

G]ghYa i ` ` a YX]U]W]`gZfUdc`]h]W

; \ Ycf[\ Y: i ` [U

I b]j Yfg]h]U]HfUbg] j Ub]Už6 fU c j

Sociologie Românească, Volumul II, Nr. 4, 2004

Atitudinile politice ale indivizilor și ale grupurilor sociale sunt condiționate de relația practică și cotidiană în care se află cu noile sisteme de comunicare. Ele scindează populațiile în cei care sunt capabili să acceseze din mai multe surse informațiile disponibile în „rețeaua globală” și cei ce dispun doar de un număr limitat de opțiuni, preconditionate de starea lor socială sau de starea de apartenență.

Apariția și extinderea noilor mijloace electronice de comunicare (telefon, radio, televiziune, sateliții de telecomunicații, computere, Internet), generalizarea și inserția lor în viața cotidiană au avut un impact deosebit asupra societății și asupra sistemului politic. Formarea și consolidarea spațiului public în societățile moderne se află în relații de condiționare cu formele de comunicare, cu extinderea tiparului și a presei cu tiraj de masă, care au contribuit la difuzarea pe scară largă a informațiilor, a valorilor culturale și a ideologiilor. Aceste procese au dus la o mai mare transparență a mecanismelor de decizie din spațiul politic și la un interes crescut al electoratului față de soluțiile propuse

de partide pentru soluționarea problemelor controversate. Presa a devenit o instanță a spațiului public, o expresie a opiniei publice, un factor de interferență, de dialog și confruntare dintre agenții spațiului politic și cei ai spațiului public și social, determinând coagularea unei opinii publice mai bine structurate și orientate uneori de curente predominante.

O dată cu apariția noilor mijloace electronice de comunicare în secolul XX, s-a modificat fundamental relația dintre societatea civilă și sfera politică, dintre cetățeni și instituțiile publice. Aspectul cel mai relevant pentru viața politică rezidă în faptul că noile tehnologii de comunicare modifică sensibil configurația spațiului public și formele de exprimare a societății civile, introducând alte relații și interacțiuni între deținătorii puterii și electorat. O dată ce sistemul mediatic a dobândit o poziție centrală în societate, el asigură realmente o rețea de comunicare rapidă și biunivocă între actorii sistemului politic și cetățeni. Astfel, instituțiile politice pot utiliza noile tehnologii electronice de comunicare pentru a-și întări legăturile multiple cu cetățenii, cu societatea civilă și cu mediul internațional.

Procesarea automată a datelor, poșta electronică și alte modalități de transmitere rapidă a informațiilor au fost treptat asimilate în practici cotidiene și au devenit indispensabile pentru toate domeniile de activitate. Aceste tehnologii au deschis perspective inedite în educație, în viața economică și în administrație, precum și noi posibilități de dezvoltare a democrației și a vieții asociative, de apropiere a instituțiilor publice de cetățeni și de problemele societății. Dar, în același timp, ele pot fi utilizate și ca instrumente de manipulare a maselor și de pervertire a valorilor democratice.

Nivelul culturii politice și al competenței civice trebuie pus astăzi în legătură cu acțiunea modelatoare a noilor mijloace de comunicare, cu impactul lor asupra opiniilor politice ale cetățenilor. Opiniile și atitudinile politice sunt dependente de consumul de informație, de calitatea informației pe care o asimilează indivizii despre societate și despre sistemul politic. În era comunicării generalizate, obținerea încrederii și a unui suport electoral de către forțele politice (partide, lideri, grupuri de presiune etc.) se realizează în primul rând prin intermediul sistemului mediatic, cel

care influențează, într-un mod profund, dar insesizabil, orientările valorice, credințele, atitudinile, opiniile și, în final, comportamentele politice. De fapt, putem spune că sistemul mediatic și-a obținut, în deceniile din urmă, un tip special de putere ce surclasează formele anterioare de putere, inclusiv pe cele care erau considerate până mai ieri ca modele ale democrației reprezentative.

