

ECE TEMELKURAN

TURCIA

ÎNTRE NEBUNIE ȘI MELANCOLIE

Traducere din limba engleză de Dragoș Zetu

Prefață de Ovidiu Nahoi

CORINT
BOOKS

—2017—

Prietenii lui au fost arestați din cauza legii împotriva terorismului atunci când au vrut să protesteze împotriva represaliilor la adresa protestatarilor.

Copiii kurzi care, pentru a câștiga ceva bani, au fost nevoiți să practice contrabandă cu țigări în zona frontierei muntoase cu Irakul nu au fost mai norocoși decât tinerele victime din Siria. Pozele lor nu au ajuns la știri atunci când nouă dintre ei au fost omorâți după un „accident din timpul unei operațiuni” din Uludere. Guvernul a hotărât să mușamalizeze incidentul și prim-ministrul a declarat că aceia care critică felul în care a fost rezolvat incidentul sunt nedrepti cu guvernul. La urma urmei, poate că Turcia are o imagine mai bună și calificative mai mari de la FMI doar datorită dezvoltării economice. Ultimul lucru pe care l-aș vrea este să devin unul din acei scriitori care nu au nimic altceva de spus despre țările lor decât să demaște greșelile care sunt comise acolo. Nu este numai nedrept pentru țara mea, ci și profund dureros pentru mine. Mai ales atunci când faci toate acestea într-o altă limbă, simți că rănești legăturile emoționale cu țara pe care o iubești. Sunt sigură că înțelegeți ce vreau să spun. Însă mă face să sufăr felul în care sluiți scopurilor unui proiect internațional de marketing spunând că Turcia poate servi drept model lumii arabe. Noi, în calitate de cetățeni ai Turciei, merităm mai mult. La fel și arabii.

A dumneavoastră,

Ece Temelkuran

*

Până la urmă, intelectualitatea din țară și din străinătate a oferit Turciei calificativul „bon pour l'Orient”, considerând că o brumă de democrație este de ajuns pentru o țară din Est. Aceasta a fost lunga poveste a morții lui Didem Yaylali. Totuși, discuția despre faptul că niciunul din prietenii săi nu a venit la înmormântare este ceva mai complicată. Mai bine ar fi să

vă povestesc despre asta după ce ne punem celebrii colanți și facem jogging de-a lungul Bosforului. Aerul curat al Bosforului ar putea să ne limpezească mințile după atâtea discuții. Mai ales problema „neapartenenței la grupul lor”... Chiar ar fi de folos să tragem aer în piept înainte de a discuta despre această chestiune comică.

„NOI” ȘI „EI”

Țărmul Bosforului este înțesat de bărci și, pe măsură ce cartierele devin mai bogate, de iahturi. Unele dintre aceste iahturi sunt amenajate ca niște palate otomane. Sau orice ar înțelege un proprietar de agenție de turism prin termenul otoman, orice ar dori să vadă în Turcia turiștii din Golf după ce urmăresc cele mai populare emisiuni de la posturile de televiziune turcești. Aceasta se traduce printr-un exces de accesorii aurite, mățasuri și broderii. Unele bărci au la bord manechine otomane (!) plasate la provă, care i-ar face până și pe cei mai rezistenți dintre noi să sufere de grețuri. Se pare că este pe placul turiștilor să facă fotografiile lângă manechine de tipul celor întâlnite în vitrinele magazinelor, gătite cu mustața, barba și hainele unui pașă otoman. Dacă te sature de prostiile legate de „redescoperirea trecutului” de lângă mal, pe faleză sunt instalate nenumărate panouri publicitare. În general, acestea pot fi împărțite în două categorii. Fie fac reclamă unor spectacole sau filme de o importanță și frecvență a aparițiilor fără precedent în Turcia și care urmează să fie difuzate la televiziunea națională sau unor proiecte de tipul „o nouă viață”. Vom reveni la reclamele pentru spectacole și filme. Faptul că descrieri precum „spațiu de locuit”, „viață liniștită” sau „lângă oameni ca tine” sunt folosite din ce în ce mai des pentru a face reclamă unor proiecte de construcții dezvăluie un adevăr național evident: străzile

