

UNIVERSITATEA BABES-BOLYAI, CLUJ-NAPOCA
FACULTATEA DE ȘTIINȚE POLITICE, ADMINISTRATIVE
ȘI ALE COMUNICĂRII

- **SPECIALIZAREA: COMUNICARE ȘI RELAȚII PUBLICE**

COMUNICARE INTERCULTURALĂ

-Suport de curs pentru învățământ la distanță-

Cluj-Napoca

2014

I. Informații generale

Date de identificare a cursului si contact tutori:

Comunicare interculturala

Codul cursului:

An II, sem.II

Curs obligatoriu

Descrierea cursului

Analiza si definirea conceptului de cultura precum si a celui de comunicare interculturala, in corelatie cu diferite arii civilizationale, constituie tema principala a cursului. De asemenea, aprofundarea unor termeni si concepte operationale este absolut necesara pentru intelegerea diferitelor fenomene de natura socio-culturala, in contextul unei evolutii din ce in ce mai rapide a comunicarii la nivel global.

O prima determinanta a conceptualizarii fenomenului comunicational intercultural ar fi aceea ca putem caracteriza ca una dintre specificitatile acestui camp de cercetare faptul ca fiecare aspect al comunicarii este util in masura analizei sale din perspectiva domeniului care a produs respectivul aspect, in raport cu necesitatile concrete care au produs acea nevoie.

In al doilea rand, comunicarea interculturala trebuie privita prin prisma faptului ca are un trecut, un prezent si un viitor, prin urmare comunicarea este determinata de o perspectiva dinamica, modalitatile de interrelationare bazandu-se pe experienta noastra, luand forma acestei experiente.

Structura si organizarea temelor aferente cursului. Bibliografie

1. Cultura si comunicare interculturala

Teme: Conceptul de cultura. Relatia cultura-societate.

Etnocentrism si cultura nationala. Relativism cultural. Cultura si civilizatie. Ierarhizare culturala-culturi majore si culturi minore.

Levi-Strauss, Claude, *Antropologia structurală*, Ed. Politică, București, 1978

Idem, *Gândirea sălbatică*, Ed. Științifică, București, 1970

Frazer, James George, *Creanga de Aur*, Ed. Minerva, București, 1980

Eliade, Mircea, *Solilocvii*, Ed. Humanitas, București, 2003

Caune, Jean, *Cultură și comunicare*, Ed. Cartea Românească, București, 2000

Huizinga, Jean, *Homo ludens*, Ed. Humanitas, București, 2002

2. Teorii ale comunicării interculturale

Teme: Teoria modernizării. Modernism și modernitate. Postmodernismul

Braudel, Fernand, *Timpul Lumii*, vol. 1 și 2, Ed. Meridiane, București, 1989

Wallerstein, Immanuel, *Sistemul Mondial Modern*, vol. 1-4, Ed. Meridiane, București, 1993

Johnson, Paul, *O istorie a lumii moderne*, Ed. Humanitas, București, 2005

Servan-Schreiber, Jean-Jacques, *Sfidarea Mondială*, Ed. Humanitas, București, 1990

Le Carre, Olivier, *Le Proche Orient*, Ed. Gallimard, Paris, 1991

Ionescu, Craciun, *Zile Fierbinti in Orientul Mijlociu*, Ed. Politica, Bucuresti, 1988
Idem, *Corespondent in Orientul Mijlociu*, Ed. Politica, Bucuresti, 1981
Malraux, Andre, *Ispita Occidentului*, RAO, Bucuresti, 1998
Idem, *Antimemorii*, vol. 1-2, RAO, Bucuresti, 1994
Eco, Umberto, *Lector in Fabula*, Ed. Univers, Bucuresti, 1991
Idem, *Limitele Interpretarii*, Ed. Pontica, Constanta, 1996
Baudrillard, Jean, *Figuri ale alteritatii*, Ed. Paralela 45, Pitesti, 2002
Idem, *Celalalt prin sine insusi*, Ed. Casa Cartii, Cluj-Napoca, 1997
Foucault, Michel, *Cuvintele si lucrurile: o arheologie a stiintelor umane*, Ed. Univers, Bucuresti, 1996
Idem, *Arheologia cunoasterii*, Ed. Univers, Bucuresti, 1999

3. Identitatile de grup

Teme: Stereotipuri, prejudecati, clisee, imagini, reprezentari. Clivaje sociale si nationale. Exista o omogenitate a spatiului national sau a grupului social? Studii de caz-identitati nationale, regionale, marginalii in sec. XX.

Thiesse, Anne-Marie, *Crearea identitatii nationale in Europa*, Ed. Polirom, Iasi, 2000

Smith, Anthony, *Nationalism si modernism*, Ed. Epigraf, Chisinau, 2002

Anderson, Benedict, *Comunitati imaginate*, Ed. Integral, Bucuresti, 2000

Gellner, Ernst, *Cultura, identitate si politica*, Institutul European, Iasi, 2001

Mitu, Sorin, *Transilvania mea*, Ed. Polirom, Iasi, 2006

Idem, *Modele și imagini naționale la românii din Transilvania în prima jumătate a secolului al XIX-lea*, Cluj-Napoca, 1996
Andreescu, G & Molnar, G., *Problema Transilvana*, Ed. Romania Pur si Simplu, Bucuresti, 2004
Analiza fenomenelor culturale blues-jazz (inceputul sec. XX-anii '20-'40), flowerpower (anii '60), punk (anii '70-'80), grunge (anii '80-'90), hip-hop (anii '90).

4. Globalizare si comunicare intre culturi

Teme: Modelul cultural american-omogenitate sau eterogenitate. Atractia modelului american. America si Europa-americanism si antiamericanism. Occident si Islam. Occident si Extrem Orient. Universalitatea valorilor. Cultura si umanitate.

Albert, Michel, *Capitalism contra capitalism*, E. Humanitas, Bucuresti, 1994

Revel, Jean-Francois, *Cunoasterea inutila*, Ed. Humanitas, Bucuresti, 1993

Revel, Jean-Francois, *Obsesia antiamericana*, Ed. Humanitas, Bucuresti, 2004

Fukuyama, Francis, *Sfarsitul Istoriei*, Ed. Vremea, Bucuresti, 1994

Huntington, *Ciocnirea Civilizatiilor*, Ed. Antet, Bucuresti, 1998

5. Cultura si civilizatie romaneasca in sec. XX

Teme: Cine suntem si cum ne definim. Cultura si civilizatie romaneasca intre Occident si Orient. Romania in UE- identitate, aculturatie, sincretism si asimilare.

Lovinescu, Eugen, *Istoria Civilizatiei Romane Moderne* vol 1-3, Ed. Minerva, Bucuresti, 1997

Cioran, Emil, *Schimbarea la față a României*, Ed. Humanitas, București, 1990

Eliade, Mircea, *Itinerariu Spiritual*, Ed. Humanitas, Bucuresti, 2003

Ionescu, Nae, *Roza Vanturilor*, Editura Roza Vanturilor, Bucuresti, 1990

Formatul si tipul activităților implicate de curs:

Cursul va include atât prezentarea anumitor noțiuni și concepte precum și discuții în întâlnirile incluse in calendarul activitatilor.

Materiale si instrumente necesare pentru curs:

Echipamentul necesar pentru curs este un calculator cu acces la internet, programele necesare sunt sistem de operare Windows, cu un browser de accesare a internetului (Explorer, Mozilla etc.). De asemeni, pentru fișierele video și /sau audio, este necesar Windows Media Player.

Pentru citirea articolelor de pe CD-ul atașat este necesar programul Adobe Acrobat Reader care poate fi accesibil pe internet gratis. De asemeni varinata Office 2007 oferă posibilitatea citirii documentelor PDF. Este de asemeni necesară utilizarea pachetului Microsoft Office. Aceste programe sunt accesibile în magazinele de profil.

Politica de evaluare si notare

Evaluarea va fi facuta pe baza elaborarii unei lucrari standard, de aprox. 6-8 pagini, din temele aferente cursului. Termenul de predare va fi comunicat in timp util si va fi respectat cu strictete. Daca va fi depasit, vor fi aplicate sanctiuni constand in scaderea unui punct din nota finala.

Elemente de deontologie academică:

Proiectele de cercetare trebuie să respecte deontologia academică, este necesar ca datele să fie obținute și prelucrate după criteriile clasice ale cercetării în domeniul socio-uman. Este necesară precizarea surselor bibliografice, utilizarea citărilor, a referințelor conform normelor științifice.

Plagiatul se pedepsește conform reglementărilor în vigoare ale universității.

Pe forumurile de discuție este necesară utilizarea unui limbaj adecvat.

Coordonatorul acestui curs, titularii, sunt dispuși să ia legătura cu studenții afectați de **dizabilități motorii** sau intelectuale, pentru a identifica eventuale soluții în vederea oferirii de șanse egale acestora. Pentru astfel de situații speciale putem fi contactați prin email, telefonic, sau puteți veni în orarul de consultații afișat mai sus.

II. Suportul de curs propriu-zis:

Obiective: Acest curs își propune o aprofundare a unui domeniu important al științei comunicării abordând teme de bază necesare pentru studiul ulterior al acestei discipline.

Principalele înțelesuri, forme și definiții ale comunicării, principalele teorii despre efectele comunicării interculturale sunt abordate în acest curs.

Obiectivele generale ale cursului

Obiective: Formarea unei viziuni de ansamblu asupra principalelor teorii ale comunicării.

Prezentarea principalelor teorii despre efectele comunicării.

1. Formarea unui sistem care să includă definiții, reguli, modele.
2. Crearea unui limbaj de profil.
3. Formarea unui ansamblu care să cuprindă procesul comunicării de masă și al comunicării interculturale și mediatice în general.
4. Formarea unei baze de date necesare studierii și aprofundării diferitelor domenii ale acestei discipline, în corelație cu altele.
5. Însusirea principalelor teorii care să poată permite aplicarea lor în vederea interpretării unor studii aprofundate.

1. La origini, termenul de “cultură” provine din limba latină și se referă la o bucată de pământ cultivată și, implicit, la acțiunea de cultivare a pământului. Ulterior, termenului i s-a adăugat sensul de creștere și îngrijire a ceva, a cuiva. În prezent, “atunci când vorbim despre cultură ne referim la modul de dezvoltare (socială, n.n.) care se reflectă în sistemul de cunoștințe, în ideologia, valorile, legile și ritualurile cotidiene ale unei societăți” (Morgan, 1986, p.112).

În Webster’s New Collegiate Dictionary, cultura este definită ca “patternul integrat de comportament care include gândirea, vorbirea, acțiunea și artefactele; și depinde de capacitatea omului de a învăța și a transmite cunoștințe generațiilor viitoare” (apud. Deal & Kennedy, 1982, p.4).

În ultimele decenii, în Marea Britanie s-a dezvoltat un nou mod de abordare a culturii, opus tradiției conservatoare și criticismului culturalist care dominaseră lumea științifică din domeniul studiilor culturale până în anii ‘70-’80 ai secolului nostru, curent cunoscut sub numele de “Studiile Culturale Britanice”. Astfel, în opoziție cu identificarea culturii cu o selecție specifică de texte canonizate și practici legitimate (din tradiția conservatoare), Studiile Culturale Britanice reafirmă concepția antropologică a culturii, ca fiind “toate modalitățile în care oamenii dau un sens situațiilor prin care trec și exprimă aceste înțelesuri” (Murdock, 1993, p.81).

Cultura, în esență, se reflectă în modul de organizare socială și de dezvoltare al unei societăți, în practicile cotidiene instituționalizate și interiorizate de către membrii unei societăți, care îi fac astfel să aibă mai multe similarități decât diferențe între ei, și care, în același timp, îi individualizează ca grup printre alte grupuri care au caracteristici asemănătoare, prin care se individualizează la rândul lor. Cultura nu e ceva ce aparține sau care se poate întâlni numai în interiorul unei clase sociale, nu e un privilegiu, ea e omniprezentă; toate societățile, toate civilizațiile din toate timpurile au avut o cultură mai mult sau mai puțin dezvoltată, dar unică, ceea ce le-a făcut să existe ca entități unice și indivizibile și să-și afirme individualitatea printre alte societăți și civilizații.

În tradiția antropologică, conceptul este modelat prin influența școlii de antropologie culturală anglo – saxonă. Necesitatea de a explica simultan variațiile și constantele vieții spirituale ale fiecărui grup uman a determinat căutarea unui termen care să explice și să sintetizeze aceste fenomene. Astfel, este cunoscută definiția lui Tylor dată în 1871 în lucrarea „Primitive Culture”: “Cultura (sau civilizația), considerată în sensul său etnografic larg, este un întreg complex care include cunoașterea, credința, arta, morala, legea, cutuma și toate celelalte aptitudini și obișnuințe dobândite de către om în calitatea sa de membru al societății” (apud. G. Ferreol, p. 49, 1998).

Multitudinea definițiilor date conceptului de „cultură” i-a determinat pe Kroeber și Kluchohn să încerce o clasificare a acestora (1952). Ei au clasificat cele peste 160 de definiții identificate în 6 categorii:

- a. definiții descriptive asemenea celei a lui Tylor;
- b. definiții istorice precum cea a lui Ralph Linton care spune că numim cultură ereditatea socială;
- c. definiții normative care accentuează standardizarea în societate, cultura fiind un sistem de norme, de valori și idealuri umane (de exemplu, definiția dată de Wissler);

În acest context, modul de viață al unui grup social e cultura sa, incluzând toate procedurile sociale standardizate.

d. definiții psihologizante precum cea a lui Ralph Piddington (1950): cultura unui grup social poate fi definită drept suma echipamentelor materiale și intelectuale prin care oamenii își satisfac nevoile biologice și sociale și se adaptează la mediu.

În aceeași tendință se înscrie și direcția antropologiei americane numită “Cultură și personalitate” care, bazându-se pe psihologie și psihanaliză, încearcă să regăsească elemente de sens universal valabile. “Pentru R. Benedict, M. Mead, R. Linton sau A. Kardner, o cultură nu este determinată de elemente obiective, ci de atitudinea față de viață și de comportamentul afectiv al membrilor ei ” (G. Ferreol, 1998, p. 50)

- e. Definiții structurale, raportabile la conceptul central de „pattern”.

În acest sens, R. Linton afirmă în „Fundamentul cultural al personalității” că se numește cultură acea configurație de comportamente învățate ale căror elemente sunt împărtășite și transmise de membrii unei societăți. A. Kardner susține că fiecărei culturi îi corespunde o « personalitate de bază », adică o configurație psihologică particulară care se manifestă printr-un anumit stil de viață, pe baza căruia indivizii își elaborează variante personale. Această personalitate, modelată de cultura în sânul căruia se dezvoltă datorită rolului « instituțiilor primare » (familie, sistem educativ), o influențează la rândul ei, producând « instituții secundare » (mituri, religie, rituri și cutume). (apud G. Ferreol, 1998, pag. 50). Este de înțeles deci interesul pentru socializare al acestui curent.

În aceeași tendință se încadrează Levi-Strauss cu studiile sale asupra miturilor, structurilor de rudenie, structurilor de organizare socială, practicilor artistice prin care încearcă identificarea unor structuri comune pentru explicarea coerenței sistemului simbolic al fiecărei culturi.

f. definiții generice care presupun că se numește „cultură” produsul, rezultatul uman creativ așa cum arată Melville Herskovits. El definește cultura ca fiind amprenta pe care omul o pune asupra mediului.

În același sens, dar configurând o categorie specială de definire (cea metafizică), L. Blaga vorbește despre destinul creator al omului. Astfel, în scrierile sale filosofice, arată că omul este rezultatul unei mutații ontologice față de regnul animal. Dacă există evoluție, spune el, atunci cu siguranță omul nu este rezultatul unei evoluții, ci al unei mutații (schimbare radicală) care dă seama despre destinul „întru mister și pentru revelare”. Astfel, actul cultural este

în esență un act creativ, apanajul exclusiv al ființei umane, iar acest act creativ (cultural) este nu doar un produs uman ci mai mult, o misiune existențială.