Libertatea de expresie ca temelie al democrației

Sistemele democratice nu pot funcționa în mod autentic decât dacă garantează transparența actelor de guvernare, libertatea de exprimare și liberul acces al cetățenilor și al instituțiilor mediatice la informațiile de interes public. Cetățenii au dreptul să se exprime asupra chestiunilor care fac parte din agenda actualității, de a formula critici la adresa autorităților și de a propune soluții. Discursul autorităților poate fi contrazis prin discursul liber al cetățenilor, preluat de sistemul mediatic.

Spre deosebire de regimurile totalitare, în care mijloacele de informare se află sub un strict control politic, în regimurile democratice dispare controlul politic asupra informației, se dezvoltă surse alternative de informare, iar instituțiile comunicării de masă devin principalul formator al opiniilor politice. Cetățenii trebuie să beneficieze de surse alternative și independente de informare, protejate de lege, surse care să nu se afle sub controlul factorilor politici sau al unor grupuri de interese economice. Pluralismul mediatic este un factor ce întreține vitalitatea regimurilor democratice.

În decursul epocii moderne, libertatea presei și a dreptului de exprimare au reprezentat revendicări democratice fundamentale, iar criticile vizau cenzura sau reglementările restrictive în acest domeniu. Democrația nu poate fi asociată cu nici un

sistem de autorizare sau de cenzură prealabilă, ce ar putea restrânge sau suprima libertatea de exprimare și de informare (decât în cazuri excepționale), deoarece s-ar încălca principiul conform căruia guvernării se află în serviciul public și trebuie să se supună controlului exercitat de cetățeni. Autoritățile publice trebuie să garanteze dreptul la opinie și la informare al cetățenilor, să asigure pluralismul surselor de informare și comunicare. Aceasta presupune nu numai obligația negativă a statului de a nu stânjeni în nici un fel exercițiul liber al acestor drepturi, ci și obligația sa pozitivă de a asigura exercițiul lor în așa fel încât să se realizeze pluralismul de opinii și idei.

În același timp, extinderea formelor de comunicare audiovizuală ridică numeroase probleme privind calitatea informației difuzate, respectarea principiului obiectivității și al echidistanței, protecția vieții private a indivizilor și dreptul acestora la propria imagine, precum și necesitatea de a apăra unele valori politice, sociale și umane. Reglementările permissive în privința comunicării, adoptate uneori sub presiunea marilor corporații media și a unor „giganți” ai presei, pornesc de la încrederea în discernământul individului, de la rolul benefic al societății civile și al concurenței, lăsând „piața mediatică” să selecteze ofertele informaționale. În aceste condiții, instituțiile comunicării ajung într-o periculoasă dependență economică, sub controlul unor grupuri de interese, fapt care duce la orientarea mesajelor în funcție de aceste interese.

Instituțiile comunicării, cu multiplele lor forme și rețele, de la cele scrise și audiovizuale până la cele electronice, sunt supuse unor exigențe contradictorii. Pentru a nu-și pierde credibilitatea, ele trebuie să-și asume funcția de a informa corect și obiectiv publicul, asigurându-și independența față de factorii politici, dar, în același timp, ele trebuie să facă față și unor presiunile

comerciale tot mai puternice, pentru a-și menține cota de audiență și rentabilitatea. Concurența liberă pe piața mediatică are adesea drept consecință concentrarea capitalului, apariția unor monopoluri private care decid în mod discreționar ce informație se difuzează și ce orientare politică trebuie susținută.

Într-o analiză percutantă a acestui fenomen, teoreticianul englez John Keane (2000, 82) susține că piața mediatică este dominată de „discursul de corporație”, pe care îl consideră o gravă amenințare la adresa libertății de comunicare. Concluzia analizelor sale este că fetișizarea competiției de piață dăunează libertății presei. „Competiția de piață produce cenzura de piață”, întrucât cei care controlează sectorul producerii și al distribuirii informațiilor hotărâsc, înainte de difuzare, ce bunuri (cărți, reviste, ziare, emisiuni TV etc.) vor fi produse pe scară largă și ce interpretări sau evaluări anume vor fi difuzate pe „piața opiniilor”. Pentru a-și asigura audiența, televiziunile, de exemplu, se văd constrânse să transforme informația în spectacol, să supraliciteze știrile de senzație, emisiunile de divertisment, publicitatea și producțiile comerciale. Efectele acestei concurențe de tip comercial sunt vizibile astăzi pe piața mediatică, efecte pe care teoreticianul englez le aseamănă cu cele induse de „capitalismul sălbatic” în țările Europei Centrale și de Est în perioada tranziției postcomuniste (Keane, 2000, 68).

