

DECONSTRUCȚIE ȘI IDEALURI POLITICE ÎN ERA GLOBALIZĂRII

Lect. dr. NICOLETA MIHAILESCU
Universitatea "Mihail Kogălniceanu" Iași

În mentalitatea postmodernității, instrumentarul specific manifestărilor formelor tradiționale de idealism politic s-a modificat profund. Rațiunea – ca facultate atotputernică și general valabilă – pierde teren în fața unei mentalități nonfundaționaliste, în care narațiunile întemeietoare ale proiectelor politice, cu caracter obligatoriu pentru toți, nu-și mai găsesc locul. Rațiunea poate, din zorii postmodernismului încoace, cel mult să opteze între diferite proiecte nonuniversaliste. După expresia lui Michel Foucault, epoca locurilor – geografice sau ontologice – ierarhizate, cum a fost aceea a Evului Mediu, a trecut. Acum asistăm la era juxtapunerii contrariilor: a spațiului public și a celui privat, a spațiului familial și a celui social, a utilului și simbolicului, a muncii și a divertismentului, toate comportând, în mod camuflat și simultan, un soi de sacralizare. Așa cum sugera Jean Baudrillard, *mall*-ul reprezintă concretizarea ideologiei globaliste contemporane, *topos-ul* în care fiecare își regăsește concretizări ale fanteziilor proprii, dar și prilej de socializare, locul în care anotimpurile însele se juxtapun. În cadrul *mall*-urilor, nu neapărat categoriile de mărfuri sunt expuse în fața locuitorului-consumator, ci mulțimea semnelor și simbolurilor. Idealizarea lasă loc „vânătorii de cotidian”, acolo unde granița dintre cele două dimensiuni dispăre. Comunitatea ideală globală nu mai trebuie căutată, ea există deja, chiar comportând încă multe potențialități, sub forma prozaică a *aglomerării*, așa cum se traduce etimologic cuvântul *mall*, o cetate a oglinzilor și a jocurilor de lumini, toate atent studiate după cele mai severe canoane ale psihologiei abisale. Este vorba, așa cum remarca Jean Baudrillard, de a analiza însăși natura consumului ca „organizare totală a cotidianului, omogenizare totală, unde totul este cuprins și depășit cu ușurință, în transluciditatea unei <<ascuțite fericiri>> abstracte, definite numai prin aplanarea tensiunilor. *Mall*-ul, extins la dimensiunea centrului comercial și a viitorului oraș, este *sublimarea* întregii vieți reale, a întregii vieți sociale obiective”¹.

Teoria economică nu mai aspiră acum la cunoaștere, ci la euforia *consumului*. Urmarea este o falsă cunoaștere și o nouă închidere în imanent, dar, de data aceasta, într-un imanent autosuficient: „Relația consumatorului cu lumea reală, cu politica, cu istoria, cu cultura, nu este aceea a interesului, a investiției, a responsabilității angajate – dar nici cea a indiferenței totale: este aceea a CURIOSITĂȚII. Conform aceluiași raționament putem spune că amploarea consumului, așa cum am definit-o aici, nu este aceea a cunoașterii lumii, dar nici a ignoranței totale: este aceea a FALSEI CUNOAȘTERI”².

Asistăm, în prezent, la o sacralizare a spațiului, care, în contrast cu opiniile pe care le-am putea împărtăși, după trecerea prin nihilism, nu a fost golit în totalitate de semnificațiile sale metafizice. Prezentul devine, în ideologiile globalizării, la fel de semnificativ ca și viitorul.

Vădind excesele idealurilor tehnocrate, parte a dezbatărilor contemporane se vor opune acestora, propunând proiecte ecologiste și anticonsumiste. Totuși, optimismul tradițional al liberalilor tinde să se epuizeze, într-o ideologie tehnocrată a consumului, intervenind astenia, epuizarea și depresia. Mulțimea, în ciuda aparenței de solidaritate, devine o mulțime solitară, după expresia lui Riesman. O astfel de societate precum cea contemporană, căreia îi suntem martori și actori, ar avea ca notă esențială destrămarea „relației umane (spontană, reciprocă, simbolică) [...] Pe această bază asistăm la transfuzia sistematică a relațiilor umane în circuitul social – sub formă de *semne* – și la *consumul* acestei relații, al acestei călduri umane *semnificate*.

