CZU: 316.72:327.2:070

CONSECINȚELE SOCIALE ALE IMPERIALISMULUI MEDIATIC

THE SOCIAL CONSEQUENCES OF MEDIA IMPERIALISM

Mihai LESCU,
doctor în științe politice, conferențiar universitar
Universitatea de Stat din Moldova
ORCID: 0000-0001-9837-6687
mihai.lescu@usm.md

Introducere

Având ca suport tehnologiile comunicațional-informaționale moderne, mass-media domină astăzi lumea. Presa tipărită, radioul, televiziunea, și, mai cu seamă Internetul, prin fluxul informațional prestat publicului fără a cunoaște opreliști, impuse de hotarele dintre state, au globalizat terra. Informația este acum puterea. Ea a devenit substanța, care pune în mișcare viața social-politică, accelerând relațiile interstatale, cele economice , comerciale și culturale.

Prin implicațiile și acțiunile sale mass-media a globalizat informația și lumea, în așa măsură, că toate domeniile activității umane au devenit dependente de expansiunea ei, manifestată în spațiu și timp. Globalizarea culturii prin mass-media a devenit una din teoriile dominante de la sfârșitul secolului trecut, fiindu-i recunoscută vocația multidirecțională în plan internațional și regional, prin dezvoltarea schimbului de valori culturale dintre state, a comerțului și a culturalizării maselor. În acest context, țările de prim rang din lime, care prin intermediul mass-mediei accelerează globalizarea culturii, propunând bunuri comerciale și culturale în diferite părți ale globului, au fost învinuite de intenția de a-și subordona țările în curs de dezvoltare. În legătură cu aceasta unii cercetători susțin la modul direct că urmărirea intereselor comerciale de către corporații

transnaționale, cu sediul în SUA, a condus la subminarea autonomiei culturale a mai multe țări [1].

Desigur, oamenii de știință ai domeniului, observând aceste manifestări ale mass-mediei în spațiul social-politic, economic, cultural, mai cu seamă în context regional și internațional, au categorisit inițial fenomenul *imperialism cultural.*

Context

Cercetătorii au început să discute pe larg despre fenomenul imperialismului cultural în perioada Războiului rece, calificându-l ca pe „o idee globală de dominație", ca un „instrument de invazie" a țărilor puternic devoltate industrial în țările „în curs de dezvoltare" cu scopul de a dezrădăcina „obiceiurile și tradițiile locale" [2, p.162], prin impunerea propriei culturi. De acum în anii `60 ai secolului trecut imperialismul cultural provoacă un interes sporit pentru oamenii de știință americani, conceptul fiind înțeles și tratat ca „recurgerea la puterea politică și la cea economică în scopul răspândirii și popularizării valorilor și obiceiurilor unei alte culturi în detrimentul culturii baștinașe"[3, p. 303].

Globalizarea, a întrodus și ea corectivele sale în ecuație, dând noi dimensiuni imperialismului cultural. Oamenii de știință au ajuns la concluzia că societatea și cultura nu mai pot fi tratate strict în cadrul statelor naționale, deoarece: a) orice stat se află într-un continuu proces al schimbului de valori cu altele; b) unele țări sunt multiculturale, c) procesele de democratizare, migrația oamenilor și tradițiile culturale ale popoarelor învecinate nu coincid întotdeauna cu granițele statelor.

Conceptul de *imperialism mediatic*, care în mare parte l-a substituit pe cel de imperialism cultural, a apărut odată cu globalizarea și dezvoltarea tehnologiilor comunicaționale, în anii `80 ai secolului trecut, când cercetătorii au stabilit, dar și practica a demonstrat, că mass-media sunt/ au devenit esența culturii și instrumentul principal de difuzare a ei. Această metamorfoză în privința conceptelor de mai sus, nu ar trebui să provoace nedumerire, dacă luăm în calcul faptul că majoritatea cercetătorilor din domeniu recunosc că inițial problema imperialismului cultural a apărut în baza studiilor de comunicare.