În noile condiții, cenzura politică este înlocuită, în cele mai multe cazuri, de cenzura economică și comercială. Marii giganți ai presei și ai audiovizualului dictează asupra mesajelor transmise, exercitând o cenzură disimulată, care poate avea fie o motivație politică, fie una de ordin comercial, astfel că „piețele de comunicare restrâng libertatea de comunicare, generând bariere de intrare, monopol și reducerea numărului de opțiuni, schimbând definiția

principală a informației din bun public în obiect de consum, achiziționat prin mijloace particulare” (Keane, 2000, 81).

Mass-media și noua societate

În mediile științifice și filosofice actuale s-a impus ideea că omenirea a intrat într-o nouă eră. Noile mijloace de comunicare (radioul, televiziunea, Internetul, publicitatea etc.) au schimbat modurile de viață, obiceiurile, practicile cotidiene și raportul dintre activitățile intelectuale și cele materiale. Noile tehnologii de comunicare au schimbat radical și relația dintre guvernanți și populație, precum și modul de desfășurare a campaniilor electorale. Mijloacele de comunicare electronice permit transmiterea în timp real a informațiilor și conectarea societăților și a indivizilor la o rețea uriașă de date, idei și imagini, ce înconjoară planeta ca un spațiu virtual.

Societatea informațională este definită astfel de noile tehnologii de informare și comunicare (NTIC), care au permis realizarea unor schimburi electronice rapide și extrem de eficiente de informații, idei și documente, ce devin accesibile potențial tuturor comunităților științifice, academice și profesionale, firmelor și oamenilor de afaceri, instituțiilor politice și administrative, inclusiv utilizatorilor individuali care se pot astfel conecta la un spațiu al comunicării globale, ce sfidează orice tip de frontieră și de limitare. Nu este astfel exagerată teza unor teoreticieni care afirmă că această revoluție tehnologică ne conduce spre o societate radical nouă, „o societate în rețea”, caracterizată prin apariția unor tehnologii de comunicare cu performanțe nebănuite. Internetul, cel mai nou și mai rapid instrument de transmitere a informațiilor, este capabil „să integreze diferitele moduri de comunicare în sânul aceleiași rețele interactive”, astfel că, „pentru prima

dată, un hipertext și un metalimbaj integrează în același sistem modurile de comunicare scris, oral și audiovizual” (Castells, 2001, 416).

Această rețea globală, ce poate fi accesată liber și la un cost foarte redus de orice utilizator, are implicații majore în toate domeniile sociale și ale existenței umane. Televiziunea, sateliții de telecomunicații, computerul și Internetul au revoluționat nu numai formele de comunicare, ci și modurile de viață, activitățile economice, raporturile din interiorul diverselor structuri organizaționale, managementul și marketingul, mișcarea capitalului financiar pe o piață globalizată, administrația, băncile, educația, timpul liber și relațiile dintre indivizi în viața cotidiană, precum și viața politică în toate ipostazele și componentele sale.

Aceste noi mijloace de comunicare produc însă efecte sociale și politice relativ diferite față de cele pe care le constatau și le analizau teoreticienii în prima fază de extindere a sistemului mediatic. Diferențele sunt aparent insesizabile, dar merită să le menționăm. Astfel, supremația televiziunii, după al doilea război mondial și până în anii '70, este legată de sistemul de masă și de consumul de masă, pentru că același mesaj era difuzat simultan de câțiva emițători spre milioane de receptori. Efectul major era uniformizarea opiniilor, a gusturilor și a modurilor de gândire.