În studiile culturale antropologice e important să distingem o abordare științifică, generalizatoare, și una istorică, particularizatoare. Prima abordare încearcă să aranjeze fenomenele în categorii, clase, pentru a recunoaște consistența relațiilor dintre ele, pentru a stabili legi și regularități și pentru a formula teorii cu valoare predictivă. A doua abordare este mai preocupată cu plasarea fenomenelor în timp și spațiu, cu unicitatea fiecărei constelații, și cu ethosul sau valoarea sistemelor care caracterizează ariile culturale (Steward, J., 1955, p.3).

Cu privire la dezvoltarea culturală, în antropologie s-au dezvoltat două curente : “**evoluționismul uniliniar**” și “**relativismul cultural**”. Primul postulează că toate societățile trec prin stadii de dezvoltare similare. Relativismul cultural vede dezvoltarea culturală esențial divergentă și își concentrează atenția asupra trăsăturilor care disting societățile, le diferențiază una de alta.

Există și o a treia abordare, a evoluției multiliniare, care presupune că anumite tipuri culturale de bază se pot dezvolta în mod similar în condiții similare, dar că puține aspecte concrete ale culturii vor apărea în toate grupurile umane în același timp (op. cit., p.4).

În esență, concepția lui Steward asupra evoluției culturale –abordare cunoscută în antropologie sub numele de **ecologie culturală** – se concentrează pe ideea că similaritățile culturale și de organizare socială întâlnite între diverse societăți se datorează mediului (în sensul de arie geografică, relief, climă), care le determină să se dezvolte în mod asemănător, chiar dacă între aceste societăți nu existau contacte de nici un fel și nu aveau cunoștință unele despre existența altora. Steward consideră că tipurile de cultură se formează în funcție de condițiile de mediu.

Această abordare, a ecologiei culturale, a fost inițiată de A. Kroeber care, în urma unor studii ale societăților arhaice din Asia de Nord-Est și America de Nord-Vest, constatând similarități de dezvoltare socio-economică și culturală, a concluzionat că regiunile ecologice imprimă un tipar cultural societăților. Deci, concluzia lui Kroeber ar fi că cea mai importantă variabilă care poate explica apariția unui anumit tip de cultură este mediul, respectiv condițiile climaterice, vegetația, relieful și alți factori geografici.

Odată cu apariția relativismului cultural și a abordării evoluției multiliniare s-a trecut într-o nouă epocă a studiilor culturale antropologice, prin reconsiderarea perspectivei holistice de până atunci, perspectivă ce fusese inițiată de antropologii culturali ai sfârșitului de secol XIX și început de secol XX (C. Levi-Strauss, B.K. Malinowski, F. Boas). Aceștia , în primul rând Malinowski, sunt fondatori ai școlii “funcționaliste” de antropologie; ideea centrală a acestei școli fiind aceea că instituțiile umane sunt constructe sociale care ar trebui analizate în cadrul contextului cultural ca un întreg.

Studiul culturii în sociologie a început odată cu ideea lui Emile Durkheim, conform căreia credințele religioase funcționau ca întăritori ai solidarității sociale. Această teorie a stat la baza gândirii cultural-antropologice de la începutul secolului XX.

Astfel, pe baza ideilor lui Durkheim a apărut și s-a consolidat funcționalismul, ai cărui adepți erau interesați de relația dintre funcționarea societății și cultură. Funcționaliștii vedeau cultura ca pe o colecție de părți integrate care interrelaționau pentru a păstra societatea în funcțiune.

Principala critică adusă funcționalismului a fost aceea că prin explicația adusă de acesta cu privire la rolul culturii – și anume că permite unei societăți să funcționeze – nu explică înțelesul sau originile tradițiilor culturale specifice diverselor societăți.

După depășirea perioadei funcționaliste și a abordării holistice a culturii, studiul asupra diferențelor culturale s-a dezvoltat în mai multe direcții, dintre care am amintit ecologia culturală, relativismul cultural și evoluționismul multiliniar. Pe lângă acestea a mai apărut o altă perspectivă asupra culturii, aparținând lui Leslie White care asociază diferențele culturale cu diversele moduri în care societățile umane produc și folosesc energia. El a constatat că fiecare pas în evoluția culturală era marcat de o creștere a cantității de energie de persoană. A observat de asemenea că societățile dezvoltate generează și utilizează o mare cantitate de energie.

M. Harris aduce o nouă viziune asupra originilor și evoluției culturii: **materialismul cultural**. El susține că orice cultură are în principal o bază economică și dă exemplul importanței vacilor în India, explicând acest fenomen larg răspândit de sanctificare, ocrotire și prețuire exagerată a respectivului animal prin importanța sa economică pe care o are pentru populație.

Ultima problemă ridicată în antropologia culturală a ultimului deceniu al secolului XX în ceea ce privește studiul culturii și înțelegerea influențelor pe care aceasta le exercită asupra diverselor aspecte ale vieții sociale, este lansată de postmoderniști care se întreabă dacă este posibilă o înțelegere obiectivă a altor culturi.

Cercetătorul în domeniul cultural descoperă grupuri și categorii umane care gândesc, simt și acționează în mod diferit, dar nu există nici un fel de standarde științifice pentru a considera un grup ca fiind intrinsec superior sau inferior altuia. Studiile diferențelor culturale între grupuri și societăți implică presupunerea unei poziții a relativismului cultural. Claude Levi-Strauss, marele antropolog francez, a exprimat astfel acest lucru:

“Relativismul cultural afirmă că o cultură nu are nici un criteriu absolut pentru a decide că activitățile unei alte culturi sunt “inferioare” sau “nobile”. Totuși, fiecare cultură poate și trebuie să aplice acest criteriu propriilor activități, deoarece membrii săi sunt atât actori cât și observatori” (apud. G. Hofstede, 1996, p.23).

Relativismul cultural nu implică standarde nici pentru un individ și nici pentru societatea căreia îi aparține. El cere ignorarea prejudecăților atunci când se abordează grupuri sau societăți diferite de cea proprie. Trebuie să se gândească serios înainte de a se aplica normele unei persoane, ale unui grup sau ale unei societăți unui alt grup sau unei alte persoane. Informarea asupra naturii diferențelor culturale dintre societăți, cauzele lor și consecințele lor trebuie să preceadă raționamentul și acțiunea.

Chiar după o informare amănunțită, este destul de posibil ca observatorul străin să nu accepte unele aspecte ale altei societăți. Dacă el este implicat profesional în altă societate, el poate să dorească să introducă modificări. În perioada colonială, adesea, străinii au exercitat o putere absolută în alte societăți în care puteau impune regulile lor. În perioada postcolonială, străinii care doresc să schimbe ceva în altă societate vor trebui să-și negocieze intervențiile. Din nou negocierea are mai multe șanse de reușită atunci când părțile implicate înțeleg motivele privind diferențele între punctele lor de vedere (G. Hofstede, 1996, p.32).

2

Ierarhizare si comparatism cultural

A încerca să oferim răspunsul la întrebarea „Pot fi comparate culturile?” nu e un simplu exercițiu de jonglare conceptuală, ci, mai degrabă, este actul de bază care supune atenției și *vitalizează* – mai mult ca niciodată - unul din cele mai noi domenii de studiu – studiile culturale fiind instituționalizate abia în anii 1970¹.

Să ne motivăm, totuși, afirmația: dinamica ce rezultă din chestionarea subiectului de studiu este justificată de însăși emergența accelerată a culturilor și subculturilor din ultimele decenii. Astfel, situarea posibilității comparării culturilor – scopul, de altfel, primordial al domeniului de studiu – sub o lumină intermitent sceptică, nu face decât să susțină vie o polemică ce-și are garantată viețuirea *de* permutările și metamorfozele culturale.

¹ M. Detienne, *Comparing the incomparable*, Stanford University Press, Stanford, California, 2008, p. xi.

Așadar, înainte de a oferi o lămurire asupra întrebării de bază, ne vom întreba simplu: - La ce bun *comparatismul*, în general? Un răspuns larg ar putea fi: comparatismul ajută la definire, rafinare și lămurire. Aplicat în cazul nostru, compararea unor culturi poate clădi întrebări la care, dacă se găsesc răspunsuri, ar putea provoca o reîmprospătare *continuuă* a *definirii* culturilor, *simultan* cu schimbările survenite în mediile studiate. Mai departe, întrebarea care ar părea să survină natural este: - Ar trebui, atunci, să nu mai scriem istorie, din lipsa acesteia de perspectivă apreciativă, prea puțin înclinată spre aspectele axiologice (deci calitativă?), ci să demarăm comparații culturale ample urmând cu tact ritmul cu care au loc schimbările – respectiv manifestările schimbărilor survenite? Această primă întrebare deschide căile spre mai buna empatizare a abordării cărții „Comparing the incomparable”, scrisă de Marcel Detienne.

Johns Jopkins, în prefața cărții „Comparing the incomparable. Cultural memory in the present”, delimitează² granițele unei perspective asupra comparatismului cultural, asociindu-l cu un joc în care comparațiile și, respectiv, asocierile, au loc în mod *experimental*, proclamând libertatea și plăcerea rezultată din aceasta de a releva și reasambla elementele constituente ale unor operații intelectuale, cumulate, mai departe, în culturi, curente culturale, subculturi, șamd. Johns Jopkins mai realizează, apoi, o apologie a uzului studiilor comparate de către istorici și antropologi, acestea din urmă fiind cele care – apreciem noi - îndepărtează golul dintre cele două domenii de studiu.

După Marcel Detienne, studiile culturale sunt în antiteză cu istoria, care, în începuturile ei, urmărea să fie „generală în ceea ce privește lucrurile umane și naturale dintre cele mai notabile”³. Generalismul, în termeni analitici, dacă este exersat fără a sublinia diferențele specifice care redau nuanțele explicative ale secolului, atunci nu va reuși să fie uman, și, cu atât mai mult, natural. Așadar, în

² Idem, p. xv.

³ Idem, p. 2.

anul 1604, Popelinière încerca să se distanțeze de conceptul de istorie ca reprezentare a generalului, și propune, în schimb, *observarea* ținuturilor îndepărtate și proxime, tocmai pentru a ne aduce mai aproape de o așa-numită „istorie perfectă”⁴. Nu ar fi hazardant să credem că acesta este unul dintre primii pași decisivi pentru construirea unui domeniu de studiu precum studiile culturale.

Din punct de vedere epistemologic, studiile culturale urmăresc⁵ reconcilierea celor două tipuri de cunoaștere: cea culturală și cea obiectivă. Privit din acest unghi, studiile culturale, folosindu-se de „comparație” ca și mijloc principal de relevare și, în final, de conectare ale celor două tipuri de cunoaștere, pășim, de fapt, într-un spațiu în care, prin apel la „comparatism” se încearcă să se prezinte o viziune *holistică* asupra lucrurilor, observând și *subliniind* (în același timp) adevărata natură a aspectelor cercetate; *completa* natură a aspectelor cercetate.

Pe aceeași linie, Detienne vorbește despre „a cunoaște și înțelege comunități noi și diferite”⁶. Ideea care survine dacă ne-am întreba „- La ce bun comparatismul?” ar putea fi însăși înțelegerea unui întreg nou, necunoscut, prin descompunerea părților, identificarea părților cunoscute, asemuirea cu cele cunoscute deja și identificarea elementelor diferite ca fiind cele care redau distincția.

În acest sens, unii dintre reprezentanții semiologiei, cum ar fi Charles Peirce⁷, susțin faptul că oamenii nu pot concepe și înțelege decât semne pe care le cunosc. Cu alte cuvinte, lipsește capacitatea de intuiție veritabilă. Iar aici - exercițiul propus de a ne imagina ceea ce nu a mai fost gândit vreodată este cu atât mai dificil și grăitor cu cât ne vom regăsi schițând verbal creaturi, concepte

⁴ Idem, p. 4.

⁵ http://en.wikipedia.org/wiki/Cultural_studies, accesat în 06.11.2011.

⁶ M. Detienne, *Comparing the incomparable*, Stanford University Press, Stanford, California, 2008, p. 4.

⁷ http://en.wikipedia.org/wiki/Charles_Sanders_Peirce, accesat în 06.11.2011.

sau imagini care sunt construite din aceleași elemente cu care operăm în mod uzual, sau care sunt deja cunoscute, clasificate și etichetate de mintea umană. Aici - facem legătura dintre analiză, comparare și cunoaștere. De aici, înțelegerea, și, ulterior, cunoașterea comunităților este posibilă, survenind în mod logic.

Pe de altă parte, ne întrebăm: încercă studiile culturale, de fapt, să studieze factorii care au contribuit la geneza subiectelor în discuție, prin prisma comparării a *ceea ce este*, a ceea ce are loc *acum* sau a ceea ce a avut loc *atunci*? Ei bine, răspunsul la astfel de întrebări nu se poate găsi decât printr-o analiză riguroasă a studiilor dense realizate de-a lungul timpului.

Poate fi comparatismul cultural obiectiv? Dacă nu, atunci cum ar putea denatura o cultură sau alta - având în vedere că jonglează sub fundal evoluționist⁸? Intuitiv, am răspunde că scopul - deși nu intenționat - ar fi să scoată în evidență superioritatea unei culturi sau alteia. Ei bine, în acest caz, am fi tentați să provocăm polemici care țin de etică.

Reîntorcându-ne la cea dintâi întrebare, nu am putea spune că o cultură poate fi comparată cu alta, dacă am avea în vedere natura *esențial* (sau *fundamental*) diferită a culturilor, în sensul în care vorbim despre cum *sunt* ele astăzi, în prezent. Totuși, ne-ar putea fi posibil să ne gândim la un demers comparativ în condițiile în care am analiza modul în care s-au format culturile, având ca și criteriu de comparare stabil – *omul* și *nu* culturile în sine. Factorii care au dus la modelarea unui anumit tip de cultură și efectele care reies din aceasta nu ne încurajează decât să realizăm comparații care mai de care: axiologice, fenomenologice, epistemologice, șamd. De aici, analizele puternic calitative, care ar putea da naștere unor polemici cu potențial – se întrevăd cu o ușurință din ce în ce mai mare.

⁸ Vezi M. Detienne, *Comparing the incomparable*, Stanford University Press, Stanford, California, 2008.

Ceea ce importă în disputarea temei „Se pot compara culturile?” este, de fapt, *punctul de vedere* din care ar porni însăși compararea. Astfel, este nevoie de o segmentare atât temporală cât și conceptuală a întregului proces de comparare în cadrul setului de culturi ales. Mai departe, poate că ar fi relevant și scopul întru care are loc compararea. De ce? De exemplu, dacă cercetătorul în cauză dorește să răspundă la o întrebare care urmărește *definirea* unui aspect cultural, folosindu-se de comparații, atunci compararea se justifică - mai mult ca *instrument de gândire*. Dacă, însă, cercetătorul dorește să răspundă la întrebări care țin de găsirea similitudinilor dintre culturi care sunt fundamental diferite, atunci va trebui ca munca sa să fie, totuși, bazată pe anumite concepte care le sunt comune. Omul – sau *umanismul* – ar putea fi un posibil criteriu universal, aplicabil oricărei analize. Și dacă ar fi să fim de acord cu aceasta, atunci culturile ar putea fi oricând comparate, tocmai pentru că elementul care le alimentează este și cel asupra căruia se răzbat efectele mediului studiat.

La ce se rezumă, în final, compararea culturilor? La o comparare axiologică, în fond, pe de o parte, iar pe de altă parte, o clasificare temporală, contextuală și cauzală a efectelor asupra viitoarelor fermentări ale unor culturi sau subculturi. Compararea culturilor, în aspectul ei pur „previzibil”, nu face decât să justifice mai ușor ceea ce este *acum*.

