

VIZIUNEA GLOBALIZANTĂ A MASS-MEDIEI

*Mihai LESCU,
doctor în științe politice,
conferențiar universitar*

Lumea tot mai mult devine „un singur sistem social”, sistem care se legitimează prin creșterea interdependenței dintre elementele societății, ce ne afectează pe fiecare, prin legăturile lui sociale, economice și politice, prin sistemele de comunicații, care nu cunosc frontiere. Actualmente, în procesul competițional mondial se poartă o nouă luptă, și anume aceea pentru stăpânirea informațiilor [1]. Termenul general folosit pentru a caracteriza această interdependență crescândă a societății umane este acela de *globalizare*, considerat un proces obiectiv și natural de integrare a omenirii, care devine tot mai conectată, interdependentă și din ce în ce mai universală. Termenul de globalizare a fost folosit pentru prima dată de Theodore Levitt în lucrarea *Globalization and Markets* [2]. În anii 1980, termenul de globalizare semnifică progresele tehnologice care au simplificat și accelerat tranzacțiile internaționale. Se referea, de asemenea, la extinderea dincolo de granițele naționale ale acelorași forțe de piață care au operat de secole la toate nivelele activității economice umane. Una din definițiile cele mai cunoscute privind conceptul de globalizare o găsim în studiul *Globalization*, al lui R. Robertson [3], care subliniază: „Globalizarea este procesul complex de multiplicare a legăturilor și interconexiunilor dintre statele ce compun sistemul mondial.” Unii critici numesc globalizarea *mondializare*, iar alții consideră că globalizarea este o *americanizare*.

Globalizarea în manifestarea sa contemporană este caracterizată de diverse integrări: politică globală, economie globală, cultură globală, știință globală, limbaj global—toate fiind influențate/accelerate masiv de comunicarea la nivel mondial. Mulți cercetători asociază mass-media cu noțiunea de „globalizare”, în care derivatul „global” în context modern a înlocuit conceptele tradiționale ale unui mediu de comunicare în masă internațional, mondial și planetar. Anume din aceste considerente unii cred că,

datorită informațiilor, noul secol poate deveni un moment de descoperiri uimitoare și victorii remarcabile. Alții văd pericolul totalitarismului informațional [4].

Noul sistem social este caracterizat în mare parte și de mass-media, care prin tehnologiile ce le acceptă și le aplică în vehicularea informațiilor nu numai că globalizează lumea, dar se globalizează și pe sine. De aici, tot mai mult informațiile pe care ziarele, radioul, televiziunea, iar în ultimul timp și internetul, le aduc la cunoștința publicului, devin mai standartizate, dematerializate, simbolice, directe, fără intermediari, circulând cu o intensitate și rapiditate uluitoare, „transmițând la mare distanță atât efectele pozitive, cât și resimțirile șocurilor” [5].

Globalizarea este un proces multidimensional, care are loc simultan pe mai multe niveluri. Ea este acum văzută ca un proces și un scop, determinând omenirea să se unească într-un întreg și să-și realizeze destinul comun, dar concomitent întrebându-se: „În ce valori credem azi, în secolul XXI globalizat? În valorile universalizante ale unui Occident ce se globalizează? Sau credem în valori "glocalizate", hibridizate cu elemente locale în cadrul unui proces inevitabil de translare și adaptare a valorilor cu circuit global la contexte culturale specifice? Teoreticienii postmoderni ai globalizării au insistat asupra procesului de hibridizare sau creolizare din cadrul interacțiunii global-local, proces în care globalul nu se impune uniformizant și omogenizant” [6]. În condițiile dezvoltării rapide a noilor tehnologii informaționale și de comunicații, se înregistrează schimbări semnificative și în mass-media tradiționale - în presă, radio, televiziune, dar și în internet:

- se simplifică accesul publicului la sursele mediatice;
- altele devin conținuturile materialelor și căile de difuzare a lor;
- tot mai activ mass-media sunt utilizate în scopuri de manipulare în politica externă și internă a statelor;
- în mâinile mogulilor mass-media și informația se impun/devin o armă de luptă pe arena internațională;
- internetul se impune ca model informațional al globalizării, deoarece răspândirea geografică a lui în

rețelele de comunicații reflectă pe deplin extinderea acestor procese;

- apar ziare electronice, conținutul cărora poate fi actualizat în mod operativ și constant;
- este în creștere tendința, dar și posibilitatea publicului de a alege/selecta independent programele preferate;
- are loc segmentarea și diversificarea mesajelor mass-media;
- obține noi caracteristici pozitive relația individuală dintre emițător și destinatarul informațiilor;
- tot mai accentuat se profilează cristalizarea unui singur domeniu informațional global;
- se modernizează toate formele de activitate în spațiul politic, social, economic și cultural.