Dar „noile media”, apărute și extinse rapid în ultimile două decenii, ce permit comunicarea „informatizată”, „on line”, sunt „descentralizate și diversificate”, dispun de mare suplețe și adaptare la cerințele locale și particulare ale utilizatorilor. Ele solicită capacitatea interactivă a acestora și dau naștere la o nouă cultură, „cultura virtualității reale”. Poșta electronică și comunicarea prin Internet, care au explodat la mijlocul anilor '90, au avut un impact social uriaș, au favorizat apariția unor

„comunități virtuale” a utilizatorilor, ce pot intra în contact din diverse puncte ale globului.

Ca orice descoperire științifică și tehnologică ce a marcat istoria omenirii, și Internetul are o față pozitivă și un revers negativ. De acest nou mediu de comunicare pot dispune toate societățile și grupurile umane, dar el este utilizat cu eficiență de unele comunități profesionale, care folosesc în activitățile lor aceste uriașe baze de date globale. Internetul oferă posibilități nebănuite de comunicare și de transmitere a informației, dar favorizează și o nouă formă de evaziune și de alienare, de însingurare și izolare a indivizilor față de comunitatea socială și chiar de lumea „reală”. „Internauții” navighează în rețeaua comunicării informatizate și virtuale, întră în relații „slabe” cu alți utilizatori, dar își reduc comunicarea vie cu familia, cu mediul social și cu grupurile de apartenență.

Prin introducerea pe scară largă a acestor sisteme multimedia, are loc o trecere de la societatea de masă la societatea informatizată, cu efecte sociale și culturale considerabile. Ele produc o diferențiere nouă în corpul societății, în funcție de statutul economic, social și cultural al grupurilor de utilizatori sau de beneficiari (spectatori, lectori, auditoriul etc.). E vorba despre o nouă stratificare socială între cei care au resurse materiale și de altă natură, pentru a utiliza și a beneficia de aceste rețele, și cei ce nu dispun de aceste resurse. Astfel, societatea informației poate duce la accentuarea inegalităților dintre bogați și săraci, dintre cei „conectați” și cei „neconecți”, atât în cadrul aceluiași stat, cât în ceea ce privește distanța crescândă dintre țările dezvoltate și cele slab dezvoltate.

Numărul utilizatorilor de Internet începe să devină un indicator semnificativ al nivelului de dezvoltare postindustrială și a gradului în care diverse societăți s-au

adaptat la exigențele civilizației informaționale. Acest indicator se poate aplica și societăților central- și est-europene în perioada de tranziție postcomunistă. Este relevant faptul că se poate stabili o corespondență relativă între profunzimea reformelor și gradul diferit în care aceste societăți au asimilat și implementat în structurile lor administrative, economice și politice noile tehnologii de informare.

Atitudinile politice ale indivizilor și ale grupurilor sociale sunt acum condiționate de relația practică și cotidiană în care se află cu aceste noi sisteme de comunicare. Prin efectele lor cumulate, ele scindează populația în două grupuri distincte – cei care sunt capabili să-și aleagă circuitele multidirecționale ale comunicării în această „rețea” globală și cei ce dispun de un număr limitat de opțiuni, preconditionate de starea lor socială sau de țara de apartenență. „După puterea unificatoare a televiziunii de masă (de sub dominația căreia a scăpat înainte doar o minusculă elită culturală), urmează o diferențiere de ordin social, ce e generată de combinația unei culturi mass-media *à la carte* cu o rețea de comunicații electronice interactive de care beneficiază unele comunități autoselecționate.” (Castells, 2001, 67)

Noul sistem de comunicare, întemeiat pe integrarea informatizată și punerea într-o rețea globală a tuturor modurilor de comunicare, fapt ce-i permite să integreze toate expresiile culturale, are consecințe sociale majore, dintre care una interesează în chip deosebit. Este vorba despre „slăbirea” considerabilă a puterii simbolice pe care o aveau instituțiile tradiționale sau emițătorii ce au rămas în exteriorul sistemului: „Religia, morala, autoritatea publică, valorile tradiționale, ideologia politică sunt astfel serios bulversate”.

