a fost reluata in cheia cunoasterii. Ramine sa vedem ce se intimpla cu cunoasterea de indata ce este reluata in tematizarea comunicarii. In cunoscutul sau raport asupra cunoasterii Lyotard ne spune: cunoasterea inceteaza sa mai fie un scop in sine, pierzindu-si valoarea de intrebuintare si devenind doar valoare de schimb. Dobindirea cunoasterii nu mai inseamna o perfectionare de sine sau un antrenament al mintii ca in *Jocul cu margelele de sticla...* Cunoasterea devine, similar bunurilor materiale, un produs destinat vinzarii si valorificarii printr-o noua productie. Aici trebuie sa constatam ca una din profetiile neo-marxistilor s-a indeplinit: stiinta devine “forta nemijlocita de productie” si inceteaza de a mai fi preocuparea gratuita a “sufletului frumos”. Si intr-adevar, noile descoperiri stiintifice costa tot mai multi bani, si angajeaza tot mai multi cercetatori, care au randament tot mai mic al muncii. Poate ca unele discipline stiintifice, fiind mai descriptive, ca anatomia ori geografia, sint, mai ales, de aceea, practic incheiate. Dar stagnarea priveste insasi calitatea de teorie a stiintei. Teoriile noi coexista cu cele vechi (teoria newtoniana cu cea a relativitatii), iar faptul ca nu se exclud arata ca adevarul lor este relativ. Teoriile stiintei se dovedesc a fi similare cu cele ale filosofiei: si-au pierdut universalitatea si nu mai pot demult pretinde un acord general si care sa faca false variantele. Acum ambele nu mai au curs: teoriile stiintei conteaza numai ca descrieri posibile ale lumii, identificindu-se astfel teoriilor filosofice metafizice.

Marile teorii, stiintifice sau metafizice, apartin in egala masura destinului postmodern al marilor naratiuni. De acum inainte tehnicile sint cele care vor progresa si este mai corect sa vorbim despre tehnostianta, decit despre stiinta. Cu atit mai mult cu cit cunoasterea teoretica este deductiva, separa si ierarhizeaza de sus in jos, dupa formula piramidei, si, prin aceasta, blocheaza comunicarea, care este in ton cu stilul inductiv si experimentalist al cunoasterii – a invata asa cum descoperi, a invata prin incercari. In comunicare totul e empiric, conteaza numai experienta efectiva imediata (performanta) si nu speculatia teoretica detasata si distantata (competenta), muzica pe care o poti canta, nu cea pe care o poti asculta! Pentru cunoastere ceva este stabilit definitiv, odata pentru totdeauna, pe cind comunicarea presupune reveniri, adaugiri, schimbari: o re-licitare continua, asa cum este insasi viata. Cunoasterea moderna conduce la argumentatie si monolog, comunicarea presupune discursul si dialogul. Pentru cunoastere, comunicarea este doar expresie. Comunicarea postmoderna insa poate elimina cunoasterea ca si continut, intrucit comunicarea isi

poate fi, si in bine si in rau, propriul continut.<sup>4</sup> Cunoasterea are mai multa nevoie de comunicare, de expresie, decit comunicarea de cunoastere, de continut. In acest sens, diferit de conceptul traditional al comunicarii, apropiat de cunoastere, care miza pe continut, conceptul postmodern al cunoasterii accentueaza pe latura ei de relatie.

