DIMENSIUNEA PSIHOISTORICĂ A PROTOCRONISMULUI ÎN MEDIA ROMÂNEASCĂ. I

GHEORGHE COJOCARIU*

Abstract

The study started from a set of questions: what is the contribution of the ancestors to the genesis and generalization of media communication; the issues arising from cultural predecessor's area, which led to the development of the field; how the development, the enrichment and the knowledge of media communication took place, considering the spectrum of human representations and perception in accepting the report of psychological and media coverage.

Cuvinte-cheie: *Columna centenaria*, psihoistorie, percepție, reprezentare.

Keywords: *Columna centenaria*, psychohistory, perception, representation.

Pe trunchiul marmorei, tăiat cu genială finețe, urcă însă povestea unui neam.
E o grandioasă înălțare la cer acest stâlp al trecutului.
1933, Traian Chelariu (1906–1966), *Zilele şi umbra mea* (1976, p. 192)

Îmbinarea portretelor realiste cu imaginile generalizatoare cu caracter de simbol într-o perfectă unitate spațiu-timp transformă Columna într-o „frescă" fără analogii; exprimarea artistică a calităților apreciate de romani: virtus, iustitia, pietas, clementia, *face din Columnă idealul instrument de propagandă.*
Columna lui Traian, L. Țeposu-Marinescu, 2002, p. 107

1. INTRODUCERE

Atunci când abordăm evoluția comunicării mediatice, constatăm că până la conceptualizarea folosită în zilele noastre au existat alte forme şi manifestări ale acestui tip de comunicare; conform Oxford Dictionary, vorbim despre media începând din anul 1920 (cf. Briggs, Burke, 2005, p. 13). O analiză a modului în care s-au cristalizat mass-media în varietatea lor necesită mai mult decât o simplă enumerare a invențiilor cu date semnificative şi nume de referință.

Surprinzând aspectul istoric, *Dicționarul de psihologie* (Doron, Parot, 2006) precizează: pentru a fi vorba de istorie, e nevoie de un indice de cauzalitate – acesta

* Universitatea Spiru Haret, Facultatea de Jurnalism, Comunicare şi Relații Publice.

permite să distingem un text narativ veritabil de o simplă relatare cronologică (p. 429), iar pe de altă parte, psihologia istorică îşi pune problema, în cazul noului, ce este diferit de ce este vechi, cum şi de ce a apărut acest nou (p. 428).

În demersul întreprins pentru realizarea acestei cercetări, am pornit de la un set de întrebări: în ce constă contribuția înaintaşilor la geneza şi generalizarea comunicării mediatice; care sunt problemele generate de predecesorii arealului cultural, ce au dus la dezvoltarea acestui domeniu; având în vedere spectrul reprezentărilor şi percepției umane, în acceptarea raportului dintre reflectarea psihică şi cea mediatică; în ce fel s-au asigurat evoluția, îmbogățirea şi cunoaşterea din domeniul comunicării mediatice.

Îndemnul lui Socrate „cunoaşte-te pe tine însuți" se referă în primul rând la disponibilitățile psihologice ale Subiectului, putând fi aplicat şi colectivităților umane. Necesitatea de a răspunde la întrebarea „cine suntem noi românii, ce fel de oameni suntem, în ce constă caracterul românesc" s-a manifestat cu acuitate ori de câte ori confruntările cu istoria, «la răspântie», ne-au obligat să ne confruntăm cu noi înşine" (Popescu-Neveanu, 2002, p. 345).

De aceea, drept obiect de studiu şi analiză a dimensiunii psihoistorice şi protocroniste în media românească am selectat două cazuri de pregnanță psiho-istorică, unul vizând o operă de geniu, celălalt o personalitate cu operă fără pereche, respectiv: *Columa centenaria* şi *Carol Szathmari* – Carol Popp de Szathmari (1812–1887). Primul obiect de studiu, a devenit cunoscut în timp sub denumirea de Columna lui Traian; numele antic, originar – *Columna centenaria* viza dimensiunea fusului şi capitelului de 100 de picioare romane (29,78 metri). Cel de-al doilea obiect de studiu se referă la o personalitate complexă, deosebit de productivă: pictor, desenator, fotograf pentru cinci domnitori români – începând cu primul domnitor regulamentar, Alexandru Dimitrie Ghica (1834–1842), continuând cu Gheorghe Bibescu (1843–1848), Barbu Ştirbei (1849–1856), Alexandru Ioan Cuza (1859–1866) şi Carol I de Hohenzollern-Sigmaringen (1866–1914). Heraldist meritoriu (a conceput primul însemn de stat al României: Ordinul Unirii – actuala distincție Steaua României); primul reporter fotograf din lume – pionier al fotojurnalismului, aşa cum îl definim astăzi –, o personalitate ale cărei merite în domeniul comunicării mediatice fiind consemnate din 1855, confirmarea ştiințifică venind însă abia în anul 1993.

