CZU 659.3:327
DOI https://doi.org/10.52388/1812-2566.2023.1(98).15

VALENȚELE GEOPOLITICE ALE COMUNICĂRII MEDIATICE

Mihai LESCU
Doctor în științe politice, conferențiar universitar, Facultatea de Jurnalism și Științe ale Comunicării, Universitatea de Stat din Moldova, Chișinău, Republica Moldova
e-mail: *mihai.lescu@usm.md*
https://orcid.org/0000-0001-9837-6687

Articolul este consacrat analizei particularităților funcționării mijloacelor de comunicare în masă în contextul reflectării problematicii specifice vizând actualele relații internaționale. În fond, în centrul cercetării se află geopolitica în strânsa ei relație și interdependență de mass-media. Este urmărită istoria devenirii acestor relații, sunt discutate anumite probleme controversate, generate de afirmarea geopoliticii ca știință, pe de o parte, și a mass-mediei, pe de altă parte, fiind evidențiate punctele de tangență ale acestora dar și diferențele inerente. Se atrage atenție descifrării tendinței observate, manifestate de media, de a se erija în postura de actor politic în cadrul situațiilor ce caracterizează relațiile internaționale contemporane. Sunt semnalate și anumite forme noi de colaborare în domeniile vizate, aflate la confluență. Pentru aprofundarea interpretării paradigmei geoinformaționale, se recurge la elucidarea unor concepte esențiale, ca terorism, criză, conflict.

***Cuvinte-cheie**: informație, mass-media, geopolitică, spațiu global, paradigmă geoinformațională, criză, conflict.*

GEOPOLITICAL VALUES OF THE MEDIATIC COMMUNICATION

The article is dedicated to the analysis of the particularities of the functioning of the mass media in the context of reflecting the specific issue regarding the current international relations. After all, at the center of research is geopolitics in its close relationship and media interdependence. The history of becoming these relationships is being pursued, certain controversial issues are being discussed, generated by the assertion of geopolitics as a science, on the one hand, and the media, on the other, highlighting their tangency points but also the inherent differences. Attention is drawn to deciphering the observed tendency, manifested by the media, to become a political actor in situations that characterize contemporary international relations. Certain new forms of collaboration in the targeted areas, which are confusing, are also reported. In order to deepen the interpretation of the geo-information paradigm, the elucidation of some essential concepts, such as terrorism, crisis, conflict, is used.

***Keywords**: information, media, geopolitics, global space, geo-informational paradigm, crisis, conflict.*

VALENCES GÉOPOLITIQUES DE LA COMMUNICATION MÉDIATIQUE

L'article est consacré à l'analyse des particularités du fonctionnement des médias dans le cadre de la réflexion du problème spécifique concernant les relations internationales actuelles. Au cœur de la recherche se trouve la géopolitique dans sa relation étroite et son interdépendance avec les médias. L'histoire de ces relations est retracée, certaines questions controversées sont discutées, générées par l'affirmation de la géopolitique en tant que science, d'une part, et les médias, d'autre part, étant mis en évidence leurs points de tangence mais aussi leurs différences inhérentes. L'attention est attirée sur le décryptage de la tendance observée, manifestée par les médias, à agir en tant qu'acteur politique dans les situations qui caractérisent les relations internationales contemporaines. De nouvelles formes de collaboration sont

également signalées dans les zones ciblées, situées à la confluence. Afin d'approfondir l'interprétation du paradigme de la géoinformation, il est utilisé pour élucider certains concepts essentiels, tels que le terrorisme, les crises, les conflits.
Mots-clés: *information, médias, géopolitique, espace global, paradigme de la géoinformation, crise, conflit.*

ГЕОПОЛИТИЧЕСКАЯ ВАЛЕНТНОСТЬ МЕДИАКОММУНИКАЦИЙ

Статья посвящена анализу особенностей функционирования средств массовой информации в контексте отражения конкретной проблемы современных международных отношений. В основном, в центре исследования находится геополитика в ее тесной взаимосвязи и взаимозависимости со средствами массовой информации. Прослеживается история развития этих отношений, обсуждаются отдельные спорные вопросы, порожденные утверждением геополитики как науки, с одной стороны, и средств массовой информации, с другой, при этом, очерчены их точки соприкосновения и присущие им различия. Обращается внимание на расшифровку наблюдаемой тенденции, проявляемой средствами массовой информации, занимать позицию политического актора в ситуациях, характеризующих современные международные отношения. Также указаны некоторые новые формы сотрудничества в целевых областях, которые находятся на стыке. С целью углубления трактовки геоинформационной парадигмы прибегают к выяснению некоторых сущностных понятий, таких как терроризм, кризис, конфликт.
Ключевые слова: *информация, СМИ, геополитика, глобальное пространство, геоинформационная парадигма, кризис, конфликт.*

Introducere

Majoritatea autorilor care au analizat comunicarea în societatea internațională converg în opinia că esența procesului de comunicare rezidă în deplasarea, transferul sau transmiterea informației de la un participant la altul. Specificul procesului dat constă în faptul că la diferite niveluri de comunicare apar/intervin noi actori în câmpul/spațiul informațional: de la indivizi, grupuri sociale și partide - la un tip aparte de actori în cazul comunicării regionale/internaționale: state, organizații regionale/transnaționale din varii domenii - de la cele comerciale până la cele de ordin politico-militar sau non-guvernamental [1, p. 75].

