# IMPACTUL GLOBALIZĂRII ASUPRA ACTIVITĂȚII MASS-MEDIEI

# THE IMPACT OF GLOBALIZATION ON THE MEDIA ACTIVITY

**Victor MORARU**, ***doctor habilitat în ştiinţe politice,***
***Institutul de Cercetări politice şi Juridice al AŞM***

**Mihai LESCU**, ***doctor în ştiinţe politice,***
***Universitatea de Stat din Moldova***

**Summary**

*The article reveals the meaning of „globalization", as well as the importance of this process for the media activity, for the peculiarities of the national media coverage for events occurring abroad or relating to international relations. The paper highlights the main advantages and disadvantages of the impact of globalization on the media system. Particular attention is given to the authors as the impact of globalization on the Moldovan media, and lighting features of this theme in them. At the same time it analyzed the difficul assertion of the media system in the market economy and in the globalization circumstances.*

***Keywords****: globalization, international relations, influence of globalization, media-globalization, Moldovan mass media.*

În societatea contemporană, proliferarea discursului mediatic, mai mult ca în cazul altor tipuri de discursuri, se datorează impactului provenit din dezvoltarea tehnologiei şi comunicaţiilor. Din această perspectivă, discursul respectiv poate fi privit şi ca un discurs general, care descrie şi specifică la timpul prezent cunoştinţele şi credinţele care au fost, sunt şi ar trebui să fie, axate pe trecutul şi viitorul societăţii [1]. Discursul mediatic, în ansamblu, se referă la o serie de fenomene, generate de însăşi funcţia esenţială a mass-mediei, „integratoare şi principală" [2, p. 35]: medierea. Aceste fenomene se manifestă, tradiţional, prin:

- operaţiile lingvistice de „transpunere" (schematizare, selectare, determinare, modalizare);
- existenţa unei instanţe mediatoare (martorul, expertul, moderatorul);
- prezenţa unui suport de mediatizare;
- intenţionalitatea comunicativă (argumentare, precizare, explicare, narare) [3].

Prin intermediul discursurilor transmise publicului, mass-media fixează agenda opiniei publice, iar presiunea pe care aceasta o exercită asupra diferitor actori sociali face ca ea să fie cea care dictează atât subiectele ce intră în dezbatere, cât şi omiterea lor. Avem aici în calcul întregul diapazon tematic vehiculat în presa scrisă şi în audiovizual, subiectele impuse dezbaterilor publice, aflate, în mod firesc, într-o strânsă relaţie cu celelalte tipuri de discursuri, cel mai activ fiind, în acest context, discursul politic. În epoca noilor tehnologii, a super-vitezei difuzării informaţiei şi a proporţiilor de amploare ale proceselor de mediatizare, relaţia pe care sfera politică o stabileşte cu sfera mediatică este determinată de influenţa pe care o are una asupra celeilalte. Aflată la intersecţia



Revista Filosofie nr_2_2016.indd 161 19.10.2016 9:34:43

spațiului politic cu cel public și, implicit, comunicațional, comunicarea politică devine un câmp de studiu interdisciplinar, revendicat de semiologi, antropologi, lingviști, consilieri de imagine și comunicare, analiști politici, care își propun să realizeze, gestioneze și distribuie „realitatea politică" [4, p. 140].

În orice caz, realitatea nu poate fi definită ca un melanj de sectoare izolate: totul se află în interdependență, în orice moment o problemă de ordin social, cultural, economic poate deveni una marcată politic. Iar problematica politică pune în prim-plan conceptul de comunicare, deoarece la orice problemă pot fi găsite soluții ori, cel puțin, trasate căi pentru eventuale soluții, în urma discuțiilor și negocierilor. Dacă discursul mediatic pierde teren în fața celui politic, din cauza lipsei unui jurnalism de calitate, cel din urmă va reacționa prin manifestarea imediată a poziției în legătură cu tema în discuție.

