

## **Buletin de analiză politică**

Anul I, nr. 3, 25 octombrie 2002

## SUMAR

### **I. Analiza comunicării politice**

- **Corupția: comunicarea (în jurul) unei probleme ..... 3**

### **II. Analize politice interne**

- **PUR – reluarea proiectului „a treia cale” “ ..... 8**

### **III. Analize politice internaționale**

- **Alegerile parlamentare din Germania și impactul lor  
internațional ..... 12**

# I. Analiza comunicării politice

## Corupția: comunicarea (în jurul) unei probleme

### I. Poziționarea actorilor politici în câmpul discursiv

Rolul pe care un actor îl joacă în configurația generală a sistemului politic prescrie într-o măsură foarte mare caracteristicile generale ale comunicării sale politice. În funcție de tema discursului și de poziția politică relativă a actorilor, discursul acestora are implicații diferențiate. Altfel spus, nu este același lucru ca un partid să susțină că există o problemă din postura de deținător al puterii (PSD) sau din cea de șef al opoziției (PNL, PD). În primul caz, prin simpla comunicare se implică în mod aproape automat necesitatea ca actorul în cauză să întreprindă o acțiune cu scopul înlăturării problemei sesizate, el deținând puterea; în caz contrar, integritatea sa ca actor politic responsabil este pusă la îndoială. În cazul unui partid din opoziție, discursul dereponsabilizat este ceva normal, acest partid “trăiește”, practic, din faptul că nu are putere, dar nu are nici responsabilitatea incumbată de deținerea acesteia. Competițiile discursive din jurul unei realități problematice, recunoscute de către toți actorii relevanți sunt locuri care pun cel mai bine în relief această variabilitate a comunicării politice.

### II. Corupția ca realitate discursivă

Corupția este o astfel de problemă universal recunoscută în peisajul politic românesc, acordul asupra faptului că există fiind general. Competiția discursivă angajează actori politici de mărime diferite:

- O primă grupare cuprinde perechea putere-opoziție, formată din emițători în general instituționali, cum ar fi partidele politice (PSD, PNL, PD, PRM, UDMR), instituții ale statului, în special cele însărcinate cu tratarea juridică a problemei corupției (Parchetul Național Anti-Corupție, Poliția, judecătoriile)

- În al doilea rând se situează alte tipuri de actori politici (oarecum, „atipici”), cum ar fi ONG-urile, mass-media, institutele independente

- O a treia grupare de actori discursivi sunt instituțiile internaționale, (UE, Consiliul European, Pactul de Stabilitate), corporațiile internaționale, Banca Mondială, FMI etc.

Pentru fiecare dintre acești actori, corupția este o realitate nonproblematică, în sensul că nimeni nu neagă existența sa și necesitatea eradicării sale. La acest nivel, discursul corupției – de fapt, un discurs anti-corupție – este similar unor alte teme discursive (relativ) nonproblematică, cum ar fi integrarea europeană a României și admiterea sa în NATO. Cu alte cuvinte, dacă s-ar limita la acest nivel, discursul corupției ar fi o non-temă de discurs. Momentul în care discursul despre corupție devine conflictual este acela în care corupția este preluată ca temă de discurs de către actorii politici amintiți și astfel instrumentalizată în dispute politice. La acest nivel, datorită faptului că problematica corupției este opozabilă în mod natural puterii (ea este singura în măsură și care are capacitatea de a acționa în privința problemei identificate) se poate pune în evidență o linie de clivaj care delimitează taberele discursului conflictual și care urmărește, în general,

linia care separă puterea de restul actorilor implicați în discursul despre corupție. De aici decurg două consecințe majore:

- centralitatea puterii ca actor *sine qua non* al comunicării politice în general și al discursului corupției în special: conflictul se poartă în jurul puterii, nemaifiind vorba despre un consens (corupția trebuie să fie eradicată), ci de un conflict care se sprijină pe perechi de argumente de genul „guvernul favorizează corupția/guvernul luptă împotriva corupției”, „actul X este un act de corupție/actul X este o privatizare de succes”.

- Un anumit tip de omogenizare a opoziției, în următorul sens: dacă în ceea ce privește alte probleme cum ar fi privatizarea sau problemele sociale există diferențe sensibile între PNL, PRM, PD, în ceea ce privește corupția acțiunea opoziției pare unificată discursiv.

Astfel, în pofida consensului în privința necesității eradicării corupției, aceasta este un factor diviziv major. În plus, față de alte dispute discursive, cea în jurul corupției este structural altfel organizată. O comparație cu o altă temă de discurs poate fi edificatoare în acest sens. Spre exemplu, dacă acordarea de subvenții unor sectoare economice sau unor fabrici este apărată de către guvern și contestată de către PNL, să spunem, aceasta este încadrabilă unei strategii politice în raport cu o anumită doctrină politică (protecția socială sau piața liberă). Prin contrast, dezbateră în jurul corupției nu poate fi organizată într-o tabără pro-corupție și una anticorupție. Nu mai este vorba, în cazul corupției, despre strategii economice discutabile (rele-bune, adecvate-inadecvate), ci despre chestiuni esențiale *rele*, care se sprijină pe o percepere general umană a răului (furtul). Cu alte cuvinte, dacă vreun membru al guvernului ar argumenta pentru continuarea de subvenții pentru o uzină nerentabilă, el nu ar putea niciodată să argumenteze (fără riscuri serioase) pentru existența corupției.

Deși discursul corupție este universal (nu există un partid care să nu fi luat o poziție față de problema corupției), nu doar existența corupției ca realitate socială, ci și ambiguitatea definirii exacte a ceea ce înseamnă corupție furnizează un teren conflictual. Un loc central în instrumentali-

zarea temei corupției în discursul politic românesc este definirea corupției. Definirea se confruntă cu aceleași dificultăți cu care se confruntă orice încercare de raționalizare a unei realități complexe. Astfel, în discursul politic corupția a depășit de mult definirea sa „juridică” („Corupția reprezintă utilizarea abuzivă a puterii publice pentru obținerea de foloase personale necuvenite”), ajungând să fie o etichetă care se pune asupra infraționalității în sens mai larg și chiar asupra unor fapte care sunt asociate cu persoane considerate corupte, fără ca acestea să poată fi definite ca acte corupte în sens juridic. Odată ce o persoană a ajuns în atenția media și este asociată cu această definiție cu granițe vagi a corupției, majoritatea acțiunilor în care aceasta este implicată, fie că sunt sau nu corupte în sens juridic, sunt descrise ca atare. Spre exemplu, faptul că serbarea publică a zilei de naștere a lui D. Sechelariu a fost descrisă ca un act de corupție este explicabil în virtutea asocierii sale în prealabil cu corupția în calitate de primar al Bacăului și de legăturile sale cu sale cu fotbalul, un domeniu “prin excelență” corupt. Reinventarea termenului și reinventarea aplicării lui se sprijină parțial și pe discreditarea discursului juridic cu privire la corupție (adică cel care este îndreptățit în primul rând să definească) paralel cu scăderea încrederii în această instituție. Astfel, discursul conflictual se sprijină pe faptul că actorii politici utilizează fie definiția juridică a corupției (PSD), fie definiția „cu efect de halou” a corupției (politizată – cazul PNL, PD, PRM). Această distincție se regăsește în separarea operată între mica corupție (care are implicații doar la nivel juridic, personal) și marea corupție (largi implicații politice, la nivelul corupției de tip *state capture*). Așadar, extinderea, restrângerea și segmentarea noțiunii de corupție întâlnită în discursul politic românesc sunt practici care aduc resurse discursive considerabile celor care le folosesc.