Desigur, departe de a admite, ca modernii, ca singurul discurs cognitiv autentic ar fi cel stiintific, postmodernismul nu privilegiaza nici un discurs cultural si nu le ierarhizeaza. Viziunea postmoderna a lumii este aceea a unui mare numar de modele ale ordinii, fiecare dintre acestea generind un set de practici autonome. Modernii selecteaza o ordine, care astfel devine corecta si reprezinta realitatea. Postmodernii sunt mai degraba interpreti, traducatori ai ideilor apartinand unei traditii, pentru a putea fi intelese in sistemul de cunoasteri bazat pe alta traditie. Importanta, din aceasta perspectiva, este facilitarea comunicarii intre parteneri autonomi si prevenirea distorsiunilor sensului in procesul comunicarii. Cunoasterea, indeosebi cea moderna, stiintifica, a mizat pe referinta si a cerut obiectivare impersonala. Comunicarea postmoderna mizeaza pe reprezentare, pe semnificare, si propune subiectivismul inter- si intra-personal, e adevarat insa, codat cultural dupa formula alteritatii, a celui alt care este un alt eu insumi, diferit pentru ca este diferit programat cultural.

Filosofia s-a folosit din plin de statutul ei de teorie, respectiv de metodologie si etica a comunicarii, semnificarii si interpretarii. De pe astfel de pozitii au fost produse majoritatea criticilor comunicarii de masa. Cresterea audientei si impunerea figurii jurnalistului n-au fost insa afectate; acesta poate tot mai mult trece drept figura inteleptului acestui timp. De ce ? Pentru ca filosofia clasica era o ideologie a rationalitatii care nu mai are curs. Ea apartine unei culturi de eruditie, unei culturi elitare a contemplatiei si speculatiei teoretice. Or, cultura noastra inceteaza sa mai fie o cultura de eruditie. Ea se transfera in intregime intr-o comunicare inteleasa ca relatie intersubiectiva mai degraba decit transmitere de informatii, cum era in cazul tematizarii cunoasterii. Iesim dintr-o cultura de eruditie tot asa cum in modernitate, odata cu Renasterea, Reforma si Contra-reforma, ieseam prin cultura de eruditie din spiritualitatea religioasa a Evului de mijloc, pentru a ne instala acum intr-o cultura a semnificarii cotidianului.

Pe de alta parte, pe plan filosofic intern, programul wittgensteinian s-a generalizat intr-o forma sau alta: sarcina primordiala si unica justificare a filosofiei a devenit clarificarea semnificatiilor limbajului. Din mijloc de a privi spre lucruri, limbajul a devenit tinta privirii filosofice. Prin urmare, pentru a fi eficienta, o critica filosofica a comunicarii trebuie sa urmeze deplasarea generala a fundalului teoretic de la cotitura lingvistica („linguistic turn”) la cotitura pragmatica („pragmatic turn”). Astazi, „pragmatic turn” inseamna luarea in considerare a background-ului cultural istoric: categoriile cunoasterii nu pot scapa de istorie; nu exista esente fixe in mintea oamenilor care ca oglindeasca realitatea (Rorty). Dar mediile nu sunt atit o teorie a comunicarii cit o practica a comunicarii. Prin urmare mediile au un drept de preemtiune: ele sint o practica a ceea ce filosofia abia teoretizeaza. Filosofia nu se

---

<sup>4</sup> Inversarea raportului intre cunoastere si comunicare odata cu trecerea de la universalismul modernitatii la globalizarea postmoderna este paralela si analoga cu inversarea raportului intre productie si consum. Modernitatea era interesata de cunoastere asa cum era interesata si de productie; postmodernitatea este interesata de comunicare asa cum este interesata si de consum.

poate, deci, confrunta cu mediile decit daca devine o practica efectiva a comunicarii, o modalitate a procesului de comunicare. Astazi mas-mediile sunt cele care aduc cu ele promisiunea unei noi sinteze culturale: dupa cea a filosofului si literatului, ori a filosofului si omului de stiinta, pe aceea a filosofului si jurnalistului, a filosofului si omului de comunicare, a „communicationistului”<sup>5</sup>.

