

GABRIEL
TARDE

Opinia și mulțimea

Traducere și prefață de Nicoleta Corbu

comunicare(●)ro

Redactor: Cecilia Ștefănescu
Coperta colecției: Radu Gârmacea
Tehnoredactor: Olga Machin
Ilustrația copertei: Honoré Daumier, *O zi de
paradă* (detaliu)

L'Opinion et la foule
Presses Universitaires de France, 1989

Toate drepturile asupra acestei ediții
aparțin Editurii Comunicare.ro, 2007

SNSPA, Facultatea de Comunicare
și Relații Publice

Strada Povernei nr. 6, Sector 1, București

Tel./fax: (021) 313 5895

E-mail: difuzare@comunicare.ro

www.editura.comunicare.ro

Descrierea CIP a Bibliotecii Naționale a României
TARDE, GABRIEL

Opinia și mulțimea / Gabriel Tarde; trad., pref.:

Nicoleta Corbu. – București: Comunicare.ro,
2007

ISBN 978-973-711-121-0

I. Corbu, Nicoleta (trad.; pref.)

316.65

Prefață / 7

Cuvânt înainte / 17

I. Publicul și mulțimea / 19

II. Opinia și conversația / 63

Opinia / 63

Conversația / 76

Cuprins III. Mulțimile și sectele criminale / 131

Mulțimea nu numai că atrage și își cheamă în mod irezistibil spectatorul, dar numele său exercită o influență deosebită asupra cititorului contemporan, iar anumiți scriitori sunt tentați să desemneze prin acest cuvânt ambiguu tot felul de grupări. Este important ca această confuzie să înceteze, și mai ales, să nu se pună semnul egal între mulțime și *Public*, vocabulă susceptibilă ea însăși de diverse accepțiuni pe care voi încerca să le precizez. Vorbim despre publicul unui teatru, publicul unei adunări oarecare; în acest caz, public înseamnă mulțime. Dar acest sens nu este singurul și nici cel mai important, și, în timp ce importanța sa scade sau rămâne constantă, epoca modernă, de la inventarea tiparului, a dat naștere unui tip de public total diferit, care nu încetează să se dezvolte și a cărui extindere continuă este una dintre trăsăturile cele mai evidente ale epocii noastre. Am studiat psihologia mulțimilor; mai rămâne să vorbim despre psihologia publicului, înțeles în acest al doilea sens, ca o comunitate pur spirituală, ca o diseminare de indivizi separați

I. Publicul și mulțimea

fizic și a căror coeziune este pur mentală. De unde începe publicul, cum ia naștere, cum se dezvoltă, varietățile sale, raporturile acestuia cu cei care îl conduc, cu mulțimea, cu corporațiile, cu statul, puterea sa în bine sau în rău și modalitățile în care simte ori acționează: iată ce ne propunem să cercetăm în acest studiu.

În societățile animale cele mai primitive, asocierea constă mai ales într-o agregare materială. Pe măsură ce urcăm în arborele vieții, relația socială se spiritualizează. Dar, dacă indivizii se îndepărtează până în punctul în care nu se mai văd sau rămân astfel separați mai mult timp, ei încetează să mai fie asociați. Din acest punct de vedere, mulțimea are în ea ceva animalic. Nu este oare suma unor contagiuni psihice produse în mod esențial prin contacte fizice? Dar formele de comunicare de la un individ la altul, de la un spirit la altul nu au drept condiție necesară apropierea fizică. Această condiție este îndeplinită din ce în ce mai puțin atunci când apar în societățile civilizate *curențele de opinie*. Aceste fluvii sociale¹, aceste mari mișcări care reușesc să exalte și să antreneze chiar și spiritele cele mai calme și mințile cele mai raționale și care au determinat parlamente și guverne să le consacre legi sau decrete nu au luat, de bună seamă, naștere prin întâlnirea oamenilor pe stradă sau în agora. Lucru ciudat, oamenii care se mobilizează astfel, care se influențează reciproc sau, mai degrabă, își transmit influențe unii altora de sus nu se ating, nu se văd, nici nu se aud: stau fiecare acasă, citind același ziar, răspândiți pe un teritoriu întins. Care este, deci, legătura dintre ei? Această legătură este, împreună cu simultaneitatea convingerii sau a pasiunii lor, conștiința faptului – pe care o are fiecare – că această idee sau voință este împărtășită în același moment de un număr mare