Chiar dacă globalizarea este un proces contradictoriu și complex, care necesită o investigație multiaspectuală din partea mass-mediei, jurnaliștii/sursele de informare descriu, în temei, doar manifestările caracteristice ale ei, dar nu încearcă să pătrundă în esența evenimentelor, nu analizează consecințele sociale și umanitare ale ei, uitând să țină în calcul că aici se dă o luptă aprigă între două tendințe: pe de o parte, între globalizarea ca proces de unificare și integrare a omenirii, însoțit de creșterea calității vieții, iar pe de altă parte, globalizarea ca o gaură neagră/o prăpastie, care subliniază decalajul dintre țările bogate occidentale și cealaltă parte a lumii, stârnind un val de tendințe anti-globaliste pe motiv că „puterile Occidentului, conduse de Statele Unite ale Americii”, sub steagul extinderii democrației și a libertăților umane au privatizat globalizarea” și au subordonat-o intereselor sale.

Factor decisiv în edificarea pe Terra a „unui singur sistem social”, globalizarea nu a produs până în prezent o entitate instituțională mondială, consacrată juridic, capabilă să controleze eficient procesul de omogenizare, tensiunile existente sau să realizeze o redistribuire a prosperității și păcii în lume. În același timp, globalizarea a adus cu sine schimbări radicale în comunicații și economie, în reconfigurarea piețelor interne, în sistemul instituțional și ambiental, în distribuție și redistribuire, în modul de viață, în

relațiile și mentalitățile umane, inducând o nouă morală, toate determinate de progresele ce se vor realiza în toate planurile activității și existenței umane, în formarea omului universal [7]. În acest sens, putem deduce că omul universal este individul, care le poate face pe toate. În acest context evolutiv *omul* cu toate problemele, drepturile și obligațiile lui, pare să schimbe ipostaza de *subiect al tranziției*, cu aceea de *obiect al globalizării*. Omul de astăzi este global, de un globalism în care s-a topit și cosmopolitismul antic, și internaționalismul proletar, și revolta apatridă [8].

Omul global știe cine este și ce este pe planetă și în Univers. El beneficiază de dimensiunea cunoașterii, care-l propulsează într-o zonă cu totul specială, cea a gândirii, creației abstracte și modelării matematice. Dar întâi de toate omul este o ființă politică (*homo politicus*). Aceasta înseamnă că omul depinde de cetate, de anumite forme de organizare, de o anumită planificare, de o anumită proiecție în viitor, de un anumit sistem de acțiuni și de o anumită motivație care generează sistemele și procesele acționale [9].

De aici, întrebări care se referă la faptul dacă procesul de globalizare prezintă pericolul uniformizării gândirii, al automatismelor, ce ar putea să pună în pericol creativitatea, fantezia și imaginația omului?

Zilele trecute am citit în internet un material științific, apoi am privit și la TV o emisune pe aceeași temă, care ne sugerează că a sosit timpul când omul și mașina nu mai pot fi despărțiți. Un studiu care acreditează fuzionarea om-mașină sau viceversa. Robotul prin definiție este omul pur al ideologiei tehnologice, care în condițiile unei societăți egalitariste și globalizante s-a depersonalizat, alegând performanța. *Omul-mașină* este disciplinat și ascultător. Nu va ieși la grevă. Dar tot nu se dă bătut, insistă să aibă nume și vrea să înțeleagă sensul fericirii. E și acesta un însemn al viziunii globalizante a mass-mediei!

Dacă astfel stau lucrurile cu roboții, atunci cum în condițiile unei ideologii globalizante urmează să tratăm în continuare problema țărilor-națiuni și cea a identității naționale? Întreb, deoarece și presiunile politice contextual istoric azi au cu totul

altă intensitate. Și în acest caz este necesar ca mass-media să-și însușească o retorică nouă, modernă, fără stereotipuri. Este absolută nevoie de această perspectivă pe piața ideilor, remarcă cercetătorul român B. Crețu [10], din cel puțin două motive: pe de o parte, pentru a echilibra discursul globalizant, transnațional al noii ideologii care domină de câteva decenii spațiul politic și cultural occidental; pe de alta, pentru a răspunde unei necesități reale, nu doar „spirituale”, ci și pragmatice, economice, de conturare a unei identități naționale într-o organizare politică, economică, diplomatică, financiară care tinde să impună macrostructura statului global, marginalizând realitatea națională.