cu graffiti și reclame sunt jurnalul secret al unei țări. Codurile lor au multe de spus celor care le descifrează și, din acest punct de vedere, aceste reclame pot fi legate de sinuciderea unei tinere sănătoase din clasa medie care dorea să devină judecătoare, pentru că „nu era ca ei”. Sectorul construcțiilor este colacul de salvare al economiilor subdezvoltate și da, aceasta este explicația pentru explozia exagerată de cartiere de case și complexe de apartamente. Însă mesajul subînțeles că „trebuie să trăiești lângă cei care îți seamănă” pe care îl transmit aceste reclame reprezintă cu totul altceva.

Pentru a înțelege mai bine, să ne întoarcem la seara de 22 iulie 2007. AKP tocmai a câștigat alegerile și prim-ministrul se pregătește să țină unul din faimoasele sale discursuri de la balcon. Încă de când AKP a ajuns la putere, discursurile de la balcon din seara alegerilor au ajuns să fie văzute ca un exercițiu democratic, iar declarațiile prim-ministrului ca niște profeții mai importante decât legile. Agenda națională este mai dependentă de ceea ce are de spus domnul Erdoğan în seara respectivă decât de activitățile partidului său. În acea seară care marca al doilea mandat la putere al AKP, prim-ministrul Tayyip pășește în balcon în uralele mulțimii și în sunet de marș, marea de oameni fiind în pragul extazului. Acum începe distracția.

Prim-ministrul se adresează mulțimii: „Să văd steagurile! Ceea ce face un steag să fie steag este sângele de pe el. Să spunem acum întregii Turcii: o țară, un steag, o patrie, un stat!”

Este posibil ca prim-ministrul să nu își dea seama, însă fraza originală sună astfel: „Eine stadt, ein folk, ein Führer!”

*

Este sloganul celor care îi lasă în viață doar pe cei care sunt ca ei și îi anihilează pe toți ceilalți. Având în vedere și mesajul prompt al domnului Erdoğan, „Obiectiv 2023!”, venit din partea

liderului unui partid al cărui etos este conservatorismul islamic... Vă puteți imagina restul.

*

După ce i-a descris pe toți cei care au votat cu alte partide decât AKP ca fiind „parte din bogăția noastră” și a proclamat că jumătatea din țară care nu este pro-AKP este de fapt „felul de mâncare secundar al țării”, domnul Erdoğan continuă: „AKP ocupă acum locul central al societății noastre!”

Scena următoare a fost compusă cu mare efort, pentru a însoți aceste cuvinte exact în clipa în care le rostește: domnul Erdoğan, soția lui Emine Hanim, purtând o eșarfă pe cap, Abdullah Gül și soția sa Hayrünnisa Gül, purtând și ea eșarfă pe cap.

Mesajul este următorul: iată care este acum „punctul median”, iată ce este „normal”. Altfel spus, dacă nu arăți ca ei, ești marginalizat. Nici statul, nici poporul și nici oamenii nu mai sunt ai tăi, tu ești acum „celălalt”. În cel mai bun caz ești un fel de mâncare secundar!

*

După discursul din noaptea alegerilor, toată lumea se înghesuia la televiziuni să comenteze același subiect: reconcilierea socială!

Curcurele de afaceri, media și politicienii care nu sunt pro-AKP susțin că AKP trebuie să se reconcilieze cu alte grupuri sociale și cu celelalte partide. „Sperăm că așa va fi”, „Asta ne dorim”, spun ei. De fapt este un apel la milă. Ei cer clasei conducătoare să aibă milă. Pentru că nu poți constrânge un lider cu asemenea putere socială care să îi aducă aproape jumătate din voturi. Poți doar să faci apel la mila lui. Poți doar să te rogi să nu îi anihileze pe cei care nu sunt ca el. Și, după cum știți, numai führungurilor li se cere milă.