¹ Jean BAUDRILLARD, *Societatea de consum. Mituri și structuri*, Editura Comunicare.ro, București, 2005, p. 35.

² *Ibidem*, p. 41.

Animatoarea, asistenta socială, specialistul în relații publice, afișul publicitar, toți acești apostoli funcționari au ca misiune profană răsplătirea, *lubrifierea raporturilor sociale prin zâmbetul instituțional*. Vedem pretutindeni cum publicitatea mimează modurile de comunicare apropiate, intimiste, personale. Ea încearcă să-i vorbească gospodinei pe limba ei, cadrelor sau secretarelor – ca patronul sau colegul lor, încearcă să vorbească fiecăruia dintre noi ca și cum ar fi prietenul nostru, sau supraeul, sau ca o voce interioară, la modul confesiv. Publicitatea produce astfel, acolo unde nu există de fapt, nici între oameni și nici între ei și produse, intimitate, după regulile unui adevărat proces de simulare”³.

Ceea ce mai rămâne din proiectul liberal este dorința de ordine, sub forma organizării dictate nu de rațiunea statului, ci de rațiunile globalizării. Oricât s-ar încerca îndepărtarea de uniformitate, asistăm la o revenire a identicului, cel puțin sub forma reproducerii filialelor marilor corporații transnaționale.

Esența fenomenului de globalizare este caracterizată, în opinia lui Gadamer, „de faptul de a ne recunoaște într-o comunitate de consumatori ai aceluiași tip de obiecte frumoase, naturale și de artă”⁴. În plan filosofic, criza pe care gândirea postmodernistă o anunță este cea a punerii sub semnul întrebării a valabilității universale a logicii holistice după care ar trebui creată și organizată lumea. Discursul ei are în vedere faptul că realitatea nu mai poate – în caz că a putut vreodată – fi reconstruită în mod adecvat pe baza unor principii *a priori* ale raționalității. Rațiunea istorică o înlocuiește pe aceea anistorică. Tipul de raționalism propus de discursul liberal contemporan admite nu numai argumentația de tip logic, ci și facticitatea istorică imanentă, atât în ceea ce privește universul socio-politic, cât și cel natural⁵.

Jean François Lyotard, în lucrarea sa, *Condiția postmodernă*, a definit postmodernismul ca „neîncredere în metanarațiuni”. Suntem înștiințați că „postmodernismul marchează trecerea în neființă a acestor <<metanarațiuni>> a căror funcție secretă de subminare rezida în a împământeni și legitima iluzia unei istorii umane <<universale>>. Suntem acum pe cale de a ne trezi din coșmarul modernității, cu raționamentele sale manipulative, și cu fetișul totalității”, crede Terry Eagleton, „spre a descoperi pluralismul relaxat al postmodernului, acea gamă eterogenă de stiluri de viață și de jocuri lingvistice, care a renunțat la nevoia nostalgică de a se totaliza și legitima ... Știința și filosofia trebuie să se lepede de grandioasele lor aserțiuni metafizice și să se privească într-o lumină mai modestă, doar ca alt set de narațiuni”⁶. Discursul postmodern pare a-și asuma în mod deplin această suspiciune, mai ales în urma experimentelor blocului comunist. El pledează acum pentru construirea actorului politic în baza unui ideal de pluralitate a proiectelor socio-politice, întemeiat pe erodarea principiilor metafizice, care nu sunt, în această interpretare, nimic altceva decât „mituri securizante”, actualizate în situații de criză.

Tendința de a marca un „sfârșit al istoriei” însoțește majoritatea teoriilor globaliste contemporane. Organizarea globală și evaluarea rolului individului și a comunităților de tot felul vor fi, în noul context, foarte diferite de ceea ce eram obișnuiți să ne ofere vechile proiecte.

Începând cu anii 60’, s-a tot vorbit despre sfârșitul ideologiilor, argumentându-se că ele sunt de-acum inutile, singura condiție fiind aceea a unui management rațional al mijloacelor culturale și științifice.

Azi, ideologiile nu mai sunt exclusiv revendicate de o unică orientare politică, și nici nu mai poartă marca unei singure persoane, precum socialismul marxist, sau cel creat de Marx, sau liberalismul modern, sau cel al lui Hayek, de pildă. Ele sunt compositum-uri, în ceea ce privește programele economice și politice propuse, și sunt create aproape *ad hoc*, printr-un proces de *brainstorming*, activat în cadrul unor grupuri de gândire care au confiscat imaginația politică, așa numitele *think tank-uri*, comunități epistemice de experți în domeniul politicii, în interiorul cărora

³ *Ibidem*, p. 207.