În fond, avem de-a face cu o problematică psihologică complex-integrativă, legată de reprezentări, percepții, senzații, imagine. Psihologia generală apreciază constituirea imaginilor-reprezentări ca având o apariție spontană, mecanismele de engramare fiind activate de diferite semnale din mediul intern sau extern, iar în parte în contextul unui proces social (Golu, 2002, p. 349). Din perspectiva psihosociologiei, Catherine Garnier (2002) oferă o interpretare plastică a modului în care gândirea socială se instalează şi se localizează în individ: spațiul social în

care evoluează individul este inoculat de cultură, îmbibat de gândirea socială; gândirea este „setată” de creier în maniera în care ordinatorul tratează informația cu care este servit. Selectarea stimulilor, obiectivelor, evenimentelor cu care individul vine în contact îl ancorează social, iar *gândirea sa este marcată* de aceste influențe. Raportată la obiect, gândirea devine controlabilă, gestiunea sa putând fi realizată ca şi cum am controla un mecanism (cf. Neculau, 2004, p. 285).

2. PRELIMINARII ALE PROCESUALITĂȚII COMUNICĂRII MEDIATICE

Nu se ştie cu siguranță de ce omul a început să reproducă elemente din lumea sa. Ipoteza cea mai acceptată este aceea că ar fi atribuit acestor reprezentări o valoare magică (Giovannini, 1989, p. 23).

În lucrarea *O istorie a mijloacelor de comunicare, de la origini şi până în prezent*, autorul consideră că „la origine, forma cea mai primitivă a comunicării în masă (comunicării mediatice – n.n., întrucât argumentul tradiționalist „poporul nu gândeşte” se opune faptului că Subiecții, oameni obişnuiți, gândesc permanent la nivelul simțului comun, practic, comunicând, relaționând) este *indicarea publică a unui fapt* (s.n.) foarte simplu ce poate fi prevăzut, într-o perioadă când scrierea nu exista (Jeanneney, 1997, p. 16).

M.L. DeFleur şi S. Ball-Rokeach (1999), apreciază că pentru o abordare istorică a mass-media în contexte sociale trebuie stabilite *pattern*-urile recurente ce se instalează în perioada dezvoltării lor: ce elemente tehnologice sau alte trăsături culturale s-au acumulat şi în ce *pattern*-uri pot fi incluse noile structuri culturale rezultate? Care au fost condițiile sociale şi culturale ale societății în cadrul căreia a avut loc această acumulare; cum au creat aceste condiții un climat favorabil apariției şi adoptării inovației pe scară largă? Care au fost *pattern*-urile difuzării inovațiilor în societate şi ce condiții socio-culturale au fost legate de rata şi *pattern*-urile de dezvoltare? (p. 59).

3. ÎNCEPUTURILE COMUNICĂRII MEDIATICE

Imaginile, statuile mai ales, au reprezentat o formă importantă de comunicare, chiar de propagandă, în lumea antică, în special în Roma. Această artă oficială romană avea să influențeze iconografia Bisericii timpurii, imaginea lui Hristos „în slavă”, fiind o adaptare a imaginii împăratului. Pentru creştini, imaginile erau atât un *mijloc de transmitere de informații, cât şi un mijloc de convingere* (s.n.). După cum spunea teologul grec Vasile din Cezareea (Sfântul Vasile cel Mare, episcop de Cezareea Capadociei, cca 330–379), „artiştii fac din pictură la fel de mult pentru religie cât oratorii prin elocvență”. În acelaşi fel, Papa Grigorie cel Mare

(cca 540–604) consemna că pentru cei care nu ştiu să citească, de fapt marea majoritate, imaginile au acelaşi rol ca scrisul pentru cei care ştiu (Briggs, Burke, 2005, p. 19).

Referitor la transpunerea chipului uman şi ilustrarea faptelor trăite, autorii lucrării *Mass-media, o istorie socială*, A. Briggs şi P. Burke (2005), consideră că „cel mai cunoscut exemplu occidental al unor asemenea reprezentări a fost cusut cu acul: *Tapiseria Bayeux* (cca 1100) care înfăţişează viu cucerirea normandă a Angliei din 1066; această bandă lungă de 110 metri prezintă naraţiunea vizuală comparabilă, în privinţa tehnicilor şi a efectelor, cu un film" (ibidem).

4. COLUMNA CENTENARIA VERSUS TAPISERIA BAYEUX: O ANALIZĂ COMPARATIVĂ

În privinţa Columnei, C. Daicoviciu şi H. Daicoviciu (1968) afirmă: Monumentul este considerat drept „primul film din istoria omenirii", conţine o bogăţie de dimensiuni observabile ce se împletesc cu însemne ascunse ori dificil de exprimat datorită scurgerii timpului şi dispariţiei unor documente ce ar fi putut întregi înţelegerea faptelor reprezentate, a semnificaţiilor şi redarea acestora (p. 9).