*

Și, de fapt, asta s-a și întâmplat. După alegeri, AKP a renunțat la masca democratică și civilizată. Acum, în piețe, prim-ministrul se referea cât se poate de clar la „noi” și, înainte de a-i admonesta pe cei care nu erau ca el, striga: „Ei!”

Domnul Erdoğan era un adevărat pionier când vine vorba de „ei”. Din clipa în care a început să susțină separarea între „noi” și „ei”, o țară care era deja nesigură în ceea ce privește cultura coeziunii, a fost divizată în două, drept prin mijlocul ei. Se credea că fisura este între laicism și anti-laicism. Cel puțin așa a fost în timpul primului mandat al AKP. În ziare apăreau fraze ostentative: „Pentru un stil de viață occidental...” Apoi urmau promisiuni legate de cartiere de vile în care să locuiască conservatorii religioși: „Pentru o viață liniștită...”

„Liniștea” era parola conservatorilor. Însemna că „ei” erau cei care stăteau între conservatori și liniștea lor. De fapt, spațiul lor personal a fost invadat de o balcanizare intensă. De fiecare dată când vorbea, prim-ministrul căuta acest tip de retorică: „Am fost victimele lor. Am fost striviți. Și totuși astăzi, chiar dacă avem puterea, îi tolerăm.”

În Turcia avem un proverb destul de vulgar: dacă imamul trage vânturi, credincioșii trebuie să-l depășească. Din cauza vulgarității, oamenii îl formulează uneori astfel: dacă până și imamul face asta, ce n-ar face credincioșii!

Cu cât mai mult vorbește „imamul” de toleranță și solidaritate, cu atât și membrii partidului său – și, la picioarele lor, soldații Švejk¹ și oamenii de rând care formează capilarele societății – încep să facă tot ce le stă în putință pentru a-i împinge

¹ Aluzie la soldatul Švejk, personajul principal din romanul *Peripețiile bravului soldat Švejk*, scris de Jaroslav Hašek. Soldat aparent fraier, însă foarte inteligent, Švejk este un tip căruia toate lucrurile par să îi iasă anapoda (n. red.).

pe „ei” spre marginile societății, având vântul victimizării în spate. Didem Yaylali a fost una din victimele acestui traseu. Articolul „Patologia victimizării sacre” al academicianului Fethi Açekel ne ajută să înțelegem mai bine problema:

Victoria ideologică [a victimizării sacre] constă în abilitatea sa de a mobiliza energia negativă a maselor („mica Americă”, „măreața Turcie”, „lumea turcă de la Adriatică la Marele Zid Chinezesc” etc.) spre un nivel politic mai înalt, de a propaga credința optimistă că negativitatea socială își va găsi rezolvarea într-o cauză superioară. În abilitatea ei de a amâna „energia negativă disidentă” care își are originile în disperarea socială, prin promisiunea unei viitoare victorii... în capacitatea de a transforma energia disidentă îndreptată spre marele ideal într-un vehicul de sublimare negativă ... în mobilizarea maselor deposedate în jurul unui *telos*¹ semi-autoritar, semi-agresiv pe care îl pot internaliza la nivelul spiritual și care controlează energia socială negativă...

Înainte de venirea sa la putere, dar și după aceea, prim-ministrul a continuat să se refere la o victimizare istorică și la o stare de victimizare colectivă. „Ei, spunea el, nu ne-au luat în serios, nu ne-au lăsat să ne manifestăm religia, ne-au tras înapoi, ne-au luat drepturile, ne-au tratat cu dispreț, ne-au umilit.” Ca și cum Turcia ar fi fost condusă de un regim socialist antireligios încă de la fondarea sa, iar acum, în sfârșit, „oamenii vor conduce”! Prim-ministrul vorbea de o „nouă Turcie”, de „măreața Turcie”. Și, așa cum am văzut în articolul de mai sus, el tot amâna acea zi glorioasă: Obiectiv 2023!

