

© Alina NECHITA-VINGAN

Editura EIKON

Cluj-Napoca, str. Mecanicilor nr. 48

Redacția: tel 0364-117252; 0728-084801; 0728-084802

e-mail: edituraeikon@yahoo.com

Difuzare: tel/fax 0364-117246; 0728-084803

e-mail: eikondifuzare@yahoo.com

web: www.edituraeikon.ro

Editura Eikon este acreditată de

Consiliul Național al Cercetării Științifice din România (CNCS)

Descrierea CIP a Bibliotecii Naționale a României

NECHITA-VINGAN, ALINA

Comunicarea digitală : provocări și perspective / Alina Nechita-Vingan. -

Cluj-Napoca : Eikon, 2014

Bibliogr.

ISBN 978-973-757-989-8

004.738.5

Editori: Valentin AJDER
Vasile George DÂNCU

Redactor: Ioan-Pavel AZAP

Copertă și tehnoredactare: Ioachim GHERMAN

ALINA NECHITA-VINGAN

COMUNICAREA DIGITALĂ

provocări și perspective

**Cuvânt înainte de
Tudor Vlad**

E I K O N
Cluj-Napoca, 2014

Mulțumesc pentru sprijinul acordat de IRES în analiza datelor adunate în cadrul procesului de cercetare, în special Adrianei Dîncu și Prof. Univ. Dr. Vasile Sebastian Dîncu. De asemenea, adresez mulțumiri Prof. Univ. Dr. Aurel Sasu și Prof. Univ. Dr. Tudor Vlad pentru îndrumare și coordonare și Prof. Univ. Dr. Ilie Rad pentru importanța oferită lucrării de cercetare care stă la baza acestei cărți și pe care a promovat-o în cadrul Școlii Doctorale de Științe Politice și ale Comunicării, UBB, Cluj-Napoca.

* Conținutul acestui volum reprezintă, aproape în întregime, teza de doctorat „Comunicarea Digitală. Provocări în new media clujeană”, realizată sub îndrumarea Prof. Univ. Dr. Aurel Sasu la Școala Doctorală de Științe Politice și ale Comunicării, susținută în octombrie 2013 și apreciată de membrii comisiei (Prof. Univ. Doctor Vasile Sebastian Dîncu, Prof. Univ. Doctor Tudor Vlad și Prof. Univ. Doctor Ilie Rad) cu calificativul **Excelent**.

Cuprins

Cuvânt înainte de Tudor Vlad.....	9
Introducere	11
Capitolul I	
Media în postmodernism	13
1.1. Presa între tradiție și new media	15
1.2. Paradigmele de comportament	17
1.3. Interpretări ale postmodernismului.....	20
1.3.1. Modernitate/Postmodernitate	22
1.3.2. Modernism/Postmodernism	23
1.4. Apariția și dezvoltarea new media	25
Capitolul 2	
Impactul new media asupra	
tehnologiei de comunicare	45
2.1. Noi tehnologii de media	50
2.2. Structura mesajului de tip new media	56
2.3. Autocomunicarea de masă	60
2.3.1. Autocomunicarea de masă,	
bloggingul și rețelele sociale	70
2.3.2. Puterea autocomunicării de masă	78
2.4. Comunicarea bidirecționată,	
consecință a new media	82
2.5. Jurnalismul comunitar sau cetățenesc	87

Capitolul 3

Impactul new media asupra

Instituțiilor de presă.....	99
3.1. Noile reguli pentru definirea brandului media	101
3.2. Construirea brandului media în online	105
3.3. Site-ul, noua interfață a mass-mediei în rețelele de socializare	107
3.4. Criterii de evaluare a conținutului site-urilor. Gradul de funcționalitate	112
3.5. New media comunitare. Succese și eșecuri în presa locală	118
3.5.1. Strategiiile instituțiilor media în noul context: marketing, organizare, audiență	120
Presa scrisă. Monitorul de Cluj	120
Radioul privat. Radio Napoca FM	127
Radioul serviciu public. Radio Cluj	131
Presa online	135
Știri de Cluj	136
Cluj Today	139
Televiziunea. Televiziunea serviciu public TVR Cluj	143
3.5.2. Insuccesele din media clujeană (2008-2013)	147