### III. Opoziția și retorica anti-corupție

Este evident că factorii activi în acest discurs sunt partidele din opoziție. Discursul corupției este o axă fundamentală în jurul căreia discursul PD este structurat. Acesta este personalizat, fiind

centrat pe Traian Băsescu. Ca dinamică, relația PD cu alți actori politici este mai ales în ceea ce privește corupția, una în care PD este inițiatorul comunicării. PD satisface într-un grad înalt necesitatea de a fi perceput ca actor unitar în domeniul comunicării. Cu alte cuvinte, el nu „vorbește pe mai multe voci” în general și mai ales în privința axei fundamentale a discursului său, anticorupția. Similarități există la nivelul stilului de comunicare între președintele PRM și cel al PD, ambii bazându-se pe comunicări de impact, comunicări eveniment, care se pretează foarte bine la tipul de informație care se așteaptă de la un discurs al corupției (senzațional, spectaculos). Stilul comunicational exterior al celor doi este dublat de o autocrație comunicatională în interiorul partidului. De aici rezultă o personalizare a conflictului pus în vedere prin discursul corupției: lupta personală a președintelui PD -, așa cum își califică oficial PD discursul anticorupție sau individualizarea clară („justițiar”, „tribun”) a lui Corneliu Vadim Tudor. Există și deosebiri importante: dacă discursul PD este orientat împotriva corupției sistemice, având ca adrese precise economia, legislația, justiția, cel al PRM este un discurs împotriva corupției personale, sprijinit pe o viziune asupra anumite categorii de oameni ca esențial corupți (membri ai „oculte”, „cozi de topor”, trădători etc.). Cu alte cuvinte, dacă PD leagă corupția în primul rând de exercitarea puterii, PRM o face doar în subsidiar, pentru acesta primând caracteristicile personale ale persoanei în cauză. O poziție întrucâtva diferită în ceea ce privește stilul de comunicare putem remarca în cazul PNL. Aici nu există personalități cu stiluri de comunicare similare stilului de comunicare al lui Traian Băsescu sau al lui Corneliu Vadim Tudor, iar pentru o perioadă, PNL nu a fost perceput ca actor unificat (în perioada disputelor de la vârful partidului). Corupția nu deține un rol total hegemonic în discursul PNL, așa cum o face în discursul PD, însă structural ele sunt asemănătoare (aceiași actori sunt incriminați în același fel pentru aceleași fapte de corupție). În cazul PRM, discursul anticorupție este unul la care s-a ajuns „natural”, dat fiind caracterul reactiv al rolului politic jucat de PRM, rol consolidat de cele

aproape două legislaturi în care PRM a stat în afara puterii. Din acest punct de vedere, PRM subliniază constant că poate să emită cele mai legitime pretenții la titlul de partid necorupt și de asemenea subliniază că restul partidelor din opoziție nu pot să o facă, deoarece acestea au fost (mai recent) la guvernare.

În interiorul opoziției, discursul critic nu este, totuși, unificat, în sensul că PRM promovează o comunicare antisistem, cu parteneri principali nu un partid politic, ci direct electoratul, în timp ce discursul corupției PD și PNL este sistemic, având ca interlocutor PSD-ul.

Este de subliniat că discursul anticorupție al opoziției are un scop dublu: pe de o parte, atestarea atașamentului partidului/persoanei respective față de valori generale cum ar fi cinstea și la valori societale general împărtășite (bunăstarea socială). Pe de altă parte, el îndeplinește, în calitate sa de discurs politic, o funcție strategică de delegitimare a PSD, (*PSD nu gestionează bine*). Cu alte cuvinte, discursul anticorupție este în același timp unul împotriva guvernului. Prin însăși configurația scenei politice, PNL, PD și PRM utilizează un discurs normativ (așa ar trebui să fie, așa am face noi) în raport cu puterea, creând un context de așteptare în care puterea este obligată să răspundă, în virtutea convențiilor comunicării politice dintr-un regim democratic.

Faptul că toate aceste partide își concep discursul în așa fel încât el să fie opozabil PSD presupune că acesta este un actor consistent și coerent, care este, în plus, singurul pentru care distanța dintre propriile discursuri normative și constatative este penalizantă dacă este prea mare. Cu alte cuvinte, partidele de opoziție nu se adresează unei părți sau alteia a PSD, ci puterii executive pe care acesta o deține și care îl însărcinează pe acesta „să facă ce spune”.

La rândul său, puterea nu poate să combată discursul anticorupție al opoziției, din motivele subliniate mai sus – riscă să comunice faptul că este împotriva discursului anticorupție. Astfel, ea este constrânsă la un spațiu limitat în ceea ce privește comunicarea corupției, comunicare ce trebuie în mod necesar să se axeze pe argumentarea împotriva discursului opoziției, dar păstrând

premisele de bază ale acestui discurs. Mai clar, discursul PSD este obligat să infirme situația concretă de corupție reclamată de opoziție, dar să confirme necesitatea combaterii corupției. Dacă – așa cum remarcam mai sus – discursul anticorupție este în același timp unul împotriva puterii, puterea nu poate suprapune cu ușurință discursul anticorupție cu cel direcționat împotriva opoziției.

### Discursul PSD despre corupție

Ca actor al comunicării, PSD nu este similar nici ca rol, nici ca opțiuni strategice cu cei din opoziție. Dacă în cazul lor, discursul anticorupție este un element unificator, examinând global comunicarea (explicită sau implicită) a PSD, se poate ajunge la concluzia că acesta este un actor comunicativ neunificat în ceea ce privește corupția. Bineînțeles, aceasta nu înseamnă că vreun membru al PSD susține corupția explicit. Însă ezitățile și ambiguitățile în a clarifica unele situații semnalate public în care unii membri ai PSD (așa-numiții „baroni locali”) erau bănuți ca fiind corupți au contribuit la construirea unei imagini de actor ambiguu PSD într-un discurs principal în societatea românească. Același mesaj este trimis de multitudinea de voci din interiorul partidului care abordează problema în moduri sensibil diferite. Opoziția speculează astfel neconcordanțele dintre normativitatea propriului discurs al PSD și practicile multiple ale membrilor PSD. Consecința percepției neunitare a PSD în această arie discursivă are cu totul alte implicații comparativ cu cea din cazul altor partide (de exemplu, caracterul neunitar al mesajelor PNL în o cu totul altă situație, criza de la vârful partidului). De asemenea, *ceea ce este mai important este că discursul PSD este perceput ca neunitar într-o problemă în care discursurile celorlalte partide sunt unitare. În plus, caracterul neunitar al actorului comunicativ PSD ca partid se transferă asupra puterii executive în general (ca structură instituțională), de unde, pe termen lung, derivă riscuri pentru percepția negativă a instituțiilor statului (parlament, guvern).*

Opoziția inițiază discursul corupției printr-o strategie foarte apropiată de cea a mass-media:

subliniază cazuri concrete de „mare corupție” (nume, locuri, date, dimensiuni, implicații etc.), accentuând componenta calitativă a acestora, caracterul lor exemplar. Prin contrast, în momentul în care publică date referitoare la corupție, puterea/guvernul se rezumă exclusiv la o prezentare statistică a tipurilor de infracțiuni (în special din aria „micii corupții”), deci o abordare cantitativă a fenomenului. Este evident că modul de tratare al problemei corupției din partea opoziției este ușor de preluat de mass-media (care se bazează și ea pe caracterul prototipic / exemplar al cazurilor prezentate, nu pe reprezentarea statistică a fenomenului corupției). Ca urmare, vectorul mass-media (presa, mai ales) se află într-o relație de feed-back pozitiv (se confirmă reciproc) cu opoziția, nu cu PSD.