Aceasta figura apartine noii culturi a spiritualitatii imanentei si cotidianului si este figura ideologului unei ideologii ostensive, care mai degraba arata semnificanti prezumtivi, decit sa impuna semnificatii si sensuri. Incepe o noua era in care masele de divertisment, alcatuite din indivizi izolati care stau in fata televizorului, sunt manipulate si seduse prin imagine. Imaginea este doar asertiva: ea poate actiona manipulativ, dar ca atare ea actioneaza, mai ales, seducator. E nevoie de o noua gindire, critica sau radicala - capabila sa se confrunte cu imaginile, cu manipularea si seductia, de o noua gindire care sa lupte impotriva vrajirii constiintei noastre de catre mijloacele tot mai puternice ale comunicarii noastre. Pentru ca nu ne putem astepta cu luciditate la o reintoarcere a persoanei crestine sau macar a subiectului kantian. Daca exista, pe diferite cai, o reintoarcere posibila a subiectului, pe care unii ginditori se grabesc sa ne-o anunte, aceasta reintoarcere este a subiectului comunicarii, nu a subiectului cunoasterii, pe care occidentul modernitatii tirzii il mai astepta inca si care a sucombat definitiv sub criticile aduse de diferitele teorii ale comunicarii, nelasind in urma decit reziduul masei de divertisment.<sup>6</sup>

Aici insa faptul ca privim filosofia ca discurs si ca ea poate aparea ca fiind de gen literar ne ofera un prim punct de plecare promitator pentru ca implica o analogie cu destinul contemporan al artei. Caci, mai degraba, decit urmind cunoasterea stiintifica, urmind arta isi poate gasi filosofia un loc in raport cu mas mediile in cultura contemporana. Intr-adevar, arta a urmat, oarecum, tematizarile: daca prima forma a artei s-a multumit cu dublarea si elogiarea simbolica a ceea ce este, a doua forma a artei, odata cu proiectarea in spatiul euclidian si trompe-l'œil, a fost o forma

---

<sup>5</sup> Actorul scenei culturale de astazi nu mai este autorul (scriitorul) si nici macar atit de mult gazetarul ori actorul, ci un soi de animator sau curator comunicational. E evolutia spre manager a autorului. Spre un management al comunicarii. In tematizarea comunicarii managerul este eroul pentru ca el pune in contact, deschide canalul comunicarii intre parteneri diferiti, fara sa consume resurse. E omul functiei fatice, cea care se vadeste a fi rolul tuturor telefoanelor mobile, sms-urilor sau e-mail-urilor. In plan cultural e ceva in genul povestitorului oral si animatorului si regizorului, cel care capteaza si mentine atentia, cel care produce (pseudo-)evenimente, nu numai narative, dar si imaginative (adica in directia imaginii).

<sup>6</sup> Adica, de fapt, o impunere a alteritatii care este una din metamorfozele ideii de subiect care, la rindul sau, decurge din esecul ideii crestine de persoana. Antichitatea a produs un model ontologic spatial, care avea in vedere lucrurile ca pe niste entitati, modernitatea crestina a produs un model ontologic in timp, care privea lucrurile ca niste entitati aflate intr-o relatie, acum modelul ontologic este al alteritatii, al diferentelor in spatiu si timp, al relatiei care constituie entitatile. Metafizica traditionala si clasica a incercat mereu sa ne demonstreze ca lucrurile care au aparenta ca difera sunt in fapt identice si provin dintr-un principiu unic, in timp ce gindirea actuala incearca, dimpotriva, sa demonstrez ca lucrurile care par identice sunt in fapt diferite si apar astfel ca o consecinta a unei relatii prealabile. Exista astfel o diferenta semnificativa intre alteritate, care la prima ei aparitie clara in dialectica hegeliana este legata inca de tematizarea cunoasterii si reprezinta la urma urmei intersubiectivitatea a doi subiectu cvasi kantieni, si alteritatea de comunicare in care subiectii sint constituiti prin relatia de comunicare. Alteritatea de comunicare este un chiasm (Merleau-Ponty): ceea ce este propriu si ceea ce este strain survin simultan, intre ele exista o impletire si sint originare in aceiasi masura. Alteritatea ireductibila, care apare astfel ca o garantie a comunicarii autentice, reprezinta singura iesire din solipsismul in care ne-a introdus tematizarea cunoasterii.



de reprezentare după anumite metode, de felul cunoașterii. A treia formă a artei este inevitabil legată de comunicare, este, la drept vorbind, o artă a comunicării: devine de fapt modalitatea de prezentare a artei în comunicare. Artiștii numai deschid spațiul unei comunicări, dau proporții unor aspecte, reliefează, fac pertinente anumite mesaje. Artiștii au devenit comunicatori, iar arta s-a retras într-o anumită manieră de a comunica. Oricum, implicit sau explicit, arta aparține într-o mare măsură acum practicii efective a comunicării.