Capitolul 4

Publicarea în mediul online și statutul

jurnalistului în noul context media	155
4.1. Documentarea, editarea și difuzarea în mediul online	159
4.2. Relația cu publicul	163
4.3. Caracteristicile informației scrise din mediul online	172
4.3.1. Caracteristicile informației audio în mediul online	175
4.3.2. Caracteristicile informației video în online	178
4.4. Percepția jurnaliștilor clujeni asupra new media	183

Capitolul 5

Bloggingul în contextul comunitar clujean.....

219	
5.1. Blogul ca parte a new media	223
5.1.1. Tipurile de bloggeri	224
5.1.2. Bloggerii și media tradițională	228
5.2. Comunitatea clujeană de bloggeri – Focus Group	236
5.2.1. Activitatea bloggerului și motivația practicării ei	245
5.2.2. Exprimarea pe blog	246
5.2.3. Standardele de valoare ale blogului	249
5.2.4. Promovarea blogului	250
5.2.5. Impactul blogului asupra autorului său	255
5.2.6. Comunitatea blogului	259
5.2.7. Codurile bloggingului și pregătirea necesară unei astfel de activități	266
5.2.8. Bloggeri vs. jurnaliști	273
5.2.9. Viitorul bloggingului clujean	283

Concluzii

285

Bibliografie.....

289

intrați în noul domeniu (bloggeri sau free-lanceri) să fie dispuși să publice o informație corectată și verificată în prealabil din cât mai multe surse, așa cum cer manualele de jurnalism.

În acest moment, suntem în fața unei revoluții în new media, care tinde să se extindă și să pună stăpânire atât pe presa tradițională, cât și pe întreaga societate românească puternic atașată de mesajele din rețelele sociale. În contextul în care comunicarea se desfășoară cu precădere pe orizontală, în sistem, în new media apare tot mai des atașat mesajului termenul de viralitate, cu importanță sporită dacă este transmis de cunoscuți.

Capitolul I Media în postmodernism

Primul capitol își propune să prezinte contextul apariției și dezvoltării sistemului de relații care stau la baza comunicării din zilele noastre. Acesta conține și o analiză teoretică a domeniului, precum și o prezentare a conceptelor de bază folosite în lucrare. Prima parte a studiului face referire atât la comunicarea reală, cât și la cea virtuală, la îmbinarea acestora, dar și la contextul în care ele au loc.

Schimbările apărute la baza civilizației actuale au fost explicate în diferite moduri de către teoreticienii în științele umane. Termeni precum cel de „societate postindustrială”, al lui Daniel Bell, sau „șoc al viitorului” ori „al treilea val”, ale lui Alvin Toffler, anticipează apariția și dezvoltarea iminentă a unei societăți informaționale. Înaintea tuturor, cel care a menționat „globalizarea” în lucrările sale și a teoretizat efectele mass-mediei, ale audiovizualului asupra societății și asupra comportamentului individului vizavi de valorile și viziunile anilor '60 a fost Marshall McLuhan, unul dintre profeții schimbării mediei tradiționale. Revoluția științifică și tehnică este, spune Toffler, un factor global care determină schimbarea: „se aude huruind marele motor al schimbării – tehnica”¹.