Și în timp ce împovăra masele și așa greu încercate prin cele mai sălbatice politici capitaliste, îi impulsiona în timpul

¹ În lb. greacă, „țel”, „scop” (n. red.).

mitingurilor cu aceste cuvinte: „Voi sunteți Tucia! Trebuie să faceți lucruri mărețe!”

Așa că iată: cei care puteau vedea „patologia”, refuzau să fie parte din ea și nu puteau trăi cu acest entuziasm amăgitor erau acum „ei”. Și dacă nu se puteau adapta la „noi”, atunci era ca și cum ar fi fost singuri. Ca Didem Yaylali... Pe de altă parte, „noi” am fost mereu victime. Dintotdeauna. Chiar și când era acuzat de fraudă, dovedită cu ajutorul unor steno-grame, când sute de oameni erau închiși pe motive politice, când nicio voce disidentă nu se putea face auzită în media, când oamenii erau omorâți în bătaie pentru că nu posteau, când lira turcească s-a prăbușit în comparație cu dolarul sau când 301 mineri au murit într-o singură noapte într-o mină administrată de o firmă apropiată guvernului, guvernul a fost „persecutat și nedreptățit” și totul nu era decât o conspirație împotriva lui. Victimizarea sacră validă mereu „înclinația spre o compensație vindictivă”. Într-o asemenea măsură încât la un moment dat a apărut următorul text care, privind înapoi spre 2012, pare o comedie neagră:

Am auzit că voi ați fost cei care ați distribuit laptele stricat. Am hotărât să trecem pe la voi să vedem cine sunteți. Nu ne înțelegeți greșit, nu credem că sunteți singurii care greșesc în afacerea aceasta. Cei care au fost păcăliți de mustața ta moderată, islamică și de parfumul de ulei de trandafir cu care te dai – adică cei care ți-au oferit un contract în această industrie a laptelui – ei sunt adevărații vinovați.

E normal ca un guvern atât de mizerabil să ne dea lapte stricat.

Nu aveți unde să fugiți. Pentru că acum există Redhack!

PS: De fapt nu v-am spart programul. Ceea ce vedeți e doar o chestiune psihologică.

Acest text a apărut pe site-urile a trei mari companii de lactate. Un grup de hackeri disidenți anonimi care se autointitulează Redhack a postat acest mesaj pe paginile web ale companiilor, însoțindu-l cu o fotografie-suvenir. În fotografie toți membrii grupului poartă măștile zâmbitoare din *V de la Vendetta*¹.

În urma acestei acțiuni, au fost lăudați de mulți oameni pe platformele de socializare, fiind numiți „grupul lui Robin Hood din Turcia”. Unii ar putea crede că titulatura de „Robin Hood” este o exagerare atunci când vine vorba de spargerea site-urilor a trei mari companii de lactate. În plus, mesajul lor nu era foarte clar pentru oamenii care nu știau exact ce se întâmpla în Turcia în acea perioadă. Iată întreaga poveste. Când a început proiectul distribuirii de produse lactate în școli, planul era ca milioane de elevi să primească lapte gratuit. Totul a început cu mare entuziasm. În primele ore după demararea proiectului, micile cutii de lapte au adus glorie guvernului.

Apoi au început să apară mai multe știri din 12 orașe diferite. Pe măsură ce trecea timpul, televiziunile nu mai puteau face față avalanșei de știri despre numărul din ce în ce mai mare de copii spitalizați, prezentând simptome de toxiinfecție alimentară. Când ziariștii au încercat să afle mai multe detalii, câțiva dintre primarii din orașele mai mari au găsit o explicație cât se poate de interesantă: „Copiii nu au nimic. E o chestiune psihologică.” Această declarație i-a inspirat pe membrii Redhack să spargă site-ul într-un mod „psihologic”.