Concluzionând, la nivel teoretic culturile *pot* fi comparate, atât timp cât există un criteriu comun care funcționează drept pivot de orientare conceptuală. Efectele care pot reieși din compararea culturilor – preeminența superioară sau inferioară a unei culturi, justifică, de asemenea, paradoxala comparație dintre culturi. Cu toate acestea, dacă ne gândim la motivațiile care stau la baza polemicii „comparatismului versus non-comparatismului cultural” este însăși ierarhizarea axiologică și evoluționistă a tipurilor de culturi existente este cea care înfrânează o posibilă analiză la rece și poate favoriza sau defavoriza anumite grupuri de indivizi, în anumite privințe (economice, sociale, etc.).

2. Auguste Comte - biografie

Absolvent al Școlii Politehnice, în anii 1817 - 1824 a fost secretar al lui Saint-Simon și a fost profund influențat de acesta. Saint-Simon a întrebuițat pentru prima oară termenul de filozofie pozitivistă. Totuși lui Comte îi revine meritul de a fi elaborat un sistem coerent, cu o logică și o bază științifică superioară față de Saint-Simon.

Auguste Comte a urmărit crearea unei filosofii pozitivistice, corespunzătoare ultimului stadiu la care omenirea trebuia să aspire în viziunea sa, după ce a trecut prin faza teologică și cea metafizică, care erau considerate drept faze necesare în dezvoltarea omenirii de la copilărie spre maturitatea din cea de a treia fază, a spiritului pozitiv. Pozitivismul, știința și filozofia pozitivă nu mai caută explicarea cauzelor obscure ale fenomenelor ci se mulțumește cu studiul datelor experienței.

Pozitivismul

Pozitivismul este un curent filozofic a cărui teză principală este că singura cunoaștere autentică este cea științifică, iar aceasta nu poate veni decât de la afirmarea pozitivă a teoriilor prin aplicarea strictă a metodei științifice.

Lucrari de referinta

Auguste Comte - biografie

Absolvent al Școlii Politehnice, în anii 1817 - 1824 a fost secretar al lui Saint-Simon și a fost profund influențat de acesta. Saint-Simon a întrebuițat pentru prima oară termenul de filozofie pozitivistă. Totuși lui Comte îi revine meritul de a fi elaborat un sistem coerent, cu o logică și o bază științifică superioară față de Saint-Simon.

Auguste Comte a urmărit crearea unei filosofii pozitivistice, corespunzătoare ultimului stadiu la care omenirea trebuia să aspire în viziunea sa, după ce a trecut prin faza teologică și cea metafizică, care erau considerate drept faze necesare în dezvoltarea omenirii de la copilărie spre maturitatea din

cea de a treia fază, a spiritului pozitiv. Pozitivismul, știința și filozofia pozitivă nu mai caută explicarea cauzelor obscure ale fenomenelor ci se mulțumește cu studiul datelor experienței.

Pozitivismul

Pozitivismul este un curent filozofic a cărui teză principală este că singura cunoaștere autentică este cea științifică, iar aceasta nu poate veni decât de la afirmarea pozitivă a teoriilor prin aplicarea strictă a metodei științifice.

Lucrari de referinta

Auguste Comte scrie doua lucrări majore Cursul de Filozofie Pozitivă (1830-1842) și Sistemul Politicii Pozitive (1851-1854).

Pentru Comte filozofia reprezintă un sistem general al concepțiilor umane, iar filozofia pozitivă este cunoștința întemeiată pe observarea strictă a faptelor și coordonarea lor, mergând pe ideea că o știință nu devine pozitivă decât întemeindu-se exclusiv pe fapte observate.

Știința pleacă de la fapte observabile și definite în raport cu un observator deoarece orice fenomen se relevă întotdeauna ca o relație determinată între un obiect și un subiect.

Pozitivismul trasează calea cunoașterii între două extreme obiectivismul absolut și subiectivismul absolut. Obiectivismul exagerând independența ordinii naturale, iar subiectivismul absolut respingând orice formă de viață colectivă.

În concepția lui Comte dacă ordinea universală ar fi doar obiectivă sau subiectivă atunci ar fi fost de mult timp sesizată de observațiile noastre sau emanată în concepțiile noastre.

În demersul său filosoful mizează pe două descoperiri principale: Legea celor trei stadii și Clasificarea științelor.

Legea celor trei stadii este o generalizare filosofică a caracteristicilor evoluției intelectuale a omenirii. Cele trei stagii sunt: teologic, în care fenomenele ce constituie obiectul cunoașterii sunt considerate manifestări ale voinței unor entități supranaturale, cum ar fi, Dumnezeu, al doilea stadiu este cel metafizic, în care entităților abstracte li se substituie alte principii abstracte, cum ar fi natura, iar cel de-al patrulea stadiu este cel pozitiv, în care fenomenele nu mai depind de principii absolute. Stadiu pozitiv însemnând depășirea acestor principii absolute și cautarea de răspunsuri cu ajutorul unor legi, descoperiri exacte.

O știință se dezvoltă cu ajutorul alteia, astfel Comte constată că sociologia era dominată de teologie, de interpretările de factură religioasă și de metafizică, de doctrinele politice ale raționalismului, dezvoltându-se în jurul conceptului de natural.

Comte și-a propus să facă din sociologie o știință pozitivă. Constituirea sociologiei pozitive presupunea formularea de legi necesare oricărei societăți umane și dezvoltării sale istorice, ceea ce va avea drept consecință o transformare a societății în conformitate cu principiile pozitive. Fiecărei faze determinate de dezvoltare intelectuală a umanității îi corespunde o formă determinată de organizare a societății. Altfel spus, modul de gândire al oamenilor într-o epocă dată se exprimă în prin produsele sale culturale și se traduce prin prevalența anumitor instituții economice, sociale, politice. Deci, stadiului teologic îi corespunde organizarea societății, iar stadiului metafizic îi corespund instituțiile create de revoluția franceză, iar stadiului pozitiv,

societatea industrială. Industrializarea era în continuă dezvoltare la acea vreme, mari complexe de producție evindeniind un caracter public, guvernele fiind nevoite să-și subordoneze politicile preconizate.

Cu toate acestea, constituirea unei societăți industriale organice, realizarea unui sistem coerent de instituții de producție și identificarea lor deplină cu instituțiile politice este împiedicată de supraviețuirea unor instituții cum sunt monarhia, biserica, în care ideile teologice și metafizice încă primează. Sociologia pozitivă ar spulbera aceste idei teologice și metafizice, determinând un nou consens în jurul ordinii sociale și în jurului doctrinei pe care se întemeiază.

Spiritul critic, care în faza metafizică se răzvrătise contra preceptelor teologice și instituțiilor militare și teocratice, va avea de acum înainte o nouă rațiune de a fi în noua societate.

O mișcare spontană în construirea sociologiei pozitive și a liberalizării societății direcționează în noua ordine socială, asigurând un caracter pozitiv consensului social. O operă de educație universală contribuie la disciplinarea publică și privată și la insinuarea unor habitaturi puternice bazate pe înțelegere și solidaritate socială.

Pozitivismul dacă este folosit și în viața noastră de zi cu zi poate aduce mari schimbări. Unii psihologi recomandă folosirea pozitivismului și în viața de cuplu. Împărtășirea evenimentelor pozitive capitalizează evenimentul rezultând o experiență pozitivă. Astfel după împărtășirea unei vești pozitive persoanei de lângă tine, entuziasmul cu care acesta se manifestă va deveni un alt eveniment pozitiv pt noi. Pe lângă fericirea în

familie, pozitivismul poate aduce și o liniște mentală și sufletească. În momentul în care noi suntem într-un moment prost și ne amintim de lucrurile bune de care am avut parte de curând demoralizarea dispare.

Pozitivismul aduce un echilibru și între emoțiile noastre. Între stările de bine, împlinire, fericire, recunoștință apar și stările negative, ura, frica, gelozia, mânia. Esențial este să păstrăm un echilibru între stările noastre. În momentul în care realizăm trăirile noastre negative să le anulăm cu ajutorul acelor stări care ne oferă fericirea și pacea de care avem nevoie.

Este esențial să creăm în jurul nostru un mediu pașnic și altruist pentru a ne fi și noua bine și celor din jurul nostru.

4. Cultura și globalizare

Ideea principală o constituie analiza relației dintre globalizare și identitate, precum și analiza dintre o astfel de identitate, înțeleasă ca o practică a culturii ce nu poate fi analizată fără a se lua în considerație comunicarea la nivel mondial, și diversitate. Prin urmare, problema o reprezintă transformarea multidimensională a societății noastre la începutul secolului 21, marcată de o creștere a globalizării și de afirmare a identităților singulare, aflate în tensiune constantă, în contextul în care formele politice existente sunt în criză, iar procesele de restructurare prin noi proiecte luptă să configureze o nouă societate. Pe scurt spus, aceste elemente de bază includ relația dintre globalizare și cultură, influențată fiind această relație de acțiunea politică și socială, ca și de modelul de guvernare.

Globalizarea, care nu este același lucru cu internaționalizarea, se cuvine să fie definită. Termenul se referă la caracteristicile unui sistem cu capacitatea – prin acțiunile sale structurante, adică instituționale, organizatorice și tehnologice – de a funcționa ca o unitate în timp real la nivel planetar, și care include, și exclude ceea ce nu are valoare în rețeaua globală. Acest sistem este reversibil și nu neapărat susținut la nivelul social, cultural, sau de mediu, și este multidimensional, adică include ce este global și ce este local, împreună cu ceea ce este cultural, social și economic. Trebuie reținut faptul că doar o mică parte din

această activitate este globalizată, dar această mică parte condiționează, determină și domină restul planetei. Datele înregistrate arată că 85-90% din serviciile din lume sunt globalizate, și doar 220 milioane de oameni lucrează în instituții multinaționale.

În acest context, lucrarea de față încearcă să creioneze răspunsuri la întrebări dificil de găsit răspuns: Există sau nu o globalizare culturală? Care sunt transformările mass-media în era globalizării? Care este importanța mass-media în proiectarea globalizării culturii, sau din contră, în proiectarea culturii locale într-o lume globalizată? Cum se poate măsura globalizarea culturală? Care sunt indicatorii de globalizare culturală?, să creioneze, așadar, răspunsuri, pentru că este dificil de discutat despre existența unei globalizări culturale. Cel mult, ne putem referi la o direcție comună, mai întâi cu privire la țările dezvoltate din punct de vedere economic, în care valorile moderne (secular-raționale) și cele post-industriale sau de auto-expresie sunt bine stabilite. Transformările mass-media la nivel global provoacă noțiunile tradiționale de opinie publică. Noile informații și tehnologiile de comunicare pot să fie folosite ca platformă pentru lansarea globalizării culturale, la fel ca și pentru reafirmarea și întărirea culturilor locale, care se simt amenințate de această dezvoltare a culturii media globale. Prin urmare, dezvoltarea globalizării culturale este o amenințare a diversității sau o oportunitate pentru a rezolva problemele comune? Globalizarea informației, tehnologiile de comunicare, mass-media sunt o amenințare a diversității culturale sau o platformă eficientă de lansare a limbajelor și culturilor minoritare? Mass-media promovează globalizarea culturală sau nu?

În ciuda a ceea ce se crede, anume că globalizarea impune hegemonia culturii, realitatea demonstrează faptul că există o rezistență culturală care persistă și care devine, ca valoare, din ce în ce mai puternică. Această rezistență dă posibilitatea existenței diversității culturale, care poate promova interesele comune ale societății. Măsurarea, analiza și comparația valorilor culturale din diferite țări și zone geografice ale lumii au scos în evidență, în primul rând, că valorile culturale din țări diferite nu tind spre convergență; deși dezvoltarea economică împinge toate țările spre o direcție comună, această direcție comună asigură întărirea valorilor. Comunicarea este globalizată, și cu toate acestea ea nu implică o globalizare culturală. Întărirea identităților este folosită, în multe cazuri, ca un mecanism de control al globalizării haotice. Mai mult, identitatea este un instrument construit pe bazele experienței și generator de sens în viața oamenilor. Acest sens, care poate fi unul religios, național, etnic, teritorial, sau

în legătură cu egalitatea în drepturi între genuri, este fundamental în viața oamenilor și caracterizează lumea, la fel de mult ca și globalizarea și tehnologiile. Comunicarea are un rol major, ca spațiu public nou, și ea dă posibilitatea construcției dinamice interculturale și facilitează mișcarea de la monolog la dialog, și de la dialog la cooperare, o cooperare care nu trebuie să se bazeze pe vorbe, ci pe fapte, în legătură cu diferite identități.

Globalizarea este, conform definiției date de McGrew, o intensificare a interconectării globale, o răspândire a tuturor credințelor valorilor, bunurilor, dincolo de granițele teritoriale; toate se răspândesc fără efort. Globalizarea duce la o compresare a noțiunii de spațiu și timp, distanțele se îngustează, lumea devine mai îngustă, ca un sat global; acest lucru este posibil datorit mijloacelor audio-vizuale. Însă chiar dacă există o anumită proximitate a culturilor, dată de această dezvoltare tehnologică, culturile sunt încă despărțite de specificul lor cultural. Din nefericire, globalizarea tinde să suprimă acest lucru, făcând ca aceste culturi să capete caracterul de consum, făcând ca orice loc să arate, mai mult sau mai puțin, cu celălalt. Globalizarea are ca sens tendința de unicitate, de global. Pentru Robertson, noțiunea de global implică lumea ca loc unic, formele de cultură intrând tot mai mult în contact. Pentru Hirst și Thompson, globalizarea are, în mare măsură, un caracter economic. Însă nu trebuie să cădem într-un reduționism absurd, căci globalizarea nu se limitează doar la termeni economici. Dimensiunea culturală a unei societăți este greu de delimitat, aceasta având, totuși, câteva trăsături:

- a. Cultura poate fi înțeleasă ca sferă a existenței în care oamenii construiesc semnificația practicilor cu ajutorul simbolurilor;
- b. Modalitate prin care oamenii dau un sens vieții, prin intermediul comunicării dintre ei;
- c. Scopul culturii este de a da sens vieții ;
- d. Cultura mai poate fi înțeleasă și ca fiind teritoriul înțelesurilor semnificative din punct de vedere existențial.;
- e. În concluzie, cultura include toată varietatea de practici cotidiene; cultura valorifică existența umană.

În perioada globalizării, dimensiunea culturală este adesea confundată cu cea culturală media cea a tehnologiilor audio-vizuale și a comunicațiilor prin care sunt transmise reprezentările culturale. Prin cultură media se înțelege cea alienare

prin consumism, o democratizare a consumului, chiar o mediocrizare a consumului. Într-o eră a Internetului și a televizorului, cultura de vine relativ, ni se spune ce și unde să privim, să citim, să ascultăm. Apărând cultura de masă, apare, așa cum afirmă și Edgar Morin, o a doua colonizare, pornit din S.U.A. Această cultură tinde să erodeze celelalte culturi, până la a le înlocui. Așadar, cultura de masă devine prima cultură universală din istoria omenirii. Lumea de azi, așa cum constată și Huntington, se îndreaptă spre pluricivilizație, ascunzând falii culturale inevitabile. Cultura media se dovedește agent al globalizării, acest lucru prin universalizarea divertismentului, supravalorizarea sa, ducând, în final, la dependență. Așa cum bine punctează Adrian Rachieru, ”« Cultura Coca-Cola » seduce mulțimile și trezește îngrijorarea culturilor mici. Globalizarea exclude închiderile culturale și economice. Riscăm ca în locul unei civilizații a diversității să ne instalăm într-o unică civilizație a divertismentului”.