Dacă prin comunicarea mediatică este efectuat transferul informațional, prin intermediul căruia se transmit intenţionat şi direcţionat mesaje cu un conţinut ce se realizează într-un câmp sau „într-un spaţiu de acţiune bine definit, într-o anumită perioadă de timp" [2, p. 131], apoi comunicarea internațională se realizează între opinia publică mondială și actorii de care depind marile evenimente, inclusiv cele ce țin de geopolitică și geostrategie. În acest context, comunicarea internațională este axată pe atingerea unui obiectiv dual: înțelegerea și pacea internațională, pe de o parte, și competiția loială (confruntarea hibrid) a actorilor de pe arena mondială, pe de altă parte" [3, p. 99]. De remarcat, că opinia publică mondială, amplificată de comunicarea mediatică, se află mereu într-un proces de coagulare, devenind cu timpul o adevărată forță, de care vor trebui să țină cont cei care vor guverna lumea. O altă valență a conceptului de comunicare internațională se referă la comunicarea diplomatică, aceasta având loc între oficialitățile unor state diferite, caz în care foarte important este limbajul diplomatic și de protocol [4, p. 38].

Comunicarea mediatică și, în acest context, cea de masă, a însoțit permanent și a relatat pe larg și explicat evenimentele, uneori dramatice, geopolitice și geostrategice, în procesele în care a fost implicată de-a lungul anilor în circumstanțe ge ordin local, regional, dar și internațional/global. Lucrurile nici nu puteau să se întâmple altfel, deoarece la izvoarele apropierii dintre geopolitică și mass-media în cadrul reflectării problematicii internaționale, a dezvoltării

și elucidării fenomenelor geopolitice și geostrategice, s-a produs implicarea, alături de reprezentanții publicațiilor periodice ale timpului, a mai multor geopoliticieni de marcă, unii ca jurnaliști profesioniști, alții după vocație, fiind corespondenți, autori, redactori sau editori ai publicațiilor pe teme geopolitice: Friedrich Ratzel, Karl Haushofer sau Yves Lacoste (ultimul în anul 1976, a fondat în Franța revista „Herodot" unde, pentru prima data în Europa postbelică, au început să fie publicate cu regularitate texte de factură geopolitică, redactorul-editor manifestând stoicism și poziție civică în ceea ce privește reabilitarea geopoliticii ca știință).

Mass-media în contextul geopoliticii

Chiar dacă comunicarea internațională se desfășoară simultan pe mai multe niveluri: interumană; de la stat/guvern la stat/guvern și de la stat/guvern către opinia publică a altei țări, cel de al treilea nivel al comunicării respective se realizează prin intermediul „mijloacelor tehnice de diseminare a informațiilor, de la cele devenite deja clasice, cum ar fi emisiunile de radio și televiziune până la cele mai moderne - Internetul [5, p. 11]. În același timp, prin asumarea misiunii de a anunța şi relata „ceea ce s-a petrecut", dar şi „ceea ce se poate întâmpla" (F. Balle), ziarul a devenit „rugăciunea laică de dimineață a omului modern", fiind interpretat de acum înainte ca un „început al erei informaticii" [6], care acum continuă, favorizată de comunicațiile prin satelit, cu tehnologiile ce asigură difuzarea şi recepționarea informaţiei cu viteza luminii, comprimând, dar, totodată extinzând la maximum spaţiul difuzării. Actualmente, posturile radio și TV, chiar dacă sunt intitulate naționale sau regionale, datorită tehnologiilor comunicaționale performante, reușesc să disemineze informația în spații extrem de largi, departe de frontierele țării de origine. În acest context, comunicarea este influențată de cel puțin trei factori: interesul național; cultura jurnalistică statornicită în interiorul unei națiuni și politica editorială a principalilor vectori de transcendere a informațiilor [7]. Acești factori, conform opiniei specialiștilor, contribuie la formarea discursului mediatic național în fluxul global comunicațional, determinând solicitări statelor mari ale lumii să elaboreze programe strategice privind coordonarea procesului în cauză. Astfel, E. Goldman, fost consilier strategic al Departamentului de Stat al SUA, consideră că la baza comunicațiilor strategice se află gestionarea percepției, în care rolul cel mai important ar trebui să fie coordonarea fluxurilor de informații, a ideilor, a acțiunilor și a deciziilor, menite să permită percepția publicului țintă în conformitate cu obiectivele politicilor publice. Respectiv, comunicațiile devin strategice în condițiile când:

- mesajele cheie sunt adaptate pentru mai multe categorii de public-țintă diversificat (nu pentru un public nedeterminat sau, dimpotrivă, pentru o audiență îngustă);
- comunicarea se desfășoară continuu pe o durată lungă de timp (nu episodic sau doar la un moment dat);
- comunicarea este axată pe interesele și nevoile beneficiarilor de mesaje (mai puțin ale emițătorilor);
- mesajele cheie, deciziile și acțiunile sunt structurate și coordonate într-o singură cheie pentru atingerea obiectivelor strategice [8].

Creșterea rolului și sporirea cantității de informații necesare susținerii vieții societății umane și a procesului de dezvoltare și îmbunătățire a tehnologiei de acumulare și diseminare a informațiilor cu ajutorul comunicării mediatice a dus la redimensionarea geopolitică a spațiului informațional global. Raportarea la spațiul informațional global, din punct de vedere geopolitic, comportă înțelegerea acțiunii comunicaționale produse concomitent atât în spațiul autentic de informație creat de natură în sine, cât și în spațiul format ca o reflectare a naturii și a societății