O analiză comparativă a celor două obiecte: „monumentul generat de războaiele daco-romane" şi „cel mai cunoscut exemplu occidental", lucrare ce „reflectă viu cucerirea normandă a Angliei din 1066" – le conferă titlul de reprezentări vizuale avangardiste: Columna, drept „primul film din istoria omenirii", iar Tapiseria, „bandă vizuală comparată uneori, în privinţa tehnicilor şi a efectelor, cu un film" –, sunt relevate câteva dimensiuni semnificative:

a) *cronologia* (perspectiva întâietăţii / protocronismului) conţinutului mediatic: Columna a fost inaugurată în ziua de 12 mai a anului 113 (cf. C. Daicoviciu şi H. Daicoviciu), iar Tapiseria în jurul anului 1100; aşadar, o distanţă temporală de 1000 de ani între cele două lucrări. Astfel, în decursul unui mileniu, semnificaţia dăltuită pe Columnă a fost transmisă miilor de generaţii care s-au succedat, cu radiere în spaţiu şi timp;

b) *tridimensionalitatea* reprezintă al doilea criteriu de studiu şi apreciere a valorii informaţiilor conţinute de basoreliful Columnei: peste 2.500 de figuri umane, nici una nu seamănă cu cealaltă, cu excepţia personajelor principale reluate, „fiind cea mai mare sculptură în relief din toată antichitatea" (Vulpe, 2002, p. 15). De cealaltă parte, Tapiseria a fost realizată cu acul – în mod spectaculos şi migălos; oferind doar o perspectivă bidimensională;

c) *autenticitatea reprezentării*: în cazul Columnei, sintetizarea trăsăturilor specifice ale combatanţilor din cele două tabere s-a făcut ca şi cum ar fi vorba de o „fotografie tipologică". Aşa s-a făcut că în anul 1896, Badea Cârţan ajunge pe jos la Roma pentru a vedea Columna, a presărat în jurul acesteia boabe de grâu şi

pământ adus din țară; şi-a întins cojocul şi s-a culcat lângă monument. Dimineața, trecătorii l-au remarcat mirați: „Iată, un dac a coborât de pe Columnă!" (Metea, 1972, p. 94–95). Faptul a fost consemnat în presa vremii: *Il Popolo, Riforma, Il Messagero, La Stampa, Fanfulla, L'Italia* au realizat reportaje, difuzând materiale despre Badea Cârțan aproape zilnic. Pe lângă fotografiile publicate, două ateliere fotografice – La Lieure şi Bagapini – i-au expus fotografia în mărime naturală în vitrinele lor din centrul oraşului (ibidem, p. 96).

d) *dimensiunile reprezentării*: pe Columnă există circa 200 de metri de sculpturi dăltuite în marmură, alternativă creatologică la Tapiseria ce măsoară 110 metri, cu broderie în țesătură;

e) *creativiatea în abordare* – Columna este conceptualizată ca „primul film din istoria omenirii", realizat în marmură, tridimensional, pe o coordonată verticală într-o perspectivă geometrică, în aşa fel încât reprezentarea imagistică poate fi urmărită cu uşurință pe toată înălțimea, să sugereze un sens prin spirala ce urcă; este o matrice a devenirii ascendente, o asemănare provocatoare cu reprezentarea contemporană a ADN-ului, genomul uman. Referitor la creativitatea artiştilor, autorul R. Vulpe (2002) relevă: „O calitate demnă de relevat este abilitatea de a sintetiza episoade povestite. Sintetizarea era impusă de dimensiunile limitate ale spațiului destinat reliefului. Artiştii s-au achitat cu multă ingeniozitate de această îndatorire, ajutându-se de trucuri diverse: iluzia maselor numeros reprezentate, selectarea elementelor caracteristice ale unui episod, concentrarea de subiecte într-o singură scenă, exprimarea de stări psihologice prin gesturi consacrate şi elocvente, utilizarea de simboluri pentru noțiuni abstracte (p. 15). Tapiseria, concepută pe orizontală, diminuează semnificativ dimensiunea epică;

f) *accesibilitatea* – Columna putea fi vizionată, ca şi astăzi, de oricine ajungea în Forumul în care a fost amplasată; piața avea o suprafață de 11 020 metri – 116 × 95 de metri, pentru aceasta a fost înlăturată o colină înaltă de 40 de metri. Pentru noul For – arată R. Vulpe (2002) –, Traian a decis să radă un pinten de deal stâncos ce se prelungea din Quirinal spre Capitoliu. După calculele făcute, peste opt sute cincizeci de mii de metri cubi de piatră şi pământ au fost săpați şi transportați în altă parte a oraşului. Pe terenul astfel nivelat s-a construit, prin iscusința vestitului arhitect Apollodor din Damasc (c. 60 – c. 125), cel mai mare dintre forurile imperiale, egalându-le ca spațiu pe toate celelalte la un loc şi depăşindu-le mult prin bogăția şi amploarea clădirilor dimprejur (p. 13).