Ele pot avea eficiență socială și își pot amplifica influența dacă își „recodifică” mesajele în noul sistem și se adaptează la rigorile lui. Adeseori, aceste instituții și valori ce aparțin modernității (o fază depășită, „tradițională”, în percepția suporterilor radicali ai postmodernității), cu semnificații spirituale înalte, sunt obligate să accepte vecinătatea mediatică și interacțiunea cu formele joase ale divertismentului, cu telenovelele și cu pornografia, cu forumurile de discuții pe Internet.

Logica televiziunii și a noilor forme de comunicare este aceea „de a transforma în spectacol mediatic” și de a „recodifica” în registrul divertismentului orice fapt, informație, mesaj, discurs și formă de expresie culturală, pe care le integrează în „meniul” oferit consumatorilor de media, precum un program de varietăți. Astfel, programele educative interactive seamănă cu jocurile video, muzica este concepută pentru a fi receptată prin clipuri publicitare, jurnalele de actualități sunt alcătuite după o anumită strategie de seducție, oferindu-i receptorului scene de violență și informații șocante, astfel încât, la limită, „imaginile atroce ale unui război pot fi consumate ca o scenă dintr-un film de acțiune”.

Competență și participare politică

Un cetățean activ al unui regim democratic este un cetățean care deține informații corecte și solide despre treburile publice. Pentru a putea alege în cunoștință de cauză între programe, partide și diverse politici, pentru a-și putea exercita calitatea de participant la viața politică și civică, cetățeanul are nevoie de cunoștințe despre organizarea internă a statului, despre competențele ce revin diverselor autorități, despre regulile și procedurile ce trebuie respectate

de actorii politici. Competența politică a cetățenilor, dar și a factorilor de putere este în directă legătură cu gradul lor de informare.

Un cetățean lipsit de informații utile va fi expus manipulărilor, dependent de prejudecăți și de opiniile celor din jur. Dimpotrivă, având o imagine cât mai exactă asupra realității sociale și a instituțiilor publice, pe baza datelor pe care le deține, în primul rând din mass-media, el va putea examina cu discernământ critic comportamentul autorităților publice. Fără a fi la curent cu mersul evenimentelor politice, fără a avea un sistem de criterii și de interpretare a domeniului politic, cetățenii nu pot rezista în fața ofensivei propagandei și a manipulării. Sistemul mediatic devine astfel un factor implicat în viața politică, având capacitatea de a influența mecanismul de funcționare a democrației reprezentative chiar în punctul ei de pornire, și anume în procesul de formare a opiniilor (inclusiv electorale), de agregare și formulare a intereselor, orientând atitudinile oamenilor față de problemele controversate ale spațiului public. Dar este necesar să precizăm că gradul de cunoaștere de care dispun cetățenii asupra acestora e uneori redus, limitat, iar simpla informare prin mass-media nu se confundă cu înțelegerea chestiunilor sociale în profunzime și nu asigură competența politică. Informația este baza formării unei opinii și e o condiție necesară pentru dobândirea cunoașterii, dar nu se confundă cu ea.

Paradoxul este că putem avea cetățeni suprainformați, care să înregistreze zilnic o cantitate mare de informații disparate, haotice, fără a fi prin acest fapt și mai competenți în aprecierile lor cu privire la raportul dintre mijloace și scopuri atunci când sunt puși în situația de a opta pentru una dintre ofertele politice ale partidelor sau pentru una dintre variante de soluționare a problemelor. Așadar, diferența dintre opinie și cunoaștere autentică trebuie să ne averti-

zeze asupra faptului că uneori și electoratul poate fi victima unor înțelegeri eronate sau poate fi orientat intenționat spre o atitudine care, pe termen mai lung, să aibă consecințe opuse propriilor sale interese.

În acest sens, tehnicile sofisticate de război psihologic și informațional, pe care specialiștii le dezbat astăzi intens, pot avea un impact pe scară socială foarte largă, întrucât, susține Sartori, ele dispun de capacitatea de a realiza „o masivă manipulare a suveranității poporului” și de a orienta opțiunile politice într-o anumită direcție. Teoreticienii care au analizat relația dintre viața politică și noile mijloace de comunicare au ajuns la concluzia că mass-media reprezintă nu doar „a patra putere în stat”, ci o componentă intrinsecă a oricărui tip de putere, militară, politică sau economică. Noile mijloace de informare în masă trebuie considerate ca factori importanți ai spațiului public și social, având capacitatea de a impune clișee și stereotipuri mentale, sloganuri ce sunt asimilate necritic de indivizi și care devin materia primă a opiniei publice, uniformizând astfel ideile și reacțiile, atitudinile și pozițiile exprimate față de un anumit fenomen sau eveniment particular.