Activitatea mediatică este cea care creează evenimentele, deoarece însuși rostul întrunirii politice constă în aducerea informației spre cunoștința publicului. Practica demonstrează că discursul politic, parte componentă a activității mediatice, se află la intersecția a trei tipuri diferite de relații, stabilite între jurnaliști, politicieni și public. Scopul său este reprezentat de formularea unei anumite interpretări a realității, care este mereu dependentă de câștigarea puterii sau de exercitarea ei, fie că evenimentele se derulează într-un stat, regiune interstatală sau intercontinentală. În opinia noastră, interacțiunea polivalentă dintre discursul mediatic, discursul politic (dar și dintre celelalte tipuri de discursuri) și opinia publică obține un ritm accelerat în contextul comunicării politice/geopolitice, dinamica căreia este modificată sub impactul globalizării.

Conceptul de globalizare este unul multiaspectual. Literatura de specialitate oferă conceptului respectiv o paletă largă de definiții. Dovadă este faptul că disciplinele economice tratează globalizarea din punctul de vedere al relațiilor financiare, dictate de cerere și ofertă; antropologia o examinează în raporturile ei cu individul; geografia și alte discipline înrudite ale acesteia o cercetează la nivelul cunoașterii particulare, iar științele politice și cele sociologice studiază teoriile gestionării problematicii globalizării ca pe un proces de interconectare a subiecților, structurilor și culturilor în context internațional.

Cu toate acestea, cel mai des fenomenele legate de procesul de globalizare sunt explicate și definite ca reprezentând preponderent produsul revoluției contemporane a tehnologiilor informației și comunicării. Paradigma în cauză, după cum remarcă specialiștii, deseori trece cu vederea rolul fundamental jucat în producerea globalizării de către factorul uman. Afirmarea, dezvoltarea/extinderea fenomenelor globalizării nu ar fi fost sortite izbânzii fără aportul deciziei politice, care a pus bazele unei infrastructuri politice în domeniu. Tocmai pe această cale a fost posibilă globalizarea comunicațional-mediatică, care, împreună cu cea economică, se află acum în serviciul transformărilor globale din celelalte domenii, precum cel cultural sau social.

Activitatea mediatică, pe care o înțelegem drept ocupație multidimensională privind elaborarea materialelor publicistice de diferite genuri și specii, a fost periclitată, de-a lungul anilor, de diverse evenimente/procese de ordin politic și social, care și-au lăsat amprentele atât asupra tematicii și calității materialelor, cât și asupra mesajului lor. În ultimele decenii, activitatea mediatică a devenit și mai vulnerabilă/schimbătoare/receptivă la presiunile factorilor politici și decizionali, dar și a celor tehnologici și social-economici, factorii respectivi determinând procesul globalizării, inclusiv, mediatice.



Revista Filosofie nr_2_2016.indd 162 19.10.2016 9:34:43

Fenomenul de globalizare contemporană a apărut după cel de-al Doilea Război Mondial, când:

✓ s-au creat condițiile polarizării lumii în două tabere diametral opuse;

✓ a apărut o nouă ordine politică mondială prin crearea Organizației Națiunilor Unite, care prin instituțiile și agențiile sale trebuia să asigure cadrul legal și instituțional al menținerii păcii și securității mondiale;

✓ procesul de decolonizare a condus la formarea unor state noi și independente în Africa, Orientul Mijlociu și Asia [5, p. 79-80].

Sfârșitul Războiului Rece a determinat încheierea primei etape a globalizării contemporane, iar manifestarea globalizării în perioada ulterioară Războiului Rece s-a deosebit printr-un puternic grad de instituționalizare, înlocuind diviziunea rigidă și bipolară a lumii cu multipolaritatea / regionalizarea.

Actualmente, globalizarea imprimă trăsături noi epocii, statele încetând de a mai fi entități plasate în afara mecanismului relațional mondial, fiind obligate să interacționeze pentru a-și asigura supraviețuirea/existența fizică și națională sau pentru a-și manifesta tentația spre supremație internațională. Practica demonstrează că aceste acțiuni ale globalizării contemporane sunt tot mai mult planificate și ordonate prin instrumente instituționale, articulate plenar la nivel interstatal și regional. Din această perspectivă, suntem în drept să afirmam că, altădată globală prin aspirațiile ei fenomenologice, globalizarea contemporană a ajuns la momentul din care urmează a fi privită și examinată ca proces social-politic.