Discursul PSD are un profil special, marcat de complexa situație comunicațională în care se află. Unul dintre efectele acesteia este că în discursul PSD și în documentele oficiale (cum ar fi Planul Național de Prevenire a Corupției și Planului Național de Acțiune împotriva Corupției) corupția este descrisă abstract, ca un *fenomen* (*factor* etc.) care există *în societate* și pe care statul se străduiește să îl elimine. Această tratare ascunde faptul că actele de corupție sunt acte concrete, întreprinse de către persoane identificabile în momente care pot fi clar stabilite. De asemenea, ea deresponsabilizează într-un fel statul pentru existența corupției, tăind legătura tradițională dintre corupție și putere. Invers, discursul PSD responsabilizează implicit societatea pentru existența corupției, care este descrisă exclusiv ca având surse în societate (vezi rapoartele citate). O altă cale prin care societatea este făcută responsabilă este accentuarea în discursul PSD asupra „micii corupții” societale în detrimentul accentuării asupra „marii corupții” politice. De mai multe ori în decursul ultimului an au fost prezentate statistici în care prevala prezentarea faptelor de mică corupție care duceau „lupta împotriva corupției” în derizoriu (în unul dintre rapoarte a fost citată ca acțiune împotriva corupției trimiterea în judecată a 280 de persoane care au oferit sume cuprinse între 1000 și 5000 de lei drept mită conductorilor de tren !). Pe de altă parte, strategia de respons-

abilizare a societății (și, implicit, relevarea neputinței acesteia de a rezolva problemele corupției) accentuează asupra statului ca singur actor care, deși nu este responsabil de existența corupției, poate ajuta societatea să o învingă. Cu alte cuvinte, statul are un rol activ doar când previne corupția, luptă împotriva corupției sau implică societatea în luptă. Între altele, putem remarca faptul că această abordare, sesizabilă în Planul Național de Prevenire a Corupției și Planului Național de Acțiune împotriva Corupției contrazice premisele de bază ale raportului Băncii Mondiale, act pe care se bazează cele două documente amintite. Acest raport (Diagnostic Surveys of Corruption in Romania, 2001) recomandă o acțiune inițiată de stat dinspre propriile structuri (aplicarea legilor, transparentă) înspre societate (educare, prevenire). Prin contrast, evoluția discursivă remarcată mai sus în cazul discursului PSD însoțește o strategie declarată de lichidare a corupției începând de la “baza piramidei”, nu de la vârful ei.

Ocazional, deresponsabilizarea proprie și responsabilizarea societății sunt cuplate cu responsabilizarea partidelor din guvernarea anterioară. Această strategie este construită pentru a contracara imposibilitatea, subliniată anterior, de a cupla discursul PSD împotriva opoziției cu cel împotriva corupției.

Existența celorlalți actori discursivi afectează diferențiat comunicarea corupției în România, în măsura în care temele lansate de ei pot fi instrumentalizate în discursul conflictual intern – de obicei, în favoarea discursului de opoziție – vezi cazul recomandării SUA de stăpânire a fenomenului corupției, care a fost interpretată în România ca o critică adusă guvernului.

#### **IV. Factori de risc pentru PSD și posibile soluții**

- Profilul nonunificat al comunicării poate

pune sub semnul întrebării angajamentul față de lichidarea corupției în ceea ce privește partidul și poate periclita și mai mult credibilitatea instituțiilor statului (pe plan intern și extern). O posibilă soluție ar fi o strategie de creștere a coerenței prin eliminarea comunicațională a focarelor divizive (de exemplu, în privința semnalelor contradictorii trimise de conducerea partidului pe de o parte și organizațiile din teritoriu, nu o dată agregate în jurul unor „baroni locali” asociați cu corupția;

- Eșecul unui parteneriat comunicațional cu partidele intrasistem din cadrul opoziției și cu societatea civilă. Lipsa unui canal viabil între acești actori ar putea face ca singurul canal de comunicare politică funcțional în cazul corupției (și nu numai) să fie unul extrasistem, PRM-electorat. Posibilă conduită: încercarea de stabilire a unui astfel de parteneriat, bazat pe transparentă și eliminarea practicilor discursive de responsabilizare a societății;

- Feed-back-ul pozitiv mass-media – opoziție (în sens larg), în condițiile dezinteresului mass-media pentru o comunicare de acest tip cu PSD. O soluție ar fi regândirea modului de raportare la mass-media, în sensul abandonării comunicării statistice și trecerii la un discurs calitativ coerent, bazat pe cazuri prototipice;

- Efectul de „halou” în perceperea corupției, care extinde suspiciunea de corupție asupra unor fapte care nu au legătură cu aceasta. Acest efect este în principal exploatat de discursul PRM, care mizează pe extinderea abuzivă a aplicării oricărei noțiuni care are legătură cu infracționalitatea. Posibilă conduită: continuarea individualizării corupției în general ca problemă, proces început prin înființarea de instituții care se ocupă în special cu aceasta (PNA).

## II. Analize politice interne

### PUR – reluarea proiectului „a treia cale”

Fără a avea o evoluție spectaculoasă pe scena politică a ultimilor șase ani, PUR și-a coordonat strategia politică în conformitate cu principiul „pas cu pas, încet dar sigur”. După patru ani de prezență discretă în viața politică (1996-2000), PUR a reușit, în condițiile realizării unei alianțe politice cu PSD, să intre în Parlament și să se plaseze pe o poziție avantajoasă, prin cooptarea sa parțială la exercițiul guvernării. Se poate spune că începând cu anul 2000, PUR a intrat într-o nouă etapă în evoluția sa: extinderea cantitativă. Astfel, imediat după alegerile din 2000 PUR a inițiat o campanie asiduă de extindere numerică, prin atragerea de noi membri de la alte partide, indiferent de coloratura lor doctrinară.

Există două elemente care au favorizat acest demers al PUR :

**1. Alianța cu PSD** și cooptarea la guvernare i-a conferit PUR avantaje multiple. Chiar dacă participă tangențial la exercițiul guvernării, **PUR reprezintă un pol de atracție pentru partidele rămase în opoziție**. În perioada care a urmat alegerilor din noiembrie 2000, PUR a speculat dificultățile interne ale partidelor perdante (ApR, PD, PRM), atrăgându-și membri și chiar organizații întregi. În fapt, PUR s-a constituit ca o soluție viabilă de accesare în zona puterii pentru membrii partidelor rămase în opoziție. Dacă rațiuni ce țin de necesitatea menținerii unei coeziuni organizatorice au determinat PSD să mențină în limite controlabile aflusul migratorilor politici,

partenerul său, PUR s-a oferit în acest context ca o alternativă extrem de favorabilă pentru acești migratori, fiind o veritabilă “trambulină” de pătrundere în spațiul de exercitare a puterii.

Între partidele din opoziție, cele mai afectate de campania de racolări demarată de PUR au fost ApR, PD și PRM. Dacă în cazul ApR, motivul plecărilor masive a fost generat de dispariția acesteia de pe scena politică, plecările survenite la nivelul PD și PRM către PUR au avut cauze interne specifice, generate de transformările și reorganizările operate în cadrul structurilor de conducere ale acestor formațiuni politice. În decursul anului 2001, PUR și-a extins numărul de membri în teritoriu (un studiu realizat de Institutul pentru Politici Publice, la începutul anului 2001, releva faptul că numărul de primari PUR în teritoriu a crescut de la 32 în iunie 2000, la 64 în iunie 2001), dar și pe cel al parlamentarilor (5 deputați PRM).

Preluarea unor membri de la alte partide nu a ținut cont de considerente de natură doctrinară. PUR a devenit un fel de catch-all-party, un partid care preia, fără scrupule ideologice, membri ai altor partide. Acest mod pragmatic de extindere cantitativă nu este lipsit de riscuri. Primirea unor membri ca Stelian Duțu (cunoscut migrator politic, ex-PD, ex-PNL) presupune și preluarea unor interese eterogene, situație ce poate genera potențiale conflicte de interes în interiorul partidului. Este posibil ca noii veniți să se confrunte cu un sentiment de frustrare a vechilor membri

care se vor simți înlăturați de pe niște poziții pe care și le-au câștigat în decursul mai multor ani de muncă de partid. Așadar, primirea fără discernământ a unor elemente compozite poate fi o sursă de conflict intern în PUR. În stare latentă acum, aceste conflicte se pot declanșa în momentul apropierii alegerilor, în contextul alcătuirii listelor electorale.