Dacă ar urma direcția acestei deplasări culturale a artei, filosofia ar avea șansa să regăsească unul din sensurile ei oarecum mistice, sau mai degrabă samănice, pentru că originare. Nu în sensul de a face din filosofie modalitatea de a spune că "totul e bine", ci în acela de a face din filosofia occidentală o activitate în loc de o teorie. Într-adevăr, atâta vreme cât filosofia a fost o ideologie a raționalității – cam până la Schopenhauer – ea a fost în principal activitate de instalare a unui cod normativ și interpretativ de inspirație tradițională textuală. Gândirea filosofică îți îngăduie acum însă să-ți identifice codurile proprii programării, este deci o filosofie critică a culturii înțeleasă ca ontologie a socialului. Dar însăși filosofia occidentală este un cod cultural, o programare a individului conform ideologiei raționalității. Sensul codificării este foarte plastic formulat de Wittgenstein atunci când spune: "ideea stă pe nasul nostru aidoma unor ochelari". Prin urmare noul rost al filosofiei poate fi formulat prin parafrizarea lui Heidegger: trebuie să eliberăm rostirea de literatură și gândirea de filosofie. Filosofia nu mai este atît o teorie, cît o artă, tehnică, practică, și în acest sens o gândire. Dacă, mai mult decît a fost cazul în cunoaștere, realitatea și adevărul și în ultima instanță atunci și înțelepciunea, se află de partea comunicării, filosofia trebuie să devină o practică înțeleaptă a comunicării.<sup>7</sup>

Se spune adesea că ceea ce aduce pericolul aduce și salvarea, că în problema se găsește soluția. Grăție însăși instalării ostentivității în cultură prin intermediul mas-mediei electronice, filosoful are șansa de a redeveni, e adevărat, numai în comunicare, vechiul actor existențial care a fost. El încorporează în propria existență un anumit text prealabil, al propriei gândiri sau al tradiției. Odată cu modernă impunere a devenirii dialectice, a procesului, codificarea prealabilă s-a pierdut în favoarea unei metode oferite de cunoaștere. Acum, în comunicare, unde totul este proces, adică interacțiune, filosoful devine un actor din *commedia dell'arte* care nu poate controla decît stilul sau de a comunica cu sine și cu ceilalți. Pentru că în raport cu comunicarea, filosofia ca formă a culturii occidentale nu mai poate decît să ne procure un stil existențial comunicational<sup>8</sup> sau, dacă avem unul inadecvat, să ne schimbe stilul existențial comunicational, înțelegînd prin aceasta că ne schimbă felul în care comunicăm cu noi înșine și comunicăm prin propria noastră existență cu ceilalți.

Dar filosofia este confruntată de către mas-medii nu numai ca discurs al cunoașterii, ca ideologie a raționalității – sau, pentru a fi mai expliciti, ca religie pentru elitele raționaliste ale Occidentului, cum ar spune Derrida sau Eliade – ci și

---

<sup>7</sup> Sarcina, s-o recunoaștem, foarte dificilă de vreme ce în practicarea comunicării circula următoarea definiție: "omul obișnuit spune ce știe, expertul știe ce spune". Mulți dintre oamenii de medii care trec drept gânditori semnificativi fac astăzi de fapt mai degrabă figura de experti în comunicare: știu ce trebuie să spună masei de divertisment. O practică înțeleaptă a comunicării ar însemna să putem spune indivizilor masei de divertisment ceea ce știm că trebuie spus cu efectele pe care le obține cel care știe ce spune.