1. Să remarcăm faptul că aceste comparații *hidraulice* apar în mod natural sub condei de fiecare dată când este vorba despre mulțimi, ca și despre publicuri. Ele se aseamănă din acest punct de vedere. O mulțime în mișcare, într-o seară de sărbătoare publică, se deplasează lent și agitat, amintind de un râu fără albie. Căci nimic nu se poate compara mai bine cu un organism decât o mulțime sau un public. Sunt mai degrabă cursuri de apă al căror regim nu este încă definit.

de alți oameni. Este suficient ca omul să știe acest lucru, fără a fi măcar nevoie să-i vadă pe ceilalți, pentru a fi influențat de ei ca masă, și nu numai de ziarist, sursa de inspirație comună, la rândul lui invizibil și necunoscut – și cu atât mai fascinant.

Cititorul nu are, în general, conștiința faptului că este supus acestei influențe persuasive, aproape irezistibile, a ziarului pe care îl citește în mod obișnuit. Ziaristul nu uită niciodată natura și gusturile publicului său, față de care are mai degrabă bunăvoință. Cititorul conștientizează încă și mai puțin: nici nu-și pune problema influenței pe care masa celorlalți cititori o are asupra sa. Și, totuși, aceasta nu este cu nimic mai puțin incontestabilă. Ea se exercită în același timp asupra curiozității cititorului, care devine cu atât mai aprinsă, și asupra judecății sale, care încearcă să se pună de acord cu cea a majorității sau a elitei, după caz. Deschid un ziar pe care îl cred de astăzi și citesc cu aviditate anumite știri; apoi îmi dau seama că este de acum o lună sau de acum o zi și încetează brusc să mă mai intereseze. De unde vine acest dezgust subit? Faptele prezentate și-au pierdut cu ceva interesul intrinsec? Nu, dar ne dăm seama că suntem singurii care citesc știrea respectivă și acest lucru este suficient. Ceea ce dovedește, deci, că acea curiozitate aprinsă care ne animă ține de iluzia inconștientă că sentimentele noastre sunt împărtășite de o mulțime de alți indivizi. Ziarul de ieri sau de alaltăieri, comparat cu cel de astăzi, este ca un discurs citit de-acasă față de un discurs ascultat în mijlocul unei mulțimi imense.

Atunci când suntem supuși fără știrea noastră la această contagiune invizibilă a publicului din care facem parte, suntem înclinați să o explicăm prin simplul prestigiu al *actualității*. Dacă ziarul de astăzi ne interesează din acest punct de vedere, este pentru că nu ne povestește decât întâmplări de actualitate, iar proximitatea acestor fapte, și nu faptul că le aflăm simultan cu ceilalți, ne-ar stârni pasiunea față de ceea ce citim. Dar să analizăm cu atenție această *senzație de actualitate* atât de ciudată și pasiunea tot mai mare pentru ea, care este una dintre caracteristicile cele mai evidente ale vieții

civilizate. Ce anume are reputația de „actualitate”? Numai ceea ce tocmai s-a întâmplat? Nu, actualitatea este, în realitate, acel fapt care suscită un interes general, chiar dacă este un fapt mai vechi. În ultimii ani, a fost „de actualitate“ tot ceea ce a ținut de Napoleon; tot ceea ce este la modă este de actualitate. Și nu este „de actualitate“ ceea ce este recent, dar neglijat de atenția publică îndreptată spre altceva. Când a izbucnit afacerea Dreyfus, în Asia sau în Africa se petreceau lucruri care ar fi putut foarte bine să ne intereseze, dar am fi zis că nu sunt deloc de actualitate. Pe scurt, pasiunea pentru actualitate progresează o dată cu sociabilitatea, fiind una dintre manifestările ei cele mai evidente; și cum specificul presei periodice, al presei cotidiene mai ales, este de a nu se ocupa decât de subiecte de actualitate, n-ar trebui să ne surprindă să vedem că între cititorii obișnuiți ai aceleiași ziare se leagă și se strânge un fel de asociere prea puțin remarcată, deși foarte importantă.