În termeni de eficiență a propagării mesajului, Tapiseria era disponibilă doar celor care aveau acces în interiorul castelului, putând fi amplasată oriunde exista spațiu pentru expunere; despre acesta se poate afirma că îndeplinea o funcție imagistică doar pentru cei privilegiați şi nu pentru propagarea informației;

g) *contextul spațial* al amplasării mesajului: un spațiu deschis, un Forum în care, pe lângă *Columna centenaria*, se găseau: *Arcul de triumf*, *Basilica Ulpia* şi

două biblioteci, una grecească şi una latină, ce adăposteau volume aparţinând celor două culturi, o colecţie de cărţi scrise pe pânză de in şi legate în fildeş. Tapiseria era expusă într-un spaţiu închis, fapt ce limita deschiderea către alte orizonturi. Despre spaţiu, reţinem că „Traian a hotărât să dăruiască Romei un *Forum Ulpium,* care să întreacă în întindere şi în strălucire toate celelalte foruri ale urbei. Un for era o piaţă unde se desfăşura cea mai mare parte din viaţa unui oraş, cu diverse manifestări politice, administrative şi judiciare, cu tranzacţii comerciale, cu întâlniri particulare. Datorită creşterii enorme a populaţiei din Roma, vechiul *Forum Romanum* din epoca republicană nu mai era suficient, aşa că s-a simţit nevoia să i se adauge pieţe noi, largi şi frumoase care, create succesiv de Iulius Caesar, de August, de Vespasian, de Nerva, au ajuns să acopere tot spaţiul plan disponibil dintre cele şapte coline" (ibidem, p. 13);

h) *perenitatea* – o remarcă nu lipsită de importanţă se referă la materialul din care este realizată Columna, în fond substanţa mediului de interferare cu Subiecţii. Conform paradigmei lansate de Marshal McLuhan (1911–1980), *The medium is the message* (mediul este mesajul), monumentul a fost realizat din marmură albă – material recunoscut pentru rezistenţa în timp (indiferent de condiţiile meteorologice), cu intenţia de a dăinui. Tapiseria este realizată din materiale textile, mai puţin rezistente, ce impuneau o expunere selectivă din cauza perisabilităţii la condiţiile meteo.

Sintetizând datele relative la cele două „filme istorice": *distanţa temporală* dintre cele două lucrări (întâietatea), *tridimensionalite* versus bidimensionalitate, *autenticitatea reprezentării*, *dimensiunile reprezentării*, *concepţie artistică*, *expunere publică* versus prezentare în spaţiu închis, *accesibilitatea* oricărui cetăţean, versus expunere selectivă, *materiale perene* versus materiale perisabile – rezultă că dimensiunile psihoistorice şi protocroniste sunt reprezentative pentru *Columna centenaria*; pe de altă, în intervalul scurs de la ridicarea Columnei şi până la realizarea Tapiseriei, putem constata o regresie în termeni de prezentare a informaţiei şi de acces al publicului la conţinutul reprezentării.

5. IMPACTUL COLUMNEI ASUPRA PERSONALITĂŢILOR LUMII

De-a lungul celor două milenii, Columna a generat un interes aparte, atât din partea liderilor europeni, cât şi a personalităţilor române, căutători ai spiritului originar al înaintaşilor. Toţi cei preocupaţi de studiul monumentului şi-au materializat intenţiile şi gândurile prin documente, consemnări sau acţiuni, reflectând preocupare faţă de mesajul dăltuit în marmură. Chiar dacă nu aparţineau Imperiului roman ori Daciei, întrucât aceste entităţi îşi pierduseră dimensiunea geo-politică, dovezile de interes faţă de Columnă reflectă o preocupare anume faţă de monument, de conţinutul mesajului, de modul de realizare şi perenitatea lucrării.

Interesul față de monument se datorează conținutului reprezentativ al acestuia ca proces psihic şi psihosocial relativ la subiecții vizați. Odată cu publicarea tezei de doctorat, *La psychanalyse, son image et son public*, Serge Moscovici (1961) „atrage atenția asupra posibilității recitirii miturilor, a gândirii magico-religioase, a structurilor imaginarului. Reprezentările sociale se alimentează din credințe religioase, practici culturale, ritualuri, din imaginarul cotidian, dar depăşesc această „istorie poroasă" (Ferréol, 1994) prin năzuința de a sistematiza, organiza şi reface toate aceste informații lacunare" (cf. Neculau, 1996, p. 34). Perspectiva psihologică asupra „combustiei" reprezentării vizează exprimarea a două realități psihice distincte: una care ține de *produs*, cealaltă care ține de *proces*; atât reprezentarea ca *produs*, cât şi reprezentarea ca *proces* au acelaşi hard: memoria de lungă durată şi imaginația. Memoria este cea care înmagazinează, păstrează şi reactualizează informația structurată inițial în imaginile perceptive (Golu, 2002, p. 346).