⁴ Vezi Gianni VATTIMO, *Societatea transparentă*, Editura Pontica, Constanța, 1995, pp. 75-76.

⁵ Vezi Wayne HUDSON, *The Reform of Utopia*, Ashgate Publishing, 2003, p. 3.

⁶ Vezi David HARVEY, *Condiția postmodernității*, Editura Amarcord, Timișoara, 2002, pp. 15-16.

sunt elaborate politici concrete și sunt anticipate proiecte, atât de politică națională, cât și regională și globală⁷.

Cumulând concluziile de până acum, putem afirma că idealurile globaliste contemporane se caracterizează, în mare parte, printr-un set de trei factori majori: 1) criza certitudinilor întemeietoare, adâncită de mentalitatea modernității târzii; 2) experiența nefericită a unui întreg secol de experimente ale terorii și 3) progresul tehnologic fără precedent, înregistrat în special în cea de-a doua jumătate a secolului XX, și începutul celui de-al XXI-lea. Mulți consideră că sunt martori ai unui veritabil miracol al istoriei, iar singurii factori care ar atenta la canoanele civilizației occidentale nu ar mai ține *decât* de unele revolte retrograde, cumulate sub numele de „terorism”, și de amenințarea apocalipsei climatice. Toate acestea conduc și către binecunoscutele sintagme „sfârșitul istoriei” și „sfârșitul ideologiei”.

Daniell Bell sau Seymour Martin Lipset, în lucrări precum *The End of Ideology* și *Political Man: The Social Bases of Politics*, anunță sfârșitul a ceea ce este cunoscut sub numele de declin al politicii civilității, de sfârșit al omului politic, accentuând asupra chestiunii „conștiinței nefericite” a omului contemporan, care resimte alienarea nu numai față de certitudinile metafizicii, ci chiar față de comunitatea însăși. Optimismul liberal pare, în egală măsură, epuizat și împlinit. Deziluzia provine din perceperea unui final de drum, care, autoproclamându-se desăvârșit, îl părăsește pe individ într-o dilemă privind motivațiile sale mobilizatoare.

Problema sfârșitului ideologiilor oscilează între o interpretare catastrofistă și una pozitivă. Primul punct de vedere privilegiază explicațiile cu privire la un sfârșit-eșec, la o epuizare a energiilor creatoare de teorii și proiecte politice viabile, accentuând asupra imposibilității reconcilierii clivajelor doctrinare, precum și asupra scepticismului privitor la succesul oricăroră dintre ele de a aduce soluții reale la problemele prezentului. Cel din urmă aspect consideră că tragismul este doar de domeniul trecutului, al unui trecut insuficient inițiat în adevărurile unei ideologii anume, și vitregit, prin firea procesului cumulativ al cunoașterii științifice și al descoperirilor tehnologice, de ultimele miracole doar visate. Conform unor astfel de interpretări optimiste ale sensului istoriei și ale produselor imaginației umane, era totalitarismelor sau a gândirii captive este de mult depășită.

Se înregistrează unele reacții interesante, atât în Europa, cât și în America, de izolare față de idealul globalist al vremurilor contemporane, prin crearea de alternative evadaționiste, care propun retragerea din tumultul consumului și al provocărilor tehnologizării. Se manifestă, astfel, proliferarea comunităților intenționale, mai ales de tip rural, bazate pe principii de autosuficiență și pe autentificarea relațiilor interumane, precum și pe o reîntoarcere la temeuriile religioase ale vieții de familie, așa cum este cazul, de pildă, comunităților Amish din America.