**2. Asumarea social-liberalismului** a reprezentat un al doilea element prin care PUR a vizat o acțiune de extindere. În fapt, afirmându-și opțiunea pentru social-liberalism, PUR a intenționat, în primul rând, să își creeze imaginea unui partid ce propune soluții noi, conforme cu actualele realități socio-politice. PUR încearcă să mizeze pe elementul de noutate. În al doilea rând, PUR a urmărit să își flexibilizeze limitele doctrinare și să se situeze mai aproape de opțiunile ideologice ale cetățenilor (doctrina umanistă părea mult prea vagă, abstractă, social-liberalismul pare mai explicit, mai pe înțelesul cetățeanului și mai permeabil). Apoi, orientarea spre social-liberalism este motivată, în mare parte și de intenția PUR de a se identifica doctrinar în noul spațiu partinic, prin asumarea unui culoar mai puțin revendicat, distinct de social-democrație, dar în strânsă legătură cu aceasta, o ipoteză a treia cale. Soluția social-liberalismului a fost experimentată, fără succes, de ApR. Unul dintre motivele acestui eșec este inconsecvența cu care ApR a susținut social-liberalismul, pendularea sa indecisă, în plan practic, între social-democrație și liberalism. Dincolo de alte motive care țin de conjunctura politică, se poate aprecia că insuccesul acestui current ideologic se datorează în mare măsură lipsei unui segment social căruia să i se adreseze, respectiv o clasă de mijloc consistentă.

De aproximativ patru ani, există pe eșichierul politic românesc, o tendință evidentă de constituire a unei așa-zise "A treia cale". În mod firesc, scena politică a cunoscut în ultimii zece ani, un proces de simplificare, prin reducerea treptată a numărului de partide și prin fixarea lor doctrinară într-o anumită zonă a spectrului politic. Deși aproximativ, există un clivaj care distinge între o grupare de centru-stânga (maturizată politic) și o

grupare de centru dreapta (în proces de reconstituire). Între acestea se menține un spațiu de manevră, un teren politic pe care unele partide au încercat să se fixeze și să-l fructifice electoral, autodefinindu-se promotoare ale celei de-a treia căi. De regulă, aceste partide își asumă social-liberalismul, ca soluție de echilibru între social-democrație și liberalism. Aceste partide încearcă să speculeze slăbiciunile ambelor grupări (erodarea la guvernare a uneia și confuzia de mesaj politic a celeilalte) și să se extindă prin preluarea de membri din electoratele proprii acestora. În acest sens, există o similitudine între evoluția ApR și strategia actuală a PUR. Este greu de crezut că PUR va experimenta cu succes lecția social-liberalismului, dar este lesne de înțeles dorința sa de a se individualiza doctrinar pe scena politică. Practica politică a ultimilor 12 ani a relevat faptul că, dincolo de suportul doctrinar, un partid trebuie să dispună de un instrumentar care să-i confere forță politică (resurse umane, capital de imagine, strategii coerente).

### **Prezența PUR în viața politică este inconsistentă**

În decursul a doi ani de când a intrat în Parlament, PUR s-a distins printr-o activitate relativ discretă. Parlamentarii PUR au avut o serie de inițiative legislative, cu precădere în domeniul economic. Deținător al unui portofoliu economic (activitatea IMM), PUR a încercat să se evidențieze prin susținerea a trei teme majore – 1) susținerea întreprinderilor mici și mijlocii, 2) încurajarea capitalului autohton, 3) susținerea procesului de formare și consolidare a clasei mijlocii.

Prezența PUR în viața politică a fost percepută, la nivel mediatic, în special în relația sa cu PSD.

Deși au existat momente de tensiune în raportul PSD-PUR, alianța politică încheiată de cele două partide în anul 1999 a funcționat. PUR s-a menținut în limitele unei critici moderate a partidului de guvernământ. Motivele apariției unor disensiuni între cele două partide au fost generate de unele dispute ale reprezentanților PSD și PUR în filialele din teritoriu (Constanța, Timiș), dar și de intenția PUR de a-și constitui un grup parla-

mentar propriu în cadrul Camerei Deputaților. Demersul PUR, motivat prin extinderea numărului de deputați la 11 a fost respins de Biroul Permanent al Camerei Deputaților ca fiind neconform cu Regulamentul de funcționare al acestei camere. Această situație a tensionat relația PUR cu PSD, cel dintâi amenințând că nu va semna un nou protocol de alianță și că va ieși de la guvernare. Amenințarea nu s-a concretizat, dar PUR a anunțat că va continua să susțină constituirea unui grup umanist distinct în cadrul Camerei Deputaților.

În acord cu protocolul încheiat cu PSD, PUR a susținut inițiativele guvernamentale și între acestea, a preluat și inclus în temele sale de dezbateri pe cea a campaniei anticorupție. Astfel, PUR a susținut inițiativa constituirii Parchetului Național Anticorupție, și-a înființat un departament propriu de luptă împotriva corupției. În acest context, PUR și-a propus să elaboreze o lege privind controlul averilor și confiscarea celor obținute în mod ilicit, considerând că declararea averilor este o falsă problemă, fără consecințe practice în planul eradicării corupției.

### **Cele mai frecvente atacuri ale PUR sunt îndreptate împotriva PNL.**

Cu precădere în ultimele luni, PUR s-a lansat într-o serie de polemici cu PNL, pe teme punctuale (a criticat apelul lansat de PNL pentru declanșarea “grevei fiscale”, și-a declarat dezacordul față de susținerea chestiunii regionalizării de către PNL, a ripostat față de acuzele liberalilor în legătură cu modul în care PUR gestionează cooperarea meșteșugărească). Mai mult, într-o scrisoare deschisă adresată Congresului Extraordinar al PNL, PUR îi acuză pe liberali de “demagogie și populism”, reproșându-le că “pervertesc principiile liberalismului” în România. Interesul pregnant pe care PUR îl manifestă față de evoluția PNL, dar și promptitudinea ripostelor sale la criticile liberalilor, ar putea fi justificate de interesul PUR pentru un anumit segment electoral al PNL pe care îl consideră compatibil cu propriul său profil de electorat (reprezentanți ai întreprinderilor mici și mijlocii, ai patronatelor).

### **Strategia de imagine a PUR**

În strategia de imagine a PUR există un paradox aparent. Deși dispune de un trust media ce deține o parte însemnată din piața românească de media (*Antena 1, Jurnalul Național, Radio Romantic*), PUR se menține într-o zonă marginală a vieții politice.

Inițial, Dan Voiculescu a preferat să ofere altor actori politici, celor puternici, o tribună de la care să-și facă imagine. Sau, dimpotrivă, să le limiteze sau chiar să le refuze accesul la ea atunci când interesele PUR o impuneau. Partidul a fost perceput, la nivelul opiniei publice, ca un corolar al consorțiului economic al președintelui PUR, Dan Voiculescu. PUR nu s-a lansat în dispute ideologice, a preferat să abordeze, aproape cu strictete, tematica economică (inițiative pentru dezvoltarea sectorului IMM, modul de gestionare a fondurilor PHARE sau RICOP).

Prin această metodă, PUR a considerat că va obține mai multe avantaje decât dacă va ieși el însuși în față. Într-o formulă sintetică, această strategie de imagine poate fi denumită *soft propaganda*.

Ulterior, de la începutul acestui an, instituțiile de presă patronate de Dan Voiculescu au inițiat, conjunctural, campanii de presă la adresa guvernării. Nu întâmplător, trecerea la *hard propaganda* coincide cu retragerea publică a lui Dan Voiculescu din fruntea firmelor sale. Instrumentul central al acestei strategii este *Observatorul* de la Antena 1, emisiune care funcționează ca barometru al relațiilor PSD-PUR dar și a nivelului de realizare a diverselor interese economice.

PUR nu dispune de un grup de personalități care să se remarce în mod evident pe scena politică. După modelul președintelui lor, reprezentanții PUR preferă să se mențină în zona periferică a vieții politice. Cei mai activi parlamentari PUR sunt deputații Floarea Voinea, Amalia Bălășoiu și Dorel Bahrin.

### **Concluzii**

● Așa cum se prezintă configurația politică internă din România la ora actuală, PUR nu are șanse să obțină, pe listă proprie, suficiente voturi pentru a intra în Parlament la viitoarele alegeri.

- PUR are ca mesaj principal „reconstrucția clasei de mijloc”, dar acesta nu este susținut prin vectori de imagine suficient de credibili, sau cu un grad înalt de notorietate publică.

- PUR nu are în acest moment o strategie economică distinctă, în afară de generalitățile privind „reforma”, „economia de piață”, „dezvoltarea micilor întreprinderi” etc.