Așadar, mass-media constituie doar o parte a procesului prin care se manifestă construirea de sensuri simbolice, fiind una dintre formele prin care se exprimă globalizarea din punct de vedere cultural. În cartea lui J. Tomlinson, *Globalizare și cultură*, întâlnim afirmația conform căreia cultura ar reprezenta aspectul intrinsec al procesului de conexitate complexă. De asemenea, simbolurile culturale pot fi produse oriunde, oricând, neexistând constrângeri cu privire la producerea și reproducerea lor. Cultura este, în acest sens, globalizatoare, prin relațiile pe care le implică și a normelor sale. Lumea este o piață imensă de mărfuri. Acțiunile individuale culturale definesc însăși cultura de care aparțin, ajungând să aibă consecințe globale. Globalizarea este importantă pentru cultură, acest lucru îl aflăm din cartea lui J. Tomlinson, ”Globalizare și cultură”. Astfel, globalizarea face ca ”negocierea experienței culturale să ajungă în centrul strategiilor de intervenție asupra altor domenii ale conexității: cel politic, ecologic sau economic”. Așadar, prin intermediul globalizării, cultura capătă importanță, fie că este vorba de domeniul politic, ecologic sau economic.

Cultura poate fi și una globală. Sociologul Anthony Smith prezintă cultura globală ca fiind artificială, lipsită de formă, cultura globală fiind, în fond, o cultură construită și anistorică. Dar nu doar cultura globală este un construct, ci și cultura națională. Însă, spre deosebire de aceasta din urmă, cultura globală nu este specifică, temporală ori expresivă. Referitor la afirmația lui Smith cum că o cultură națională ar fi constructul unor minți inteligente, compuse din tradiții inventate, trebuie amintit faptul că se poate construi o identitate falsă, în mod

deliberat, parazită sentimentului identității unei culturi. Asemenea lucru s-a întâmplat și în cazul comunismului, putem spune, când noi ”valori” și idei au înlocuit valorile României interbelice. Se mai poate vorbi, de asemenea despre un imperialism cultural, echivalent al unei culturi globale. Această viziune pornește de la

faptul că anumite culturi, precum cea americană, așadar dominante, tind să copleșească alte culturi mai vulnerabile. Totuși, deși această teorie este acceptată de unii adepți ai criticii capitalismului, această teorie nu poate avea o bază practică, deoarece mișcarea dintre sfera culturală și cea geografică implică mutație, transformare. Deoarece globalizarea are drept caracteristică principală facilitarea circulației informațiilor, mulți văd în ea un fel de proces de dominare a celor slabi de către corporațiile importante ale lumii.

Totuși, globalizarea nu are caracterul unei omogenizări, ci duce la diferențieri ale spațiului global.

În cartea Ecaterinei Cocora, Globalizare și management, întâlnim dictonul Think global, act local, adică există tendința filialelor companiilor mari de producție de a folosi forța de muncă prezentă în țara gazdă pentru a exporta mai apoi la scară planetară. Putem spune că așa se întâmplă și în cazul culturii, mai ales în cazul cinematografului, un exemplu fiind cel al filmului Harry Potter, unde regizori, actori, scenografi de diferite naționalități și religii au colaborat pentru a realiza un proiect ce s-a dovedit a fi apreciat la nivel global, devenind o modalitate internațională de interacționare umană. Însă acest lucru s-a întâmplat într-o anumită regiune din Marea Britanie. În aceeași carte menționată mai sus întâlnim mai multe caracteristici ale globalizării, precum:

1. are propriile tehnologii, precum computerizarea, comunicarea prin satelit, Internetul;
2. are propriul ei model demografic: accelerarea rapidă a deplasării oamenilor din mediul rural;
3. are propria structură de putere, sistemul globalizării fiind construit pe trei echilibre de forțe:
 - a. echilibrul tradițional dintre statele naționale;
 - b. echilibrul dintre statele naționale și piețele globale;
 - c. echilibrul dintre individ și statele naționale.

Globalizarea poate păstra coexistența pașnică dintre culturi, doar în contextul pornirii de la specificitatea industriilor culturale pentru a proteja libertatea de informare. Trebuie evitată reducerea culturii la elite. În aceeași carte a Ecaterinei Cocora este menționat faptul că științele sociale trebuie să

studieze noua identitate culturală, așa cum apare ea în lumea decolonizării, a globalizării economice . Libera comercializare a culturii este, așadar, un gest nobil, prin care fiecare cetățean al planetei poate beneficia de libera circulație a ideilor, cuvintelor, imaginilor, încurajând faptul ca țări deopotrivă bogate și sărace să-și poată răspândi cultura proprie.

Ca o concluzie, putem afirma faptul că Globalizarea a creează conștiința varietății, mărește forța democrației, înfățișând un individ capabil de a alege dintre mai mult variante posibile. De asemenea, acest individ se poate apăra de manipulare, deoarece are posibilitatea de a o identifica. Globalizarea are marele rol, în opinia mea, de a anihila distanța între culturi. Lumea devine un singur loc, iar noi toți suntem vecini.

În secolul XXI, derularea și evoluția celei de-a treia revoluții industriale, sau altfel spus, a revoluției informaționale, a fost asociată cu un alt fenomen- globalizarea- care nu pare decât să fi adus în prim-plan, probabil mai puțin strident, materializarea încercărilor istorice de a construi un imperiu mondial, o unificare de teritorii, bogății materiale și oameni. Așadar, cu o față, aparent, mai pașnică globalizarea apare ca fiind un proces de lungă durată, însă cu rezultate remarcabile în ceea ce privește nu doar unitatea economică cât și relațiile sociale, mai mult chiar, comportamentele individuale.

Roland Robertson (1990, 26-27) realizează o etapizare a procesului de globalizare, început în Europa, încă de la începutul secolului al XV-lea. Astfel, într-o primă etapă, care durează până la mijlocul secolului al XVIII-lea, se evidențiază perioada germinală caracterizată prin creșterea sentimentului de apartenență națională o dată cu Umanismul și cu dezvoltarea teoriilor despre lume. A doua etapă, care durează până în jurul anilor 1870, presupune revigorarea unității statale și implicit cristalizarea relațiilor internaționale, subiectul pregnant de dezbatere fiind integrarea societăților non-europene în societatea internațională. A treia etapă se întinde până prin 1920 și aduce o creșterea a numărului de mijloace de comunicare la nivel internațional prin dezvoltarea competițiilor, a fusului orar. Tot acum, o dată cu Primul Război Mondial apare și Liga Națiunilor. Similar, a patra etapă, care durează până la

începutul anilor '60 se confruntă cu o serie de conflicte la nivel global, probabil cele mai evidente rezultate ale acestora fiind Holocaustul și bomba atomică, apariția Națiunilor Unite demonstrând nevoia existenței unui mecanism de apărare. Complexitatea etapelor crește o dată cu înaintarea înspre secolul XXI, de aceea etapa a cincea e caracterizată de echilibrarea balanței între incertitudine și securitate, iar căderea Cortinei de Fier aduce în plan internațional problema integrării națiunilor în Lumea a Treia. În acest context se redefinește multiculturalismul și se ramifică o serie de concepte privind drepturile civile și cetățenia internațională. În același timp se dezvoltă și un sistem media global.

Dacă acestea erau aspectele majore legate de globalizare, în prima decadă a secolului XXI putem vorbi de o altă etapă, probabil una mult mai complexă și mai dificil de definit decât cele anterioare. Dincolo de simple punți economice între popoare, globalizarea a construit diferite tipuri de relații culturale, sociale și politice care nu doar că au răspuns planului de „unificare” teritorială ci au adăugat o altă nuanță conceptului de democrație. Integrare socială, dezvoltare durabilă, responsabilitate socială, implicare civică sunt doar câteva dintre caracteristicile acestei noi etape, pe care consider că o putem astfel delimita fără a exagera.

Pentru că direcțiile de abordare ale globalizării sunt diferite și se împart între cei pro și cei contra, există anumite diferențe pe care unii cercetători sau oameni de știință le fac între reformele generate de globalizare. Astfel pe de-o parte regăsim caracteristici care vin de „dedesubt” și anume cele care se formează în interiorul națiunilor, statelor și par a fi „autentice” și caracteristici impuse de „deasupra” și care se înfățișează mai degrabă „autoriatare” și „prefabricate” (Drainville, 2004, 9). Dacă ar fi să ne gândim la societatea românească, o dată cu integrarea în Uniunea Europeană, putem descoperi astfel de reglementări care corespund celor două direcții. Astfel, în cazul libertății de circulație, resimțeam ca și stat fost comunist nevoia de a ne deplasa, de a descoperi, de a avea legături la nivel internațional, însă, pe de altă parte, unele

măsurile impuse de UE nu își găsesc nici fundamentul legislativ și nici pe cel social pentru a fi implementate cu succes. Un astfel de exemplu îl reprezintă diferitele modificări în sistemul educativ, care se întâmplă de obicei subit, fără o pregătire în prealabil a cadrelor didactice sau elevilor, studenților.

În ceea ce privește mass-media, după cum bine remarcă Chrisman (2008, 14) se trece de la rolul tradițional, prin care exercita o forță reflexivă la rolul de apanaj al sectorului economic, fiind puternic influențată de cine deține puterea și cum controlează politicile specifice ale fiecărui instrument media.

În România, globalizarea are consecințe atât în plan intern cât și în plan extern. Cu alte cuvinte, mass-media supusă globalizării contribuie la construirea unei identități culturale a țării, atât la nivel internațional cât și în rândul propriilor cetățeni. Cum se întâmplă acest lucru? Astfel, atât accesul nostru la presa internațională cât și accesul presei internaționale pe piața românească, devin modalități de dispersare a germenilor identității naționale.

Să ne amintim de momentul în care Nokia a decis să își stabilească punctul de lucru în România, mai exact într-un sat din apropierea orașului Cluj Napoca. Deoarece plecarea Nokia din Germania nemulțumea întreaga societate germană, mai multe canale de televiziune au difuzat un film scurt prin care România era prezentată ca o țară a lumii a treia, în care dezordinea, incultura și nivelul scăzut de trai păreau că își construiseră un imperiu imbatibil. Acest film a fost vizionat de milioane de telespectatori din toată lumea, iar numărul acestora a crescut o dată cu apariția filmului pe internet. În acest caz, mass-media internațională a promovat imaginea negativă a României, în detrimentul imaginii Germaniei, probabil cea mai puternică putere economică din cadrul UE. Dacă revenim la cuvintele lui Chrisman (2008), acest exemplu corespunde situației în care mass-media acționează sub influența economicului. Deși investiția făcută de Nokia în România este o manifestare activă a globalizării, respectiv a libertății de circulație, aceasta a atras după sine reprezentarea negativă a României în media internațională.

Un alt caz care a atras atenția mass-mediei a fost expulzarea rromilor din Franța. De data aceasta presa românească a fost cea care a conturat o imagine a României prin prisma minorității rrome. Dincolo de caracterul de știre, evenimentul corespunde fenomenului globalizării, iar dezvoltarea politicilor de integrare a minorităților devine una dintre sarcinile, pare-se, cele mai dificile pentru un stat multicultural. Cum poate mass-media, să acționeze la nivel global pentru rezolvarea acestei probleme? Dacă luăm în considerare faptul că presa, în general, este considerată a patra putere în stat, aceasta înseamnă că și la nivel internațional ea îndeplinește aceeași funcție. Așadar, când vorbim spre exemplu de o minoritate la nivel național, în contextul globalizării, această minoritate se coagulează și devine astfel mai numeroasă, iar mass-media este investită în funcția de modelator al majorității, având drept scop elaborarea de politici de integrare. Mai mult, mass-media în sine este corelată cu drepturile civile ale cetățenilor, iar unificarea acestor mijloace de comunicare în masă, atunci când vine vorba de soluționarea unei probleme, poate să reprezinte însuși motorul care să ducă la reforme în plan legislativ și, de ce nu, în plan social.

Globalizarea mass-media nu are doar efecte negative, iar libertatea de exprimare și caracterul internațional al știrilor ar trebui evidențiate mai mult și mai des, deoarece mecanismele media, într-o lume globală pot avea numeroase utilizări pozitive. Situații precum dezastrele naturale se răspândesc cu ușurință astfel, iar oameni din toate colțurile lumii pot să-i ajute pe semenii lor. Și descoperirile tehnologice se transmit prin intermediul mass-mediei globale și ajung să fie astfel cunoscute și să beneficieze de pe urma acestora un număr cât mai mare de oameni.

Cum poate profita România de globalizarea media? O posibilă variantă este diseminarea mesajelor pozitive privind România. Deși din punct de veder economic puterea este scăzută, România are de altfel numeroase reușite în domeniul cultural, educațional sau tehnologic, iar rolul mass-mediei în constuirea acestor liante internaționale, este în acest moment, cel puțin, esențial.

Bibliografie

Robertson, Roland (1990), *Mapping the Global Condition: Globalization as the Central Concept*, în „Theory, Culture & Society”, Vol. 7, p. 15- 30, Sage Publications, London

Chrisman, Robert, (2008) *Globalization and the Media Industry*, în „The Black Scholar”, Vol. 38, Nr. 2-3, p. 14-16

Drainville, C. André (2004) *Contesting Globalization. Space and place in the world economy*, Taylor & Francis e-Library

Avantaje si dezavantaje ale globalizarii

De-a lungul timpului, conceptului de globalizare i s-au atribuit deopotrivă conotații negative și pozitive. Cele negative sunt de regulă conexe ideii de pierdere a identității culturale, iar cele pozitive se referă la disponibilitatea anumitor produse/servicii/facilități tuturor culturilor globale sau la facilitarea de apropiere culturale dintre indivizi.

Acest fenomen este minuțios tratat în numeroase studii și cărți. Printre acestea se numără și cartea “Perspective culturale asupra dezvoltării”⁹, în care este subliniată ideea că globalizarea nu poate fi redusă la singur domeniu, ea incluzând atât aspectul economic, cât și cel politic, social și cultural. Cu alte cuvinte, este greu să tratezi acest subiect fără a le include pe toate cele menționate. Dacă e să vorbim despre globalizare culturală, aceasta poate fi legată de măsura în care „experiențele culturale depind de distribuția resurselor materiale”¹⁰.

Tot în aceeași carte autorii încearcă să clarifice anumite preconcepții privind acest fenomen. De exemplu, în ciuda a ceea ce anumiți idealiști ar putea crede, globalizarea nu s-a materializat (cel puțin până în prezent) în unificarea și pacificarea tuturor culturilor. O teorie mai realistă este aceea că globalizarea se referă la ideea că cele mai multe culturi sunt supuse unor factori de influență comuni, unor procese comune, respectiv unor probleme sociale, politice și economice asemănătoare.

În studiul „Cultural globalisation and the politics of culture”¹¹ autorul propagă ideea că, din punct de vedere cultural, globalizarea înseamnă o răspândire mai vastă și mai rapidă a informațiilor culturale (a valorilor, credințelor, obiceiurilor, etc), sau altfel spus, o comunicare mai ușoară între culturile locale, la nivel global. Acest lucru a fost provocat și facilitat de către dezvoltarea rapidă a tehnologiei, care a permis contactul până și cu acele culturi mai închise. Cu toate că această ușurință în comunicare ajută culturile să fie mai

⁹ Frank Cass. „Cultural perspectives on development”, Londra, 1997, , p.24, *trad.nos*, disponibilă la adresa

<http://www.google.com/books?id=PyGe64h1PFMC&printsec=frontcover&hl=ro#v=onepage&q&f=false>

¹⁰ *ibidem*

¹¹ Pierre Cyril Pahlavi. „Cultural globalisation and the politics of culture”, octombrie 2003, Canada, *trad.nos*, disponibil la adresa <http://www.er.uqam.ca/nobel/cepes/pdf/no24.pdf>

bine cunoscute și înțelese, autoul acestui studiu pune în lumină faptul că acesta nu este întotdeauna un lucru bun: „Globalizarea creează o lume în care este din ce în ce mai greu să fii protejat de către influențe culturale externe.”¹². Cu alte cuvinte, acesta exprimă una dintre cele mai mari temeri cu privire la fenomenul de globalizare și anume pierderea specificității, identității proprii a unei culturi.

Un alt dezavantaj al globalizării, în viziunea lui Pierre Cyril Pahlavi se referă la probabilitatea ca valorile unei culturi mai puternice să devină dominante la nivel global, în special în cadrul acelor culturi mai slabe. Acesta dă drept exemple răspândirea Islamului sau a democrației liberale.

