

# Globalizarea și cultura media - către o lume de cyber cetățeni

## Globalization and Media Culture – Towards a World of Cybercitizens

Ionela Mihaela GAFENCU (Bândiul), Laura POPOVICI (Adumitroaie)  
Universitatea „Ștefan cel Mare” Suceava

### Abstract

*The Internet represents the basis for every piece of information that accedes to the status of "global". The status of "global" (Marshall McLuhan) has got as a background the cohabitation, the interaction between the members of communities regarding the common affiliation to the same ideas, values and attitudes. The virtual community defies cartographic restrictions in order to initiate and develop social relationships, to explore new identities. The globalization of electronic communication creates the conscience of variety and makes the distance between cultures disappear.*

**Key words:** globalization, Internet, electronic communication, Media culture

**Cuvinte cheie:** globalizare. Internet, comunicare electronică, cultură media

Moto: **Think global, act local**

Globalizarea este un termen-umbrelă care înglobează semnificații precum: fenomen complex de expansiune a unor valori împărtășite de mai mulți indivizi; fenomen caracterizat prin (inter)conectivitate, sferă largă de acțiune, interferență între domenii diverse; "o răspândire a tuturor credințelor, bunurilor, dincolo de granițele teritoriale" (McGrew) etc. Fiecare cetățean al planetei beneficiază așadar de libera circulație a ideilor, a cuvintelor, a imaginilor, păstrând coexistența pașnică dintre culturi. Putem vorbi astfel de o **globalizare culturală**, întrucât "*cultura nu include doar artele și literatura, ci și moduri de viață, drepturile fundamentale ale omului, sisteme de valori, tradiții și credințe*" [1]

O cultură globală, constata A. Smith, poate fi compusă din elemente distincte din punct de vedere analitic: "colaj de stiluri folclorice sau etnice smulse din context, discursuri ideologice, limbaj standardizat etc. toate sprijinindu-se pe noile sisteme informaționale și de tehnologiile lor computerizate". Educația, limba, cultura și civilizația românească au suferit transformări succesive, sub impulsul teoriilor liberului schimb de valori universale, prin înființarea unor rețele științifice și tehnologice care au retrasat harta culturală mondială. Putem vorbi despre o "pierdere a geografiei" prin crearea acestui spațiu public transnațional, în care ansamblăm pluralitatea culturilor existente. Fără a ne pierde sentimentul apartenenței, realizăm în cadrul școlii românești parteneriate, schimburi cultural-artistice, proiecte tehnologice, ecologice, economice cu diverse grupări regionale, tocmai pentru a transmite mai departe moștenirea culturală. În ajutor ne vine **cultura media** care ne permite realizarea propriului mozaic (colaj) cultural, ținând cont de impactul pe care globalizarea îl poate avea asupra limbii, culturii și civilizației noastre:

- Globalizarea ca **heterogenizare** culturală (creșterea diversității produselor culturale);
- Globalizarea ca **omogenizare** culturală (delocalizarea tradițiilor și depersonalizarea relațiilor inter-umane);
- Globalizarea ca **hibridare culturală** (pluricivilizație, amestec de culturi, sincronizarea la pulsul evenimential al lumii)

Prin intermediul **noilor media** (bloguri, pagini web, wiki, etc.) s-au construit forme inovatoare de interacțiune între oameni și tehnologie, din nevoia de informare, comunicare și relaționare. Datorită rațiunii, omul a progresat printr-o permanentă îmbunătățire a comunicării utilizând: filmul cu sunet, televiziunea în culori, primul satelit artificial, computerul, telefonul, TVul, PC-ul, banda magnetică, CD-ul, GSM-ul și...Internet-ul.

Conform raportului „Connected and Connectivity”, întocmit de Euro Worldwide, se pare că Internetul reprezintă o **platformă centrală de comunicare ce exclude impedimentele distanțelor și permite o mai bună interacțiune a tuturor culturilor**. [2] Cercetătorul George McMurdo [3] face o retrospectivă a trăsăturilor comunicative caracteristice etapelor precedente culturii electronice, clasificându-le în: **culturi orale, culturi scrise și culturi imprimate**. Cea din urmă, numită și **cultura electronică**, a marcat începutul unei noi perioade în dezvoltarea comunicării umane. Internetul devine astfel canalul de comunicare al milioanele de utilizatori, care fac schimb de mesaje, fotografii, filme, sunete, documente, soft-uri și alte informații care pot fi introduse în computer.