În această ordine de idei, amintim că media este un termen folosit printre primii în domeniu de către cercetătorul canadian M. McLuhan. La început termenul era utilizat pentru a „desemna orice fenomen cultural de masă", dându-le cercetătorilor posibilitatea de a revizui istoria și teoria culturii, folosind o nouă terminologie. Și M. McLuhan, și mulți alți teoreticieni ai mass-mediei, culturii și comunicării, împărtășeau o idee comună: istoria culturii cunoaște o serie de tipuri de comunicare -- de la orală la cea scrisă, apoi – la cea tipărită, iar de la aceasta –la cea audiovizuală și la Internet. De aici, „cultura în sens de spirit sau geniu al unui popor reprezintă pentru mass-media, în general, un element constitutiv al diapazonului ei tematic [4, p.13], care subliniază legătura strânsă dintre cele două entități în perspectiva coagulării sintagmei *cultura media* în era societății informaționale.

În viziunea lui Jean Baudrillard, cultura media e menită să ofere individului un bagaj minim de cunoştinţe, ceea ce el numeşte „cea mai mică cultură comună", care se constituie în „cultura de masă" [5, p.132], despre care D. Lyon spune că este într-un anume sens cultura dominantă; ea a înlocuit formele culturii elevate ca centru al atenţiei culturale şi al impactului asupra unui număr mare de oameni [6], a determinat „o nivelare a valorilor". Argumentele savanților sunt o dovadă a faptului că anume datorită mass-mediei „s-a născut și s-a dezvoltat în mod exclusiv" *cultura de masă* [7, p.42] .

Analiza aspectelor legate de comunicarea culturială și de mediatizarea acestei problematici i-a determinat pe specialiștii din domeniu [8] să facă o concluzie categorică: cultura media este o *cultură medie*, o subcultură, de fapt, adevărata cultură de masă a epocii noastre. Cultura media/cultura de masă „nu a luat locul unei fantomatice culturi superioare; pur şi simplu s-a răspândit în mase enorme care nu aveau acces la bunurile culturale"[9], înscriindu-se, ca și comunicarea de masă, în multiplele dimensiuni ale circuitului/contextului socio-cultural național/regional/global.

Cultura postmodernă este asociată, prin toate structurile şi articulaţiile sale interioare, cu ideea de globalizare, care, remarcă experții, poate fi tratată și definită ca „fenomen, ideologie sau ansamblu de strategii", fiind, înainte de toate, o realitate a lumii contemporane. Din aceste considerente nu ar trebui să stârnească nedumerire faptul că

fenomenul dominării culturilor „mari” asupra celor „mici”, promovat de cultura media în complicitate cu globalizarea, a fost calificat imperialism cultural sau, mai nou, imperialism mediatic.

Astfel, cultura media, prin tehnologiile pe care le aplică în vehicularea informațiilor, nu numai că globalizează lumea, dar se globalizează și pe sine. Înfluențându-se reciproc, mass-media și globalizarea au bulversat lumea, au creat noi tipare de acţiune şi interacţiune şi noi moduri de relaţii sociale, care au dus la o reordonare complexă a modelelor de interacţiune umană în spaţiu şi timp, făcând ca oamenii să caute și să accepte alte valori decât cele tradiționale, naționale. Chiar dacă în prezent, prin cultura media, umanitatea continuă calea de la o lume a civilizațiilor închise „la o lume deschisă tuturor oamenilor”, unii cercetători nu pot da uitării faptul că anume „mass-media a creat un monstru, numit „globalizare” [10, p.59]. Mai mult: cultura media este făcută responsabilă pentru „mişcările antiglobalizante, dar şi cele cu caracter fundamentalist şi extremist ca revers al globalizării [11, p.15].

Oricum, pentru a defini imperialismul mediatic, trebuie să revenim și să înțelegem imperialismul cultural. În esență, imperialismul cultural este interpretat ca o teorie bazată pe supra-concentrarea mass-mediei, din națiunile mai mari, ca o variabilă importantă care afectează națiunile mai mici în mod negativ. Aceste națiuni au de suferit din cauza controlului mass-mediei din țările occidentale puternice/mari prin intermediul promovării culturii. Datorită legăturilor și influenței sistemului mass-media global asupra culturii, imperialismul mediatic a devenit în ultimii ani un concept extrem de dezbătut în rândul oamenilor de știință, care examinează această problematică în context cu avântul globalizării.

Deloc întâmplător acest lucru, fiindcă imperialismul mediatic, cum am mai spus, a fost stimulat/accelerat de globalizare. Aceasta de la urmă a schimbat în mod fundamental conținutul și formele de exprimare ale culturii mondiale. Iar aspectele de bază care determină acest proces sunt :

-- dezvoltarea vertiginoasă a tehnologiilor informaționale și a Internetului ;

-- constituirea unei rețele de comunicare cu acoperire globală ;

-- creșterea fluxsului de informații transmise publicului ;

-- accelerarea proceselor de difuzare a informației și reducerea costurilor de diseminare a ei.