Un efect interesant care a apărut în urma fenomenului de globalizare este „**fragnegrarea**”¹³ (fragegation), concept rezultat din sudarea termenilor „fragmentare” și „integrare”. Apariția acestuia este un rezultat al efectului puternic de globalizare. Cu alte cuvinte, cu cât valorile, atitudinile, procesele culturale se uniformizează, cu atât culturile devin mai conștiente și mai protectoare față de propria identitate. Culturile puternice, dominante, care au o arie de răspândire mai mare promovează integrarea, în timp ce culturile mai mici, a căror proliferare este limitată, promovează fragmentarea, în scopul conservării propriei identități. Acest lucru poate fi constituit ca un mijloc de apărare a culturilor mai mici sau mai slabe împotriva dominației culturilor mari. Astfel, acestea din urmă sunt mai reticente în a asimila valori externe, fiind, în schimb, mai protectoare față de propriile valori.

Fenomenul de globalizare este un subiect îndelung dezbătut până în prezent, fiind generator de multe teorii. Un lucru este cert, globalizarea este un proces care se dezvoltă odată cu progresul tehnologic, social, economic și

¹² ibidem

¹³ James N. Rosenau. “The governance of fragnegration: Neither a world republic nor a global interstate system”, The George Washington University, *trad.nos*, disponibil la adresa

http://www.lanna-website-promotion.com/moonhoabinh/lunar_material/GovernanceOfFragnegration.pdf

politic. Acesta generează treptat și noi tipuri de cetățeni, putem spune chiar *hibridi* ai mai multor valori culturale.

Mass-media reprezintă deopotrivă un factor de influență în evoluția globalizării, facilitând pătrunderea acesteia în diferite sfere culturale, și un receptor al tendințelor dictate de globalizare. Cu alte cuvinte, mass-media este, după cum sugerează și denumirea acesteia, un *mediator* între globalizare și culturile în care se manifestă.

În cartea „Media Studies”¹⁴, autorii prezintă câteva aspecte ale teoriei globalizării a lui Giddens, care consideră mass-media drept o caracteristică esențială a acestui fenomen. Mai exact, dezvoltarea mass-mediei face parte din dezvoltarea așa-numitei „industrii a culturii”¹⁵, industrie care include nu doar evoluția instrumentelor și metodelor folosite de mass-media, ci și a mass-mediei ca afacere (ca dovadă fiind creșterea dominației corporațiilor mass-media internaționale). Consecințele acestei evoluții se manifestă, în principal, printr-o creștere spectaculoasă în volum, grad de răspândire și disponibilitate a informației. Cu toate că acest lucru constituie, la prima vedere, un avantaj, mass-media în era globalizării se poate transforma într-un factor de stres. Cu alte cuvinte, cantitatea copleșitoare de informație precum și ritmul alert al apariției acesteia provoacă, la rândul lor, înlocuirea rapidă a informației cu o alta. Mai mult de cât atât, ținând cont de presiunea exercitată asupra individului de a fi mereu la curent cu informațiile globale actuale –fapt care, conform lui Giddens, a devenit o unealtă de supraviețuire în societatea actuală- acesta este suprasolicitat, saturat de mass-media.

O altă idee interesantă generată de Giddens este aceea că, dacă în trecut oamenii se bazau pe religie, divinitate, respectiv tradiție pentru a cunoaște lumea, în ziua de azi acestea au fost înlocuite de informație și cunoaștere

¹⁴ „Media studies. Institutions, Theories and Issues”, vol.I, editată de Pieter J. Fourie, 2007, *trad.nos*, disponibil la adresa <http://www.google.ro/books?id=XsTSXlhG2sgC&printsec=frontcover&hl=ro#v=onepage&q&f=false>

¹⁵ Giddens. *Globalisation:Gidden's dilemma*, 2000, apud „Media studies. Institutions, Theories and Issues”, op.cit

obiectivă. Ceea ce autorul sugerează aici este faptul că mass-media modelează cunoștințele, atitudinile și stilul de viață ale oamenilor și prin intermediul căreia aceștia caută să înțeleagă lumea înconjurătoare, rol deținut în trecut în cea mai mare parte de către elementele menționate mai sus. Indivizii -respectiv culturile- care nu au același acces la informație au tendința de a se simți excluși, izolați și, într-o oarecare măsură, amenințați. Această dependență de informație este denumită de Giddens „principala dilemă existențială a globalizării”¹⁶.

Probabil cel mai important avantaj al interdependenței dintre globalizare și mass-media, după cum este prezentat și în cartea „Development, globalisation and the mass media”¹⁷ este acela că nu doar valorile și obiceiurile culturilor devin cunoscute la nivel global, ci și problemele sau nevoile. Cu alte cuvinte, datorită globalizării și a mass-mediei, comunitatea globală își poate oferi resursele și sprijinul în caz de nevoie sau pentru a contribui la îmbunătățirea anumitor sisteme, datorită vizibilității mari și a circulației rapide a informației.

În concluzie, este important să recunoaștem vitalitatea rolului pe care mass-media îl joacă în dezvoltarea globalizării, orice dezavantaj fiind incomparabil mai mic față de beneficiile pe care aceasta le aduce în progresul, unitatea și bunăstarea comunității globale.

4. CULTURA MODERNĂ ȘI RELIGIA

Fenomenul secularizării sacralului și sacralizării secularului pare să evidențieze schimbarea generală a modului în care religia este văzută de cultura modernă. În zilele noastre comunicarea și tehnologia au evoluat mână în mână iar informațiile științifice sunt mult mai disponibile, religia trebuie să se adapteze. Tehnologiile moderne și dezvoltarea științifică au adus răspunsurile non religioase mult mai accesibile și căutate de către societate, indivizi. Ostwalt

¹⁶ ibidem

¹⁷ Colin Sparks. „Development, globalisation and the mass media”, Sage publications, 2007, trad.nos, disponibil la adresa <http://www.google.ro/books?id=cwwdewiZeZsC&printsec=frontcover&hl=ro#v=onepage&q&f=false>

susține astfel “datorită revoluției științifice, viața și natura devin explicabile, comprehensibile și mondene”. Prin mediul culturii moderne religia reușește să își mențină un echilibru în societatea de astăzi. “ În încercarea de a rămâne relevantă în societatea contemporană, din ce în ce mai multe biserici se folosesc de forme ale culturii moderne de la media la tehnologie pentru a ridica întregul sistem la un nivel accesibil și dezirabil pentru adepții ei. Sacralizarea secularismului este o formă de adaptare necesară pentru ca religia să își mențină influența în societate”-Oswalt.

PARTICULARISM

Particularismul, care definit în cheie teologică și nu în termenii exclusivismului etnic, cultural sau social, implică respectul și toleranța față de alte religii, tradiții și culturi, dar afirmă deschis că numai Fiul lui Dumnezeu este adevăratul salvator al omenirii.¹⁸

Nucleul teoriilor particularismului este surprins de Hendrik Kraemer “Dumnezeu a arătat calea, adevărul și viața prin Iisus Hristos și dorește acest lucru știut în toată lumea”¹⁹. Descrierea lui Hendrick, oricât de plastică ar fi, susține cele două teze principale ale particularismului în cadrul creștinismului. Astfel Religia creștină se autodeclară o categorie de sine stătătoare și unică tocmai prin prisma descoperirii divinității. Interpretările celorlalte religii sunt invenții umane care nu pot fi niciodată autentice.

În cadrul particularismului creștin distingem două direcții. Karl Barth nu îl găsește pe Dumnezeu înafara lui Hristos. Descoperirea divină este astfel încadrată în parametrii existenței lui Hristos pe Pământ, nu există o dovadă mai autentică decât existența fiului lui Dumnezeu între credincioși , care să ateste

¹⁸ Salomeea Popoviciu, „Pluralismul religios”.

¹⁹ Hendrik Kraemer (1888-1965) *Christian Message in a Non-Christian World*

veridicitatea creștinismului asupra celorlaltor religii. Pe de altă parte Hendrik Kraemer declară descoperirea divină ca fiind un eveniment ce se poate produce și înafara creștinătății , dar este mai ușor interpretată prin existența lui Iisus Hristos. Teoria lui Kraemer de o oarecare flexibilitate e mult mai apreciată în zilele noastre. Sub continua dezvoltare a științei și tehnologiei , aura de misticism a religiei creștine pare să se diminueze considerabil, pentru cei pentru care relația cu divinitatea este totuși importantă , ideea lui Kramer de a-l găsi pe Dumnezeu înafara creștinătății pare o soluție viabilă..

Fără doar și poate Particularismul a avut și partea sa de critici, cea mai importantă fiind faptul că e inconsistentă cu dorința lui Dumnezeu de a salva omenirea. Cei care nu acceptă Biblia sau nu sunt atinși de creștinism vor fi condamnați:

Sfânta Biserică Romană crede, profesează și proclamă cu tarie că nici unul dintre cei aflați înafara bisericii catolice- nu numai păgânii, evreii, ereticii și schismaticii- pot avea parte de viața eternă însă vor merge în eternul foc “ care a fost pregătit pentru demoni și îngerii lor” dacă nu sunt adunați în Biserica Catolică înaintea sfârșitului²⁰

Chiar dacă Particulariști cred mai presus de toate că toți cei care nu aparțin creștinismului vor fi condamnați , ei pot să aleaga să nu creadă asta. În concepția lui Karl Barth , particularismul este încă compatibil cu pocăința universală. Astfel cunoșterea lui Dumnezeu și a pocăinței se face prin cunoașterea lui Iisus Hristos, în final credința va domina asupra necredincioșilor și o dată cu aceasta și credința în Iisus, particularitatea descoperirii lui Dumnezeu prin Iisus Hristos este compatibilă astfel cu pocăința universală.

INCLUSIVISM

²⁰ Fulgentius of Ruspe, disciple of Augustine in the 4th century:

Teoriile Inclusivismului au fost adesea văzute ca și informații ambigue , teorii “îmbrăcate în ambiguitate” care își rezervau un scop. Principalul motiv al acestei dezinformări este acela de a aduce la un numitor comun toate polemicile referitoare la dogma creștină tradițională („dubla natură a lui Hristos”, „păcatul”, „trinitatea”, „ispășirea”, „mântuirea” etc). Este păstrată oarecum „unicitatea lui Iisus Hristos, dar cu precizarea că harul lui Dumnezeu și mântuirea (indiferent cum sunt definite) se găsesc și în celelalte religii”²¹

Cel mai vehement adept al Inclusivismului a fost teologul Karlh Rahner . In volumul 5 al lucrării sale *Investigații Teologice* el susține următoarele:

1. Creștinismul se prezintă ca și religia absolută, menită pentru toți oamenii și nu poate accepta altă religie ca și egal.
2. Descoperirea lui Dumnezeu prin Hristos a avut loc la un anumit moment în timp. Cei care au trăit înainte sau care nu au auzit de acest moment ar părea să fie excluși din această credință și astfel negați posibilitatea de a se pocăi. Acest lucru este incompatibil cu dorința divină de a salva toți oamenii.
3. Cunoașterea divinității și salvarea lui Dumnezeu trebuie astfel să fie valabile și disponibile și înafara creștinismului, incluzând aici și alte religii în ciuda erorilor sau carențelor lor.
4. Cei de altă credință ar trebui să fie văzuți ca și creștini anonimi.
5. Pluralismul religios va fi tot timpul o parte componentă a existenței umane.

Cu alte cuvinte Rahner susține statutul unic și exclusivist al creștinismului, element ce nu se găsește în alte religii. Fără doar și poate descoperirea divinității și salvarea de păcate pot fi prezente și în alte religii. Numitorul comun al tuturor religiilor este dragostea ne-egoista, dezinteresată, iubirea și grija față de aproape. Rahner își justifică poziția pe baza argumentelor prezentate de Iudasim: ignorăm

²¹ Salomeea Popoviciu, „Pluralismul religios”.

unele norme care nu le considerăm acceptabile și acceptăm altele transformându-le în norme morale. Aceeași aplicabilitate o putem găsi și în cadrul altor religii.

Inclusivismul își găsește critici prin folosirea termenului *creștini anonimi* acesta fiind privit ca și “*un statut onorific acordat unilateral oamenilor care nu și-au exprimat nici o dorință sau nevoie pentru acest statut*”-John Hick.

PLURALISM

În urma comparației creștinismului cu celelalte religii, și poate și mai important, prin interacțiunea celor două putem să vorbim despre emergența teoriilor pluraliste. O dată cu imigrația și declinul valorilor creștino-iudaice unii teologi au ajuns să excludă teoriile particulariste cât și cele inclusiviste cu privire la unicitatea și superioritatea lui Iisus Hristos și în definitiv să susțină valoarea diversității religioase.

Pluralismul susține că fiecare religie este diferită și totuși egală în înțelegerea divinității și a realității.

" avem nevoie de o revoluție coperniciană în înțelegerea religiei. Dogma tradițională prezintă creștinismul ca și centrul universului credințelor , iar celelalte religii orbiează în jurul descoperirii lui Hristos ,li se acrodă importanță în funcție de apropierea de acest concept. În ultimii o mie de ani am realizat că există o reală credință în Dumnezeu, o reală iubire pentru Dumnezeu , adevarate santificări, și o viață spirituală la fel de profundă și în alte religii nu doar în creștinism. Dar nu ar fi mai realist să schimbăm punctul de referință de pe creștinism ca și centrul unversului teoretic pe Dumnezeu și divinitate și astfel să putem aprecia corect propria religie cât și celelalte ca entități orbitând în jurul aceleiași realități divine?"

- John Hick

Totodată Hick susține că trebuie să distingem între realitatea care stă la baza tuturor sistemelor religioase și percepția asupra acestei realități în cadrul diverselor religii. Referindu-se la teoriile lui Kant și distincția între obiect(niciodată cunoscut direct) sau cunoașterea indirectă a lucrurilor tot timpul influențată de experiențele noastre subiective și limitate de abilitatea noastră de a conceptualiza. Mai departe Hick susține că nu avem o înțelegere directă asupra Realului , iar religiile sunt răspunsurile oamenilor față de Real, care sunt mai apoi influențate de contextele istorice și sociale în care religiile au evoluat.

Această distincție ne permite să recunoaștem atât realitatea unică nelimitată transcedental dar și pluralitatea mai multor concept umane, imagini și experiențe care răspund Realității.

- John Hick

Mai mult decât atât, Hick prin pluralism oferă o explicație pentru diferențele radicale dintre diferite religii. Aceeași realitate spirituală se află în centrul fiecărei religii și totuși diferite experiențe ale acelei realități , interacționând într-un cadru temporal larg (secole) cu diferite forme ale culturii au dus la creșterea diferențelor și contrastelor. Aceste diferențe ar trebui să fie privite ca și complementare mai mult decât contradictorii.

Totuși unele diferențe între diferite religii nu pot fi reconciliate prin onestitate intelectuală sau printr-o manieră complementară. Ele sunt vădit contradictorii.

Pentru omul religios spațiul nu este omogen , el prezintă întreruperi, unele părți ale timpului sunt calitativ diferite de altele “*Nu te apropia de locul acesta; scoate-ți încălțămintele din picioare, căci locul pe care calci este un pământ*

Sfânt. ”²². Putem afirma că există un spațiu sacru , puternic și semnificativ și totodată există și alte spații care nu sunt sacre și care sunt astfel fără structură sau consistență, într-un cuvânt amorfe. Pentru omul religios această lipsă de omogenitate spațială se poate exprima prin experiența unei opoziții între spațiul sacru - singurul care este real - și celelalte spații fără formă ce se extind în jurul lui.

Este clar la ce nivel descoperirea-manifestarea, apariția- unui spațiu sacru posedă o valoare existențială în viața omului religios, nimic nu poate începe și nimic nu poate fi făcut fără o orientare anterioară-și orice orientare implică un punct fix, din acest motiv omul religios a căutat să își fixeze piatra de temelie a existenței cât mai aproape de centrul lumii - nici o lume nu poate ajunge în existență în haosul omogenității și relativității spațiului profan. Descoperirea sau proiecția unui punct fix este echivalent cu creația lumii.