Profesorul E. Coșeriu [4] susține: „*O limbă nu este, așadar, decât ansamblul actelor lingvistice practic identice ale unei colectivități de indivizi, un sistem de izoglose stabilit convențional, care însumează ceea ce este comun expresiilor unei comunități sau chiar și unui singur individ în epoci diferite*”. Esența limbii constă în faptul că ea este nu numai un set de unități, ci un sistem, un proces de comunicare. Procesele de comunicare asigură transmiterea și schimbul de informații între persoane referitor la impresii, decizii raționale, trăiri afective, judecăți de valoare etc. Pentru funcționarea și fondarea inițială a unei societăți, e nevoie de un **sistem de semne** comun: limba, indicii populari, muzica, dansul, artele plastice, ritualurile, unitățile de măsură ș.a.m.d. Limba este mijlocul principal de stabilire a legăturii între diverse sisteme de semne.

În cazul comunicării interpersonale mediate de computer, mijloacele lingvistice de codaj se îmbină cu cele nonlingvistice. De exemplu, în enunțul: Nu mă supăr:[5], pentru a personaliza comunicarea, se utilizează mijloace de codaj nonlingvistice.

Pentru a spune că o comunicare are loc în Internet, la nivel de schimb de date, ea trebuie să se conformeze unui set aparte de **protocoluri de comunicare** și de date. **Protocolul**, în contextul teoriei informaționale, este un set de reguli de schimb informațional. În cadrul rețelelor de computere, protocolurile de rețea se folosesc pentru a permite computerelor conectate în rețeaua respectivă să primească și să transmită mesaje. Computerul servește drept platformă pentru sistemul operațional. Comunicarea poate fi **asincronică** (există pauze semnificative între emiterea și receptarea mesajului, de ex. email-ul) sau **sincronică** (mediile de comunicare prin Internet, în masă și în grup, care permit comunicarea „în timp real”, cu pauză minimală între emitere și receptare, de ex. IRC-Internet Relay Chat și MUD- Multiple User Dialogue).

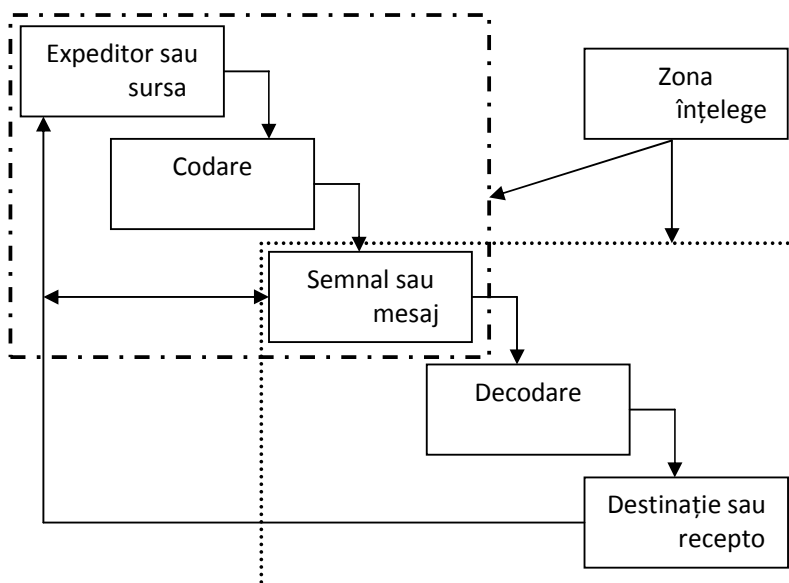
Modelul care permite identificarea factorilor-cheie de care depinde realizarea unei comunicări eficiente în Internet este descris în fig.1.

**Zona Înțelegerii** [6] este un element important în procesul comunicării deoarece comunicările succesive pot fi îndeplinite numai dacă sursa și receptorul se înțeleg. Această înțelegere presupune limbaj, atitudini, percepții, cultură, compartimente, experiență și chiar educație comună.

În **teoriile lingvistice**[7] este semnalată existența mai multor **forme de comunicare**, diferențiate în funcție de : *numărul* celor care comunică și a *canalului* de emisie (comunicare interpersonală, comunicare în interiorul grupului, comunicare în organizații și comunicare de masă) și în funcție de natura *simbolurilor* utilizate (comunicare verbală și nonverbală).

Comunicarea întemeiată pe text în Internet nu posedă caracteristica genurilor tradiționale de texte scrise, întrucât spontaneitatea și caracterul oral al limbii primează. Așadar, comunicarea în Internet are un **caracter mixt**, fiind o combinație a modului oral și a celui scris.