- PUR nu este un competitor în nici o ipostază

pentru PSD. Strategia de relansare politică prin centrarea mesajelor pe problema dezvoltării clasei de mijloc nu necesită strategii speciale din partea PSD.

- Deși este un aliat conjunctural pentru PSD, nu este previzibilă tensionarea relațiilor din partea PUR astfel încât să fie rupt protocolul de colaborare politică.

### III. Analiză politică internațională

## Alegerile parlamentare din Germania și impactul lor internațional

#### Contextul alegerilor.

#### Trecerea la politica-show

Cancelarul Schroeder a reușit, în urma unor alegeri cu rezultat mai greu de prezis decât oricând altcândva în istoria recentă germană, să atingă scopul pe care, la începutul verii, majoritatea analiștilor l-ar fi prezentat drept intangibil: acela de a asigura coaliției pe care o conduce un nou mandat la conducerea destinului Germaniei.

Drumul pe care l-a avut de parcurs pornește acum patru ani, când, pentru prima oară după 1982, social democrații reintrau, cu 40,9% din preferințele electoratului, într-o coaliție de guvernare încheind astfel mandatul și cariera politică a Cancelarului Reunificării, Helmut Kohl, figură de cea mai mare anvergură a Europei de la sfârșitul secolului trecut.

Guvernarea SPD-Verzi promitea, la instaurarea sa în 1998, "Inovație și Egalitate", stabilindu-și ca principale obiective reducerea șomajului și o serie de reforme care să permită economiei germane intrarea confortabilă în angrenajul integrat al Uniunii Monetare, la acea dată proiectul de referință la nivelul Uniunii Europene.

Patru ani mai târziu, pe 22 Septembrie 2002, data la care s-au desfășurat alegerile pentru Bundestag-camera parlamentului federal aleasă prin vot direct, Cancelarul Schroeder, partidul și coaliția sa au avut de înfruntat o situație pe care nici un politician aflat la guvernare nu și-ar dori-o într-un an electoral. Ne referim aici la același dosar economic, pe valul căruia coaliția accedea la putere

în 1998.

Pe scurt, motorul economic german, al doilea ca mărime din Europa, după Marea Britanie și al treilea din lume, dă semne puternice de gripare. Un val de falimente răsunătoare, precum al gigantului Kirch Media, al celei mai vechi firme germane de inginerie, Babcock Borsing sau al cunoscutei companii aeronautice Fairchild Dornier, coroborate cu rapoartele financiare alarmante emise de companii precum Deutsche Telekom sau puternicul grup bancar Hypo Vereins Bank au dat apă la moară criticilor venite din toate părțile asupra modalității în care programele guvernării roșu-verde au încercat să revitalizeze economia germană. Problema cea mai însemnată, dincolo de creșterea economică de doar 1%, prognozată pentru anul în curs este sintetizată de două cifre: 10% și 4 milioane, adică cei patru milioane de oameni, reprezentând o zecime din forța de muncă activă a acestei țări care, conform datelor oficiale nu aveau un loc de muncă în luna august, la câteva săptămâni înainte de scrutinul din toamnă. Trebuie să recunoaștem, nu era tocmai cartea de vizită cu care își dorește un guvern social democrat să se prezinte în fața alegătorilor.

Consecință a recesiunii la nivel global și a crizei post 11 Septembrie, avea să susțină Schroeder pe parcursul întregii campanii; rezultat al direcției greșite adoptată de guvernanți, au insistat adversarii din CDU-CSU și FDP.

Faptul că partidele coaliției SPD-Verzi au reușit să surmonteze acest uriaș handicap își gă-

sește, cel puțin în parte, explicația în concepte precum managementul modern al campaniei electorale și marketingul politic.

Începând chiar cu alegerile din 1998, modul în care partidele politice au încercat să convingă electoratul a avut din ce în ce mai puțin de a face cu vechile metode ale politicii germane, găsindu-și tot mai multe asemănări cu show-ul politic generat de alegerile din Statele Unite.

În 1998, SPD îmbrățișa cu succes noile metode, dar în 2002 Creștin Democrații lui Stoiber au învățat lecția, încercând să o aplice în folos propriu.

Prima campanie electorală a noului mileniu a însemnat, pentru politica germană, o *îndepărtare de metodele statice, al căror principal scop era acela de a convinge electoratul tradițional că partidul, odată ajuns la guvernare, va face ceea ce se așteaptă de la el să facă.*

Noutățile, în practica marketingului politic au impus noi teme și orientări ale campaniilor electorale. Un exemplu ar fi preocuparea întregului eșichier pentru asigurarea exprimării politice a tineretului.

În acest sens, un program al Bundestag-ului, aprobat inițial de toate partidele reprezentate și-a propus să aducă la urne cât mai mulți dintre cetățenii care au dobândit drept de vot în timpul scurs de la ultimele alegeri, cunoscut fiind că majoritatea tinerilor germani între 18 și 24 de ani nu votează pentru că nu se simt suficient informați și consideră că temele puse în discuție în campaniile electorale nu îi privesc. Aceasta într-o țară cu mobilizare electorală tradițional masivă (82% din cetățenii cu drept de vot, în 1998), în care cei care ar fi avut ocazia să voteze pentru prima oară reprezentau 4% din totalul cetățenilor cu drept de vot, respectiv 2,5 milioane de persoane.

Campania menită să-i aducă la urne a fost concepută tocmai de un grup de tineri, care au apelat la trucuri de marketing cu totul străine politicienilor din Bundestag, fapt ce a stârnit unele controverse de ordin politic, dar nu a împiedicat în cele din urmă aprobarea punerii în operă a acesteia.

Un alt element străin până de curând de pre-

ocupările strategilor de campanie germani și care s-a manifestat vizibil, mai cu seamă în favoarea candidatului SPD, a fost concentrarea atenției electoratului nu doar către politici, cât către cei propuși să le pună în practică. Așa cum spunea secretarul general al SPD, Franz Muentertfering, în Aprilie 2002, “oamenii nu votează doar pentru o anumită platformă. Votul lor merge către cei care stau în spatele unui program.” Ideea promovată de SPD este aceea conform căreia campania trebuie să fie construită pe schema “lider-competență-platformă”, pentru a avea ecou în rândurile electoratului. Un program poate fi foarte bun pe hârtie, dar cei care îl susțin trebuie să arate că sunt deciziși și pot să îl aplice, iar vehiculul cel mai bun pentru transmiterea unui asemenea mesaj este liderul partidului.

În consecința acestei idei, cei doi candidați principali pentru fotoliul de cancelar au fost de acord să se întâlnească, pentru prima dată în istoria electorală a Germaniei, față în față pentru așa-numitele dueluri televizate. Deși rezultatele sondajelor instant realizate pe parcursul și imediat după cele două întâlniri, desfășurate în 25 August și 8 Septembrie și televizate în direct de două posturi private suferă critici pentru lipsă de acuratețe, merită menționate câteva aspecte dezvăluite de aceste sondaje în urma celor două întâlniri. Conform datelor, publicate de trei institute independente în diverse organe de presă, prima întâlnire, deși l-a avut la “conducerea jocului” pe candidatul CDU/CSU, Edmund Stoiber, surprinzându-l pe Schroeder în defensivă, nu a reușit să divizeze electoratul în mod decisiv în favoarea unui candidat sau a celuilalt. Deși ambii lideri au fost criticați ulterior, prestația lor fiind caracterizată nu de puține ori ca una “plictisitoare”, inertă altminteri unei prime experiențe de acest gen, rating - urile de audiență ale dezbaterii, găzduită de doi dintre cei mai populari realizatori de talk-show politic, au atins cote maxime în duminica respectivă.

Cea de a doua întâlnire l-a găsit pe Cancelarul Schroeder, cunoscut pentru prezența sa deosebită în fața presei și a camerelor de luat vederi, mult mai în formă, adoptând o atitudine naturală și căutând confruntarea directă cu adversarul

(Schroeder: “Să încercăm să ne privim în ochi!”). Ineditul situației l-a surprins pe Stoiber mai puțin pregătit, mai rigid, deși deloc mai puțin acid la adresa guvernării oponentului său. Confirmarea avantajului câștigat de Cancelar cu ocazia confruntării din 8 Septembrie a fost dată de toate cele trei institute care au măsurat reacția electoratului la emisiune.