După cum lumea noastră a fost formată prin imitarea pragmatică a lucrărilor divine prin cosmogonie, inamicii care atacă lumea noastră sunt implicit inamicii zeilor, ei sunt demonii conduși de răul suprem răpus de zei la începutul vremii. Atacul este astfel un act de răzbunare. Inamicii noștri aparțin haosului. Orice înfrângere este înregistrată ca și un esec și o victorie a demonilor, orice victorie înregistrată asupra altora este un semn de bun augur și o victorie a zeilor. –

Mircea Eliade

ACTIVITATEA UMANA ȘI DOGMA RELIGIOASĂ

Omul nereligios în starea sa pură este un fenomen rar întâlnit, chiar și în cele mai desacralizate societăți moderne. Majoritatea populației nereligioase încă se comportă “religios” chiar dacă nu sunt conștienți de acest lucru. Nu ne referim doar la superstițiile și tabu-urile omului modern ci la faptul ca oricât ar susține că nu este religios individul încă menține camuflata o serie de mituri și

²² Exod 3,5

ritualuri degenerate. Procesul de desacralizare a existenței umane a ajuns câteodată la forme hibride de magie neagră și o deghizare a religiei. Fără a face referire la micile religii care sunt proliferate în orașele modern sau cu referire la sectele pseudo-oculte și neospirituale. Nu facem referire nici la diversele mișcări politice și utopia socială ale căror structuri mitologice și fanatism religios sunt vizibile . trebuie doar să ne amintim de teoriile lui Karl Marx a cărui societate lipsită de clase sociale și implicit dispariția tensiunilor istorice își găsește precedent doar în Epoca de Aur pe care mulți tradiționaliști o plasează la începutul și la sfârșitul istoriei. Marx a îmbogățit acest mit prin ideologia iudaico-creștină a Messiei, acest rol profetic pe care l-a atribuit proletariatului, în final incluzând mitul binelui și răului care se leagă cu antica bătălie dintre Iisus și Antichrist urmată de victoria celui dintâi.²³

Nu doar în micile religii politizate găsim urme ale structurii religioase ci mai pregnant în mișcări care se proclamă antireligioase și seculare. Exemple sunt nudismul sau mișcările pentru libertatea orientării sexuale în care discernem o nostalgie a Edenului, o utopie în care tuturora ni se cuvine să fim iubiți și acceptați fără a fi judecați , în definitiv cine suntem noi să negăm unul altuia aceste drepturi?

Mai mult este important de observat cum ritualurile inițiatice prezente în religie se găsesc și în culturile seculare. Spre exemplu metodele de intervenție ale psihologilor păstrează tiparul inițiativ. Pacientul este invitat să se confrunte cu experiențele sale traumatice și să retrăiască trecutul, sub aspectul formei această tehnică se aseamănă cu coborârea în infern în tărâmul fantomelor și unde trebuie să-ți înfrunți monștrii. Așa cum cel inițiat trebuie să învingă în această încercare-asemeni religiei, moartea și învierea sunt necesare pentru a obține responsabilitate asupra existenței și deschidere față de valorile spirituale- în aceeași măsură pacientul aflat sub analiză trebuie să își înfunde inconștientul

²³ The Sacred and the Profane – The Nature of Religion– Mircea Eliade –A harvest Book, Harcourt Brace & World Inc. New York pg 206

bântuit de fantome și demoni pentru a găsi sănătatea și integritatea mentală și astfel a stăpâni din nou valorile culturale generale.

Majoritatea oamenilor fără religie vor adera la pseudo religii și mitologii degenerate. Acest lucru nu trebuie să fie surprinzător având în vedere ca omul nereligios este descendentul lui homo religios și nu își poate nega istoria-în speță comportamentul strămoșilor săi care l-au făcut ceea ce este astăzi. Acest lucru este validat și de faptul că majoritatea existenței sale este hrănită de impulsuri care pornesc din adâncimea ființei sale și anume inconștientul. Un om pur rațional este ceva abstract , nu poate fi găsit în lumea reală, fiecare om este format din activitatea conștientă și experiențele iraționale.²⁴

MANIFESTĂRI RELIGIOASE

BUDDISM: Între religiile lumii budismul se remarcă ca și doctrina salvării. Cea mai importantă și mai cunoscută dintre doctrinele indice, ea se prezintă ca și o metodă de salvare din robia durerii. Întrucât nu presupune existența unui Dumnezeu, umanitatea este prezentată într-o relație de echilibru cu elementele înconjurătoare ale lumii. Credința se bazează pe simțuri și felul în care ele ajută individul să atingă o stare de echilibru cu sine și cu tot.

Scopul suprem al doctrinei buddiste rămâne diminuarea setei de viață care poate duce la prevenirea reîncarnării și astfel evitarea perpetuării ciclului durerii. Starea de echilibru și calm pe care o poate atinge omul este numită Nirvana.O data atinsă Nirvana posibilitatea reîncarnării dispare. Non-existența, vidul au în doctrina buddista rolul divinității , al puterii superioare.

ISLAM: Musulmanii consideră că Dumnezeu a revelat în mod direct cuvântul Său către omenire prin Muhammad (circa 570–632) și alți profeți, printre care Adam, Avraam, Moise și Iisus.

²⁴ The Sacred and the Profane – The Nature of Religion– Mircea Eliade –A harvest Book, Harcourt Brace & World Inc. New York pg 211

Musulmanii consideră că principala înregistrare scrisă a revelației către omenire este Coranul, pe care îl consideră perfect, reprezentând revelația finală a lui Dumnezeu. Musulmanii cred că părți ale Bibliei și ale Torei au fost pierdute, interpretate greșit sau distorsionate de credincioși. Din această perspectivă Conceptul fundamental în islam este unicitatea lui Dumnezeu (tawhid). Acest monoteism este absolut, nu relativ sau pluralistic în orice sens al cuvântului. În arabă, Dumnezeu se numește Allah, o formă a al-ilah, sau "unicul dumnezeu". Allāh se traduce așadar prin "Dumnezeu". Utilizarea implicită a articolului hotărât în Allah indică unitatea divină. În ciuda numelui diferit dat lui Dumnezeu, musulmanii consideră că Dumnezeul la care se închină este același cu Dumnezeul iudeo-creștin. Totuși, musulmanii resping teologia creștină privind doctrina Treimii care îl privește pe Iisus ca pe Fiul lui Dumnezeu), văzând aici o formă de politeism.

RASTAFARISMUL a fost fondat ca și religie de oamenii de culoare a "lumii a III-a" în special din Etiopia, fiind reprezentați de Haile Selassie I, care au simțit nevoia de independență, după ce au fost tratați mizerabil de populația de culoare albă a planetei. Tot ce are legătură cu "albi" este numit "Babylon" de către rastafarienii care încearcă, nu să se razbune ci să îi lumineze pe aceștia în privința drepturilor pe care le au (negrii erau folosiți ca sclavi de către albi). În 1935 armata italiană a invadat Etiopia în "Lupta pentru Africa" încercând să forțeze negrii spre sclavie din nou. Ca urmare rastafarienii s-au revoltat în Africa și Jamaica unde sute de adepți ai acestei religii au fost considerați doar niște drogați (datorita plantei de Cannabis Sativa, Marijuana sau Ganja pe care ei o numeau "Iarba înțelepciunii" și pe care o foloseau în viața cotidiană pentru amplificarea stărilor de meditație în care intrau venerându-l și rugându-se la Jah, dar și în scopuri medicale) și au fost omorâți iar supraviețuitorii umiliți, cozile de par cu o semnificație importantă (semnificau rădăcinile religiei lor dar și cele

ale plantei de Cannabis Sativa) cunoscute și sub numele de "Dreadlocks" fiindu-le tăiate.

În ziua de azi această religie susține "Biblia omului negru", și nu cea folosită de biserica modernă, Biserica Romană și chiar Consiliul Romei, care sunt considerate a fi cu precădere "babyloniene" de către rastafarienii care povestesc cum aceste reprezentante ale Divinității pe Pământ ar fi schimbat anumite părți ale Bibliei, ei se călăuzesc și după cele scrise în cartea sfântă etiopiană numită "Kebra Negast".

Rastafarienii cred în existența Raiului pe Pământ și nu cred în Iad sau viața de apoi cum cred creștinii.

Cultura, ca și religia sunt fenomene social-umane conditionate istoric și reflectând stadii și modalități ale existenței, ale cunoașterii și activității omului. Cultura se naște filio și ontogenetic, în dialogul activ al omului cu natura. Cultura ca și religia nu pot fi concepute în afara socialului sau în afara umanului, dar între aceste note nu există raporturi de identitate. A defini cultura înseamnă a dezvălui semnificația majoră a omului, a descoperi vocația supremă a omului, ca existența conștiinței de sine.

Cultura a devenit obiect de studiu în secolul 19, datorită explorărilor etnografice a culturilor primitive și populare. Termenul de cultura a fost folosit abia de către romani, în înțelesuri limitate., în înțelesul original de cultivare a pământului.

Sensurile moderne ale culturii sunt strâns legate de marile schimbări ce au survenit în structurile sociale și culturale începând cu secolul 18. Ideea de cultura a dobândit cele mai diverse înțelesuri și interpretări. O accepție este cea etică- proces și stare de cultivare, în lumina unui ideal de perfecțiune, un alt sens este acela de ansamblu de opera, munca artistică și intelectuală.

Definiția conceptului de cultura oscilează de cele mai multe ori între diverși poli de referință: natura și societate, civilizație tehnică și conștiință, personalitate liberă și comportament modelat. Unii cercetători manifestă tendința de a integra cultura în sfera acelor elemente obiective sau subiective ale modului de a trăi, pentru alții cultura este un elaborat sintetic al conștiinței și se integrează cu precădere în sfera conștiinței.

Din punct de vedere sociologic, notiunea de cultura imbratiseaza toate formele vietii sociale, cu exceptia formelor directe de productie. Notiunea de cultura include asa numitele suprastructuri din care fac parte nu numai formele pure ale ideologiei (religie, filozofie, stiinta , arta), dar si forme ale culturii legate nemijlocit de activitatea de toate zilele. Sociologul D. Gusti²⁵ distingea 3 acceptii ale ideii de cultura:

1. Cultura obiectiva- prin care intelegea un sistem de bunuri cultural, ce formeaza stilul unei epoci (un cod de legi, o descoperire stiintifica, un cult religios).
2. Cultura institutionala in care includea statul, biserica, obiceiurile, organizatiile economice.
3. Cultura personala- atitudinea personala fata de opera de cultura, raportul viu intre persoane si valoarea cultural, prin incadrarea individului in sfera valorilor cultural ale unui timp si totodata prin eliberarea sa din aceasta sfera prin creatie de noi valori.

Cultura cuprinde urmatoarele momente constitutive, ce reflecta dialectica practicii sociale:

1. Cunoasterea –reflectarea mai mult sau mai putin adecvata a unor legi, fapte sau procese natural sau sociale, obiective sau subiective. Cultura este deci un act de cunoastere, un rezultat cognitive al activitatii practice.
2. Valoarea – raportarea rezultatelor cunoasterii la nevoile , trebuintele si aspiratiile omului, aprecierea lor critica in functie de interesele social umane.
3. Creatia – este factorul cel mai dinamic al procesului cultural, momentul de salt calitativ de la un fapt natural sau social individual ori colectiv la un fapt de cultura.

²⁵ D. Gusti, Pagini alese, Bucuresti, Editura stiintifica, 1965, p 252-260

4. Comunicarea –generalizarea sociala si asimilarea critica a valorilor culturale , realizarea functiei sale sociale, a rosturilor sale umane.

Cultura este determinata de insusi statutul existential al omului, care apartine in acelasi timp naturii si culturii. Omul este o fiinta naturala, rezultat al unei foarte indelungate evolutii biologice, si o persoana culturala, rezultat al unor eforturi milenare desfasurate de omenire prin munca si viata colectiva. Cu cat inainteaza in cultura, omul se desprinde de natura, inlocuieste comportamentele naturale, inascute care apartin speciei, cu comportamente culturale insusite, care apartin grupului social din care face parte..

Istoria spirituală a omului reprezintă un lung și complex dialog între religie și cultură, între spiritualitatea revelată și spiritualitatea naturală. Au existat epoci în care religia a fost dominantă, subordonându-și manifestările culturale, așa cum au existat și epoci în care primatul a revenit culturii, cu orgoliile ei autonome.

Religia este o forma a constiintei sociale si a culturii spirituale. Ca fenomen cultural aparitia religiei a constituit o necesitate istorica. Omul si-a largit continuu granitele cunoasterii si dominarii lumii externe, dar in acelasi timp a dobandit si cunoastinta de sine. Atunci cand nivelul practicii umane este scazut , lipsind o viziune stiintifica a lucrurilor, rezultatele activitatii de cunoastere nu se cristalizeaza in concepte si teorii stiintifice ci in legende, mituri si imagini de natura religioasa. Mitul reprezinta o realitate culturala ce cuprinde 2 aspecte : una realista, laica, deoarece mitul nu vorbeste decat despre ceea ce s-a intamplat realmente, cu referire la creatia, geneza unui lucru, a unor institutii sau comportamente, si cealalta religioasa. Miturile inglobeaza o experienta culturala complexa, prestiintifica dar nu in intregime religioasa: alaturin de ganduri si moravuri religioase, de practici cultice si ritualuri mistice in ele se cristalizeaza si o experienta practica si cognitiva pozitiva, semnificand progrese reale ale spiritului in descifrarea tainelor lumii.

Inca de la inceputul creatiei sale ca fiinta rationala, omul a pus religia la baza existentei si a cunoasterii sale naturale si supranaturale, facand ca sentimentul religios sa fie indispensabil de-a lungul intregii istorii a omenirii. Religia, spre deosebire de orice alta indeletnicire a spiritului uman, chiar de filosofie, revendica omul intreg si pune sub o lumină a ei, sub gândul la Dumnezeu, toata fiinta umana si toata viata colectivitatilor. Prin intermediul credintei el a ajuns la cunoasterea deplina a realitatii. Religia cuprinde o conceptie despre viata, dar ea isi gaseste expresia specifica intr-un ansamblu de

norme, de modalitati de traire cotidiana, dar in acelasi timp si in chip precumpanitor ea este o legatura directa cu Dumnezeu. Si cultura oferă o concepie despre viata, si ea procura un raspuns la marile probleme ale existentei si ale vietii. Insa, in vreme ce religia este un drum, si singurul care incepe de pe pamant si sfarseste in viata viitoare, aducandu-l pe om inaintea lui Dumnezeu, realizand asadar o relatie de subordonare a omului fata de Dumnezeu, cultura are ca domeniu de predilectie operele mintii si ale spiritului, facand din ele o finalitate a efortului intelectual, dar nu si o posibilitate de mantuire, sarcină care revine religiei. In esenta, religia se defineste prin lucrarea ei de mantuire a persoanei umane, iar cultura isi rezerva opera de orientare a spiritului in ansamblul realizarilor lui. Mai departe, Biserica si credinta gasesc in cultura un material indispensabil lor, ca informatie, si nu mai putin ca o disciplina de dezvoltare intelectuală, după cum doctrina Bisericii formeaza un obiect de studiu pentru cultura, fara ca totusi simpla preocupare culturala sa-i ofere si o posibilitate de mantuire.