Fig. 1. Modelul procesului de comunicare în Internet



Interacțiuni sociale există mereu între comunitățile virtuale prin aplicații (MySpace, FaceBook, Wikipediia, YouTube, Hi5 etc.) care permit oamenilor să genereze conținut și să împărtășească informații, opinii, experiențe. **Globalizarea culturală** reprezintă astfel o cale de a lega indivizii în jurul aceleași idei. E o realitate incontestabilă că World Wide Web-ul a revoluționat ideea de comunicare globală.

World Wide Web-ul (WWW sau Web pe scurt) este un sistem de stocare și citire a documentelor aflate pe Internet într-un format care include legături către documente, grafice și elemente multimedia.[8]

Limbajul constituie fundamentul comunicării între oameni și pentru foarte mulți dintre ei, acesta poartă conotații emoționale și culturale profunde, valori conținute într-o vastă moștenire literară, istorică, educațională etc. Tocmai din acest motiv, limba maternă nu trebuie să constituie un obstacol în calea accesului la cunoșterea umană disponibilă în **cyberspațiu**. [9]

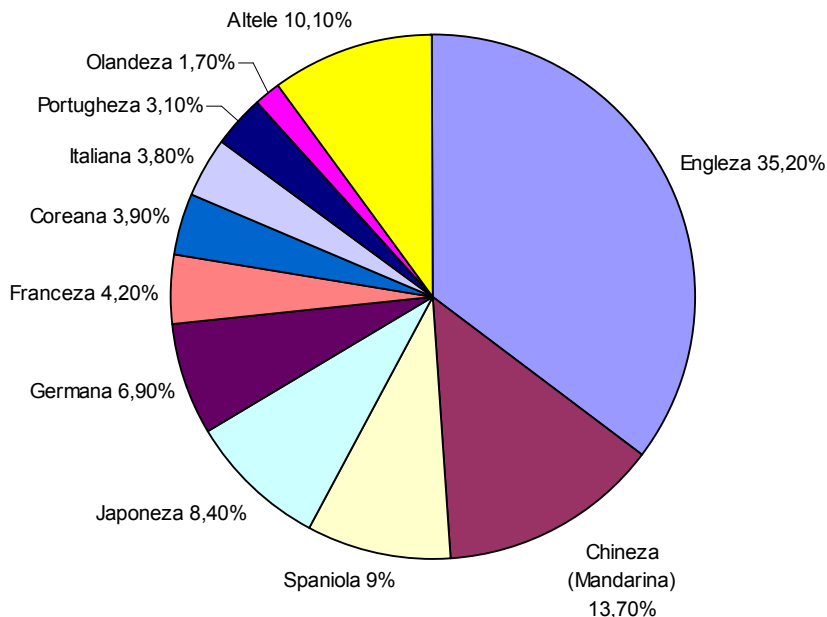
Directoratul general XIII al Comisiei Comunităților Europene [10] propune mecanismele lingvistice și extralingvistice necesare prelucrării mecanice a limbilor naturale, cu alte cuvinte interacțiunea limbilor naturale cu calculatoarele electronice, în vederea informatizării limbii. Acest domeniu de cercetare este individualizat sub numele de **lingvistică computațională**, scopul ei fiind dezvoltarea sau adaptarea resurselor lingvistice dintr-o limbă în dicționare, tezaure, corpusuri și gramatici computerizate. Dorința de creștere a coeziunii sociale în cadrul Comunității Europene implică necesitatea ca oamenii săi să se înțeleagă la toate nivelurile, să schimbe informația scrisă sau orală cu un minimum de bariere lingvistice în comunicare.

Ipoteza fundamentală ce instrumentează noile orientări în cercetarea legată de prelucrarea automată a limbajului natural este că limbajul scris sau vorbit, transpus într-o reprezentare electronică, conține suficientă informație implicită sau explicită (atunci când reprezentarea textuală conține adnotări) pentru a permite extragerea automată a cunoștințelor lingvistice necesare prelucrării limbajului natural.

Ideal ar fi ca pentru schimbul de informații, portabilitate, operabilitate și acces on-line pe paginile web la informațiile conservate de Web, să se impună folosirea tuturor limbilor în cyberspațiu.[11] în vederea păstrării și diversității moștenirii umane universale. Practic, Internetul este un Turn Babel cu 35 de etaje, în care spațiul lingvistic dominant este cel al englezei.