Între metodele care au câștigat de asemenea teren pe parcursul acestei campanii și-a făcut substanțial loc utilizarea internetului și a altor medii neconvenționale nu doar pentru comunicare cu electoratul, prin intermediul site-urilor diferitelor partide, ci și pentru organizarea comunicării în interiorul campaniilor. SPD a realizat o legătură în timp real, via Internet între toate cele 12.000 de sedii de campanie și filiale ale partidului, securizată, prin intermediul căreia membrii campaniei sau candidații înșiși au fost capabili în permanență să schimbe idei și stratageme chiar în timpul desfășurării evenimentelor.

Tot prin intermediul Internetului, dar și prin alte medii de informare, precum presa scrisă, ori televiziunea, partidele au apelat la metode neconvenționale de impact electoral, precum cele generic denumite “infotainment”, o combinație între încercarea de a informa alegătorul asupra unei teme și aceea de a-i atrage atenția asupra “mărcii” partidului, amuzându-l. Între acestea, pe lângă deja clasicizata caricatură politică și-au găsit loc în această campanie benzile desenate prezentate pe Internet, ori pe panourile electorale stradale sau clipurile electorale de desen animat, difuzate prin intermediul televiziunii.

Trecând de la metodă la conținut, cu alte cuvinte de la marketing la management politic, campania din 2002 a adus schimbări se substanțiale. Cele mai importante s-au făcut sesizabile la nivelul capacității echipelor electorale de a evalua/reacționa la contextul politic în care s-a desfășurat campania. Pentru prima oară, în mod vizibil, evenimente petrecute în timpul desfășurării campaniei s-au transformat în teme de dezbatere, capabile să modifice cursul acesteia, ceea ce contravine tradițiilor germane de consecvență în abordarea tematicii proprii și relativă imobilitate în raport cu realitățile imediate oferite de mediul

social și politic. Acest lucru se datorează în principal organizării riguroase, după modelul american, a echipelor de campanie, cu un plus în dreptul SPD. Este suficient să facem referire la două aspecte, unul mai puțin cunoscut, care a însemnat monitorizarea exactă a tuturor mișcărilor adversarului, pentru ca apoi propriul partid să dezvolte un discurs pe teme preferate ale acestuia, altul mult mai evident, privitor la modul în care reacția la proiectata intervenție americană în Irak s-a transformat în asul din mânecă al Cancelarului pe ultima sută de metri a campaniei, alături de modul în care a știut să se prezinte ca un adevărat lider de nădejde în momentele de criza generate de inundațiile masive de la mijlocul verii.

Aici merită menționat faptul că fiecare dintre cele două mari partide a avut în mod constant reprezentanți delegați la reuniunile publice ale adversarilor politici, iar candidatul opoziției CSU/CDU a numit o echipă de consilieri pe diverse probleme, alcătuită după modelul “shadow government”-ului din Marea Britanie, cu “miniștri din umbră”, capabili să adreseze coerent, de pe poziții de competență actul de guvernare și mișcărilor electorale ale coaliției la putere, pe orice sector de activitate.

### Agenda politică germană

Un rezumat al tematicii discursului electoral este fără îndoială util, atât din perspectiva analizei de campanie, cât și încercării de a defini agenda politică a viitoarei guvernări în orizontul a cel puțin doi ani, orizont interesant și din prisma anunțatei admiteri de noi membri în Uniunea Europeană începând cu 2004.

- Germania de est, desăvârșirea unificării
- Reforma Statului Social/Economia
- Problema șomajul ridicat și reforma asistenței sociale
  - Tineretul/educație formare profesională și integrare socială
  - Sistemul de taxare
  - Problema imigrației
  - Situația internațională, rolul Germaniei pe scena mondială

În lumina preocupărilor pe care le dezvăluie

această enumerare, care nu se vrea exhaustivă, ar fi de notat micșorarea vizibilă a distanței pe eșichierul politic între stânga (Verzi, SPD) și dreapta (CDU/CSU, Liberal Democrați), practic granițele ideologice tradiționale fiind la această oră diluate, dacă nu definitiv șterse.

### **Germania de est, desăvârșirea unificării:**

Diferențele semnificative în abordarea situației landurilor fostei RDG nu vin dinspre definirea problemelor, rezumate în acordul general la difcultățile de integrare economică și socială a cetățenilor din această regiune, în ciuda programelor de investiții și a sumelor considerabile cheltuite deja în acest scop.

SPD, reputat contraperformer în Est, a preferat să își localizeze mesajul electoral acaparând temele fostului partid comunist, PDS, favorit constant al regiunii.

### **Problema șomajul ridicat și reforma asistenței sociale**

Un exemplu perfect pentru diluarea granițelor ideologice și confuzia bazelor electorale este proiectul pentru reforma pieței muncii, propus de guvern în urma analizelor unui grup de experți special instaurat (Comisia Hartz). Documentul cu tentă liberală, propune micșorarea perioadei și schimbarea modalităților de asistare a celor aflați în șomaj, mutând accentul dinspre ajutor financiar până la găsirea slujbei potrivite, către susținerea eforturilor și încurajarea celui asistat spre reintegrarea cât mai grabnică în muncă. Susținerea rezervată acordată de sindicate, bază electorală tradițională a SPD, alăturată cu cea mult mai optimistă a reprezentanților marii industrii, din rândul cărora face de altminteri parte și președintele comisiei, fost director de personal la grupul Volkswagen, ilustrează clar direcția adoptată de SPD: „pentru proiecte în care credem, suntem dispuși să riscăm, acceptând susținerea unor grupuri care nu ne-au stat alături în mod tradițional”.

Proiectul de reformă, inițial acceptat de CDU/CSU, a devenit obiect al criticii acestora numai odată cu integrarea sa în discursul electoral al

Cancelarului, în ciuda afirmației șefului Comisiei care l-a propus, conform căreia aplicabilitatea sa nu ar fi avut a suferi deloc de pe urma unei schimbări de culoare politică a guvernării de la Berlin. Obiectivele pe care acest program și le propune sunt foarte ambițioase, vorbindu-se de înjumătățirea șomajului în maximum trei ani.

### **Problemele tineretului, educația, formarea și integrarea profesională/problema emigranților**

Tratarea în comun a acestor două teme are ca principală rațiune conexiunea dintre acestea și problema socială numărul unu pe agenda politică germană: șomajul.

La baza discuțiilor pe această temă, au stat date oficiale, publicate de Biroul Federal al Muncii (ministerul muncii german), conform cărora tinerii cu grad de pregătire sub nivelul universitar au beneficiat pentru anul în curs de un număr de posturi de debutant (care oferă în mod tradițional în Germania calificare la locul de muncă) redus cu 10.000 față de anul trecut. Reprezentantii industriei susțin că abilitățile solicitanților sunt mult mai puțin satisfăcătoare decât în trecut, în condițiile în care cerințele unor asemenea posturi devin din ce în ce mai complexe. Motiv pentru reprezentanții opoziției să acuze scăderea nivelului de pregătire oferit de laudatul sistem german de învățământ și să revină la o retorică anti-emigrație foarte familiară în special pentru CSU, creștin-socialii din Bavaria domnului Stoiber. Critici vehemente au fost aduse noii legislații pentru străini, despre care CDU/CSU afirmă că încurajează sosirea de noi emigranți, într-un moment în care economia germană abia poate cuprinde pe tinerii veniți de pe băncile liceelor și școlilor vocaționale de nivel mediu. Contraatacul Cancelarului s-a bazat pe greutatea cifrelor, arătând că un surplus de numai 100.000 de rezidenți pe an, este nu doar benign, ci și necesar Germaniei, a cărei populație îmbătrânește datorită scăderii continue a natalității. De asemenea, Schroeder a arătat că industria, la cererea căreia a propus legislație permisivă pentru emigranții cu pregătire superioară, în special în domeniile tehnicii de vârf, este datoare să facă un efort pen-

tru a-i integra pe tinerii germani cu studii secundare sau vocaționale. În final, tot în baza cifrelor, Schroeder a arătat că o parte foarte semnificativă de vină pentru scăderea șanselor de integrare socială a tinerilor în cauză revine tocmai industriașilor din Bavaria, land guvernat în ultimii zece ani de contracandidatul său.