În consecință, problema raportului dintre nivelul cunoașterii și al competenței politice a cetățenilor și participarea lor la procesul politic este vitală pentru realizarea unei bune guvernări democratice. Este o iluzie, afirmă Sartori, să credem că cetățeanul de condiție comună, fără o educație politică sistematică și un exercițiu îndelungat al drepturilor și răspunderilor sale poate să formuleze, în raport cu toate problemele publice, judecăți de valoare raționale, bazate pe informații certe și pe o previziune asupra eventualelor consecințe pe care le pot avea deciziile de ordin politic. E un avertisment ce privește riscurile la care se expune un sistem politic ce maximizează democrația în „punctul de pornire” (participarea politică și democrația

electorală) și minimalizează faptul că și societățile democratice trebuie guvernate și administrate potrivit unor legi și norme ce au, în mod inevitabil, un caracter obligatoriu și constrângător.

Populismul și demagogia, care utilizează sistemul mediatic pentru construcția unor imagini favorabile ale actorilor politici, pot fi încadrate în sfera largă pe care Giovanni Sartori (1999, 118) o numește „democrația aclamativă”. Aceste practici reprezintă un risc al regimurilor care mizează preponderent pe democrația orizontală și care neglijează democrația verticală, ca sistem de guvernare și de luare a deciziilor. În democrația reprezentativă modernă, ce este una indirectă, „poporul nu guvernează el însuși, ci își alege reprezentanții care să îl guverneze”. Mecanismul democratic modern presupune o îmbinare și un echilibru între cele două aspecte, între democrația electorală și cea reprezentativă, dar raporturile dintre acestea nu sunt de implicație reciprocă din ambele sensuri. Prima este o condiție necesară, dar nu suficientă a celei din urmă, pentru că „noțiunea de *democrație reprezentativă* cuprinde noțiunea de *democrație electorală*; dar reciproca nu e valabilă”.

În ceea ce privește spațiul politic intern al unei societăți, sistemul mediatic dispune acum de o forță considerabilă prin care formează și orientează opinia publică în chestiuni politice majore. Influența sistemului mediatic vine din faptul că interpretează și evaluează în mod implicit realitatea socială în timp ce o descrie. Chiar dacă s-ar păstra în perimetrul strict al informării neutre asupra evenimentelor, respectând principiile deontologice ce privesc neutralitatea politică, imparțialitatea și obiectivitatea informațiilor, instituțiile mediatică sunt adeseori constrânse de logica lor intrinsecă, de natură comercială, să accepte condiționări și dependențe ascunse. Dar ele au capacitatea de a stabili „agenda” dezba-

terilor publice, de a construi imagini și interpretări ale evenimentelor politice, orientând astfel atitudinile și reacțiile oamenilor față de politicile publice instrumentate de guvernanți.

Legătura strânsă dintre politică și mass-media este definitorie pentru societatea informațională, în care procesele sociale și politice sunt receptate și interpretate de cetățeni prin informațiile, știrile, comentariile și mesajele mediatică. Acestea realizează, în final, interpretări și „definiții” ale situațiilor sociale (adesea „interesate” și deformate), reușind să impună și să consacre în reprezentările sociale (prin imagini, „etichete”, discursuri și sloganuri repetate) anumite evaluări și semnificații asupra unor procese politice și sociale. Aceste evaluări sunt asimilate necritic de masa receptorilor (ce coincide parțial cu electoratul chemat să se exprime democratic în chestiuni fundamentale) și induc anumite atitudini și comportamente politice.