Refacerea legăturilor sociale, care au fost destrămate, așa cum sugera Francis Fukuyama în *Marea Ruptură*, se pare că ar constitui scopul principal al acestor comunități, precum și recuperarea sensului cooperării, distrust sau atenuat de obsesia modernă a concurenței, sau de îndoctrinările derivate din mult discutata teorie a alegerii raționale. Nu numai iluziile Iluminismului și îndoelile postmodernității au contribuit la ceea ce se numește Marea Ruptură, ci mai ales tranziția de la o societate industrială, la una postindustrială. Acceptarea sfârșitului-împlinire conduce la generarea unor comportamente apatice în societate, la distrugerea relațiilor umane tradiționale, bazate pe ideea responsabilității individuale. O asemenea comunitate, „care are drept scop impunerea de norme și reguli în numele libertății tot mai mari a individului de a alege se va trezi tot mai dezorganizată, fărâmițată, izolată și incapabilă de a îndeplini scopurile și sarcinile comune. Aceeași societate care dorește inovații tehnologice <<fără limite>> nu impune limite nici comportamentului individual al membrilor săi, iar consecințele sunt creșterea ratei

⁷ Vezi Diane STONE, *Capturing the Political Imagination: think tanks and the policy process*, Routledge, 1996.

infrafracțiunilor, destrămarea familiei, părinți care nu-și îndeplinesc obligațiile față de copii, vecini nepăsători unii față de alții, și cetățeni care nu participă la viața publică”⁸.

În cazul culturii americane, intelectualii nu mai sunt convingși că viitorul ar putea depăși în mod fundamental datele prezentului. Ceea ce se cheamă miracolele economiei de piață reprezintă, de acum înainte, determinantele ultime ale vieții comunitare. În mod paradoxal, amețitoarea viteză a transformărilor la care este martor individul induce, cel mai adesea, o stare de apatie, în sensul lipsei empatiei, nu neaparat în sensul lipsei acțiunii. În lumea contemporană, viitorul se condensează în prezent și datorită mijloacelor de comunicare, precum și comprimării spațiului, prin construirea de noi rute și vehicule de transport. Noutatea acestui mod de percepere a acestui viitor-prezent este evocată de experiența comună a indivizilor, care constată că timpul parcă „trece mai repede”.

Nu toți par însă a fi de acord cu ritmurile societății globale. Retorica anti-occidentală reacționează, cel mai adesea, probabil tocmai cu privire la impunerea unui alt ritm temporal, și, cu toate că mesagerii acesteia „își aleg adeseori drept țintă pentru săgețile lor calculatoarele sau Coca-Cola, în realitate, ceea ce resping ei s-ar putea să fie cu totul altceva, de exemplu invadarea Europei de către un sens al timpului străin de ei. America – vârf de lance al supraindustrialismului – reprezintă un tempo nou, mai rapid și cât se poate de nedorit”⁹.

În ciuda aparenței de opulență, satul global se caracterizează prin accentuarea relației de tranziție, cum a denumit-o Toffler, definită ca percepere a instabilității crescânde a relațiilor interumane, și ca preferință pentru instituirea relațiilor cu obiectele și cu serviciile, mai degrabă decât cu semenii. Omul viitorului trăiește experimente diferite, cu o viteză de circulație extrem de ridicată, și care determină o uzare prematură a acestora. *Epuizarea, risipa și plictisul* par a fi spectrele în care, potrivit celor mai pesimiste interpretări, pare că ar sfârși ideologia globalistă contemporană. Fericirea este căutată în mobilitate, în migrație, însă nomadul zilelor noastre, deși pare a o fi găsit, tinde, asemenea lui Don Quijote, să se întoarcă mereu acasă. Toposul fericit este, astfel, pretutindeni și nicăieri, migrantul suferind o stare perpetuă de tensiune și de dezrădăcinare. Mitul globalizării, care încearcă să acrediteze această idee, prin construirea unor imagini autohtone pretutindeni, prin intermediul unor corporații care rivalizează cu simbolurile egalizării, nu poate extirpa cu totul ideea stabilității și a găsirii fericirii în cadrul comunităților naționale.

Locuitorii satului global, sau nomazii postmoderni, după expresia lui Zygmunt Bauman, nu mai sunt creatori de ordine, ci urmează ei înșiși ordinea instituită a lucrurilor¹⁰. Relațiile, în cazul nomazilor societăților postindustriale sunt construite *ad hoc*, prilej de false întâlniri și de ratare a autenticului. Postmodernismul este, pe scurt, modernismul fără iluzii, așa cum l-a definit Bauman, o moralitate fără cod etic, o moralitate în care rațiunea este detronată, iar în locul ei își face loc emotivismul relativist.