Referitor la valoarea obiectului de studiu, remarcăm faptul că „Forul lui Traian şi-a păstrat faima până în antichitatea târzie; istoricul Ammianus Marcellinus povesteşte în cartea *Războiul cu goții* (XVI, 10, 15 şi urm.) că împăratul Constantin, cu reşedința în noua capitală de la Constantinopol, vizitând Roma în anul 356, a rămas impresionat mai cu seamă de acest For, *fiind cucerit de frumusețea statuii* (Columna – n.n.) din mijlocul pieței" (cf. Daicoviciu, Daicoviciu, 1968, p. 9).

Într-o lucrare intitulată *La Colonne Trajane*, W. Froehner (1865) surprinde atenția acordată *patternului* reprezentativ al Cetății eterne: „Trei suverani ai Franței şi-au manifestat dorința de a avea o *reproducere* (s.n.) a Columnei lui Traian. Atunci când, în 1541, regele Francis I (1494–1547) l-a trimis pe pictorul Francesco Primaticcio (1504–1570) în Italia – misiune celebră, care avea să dea naştere colecțiilor de la palatul Luvru – i-a recomandat să facă mulaje ale celor mai frumoase lucrări antice în marmură aflate la Roma, inclusiv *mormântul lui Traian* – Columna, n.n." (p. 5).

Primul autor consemnat de lucrările de specialitate, ce s-a ocupat de procesarea conținutului şi relevarea semnificației imagistice a Columnei, a fost „călugărul dominican spaniol Alphonso Ciacono (1540–1599), duhovnic apostolic, ce a redactat un text explicativ de câteva pagini, «*brevis explicatiuncula*» (o scurtă lămurire) – opuscul, ce a supraviețuit tuturor celorlalte lucrări *in-folio* (în format mare) ale autorului" (Froehner, 1865, p. 7–8). Dedicată regelui Spaniei, Filip II, compatriot peste timp al lui Traian şi amator luminat de lucrări antice în marmură, lucrarea a apărut în anul 1576, cu titlul *Istoria celor două războaie dacice purtate de împăratul Traian, extrasă din imaginile examinate de pe columna de la Roma.* Reținem că istoria se referea la războaiele dacice, interpretarea acestora având referire la imaginile de pe Columna de la Roma.

Urmând linia preluării reprezentării imagistice, „în anul 1655, regele Ludovic al XIV-lea a reluat proiectul înaintaşului său (Francis I, – n.n.); avea intenția să

patroneze o nouă publicare sau, prin reproducerea basoreliefurilor, îşi propunea să decoreze una din reşedinţele regale (?). Nu se ştie. Însă, de această dată, mulajele Columnei au fost realizate în întregime. Unele pot fi văzute la Villa Medicis; altele, conservate mult timp la Magasin des Antiques, apoi într-unul din depozitele Muzeului Luvru, au fost expuse foarte recent la Palatul Imperial al Artelor Frumoase; o altă parte se află în muzeul Universităţii din Leyda" (ibidem, p. 6).

Reprezentările de pe Columnă şi reflectarea acestora în alte lucrări devin o componentă aspiraţională în decursul timpului; „Doar voinţa împăratului Napoleon al III-lea a fost de ajuns pentru a înzestra Franţa cu o reproducere completă şi nepieritoare a Columnei. Dorită, rând pe rând, ca *operă de artă, ca monument istoric şi chiar ca trofeu, ea nu a răspuns decât la chemarea ştiinţei* (s.n.). Mulajele, executate în anii 1861 şi 1862, au fost reproduse în aramă galvanică la uzina electro-metalurgică a fabricantului Oudry, din Auteuil (ibidem).

Reţinem, dincolo de reuşita reală sau discutabilă a acestor demersuri, efortul comun al unor „accentuate personalităţi" de a căuta o modalitate de a intra în contact cu celebra lucrare, proba timpului reprezentând-o perfecţionarea metodei de preluare a patternului de comunicare ce-şi dovedise viabilitatea prin noutatea abordării, concepţiei şi trăiniciei, încă din anul 113.

6. COLUMNA – UN *PATTERN* DE REFERINŢĂ PENTRU OPERE CELEBRE

Astăzi se cunosc mai multe forme de procesare a informaţiei: convergentă, divergentă, evaluativă, stocare episodică şi semantică, explicită şi de tip „set", modelare, idealizare. Finalitatea acestor procese este fie rezolvarea de noi probleme, fie „aflarea" (învăţarea) unor informaţii sau procedee. O tendinţă spontană, de tipul unui tropism, vizează prelucrarea analogică şi schimbarea reprezentărilor; ambele urmărind acordul dintre lucruri sub aspectul impus de problemă, situaţie, scop. Astfel, în învăţarea unui conţinut iconic, dificil de verbalizat, pentru a provoca o interpretare sau comparare de scheme este necesară recurgerea la exemplu (Nicola, 2002, p. 91).