Globalizarea ca proces social-politic, în viziunea mai multor autori, se identifică prin faptul că:

✓se manifestă prioritar la nivelul stabilirii anumitor caracteristici globale în domeniul politicii și guvernării statelor;

✓în permanență ține în raza sa de acțiune/influență toate sectoarelevieții sociale, de la economie la cultură și sport;

✓contribuie activ la schimbarea raportului de forțe în lume din bipolar în multipolar, puterea națională nemaiavând resurse pentru a-și impune propriile obiective de reglementare;

✓stabilește o nouă ordine mondială în care conducătorii corporațiilor transnaționale și a celor interstatale, prin acțiunile și puterea pe care le exercită asupra proceselor regionale și intercontinentale sunt recunoscuți ca actori politici, capabili să se implice/participe la mecanismul decizional mondial;

✓explică problemele ținând cont de situația internațională și de condițiile de care dispune fiecare națiune, preponderent prin comunicarea politică mediatică și prin *noile media*, adoptând o atitudine activă, care pornește de la valori și principii ce decurg din interesele și nevoile cu care se confruntă oamenii și națiunile.

În definitiv, caracteristicile globalizării contemporane „prezintă o certă continuitate: globalizarea contemporană este rezultatul unor transformări tehnologice și economice (ordine economică mondială mult mai liberală), al unor evoluții politice și mediatice; este indisolubil legată de modernizare (de aceea fiind văzută, deseori, ca expresie a intereselor statelor dezvoltate, capabile să susțină, financiar modernizarea); pentru prima dată, subiectul globalizării devine comunitatea internațională; globalizarea contempo-



Revista Filosofie nr_2_2016.indd 163 19.10.2016 9:34:43

rană se clădește pe o extinsă democratizare politică, ceea ce înseamnă că este asociată și cu libertatea cuvântului, libertatea de credință, presă liberă, dreptul de asociere liber consimțit; globalizarea presupune și dreptul de contestare, ceea ce în plan practic se traduce prin acceptarea sau neaccptarea ei" [6, p. 82].

Specialiștii disting două etape în evoluția globalizării, care este considerată un fenomen specific al ultimelor decenii. Prima etapă a avut loc în anii '50, '60 și '70 ai secolului al XX-lea. Caracteristicile ei esențiale constau în faptul că a fost condusă de guverne și a fost ghidată de decizii politice. Substanța procesului era asigurată de aranjamente comerciale, menite să diminueze taxele și, deci, și costurile produselor [7, p. 369].

Cel de-al doilea val al globalizării, afirmat cu putere în anii '90, se deosebește prin câteva caracteristici. El are la bază afirmarea unor tehnologii (microelectronica, computerele, robotica, telecomunicațiile). Este rezultatul „unei transformări tehnologice", care a și generat un nou tip de economie bazată pe cunoaștere. În această ordine de idei, actorii noului val nu mai sunt guvernele, ci corporațiile, care acționează la nivel global. Anume corporațiile au perceput forța noilor tehnologii, ele le-au și promovat, impunând noii vectori ai progresului. Deja procesul globalizării „este scăpat de sub controlul guvernelor" [8, p. 369]. Se consideră că țările dezvoltate nu pot nici măcar opta pentru o altă perspectivă. Ele au trecut deja de punctul din care s-ar mai putea întoarce.

În această ordine de idei, prezintă interes examinarea legăturii dintre comunicare, mass- media și globalizare. Abordările în acest domeniu sunt diferite: unii autori afirmă că evoluțiile din sistemul mass-media sunt rodul prefacerilor radicale intervenite în baza tehnologică a acestei activități, iar alții susțin că avem de-a face cu tendințe deja existente, care intră într-un nou stadiu de afirmare. Cert rămâne faptul că există o mare preocupare de a surprinde corelațiile și influențele reciproce dintre aceste procese și globalizarea. Actualmente globalizarea este văzută în două ipostaze: ca proces și ca scop, având menirea să ducă omenirea spre crearea unui *tot întreg* și la conștientizarea faptului că avem cu toții o soartă comună [9, p. 119].