Ideologia vitrinelor luminate este o provocare la a poseda, iar a fi consumator înseamnă a dori întotdeauna mai mult decât îți poți permite în momentul întâlnirii magice cu obiectele, care sunt din ce în ce mai numeroase, și mai multifuncționale. Într-un univers al supraabundenței, nimeni nu poate afirma despre sine că este bogat, în sensul de a poseda *totul*, pentru că nu poate spune că ar domina „această junglă de comori, care sugerează cheltuieli monstruoase, o mașină uriașă de producție și de organizare, o infinitate de posibilități (în Statele Unite, fiecare individ s-ar bucura în medie de un milion de produse disponibile). În aceste catedrale ale prisosinței, greșeala noastră nu este de a dori prea mult, ci, cum spunea Fourier, de a dori prea puțin. [...] Magia marilor magazine este de a ne elibera de servitutea nevoilor imediate, pentru a ne sugera încă multe altele: singura plăcere este să dorești ceea ce nu-ți trebuie. Frumusețile adunate aici nu răspund nici unei logici a utilului, ci țin de miracol, de o fecunditate nemărginită [...] Nu te duci în aceste pandemoniuri doar ca să faci cumpărături, ci pentru a constata că totul îți este la

⁸ Francis FUKUYAMA, *Marea Ruptură*, Editura Humanitas, București, 2002, p. 25.

⁹ Alvin TOFFLER, *Șocul viitorului*, Editura Politică, București, 1973, p. 53.

¹⁰ Vezi Zygmunt BAUMAN, *Etica postmodernă*, Editura Amarcord, Timișoara, 2000, p. 261.

îndemână. Vii aici ca să te asiguri că zeul bogăției există, că poți să pui mâna pe ea, să o atingi, să o adulmeci. Și această intimitate imediată cu luxul te miră, te răvășește de la primul pas. Sorbi aici o aromă a pământului făgăduinței, unde mierea și laptele curg din belșug, unde omenirea este, în cele din urmă, răscumpărată pentru slăbiciunile ei”¹¹. Sloganurile eudemoniste înlocuiesc *cogito*-ul cartezian în cadrul clipurilor publicitare, sau al anunțurilor promoționale: „Mănânc, deci exist!”, „Cumpăr, deci exist!”.

Ideologia globalizării și a consumismului, poate lua, ce-i drept, înfățișarea unui miracol, însă a unui *jalnic*, după expresia lui Henry Michaux. Ispitele supermarket-ului anulează dorința de apartenență la o naționalitate sau alta, au loc adevărate migrații, în țări mai mult sau mai puțin îndepărtate, doar în vederea satisfacerii plăcerilor produse de *shopping*. Cetățenii satului global – conaționali sau nu – se regăsesc într-o falsă întâlnire a cercetării mărfurilor și a zâmbetului convențional. În condițiile în care, așa cum remarca Pascal Bruckner, fiecare individ este provocat de mentalitatea contemporană să fie simultan „cetățean, patriot, persoană particulară și consumator”¹², doar unul din roluri va ieși învingător, fie din pricina dictaturii pasiunilor trezite și alimentate de civilizația *mall*-ului, fie datorită slabei rezistențe la mai mulți stimuli. Urmarea ar fi preferarea inevitabilă a bunăstării, față de alte valori, cum ar fi libertatea sau atașamentul față de națiune, inducerea unei stări cvasi-permanente de minorat, puerilizarea dorințelor și energiilor individuale. Nimeni nu mai poate atenta, de acum înainte, la dreptul individului de a se imbeciliza.

Toate aceste noi determinări ale politicului și ale vieții în general au condus la proliferarea expresiilor evocatoare ale sfârșitului, la diverse *endisme*¹³: sfârșitul civilizațiilor, sfârșitul istoriei, sfârșitul utopiei, sfârșitul metafizicii, sfârșitul ideologiei, sfârșitul statului națiune, sfârșitul politicului, sfârșitul autorității, sfârșitul spațiului public. Aceste sugestii ale sfârșitului mai sunt cunoscute și sub sintagma „dezvrăjirii lumii”. Sfârșitul se referă și la concepțiile tradiționale despre spațiu și timp. În noua situație a modernității târzii, cele două coordonate se comprimă, devenind mai omogene, mai ales odată cu raționalizarea lor, cu noul urbanism și cu noul timp al automatizării muncii. Spațiul și timpul încetează să-și proclame calitatea lor de *datum-uri*, ele fiind, de acum înainte, cucerite. Realitatea însăși va fi martora sfârșitului consensului politic sau, în alte domenii, a fragmentării și a adâncirii perspectivismului. Mediatizarea excesivă a politicii conduce la pierderea autenticității și a responsabilității acesteia, transformând-o într-un instrument pasager al tehnicilor publicitare. *Imaginea*, iar nu reflecția, devine, în societatea contemporană, esența politicii, fapt sesizat și analizat atât de bine de Sartori, în cartea amintită mai sus, *Homo videns*.