Descoperirile din domeniul tehnicii, împreună cu aplicațiile necesare funcționării lor, au apărut în număr semnificativ după cel de-al Doilea Război Mondial. Toate acestea au provocat modificări

¹ Alvin Toffler, *Șocul viitorului*, cuvânt înainte de Silviu Brucan, traducere de Leontina Moga și Gabriela Mantu, Editura Politică, București, 1973, p. 37.

importante atât în domeniul producției, al raporturilor sociale, al politicii (instituțiile sociale și politice), al creației artistice, cât și în cel al comunicării sau al relațiilor interumane. Dacă menționăm teoreticienii schimbării în postmodernism, nu putem omite imaginea oferită de John Naisbitt în *Megatendințe*, lucrare apărută, pentru prima dată, în 1982 și care prezintă succint, în 10 flash-uri, tendințele dominante care, pornind dinspre națiunea americană, cuprind toate celelalte societăți.

Naisbitt face referire la evoluția societății către noi meserii, etape noi de educație profesională, dar și la numărul celor care produc și stăpânesc informația, unul semnificativ superior celui reprezentat de producătorii și manipulatorii bunurilor materiale: „tranziția hotărâtoare de la o societate industrială la una informațională”². Noile tehnologii informaționale creează dimensiuni globale pentru economie, în primul rând, și modifică perspectiva relațiilor sociale. Indivizii au acum posibilități multiple de dezvoltare și pot adopta cu ușurință decizii nonconformiste.

Interpretată prin prisma culturală, globalizarea economică conduce la diversificarea societăților, la declanșarea interesului pentru identitățile etnice și naționale.³

Forța, averea și cunoașterea, în această ordine, sunt trei variabile a căror combinație reprezintă raportul dintre puterea și identitatea actorului social și istoric. Alvin Toffler constată că ordinea importanței lor se modifică în noul context social. Astfel, producerea averii depinde tot mai mult de cunoaștere, informație, mass-media, iar computerul se transformă în „unealta ce a revoluționat nu numai spațiul comunicării, ci întreaga viață umană”, potrivit observațiilor lui Toffler.

Statele vest-europene au fost primele, după Statele Unite ale Americii, care au preluat schimbările fundamentale ale societății actuale, au acceptat caracteristicile socialismului celui de-„al doilea val”, fapt care le-a situat pe un loc fruntaș, comparativ cu țările în care

² John Naisbitt, *Megatendințe, Zece noi direcții care ne transformă viața*, prefață și traducere de Constantin Cosman, Editura Politică, București, 1989, p. 40.

³ *Ibidem*, pp. 327-348.

regimul comunist nu a permis pătrunderea noilor dimensiuni ale cunoașterii în mecanismele puterii: „coliziunea socialismului cu viitorul a fost fatală”⁴.

Pentru caracterizarea relațiilor interumane, Toffler introduce termenul de *tranziență* care definește, într-o anumită măsură, viteza de modificare a relațiilor, nesiguranța actuală și o comprimare a tipurilor anterioare de conexiuni interumane. Tipul de civilizație care a prins rădăcini în ultimele secole ajunge să se confrunte cu „noul val al civilizației”, cum îl numea Toffler la începutul anilor '80. Viața socială se modifică, așadar, fundamental și sunt afectate modul de gândire, valorile, credințele, arta, politica și economia.

Astfel apare cel puțin un nou principiu de interpretare a realității. Paradigma culturală globală este modificată, se face trecerea rapidă spre o civilizație în care puterea este deținută de cei care stăpânesc modul de procesare a informațiilor, comunicarea și cunoașterea. Este vorba de un sistem nou de a produce avere, o tendință de specializare a produselor, noi forme de organizare socială.⁵

1.1. Presa între tradiție și new media

Evoluția mass-mediei a fost determinată de evoluția paradigmei culturale în postmodernism. Modificarea acestei paradigme a dus la dezvoltarea mass-mediei contemporane cu evidente tendințe de fărâmițare. Procesul de atomizare a ei a trecut prin cel puțin două etape. Dintre acestea poate fi menționată mass-media de nișă, cu canale aproape unidirecționate spre o audiență clar delimitată în rândul categoriilor sociale și/sau emisiunile, publicațiile de nișă în cadrul aceluiași canal media. De exemplu, postul de televiziune Pro TV are emisiuni pentru iubitorii de animale de casă și

⁴ Alvin Toffler, *Powershift (Puterea în mișcare)*, traducere de Mihnea Columbeanu, editura Antet, București, 1995, p. 418.