Printre trăsăturile fundamentale ale globalizării experții disting următoarele:

✓ dinamizarea unor schimbări generale și complexe de proporții în procesul trecerii la o nouă etapă de nivel mondial. Însăși variabilitatea în acest sens devine principala latură pozitivă și valorizantă;

✓ dominarea valorilor și orientărilor globale asupra valorilor locale, inclusiv, asupra factorului etnic; se produce hibridizarea culturii sau procedeul de asamblare rapidă (de multe ori artificială) a unor fenomene culturale din elemente, în trecut incompatibile între ele, în special în domeniul culturii de masă;

✓accentuarea „aprofundată" a fenomenelor (pre-culturale, pre-civilizaționale și arhaice), care au posibilitatea să se manifeste liber;

✓recunoașterea societății civile ca singura formă de ordine socială într-o societate globală. Un set mozaical de „tipuri" sociale și de modele, uneori văduvit de principii raționale, care acreditează o imagine globalistico-modernistă asupra lumii [10].

Totuși, în viziunea noastră, componenta esențială a proceselor de globalizare - tehnologiile comunicaționale și informaționale - de multe ori este oarecum neglijată, pe când în competiția pentru stăpânirea de teritorii și pentru posedarea și exploatarea ma-



Revista Filosofie nr_2_2016.indd 164 19.10.2016 9:34:43

teriilor prime și a forței de muncă ieftine se face tot mai pronunțată o nouă confruntare, și anume, lupta pentru stăpânirea informațiilor [11, p. 21]. Astfel, caracteristicile globalizării expuse mai sus devin completate de altele noi, imprimând fenomenului vast fațete suplimentare, definindu-l drept „operă" a două „motoare" principale: „inovația tehnologică și ideologia neoliberală" [12, p. 21], în conformitate cu care se manifestă:

✓ globalizarea culturală, dată de generalizarea schimburilor interculturale și apariția culturii globale de consum;

✓ globalizarea economico-financiară, ce constă în transnaționalizarea tehnologiei și difuzia rapidă a know-how, centralizarea excesivă a structurii financiare, creșterea importanței unor organizații supranaționale care au diminuat rolul statelor;

✓ globalizarea politică, reflectată în integrarea statelor în organizații politico-militare, de tipul NATO, ANZUS etc.;

✓ globalizarea ideologică, dată de prăbușirea „Cortinei de Fier" și a sistemului ideologic bipolar;

✓ globalizarea etnică, rezultată din migrațiile internaționale definitive și apariția națiunilor multietnice;

✓ globalizarea mediatică, produsă de generalizarea rețelelor de telecomunicații, internet și mass-media, ca și de folosirea pe scară globală a limbii engleze [13].

În cadrul globalizării mediatice, datorită implementării inovațiilor tehnologice, alături de mass-media tradiționale apar instrumente noi de comunicație și informație: internetul, rețelele sociale, multimedia, telefoanele. Drept urmare, piețele de capital și comerțul exterior sunt conectate la nivel global și operează permanent în timp real. Evenimentele care au loc într-o parte a globului, datorită televiziunii asistată de sateliți devin cunoscute imediat spectatorilor de pe întreg globul, or, „grație mijloacelor electronice de comunicare, contactul dintre indivizi cunoaște aceeași rapiditate și eficiență cu care acesta se produce în micile comunități rurale" [14], și creează audiențelor sentimentul de încadrare plenară într-o anumită comuniune globală. În fond, se profilează oportunitatea reală pentru constituirea unei rețele mediatice globale, în special, la nivelul de producție mediatică și la cel de difuzare a informației.