<sup>8</sup> În loc de "cunoaște-te pe tine însuți", "comunica bine cu tine însuți", și în loc de "iubeste-ți aproapele ca pe tine însuți", "respectă în comunicare alteritatea aproapelui tău"

direct, in calitatea ei discursiva. Dupa cum spuneam, filosofia este un discurs de gen literar, atasata „limbii naturale” si literei textului. Mas-mediile inasa, impreuna cu calculatoarele si noile instrumente de comunicare apartin, daca nu direct atotputernicei imaginii, macar sunetului (vocii). Desigur, astazi ne este limpede ca sub aceasta cearta intre filosofie pe de o parte si literatura sau arta pe de alta, se afla o disputa la fel de veche cum este cea dintre vorbire si scriere, si anume cea dintre imagine si text si mai general, „o lupta care este vizibila in angajamentul profetilor evrei si al filosofilor greci (in special Platon) impotriva imaginii” (Vilém Flusser), o disputa a carei miza religioasa ultima se indreapta impotriva idolatriei. Sa recunoastem ca mai apoi, in evolutia ei, adesea filosofia a cistigat impotriva cunoasterii stiintifice riguroase prin calitatile imaginii literare. Dar forta imaginii din mediile actuale este incomparabila. Rorty a putut gindi filosofic impreuna cu literatura (si totodata impotriva ei); cum este inasa de gindit actualmente cu filmul, si inca mai mult cu imaginea din mediile electronice in general (si totodata impotriva ei)?

Ideologia ostensiva si noua relatie text-imagine pe care o aduce cu sine este prin urmare marea provocare pentru filosofie. Sa observam ca din perspectiva tematizarii comunicarii, cele doua criticisme filosofice succesive, ale cunoasterii si comunicarii, pun in discutie de fapt, prima, partea de continut a comunicarii, cea de a doua, partea de relatie a comunicarii. Ele pot fi puse in paralel cu digitalul si analogicul: continutul comunicarii verbale este de partea digitalului, relatia este de partea analogicului. Ostensivitatea, prin caracterul ei analogic, functioneaza indeosebi in planul relational al comunicarii. Intr-adevar si impotriva tuturor pretentiilor contrare, azi, pentru noi, cetatenii unei lumi globalizate, comunicarea este mai degraba relatie decit transmitere de informatie. Odata cu aceasta discursul digital despre realitate este din nou confruntat in istoria culturala a occidentului care devine istorie globala, cu unul analogic. Acum se vede cu claritate ca disputa dintre conceptele filosofice si imaginile literare a fost secundara sau laterala. Confruntarea frontala este cea dintre gindirea pur calculatoare si imagine, dintre digital si analogic.

Digitalul – semnele imotivate, de felul limbii – si analogicul – semne motivate sunt doua laturi posibile ale comunicarii umane care tind sa se echilibreze in miscarea istorica a comunicarii. Cel putin dupa Reforma si Contra-Reforma, latura digitala a comunicarii s-a impus impotriva imaginilor si imaginarului Renasterii, la fel cum altadata profetia evrei sau Platon impotriva adorarii imaginilor. Filosofia a fost de la inceput partizana digitalului cu multiple consecinte (de la fonocentrism, la logocentrism) pe care Derrida, dupa Heidegger si Nietzsche le-a pus in evidenta cu suficienta insistenta. Filosofia nu poate decit sa ramina de partea digitalului, impotriva analogicului pentru ca numai digitalul poate sustine critica imaginilor seducatoare si manipulative. “Aici si acum” al imanentei se opune lui “acolo si altundeva” al transcendentiei asa cum analogicul se opune digitalului. Gindirea poate transcende imaginile, chiar daca sufletul nu transcende corpul si principiul nu transcende lumea. E o transcendere fara transcendentia, care se poate margini la a pune in evidenta seductia imaginilor, manipularea prin imagini sau persuadarea prin imagini. Filosofia ar trebui sa ramina de partea digitalului ca de partea unei practici a comunicarii care doar transcende fara sa invoce nici o transcendentia: o negare a lui aici si acum care nu are de propus nici o

transcendentă sau transcendental. Acest fel de filozofie seamănă foarte mult cu budismul Zen. Numai că aici simpla transcendere apare ca proces al comunicării în care avem de-a face continuu, în funcționarea înțelegerii, cu transcenderi reciproce.