⁵ Alvin Toffler, *Al treilea val*, prefață de Ioniță Olteanu, traducerea din limba engleză realizată de Georgeta Bolomey și Drăgan Stoianovici, Editura Politică, București, 1983, pp.31-32, 45.

ne învață zilnic, în cadrul rubricii medicale, cum să adoptăm un stil de viață cât mai sănătos. Pe același canal media putem urmări transmisii sportive, reality-show-uri, talk show-uri de cancan și filme.

Pe parcursul timpului, publicul s-a transformat dintr-unul unitar, direcționat de convingeri sociale, într-unul segmentat, iar mass-media s-a adaptat imediat la această nouă identitate.

Este ceea ce abordează Douglas Kellner în volumul *Cultura media*: „În societatea tradițională – spune el – identitatea individuală era fixă, solidă și stabilă. Identitatea constituia o chestiune de rol social prestabilit, un sistem tradițional de mituri oferea orientarea și sancțiunile religioase necesare definirii locului individului în lumea sa și trasa, în mod riguros, teritoriul gândirii și comportamentelor. Individul se naștea și murea ca membru al clanului său într-un sistem fix de relații și făcea parte dintr-un trib sau grup, în care traiectoria vieții sale era dinainte stabilită. În societatea premodernă, identitatea nu reprezenta o problemă și nu era subiect de reflecție sau dezbateră. În epoca modernă, identitatea devine mobilă, multiplă, personală, autoreflexivă și supusă înnoirii și schimbării”⁶.

Caracterul prestabilit și apoi stabilitatea identității individuale erau asigurate în alte epoci de stabilitatea structurii (fie ea socială, economică sau politică) rigide, guvernate de principii ce limitau libertatea individuală.

Procesul și tendința de fărâmițare nu sunt izolate, întâlnite doar în domeniul mass-mediei și al audienței acesteia. Un fenomen foarte asemănător, devenit chiar comun, se poate observa și în cazul facultăților, instituții care se multiplică de la an la an pentru ca oferta lor să rămână una ancorată în realitate, nu doar națională, cu scopul de a satisface cererea de moment a candidaților și a pieței muncii, în același timp. La fel se întâmplă și în economie: toate băncile renumite au filiale autonome cel puțin în orașele reședință de județ. Insistând în continuare pe procesul de fărâmițare, putem aminti tendința (mai nou foarte des întâlnită) de externalizare a serviciilor în cazul celor mai

⁶ Douglas Kellner, *Cultura media*, traducere de Teodora Ghiviriză și Liliana Scărlătescu, prefață de Adrian Dinu Rachieru, Institutul European, Iași, 2001, p. 275.

multe instituții publice și private (curățenie, service PC, organizare de evenimente ș.a.m.d.).

1.2. Paradigmele de comportament

Postmodernismul, mai exact cultura postmodernă, delimitează actualul context cultural de cel din perioada modernă. Această expresie se asociază, în majoritatea textelor științifice, cu *societatea postindustrială* sau cu *societatea informațională*. În contemporaneitate, identificată ca societate marcată și dominată de noile mijloace electronice de comunicare, îi putem identifica anumite trăsături și manifestări sub formă de orientări stilistice, în literatură, filozofie sau religie.

Întreaga cultură postmodernă este caracterizată prin prisma unei noi viziuni asupra lumii și trebuie privită ca rezultat al unei schimbări de paradigmă culturală la nivel global. Noi viziuni asupra cunoașterii, asupra lumii și creației, noi coduri și limbaje compun trăsăturile acestei culturi. În urma unei analize paralele, cultura postmodernă contrazice anumite teorii impuse în perioada modernă și le completează pe altele, dezvoltând tendințe de gândire sau noi stiluri artistice des întâlnite în zilele noastre.