Desigur, acestea sunt doar câteva însemne prin care vrem să subliniem rolul hegemonic al mass-mediei în ecuația globalizării culturii, iar în acest context și al dominării unor culturi asupra altora sau, cum remarcă specialiștii, deschiderea unui drum spre afirmarea a așa numitei omogenizări a culturii lumii.

Sesizând dinamica procesului globalizării culturii, asociat cel mai adesea cu imperialismul cultural american, care prevede acțiuni ce vizează extinderea influenței politice, economice și culturale a Statelor Unite ale Americii peste zone dincolo de granițele sale, Thomas Freidman militează pentru o globalizare regională, considerată de el o forță redutabilă în vederea creșterii autonomiei și specificității culturale. Deoarece prin globalizarea regională oamenii pot folosi mass-media/ rețelele de informație pentru a cunoaște, promova și transmite valorile propriei culturi, indiferent de locul în care trăiesc aceștea [12]. Pentru J. Tomlinson conceptul de imperialism cultural reprezintă, pur și simplu, un proces de diseminare nou, modern, și nu o expansiune culturală [13, p.481]. El mai subliniază faptul că în acest caz cuvântul «imperialism» ar trebui să fie omis în general, iar în locul lui să fie utilizată expresia : «schimbarea globală a culturii». Iar canadianul T. McPhail, mare teoretician al comunicării de masă, propune alipirea fenomenului de imperialism mediatic la noțiunea *e-colonialism*, care reprezintă un model de relații, bazat pe importul unor cantități mari de informații și echipamente de comunicații în procesul exportului de către o țară mai puternică „a bunurilor culturale de consum»[14]. Alți cercetători, asociând dominația mass-mediei americane în spațiul cultural, sunt de părerea că această influență, poate fi contrabalansată prin alinierea producției marilor grupuri private de media la cultura și limbile locale naționale.

Mass-media, după cum am mai spus, reprezintă unul dintre factorii cei mai importanți în contextul globalizîrii. Datorită mass-mediei și tehnologiilor, s-a produs „explozia informațională" și s-a schimbat întreaga gamă de activitate, comportament și de exprimare a personalității umane. Or, toate acestea ne dau temei să vorbim

despre apariția fenomenului globalizării informației și a sistemului internațional de producție, distribuție și valorificare a ei . În condițiile globalizării, cultura de masă contribuie la formarea spațiului cultural mondial. În mare măsură acest lucru se datorează mediatizării culturii, din care motive mulți teoriticieni afirmă că cultura este echivalentă cu cultura media. În secolul al XXI-lea rolul prioritar în rândul mijloacelor de comunicare în masă revine Internetului , care a deschis posibilități nelimitate de acces la informații.

Din cele expuse mai sus transpare una din problemele importante: dacă nu cumva procesul de americanizare bazat pe produse media (știri, divertisment), devine o amenințare pentru culturile locale și regionale ? Desigur, este dificil de conceput astăzi o cultură complet omogenă în condițiile globalizării. Interpătrunderea și colaborarea dintre culturi a avut și va avea loc în continuare, deoarece fluxurile de comunicare dobândesc o importanță tot mai mare în procesul globalizării. Luând în considerație faptul că majoritatea cercetătorilor domeniului pun semnul egalității înte cultură și media, subliniind pe această cale din nou importanța mass-mediei în promovarea culturii, remarcăm că din perspectivă geopolitică, o semnificație majoră are fenomenul de globalizare din sfera mediatică, deosebindu-se în acest sens următoarele nivele: a) globalizarea instituțiilor meda; b) universalizarea activității profesionale a jurnalistului; c) globalizarea fluxurilor informaționale; d) globalizarea efectelor mass-media; e) liberalizarea acțivității instituțiilor media.