De aceea, instituțiile mediatică, adevărate industrii ale comunicării publice, reprezintă instrumente foarte eficiente pentru a controla reprezentările și atitudinile sociale. Mesajele lor au capacitatea de „a invada mintea umană, iar împotriva lor armurile noastre rămân la fel de vulnerabile ca întotdeauna” (Sartori, 1999, 127). Aceste mijloace „gestionează”, de fapt, înconștientul colectiv al societăților contemporane, prin forța lor de a defini situațiile și de a stabili agenda dezbaterii publice, de a construi reprezentările prin care indivizii își interpretează condiția socială și interesele. Astfel, orientând opțiunile politice ale cetățenilor, sistemul mediatic ajunge în ipostaza de a influența decisiv (uneori de a controla realmente) competiția politică dintr-o țară și chiar raporturile dintre marii actori ai arenei geopolitice.

Mass-media oferă mitologii compensatorii și creează astfel de lideri în care masele

își proiectează așteptările. Mai mult, dacă acceptăm ca ipoteză de lucru ideea că orice organizație stimulează oligarhia și că până la urmă dominația elitelor este inevitabilă, chiar și în sistemele democratice, atunci elitele politice sunt astăzi, în bună măsură, un produs ale sistemului mediatic. Uriașul mecanism al publicității și tehnicile sofisticate de marketing politic dispun de capacitatea de a crea „imaginea” liderilor, care este promovată și „vândută” ca un produs comercial pe piața ofertelor politice.

Din această perspectivă, competiția electorală apare, de fapt, ca o concurență între anumite fracțiuni ale elitelor, cu susținere mediată diferită, pentru a obține voturile unui electorat pasiv și manipulat de opiniile difuzate prin mass-media. Pornind de la o afirmație a lui Robert Michels („Este mai ușor să domini o masă populară decât o mică audiență”), Sartori menționează că adesea „o mulțime de câteva mii ar aproba cu entuziasm o propunere ce ar fi respinsă fără îndoială dacă ar fi prezentată aceluiași indivizi împărțiți în grupuri mai reduse”.

Electoratul se transformă într-o masă a consumatorilor de media, iar discernământul critic și judecata personală sunt înlocuite de acceptarea pasivă a interpretărilor pe care le oferă sistemul mediatic. Deși e pluralist și diversificat, cu instituții și entități aflate în relații concurențiale, sistemul mediatic este acuzat că produce o „gândire unică”, o reprezentare mitică, de factură dualistă, asupra vieții politice. Mass-media construiesc și utilizează stereotipuri sociale și versiuni dihotomice asupra realității politice, în care actorii sunt distribuiți în categorii polare (liberali/conservatori, democrați/extremiști, buni/răi, reformiști/antireformiști, adepți ai globalizării sau adversari ai acestui proces), fără a lua în seamă situațiile particulare și atipice, în care astfel de disjunții tranșante nu funcționează.

Mass-media și războiul informațional

Succesul economic și comercial al unei firme depinde astăzi tot mai mult de activitățile de marketing și publicitate, de modul în care este promovată imaginea sa în spațiul social. La fel stau lucrurile și în ceea ce privește modul în care sunt promovate interesele strategice ale unui stat și imaginea de țară în mediile internaționale. Forțele militare, angajate într-un conflict deschis, utilizează, inevitabil, mijloace ale războiului informațional și psihologic, difuzând anumite mesaje prin sistemul mediatic pentru a-și legitima acțiunile și a câștiga adeziunea opiniei publice. În același timp, războiul informațional presupune acțiuni de dezinformare și intoxicare a adversarilor și a opiniei publice cu informații false, acțiuni care să orienteze și să gestioneze totodată reprezentările pe care și le formează cetățenii asupra unor evenimente. Scopul acestora este de a delegitima pozițiile pe care se bazează partea adversă, de a o demoniza și de a-i reduce astfel baza de susținere.

Noile conflicte militare sunt prefațate și însoțite de campanii mediatice desfășurate după reguli deja cunoscute de influențare socială, astfel încât, prin strategii de comunicare bine dozate, să se obțină suportul opiniei publice interne și internaționale, chiar prin manipularea și deformarea informațiilor, prin interpretarea tendențioasă și partizană a datelor obiective. Conflictele militare din ultimul deceniu oferă numeroase și elocvente exemple pentru a demonstra că sistemul mediatic dispune de o capacitate deosebită de a influența opinia publică și de a orienta deciziile factorilor politici chiar în chestiuni ce au implicații geopolitice majore.