Omul cultural este din ce în ce mai capricios, iar damnarea, ca sentiment al frustrării, exclude spiritul catalizator, concentrarea optiunilor pentru traiuri inalte, indeobste integrate naturii religioase a omului. S-a vorbit mult despre un iminent razboi al religiilor. Descrierea acestui potential front deschis s-a facut cu ochii la acelasi Dumnezeu al tuturor oamenilor, compartimentat in functie de interesele religioase ale fiecarui compartiment. Se pare ca oamenii si-l impart pe Dumnezeu convocandu-l in scopuri partinitoare cand de o parte, cand de alta. Divinitatea fragmentata este, din punct de vedere teologic traditional, o imprudenta a gandirii culturale. Dumnezeu-Unic-Unul nu poate fi atras, ca idee mistica, in jocul unor interese, de fapt nici unui interes, deoarece este inacceptabila ipoteza umanizării Divinitatii în raport cu legea sacra a indumnezeirii omului. Mii de ideologii spirituale au inceput sa functioneze avand in subsidiar ideea de corectie chiar in interiorul Cartii Sfinte. S-a ajuns pâna la sugerarea unei noi religii, care isi imprumuta exercitiul canonic de la suma stiintelor contemporane. O religie scientista exclude meditatiea, interiorizarea, recunoasterea intuitiva a puterii Divine. Asistam astfel la confectionarea unei alte Divinitati, la profilul careia iau parte elementele cosmice si legile naturale ca manifestari ale unei forte ce se identifica cu un savant universal care patroneaza un laborator expansionist si infinit!

Religiile fundamentale ale actualei civilizatii sunt marcate de aparitia unor escrescente doctrinare care au o capacitate rapida, de proliferare pentru ca mai

toate propun un nou umanism mai puțin dependent de rigorile religioase tradiționale. Se vorbește și se scrie enorm despre Maestrul Iisus Christos și nu despre Mantuitorul Iisus din conștiința creștinilor; se vorbește despre un Dumnezeu care, în administrarea vieții și a Cosmosului, este “văzut” ambivalent, pe jumătate bun și pe jumătate rău. Se neagă însemnele simbolice ale creștinătății și se propun mantră și simboluri noi, care ar conține adevăratul har divin. În felul acesta logica este evidentă, pentru că aceasta conduce mai întâi la confuzii și imediat confuziilor li se cer opțiuni. De-a lungul a două milenii cultura a fost aproape de religie. Azi nu mai putem spune la fel. Nici liberii cugetători nu mai sunt chiar liberi iar cugetarea religioasă devine conflictuală și recurge la fantezii spirituale puse la motorul care apare pe frontul religios. Religia a evoluat având alături cultura.

BIBLIOGRAFIE:

ONLINE

www.wikiperia.com

www.scribd.com

CARTI

1. JEAN CHIRIAC AROPA C.G.Jung Psihanaliza fenomenelor religioase (Ediție critică) Selecție de texte, București, 1998
2. "Christianity and the World Religions," Chapter 17 in: **Christian Theology. An Introduction. Third Edition.** Alister E. McGrath, Blackwell Publishers, Oxford, 2001
3. "The Challenge of the World Religions" Part III in: **On Being a Christian**, Hans Küng, Doubleday, Garden City, NY, 1976
4. "The Sacred and the Profane – The Nature of Religion" – Mircea Eliade – A Harvest Book, Harcourt Brace & World Inc. New York
5. Salomeea Popoviciu, „Pluralismul religios”.

5. Cultura și relația modernism-postmodernism

Postmodernismul guvernează, din punct de vedere cultural, un mod de gândire. Conceptul nu încapsulează într-ânsul neapărat o filosofie sau o ideologie culturală care ar putea să îi descrie clar coordonatele teoretice și, foarte important - practice - adică acelea care sunt oglindite în cultură. De aceea, în mod curent, ne confruntăm cu o aparentă „complicație” care poate fi cu greu explicată – aceea a produselor culturale postmoderne.

Atunci când se vorbește despre postmodernism, și, în special, despre imagine (sau artă) miza interpretării acesteia din urmă este însăși „ruperea”

obiectivității ²⁶ în - am spune noi - o suită de obiectivități - anexate subiectivităților care livrează judecăți; fie acestea pur estetice sau critice.

În spatele acestei „mize” stă elementul care se pierde, dacă conferă „nesiguranța” sugerată de tot acest curent cultural: opera de artă, afirmația științifică sau realizarea eroică își capătă mai ușor validitate, tocmai din suita de perspective prin intermediul cărora pot fi analizate, descompuse și, în final, apreciate. Aceasta ne duce cu gândul la o exacerbare (poate) firească a individualității, a valorificării acesteia în cadrul cultural - așa cum nu a mai fost vreodată - dacă am pune în contrast cu „modernitatea” - ca mod de abordare a cunoașterii.

Cu alte cuvinte, acum „orice” poate fi artă, având în vedere că noi deținem conceptele și percepțiile cu care putem jongla cognitiv. Dar nu contravine asta instinctului omului de a căuta Adevărul? Tendinței sale naturale de a se „cunoaște” pe sine? Cum mai are loc acea cunoaștere dacă suma perspectivelor din prisma cărora omul se poate interpreta (ex: psihologice) depășește capacitatea omului de a le înțelege în mod deplin? Nu am vorbi atunci, nu despre o dominație a subiectivității, ci, mai degrabă, despre o exersare multiplicată a obiectivității? A încerca să înțelegi din mai multe perspective, făcând legături cu elemente din realitate, fiind capabil să validezi sau nu argumentele nenumărate aduse fiecăruia dintre acestea. Atunci asta ar însemna să admitem, chiar într-o eră postmodernă, faptul că, totuși, se tinde tot spre o cunoaștere „uniformizată”, „stabilă”, „bine argumentată”.

Dar, sub o notă mai pesimistă, obiectivitatea de această natură ajută la înțelegere, la descifrare a mecanismelor - diverse - și nu la găsirea unui element singular (adevărat și suficient) – având în vedere că postmodernismul propune o viziune multifacțată a realității.

²⁶R. Usher ; R. Edwards, *Postmodernism and Education*, Routledge, 2002, New York, p. 11.

Unul dintre conceptele principale cu care postmodernismul se confruntă este însăși complexitatea. Definierea complexității ne ajută să înțelegem mai bine acest organism de funcționare al postmodernismului. Complexitatea descrie însăși acele sisteme vii, precum limbajul, bacteriile, sistemele sociale.

Este important să putem privi lumea ca un sistem complex, indiferent dacă ne situăm în era modernă sau postmodernă, tocmai pentru că aceste sisteme sunt atât de riguros sistematizate, și, mai ales, interesant conectate, încât orice schimbare într-un singur element al sistemului are efectele sale pe măsură. Argumentul care stă la baza așa-presupusei „fragilități” a sistemului social, de exemplu, este însuși nucleul acestuia: natura umană. Invariabilitatea acesteia (individualitatea asociată cu capacitatea de raționare) se schimbă în cadrul societății și *evoluează*. Așadar, natura umană rămâne neschimbătoare – ea este mereu acolo. Dar elementul care dă tonul complexității sunt schimbările, metamorfozele culturale care se abat asupra sa – de-a lungul secolelor. În acest caz, complexitatea sistemelor „vii” trebuie recunoscută, căci tocmai aceasta ușurează gândirea „laterală” asupra lumii. O diversifică și mai mult și îi lărgeste orizonturile, plasând-o, în același timp, într-o ramă în care cunoașterea anterioară (modernă) este valoroasă și relevantă (ex: operăm cu simboluri pentru a interpreta o reprezentare).

Cum este, mai exact, un sistem complex? Un sistem complex nu este construit doar din suma componentelor sale, ci și din relațiile intrinseci dintre aceste componente.²⁷ Un astfel de sistem nu poate fi înțeles complet doar prin analizarea completă a componentelor sale, ci prin prisma interacțiunii dintre sistem și mediu, dar și dintre elementele sistemului.²⁸ Mai departe,

²⁷P. Cilliers, *Complexity and Postmodernism*, Routledge, 2002, New York, p. 2.

²⁸ Idem, p. viii

complexitatea acestui sistem rezultă din interacțiunea componentelor, dar este manifestată la nivelul sistemului - ca întreg.²⁹

Cum se leagă acest concept (complexitatea) de paradoxul subiectivist/obiectivist cu care ne provoacă postmodernismul? Complexitatea nu este doar o apologie a modului de gândire propus de postmoderniști, ci, reprezintă o ramă în care este așezat acel „orice” înspre a fi interpretat. Cu alte cuvinte, se încurajează o interpretare holistică, puternic contextualizată, în care omul face uz de cultură și inteligență pentru a pune cap la cap cât mai multe legături (relații) dintre elementele sistemului complex (care poate fi aici opera de artă, etc.). Această interpretare este puternic grăitoare, apoi, nu relativ la Adevăr, ci relativ la „sine”, la evaluarea sau auto-evaluarea capacității de înțelegere și reprezentare a realității - fără a face uz de legi sau reguli. Acum am putea întrezări, cu o mai mare ușurință, germenele existențialist - ca filosofie.

Vorbeam mai devreme despre faptul că există „riscul” ca „orice” să poată fi apreciat, tocmai din multitudinea perspectivelor din care poate fi interpretat. Fapt care nu este întocmai agreat de tradiționaliști sau moderniști. Întorcându-ne la sistemele complexe, acestea nu sunt doar o colecție de (multe) elemente - cum ar putea fi văzute mai simplist - ci o colecție de elemente care au un sens, un înțeles.³⁰ Altfel spus, acea însemnătate constituie produsul informațional relevant pentru însăși existența sistemului complex.³¹

Dar să vedem, mai departe, cum arată un sistem complex. Este acesta doar un cumul de elemente atent interesant conectate?

Unul dintre lucrurile care poate fi clasificat drept sistem complex este calculatorul. Acesta, ca și sistem complex, respectă următoarele reguli³²:

²⁹ Idem, pp. 2 – 3.

³⁰ Idem, p. 11.

³¹ Idem, p. 11.

³² Idem, p. 7.

- Este alcătuit dintr-un număr mare de elemente care trebuie să interacționeze între ele, iar interacțiunea trebuie să fie dinamică.
- Interacțiunea nu trebuie să fie neapărat fizică, ci poate fi percepută și ca transfer de informație.
- Legăturile trebuie să fie non-liniare iar interacțiunile rapide.
- Sistemul trebuie să fie deschis și menținut de o cantitate constantă de energie.

Cu alte cuvinte, dacă încercăm să privim un sistem complex, un rezultat al gândirii postmoderniste – având în vedere aceste caracteristici – ne va fi mult mai ușor să îl analizăm și să îl înțelegem – tocmai prin prisma mecanismelor sale. În primă fază, nu va fi important ce gândim, ci cum gândim.

Un alt aspect important al problemei complexității este caracterul complicat al sistemelor. Un exemplu grăitor pentru această distincție este comparația dintre un avion și o maioneză. Avionul este complicat, dar maioneza este complexă.³³

În acest fel, ceea ce ni se pare complicat, în materie de artă, știință, filosofie, șamd. poate fi complicat, într-adevăr, dar, de cele mai multe ori este complex. De ce? Pentru că toate aceste rezultate ale gândirii sunt plasate într-un sistem deschis³⁴.

Putem concluziona, astfel, că problema abordării artelor și a științelor în contextul postmodernismului – ca un sistem complex, nu doar ne deschide noi orizonturi în cunoaștere, ci și dezinhibă în mod veritabil încercările de a acorda validitate subiectivităților, transformându-le în viziuni valabile, „obiectivizate”, însăși prin prisma exercițiului de gândire laterală.

³³ Idem, p. 3.

³⁴ Idem, p. 11.

Bibliografie

Cilliers, Paul, 2002, *Complexity and Postmodernism*, Routledge, New York

Usher, Robin ; Edwards, Richard, 2003, *Postmodernism and Education*, Routledge, New York

Unii susțin că ceea ce vine după modern e doar o continuare a acestuia, alții că postmodernul neagă modernul. E evident, oricum, că a fi postmodern înseamnă a nu avea prejudecăți, a folosi toate mijloacele artistice care-ți plac, din tradiție sau din contemporaneitate.

Pe la sfârșitul secolului al XIX-lea, lumea artistică a ajuns și a trecut granița intelectuală și culturală a contextului sfârșitului anilor 1960 și 1970. Postmodernismul a reintrodus conținuturi ironice și cu referire la sine însuși,

permite oricui să expună conținuturi atâta timp cât acestea vorbesc despre realitatea socială și nu despre cea naturală sau obiectivă. S-a născut din Modernism și moștenește mentalitatea acestuia, având o istorie de aproximativ 50 de ani.

Postmodernismul răstoarnă paradigma conform căreia artistul este înlocuit cu un bricoleur -un individ care pune laolaltă fragmente ale sensurilor create de altcineva. Artiștii postmoderni folosesc mijloace neortodoxe pentru a "crea": grăsimea de la liposucție(Evaristti), paie(Kiefer), excremente umane (Manzoni) sau de elefant (Ofili), urină(Serrano), sânge(Quinn), pietre(Smithson), maioneză, hotdog, ketchup(McCarthy).

Una dintre caracteristicile de bază a artei postmoderne este inserarea imaginilor apocaliptice, caracteristică ce o putem vedea și în televiziunea zilelor noastre (știrile Pro Tv de la ora 17, filmele dar și desenele animate tot mai violente).

Arta postmodernă- fie ca vorbim de arta propriu-zisă, de arta digitală sau de televiziune- este axată pe imagine. Principala caracteristică este reproductibilitatea iar scopul principal este să șocheze audiența. Valoarea artei este data piață (arta este făcută pentru a fi vândută). Artistul postmodernității devine contemporan cu ceea ce este de fapt contemporan, cu tehnologia, cu informația care circulă liber la nivel global, cu o lume violentă care se mișcă rapid, cu o societate de consum de multe ori artificială.

BIBLIOGRAFIE

1. Cambridge Dictionary
<http://dictionary.cambridge.org/dictionary/british/globalization>, *trad.nos*
2. Cass, Frank. „Cultural perspectives on development”, Londra, 1997, *trad.nos*, disponibilă la adresa <http://www.google.com/books?id=PyGe64h1PFMC&printsec=frontcover&hl=ro#v=onepage&q&f=false>
3. Pahlavi, Pierre Cyril. „Cultural globalisation and the politics of culture”, octombrie 2003, Canada, *trad.nos*, disponibil la adresa <http://www.er.uqam.ca/nobel/cepes/pdf/no24.pdf>
4. Rosenau, James N.. “The governance of fragmentation: Neither a world republic nor a global interstate system”, The George Washington University, *trad.nos*, disponibil la adresa http://www.lanna-website-promotion.com/moonhoabinh/lunar_material/GovernanceOfFragmentation.pdf

5. „Media studies. Institutions, Theories and Issues”, vol.I, editată de Pieter J. Fourie, 2007, disponibil la adresa

<http://www.google.ro/books?id=XsTSXlhG2sgC&printsec=frontcover&hl=ro#v=onepage&q&f=false>

6 Sparks. Colin. „Development, globalisation and the mass media”, Sage publications, 2007, disponibil la adresa

http://en.wikipedia.org/wiki/Cultural_studies

5. Modelul cultural american.Americanism-antiamericanism

Condamnarea Statelor Unite în Europa nu vizează doar “unilateralismul” de hiper-putere, ci societatea americană în sine, în funcționarea ei internă. Ce imagine își poate face europeanul obișnuit despre societatea americană? Avem de-a face cu o societate eminentemente guvernată de bani. Nici o altă valoare nu are curs acolo, nici morală, nici culturală, nici umană, nici familială sau civică, nici religioasă, profesională, deontologică sau intelectuală. Toate acestea trec neaparat prin bani. Totul este marfă, totul se face și se negociază în funcție de profit. America este prin excelență “jungla” liberalismului și a capitalismului. Oarecum ca și consecință bogații sunt din ce în ce mai bogați, iar săracii sunt din ce în ce mai mulți și mai săraci. Sărăcia cvasigenerală – iată adâncă rană a Statelor Unite. Sărăcia și inegalitățile profunde ale societății americane îl umplu de oroare pe european.

De asemenea, de vreme ce elitele conducătoare i-o tot repetă fără încetare, europeanul este convins că în America nu există nici un fel de protecție socială. Numai bogații își permit să meargă la doctor, iar pentru doctori (ca și pentru ceilalți) profitul este sfânt. Numai copiii bogătașilor își

permit să meargă la facultate, având în vedere taxele exorbitante. De unde și nivelul foarte scăzut al învățământului în SUA.