Direct sau indirect, globalizarea din sfera mediatică se răsfrânge și asupra geopoliticii, mai ales prin raportarea la importanța spațiului și a localizării geopolitice a statului. Din aceste considerente sunt de reținut trei concluzii majore :

--odată cu lansarea fluxurilor informaționale într-un anumit teritoriu /spațiu, acestea devin mai globale , depășind astfel limitele spațiului geografic. Deoarece odată pătrunse pe teritoriul unui stat , informațiile , ideile și valorle acționează în favoarea celui care le-a transmis ;

-- comunicarea se produce aproape instantaneu, deoarece într-o lume virtuală , spațiul și timpul nu reprezintă bariere reale ;

-- globalizarea informațională, raportul dintre informație și putere nu înseamnă substituirea resurselor tradiționale, ci schimbarea acestui raport. Este vorba de creșterea importanței tehnologiei, educației,

performanței instituționale și de influența mijloacelor mass-media, pe măsură ce elementele care țin de spațiul geografic, teritoriu, populație sau de materia primă nu mai joacă un rol atât de important, deoarece primatul revene informației, care a devenit în mâinile statelor mari și puternice un instrument important nu numai al influenței culturale, dar și politice și economice .

Chiar dacă unii cercetători afirmă că un sistem mass-media global nu-l poate înlocui pe cel național, deoarece sunt încă mari/distincte diferențele dintre sistemele politice și particularitățile culturale dintre țări, care împiedică omogenizarea deplină a culturilor, majoritatea teoreticienilor din domeniul globalizării admit amestecul de culturi locale cu cea globală/externă ca fiind structurată într-un proces de hibridizare, și nu omogenizare, sau, pur și simplu, de difuzare a culturii și valorilor americane [15], considerăm de datoria noastră să tragem anumite concluzii din cele dezbătute în acest articol, determinând consecințele sociale ale imperialismului mediatic.

Astfel, în **concluzie,** menționăm că supremația, care revine țărilor dezvoltate din punct de vedere industrial și tehnologic, în primul rând SUA, privind culegerea, elaborarea și distribuirea informațiilor de masă, ne dă temei să vorbim despre apariția imperialismului în sfera mass-mediei. În acest context specialiștii consideră că cel mai mult au de suferit țările „mici", deoarece acestea nu au posibilități financiare și tehnologice pentru a întreține și dezvolta independent sistemul mediatic național. Profitând de aceste slăbiciuni ale băștinașilor, țările mari și puternice prin intermediul propriilor mijloace de informare/ mass-media răspândesc/promovează pe larg produsele lor culturale și modul de viață și comportament în țările respective , dar și în alte regiuni ale lumii. Desigur, în acest caz cuvântul „imperialism", atribuit mass-mediei, nu trebuie să fie înțeles în sensul său direct. După noi, imperialismul mediatic, urmează a fi tratat aici ca o teorie a domeniului, care, după cum am mai subliniat, reflectă rolul definitoriu, care revine țărilor „mari" în producerea și distribuirea de informații pe glob. Cu atât mai mult că imperialismul mediatic, dar și cel cultural (între care putem pune semnul egalității), comportă nu numai aspecte negative, ci și pozitive. Accelerate de globalizare, cultura de masă și imperialismul mediatic:

-- au rolul de a simplifica distanța dintre culturile „mari” și cele „mici”, îmbogățindu-le reciproc ;

-- aduc la cunoștința cetățenilor din țările „mici” cele mai importante opere de cultură din lume, contribuind pe această cale la educația lor moral-spirituală ;

-- îi ajută pe jurnaliștii din țările „mici”, în baza produselor media de calitate propuse de țările „mari”, să-și perfecționeze măiestria profesională și să acumuleze experiență privind aplicarea noilor tehnologii comunicaționale în activitatea mass-mediei ;

-- contribuie la democratizarea țărilor „mici” prin accelerarea schimbului de produse media și a procesului circulației informației în societate.

-- participă activ la întărirea relațiilor comerciale și culturale dintre țări, contribuind la industrializarea continuă a sistemului mediatic și dezvoltarea publicității în domeniul bunurilor de consum cultural.