în conștiința comunității umane. Informațiile sociale, asociate cu dezvoltarea și transformarea naturii și a societății în interesul umanității, constituie o resursă informațională semnificativă a omenirii. La procesul de formare și dezvoltare a spațiului geopolitic informațional global contribuie mai mulți factori. În numărul lor se înscriu:

a) *factorii economici,* care sunt legați de necesitatea dezvoltării economice și a schimbului de informații despre bunuri, servicii, piețe etc. Fără aceasta nu se poate dezvolta nicio economie națională fapt ce a determinat creșterea volumului de informație, dar și a vitezei de transmitere a ei;

b) *factorii politici*, care sunt condiționați de nevoia de interacțiune cu lumea înconjurătoare și cu alte țări, cât și de activitatea și dezvoltarea statului în cadrul sistemului existent al relațiilor internaționale, orientat spre principiul „echilibrului de putere", și solicitând neîntârziat conducerii politice să evidențieze și să conștientizeze problemele ce țin de relațiile internaționale, situația social-politică din alte țări, modalitățile, formele și metodele de influențare a proceselor internaționale pentru a favoriza promovarea intereselor național-statale. Odată cu dezvoltarea sistemului de relații internaționale, serviciile diplomatice au contribuit din ce în ce mai activ la formarea spațiului geopolitic informațional global;

c) *factorii culturali,* care sunt legați de necesitatea dezvoltării societății prin schimbul și îmbogățirea reciprocă dintre diverse culturi. Dezvoltarea relațiilor interculturale și sporirea cantității de informație disponibile pentru un astfel de schimb au făcut necesară extinderea fluxurilor de informații și integrarea lor într-un singur spațiu geopolitic informațional global;

d) *factorii de natură științifică și tehnică*, care nu numai că au solicitat de urgență un larg schimb de informații privind cele mai recente realizări în domeniile nominalizate între diferite țări și popoare, ci și, pe măsură ce s-au dezvoltat, au oferit mijloacele necesare pentru extinderea posibilităților de transmitere a informațiilor cu privire la toate tipurile de cunoștințe; e) *factorii emoționali și psihologici,* care se află în însăși natura omului și îi stimulează curiozitatea [9, pp. 62-64]. În mod evident, acești factori sunt esențiali în crearea unei industrii atât de puternice, denumită uneori și „a patra putere", care tinde spre dominarea minților umane - mass-media, inclusiv, în cadrul „paradigmei geoinformaționale" [10, p. 160].

Desigur, situațiile discutate nu se pretează nicidecum unei interpretări univoce. Comunicarea mediatică nu numai influențează spațiul geopolitic informațional global, dar, la rândul ei, este determinată de particularitățile și trăsăturile mediului internațional. „Se vorbește, adesea, de caracterul sistemic al mediului internațional, dar acesta există, în fapt, doar la modul ideal. În practica internațională statele nu se comportă ca elementele unui sistem legate între ele prin structuri și relații predeterminate" [11, pp. 77-78]. Aceasta are loc din motivul că „statele sau alt tip de actori au interese specifice, culturi politice diferite care în multe situaţii intră în contradicţie cu normele etice, politice şi juridice consacrate în dreptul internaţional. Din această perspectivă, realiştii au dreptate când afirmă că principala caracteristică a politicii internaţionale este anarhia" [12, pp. 163-164]. Este firesc ca astfel de supoziții să influențeze și procesul de comunicare mediatică, aflată în serviciul actorilor din câmpul/spațiul geopolitic regional/global. Prin urmare, am putea fi de acord cu părerile specialiștilor în privința tendinței spre caracterul selectiv al comunicării, al faptului că „un stat va comunica mai intens și mai eficient cu alți actori din regiuni geografice de interes pentru el, și mai slab sau deloc cu actori din alte regiuni" [13, p. 78].

Conform logicii relațiilor internaționale, regulile și normele devin obligatorii în măsura în care statele și guvernele se obligă să le respecte. În atare

împrejurări și comunicarea mediatică geopolitică în calitatea ei de comunicare ce se manifestă în mediul internațional, fiind determinată în mare parte de comportamentul actorilor clasici, state și organizațiile internaționale, are în centrul atenției un spectru larg de probleme majore, începând cu acțiunile ce vizează un vast perimetru - de la menținerea păcii pe Pământ și până la lupta de preîntâmpinare/conciliere între părțile beligerante, în cazul unor conflagrații și dezastre regionale sau internaționale. În interiorul acestui perimetru/mediu, fluctuant și în permanentă schimbare, coexistă și alte forme ale comunicării, în funcție de natura actorilor implicați în acest proces, cum ar fi: politică, economică/de afaceri, culturală, ecologică, sportivă, culturală/spirituală.

Transformările care au avut loc în mediul geopolitic sub impactul globalizării, modernizarea mijloacelor de comunicare sub aspect tehnologic au influențat și au produs schimbări de proporții și în sfera comunicării mediatice. Astfel, în societatea informațională, în care principalul capital reprezintă informația utilă din punct de vedere social, ia naștere un tip de spațiu informațional calitativ nou, determinat de globalizare [14]. În acest context, sarcina geopoliticii constă în a se asigura că statul se află în posesia celor mai valoroase elemente ale spațiului social de interes strategic și pe această cale să obțină acces nelimitat la cea mai importantă resursă a societății contemporane - informația.