Până la sfârșitul zilei, 1 193 de copii au fost spitalizați. În ziua următoare, media aștepta declarații despre această problemă sau cel puțin informații despre starea fizică a copiilor și nu doar

¹ Film din 2006. Este povestea unei tinere din clasa muncitoare, care este salvată dintr-o situație de viață și de moarte de către un om mascat cunoscut doar ca „V” (n. red.).

despre psihologia lor. Așa că purtătorul de cuvânt al guvernului a luat cuvântul, atât doar că a șocat media și mai mult. El a spus: „Nu este vorba de toxiinfecție alimentară. Poate fi, însă, supradoză. În unele situații, atunci când copiii beau lapte pentru prima dată, pot apărea asemenea cazuri.” Deși au fost doar trei fraze, declarația a fost atât de bogată în semnificații, încât a produs o avalanșă de glume amare și multă indignare.

Cei mai mulți oameni discutau despre ce anume era mai scandalos: autoritățile care anunțaseră că acei copii suferiseră de pe urma unei „supradoze” de lapte sau dezvăluirea că mii de copii din Turcia gustaseră pentru prima dată în viață lapte în școala primară. Și alți miniștri au făcut declarații similare. Una din explicațiile posibile date de oficiali pentru spitalizarea copiilor a fost și „copiilor le era prea foame”. Din moment ce o bună parte din furie a fost exprimată pe rețelele de socializare și nu în presa tradițională, autoritățile politice s-au grăbit să condamne „reacția nedreaptă” la marele lor proiect. Ministrul alimentației, agriculturii și creșterii animalelor a spus că „guvernul va continua proiectul distribuirii laptelui în școli în ciuda tuturor provocărilor”. După această declarație, mulți oameni și-au dat cu părerea pe rețelele de socializare, sugerând guvernului să-i interogheze pe copiii spitalizați pentru că „au uneltit împotriva guvernului, lăsându-se otrăviți”.

Unii au spus că laptele nu avea nimic și că de vină au fost copiii. Prin urmare ei ar trebui controlați, nu laptele.

A venit și a doua zi a proiectului de distribuire a laptelui. Ne-am fi așteptat ca după o asemenea reacție să se procedeze cu mai multă grijă, însă nu a fost așa. Începând de dimineață, au apărut nenumărate știri: sute de copii spitalizați.

Ar fi cât se poate de nedrept și părtinitor față de Islam să pretinzi că guvernul a făcut totul intenționat. Însă a doua zi a

campaniei de distribuire a laptelui în școli am aflat că guvernul fusese atacat cu o moțiune în Parlament, privind regulile proiectului de distribuire a laptelui. Partidul Republican al Poporului introdusese moțiunea împotriva guvernului din cauza standardelor pe care guvernul le aplicase acelor companii care vindeau lapte statului. Deloc surprinzător, guvernul nu a răspuns nici atunci și nici până acum. Niciuna dintre firmele de lactate nu a făcut vreun comentariu.

La întâlnirea aripii de tineret a partidului său, prim-ministrul Erdoğan a ținut un discurs cât se poate de captivant în fața tinerilor simpatizanți. Una din frazele sale a fost cu adevărat memorabilă. A spus: „Vreau o tânără generație care să țină la religia ei! Vreau tineri care să nu ierte nedreptățile!” În mod clar, nu voia o nouă generație care să uneltească împotriva lui lăsându-se otrăviți!

*

În timp ce înflorea generația care „nu ierta nedreptățile”, prăpastia dintre „noi” și „ei” se adâncea. Linia de demarcație nu mai era secular/non-secular, ci obediența. Dacă nu ar fi fost așa, Ihsan Eliaçık, traducătorul Coranului în limba turcă și personalitate distinsă în cercurile islamice, nu ar fi fost printre *personae non gratae* din acea vreme. A fost o mișcare izvorâtă din furie și resentiment, pornită cu scopul de a prelua controlul total asupra vieților oamenilor. Când Ihsan Eliaçık, împreună cu alți câțiva scriitori islamici, au organizat „Cinele Pământești” împotriva „lăcomiei și cruzimii” în luna Ramadamului, a devenit clar că falia din societate avea de-a face cu supunerea în fața partidului și nu cu religia. Atunci când Eliaçık și alți intelectuali au întrerupt postul în stradă, împreună cu oamenii fără adăpost, au hotărât să o facă în fața teraselor hotelurilor de cinci stele în care simpatizanții și membrii AKP își întrerupeau, la rândul lor,

postul, astfel că tinerii AKP care „nu iertau și țineau la religia lor” puteau acum să îl denunțe pe teolog ca pe un necredincios, din simplul motiv că a criticat partidul.