### **Reforma sistemului de taxare**

Ca parte a unui program care are în vedere pe de o parte unificarea procedurilor fiscale la nivelul Uniunii Europene, dar mai ales susținerea agresivă a investițiilor, în special în sectoarele înalt tehnologice, sprijinul masiv pentru exporturi și crearea de noi locuri de muncă, guvernul Cancelarului Schroeder a promovat, pe parcursul mandatului trecut o nouă legislație fiscală.

Opoziția condusă de Stoiber a criticat-o la rândul său de pe platforma clasică a dreptei, care se împotrivesc creșterii sau apariției de noi taxe, acuzând totodată ineficacitatea noii legislații în privința obiectivelor asumate odată cu promovarea acesteia.

Răspunsul Guvernului la aceste critici s-a bazat pe starea actuală de recesiune a economiei globale, căreia Germania nu i se poate sustrage, Cancelarul menținându-se pe poziția conform căreia, odată cu reparația condițiilor favorabile, sistemul va da roade, susținând pe bună dreptate ideea că nu stă la îndemâna Guvernului federal să controleze variabilele economiei mondiale.

### **Situația internațională, rolul Germaniei pe scena mondială**

Atunci când vorbeam despre creșterea capacității echipelor electorale de evaluare și reacție la realitățile politice ale momentului, aveam în vedere și felul în care campania electorală din această toamnă a adoptat subiectele de politică mondială, în special tematica fierbinte a proiectatei intervenții militare americane în Irak.

Cancelarul Schroeder a afirmat, în data de 6 August că "Germania nu se va alătura unei aventuri americane în Irak", adăugând ulterior că nu este pregătit să susțină militar sau economic o campanie americană, fie și sub mandat ONU. Reafirmarea acestei poziții pe tot parcursul a

celor câteva săptămâni rămase din campania electorală, precum și dezbaterile care au urmat pe această temă cu adversarii din opoziția CDU/CSU au avut cu siguranță efecte nu doar în planul rezultatului alegerilor din Germania.

Este mai mult decât probabil ca poziția Cancelarului să fi influențat votul a numeroși alegători germani, de vreme ce era cunoscut procentul de 80% dintre aceștia care se opuneau susținerii unei intervenții militare americane în Irak. Cu siguranță însă, insistența și tonul cu care a fost reiterate în campanie, au provocat iritare crescândă administrației de la Washington, implicată în eforturi diplomatice de a obține consensul internațional pentru o asemenea acțiune. O gafă monumentală a unui membru al cabinetului German s-a adăugat, constituindu-se în ocazia perfectă pentru o reacție dură și imediată din partea americană. Faptele au fost consumate, ministrul justiției, Herta Deubler Gmelin a fost citată cu o declarație în care alături numele președintelui american cu cel al lui Hitler, asemănând tacticile celor doi în privința utilizării crizelor politicii mondiale pentru a ascunde problemele interne.

Ca urmare, președintele a refuzat gestul tradițional de a-l felicita pe Schroeder pentru reînnoirea mandatului, iar câteva zile mai târziu, secretarul Apărării, Donald Rumsfeld, aflat la o importantă întâlnire interministerială NATO, la Varșovia, se referea la omologul său german, Peter Struck cu apelativul "acea persoană", refuzând la rândul său o întâlnire bilaterală cu acesta. De altminteri, este de domeniul convingerii generale faptul că președintele a interzis informal membrilor cu rang înalt ai administrației pe care o conduce să aibă întâlniri cu demnitarii germani. Mai mult, un reprezentant al Casei Albe a fost citat cu o declarație conform căreia "atunci când vor apărea evenimente importante (în arena internațională), Cancelarul Schroeder nu va fi prima, a doua și nici a treia persoană cu care Președintele se va consulta".

Fără îndoială, cauzele amorsării tensiunilor pe relația trans-atlantică Germania-SUA trebuie căutate dincolo de orgoliile personale și gafele unor persoane publice aflate în campanie electorală. Ceea ce stă la baza acestui conflict diplo-

matic este confruntarea între ideea reconfortantă că democrațiile nu răspund militar decât unor amenințări militare directe și noțiunea neliniștitoare că securitatea lumii civilizate poate cere valorificarea oportunității de a lovi primul.

În ceea ce privește șansele Germaniei de a-și redresa credibilitatea ca aliat al Statelor Unite, acestea trebuie cântărite luând în calcul o pleiadă de factori. În primă instanță, deși nu a reușit să facă față crizei de imagine internațională foarte eficient, Cancelarul Schroeder s-a dovedit cu adevărat preocupat de redresarea situației, fapt probat de întâlnirea privată pe care s-a grăbit să o obțină cu Premierul Tony Blair, pe care l-a considerat în măsură să-i apere imaginea pe lângă Washington. De asemenea, tonul american a scăzut în intensitate, figurii aspre a lui Donald Rumsfeld luându-i locul serenitatea Secretarului de Stat Collin Powell, care a declarat, în fața Comisiei pentru Relații Externe a Senatului, că deși “s-a produs o fisură serioasă”, “am fost buni prieteni ai Germaniei timp de mulți ani și vom rămâne prieteni buni în anii care urmează”.

Ar fi de luat în calcul și argumentele reale pe care coaliția SPD-Verzi le poate aduce în favoarea ideii că guvernul pe care îl formează este oricând gata să-și riște viitorul politic pentru a sprijini aliatul american pe teme de securitate. Nu trebuie să uităm că Fischer însuși, președinte al unui partid de orientare pacifistă și-a riscat cariera politică, iar împreună cu Schroeder, stabilitatea coaliției de guvernare pentru ca Bundestagul să aprobe participarea militară germană, alături de Statele Unite atât în Kosovo, cât și în Afghanistan.

De asemenea, motive de a privi cu optimism evoluția de fond a relațiilor germano-americane sunt de găsit și cu ocazia unei priviri mai atente asupra agendei politice curente din Statele Unite. Tonul belicos al diverșilor membri ai administrației care s-au exprimat cu privire la reevaluarea credibilității Germaniei ca aliat, poate fi explicat cu ușurință prin faptul că, aflați ei înșiși în fața unei confruntări electorale (așa numitele alegeri de la mijlocul mandatului) republicanii, reprezentăți de Bush la Casa Albă, caută să capitalizeze în fața unui electorat care pare să le susțină platfor-

ma în măsura în care dau dovadă de hotărâre în abordarea problemei securității naționale. Odată ce alegerile vor fi avut loc, este de presupus că o parte din presiunile pentru adoptarea unei conduite aspre față de Germania vor dispărea.

De asemenea, privind într-un context mai larg, chiar dacă America este pe deplin capabilă să acționeze unilateral în Irak, cel puțin militar, bătăliile cu adevărat grele se vor da pe străzile Berlinului, Londrei și Parisului, acolo unde opinia publică este copleșitor în defavoarea războiului. În cele din urmă, Statele Unite vor avea nevoie de sprijinul Europei și al Germaniei pentru a menține pacea și a schița un viitor pentru Irak, pentru a nu menționa aici costurile efective ale menținerii păcii, costuri preluate în mare parte, în urma ultimelor crize ale secolului trecut de partenerii europeni. Ca urmare, presupunerea conform căreia Administrația americană va trebui să devină la rândul său sensibilă la agenda politică europeană, are oarecare teme. Așa cum am mai spus, poziția lui Schroeder asupra intervenției în Irak are adânci rădăcini în preocupările concetățenilor săi, iar America, mai mult decât oricine va trebui să înțeleagă, în cele din urmă, că politica fără sprijinul celor guvernați, nu aduce deloc a democrație.