Cronologic vorbind, după noi, în evoluția sa, geopolitica în ipostază de știință, dar și ca metodă aflată în serviciului mass-mediei de investigare și cercetare a domeniului geografico-politic regional și internațional, a cunoscut, cel puțin, trei perioade semnificative de repoziționare, care au adus cu sine schimbări substanțiale vizând strategiile și tacticile de abordare mediatică a problematicii geopolitice. Referitor la prima etapă, considerăm că a fost determinată de „atragerea" și „punerea", prin concursul oamenilor de știință din domeniu, în serviciul ideologiei fasciste, care, așa cum remarcă specialiștii, a însemnat catalizatorul începutului celui de al Doilea Război Mondiial, făcându-i pe mulți să o califice drept„ stiință burgheză, reacționară", fapt ce a condus la compromiterea ei timp de câteva decenii în mai multe state din Europa, inclusiv URSS. Cea de-a doua perioadă a repoziționării, dar și a declinului continuu al geopoliticii a fost dictată de urmările conflagrației mondiale și de perioada „războiului rece" în contextul sistemului bipolar al lumii și a confruntării ideologice și geopolitice dintre țările „lagărului" socialist în frunte cu URSS, pe de o parte, și Statele Unite ale Americii, pe de altă parte. În acest segment de timp repoziționarea geopoliticii a avut un impact major asupra mass-mediei, schimbând politica lor editorială, vectorul abordării și explicării de către presa scrisă, radio și televiziune a problematicii internaționale. La rândul său, și mass-media, prin reciprocitate, și-a lăsat amprentele asupra geopoliticii, fiind antrenată, practic, plenar în confruntări ideologice, acreditând drept metode de luptă în atingerea obiectivelor geostrategice scontate de către sistemele beligerante, propaganda politică, manipularea și dezinformarea opiniei publice. Aceste acțiuni au condus la încordarea relațiilor dintre cele două puteri nucleare ale lumii în anumite zone de interes militar și strategic pentru ele, determinând escaladarea goanei înarmărilor în lume. A treia perioadă de repoziționare a geopoliticii a început în anii "90 ai secolului trecut, după colapsul URSS și destrămarea blocului militar al Tratatului de la Varșovia în care fusese înregimentate țările „lagărului" socialist. De aici înainte, prin instalarea unei Noi Ordini Mondiale, unipolare, impuse de Statele Unite, războiul și comunicarea trasează itinerarul spre războiul informațional, dând uitării teoriile și previziunile lui Samuel P. Huntington referitor la „ciocnirea civilizațiilor" [15] și ale lui Francis. Fukuyama, privind „sfârșitul istoriei" [16], idei, rezultate dintr-o analiză provocatoare și profetică, lansată de acești doi autori, asupra politicii

mondiale și societății informaționale și ale dezvoltării cunoștințelor după căderea comunismului, la fel cum nu a fost dată însemnătatea cuvenită și nu a fost căutat răspunsul cuprinzător la marea provocare a secolului XXI: cum să fie construită ordinea mondială într-o epocă în care abundă perspective istorice divergente, conflictele violente, extremismul ideologic, iar tehnologia cunoaște un avânt fără precedent, înaintată de autorul american Henry Kissinger [17], precum și afirmațiilor lui Zbignew Brzezinski, care sublinia că „destrămarea și prăbușirea Uniunii Sovietice a fost ultima treaptă în ascensiunea rapidă a unei puteri din emisfera vestică - Statele Unite ale Americii - ca singura și, de fapt, de fapt unica putere cu adevărat globală" [18, p. 13].

Mai receptivă la cataclismele la care a fost supusă geopolitica s-a dovedit a fi mass-media. Acceptând aceste „jocuri pe scena lumii" [19], mass-media vine să convingă că nu este vorba doar de „o metaforă teatrală shakespeareană sau una poetică eminesciană, atunci când contemplăm zilnic la televizor imagini din teatre de război sau din săli de negocieri diplomatice", și că ea este antrenată plenar în „lupta în războiul informațional" [20]. Contrar faptului că transformările mediului geopolitic internațional au deschis calea omenirii către alte valori: pace și apărarea drepturilor omului, mass-media tot mai frecvent acreditează în activitatea cotidiană noțiunea de „război", apropiată geopoliticii, tot așa cum și specialiștii care investighează comunicarea mediatică adaugă la calificativul încetățenit *războiul informațional,* și alte tipuri de război *cibernetic, psihologic, mediatic, economic, cosmic, cultural și, desigur, războiul hibrid.* Oarecum, este îndreptîțită această atitudine a mass-mediei, dacă luăm în calcul că tot mai des jurnaliștii și instituțiile media sunt puse față în față cu războaiele reale: războiul de la Nistru, războiul din Georgia, războiul din Irak, războiul din Siria, și acum, războiul din Ucraina. Astfel, prin modul de abordare și tratare a războaielor, a actelor teroriste, a conflictelor și crizelor, mass-media modifică reprezentarea conflictualitatii din arena globală a lumii, întrând în drepturile ei depline de actor al spațiului geopolitic contemporan.

Actualmente, mass-media tratează / interpretează problematica geopolitică, utilizând în mod activ concepte care provin din științele militare, cum sunt: *frontieră, zona-tampon, balanța forțelor, bloc continental, formațiune paramilitară*, *război informațional, război hibrid,* precum și categoriile filosofico-politologice *idee națională, civilizație, identitate națională*, însă principalul element în geopolitică rămâne a fi conceptul de *interes național*, la care se circumscriu toate celelalte interese, inclusiv cele politice, din care face parte și securitatea spațiului informațional [21]. Aceasta și din motivul că, spre exemplu, categoria geopolitică „extindere", care ar însemna acapararea de noi teritorii sau crearea de sfere militare și politice de influență, poate fi materializată nu numai pe calea aplicării forței armate și pe cale economică, comercială, ideologică, dar tot mai des și pe cale informațională. Nu întâmplător, comunicarea mediatică a împrumutat de la știința geopolitică unele categorii speciale, din numărul lor făcând parte și „geostrategia", care denotă întregul spectru al analizei geopolitice: raportul de forțe și semnificația statelor pe arena internațională, posibilitatea unei ofensive strategice, dar și capacitatea de apărare strategică, strâns legate de cele mai multe ori cu strategiile și tacticile de manipulare, dezinformare, propagandă mediatică etc.