Anume procesele globalizării l-au făcut pe politologul și sociologul american Francis Fukuyama să publice încă în anul 1989 în revista *National Interest* un articolul de răsunet „Sfârșitul istoriei?”, în care prezintă o perspectivă inedită pentru lumea contemporană, accentuând drept un factor distinctiv al momentului „victoria universală a democrației”, deoarece în secolul trecut au fost obținute două victorii incontestabile: asupra fascismului și asupra comunismului. În opinia autorului, fără victoria asupra comunismului, care a dus la extinderea piețelor în întreaga lume, globalizarea nu ar fi fost posibilă. Teza de bază pe care o promovează F. Fukuyama privind „sfârșitul istoriei și a ultimului om”, considerând-o „paradigma armoniei și unității umane” [11], a fost aspru criticată de către Samuel Huntington, unul din cei mai remarcabili politologi contemporani într-un articol cu titlul „Ciocnirea civilizațiilor”, publicat în anul 1993 în revista americană *Foreign Affairs*. Teza principală pe care o formulează S. Huntington reprezintă o alternativă la modelele tradiționale, consacrate, sau ideologice. El avansează soluția culturală și civilizațională și consideră că sistemul internațional a devenit multipolar și multicivilizațional, iar identitatea culturală și cea a civilizațiilor modelează tendințele coezive și respectiv conflictuale de după „Războiul rece”. Totodată, Huntington anticipează că viitoarele conflicte internaționale vor fi declanșate „mai degrabă de factori culturali decât de economie sau ideologie” [12]. Astfel, observăm că pentru unii globalizarea este ceva ce trebuie să realizăm neapărat dacă vrem să fim fericiți, iar după alții sursa nefericirii noastre

rezidă tocmai în globalizare. Dar rămâne sigur pentru fiecare din noi, că globalizarea reprezintă destinul implacabil spre care se îndreaptă lumea, un proces ireversibil, ce ne afectează pe toți în egală măsură și în același mod” [13] și că „modalitatea în care gândim despre noi înșine și legăturile cu ceilalți sunt profund modificate de globalizare” [14].

Astăzi nu numai imaginile difuzate de mass-media, dar și ideile, valorile, ideologiile și convingerile se constituie în fluxuri. De rând cu această fluidizare, cultura cu valorile și convingerile pe care le reproduce își pierde soliditatea și coerența de cândva. La acest început de secol globalizant, oamenii de creație, inclusiv jurnaliștii, tot mai mult se întrebă: care sunt valorile în care ar trebui să credem— cele universalizante, ale Occidentului, sau valorile "glocalizate", hibridizate cu elemente locale, adaptate și ele la circuitul global? Oricum, globalizarea, consideră experții, este un proces ireversibil. Este prea târziu ca să ne putem opune în vreun fel. Nu ne rămâne decât să dobândim orientarea și viziunea care să ne ajute să-i fructificăm oportunitățile, dar și să-i sesizăm pericolele pentru a atenua efectele. Iar efectele sunt cu adevărat impredictibile. Înfluențându-se reciproc mass-media și globalizarea, sub presiunea tehnologiilor comunicaționale au bulversat lumea, au creat noi tipare de acțiune și interacțiune și noi moduri de relații sociale, care au dus la o reordonare complexă a modelelor de interacțiune umană în spațiu și timp, făcând ca oamenii să caute și să accepte alte valori decât cele tradiționale, naționale. Mai mult. Se pare că între oameni are loc o împărțire privind atitudinea față de valorile în care aceștia cred. Iar acest crez, la rândul său, își lasă amprenta și asupra creativității jurnalistice. Toate acestea pun în relief „ valori hibridizate cu elemente locale în cadrul unui proces inevitabil de translație și adaptare a valorilor cu circuit global la contexte culturale specifice” [15].