Pentru sociologul britanic Zygmunt Bauman, postmodernismul reprezintă o *modernitate lichidă*, metaforă care cuprinde caracteristici specifice etapei: „deteritorializarea” elitelor din majoritatea domeniilor, fărâmițarea raporturilor dintre individ și comunitate, dezintegrarea elementelor și a structurilor specifice modernității. În perioada modernă, așa cum precizam în subcapitolul precedent, reperle valorice orientau ideile și atitudinea indivizilor și ale societății. Există o direcție rațională și coerentă chiar și în abordarea problemelor grave de natură morală sau existențială. Aceste repere solide se *dizolvă* în postmodernism, iar locul lor este luat de elemente instabile, trecătoare⁷.

⁷ Zygmunt Bauman, *Modernitatea lichidă*, traducere Diana Grad, Editura Antet, București, 2000, pp. 6-17.

Teoreticienii identifică *mentalitatea relativistă* ca fiind o caracteristică esențială a postmodernismului, care s-a impus în secolul XX prin noi forme de comunicare sau prin afirmarea culturilor non occidentale. Valorile, judecățile, practicile culturale și educaționale coexistă într-o relație de unitate și diversitate. Astfel, pornind de la acest cadru, putem înțelege mai bine schimbările din cultura contemporană. Unitatea și diversitatea caracterizează individul în postmodernism.

Tema identității are un rol definitoriu în formarea structurilor politice și culturale ale națiunilor moderne. Lumea actuală, diversă și complexă, a dobândit conștiința unei lumi unitare în care entitățile ei există într-o relație vitală de interdependență. Diferențele în egalitate coexistă cu cele care ascund inegalități între culturi și societăți. Din punct de vedere antropologic, civilizațiile își păstrează diferențele, cu toate că împărtășesc bunuri și achiziții fundamentale. Aceste caracteristici distinctive ale civilizațiilor rămân, însă, identificabile în continuare, chiar și în contextul uniformizării recente a modului de viață sub influența și presiunea noilor tehnologii și a valorilor civilizației industriale occidentale. „Civilizația industrială exportată de Occident nu este decât *una dintre trăsăturile* civilizației occidentale. Adoptând-o, lumea nu acceptă dintr-o dată și *ansamblul* acestei civilizații, ci, dimpotrivă.

Pe scurt, presupunând că toate civilizațiile lumii ajung, într-un răstimp mai lung sau mai scurt, să-și uniformizeze tehnicile uzuale și, prin aceste tehnici, unele dintre modurile lor de viață, nu este mai puțin adevărat că, pentru multă vreme de aici înainte, ne vom găsi în cele din urmă în fața unor civilizații foarte diferențiate. Pentru multă vreme încă, cuvântul civilizație va avea forme de singular și plural”⁸.

Societatea actuală a devenit un complex de instituții, relații și activități variate. Indivizii organizați în grupuri sociale se identifică cu ansambluri de trăsături culturale care alcătuiesc subculturi diferențiate în funcție de clase sociale, etnii, stil de viață, scopuri sau interese.

⁸ Fernand Braudel, *Gramatica civilizațiilor*, vol. I, traducere de Dinu Moarcăș, Editura Meridiane, București, 1994, p. 39.

Raportate la majoritățile demografice și sociale, „orice grup de mărime medie care are idei sociale, valori, norme și stiluri de viață considerabil diferite de cele ale societății mai mari poate fi considerat o subcultură”⁹.

Societățile, după cum au demonstrat antropologii, își păstrează caracteristicile culturale chiar și în contextul existenței legăturilor și interdependențelor dintre societățile moderne și cele actuale. Cultura americană, spre deosebire de cea asiatică, pune accentul pe individ și realizările sale.