Tradițional, actorii clasici ai scenei internaționale au dezvoltat de-a lungul timpului o comunicare/ dialog, care, în mare parte, este de tipul „stimul-reacție". Din această perspectivă comunicarea poate avea două forme: directă și indirectă. „Comunicarea directă se realizează prin formele instituționalizate ale statelor sau actorilor neclasici și acoperă toate domeniile de interes de la politic la economic, de la cultură la sport și artă", în timp ce „comuni-

carea indirectă apare frecvent prin discursul politic al șefilor de stat și de guverne, ale diplomaților cu rang superior sau, mai nou, prin „ produsele" PR, ce funcționează în cadrul acestor instituții cu atribuții în politică externă. Acest tip de comunicare apare frecvent și prin intermediul mass-mediei. De multe ori, în situații de criză sau de conflict, mijloacele de informare în masă sunt primele care informează opinia publică nu numai despre ceea ce se întâmplă, dar și despre „poziția" pe care diferiți actori o au față de evenimente" [22, p. 87].

Profeția, lansată cu ani în urmă de E. Morin, cum că „lumea a căzut în mâinile mass-mediei" a devenit azi un adevăr îngrijorător, firește, prin consecințe. Astfel, ca produs al mass-mediei, masa planetară la care face referință E. Morin, este o realitate evidentă; prin convergența pieţelor și „eroziunea electronică" a planetei se produce instalarea unui totalitarism specific al mediei (Ignacio Ramonet l-a calificat drept „Tirania comunicării" [23]) care, „cu suportul tehnologiilor", tot mai mult „colonizează sufletul uman" cu „mărfurile culturale pe care le afișează" [24, pp. 15-16]. Oricum, chiar dacă globalizarea mass-mediei conduce la ideea că lumea din mediul internațional global este la curent cu ce se întâmplă în acest mediu în timp real, politologii și specialiștii în comunicare atenționează că „predominanța mijloacelor de comunicare în masă și în special a televiziunii în societatea internațională contemporană nu înseamnă mai multă comunicare și mai ales mai multă informație". Potrivit lui Giovanni Sartori, „O cunoaştere prin imagini nu e o cunoaştere în sensul cognitiv al cuvântului", deoarece aceasta, în loc să răspândească cunoaşterea, mai mult îi erodează premisele" Deși se spune că trăim într-un sat global „ satul este global doar pe jumătate și deci nu e deloc global. Telecamera intră cu ușurință și în mod liber în țările libere; ea intră puțin și cu precauție în țările periculoase" (cu libertate moderată), „și nu intră defel în țările lipsite de libertate" [25, pp. 69-70].

La etapa actuală, reprezentările și percepțiile, pe care le are opinia publică despre evoluțiile geopolitice, aproape în totalitate sunt produse ale comunicării mediatice [26, p. 294]. Instituțiile media sunt angajate în producerea, reproducerea și distribuirea informației și a cunoașterii în sensul cel mai larg al seturilor de simboluri, care își găsesc reflectare în experiența vieții sociale [27, p. 51]. După scopurile și interesele pe care autorii le urmăresc în procesul de comunicare aceasta poate reprezenta aspecte diferite: propagandă, manipulare, dezinformare, înșelare etc. Sunt forme de comunicare care au coexistat cu alte tipuri de comunicare, mai ales pe timpul crizelor și conflictelor [28, p. 90]. Din aceste considerente este foarte dificil astăzi pentru consumatorul de informație să distingă între relatarea *mediatică*, cea *politică* sau *militară* concretă. De altfel, specialiștii în materie demult acreditează părerea că, de fapt, criza nici nu există în lumea reală, ci numai în discurs. „Ea prinde viață numai după ce a fost descrisă în cuvinte. O anumită situație devine o situație de criză doar după ce a fost etichetată astfel, iar această etichetare este făcută de mass-media" [29, p. 21].

În secolul „comunicării planetare" [30, p. 10] se constată că se comunică mai puţin decât înainte, oamenii izolându-se din ce în ce mai mult. Un ziar din SUA, într-un articol, intitulat „Izolarea creşte prin folosirea Internetului", sublinia acest paradox.

O eroare gravă este şi aceea că se pleacă de la ideea că toţi consumatorii de hrană informaţională înţeleg ceea ce li se oferă/transmite. Or, pe de o parte, imperativul vitezei circulaţiei informaţiilor face imposibilă funcţionarea democratică a opiniei publice prin lichidarea judecăţii, în favoarea reflexului, iar pe de altă parte, oamenii, deşi trăind în aceeași epocă, din punct de vedere intelectual nu sunt în mod necesar contemporani între ei, pentru a reacţiona relativ unitar, astfel încât opinia publică se transformă într-un instrument în mâinile unor forţe de multe ori obscure. Dar ceea ce este mai grav este

încălcarea uneori a acţiunii profesionale prin trucaje de reportaje - de anchete prin care se scenarizează „o realitate" inexistentă - în scopul obţinerii unui efect spectacular, un rafinament artistic care să compenseze lipsa de sinceritate. Anumite tele- revoluţii/ conflicte armate interstatale sunt considerate excelente cazuri de şcoală de propagandă şi au făcut obiectul a numeroase studii a unor centre de cercetare specializată în politici de dezinformare [31, p. 358].