Din perspectivă psihologică, Columna Centenaria a reprezentat un model pentru alte lucrări devenite celebre încă din antichitate. Monumente similare s-au ridicat la Roma pentru Antonius Pius şi Marcus Aurelius, iar la Constantinopol pentru Theodosius şi Arcadius (Becatti, 1960, cf. Ţeposu-Marinescu, 2002, p. 108). Dacă monumentul ridicat în cinstea lui Antonius Pius este cunoscut doar prin câteva reliefuri păstrate la Muzeul Vaticanului, dacă coloanele de la Constantinopol sunt cunoscute doar din desene târzii, în schimb, coloana lui Marcus Aurelius poate fi admirată în Piazza Colonna de la Roma (Caprino *et al*., 1955, cf. Ţeposu-Marinescu, 2002, p. 108).

Prefectul arhivelor pontificale şi cel mai mare arheolog al secolului al XVII-lea, Raphael Fabretti (1618–1700), şi-a dedicat o vreme studiului Columnei, propu-

nându-şi „să corecteze, la rândul său, gravurile în aramă ale lui Muziano" (Froehner, 1865, p. 9). Ca urmare a cercetării întreprinse, în anul 1683 publică *Syntagma despre Columna lui Traian*, ce impunea alura unei *ştiinţe* (s.n.) profunde şi a celei mai judicioase critici, conform opiniei personale.

Conţinutul iconic al Columnei se regăseşte şi la Residenz-Museum din München, printr-o reproducere miniaturală. „Piesa, lucrată în marmură albă, granit de Suedia, lapislazuli, argint aurit şi bronz aurit, înaltă de 203 centimetri, a fost realizată între 1774 şi 1780, de Ludovic Valadier. În anul 1783, a fost cumpărată la Roma de principele Karl Theodor al Bavariei, aşa explicându-se faptul că ea poate fi admirată în muzeul münchenez" (Cleja-Stoicescu, 1983, p. 109, cf. Ţeposu-Marinescu, 2002, p. 109).

O altă copie integrală a Columnei se găseşte în Anglia şi este expusă la Albert and Victoria Museum din Londra. Copia a fost realizată în a doua jumătate a secolului al XIX-lea, din iniţiativa reginei Victoria. În sfârşit, o copie a Columnei se află la Roma, la Muzeul Civilizaţiei Romane (Miclea, Florescu, 1971, cf. Ţeposu-Marinescu, 2002, p. 109).

Pattern-ul lansat de Columna Centenaria poate fi regăsit în Place Vendôme, din Paris. Monumentul numit „Coloana de la Austerlitz" preia atât prin denumire cât şi prin înfăţişare, structura concepută, prin ideaţie originală, de împăratul Traian. „Înaltă de 44 de metri, coloana pariziană este alcătuită dintr-un nucleu de zidărie, în jurul căruia o spirală decorată cu reliefuri în bronz înfăţişează victoriile napoleoniene. În vârful coloanei se află statuia lui Napoleon ca împărat, realizată de sculptorul Chaudet. Coloana şi statuia au fost inaugurate la 15 august 1810" (Ţeposu-Marinescu, 2002, p. 109). Reţinem că Armata Republicii Franceze, devenită stăpână a Romei, după tratatul de la Tolentino (1797), a intenţionat să aducă Columna traiană la Paris, fiind mult mai simplu decât să realizeze o copie. „Acest gând de o uimitoare îndrăzneală nu a fost pus în aplicare, dar îi datorăm, în mod sigur, columna triumfală a Marii Armate", din piaţa Vendôme – n.n. (Froehner, 1865, p. 6).

7. COLUMNA, OBIECT DE STUDIU AL IMAGERIEI ARTISTICE

Atât în istoria creaţiei din diferite domenii, cât şi experimental s-a dovedit că imageria facilitează activarea unor strategii de gândire originală (J.R. Suler, J. Rizzielo). Ca orice experienţă, şi imageria mintală este afectată de seturi şi de fixitatea funcţională (A.S. Luchins), având, la rândul ei, efecte asupra acestora. Sunt remarcabile studiile lui J. Kathena despre influenţa pozitivă a imageriei asupra gândirii creative şi ale lui G. Kaufmann referitoare la forţa sugestivă a imaginilor asupra restructurării situaţiei problematice în care este implicat Subiectul (Nicola, 2002, p. 95).