Noile realități survenite în peisajul media, privind dinamica tensiunii dintre global și local, determină necesitatea analizei globalizării în sfera mediatică din mai multe perspective, ținând cont de: globalizarea formelor mediatice (răspândirea sistemelor de recepție media, care din varii motive diferă mult de la o țară la alta); globalizarea instituțiilor media (o parte din ele obțin dimensiuni gigantice și impulsionează omogenizarea programelor de televiziune); globalizarea fluxurilor media; globalizarea efectelor media în ambianța internațională [15, p. 105].

În aceste condiții, examinarea consecințelor sociale ale globalizării sferei mediatice implică, pe de o parte, analiza bazei politico-economice a fenomenului, pornind de la percepția globalizării culturale drept sector dominat preponderent de modele culturale contemporane, globalizarea fiind percepută ca *occidentalizare* sau *imperialism cultural*, sugerându-se că „globalizarea are un efect de uniformizare culturală" [16, p. 117], în cadrul căreia valorile culturale ale vest-ului, expresie a „modului de viață occidental/american", exprimate prin intermediul mass-mediei, sunt „exportate" și substituie valo-



Revista Filosofie nr_2_2016.indd 165 19.10.2016 9:34:43

rile culturii tradiționale din țările în curs de dezvoltare. Acest concept datează din prima jumătate a anilor ”60 ai secolului trecut, dar unele din ideile lui de bază își păstrează actualitatea și influența și în zilele noastre.

O altă direcție de examinare, o alternativă a primei, accentuează inconsistența tezelor vizând consecințele negative ale globalizării, în baza justificării particularităților de percepție a produselor mediei de către public și elucidării modului de interpretare a lor de către receptori din diferite medii culturale. Prin urmare, este pusă sub semnul întrebării ideea despre impactul unilateral al mass-mediei globalizate. Logica argumentelor se dovedește a fi, în acest caz, următoarea: pe de o parte, este dificil de a nega rolul companiilor transnaționale în elaborarea și distribuirea de produse mediatice globale; pe de altă parte, accentul pe probleme de proprietate și distribuție de putere și de resurse nu permite de a da un răspuns adecvat la întrebarea cu privire la efectele sociale ale percepției textelor mediatice. În acest context, sunt lansate propuneri de a explora în detalii modul de receptare și interpretare a produselor mediatice de către public. Așa a apărut noțiunea de *rezistență culturală* în baza căreia sunt făcute încercări de a demonstra că procesul consumului media este complex și că el nu este de natură unidirecțională, iar tradițiile culturale locale, trecutul specific fiecărui popor sau fiecărei comunități își spune cuvântul, și cu cât valorile locale sunt mai trainice, cu atât și conștiința apartenenței la acestea este mai puternică, favorizând exacerbarea unor tendințe antiglobaliste [17, p. 31].

În opinia noastră, ideea perceperii globalizării drept doar occidentalizare este o tratare greșită, deoarece conceptul de occidentalizare se referă la o gamă mai largă de fenomene și, astfel, presupune o suprapunere a valorilor și tradițiilor direcționate din vest către alte țări ale lumii. Dezacordul autorilor în ce privește stabilitrea unei paralele între globalizare și occidentalizare este alimentat și de faptul că schimbul de informații în acest context este văzut exclusiv ca unidirecțional.

Direcțiile și intensitățile fluxurilor globalizante se concretizează în ceea ce specialiștii numesc vectori ai globalizării. Configurația lor este legată strâns de cea a nucleelor și ariilor de globalizare, dar și de caracterul proceselor de globalizare. Astfel, dacă în faza inițială a globalizării, caracteristica dominantă era cea marcată de expansiune și relocalizare, odată cu dezvoltarea tehnologiilor s-au impus tot mai mult fluxurile de „globalizare difuză” [18, p. 29], prin intermediul telecomunicațiilor și a mass-mediei**.**