Manifestându-se la momentul apariției ca știința „activității politice într-un spațiu natural" [32, p. 152], geopolitica, contrar faptului că a fost supusă revizuirii critice (de unde și conceptul de „geopolitică critică", cu referire la geopolitica, având patru fațete interconectate: geopolitica populară, geopolitica formală, geopolitica structurală și geopolitica practică), a renăscut la începutul secolului XXI într-o știință analitică interdisciplinară.

Mai mult, ea este la îndemâna mass-mediei ca instrument esențial privind analiza, interpretarea și prognozarea dezvoltării/evoluției lumii. Pe această cale, geopolitica devine o parte integrantă a culturii generale pentru orice individ care aspiră să participe activ la viață social-politică a țării. De altfel, mass-media a fost cea care a înțeles înaintea politicienilor că fără reprezentările geopolitice despre lume nu pot fi apreciate/explicate fenomenele social-politice, economice, culturale în spații multidimensionale extinse. Dacă până la apariția spațiului mediatic în câmpul geopolitic rivalitățile geopolitice erau de forma A-B, apoi acum între A și B a apărut un actor AB/media, care influențează rezultatul disputelor [33, p. 93].

În opinia cercetătorilor ruși, „fundamentul metodologic al celei mai noi geopolitici este geofilosofia" [34] - filosofia spațiului Terrei, un spațiu multidimensional al naturii, al omului și al societății, dominat de evenimente. Acest lucru face posibilă disputa despre folosirea creativă sau distructivă a energiei umane, adică și a mass-mediei, ca vehicul al transformării geopolitice și a ordinii mondiale. Spațiul geografic este finit, dar gândirea nelimitată a omului creează noi stări, viziuni și noi modalități de tratare a evenimentelor. Această ipoteză a fost formulată încă de grecii antici. Statul nu este geografie, ci o structură social-politică, bazată pe energia umană, unde se regăsesc elementele unei mari triade: natură/cosmos - polis - individ / sufletul omului.

Puterea de informare prin mijlocirea neinformării, subinformării şi, chiar a dezinformării devine o putere exorbitantă de care profită nu numai politicienii, dar și jurnaliștii, care, se pare, acceptă ideea că cincizeci de persoane capabile să monteze relatarea despre o întâmplare, transmisă timp de cinci minute la televiziune, poate avea acelaşi efect politic ca acela ce l-ar produce 500.000 de manifestanţi. Noam Chomsky se întreba chiar, ce tip de imagine a lumii creează aceşti intelectuali şi pentru ce? [35]. Notoriul savant admite că se creează astfel o masă stupidă de indivizi care pot fi cu uşurinţă dirijaţi de oameni inteligenţi. Fiindcă noua eră comunicațională consacră triumful informaţiei instantanee prin radio şi televiziune, astfel încât viaţa politică şi acţiunile de anvergură par a fi puse în scenă într-un stat-spectacol [36, p. 372].

Schimbările care au loc în plan geopolitic sunt însoțite de crize și conflicte sociale, care de cele mai multe ori schimbă datele problemei și în privința comunicării internaționale/geopolitice. Principalele caracteristici ale unei crize internaţionale recunoscute în mediul cercetătorilor strategiei şi geopoliticii şi care o diferenţiază de starea de normalitate sunt: existenţa unor interacţiuni generatoare de conflict între părţi; ameninţarea valorilor fundamentale ale unui stat/organizaţie; probabilitatea ridicată de apariţie a unor acţiuni militare ostile; gradul înalt de surpriză şi incertitudine; existenţa unui timp foarte scurt la dispoziţie pentru pregătire şi/sau răspuns [37].

În afară de crize, pe plan global/regional/local se manifestă și conflictele. Într-o accepție comună, conflictul este o relație interactivă și antagonistă a unor

actori sociali - organizații și comunități. Conflictele pot fi: *politice*, care se referă la administrarea puterii, care atrage foarte multă lume; *militare*, care pot fi violente și sângeroase, ca o consecință a conflictelor politice; *etnice*, în care relația de identitate pe care o reclamă diferite grupuri și comunități culturale devine foarte tensionată, aducând în stare de alertă toată comunitatea, menținându-se pericolul de „război civil"; *religioase,* care sunt de lungă durată, asemănându-se de multe ori după tensiune cu conflictele entice; *economice*, care se referă la competiția pentru resurse, deoarece omul este dependent de resurse, iar resursele sunt limitate.

Tocmai crizele și conflictele de proveniență social-politică prezintă interes sporit pentru presa scrisă și audiovizual, iar mai nou - și pentru internet, în contextul examinării problematicii geopolitice. Din numărul lor fac parte: *conflictele militare internaționale*, unde alături de state se reproduc/manifestă în calitate de actori și sursele mediatice, care iau în dezbatere problemele de interes major pentru public, vizând securitatea comunităților și a indivizilor; *mișcările de eliberare națională*, care sunt considerate legitime, având loc între armata unui stat, care ocupă teritoriile și administrează comunități ale altui stat sau părți ale altui stat; *revoluțiile anti și post comuniste*, care au loc între părți ale populației, comunități, grupuri sociale din interiorul unui sistem social, nemulțumite de modul și de ritmul de dezvoltare a societății. În calitate de subiecte pentru comunicarea mediatică apar și alte crize și conflicte, referitoare la loviturile de stat, crize ale politicii guvernamentale etc.

Una din problemele de bază asumată în ultimul timp de comunicarea mediatică este combaterea acțiunilor și activităților teroriste. Practica contemporană demonstrează că terorismul este un flagel care lovește oriunde, oricând și pe oricine, orice stat, oricât de puternic sau de slab ar fi. În același timp, din 11 septembrie 2001, când SUA au „descoperit" terorismul internațional, „rolul mass-mediei în promovarea fricii a devenit mult mai pronunțat" [38, p. 372]. Efectele indezirabile ale acțiunii mediatice pot proveni, astfel, din abundență de informații sau, în egală măsură, din omiterea conștientă a informației [39, p. 138] vizând, în cazul nostru, fenomenul terorismului sau manifestații anti-teroriste, intens reflectate de toate instituțiile mediatice.