*

Să încheiem alergarea noastră din ce în ce mai sufocantă cu câteva cuvinte legate de clădirile desenate pe panourile publicitare deja menționate. Aceste clădiri nu sunt doar niște monumente ridicate în cinstea prăpastiei dintre „noi” și „ei”, ci și niște indicatori ai proiectului „Noua Turcie” al AKP. Pentru că procesul care are loc în Turcia astăzi nu este unul de islamiizare, ci de *dubaizare*.

*

Guvernul turc iubește mallurile. Nu le iubește doar ca pe niște indicatori scilipitori ai unei economii prospere. Ei cred că deschiderea de noi malluri reprezintă o soluție magică la cele mai importante probleme politice și sociale ale țării. În ultimii 10 ani de guvernare AKP, întreaga Anatolie s-a umplut de malluri apărute ca ciupercile după ploaie. Cu fațadele lor extravagante pe dinafară și muzica dată la maximum înăuntru, mallurile sunt locurile sacre de venerare a capitalismului, adevărate inimi ale orașelor și mai mult decât atât. Ca alte malluri din alte părți ale globului, ele dau naștere unui nou stereotip. Omul care se perindă între magazine. O specie care nu consumă neapărat, ci își umple timpul, de fapt viața, contemplând consumul. Din moment ce majoritatea oamenilor nu își permit să cumpere bunurile care se vând în malluri, ei se duc acolo pentru a-i vedea pe alții cumpărând și ca „să fie văzuți” în acele locuri, aproape de căldura prosperității. Tinerii, mai ales băieți și fete din cartierele sărace ale marilor orașe, se strâng în grupuri pentru a organiza vizite turistice în timpul

cărora să vadă viața strălucitoare a claselor superioare. Mallurile nu sunt doar o nouă versiune a Agorei – în această versiune modernă nu poți vorbi din cauza volumului la care se ascultă muzica și a ecourilor neîntrerupte – ci au rolul de a oferi vizitatorilor o anume stare de siguranță într-o comunitate segregată. Pe măsură ce străzile devin mai conservatoare și mai nesigure, mallurile par a fi un univers paralel, unde totul este mai curat și mai puțin tensionat. Le permit oamenilor să se deghizeze în cei bogați – incluzându-le aici și pe vânzătoarele din magazine care sunt plătite cu salariul minim. Având libertatea de a cumpăra sau trăind iluzia consumului, oamenii se simt „liberi”, așa cum mi s-a spus când am luat interviuri oamenilor sărmani care se plimbau prin malluri. Se naște o nouă ființă care venerează în tăcere produsele din vitrine și este dependentă de obiecte ostentative. Ca în Dubai.

Oficialii AKP și prim-ministrul preferă să considere mallul indiciul unei țări prospere. Dacă nu alegi această viață paralelă, dacă nu ești împăcat cu libertatea de a cumpăra sau cu iluzia consumului, atunci trebuie să fie ceva în neregulă cu tine. În mod automat, înseamnă că ești exclus din „societate” și devii un outsider, ceea ce înseamnă, așa cum am fost învățați atât de bine, că devii invizibil, într-o zi bună, sau atacat cu gaze lacrimogene, într-o zi mai puțin bună. „Veniți în propriul nostru Dubai. Ce altceva vreți, pentru numele lui Allah?”