Bineînțeles, pentru ca *influențarea la distanță* a indivizilor care compun un public să devină posibilă trebuie ca aceștia să fi practicat mult timp, prin rutina vieții sociale intense, a vieții urbane, influențarea prin proximitate. Încă din copilărie și adolescență, începem să resimțim puternic *acțiunea privirii celuilalt*, care se exprimă fără să ne dăm seama în atitudinea noastră, în gesturile noastre, în modul în care ni se schimbă ideile, în confuzia sau înflăcărea cuvintelor noastre, în judecățile pe care le facem, în comportamentul nostru. Și abia după ce, timp de ani de zile, am fost supuși și am supus la rândul nostru pe alții acestei acțiuni impresionante a privirii ajungem să fim impresionați de *ideea privirii celuilalt*, prin ideea că suntem obiectul atenției unor persoane îndepărtate de noi. La fel, abia după ce am cunoscut și am practicat mult timp puterea de sugestie a unei voci dogmatice și autoritare, auzită de aproape, lectura unei afirmații energice devine suficientă pentru a ne convinge – și simplul fapt de a conștientiza adeziunea unui număr mare de semeni la opinia respectivă ne încurajează să judecăm în același fel. Formarea unui public presupune, deci, o

evoluție mentală și socială mult mai avansată decât formarea unei mulțimi. Influența pur ideală, contagiunea în lipsa contactului pe care le presupune această grupare abstractă și, totuși, reală, această mulțime spiritualizată, ridicată, ca să spunem așa, la un alt nivel de putere, nu s-a putut naște decât după secole întregi de viață socială mai primitivă, mai elementară.

Nu există nici în latină, nici în greacă un cuvânt care să desemneze ceea ce înțelegem prin public. Există cuvinte pentru a desemna poporul, adunarea cetățenilor înarmați sau nu, corpul electoral, toate variantele de mulțime. Dar ce scriitor din Antichitate s-a gândit să vorbească despre publicul său? Nici unul nu și-a cunoscut niciodată decât *auditoriul*, în acele săli închiriate pentru lecturi publice, în care poeții contemporani lui Plinius cel Tânăr adunau o mică mulțime favorabilă. În ceea ce privește cititorii răzleți ai manuscriselor copiate de mână, realizate în câteva zeci de exemplare, aceștia nu aveau conștiința faptului că formează un agregat social, așa cum o au în prezent cititorii aceleiași ziar sau, uneori, ai aceleiași roman la modă. Se poate vorbi de un public în epoca medievală? Nu, dar existau târguri, pelerinaje ale unor mulțimi tumultuoase animate de emoții pioase sau belicoase, sentimente de furie sau panică. Publicul a luat naștere abia după prima mare dezvoltare a tiparului, în secolul al XVI-lea. Deplasarea forței la distanță nu înseamnă nimic în comparație cu deplasarea gândirii la distanță. Gândirea nu este oare forța socială prin excelență? Gândiți-vă la *ideile-cheie* ale dlui Fouillée*. Acolo găsim noutatea profundă și efectele incalculabile, citirea zilnică și simultană a aceleiași cărți, Biblia, editată pentru prima dată în milioane de exemplare, dând masei unite de cititori senzația că formează un corp social nou, desprins de Biserică. Dar acest public care abia se naștea nu era decât o altă Biserică, cu care se confunda, și tocmai aceasta este infirmitatea protestantismului, de a fi fost în același

* Alfred Jules Emile Fouillée (1838-1912), filozof francez; a elaborat o teorie a ideilor-cheie: prin tendința lor de a se autorealiza, ideile ar fi agentul schimbării sociale (n. tr.).