Pe această coordonată, Renaşterea este epoca în care sculpturile de pe Columnă i-a influenţat pe artiştii care vedeau în arta antică modelul ideal, o modalitate de influenţare pozitivă a creativităţii. Conform datelor cunoscute, cele mai vechi desene după Columnă par să fie cele datate 1467 şi care se păstrează în Anglia, la Chatsworts. „Nu există artist al Renaşterii, corifeu sau anonim, care să nu se fi format prin studiul pasionat al imaginilor de pe Columna Traiană. În faţa lor un Michelangelo (1475–1564) sau un Rafael (1483–1520) rămâneau în extaz, neavând altă ambiţie decât să le egaleze virtuozitatea, fără a-şi da seama că, în genialele lor producţii proprii, aveau să întreacă aceste modele, suind până la culmi nebănuite ale artei" (Vulpe, 2002, p. 14).

Forţa sugestivă a imaginilor asupra capacităţii de gândire productivă se regăseşte în „Ciboriul papei Sixtus al IV-lea (1445–1516), păstrat în Muzeul Vaticanului; acesta este influenţat în design-ul său de monumentul Traian. Influenţa Columnei se observă şi în desenele lui Antonio Pollaiuollo (1426–1498); scene din partea inferioară a Columnei apar în *Codex Escurialensis,* fiind datate în jurul anului 1491 şi atribuite lui Domenico Ghirlandaio" (Macrea, 1937, p. 77–116, cf. Ţeposu-Marinescu, 2002, p. 108). Datorită înălţimii şi faptului că a fost înconjurată de construcţii medievale, Columna a fost greu de studiat, ceea ce nu a împiedicat-o, însă, să apară în repertoriul frescelor din Cinquecento, ca în pictura murală a palatului cardinalului de Santa Sabina de la Roma, decorat între 1508-1509, sau pe fresca atribuită lui Giovanni Battista Franco, într-una din sălile palatului Chiericati de la Vicenza, construit în 1551. Pentru pictura Vaticanului, Raffaelo Sanzio şi elevii săi Giulio Romano şi Giovanni Francesco Polidori, au studiat Columna, dovadă fiind reprezentarea Victoriei – personaj inspirat după alegoria de pe monumentul antic.

Proiectând ideile lui M. Wertheimer (1880–1943) pe planul problematicii psihologiei cognitive actuale, preferând termenii „vedere", „privire", „recentrare", „imagine", putem considera că obiectul investigaţiilor referitoare la „gândirea vizuală", între câmpurile optic şi fenomenal, se interpune o procesare de transformare şi construire. Aşadar, când Wertheimer caută „procesul viu", presupunem că se referă la *transformarea subiectului* ca premiză a *transformării obiectului*, la geneza unei noi experienţe (Nicola, 2002, p. 92). Pe această linie, studiile reprezentărilor de pe Columnă pe care artiştii le întreprind reflectă procesul de reprezentare a aspectelor structurate şi a cerinţelor structurale, de fapt, unul din cele trei momente ale conceptului „reprezentare" în tratarea lui Wertheimer. Identificând autorii care au aplicat reflectarea vizuală ca prim pas spre transformare şi construire, se constată că „primul artist care pare să fi studiat toate scenele, realizând la începutul secolului al XVI-lea 55 de desene după reliefurile Columnei, a fost Iacoppo Ripanda din Bologna. Desenele sale se păstrează la Roma, în timp ce alte desene

din Cinquecento, datorate lui Giulio Campi din Cremona (1502–1572), se păstrează în Anglia, la castelul Windsor" (Macrea, cf. Țeposu-Marinescu, 2002, p. 108).

Gloria de a fi reprodus şi publicat Columna lui Traian în întregime a revenit lui Jérôme Muziano (1530–1590), supraintendent al lucrărilor de la Vatican şi fondator al Academiei Sfântului Luca. Acest artist, pe cât de silitor, pe atât de devotat progreselor arheologiei, a suportat singur cheltuielile de realizare a gravurilor, o sută treizeci de planşe care compun opera sa şi a căror execuție a încredințat-o lui Francesco Villamena, recunoscut pentru finețea cu care folosea dalta de gravor (Froehner, 1865, p. 7).

O realizare cu totul remarcabilă, cu valoare artistică se află în Pinacoteca. Este din Modena: desenele lucrate cu peniță şi penel, reproducând scenele Columnei în plan orizontal; ele au o lungime totală de 57 de metri şi cuprind 124 de foi, figurile fiind de dimensiuni mai mici cu circa ¾ decât originalele. Deşi artistul nu a înțeles semnificația scenelor, el le-a reprodus cu exactitate şi cu mare pricepere. Studiate de eminentul arheolog Mihail Macrea, pe vremea când se afla la Şcoala Română din Roma, desenele au fost atribuite lui Giulio Romano, elevul lui Rafael (Macrea, cf. Țeposu-Marinescu, 2002, p. 108)

În 1672, la Paris, s-a ridicat poarta Saint-Denis, proiectată de arhitectul Blonde. Monument comemorativ al victoriei lui Ludovic al XIV-lea pe Rin, poarta este sculptată cu reliefuri realizate de frații Anguier, care imită pe cele de pe soclul Columnei Traiane (Froehner, 1865, p. 109).