Pornind din postmodernism și ajungând aproape de prezent, lumea descentralizată în care trăim, cu identități multiple, nu este una uniformizată lingvistic, cultural sau religios, așa cum o arătau previziunile caracteristice modernității, ci una a diversităților, a identităților multiple și încrucișate. John Naisbitt, de exemplu, anticipa un proces de globalizare a economiilor însoțit de o tendință opusă în plan cultural: „În viața de toate zilele, cu toate că participăm la o economie globală tot mai interdependentă, mă aștept la o renaștere culturală și lingvistică. Pe scurt, suedezii vor deveni mai suedezi, chinezii, mai chinezi, iar francezii, deie Domnul, vor deveni mai francezi”¹⁰. Tendința descrisă de Naisbitt devine o tendință dominantă, iar globalizarea avansează. Această globalizare nu anulează însă acele diferențe și identități culturale, lingvistice sau morale amintite anterior, chiar dacă le va articula în forme ce nu pot fi încă anticipate, într-un mediu comun. „Într-o perioadă de timp relativ scurtă, societatea de masă unificată s-a fracționat în multe grupuri diverse, cu valori și gusturi extrem de diferite; specialiștii din domeniul reclamei numesc fenomenul societate cu piața segmentată, cu piața descentralizată”¹¹.

Vom trăi, așadar, într-o lume fără curenți dominante, particularizată uneori prin elemente arhitecturale regionale și locale, cu forme variate, fără marca unor stiluri unificatoare. *Relativismul cultural*

⁹ Norman Goodman, *Introducere în sociologie*, traducere de Ioana Rădulescu, Editura Lider, București, 1998, p. 59.

¹⁰ John Naisbitt, *op. cit.*, p. 125.

¹¹ *Ibidem*, p. 328.

reprezintă tocmai această diversitate cultivată în interiorul societăților, dar și acceptarea valorilor altor grupuri sociale. Indivizii sunt îndemnați să tolereze comportamentele și experiențele culturale ale altor societăți, stiluri de viață diferite și să accepte ideea că nu există un tipar cultural universal: „nicio practică culturală nu este inerent bună sau rea; fiecare trebuie înțeleasă în raport de locul ei într-o configurație culturală mai largă”¹². Relativismul cultural a apărut inițial ca replică la raționalismul modern occidental.

Și astăzi, la fel ca în trecut, bogăția și vitalitatea care caracterizează umanitatea se nasc dintr-o diversitate a identităților culturale. Pe de altă parte, globalizarea a făcut posibilă apariția unei piețe unice a bunurilor și informațiilor, a declanșat un proces de transformare a civilizației actuale, de renaștere a identităților sub influența și acțiunea noilor mijloace de comunicare.

1.3. Interpretări ale postmodernismului

Termenul de *postmodernism* trece de la estetică în teorie în anii '80 și devine un concept al sociologiei istorice, al filosofiei și, treptat, sensul său se lărgeste ajungând să includă chiar o nouă viziune asupra lumii: „cultura postmodernă”.

La nivelul gândirii filosofice se creează *modernitatea/postmodernitatea* ca etape diferite de evoluție a civilizației europene, iar *postmodernitatea*, *cultura postmodernă* sunt concepte care, alături de *civilizație postindustrială* sau *societate informațională* sunt tot mai frecvent utilizate în limbajul actual.

După cercetarea conceptului din mai multe perspective, printre care și cea literară, Ihab Hassan stabilește și publică, în 1987, o definiție a postmodernismului formată din 11 termeni care se completează reciproc, oferind o imagine de ansamblu care conține perspectivele mai multor teoreticieni ai curentului¹³.

¹² *Ibidem*, p. 60.

¹³ Ihab Hassan, *The postmodern Turn. Essays in postmodern theory and culture*, State University Press, Ohio, 1987, p. 168.

Așadar, postmodernismul, în accepțiunea lui Hassan, presupune decanonizarea culturii, demistificarea cunoașterii, deconstrucția limbajului puterii sau chiar feminizarea culturii, în anumite cazuri ca formă de subversiune.