Acțiunile teroriste sunt cele mai vizibile pentru că ele solicită vizibilitate publică. Nimeni nu comite o acțiune teroristă în mod discret. Toate acțiunile teroriste sunt spectaculoase în sensul punerii în „spectacol", regizate, bine gândite cu mult timp înainte. Sunt aduse într-o majoră vizibilitate publică de către sistemul de comunicare mediatică, iar teroriștii mizează pe acest lucru [40, p. 53]. Aici intervine un concept nou, acela de *ad-terorism*, care este reclama sau publicitatea terorismului, o formă de comunicare, făcută prin intermediul mass-mediei, de către teroriști, cu intenția de persuasiune și teroare.

In acest context, obține rezonanță problema dublei misiuni a jurnaliștilor: de a informa și de a menține o anumită conduită etică. În timp ce prima cerință este satisfăcută din plin prin „bombardamentul informațional", a doua coordonată lasă de dorit. Astfel, comunicarea mediatică rămâne pentru teroriști una dintre armele cele mai de temut și, totodată, cele mai puternice de sensibilizare a guvernelor care nu împărtășesc conceptele lor. În acest caz este important ca publicul să poată filtra informațiile primite, să știe să distingă între ceea ce este adevărat, ceea ce este fabricat și ceea ce este distorsionat. Nu întâmplător, cercetătorii fenomenului mediatic contemporan vorbesc cu îngrijorare despre faptul că mass-media „neglijează tot mai persistent discernământul în formarea ofertei informaționale, evidențiază fenomenele nu în funcție de importanța lor reală pentru om, accentuează în mod vădit negativismul, reliefează teme pe care în mod artificial le califică drept stringente. În consecință, oferta in-

formaţională creează un tablou distorsionat al realităţii, tot mai des face uz de potenţialul manipulativ al informaţiei şi, la rândul său, se lasă influenţată de respectivul potenţial, „ascuns” în evenimentele pe care le reflectă” [41, p. 27].

Concluzii

Concluzionând, reiterăm faptul că în prezent comunicarea mediatică dispune de un vast teren de activitate și afirmare în noile condiții ale repoziționării geopoliticii, privind informarea și activitatea de explicare audienței a transformărilor ce au loc în mediul internațional, sugerându-le maselor pe această cale comentări ale pozițiilor și posibile modele de comportament. Devenind tot mai tehnologizată, mass-media face ca spațiul geopolitic regional și global să se comprime, propunând publicului informații operative despre cele mai relevante evenimente internaționale care pun în evidenţă caracterul tot mai mondializat al relaţiilor sociale. În acest context numai o colaborare strategică și la mai multe niveluri dintre mass-media și geopolitică poate asigura informarea operativă și echidistantă a publicului interesat de procesele și fenomenele care au loc pe glob. Într-o societate informațională globalizată multe din problemele de ieri rămân în continuare actuale pentru mass-media: apărarea păcii, eradicarea sărăciei, protejarea mediului ambiant, reducerea spiritului militarist, asigurarea securității naționale și internaționale, apărarea drepturilor omului. Și în această activitate multidirecțională mass-media urmează să țină în calcul faptul că unipolaritatea tot mai mult în ultimul timp gravitează spre multipolaritate în lume, care, la rândul ei, va determina noi schimbări ale ecuației geopolitice, lăsându-și amprente și asupra comunicării mediatice și a mass-mediei ca una din componentele ei de bază.

Referinţe bibliografice

1. HLIHOR, Constantin, CĂPĂȚÂNĂ, Ecaterina. *Comunicarea în conflictele şi crizele internaţionale.* București: Editura Comunicare. ro, 2007. 284 p. ISBN 978-973-711-236-1.

2. BONDREA, Aurelian. *Sociologia opiniei publice şi a mass media.* București: Editura Fundației „România de Mâine”, 1997. 309 p. ISBN 973-582-024-2.

3. MARIN, Constantin. *Comunicarea internațională.* Chișinău: CEP USM, 2017. 369 pag. ISBN 978-9975-71-922-3.

4. RUS, Flaviu Călin, *Introducere în ştiinţa comunicării şi a relaţiilor publice.* Iași: Institutul European, 2002. 102 pag. ISBN 978-9736-11-218-8.

5. HAMELINK, Cees. *World Communications: Disemprowerment and Self Emprowerment*. London: Bloomsbury Academic, 1995. 168 p. ISBN 978-1856-493932.

6. BALLE, Francis. *Dictionnaire des médias*. Paris: Larousse, 1998, 320 p. ISBN 978-2037-203-27-2.

7. ARCHETTI, Cristina. *What Shapes the News? The Elite Press and the Framing of 9/11in the US, France, Italy, and Pakistan: teză de doctorat.* Leeds: The University of Leeds Institute of Communications Studies (ICS), 2007, pp. 33-34.

8. GOLDMAN, Emily. *Strategic Communication: A Tool for Asymmetric Warfare.* In: [resursă electronică]: Small Wars Journal [site]. Publicat 6 octombrie 2007: http://smallwarsiournal.com/blog/strategic-communication-a-tool-for-asymmetric-warfare (Accesat 07.05.2021).

9. МИХАЙЛОВ, Вячеслав А. (коорд.). *Геополитика.* Москва: Изд-во РАГС при Президенте РФ, 2007. 367 p. ISBN 978-5-7729-0254-7.