Dubaizarea societății nu este, bineînțeles, o invenție turcească. Crearea unor vieți paralele în societățile conservatoare are loc la o scară monumentală în țările din Golf. Acum acest fenomen a cuprins Turcia. La prima vedere, invazia de malluri încurajată de guvern pare a fi produsul unei proiecții sociale limitate. Însă când analizezi mai atent, realizezi că este, de fapt, un proiect social de a transforma individul într-o ființă care

să care pe umerii săi consumul docil al unei societăți cu valori conservatoare. Este visul de a deveni „mica Chină musulmană” a unei țări despre care se credea că va ajunge „mica Americă”.

În plus, dubaizarea a fost un proiect menit să ia lumea din spațiul public și să o aducă în interiorul unor clădiri pentru a desființa statutul străzii de spațiu politic și social. Prin urmare, nu a fost o coincidență că protestele Gezi au fost declanșate de tăierea unor copaci pentru a facilita construirea unui mall în piața Taksim. Revolta Gezi a fost un protest împotriva acestui mare proiect social menit să remodeleze nu doar orașul, ci și perspectiva individuală asupra vieții.

Fiindcă am ajuns la jumătatea traseului pe care alergăm, să vorbim și despre panourile publicitare de pe marginea drumului care promovează emisiunile televiziunii de stat și legătura dintre ele și sinuciderea lui Didem Yaylali, înainte de a ajunge în cartierul Bebek. Așa cum se prezintă situația, mai sunt și alte lucruri de făcut și de vorbit despre „azi”.

„TRĂIASCĂ PADIŞAHUL NOSTRU!”

Pe panourile publicitare sunt destul de mulți otomani. Padişahi, paşi, tineri soldați cu o atitudine insolentă. Toți sunt îngrijiiți, toți au o privire fixă, ca și cum ar fi posedați de o viziune spirituală. Numele spectacolelor și emisiunilor sunt și ele ciudate: *Învierea*, *Crucea*, *Cuceritorul*... În postere mai apar femei frumoase care se roagă și femei urâte care nu se roagă. Vulgaritatea lor și transparența cu care transmit anumite idei evidențiază faptul că scopul lor nu este arta sau divertismentul, ci educația. La fel ca filmele de propagandă făcute cu sprijinul Ministerului Culturii, și ele primesc ajutor de la stat într-un fel în care filmele obișnuite nu îl pot primi. Misiunea lor este de a pregăti din punct de vedere psihologic publicul pentru „noua

Cuprins

<i>Prefață</i> de Ovidiu Nahoi.	5
INTRODUCERE	11
Ieri	13
Azi	18
Mâine	27
IERI.....	35
Originile uitării	39
Cum se învață indiferența?.....	43
Orfanii, tații și resentimentele.....	47
„Vom crește o generație...”	50
Fascism sau război pe față?	54
Turcia – album de fotografii risipite.....	61
AZI / DIMINEAȚĂ	131
Uciderea „necondamnabilă” a unei femei	134
„Noi” și „ei”	146
„Trăiască padișahul nostru!”	157
Cea mai sângeroasă față a proiectelor sociale	172
Ora de știri în Turcia: un fel de a privi un ecran împărțit în două și a înțelege informații cu două sensuri.	181

La naiba!	190
Zidurile gri din oraș: dovada prezenței prin absență . .	198
Fascinanta vulgaritate	207
Copiii politici „zero probleme”: oportunul și inoportunul	219
Chiftelele cu carne ale „oamenilor noștri” îl omoară pe Macbeth	233
Înțelesuri opuse ale semnului păcii: kurzii și turcii . . .	242
Memoria oficială versus memoria reală	254
 MÂINE „CE SE VA ÎNTÂMPLA CU PODUL ACESTA AL NOSTRU?”	
Sărăcie și speranță	263
Jos! Jos! Jos! Jos!	270
Mai întâi femeile și copiii!	271
Orientarea spre Orientul Mijlociu și întrebarea „Ar trebui să plecăm?”	273
„Supapa de siguranță” care nu poate fi găsită	274
Poduri dărâmate, poduri noi	275
	276