Așa cum globalizarea nu poate fi imaginată în afara activității mijloacelor de comunicare în masă (este pe larg răspândită convingerea că însăși activitatea mijloacelor de comunicare de masă în prezent este cea mai elocventă manifestare a globalizării ), trebuie de menționat că există o mare varietate de manifestare a acestui fenomen în activitatea mass-mediei. Acest lucru se face resimțit și în activitatea mediatică în Republica Moldova. Problemele sectorului mediatic autohton sunt derivate de la cele legate de globalizare. Mare parte din evenimentele care au influențat simțitor viața social-politică și activitatea mediatică au fost de sorginte geopolitică, dar și generate de schimbările aduse de fenomenul globalizării. În fond, „s-au suprapus” două tendințe: transformarea economiei postsovietice, cu desfășurarea reformelor de piață, dar și manifestările radical-liberale. Developarea simultană a acestor două tendințe a inspirat și accelerat o serie de schimbări cardinale la nivel economic și social-politic/geopolitic în Republica Moldova, afectând substanțial și sistemul mass-mediei.



Revista Filosofie nr_2_2016.indd 166 19.10.2016 9:34:43

Putem vorbi aici despre două aspecte interconectate: atât influența relațiilor economiei de piață și a politicului asupra activității mediatice, cât și manifestarea mediei ca mijloc de diseminare a relațiilor economiei de piață și de reflectare a vieții social-politice.

În acest context, subliniem faptul că inițial relațiile economiei de piață cu greu și-au făcut loc în sectorul mass-mediei de la noi, instituțiile mediatice fiind păstrate sub tutela statului, dar fără a li se acorda suportul financiar necesar pentru a-și putea desfășura activitatea. Puterea a adoptat mai multe concepții de susținere a presei, dar acestea nu au fost implementate [19].

Printre consecințele devenirii anevoioase a sistemului mediatic în condițiile economiei de piață și ale globalizării pot fi evidențiate următoarele:

✓ colapsul economic și financiar în care s-a pomenit în primii ani de democratizare mass-media națională. Acesta a comportat sistarea activității mai multor publicații periodice de tradiție, lăsând pentru o perioadă de timp un vid informațional pe piața media din Republica Moldova;

✓ invadarea pieței informaționale de publicații periodice rusești, care și-au fondat subredacții la Chișinău, fapt ce a înclinat, pentru un timp, balanța în favoarea presei de limbă rusă editată la noi;

✓ prezența modestă a presei românești în spațiul informațional al Republicii Moldova;

✓ acapararea spațiului informațional al țării de audiovizualul rusesc, fapt ce a determinat necesitatea elaborării unei noi Concepții de securitate națională și amendării Codului audiovizualului;

✓ folosirea de către Federația Rusă a posturilor tv în calitate de instrumente de propagandă și de manipulare a opiniei publice;

✓ apariția fenomenului „cenzurii economice", dar, parțial, și a cenzurii politice în activitatea instituțiilor mediatice, care s-a soldat chiar cu sistarea activității unor posturi TV și radio.

Rezultă clar de aici că atât presa scrisă, cât și audiovizualul național se confruntă cu probleme serioase de ordin economic și politic. În prezent, canalele tv sunt dominate de seriale de producție americană/braziliană/italiană și rusească. Din grila de emisie sunt omise programele cu caracter economic, educativ, instructiv, de învățământ și de cultură. Concurența de pe piața publicității generează deseori o anumită autocenzură, subordonată intereselor particulare. Programele posturilor TV private manifestă goana după publicitate, are loc omogenizarea conținuturilor, lent, dar sigur mecanismele funcționării media capătă un caracter determinat de factorul global. Influența globalizării comportă aplicarea unor metodici de producție a mesajelor mediatice orientate global, adaptarea în mijloacele de comunicare de masă a celor mai eficiente formate, orientate gobal, promovarea unor forme optimizate de organizare a muncii în sectorul mediatic, inocularea standardelor comune ale culturii jurnalistice.

Actualmente, capacitatea și importanța mass-mediei în contextul globalizării se manifestă pregnant în modul de informare/reflectare asupra evenimentelor și faptelor ce au loc pe mapamond. Mass-media globală tot mai mult devine un instrument de mobilizare, care poate fi pus în aplicare indiferent de granițele statelor naționale, influențând opinia publică și comportamentul social și politic al indivizilor: în mare parte acțiunile acestora sunt dependente de politica simbolică a mass-mediei.