Un alt lucru specific Americii din punctul de vedere al unui european este violența. La tot pasul dai de violență în SUA, fie sub forma unei delicvențe și a unei criminalități unice în lume, cât și febrilitatea cvasi-insurecțională care stăpânește “ghetourile”. Aceasta din urmă este rezultatul rasismului generalizat înrădăcinat de veacuri în sufletul societății americane.

Europeanul obișnuit nu înțelege cum de se poate vorbi de o cultură americană, de vreme ce societatea lor se află încă stare sălbatică, o societate primitivă, caracterizată de violență și devastată de criminalitate. O primă deformare a realității în ceea ce privește violența din SUA provine din faptul că în engleză “crime” denumește o gamă largă de infracțiuni și delictе, până la cele mai minore și nu are nici pe departe sensul cuvântului “crime” din franceză, adică asasinat. Societatea americană a fost dintotdeauna o societate violentă, însă nu și-a negat niciodată propriile probleme sociale și nici nu a stopat eforturile de a le elimina.

Europenii au dreptate să blameze libertatea americană în comercializarea armelor de foc. Însă vituperările lor ar fi mult mai legitime dacă în Europa n-ar fi la fel de simplu să-ți procuri arme de pe piața neagră înfloritoare. Deși armele nu se vând la noi liber, rezultatele sunt aceleași, dacă nu cumva mai rele. Oricât de regretabilă ar fi ea, vânzarea de arme unor particulari în SUA prevede cel puțin înregistrarea obligatorie a numelui cumpărătorului, care trebuie să plătească licența și să-și înregistreze amprentele digitale. Adevărata junglă în domeniu este în Europa, unde fiecare își poate procura orice fel de armă fără să își declare numele măcar.

Trebuie să facem distincția între antiamericanism și critica propriu-zisă a Statelor Unite. Criticarea SUA este legitimă și necesară, cu condiția de a se baza pe informații exacte. Antiamericanismul se bazează pe o viziune totalizantă, a cărei orbire pătimașă poate fi recunoscută în mania de a repudia astăzi tot ce ai proclamat ieri, o permanentă contradicție între termeni, totul în numele unei cenzurări universale. Antiamericanismul reprezintă o atitudine a elitelor politice, culturale și religioase, și mai puțin un sentiment popular.

Intelectualii europeni vedeau în veacul al XIX-lea un vid cultural în America, vid provenit din propria lipsă de informare. A fost nevoie ca Baudelaire să-l traducă în 1856 pe E.A.Poe spre a ne convinge că și americanii au ceea ce se poate numi literatură. Însa în locul așa-zisului neant cultural american a apărut critica “imperialismului” cultural american. De la vid s-a ajuns la preaplin.

Europa în general își absolvă propriile erori morale și intelectuale proiectându-le asupra acestui uriaș țap ispășitor care este America. Pentru a face să dispară petele de pe obrazul Europei este nevoie ca - în ciuda contraargumentelor furnizate de istorie - SUA să devină mare primejdie pentru democrație. Chiar și în vremurile în care Uniunea Sovietică sau China anexau Europa Centrală sau Tibetul, atacau Coreea de Sud, aserveau țări ca Indochina, satelizau mai multe țări africane sau invadeau Afganistanul, pentru toți europenii era limpede că singurul, supremul “imperialism” este cel american.

Imaginea multor europeni despre fortăreața ultraliberalismului este mult mai mult decât schematică. Ca multe alte idei primite, ea provine dintr-o informație insuficientă, adeseori abil întreținută de mijloacele – impropriu spus – de informare. În realitate, guvernul american prezintă din multe puncte de vedere aceleași caracteristici ca guvernele europene. Este de

asemenea asaltat de grupuri de presiune care vizează în general subvenții, scutiri de taxe și tot felul de forme de protecție.

De unde provine dificultatea europenilor de a înțelege modul în care se promovează reformele și se favorizează progresul social în SUA? Din simpla și specifică realitate că în Europa încă de la începutul secolului XX, interpretarea istoriei se face prin filtrul ideologiei socialiste, realitate acceptată tacit chiar și de cei care nu sunt socialiști. O ideologie bazată pe formula luptei de clasă drept unic motor al progresului social.

Cultura și societatea de consum

François Brune, profesor de litere, consideră că lucrarea sa intitulată „Fericirea ca obligație” reprezintă unul dintre cele mai importante examene ale studierii funcțiilor publicității, lucrare ce se dorește a fi o formă de protest împotriva standardizării prin publicitate.

Publicitatea este o industrie care crează posibilitatea unui control strâns asupra indivizilor prin formele de depersonalizare la care ne expun reclamele, o industrie capabilă să satisfacă nevoi induse. Publicitatea îi oferă omului o imagine de sine bună, omul începe să se identifice cu modele prestigioase, cu persoane reale. Totodată, publicitatea ajunge să denatureze rostul comunicării, exploatând procedeele retorice și stilistice, vizuale și lingvistice ceea ce duce la dispariția reflectării corecte a realității în mesajul publicitar.

Omul nu mai ia în considerare religiile care promovează abstenența și promovarea plăcerii pentru alte vieți, după cum subliniază și Brune: „trebuie să oferi toate plăcerile într-una și să anunți că totul e permis, de vreme ce în zilele noastre totul este accesibil, și încă imediat” (1988). Aici putem vorbi despre plăceri cotidiene cum ar fi: plăcerea alimentară, estetică, sexuală.

Un alt aspect negativ pe care Brune îl consideră strâns legat de publicitate este acela al standardizării, al uniformizării sau mai precis, al normalizării. Ne sunt indicate comportamente de urmat, ceea ce reprezintă partea nevăzută a reclamei, care face parte din funcția de marketing a publicității.

În acest sens, cel al inducerii unor comportamente prin reclame, s-au studiat și se studiază în continuare „momentele de slăbiciune critică: se știe cum

putem fi luați, se știe când devenim ținte ideale. E vorba de o cunoaștere biologică, psihologică, sociologică. Se pretinde chiar că e vorba de o cunoaștere științifică”³⁵.

Continuând în aceeași idee, conform lui Brune, publicitatea îl determină pe individ să creadă că tot ce ține de viața sa socio-culturală poate fi satisfăcut prin consum. Aspirațiile individului sunt astfel reduse la lucruri și închise în lucruri. Trăim într-o societate de consum unde omul este frustrat continuu pentru ca dorința de a cumpăra să fie relansată. Acest fapt se realizează prin publicitate și ceea ce considerăm că este o valorizare a produselor nu este decât o devalorizare a valorilor.

Aceste efecte se răsfrâng asupra tuturor indivizilor și fac din aceștia niște indivizi anonimi ai orașelor, incapabili să se diferențieze de ceilalți; adică modelul de occidental care are de toate, este răsfrânt cu de toate, care nu realizează că prin modul său de viață risipește resursele Terrei.

François Brune prezintă etapele acestei standardizări prin publicitate, pe care o numește normalizare, punându-și întrebarea dacă a murit cumva sistemul de apărare a omului împotriva acestui fenomen al uniformizării, al aplatizării, prin pătrunderea în viața publică și în conștiința indivizilor a ideologiei publicitare.

Sloganurile au în vedere tocmai dobândirea unui reflex socio-natural de a cumpăra produsul fără ca individul să se mai gândească la ce face. Omul devine confuz și nu mai face diferența între ordinea firească a lucrurilor și spectacolul oferit de publicitate; introdusă în ordinea consumului, se extinde și către alte domenii: politică, viața intelectuală.

„Publicitatea nu informează despre produs, ci îl laudă. Publicitatea nu este un spectacol gratuit; îi costă scump pe consumatori. E adevărat că publicitatea îi face pe oameni să viseze, dar sunt de dorit astfel de vise? E mai bine să îi faci pe copii să viseze la jucării pe care părinții nu li le pot cumpăra? Pe adulți să viseze la un lux pe care nu și-l pot oferi? (...) Publicitatea este o exigență fundamentală a tipului de economie în care trăim; a critica înseamnă a duce o luptă de ariergardă care nu prezintă nici un interes.”³⁶

³⁵ Brune, François, *Fericirea ca obligație – eseu despre standardizarea prin publicitate*, Editura Trei, București, 2005, p. 15

³⁶ Ibidem, p. 147

Dezalienarea omului nu se oprește numai la critica publicității, ci există și alți factori precum: mijloacele de comunicare în masă, informatica, marketingul politic, puterile (economică, culturală, energetică) etc, adică toate elementele care-l fac pe individ să-și piardă capacitatea de control a propriei existențe. Publicitatea, consideră Brune, este doar un factor „blând”, un „aspect cool” al manipulării cotidiene la care e supusă populația. Omul este îndreptat spre a-și însuși un model occidental de individ care nu știe să trăiască altfel decât apropiindu-și tot, care consumă, care e marcat de o atitudine de capitalizare, de transformare; este un individ alienat pe care societatea occidentală îl produce. Pentru a pune capăt acestor efecte nefaste ale publicității trebuie să ducem o luptă în plan moral. Dacă vrem binele oamenilor și alegem dreptatea, trebuie să conștientizăm faptul că nu trebuie să ne lăsăm influențați de mentalitățile actuale ale societății de consum în care trăim.

Ca o concluzie la tot ce am prezentat până acum, putem spune că publicitatea este acuzată că duce la distrugerea individului prin încurajarea unui consum exagerat, că generează obezitate; că ne alienează, că ne sunt create false repere, iar celor care nu reușesc să atingă perfecțiunea din reclamă în viața cotidiană le produc anxietăți. Oamenii nu-și mai construiesc identitatea prin manifestarea spiritului, ci identitatea și-o cumpără prin preferințe de brand pe care le plasează în clase sociale.

Mă voi referi în continuare la lucrarea „Publicitate și societate” a lui Bernard Cathelat care consideră că publicitatea e prin definiție optimistă, dă dovadă de un dinamism și veselie nemaivăzute în alte domenii. În același timp, „cu cât indivizii acordă o mai mare atenție publicității, cu atât neagă mai puternic criza și fundamentele ei structurale. Prin aceasta, amână și chiar ajung să evite dura confruntare cu realitățile cotidiene” (Bernard Brochand – august 1986). Putem spune că astfel, publicitatea devine un mod de evadare din realitatea cotidiană, de detașare de probleme zilnice, e o lume ideală creată artificial.

Publicitatea este, pe lângă o sursă de creație artistică, și un mecanism care crează noi valori și stiluri de viață, dar și o școală de adaptare la criză, un fenomen social. Pentru mulți, publicitatea a devenit soluția problemelor semnificative cu care ne confruntăm.

Publicitatea, pe lângă ideile bune pe care le promovează, oferă oamenilor un spectacol, o morală, sisteme de valori și nu în ultimul rând o cultură.

Spre deosebire de François Brune care în lucrarea sa „Fericirea ca obligație” arată aspectele negative ale publicității și efectele nefaste pe care acest fenomen social le are asupra societății în ansamblul ei, perspectiva lui Bernard Cathelat e deosebit de interesantă pentru că acesta e preocupat să ofere o imagine amplă asupra ceea ce reprezintă publicitatea ca o formă de cultură, o formă de culturalizare a societății, prin inducerea de valori, norme, modele de viață etc.

Același Cathelat consideră că mesajul publicitar este în mod cert cultural, reprezintă o mărturie a civilizației - „profesiune de credință și precept moral, canon estetic și criteriu aproape oficial de bun gust, într-o oarecare măsură model de viață... Mesajul publicitar (...) exprimă stilul de viață nu numai în dimensiunea lui vulgar materială, ci și în dimensiunea lui etică.”

Cel care gândește și dă o formă finală reclamei, publicitarul, este considerat în această lucrare a lui Cathelat un actor conștient sau inconștient al unei pedagogii sociale, creator și institutor de mode, de coduri de viață, „director de conștiință socio-culturală.” Așadar, publicitatea comercială este o formă de a crea cultură, o formă producătoare de civilizație pentru că propagă stiluri de viață. Se observă și aici, diferența de atitudine a lui Cathelat, spre deosebire de Brune cu privire la rolul pe care îl are publicitatea în societate. Dacă acesta din urmă acuză și încearcă să ne facă să conștientizăm aspectele negative ale fenomenului publicitar, Cathelat se concentrează pe rolul de creator de valori și cultură al publicității. Mulți sunt cei care resping publicitatea ca act de cultură, în acest sens aduc următoarea afirmație a lui Cathelat: „Paradoxul vrea ca, prin tradiție, publicitatea să fie respinsă din câmpul cultural în același timp de universitari docti apărători ai purității culturale elitiste, de intelectuali impregnați cu ideologie anti-comercială...”³⁷ Chiar dacă e disprețuită și respinsă de oamenii de știință, publicitatea devine cultură de masă, ale cărei manifestări și efecte trebuie studiate de științele socio-umane.

Totodată, în societățile moderne publicitatea este și un instrument economic și comercial, dar nu în aceeași măsură în care este un fenomen social.

Într-o accepțiune modernă, publicitatea este „psihosociologia informării aplicată unor obiecte comerciale”. Acest fenomen reprezintă un act cu valențe culturale care își împrumută metodele din științele comunicării și care are o finalitate economică, aceea de a vinde un produs, de a influența vânzările, de a

³⁷ Cathelat, Bernard, *Publicitate și societate*, Editura Trei, București, 2005, p. 43

promova un serviciu, de a crea imagine, de a menține imaginea creată la parametri optimi.

Chiar dacă publicitatea a apărut ca un instrument economic, cel care crează publicitate este un profesionist al comunicării. Publicitatea comunică niște alegeri: ale produsului, ale strategiei, ale mijloacelor de transmitere a mesajului, ale țintei (a grupului țintă). Publicitatea păstrează un echilibru între emițător și receptor, nefiind artă, nefiind propagandă (nu caută să-și impună propriile idei fără să țină cont de receptor), și cu atât mai puțin demagogie. Astfel, publicitatea se caracterizează printr-un echilibru între voința celui care produce mesajul și dorința audienței.

Un alt aspect important se referă la libera concurență care a dus la apariția fenomenului de standardizare, consumatorul fiind pus în fața unei lumi de produse echivalente. În acest context, publicitatea a devenit necesară, indispensabilă în stimularea consumatorului (bombardat cu oferte de produse identice și concurente).

Psihologică prin natura și mecanismele sale, publicitatea este un fenomen social datorită faptului că dă amploare sugestiilor și efectelor. Tachakhotine și Packard se arată îngrijorați datorită puterii de sugestie pe care o are publicitatea. Paul Valery este de părere că aceasta reprezintă „unul dintre cele mai mari rele ale acestor vremuri, care ne insultă privirile, falsifică epitetele, strică personajele, corupe orice calitate și orice critică”. Observăm aici, că Bernard Cathelat în această lucrare nu arată numai partea bună, aspectele pozitive ale fenomenului publicitar, ci vine și cu păreri contra acestuia, ceea ce reprezintă un act de obiectivism din partea sa. În susținerea publicității vine și Blaise Cendrars care afirmă că „publicitatea este floarea vieții contemporane. Este o afirmare a optimismului și veseliei. Distrează ochiul și spiritul.”

În cele ce urmează ne vom referi la câteva aspecte legate de consumator, actorul principal în tot ceea ce înseamnă persuadare prin publicitate. Consumatorul a apărut mai vulnerabil în fața reclamei în momentul în care s-a considerat că întreaga parte a comportamentului economic nu este rațională și conștientă, ci se caracterizează printr-un automatism mental. Această publicitate mizează pe repetarea sloganurilor, prin difuzarea de imagini-șoc care nu fac altceva decât să lovească, nu să convingă. Pentru a fi eficient, un mesaj publicitar trebuie să respecte următoarele: să fie ușor de perceput, să fie ușor de recunoscut (se utilizează formule clare și simple), să se folosească sloganuri

scurte și originale. S-a ajuns și la așa-numitul mit al „violării maselor” prin sloganuri, în momentul în care publicitarii le-au folosit în exces, crezând că dețin panaceul.