10. LESCU, Mihai. *Mass-media și informația geopolitică.* In: Moldoscopie, 2020, N 2, pp. 156-168. ISSN 1812-2566

11. HLIHOR, Constantin, CĂPĂȚÂNĂ, Ecaterina. Op. cit.

12. WALTZ, Kenneth N. *Omul, statul şi războiul.* Iași: Institutul European, 2001. 295 p. ISBN: 973-6111-77-6.

13. HLIHOR, Constantin, CĂPĂȚÂNĂ, Ecaterina. Op. cit.

14. MORARU, Victor, LESCU, Mihai. *Impactul globalizării asupra activității mass-mediei.* In: Revista de Filosofie, Sociologie și Ştiinţe Politice, 2016, N 2, pp. 161-168. - ISSN 1975-2294.

15. HUNTINGTON, Samuel P. *Ciocnirea civilizatiilor*

si refacerea ordinii mondiale. Chișinău: Litera, 2018. 672 pag. ISBN 978-6063-332-93-7.

16. FUKUYAMA, Francis. *Sfârşitul istoriei şi ultimul om*. București: Paideia, 1997. 352 p. ISBN 973-9131-33-6.

17. KISSINGER, Henry. *Ordinea mondială*. București: Editura: RAO, 2021. 456 pag. ISBN 978-606-006-523-4.

18. BRZEZINSKI, Zbignew. *Marea tablă de șah. Supremația americană și imperativele sale geostrategice.* București: Univers enciclopedic, 2000. 247 pag. ISBN 973-9436-24-2.

19. MALIȚA, Mircea. *Jocuri pe scena lumii. Conflicte, negocieri, diplomație.* București: Editura: C.H.BECK, 2007. 362 p. ISBN: 978-973-115-053-6.

20. KENNETH, Payne T. *The Media as an Instrument of War.* In: Parameters. Journal of the US Army War College, 2005, Vol. 35, N 1, pp. 81-93. ISSN 0031-1723.

21. LESCU, Mihai. *The information security of the Republic of Moldova in the current geopolitical processes.* In: International Journal of Communication Research, 2022, Vol. 10, Issue 2, pp. 155-166. ISSN 2246-9265.

22. HLIHOR, Constantin, CĂPĂȚÂNĂ, Ecaterina. Op. cit.

23. RAMONET, Ignacio. *Tirania comunicării.* București: Editura Doina, 2002, 160 p. - ISBN 973-9193-40-4.

24. MORIN, Edgar. *L'esprit du temps. Essai sur la culture de masse.* Paris: Grasset, 1962, 280 pag. ISBN 978-2246-002-73-4.

25. SARTORI, Giovanni. *Homo videns. Imbecilizarea prin televiziune şi post-gândirea.* București: Humanitas, 2006, 170 pag. ISBN: 973-50-0976-5.

26. *Explozia. Percepţii române, iugoslave şi sovietice asupra evenimentelor din Polonia şi Ungaria*. București: Editura Enciclopedică, 1996. 468 p. ISBN 973-9243-08-8.

27. McQUAIL, Dennis. *Comunicarea.* Iași: Institutul European,1999, 272 p. ISBN 973-586-168-2.

28. HLIHOR, Constantin, CĂPĂȚÂNĂ, Ecaterina. Op. cit.

29. ȘTEFĂNESCU, Simona. *Media și conflictele.* București: Editura Tritonic, 2004, 232 p. ISBN 973-8497-90-6.

30. BEAUDICHON, Janine. *La communication, processus, formes et applications.* Paris: Armand Colin, 1999, 172 p. ISBN 2-200-25082-7**.**

31. PIGEAT, Henri, HUTEAU, Jean. *Déontologie des médias: institutions, pratiques et nouvelles approches dans le monde.* Paris: Economica/Editions UNESCO, 2000. 574 p. ISBN 92-3-203763-7.

32. KORINMAN, Michel. *Quand l'Allemagne pensait le monde.* Grandeur et décadence d'une géopolitique. Paris: Fayard, 1990, 414 p. ISBN 2-213-02469-3.

33. HLIHOR, Constantin, CĂPĂȚÂNĂ, Ecaterina. Op. cit.

34. ДЕРГАЧЕВ, Владимир А. *Цивилизационная геополитика* (Геофилософия). Киев: ВИРА-Р, 2004. 672 p. ISBN 966-7807-17-7.

35. CHOMSKY, Noam. *Intervenții.* București: Editura Vellant, 2008. 336 p. ISBN 978-9738-839-22-9.

36. MARTIN, Marc. *Médias et journalistes de la République.* Ed. Odile Jacob. Paris: Hachette, 1997. 494 p. ISBN 978-2738-172-82-2.

37. CIOLACU, Ion. *Cauzele crizelor și conflictelor internaționale.* In: Analele Universităţii Hyperion. Ştiinţe politice și sociologice. București: Editura Victor, 2012, pp. 161-171. ISSN 1844-4946.

38. ALTHEIDE, David L. *The mass media and terrorism.* In: Discourse and Communication, 2007, Vol. 1, Issue 3, pp. 287-308. ISSN 1750-4821.

39. MORARU, Victor. *Mass-media vs politica.* Chișinău: USM, 2001. 206 p. ISBN 9975-70-025-X.

40. MORARU, Victor (coord.). *Politica și comunicarea în tranziție.* Chișinău: IMM, 2006. 264 p. ISBN 978-9975-934-95-4.

41. MORARU, Victor (coord.). *Societatea și comunicarea în tranziție.* Chișinău: IMM, 2008. 392 p. ISBN 978-9975-934-58-9.