Revista Filosofie nr_2_2016.indd 167 19.10.2016 9:34:43

În ultimul timp, mass-media, tot mai activ, fortifică potențialul său în calitate de mijloc de legitimare externă de intervenție în afacerile interne ale unor state, de motivare a confruntărilor, de implicare în anumite conflicte militare, făcând ca acțiunile întreprinse de părțile beligerante să fie justificate de „comunitatea internațională». Or, în atare circumstanțe, mass-media poate să devină percepută de audiență drept garant al legitimității acțiunilor respective întreprinse de actorii internaționali. Mass-media participă, astfel, la internaționalizarea/globalizarea crizelor. Chiar dacă progresul tehnologic accelerează schimbul de informații şi amplifică nivelul de interdependență a populației planetei, formele de manifestare a tendințelor de globalizare (inclusiv, în domeniul mediatic) reflectă configurația existentă în prezent în lume, legată de puterea politică şi economică. Mass-media multinaționale dețin o influență decisivă privind producția şi distribuția fluxurilor informaționale pe plan mondial. Liberalizarea economiei, reducerea rolului statului la nivel global se resimte şi în domeniul activității mediatice. Chiar dacă sistemul media a devenit, în sens pozitiv, un puternic instrument de promovare a valorilor societății în context mondial, există multiple vulnerabilități în funcționarea lui, făcându-ne să constatăm că globalizarea mediatică anunță noi provocări de ordin practic, dar şi ştiințific.

**REFERINȚE BIBLIOGRAFICE**


1. Soulages Jean Claude. Les mises en scène visuelles de l'information. Paris: Nathan / INA, 1999.
2. Moraru Victor. Mass media vs politica. Chişinău: CEP al USM, 2001.
3. Rovența-Frumuşani Daniela. Analiza discursului. Ipoteze şi ipostaze. Bucureşti: Tritonic, 2012.
4. Ibidem.
5. Dinicu Anca. Globalizarea contemporană şi formele sale de manifestare. În: Revista Academiei Forțelor Terestre (Sibiu), 2004, nr. 4, pp. 79-86.
6. Ibidem.
7. Dobrescu Paul. Geopolitica. Bucureşti: Editura Comunicare.ro, 2003.
8. Ibidem.
9. Сергеев Евгений. Средства массовой коммуникации в условиях глобализации. În: Terra Humana (Общество. Среда. Развитие), 2009, №1, pp. 117-126.
10. Мельник Галина, Тепляшина Алла. Актуальные проблемы современности и журналистика. În: Масс медиа в условиях глобализации: Взаимосвязь глобализации, глобализма и трансформации. Санкт-Петербург, 2005.
11. Lyotard Jean-François. Condiția postmodernă. Bucureşti: Editura Europa Nova, 1995.
12. Bari Ioan. Globalizare şi probleme globale. Bucureşti: Editura Economică, 2001.
13. McLuhan Marshall. Să înțelegem media. Extensiile omului. Bucureşti: Editura Curtea Veche, 2011.
14. Săgeată Radu. Globalizare culturală şi cultura globală. Global şi local în geografia culturală. Bucureşti: Editura Universitară, 2009.
15. Sreberny Annabelle. The Global and the Local in International Communications. În: James Curran, Michael Gurevitch (eds). Mass Media and Society. New York: Oxford University Press, 2000.
16. Bădescu Ilie, Dumitrescu Lucian ş.a. Geopolitica noului imperialism. Bucureşti: Editura Mica Valahie, 2010.
17. Săgeată Radu. Op. cit.
18. Ibidem.
19. Вартанова Елена. Глобализация СМИ и масс-медиа России. În: Вестник Московского университета. Серия 10. Журналистика, 2005, № 4, pp. 9–25.
20. Moraru Victor. Mass media între incertitudini şi aspirații. Republica Moldova, anul 2001. Chişinău: CEP USM, 2002.




Revista Filosofie nr_2_2016.indd 168 19.10.2016 9:34:43