În condițiile globalizării, elementul creativității în jurnalism poate găsi teren fertil de afirmare doar în contextul unor reforme structurale, în urma eliminării concurenței neloiale și creării unei atmosfere de colaborare în rândul profesionaliștilor din instituțiile mass-media. Creativitatea în jurnalism, după noi, presupune, în primul rând, asigurarea dreptului la libera exprimare

și garantarea unor salarii decente ziariștilor, respectarea cu strictețe a prevederilor legislative în domeniul publicității, eliminarea cazurilor de manipulare, minciună, dezinformare și propagandă din activitatea profesională a mass-mediei. Doar în asemenea condiții oamenii de presă ar avea posibilitatea să pună în aplicare talentul și măiestria profesională în serviciul creativității și a informării corecte/oneste și prompte a publicului. Din păcate, la moment, starea lucrurilor este cea care este. „După anul 2009, când guvernarea de opt ani a comuniștilor a luat sfârșit, iar puterea a fost preluată de câteva partide care s-au declarat pro-europene, în Moldova s-a anunțat așa-numita liberalizare a pieței mediatiche pentru a sparge monopolul statului în domeniul mediatic, iar autoritățile și-au asumat mai multe reforme în acest sens. Însă aceste angajamente au fost și rămân mai mult declarative, deoarece nu sunt urmate de acțiuni concrete și eficiente” [16].

La etapa actuală, potrivit experților, viteza de mondializare este cu atât mai rapidă cu cât fluxurile sunt din ce în ce mai puțin materiale și se referă, de fiecare dată, mai mult la servicii, date informatice, telecomunicații, mesaje audiovizuale, poștă electronică, consultații prin internet [17]. În era comunicării instantanee, a știrilor rapide și a unui flux copleșitor de informație s-au schimbat principiile de bază ale jurnalismului de calitate. Oricum, schimbarea nu a condus la dispariția lor, acestea fiind păstrate și având continuitate indiferent de media. Sintetizând la acest capitol opiniile mai multor specialiști, putem concluziona că din aceste principii ale noului jurnalism fac parte : (1) *acuratețea*—siguranța că informația din știre este corectă și îi va permite cititorului să înțeleagă și să facă judecăți raționale ; (2) *nepărtinirea*-- oferirea de informație publicului fără a o prezenta într-o anumită lumină, astfel încât oamenii să ia o decizie, dar nu să îi împingi spre a lua o anumită decizie ; (3) *testarea faptelor*-- prezentarea mai multor puncte de vedere sau perspective, folosind pentru aceasta cât mai multe surse cu putință, ca oamenii să obțină o imagine completă asupra situației ; (4) *căutarea adevărului*--- a urma cât mai de aproape cea mai bună versiune a adevărului pe care jurnalistul o poate obține, luând și atitudine pe anumite probleme, cum ar fi drepturile omului, justiție și corupție ; (5) *abilitatea de a descifra*

corect informația factuală și cea de a relaționa cu comunitatea în procesul adunării datelor; (6) deschiderea și transparența pentru a evita crearea de confuzii publicului, acest lucru reprezentând o contribuție semnificativă în încetățenirea unor practici jurnalistice de calitate ; (7) evocarea de emoții și sensibilizarea publicului în baza fotografiilor și a materialelor publicate/transmise ; (8) gândire vizuală-- un jurnalist trebuie să poată realiza o știre în mod vizual și să descrie o imagine în cuvinte, chiar dacă există fotografii care însoțesc materialul; (9) aplicarea de noi elemente și tehnologii--realitatea creează noi standarde pentru ce înseamnă un material jurnalist de calitate : el nu trebuie să fie doar exact, complet, corect și echilibrat, dar mai trebuie să îi includă și pe consumatori în contextul său, deoarece jurnalismul de azi a devenit în mod real un dialog și o conversație.

Globalizarea a introdus corectivele sale atât în abordarea multispectuală a realității de către mass-media, cât și în dezvoltarea genurilor gazetărești și a culturii profesionale. La moment, controlul asupra sistemelor informaționale (regionale, internaționale, transfrontaliere) dă posibilitate deținătorilor acestora să influențeze politic și cultural procesele reale și oamenii. Oricât de previzibilă și, de multe ori, oricât de agresivă ar deveni „cultura mondială artificială“, aceasta aduce totuși cu sine sisteme de valori implicite, care pot determina apariția unui sentiment de pierdere a identității la cei care sunt expuși acestui fenomen și sunt nepregătiți pentru a-i răspunde [18]. În prezent, oamenii au senzația că sunt striviți între globalizare, a cărei manifestare o pot percepe și pe care uneori trebuie să o suporte și căutarea rădăcinilor, a punctelor de referință și a sentimentului apartenenței. Astfel, jurnaliștii urmează să realizeze și ei acest lucru, manifestând poziție civică și principialitate, dar și dând dovadă de inspirație și creativitate în tratarea problematicii și a tensiunilor dintre *global și local* și dintre *universal și individual* în context social-politic, economic și cultural. Aflându-se în strânsă colaborare cu mai multe segmente ale educației: cu cele interculturale și pentru pace; cu cele ecologice și pentru democrație, mass-media preia de la acestea mai multe elemente de lămurire/explicare și instruire, care prin intermediul materialelor elaborate profesionist și creativ în diverse genuri