Sfârșitul istoriei, după cum remarca Fukuyama, înțeles ca sfârșitul dezbaterilor ideologice conflictuale, va face loc ultimului om: un om epuizat, fără iluzii, dar stupid de fericit, complăcându-se cu fervoare în iluzia consumului. Triumful ideologiei liberale, așa cum îl comenta autorul amintit, la începutul anilor '90, poate fi privit atât ca pe un succes, cât și ca pe un mare risc. Plictisul și anihilarea dorinței de recunoaștere, odată abolite ideologiile adverse, par a fi trăsăturile constante ale ultimului om. Faptul că idealul democrațiilor liberale pare a se fi extins la nivel global se datorează creșterii corespondenței dintre popoare – comunități morale preexistente, bazate pe reguli ce țin de „subpolitic”, pe trăsături culturale și religioase – și state – creații artificiale, exclusiv politice și strict determinate. Declinul autorității statului națiune a condus la declinul ideologiilor dictatoriale, permițând o mai bună concordanță dintre state și popoare¹⁴.

¹¹Pascal BRUCKNER, *Tentația inocenței*, Editura Nemira, București, 1999, pp. 45-46.

¹²*Ibidem*, p. 74.

¹³ Vezi Andrew GAMBLE, *Politică și destin. Sfârșitul istoriei, sfârșitul politicii, sfârșitul statului*, Editura Antet, București, [s.a.], p. 5.

¹⁴ Vezi Francis FUKUYAMA, *Sfârșitul istoriei și ultimul om*, Editura Paideia, București, 1997, pp. 208-209.

Retragerea statului sau sfârșitul autorității sale reprezintă o temă care contribuie la construirea ideologiilor globaliste. Deteritorializarea puterii constituie leitmotivul discursurilor care proclamă anacronismul statului națiune, și dictatura a ceea ce se numește piață globală, unde autoritatea este difuză, iar puterea nu mai este relațională, ci structurală, nonintențională și noncentralizată, ea fiind redirecționată dinspre cabinetele politice ale diplomației înspre birourile luării de decizii ale multinaționalelor. Politica este înlocuită de economic, în prim plan trecând activitățile neobosite ale consumului. Politica de proximitate este ghidată după îndemnul sloganului: „**Think global, act local!**”. Vecinătatea nu mai este politică sau teritorială, ci economică și simbolică. Deși sunt numeroase vocile care consideră dispariția statului un simplu „mit”¹⁵, ea este totuși o realitate, în funcție de care sunt construite noile proiecte ale mondializării. Adepții ei privesc neputința statului națiune de a se împotrivi forțelor economice globale ca pe un element pozitiv, văzând în procesul subminării statelor națiune, de către actorii transnaționali și de marile corporații, un prilej de punere în practică a idealului kantian, exprimat sub forma interogației privind posibilitatea creării unei istorii universale, din punct de vedere cosmopolit, administrată în lipsa politicii și a deciziilor guvernamentale. Marshall McLuhan prefera expresia „satului global”, în timp ce alții propun sintagme precum aceea a „vecinătății globale” sau a „proximității mondiale”. Cetățeanul satului global ar avea o dublă înfățișare: aceea a consumatorului sedentar, călător prin supermarket, sau aceea a unui neobosit *globetrotter*.

În mentalitatea contemporană, mentalitatea globalistă continuă să oscileze între construirea de proiecte panoptice – atingând subiecte sensibile, inspirate de posibilitățile nebănuite ale tehnologiilor moderne de intruziune în viața individului, prin capacitatea de a controla anumite aspecte care nu se intersectează decât în mod accidental cu sfera publică – și între propuneri de scenarii evadaționiste, dintr-o realitate percepută oricum ca apăsătoare.

¹⁵ Vezi, de exemplu, Linda WEISS, *Mitul statului lipsit de putere. Guvernarea economiei în era globalizării*, Editura Trei, București, 2002.