Cercetările estimează că ar fi 0,20 milioane de „internauți” românofobi, prezența limbii române în lumea virtuală fiind de 0,5% (sursa: Global Reach, <http://global-reach.biz/globstats>). La dezvoltarea unei cunoștințe lingvistice pe Internet, de un real ajutor sunt aparițiile de versiuni românești ale unor site-uri internaționale și portalurile românești.[12].

**Distribuția lingvistică a utilizatorilor de Internet**



**Cultura media și comunicarea electronică** [13-16] pot duce chiar la crearea unui ”sistem nervos central” al economiei mondiale, prin caracteristici precum:

- Convergența (existența unei rețele de dimensiuni globale, prin hibridizare culturală);
- Omniprezența (transmiterea datelor în tot ”satul planetar”);
- Interactivitatea (legăturile dintre indivizi, mijloacele de informare devin o cheie explicativă în descifrarea istoriei culturale a umanității).

E necesară o cunoaștere în amănunt a fenomenului globalizării prin intermediul mijloacelor informaționale, întrucât se impune o blocare a derapajelor culturale, stăvilind inundația ofertelor subculturale. Individul se poate astfel apăra de manipulare, deoarece are posibilitatea de a o identifica. Globalizarea are marele rol de a anihila distanța dintre culturi, ”de a crea o nouă identitate culturală”[19].Lumea formată din cyber-cetățeni permite comunicarea globală, eliminând limitele spațiale de comunicare, dar cuprinzând un mediu atât de dinamic precum cel online, numărul schimbărilor este impresionant, iar viteza cu care are loc întrece de multe ori imaginația.

### **Bibliografie**

1. În raportul Conferinței Mondiale privind Politicile Culturale, organizată în 1982 de UNESCO la Mexico City
2. Tapscott, D., *Growing Up Digital: The Rise of the Next Generation*, McGraw-Hill, New York, 1997, [www.growingupdigital.com](http://www.growingupdigital.com)
3. McMurdo, G. *Changing Context of Communication*, în *Journal of Information Science*, 1995, nr. 21, p.140-146
4. Coșeriu, E, *Introducere în lingvistică*, Cluj, Echinoc, 1999, p.32
5. [ :) ] înseamnă “zâmbet”

6. Grosseck, Gabriela, „*Marketing și comunicare pe Internet*”, Iași, Ed. Lumen, 2006, p. 173.
7. Conceptul îi aparține lui Naom Chomsky. O teorie lingvistică este „*un fel de tipar care servește la construirea gramaticilor*”, apud Ana-maria Barbu, *Sintaxa determinantilor. Analiză lingvistică și aplicație computațională*, București, Ed. All, 2004, p. 10
8. Tim Bernes-Lee, *Weaving the Web: The Original design and Ultimate destiny of the World Wide Web*, New York, Harper Collins Publishers, 2000, varianta electronică.
9. Dan Tufiș, *Recent Advances in Romanian Language Technology*, București, Ed. Academiei Române. 1997.
10. \*\*\**Language and Technology*, Report of DGXIII to Commision of the European Communities, September, 2002
11. **Cyberspațiu**-termen introdus de sciitorul american William Gibson în 1984 în romanul său „*Neuromancer*” și induce cititorului idee că este o fantezie SF, nerealizată, dar în curs de dezvoltare. Unele definiții îl confundă cu realitatea virtuală, cu stocarea și transmiterea electronică de informații sau cu comunicarea mediată de computer, în timp ce altele îl definesc ca pe un spațiu conceptual sau ca pe un produs al interacțiunii sociale.
12. **Portalul** poate fi definit ca o poartă de intrare în depozitul imens de documente electronice pe Web. El permite căutarea de informații specifice unui domeniu de interes și diverse servicii (poștă electronică, liste de discuții, servicii de descărcare de programe etc.)
13. Guțu T., D., *New media*, Ed. Tritonic, București, 2008.
14. Grosseck, G., „*Marketing și comunicare pe Internet*”, Iași, Ed. Lumen, 2006
15. Negroponte, N., *Era digitală*, Ed. All, 1999, trad. Mihai Mănăstireanu.
16. Răchieru, A., *Globalizare și cultură media*, Editura Institutul European, Iași, 2001.
- Scholte, J.A., definitions of globalization, la [http://www.infed.org/biblio/defining\\_globalization.htm](http://www.infed.org/biblio/defining_globalization.htm) postat la 15.10.2009
17. Răchieru, A., *Globalizare și cultură media*, Editura Institutul European, Iași, 2001.