Un ultim argument în favoarea unei evoluții pozitive a relațiilor transatlantice ale Germaniei poartă numele propriu al ministrului de externe Joschka Fischer, un fin cunoscător al meandrelor politicii americane, un fluent vorbitor de limbă engleză care s-a ținut departe de aceste polemici în campania electorală și care caută, după spusele proprii, ocazia potrivită pentru o vizită peste ocean. O vizită în care să poată valorifica atuurile enumerate, pentru a face ceea ce nu stă la îndemâna șefului său de guvern și este atât de apreciat de Președintele Bush: să aducă discuția la nivel personal, cerând interlocutorului scuze pentru exagerări și propunându-i bărbătește împăcarea. Iar aceasta fără să uite spusele Cancelarului: “Ca parte a unei prietenii, trebuie să fie posibil și să ai o altă opinie”.

Concluziile acestei analize nu pot fi trase fără a ne apleca asupra cifrelor ce oglindesc eficiența unei campanii electorale.

Urmare a exprimării a 78,9% dintre cetățenii cu drept de vot, cel de al 15-lea Bundestag al Germaniei Federale, numără 603 membri, din care 251 revin SPD (social-democrației lui Schroeder), 55 Alianței 90/Verzii (partidul ministrului de externe Joschka Fischer), 248 Grupului CDU/CSU (creștin democrației/creștin socialii bavarezi conduși în alegeri de Edmund Stoiber), 47 FDP (liberal democrației, potențialii aliați pentru o guvernare CDU/CSU) și, în sfârșit, 2 PDS (ex-comuniștii est-germani).

Această componență asigură unui nou guvern condus de Gerhard Schroeder o majoritate de 11 locuri, considerată de mulți, în frunte cu Edmund Stoiber însuși, suficient de fragilă pentru a promite un guvern creștin democrat – liberal democrat în mai puțin de un an.

Din punctul de vedere al performanțelor electorale față de alegerile de acum patru ani, raportat la întregul teritoriu al Germaniei, marele câștigător al acestor alegeri este partidul verzilor lui Fischer, singurul care a obținând plusuri în absolut toate cele 16 landuri ale federației, un scor cu aproape 2 procente mai ridicat decât la precedentele alegeri. Reușind să-și asigure susținerea totală din rândurile unui partid plin de contraste, ale cărui numeroase facțiuni au preocupări pornind de la cele mai diverse probleme de mediu, la pacea mondială și emanciparea socială a femeii, Joschka Fischer a obținut atingerea unui obiectiv greu de propus, acela al evitării complete a erodării la guvernare, asigurând în bună măsură continuitatea guvernării roșu-verde.

Cel mai important contra-performer al alegerilor s-a dovedit a fi FDP, partid de orientare liberală, cu susținere tradițională în rândurile oamenilor de afaceri. Contând la un anumit moment în sondaje cu aproape 18%, liberal democrației au ratat șansa de a oferi majoritatea necesară formării unui guvern cu CDU/CSU, obținând la urne 7,4%, cu doar 1,2 mai mult decât acum patru ani, însă cu foarte mult sub așteptări.

În privința partidelor surori CDU/CSU, performanța electorală proprie l-ar fi îndreptățit pe Edmund Stoiber chiar în noaptea alegerilor să spera că va fi noul Cancelar al Germaniei, scorul său, de 38,5 % fiind cu doar 9000 de voturi mai

mic decât al SPD și cu 3,4% îmbunătățit față de rezultatul de acum patru ani. Procentele din partea aliaților din FDP au întârziat să se alăture în chip satisfăcător, ceea ce a privat partidul lui Stoiber de formarea unui nou guvern, dar a readus sudul Germaniei, fieful tradițional al CDU/CSU sub control, cu rezultate mai bune în Bavaria cu peste 10% față de acum patru ani.

Ex-comuniștii din PDS, au înregistrat un eșec usturător, reușind să obțină cele două locuri în parlament grație unei reguli speciale de excepție de la pragul electoral de 5%, îngăduită partidelor care obțin suficiente voturi pentru a desemna un parlamentar în circumscripții din cel puțin trei landuri. Procentul acestui partid a scăzut cu peste 5 puncte, ceea ce așează partidul în pragul falimentului politic.

În sfârșit, SPD reușește să obțină un rezultat de egalitate cu marii rivali din CSU/CDU, de 38,5% din opțiunile electoratului, cu doar 2,4% erodare față de 1998, reușind să evite catastrofa profilată în vară de sondajele succesive care arătau pe creștin democrați împreună cu creștin socialii bavarezi capabili să formeze guvern monocolor, cu o majoritate de puțin peste 50 de procente. Acest rezultat se datorează în bună măsură compensării pierderilor din Sud și Vest, păstrate la proporții rezonabile, (cu excepția Bavariei, - 8,3% față de 1998) cu electoratul tradițional al comuniștilor din est, ceea ce reprezintă o adevărată victorie, poate cea mai semnificativă cu privire la viitorul partidului. De aici înainte, totul depinde de modul în care previziunile și promisiunile Cancelarului, cu privire la succesul reformelor deja începute se vor concretiza sau nu în redresarea economică și rezolvarea punctelor de pe agenda socială a coaliției.

## Concluzii

Rezultatul votului trimite un mesaj clar tuturor celor care vor să-l descifreze:

1. Germania se simte a fi cea mai importantă putere continentală a Europei care a scăpat de complexe, care nu mai poate accepta un rol secundar în concertul mondial și care înțelege să-și afirme și să-și promoveze interesele și valorile fără ezitare.

2. Germania poate accepta să participe la acțiuni cu caracter militar în afara granițelor sale doar atunci când este absolută nevoie, dar nu este dispusă să se implice în războaie care nu sunt ale sale, nu sunt indispensabile, nu se poartă în numele valorilor sale și nu se situează în aria sa de interes strategic (așa cum este intervenția armată în Irak).

3. Uniunea Europeană nu mai este și nu mai poate fi mecanismul prin care democrațiile occidentale europene au pus sub control tentațiile expansioniste ale Germaniei luându-și garanții împotriva acestora, ci instrumentul dominației pașnice a modelului german asupra Europei.

4. Germania, pentru a-și întări poziția de lider în Uniunea Europeană, va continua politica de consolidare a rolului său, politic și economic, în Europa Centrală și de Est. Afirmarea poziției sale de lider politic de mare influență în zona răsăriteană a bătrânului continent reprezintă pentru Germania o șansă în relansarea relațiilor cu SUA. Răcirea relațiilor dintre cele două state, în urma mesajelor critice la adresa politicii externe a SUA pe care le-au transmis unii lideri ai SPD în timpul campaniei electorale din această toamnă precum și interesele strategice ale SUA în această regiune, fac din orientarea politicii externe a Germaniei spre Est un instrument de maximă importanță în relansarea statutului său internațional.

5. În acest context, România nu are decât de câștigat, în plan intern, dar și internațional, prin asumarea unei politici mai active față de Germania. Un argument este potențialul economic și

financiar al Germaniei, a cărei prezență mai amplă ar fi benefică pentru susținerea proceselor de reformă și consolidare a economiei de piață în România. Indiscutabil, Germania este un partener de mare credibilitate în susținerea eforturilor guvernului României de a trece la economia de piață funcțională. În același timp, favorizarea unui parteneriat economic și accesul cu mai mult succes al firmelor germane pe piața românească, constituie o pârghie de mare folos în obținerea sprijinului politic real, din partea Germaniei, pentru procesul de aderare la Uniunea Europeană.

6. Intensificarea acțiunilor de apropiere politică, economică și strategică de Germania este cu atât mai oportun, cu cât Germania este dintre puținele state europene importante care a reușit să readucă social-democrația la putere pentru încă patru ani. Există astfel, nu numai premise economice sau strategice pentru o mai mare apropiere ci și una doctrinară, care facilitează, cel puțin teoretic, intercomunicarea și solidarizarea guvernelor din cele două țări.

7. Interesul puterii și al PSD de dinamizare și consolidare a relațiilor dintre România și Germania este favorizat și de ceea ce s-ar putea denumi "puterea exemplului". Cu alte cuvinte, PSD este interesat să afle, să evalueze și eventual să se inspire din modelul social-democrat german de a construi buna guvernare. Dincolo de practica guvernării, Germania social-democrată reprezintă, fără îndoială, o sursă de înnoire a doctrinei social-democrate a PSD.