jurnalistică, exercită un impact deosebit asupra formării dimensiunii internaționale a omului.

Pe zi ce trece globalizarea tot mai mult unifică societățile. În acest sens, există nenumărate proiecte care vizează inclusiv constituirea unui stat global. Tot în acest scop a fost inventat conceptul de „global governance“, mai exact o politică internă la nivel mondial, una a noii ordini mondiale. Acești indici au dat temei specialiștilor să afirme că există pericolul omogenizării, al „creării unei culturi globale“, cum este cea a consumismului. Cum că globalizarea particularizează favorizând individualismul și pluralismul. Așadar, repere atât pentru cei care susțin globalizarea, cât și pentru cei care o critică. Remarcăm faptul că globalizarea are și limite. În acest sens, favorizând individualismul, ea nu face altceva decât să particularizeze elementul creativității și în activitatea profesională a jurnalistului.

Referințe bibliografice:

1. Lyotard Jean-Francois. Condiția post modernă. București: Editura Babel, 1999, p. 21.
2. Levitt Theodore. The Globalization of Markets. În: Harvard Business Review, May-June 1983, disponibil la: <http://hbr.org/1983/05/the-globalization-of-markets/ar/1>. (Vizitat la 08.02. 2018).
3. Robertson R. Globalisation: Social Theory and Global Culture. London: Sage, 1992.
4. https://otherreferats.allbest.ru/journalism/00106364_0.html. (Vizitat la 10.02. 2018).
5. http://www.ince.ro/Publicatii/Tezaur/caiet_10.pdf Stănescu V. Societatea civilă în fața globalizării. (Vizitat la 10.02. 2018).
6. <http://dilemaveche.ro/sectiune/tema-saptamanii/articol/hibriditate-in-peisajul-ideatic-global> Nicolaescu M. Hibriditate în peisajul ideatic global. (Vizitat la 07.02.2018).
7. http://www.ince.ro/Publicatii/Tezaur/caiet_10.pdf Stănescu V. Societatea civilă în fața globalizării. (Vizitat la 05.02. 2018).
8. Ivlampie Ivan. Omul tranziției. Galați: Editura Axis Libri, 2010, p. 157.
9. Văduvă Gheorghe. Geopolitica. Teorii. Areale. Falii. Confluente. București: Societatea Scriitorilor Militari, 2013, p. 9.
10. Crețu B. Tema națională, azi. Între criza ideologiei globalizante și criza retoricii populiste. În: Clubul Ideea Europeană, martie 2017, nr. 3.

11. 11. Фукуяма Ф., Сильное государство: Управление и мировой порядок в XXI веке. Москва: Издательство Хранитель, 2006.
12. Huntington Samuel. Ciocnirea civilizațiilor și refacerea ordinii mondiale. București: Antet, 1998.
13. Bauman Zigmunt. Globalizarea și efectele ei sociale. București: Antet, 2005, p. 5.
14. Giddens Anthony. Sociologie. București: Editura ALL, 2010, p. 64.
15. <http://dilemaveche.ro/sectiune/tema-saptamanii/articol/hibriditate-in-peisajul-ideatic-global>. Nicolaescu M. Hibriditate în peisajul ideatic global. (Vizitat la 07.02. 2018).
16. http://api.md/upload/files/Capturarea_mass-media_rom.pdf Macovei P., Bunduchi I. et. alții. Capturarea mass-mediei și a altor mijloace de comunicare publică în Republica Moldova. (Vizitat la 20.02 2018).
17. Ramonet I. Geopolitica haosului. București: Editura Doina, 1998, p.50.
18. http://www.armyacademy.ro/reviste/2_2004/r5.pdf Prof. univ., dr. Mircea Cosma. Globalizarea și educația. (Vizitat la 18 02. 2018).