Desigur, trebuie să luăm în considerație că prăbușirea regimului colonial în lume, nu înseamnă încă dispariția practicilor imperialiste. Ele își găsesc expresie fertilă și prin aplicarea imperialismului mediatic, care ne orientează și către următoarele concluzii:

-- intruziunea corporațiilor mass-media mari într-o țară slab dezvoltată conduce la asimilarea de către acestea a micilor companii mediatice locale, sau înlăturarea accestora din domeniu, fapt ce duce la dispariția presei naționale și a tradițiilor culturale locale ;

-- de regulă, țările „mari” le domină pe țările în curs de dezvoltare la capitolul schimbului de informații, fapt ce influențează negativ viața social-politică și culturală a țării destinatare ;

-- deseori acoperirea mediatică a evenimentelor pentru țările „mici” este mai redusă, deoarece țările „mari”, care își promovează interesele politice în aceste state își cenzurează fluxul informațional pe motive „strategice” (politice, economice, militare, culturale ș.a.) ;

-- acest soi de imperialism se poate manifesta și la nivel local, în situațiile când mass-media din țară este acaparată de către un clan mafiot sau de oligarhi, ori de către un partid politic, care urmărește alte scopuri decât cele ale interesului național ;

-- problematica ce ține de acest fenomen trebuie să fie în cen-

trul atenției instituțiilor de resort ale țării în scopul contracarării consecințelor negative ale imperialismului mediatic prin asigurarea proteciei spațiului informațional național;

-- globalizarea lumii și noile tehnologii comunicaționale sunt factorii care accelerează promovarea imperialismului mediatic în diferite țări și colțuri ale terrei;

-- fenomenul în cauză nu ar trebui înțeles ca o singură teorie ci ca domeniu de studiu care încorporează diferite teorii despre relațiile dintre mass-media și imperiu, dar și teorii care abordează exercitarea unor forme de putere imperială chiar de către instituțiile media.

Referințe bibliografice:

1. Schiller , H. *Mass Communication and American Empire.* Boulder, CO: Westview Press, 1992, (2nd ed.). 214 p. ISBN: 978-0813314402
2. Alexander, V. *Sociology of The Arts: Exploring Fine and Popular Forms*. Malden; Oxford; Carlton: Blackwell Publishers, 2003. 366 p. ISBN: 978-0-631-23040-3
3. Bullock , A. & Stallybrass, O. *The Harper Dictionary of Modern Thought.* New York: Harper & Row, 1977. 686 p. ISBN: 9780060105761
4. Stepanov, G. și Tugarev, L. *Art jurnalismul în presa din Republica Moldova.* Chișinău: CEP USM, 2019. 236 p. ISBN 978-9975-142-94-6
5. Baudrillard , J. *Societatea de consum. Mituri şi structuri.* Bucureşti: Comunicare.ro, 2008. 252 p. ISBN: 978-973-711-184-5
6. Lyon , D. *Postmodernitatea.* Bucureşti: Ed. DU Style, 1998. 154 p. ISBN:978-973-9246-56-7.
7. Hălărescu, G. *Relația între democrație și globalizare.* Universitatea București, 2012. Disponibil : https://www.academia.edu/8754868/Relația_între_democrație_și_globalizare (Accesat : 20.08.2023)
8. Rachieru, A. D. *Globalizare şi cultură media.* Iași: Institutul European, 2003. 148 p. ISBN: 978-973-611-261-6
9. Eco, U. *Apocaliptici și integrați. Comunicații de masă și teorii*

ale culturii de masă. Iași: Polirom, 2008. 384 p. ISBN: 978-973-46-1060-0
10. Baumant, Z. *Globalizarea și efectele ei sociale.* București: Antet, 2005. 128 p. ISBN 978-973-8203-57-0
11. Săgeată, R. *Globalizare culturală și cultură globală.* Bucureşti: Editura Universitară, 2009. 256 p. ISBN: 978-973-749-585-3
12. *Vezi* : Freidan, T. *Lexus și măslinul.* București : Polirom, 2008. 464 p. ISBN: 978-973-46-0907-9 și Freidman, T. *Ce am fost. Cum au pierdut Statele Unite supremația in lumea pe care au inventat-o si cum o pot redobândi.* București : Polirom, 2012. 400 p. ISBN 978-973 46-2328-0
13. Tomlinson , J. *Cultural Imperialism: A Critical Introduction.* Baltimore, MD: John Hopkins University Press, 1991. 200 p. ISBN: 978-0801842504
14. Mcphail, T. *Electronic Colonialism: The Future of International Broadcasting and Communication.* Newburry Park: Sage Publications, 1987. 299 p. ISBN:978- 0-8039-2730-4
15. Pieterse, J. N. *Globalization goes in circles: Hybridities East-West.* Disponibil: http://www.social-theory.eu/texts/pieterse_globalization_goes_in_circles.pdf (Accesat: 18.08.2023)