În acest sens, față de triumful actual al imaginii, filosofia, în buna ei tradiție, a răsturnării raportului de forță, ar trebui să se păstreze de partea slabă astăzi, a digitalului. Așa cum spuneam, arta poate indica astăzi filosofiei direcția mișcării critice. Ea folosește imaginea împotriva manipularii și seducției exercitate prin intermediul ideologiei ostensive. Imaginile pot fi folosite și într-o deconstrucție a hermeneuticii instaurative a imaginilor, cum face astăzi arta. Desituarea, diferirea, spațierea pot veni de la situarea de partea unei transcenderi fără transcendentă a dublei articulare a sistemelor de semne digitale. Dar chiar și ca gen literar, discursul filosofic a fost de partea unui digital care și-a construit imaginile pornind de la el așa cum se întâmplă de altfel și cu construcția imaginilor pe calculator, pornind de la anumite programe și anumite informații care folosesc exclusiv un limbaj digital. Grăție ostensivității, filosoful poate din nou folosi propria viață pentru a comunica. Forța de analogie a vieții este mai mare decât a oricărei imagini. Toată complicația este aceea că și dacă vrea să folosească tăcerea, el trebuie să folosească o tăcere comunicativă. Tot așa cum imaginile se instituie prin intermediul digitalului, partea digitală pe care filosofia are a o pastră trebuie să poată produce o imagine comunicativă a vieții. Filosoful va trebui să facă, mai mult decât artistul care recurge la propriul corp, din propria viață un performanță iar din evenimentele vieții sale un happening.

## CUPRINSUL

### FILOSOFIA CA DISCURS SAU DESPRE APARENȚA ÎNCĂLCĂRE A DOMENIILOR

#### I. FIGURA CULTURALĂ A FILOSOFULUI ȘI ANTURAJUL DISCURSULUI FILOSOFIC

2 Nasterea esteticii în conflictul dintre filosofie și literatură

3 Filosof și literat, o sinteză latină

4 Filosof și om de știință - eșecul sintezei moderne și nasterea epistemologiei

5 Spre un discurs filosofic de gen literar?

#### II. FILOSOFIA CA DISCURS

1 Principiul practicii semnificative a discursului filosofic: travaliul logicii asupra semnificării

2 Fenomenologia practicii semnificative a discursului filosofic

a) Repudierea metaforei, elogierea conceptului și omniprezența analogiei în discursul filosofic

b) Speciile „literare”, metodele „logice” și echilibrul discursiv al filosofiei

c) Stilurile culturale și temeiul stilistic sentimental al discursului filosofic

#### III. DISCURSUL, DEMERSUL ȘI CULTURA POSTMODERNĂ

1. Discurs și demers

2. Experiența comună și demersul discursiv filosofic ca inițiere profană

3. Despre posibilitatea unui loc discursiv al filosofiei într-o cultură postmodernă

...ȘI FILOSOFIA CA FILOSOFIE

NOTE LA O FENOMENOLOGIE A FILOSOFIEI CA GEN LITERAR IN CULTURA ROMINA

1. Discursul filosofic ca discurs literar
2. Ontologii arhaice si filosofie existentiala
3. Filosofie, discurs literar si initiere profana
4. Discurs si/sau neant
5. Dialogicitate si ontologie

FILOSOF SI JURNALIST, SINTEZA UNEI IDEOLOGII OSTENSIVE

POSTFATA