Societatea informației nu trebuie privită doar din punct de vedere strict tehnologic,

ci și prin implicațiile sale sociale mai largi, de ordin economic, politic și cultural. Factura tehnologică nouă a comunicării electronice solicită comportamente și activități noi din partea oamenilor, iar acest fapt le modifică treptat modul de a gândi și de a trăi, felul de a coopera și de a munci. Fiind o societate a cunoașterii și a procesării rapide a informațiilor, ea presupune noi moduri de a învăța și de a dobândi deprinderi corespunzătoare (autoformarea, învățământul la distanță, capacitatea de a utiliza biblioteci virtuale, de a achiziționa bunuri și servicii prin Internet).

În plan politic, societatea informației oferă noi posibilități de interacțiune între cetățeni și instituțiile publice, o cunoaștere rapidă a unei situații și utilizarea unor proceduri de comunicare a opiniilor la distanță, cum ar fi votul electronic. Conferințele de presă ale oamenilor politici, transmiterea în direct a dezbaterilor parlamentare sau a unor evenimente politice facilitează cunoașterea de către cetățeni a activității unor instituții și duc la un nou tip de comunicare între partide și electorat. Aceste modalități contribuie la dezvoltarea democrației, întrucât și factorii politici își pot adapta mai rapid deciziile și politicile publice la răspunsurile și reacțiile pe care le primesc din partea societății și a opiniei publice asupra unor subiecte controversate.

Reversul medaliei constă în faptul că Internetul poate favoriza și unele comportamente deviate sau criminale, cum ar fi atacul asupra unor sisteme de securitate sau folosirea poștei electronice de către grupările teroriste. Este un fapt dovedit că terorismul politic la nivel internațional s-a dezvoltat puternic după 1990 utilizând noile tehnologii de comunicare și de transmitere a informațiilor. Teroriștii care au executat atacul din 11 septembrie 2001 au comunicat și s-au coordonat prin inter-

mediul acestor noi mijloace, beneficiind de faptul că rețeaua globală a Internetului este permanent deschisă și universal accesibilă, fiind imposibil de supravegheat și de controlat.

Această problemă nu are încă un răspuns nici tehnologic, nici politic și juridic. În viitor, se așteaptă introducerea unor reglementări juridice internaționale care să vizeze toate segmentele acestui lanț al comunicării: dreptul de proprietate asupra informației în format electronic, dreptul de autor, de editor și de producător, dreptul de difuzor sau de mediator de informație, alături de drepturile și responsabilitățile (limitele) utilizatorilor și ale beneficiarilor.

În concluzie, această rețea fabuloasă de informații și tehnologiile digitale ce o fac posibilă au un impact desosebit asupra societăților, întrucât provoacă schimbări majore în toate domeniile vieții sociale, în formele de organizare a muncii și în nomenclatorul profesiilor, în modurile de gândire și în viziunea indivizilor asupra lumii. Intrăm astfel, după opinia lui Marshall McLuhan, teoreticianul care a analizat impactul formelor de comunicare și al noilor tehnologii asupra universului social și cultural, într-o eră a globalizării, ce reunifică umanitatea într-un uriaș „sat global”.

Bibliografie

- Castells, Manuel. (2001). *La société en réseaux* (vol. 1). Paris: Fayard.
- Keane, John. (2000). *Mass-media și democrația*. Iași: Editura Institutul European.
- Sartori, Giovanni. (1999). *Teoria democrației reinterpretată*. Iași: Editura Polirom.

Abstract

The political attitudes of individuals and social groups are influenced by their daily connection to the new mass media. This separates the individuals who have acces to

multiple information sources in the "global network" from those who have at their disposal only a limited number of options, predefined by their social status and national belonging.

Primit la redacție : iulie 2004

Încredere și toleranță față de alte națiuni sau etnii. Cercetare comparativă asupra tinerilor din România și Ungaria