Inventariind lucrările predecesorilor la care a avut acces, W. Froehner conchide: „Nu-mi rămâne decât să menționez admirabilele planşe ale lui Piransei (1770), închinate Papei Clement XIV. Nimic mai grandios decât imaginea pitorească a Columnei; nimic mai plin de forță, de caracter, de originalitate – am putea adăuga, de capriciu –, decât desenele făcute de el după piedestalul Columnei, la care din păcate artistul s-a oprit" (p. 10).

8. CONCLUZIE PRELIMINARĂ VIZÂND VALENȚELE MEDIATICE ALE COLUMNEI CENTENARIA

În 1910, la Ateneul Român, C. Rădulescu-Motru vorbea de „sufletul neamului nostru". Analizele ulterioare de antropologie culturală au introdus conceptul de „*personalitate de bază*" a unei comunități istorice, independent de variabilele personalității, de statut, sau a personalității modelate (Popescu-Neveanu, 2002, p. 345).

Considerăm că aspectele referitoare la Columna Centenaria constituie o problematizare pentru analiza dimensiunilor psihoistorice ale comunicării, necesară pentru a investiga particularitățile comunicării mediatice din acea perioadă; prin

studiul lucrărilor ce consemnează monumentul vom avea o bază de referință pentru a putea studia evoluția psiholingvistică, perceptivă, precum şi procesul codare–decodare–receptare–mesaj–impact, înregistrat de Subiecți de la o generație la alta şi a modului de a genera formarea reprezentărilor.

Primit în redacție la: 9.V.2011

BIBLIOGRAFIE

1. BRIGGS, A., BURKE, P., *Mass-media. O istorie socială: de la Gutenberg la Internet*, Iaşi, Polirom, 2005.
2. CHELARIU, T., *Zilele şi umbra mea*, Iaşi, Editura Junimea, 1976.
3. DAICOVICIU, C., DAICOVICIU, H., *Columna lui Traian,* Bucureşti, Editura Meridiane, 1968.
4. DORON, R., PAROT, F., *Dicționarul de psihologie*, Bucureşti, Humanitas, 2006.
5. DEFLEUR, M.L., BALL-ROKEACH, S., *Teorii ale comunicării de masă*, Iaşi, Polirom, 1999.
6. FROEHNER, W., *Columna lui Traian*, Bucureşti, Editura Saeculum I.O. [1865], 2003.
7. GIOVANNINI, B., *Aşa a inventat omul comunicația*, în GIOVANNI GIOVANNINI, *De la silex la siliciu*, Bucureşti, Editura Tehnică, 1989.
8. GOLU, M., *Bazele psihologiei generale*, Bucureşti, Editura Universitară, 2002.
9. JEANNENEY, J.-N., *O istorie a mijloacelor de comunicare. De la origini şi până astăzi*, Iaşi, Institutul European, 1997.
10. METEA, O., *Patriotul Badea Cârțan*, Bucureşti, Editura Militară, 1972.
11. NICOLA, G., *Pattern-uri cognitive în învățare şi rezolvarea de probleme*, în *Studii şi sinteze de psihologie contemporană*, Bucureşti, Editura Academiei Române, 2002, p. 91–113.
12. NICOLA, G., *Comunicarea didactică şi creatologie*, Sibiu, Psihomedia, 2004.
13. NECULAU, A., *Manual de psihologie socială*, Iaşi, Polirom, 2004.
14. NECULAU, A., *Psihologie socială* (Aspecte contemporane), Iaşi, Polirom, 1996.
15. POPESCU-NEVEANU, P., *Adaptabilitatea*, în *Studii şi sinteze de psihologie contemporană*, Bucureşti, Editura Academiei Române, 2002, p. 345–348.
16. ȚEPOSU-MARINESCU, L., *Columna lui Traian de-a lungul vremurilor*, în RADU VULPE, *Columna lui Traian*, Bucureşti, Institutul de Memorie Culturală (CIMEC), 2002.

REZUMAT

Studiul porneşte de la un set de întrebări: în ce constă contribuția înaintaşilor la geneza şi generalizarea comunicării mediatice; care sunt problemele generate de predecesorii arealului cultural ce au dus la dezvoltarea acestui domeniu, având în vedere spectrul reprezentărilor şi percepției umane, în acceptarea raportului dintre reflectarea psihică şi cea mediatică; în ce fel s-au asigurat evoluția, îmbogățirea şi cunoaşterea din domeniul comunicării mediatice.

În prima parte a cercetării, am abordat următoarele probleme: preliminarii ale procesualității comunicării mediatice; începuturile comunicării mediatice; Columna Centenaria versus Tapiseria Bayeux – o analiză comparativă; impactul Columnei asupra personalităților lumii; Columna, un pattern de referință pentru opere celebre; Columna – obiect de studiu al imageriei artistice.