Critici ai postmodernismului au sesizat pierderea sinelui în literatura modernă, o lipsă a profunzimii. Lipsa reprezentativității sau ironia care își asumă multivalența și care aspiră la claritatea demistificării sunt, de asemenea, trăsături negative ale postmodernismului.

Textul postmodern, verbal sau nonverbal, invită la performanță. Acesta se dorește a fi scris, analizat și interpretat. Postmodernismul susține mișcarea dinspre un adevăr într-o lume stabilă, așa cum remarca Goodman, înspre o diversitate a drepturilor sau chiar înspre versiuni conflictuale ale unor lumi în construcție¹⁴.

În postmodernism crește capacitatea minții de a genera simboluri. Se remarcă în această perioadă o extensie a simțurilor umane (profeția lui Marshall McLuhan) prin intermediul noilor medii și a tehnologiilor. În ceea ce privește viziunea lui McLuhan, acesta susținea că formele media sunt agenți ai schimbării în cadrul experienței noastre despre lume, în cadrul interacțiunii dintre noi, în modul în care ne folosim de simțurile proprii, cele pe care media le extinde.

În 1987, Ihab Hassan afirma despre postmodernism că acesta este un *ingredient misterios care transformă orice rețetă tradițională într-una, sofisticată, caracteristică nouvelle cuisine, noii „bucătării” a sistemului informațional*¹⁵.

Termenul *modern* a fost asociat, de-a lungul timpului, unor domenii și semnificații diferite ca: sensibilitate, vârstă, societate, mod de viață, artă și așa mai departe. Pentru a oferi o viziune mai clară, Best și Kellner, printre alții, au distins două perechi de concepte: *modernitate/postmodernitate* și *modernism/postmodernism*. Primul este un cuplu temporal ce se referă la ere istorice, iar cel de-al doilea

¹⁴ Nelson Goodman, *Ways of Worldmaking*, Indianapolis, Hackett Publishing Co, 1978, s.l., apud. Ihab Hassan *op. cit.*, p. 84.

¹⁵ Ihab Hassan, *op. cit.*, pp. 91-92.

este unul mai mult estetic, care face referire cu precădere la domeniul artistic¹⁶.

1.3.1. Modernitate/Postmodernitate

Epoca postmodernă și termenul *postindustrială* sunt tot mai des alăturate. Schimbările din componentele culturală și socială ale vieții sunt tot mai diverse, haotice, sofisticate fără să definească o direcție de sens. Toffler a încercat o ordonare a lor în ceea ce el numește *al treilea val*, valul postindustrial, caracteristic civilizației moderne.

Pentru Giddens, „modernitatea se referă la moduri de viață socială sau organizații care au pătruns în Europa pe la începutul secolului al XVII-lea și a căror influență s-a extins, mai apoi, mai mult sau mai puțin, la nivel mondial”¹⁷. Acest lucru nu se referă doar la societatea modernă, ci și la toate caracteristicile acestei etape a căror dezvoltare a fost provocată de modernitate.

Cel mai important aspect în analiza acestui concept se referă la capacitatea mentalului de a percepe modernitatea. Aceasta a declanșat un mod de gândire modern, care a permis o altă viziune asupra istoriei, cea în care puterea individului se impune asupra destinului său cu o victorie obținută cu mult efort și în care rațiunea domină emoțiile sau instinctele animalice, în care știința domină religia și magia; adevărul domină prejudecata, iar știința exactă câștigă în fața superstițiilor¹⁸. Această viziune a fost articulată în special de iluminiștii secolului al XVIII-lea. Oricum, criticii au observat curând că procesul modernizării nu a dus la împlinirea promisiunilor acestui generos proiect: rațiune, progres și emancipare.

¹⁶ Steven Best, Douglas Kellner, *Postmodern Theory. Critical Interrogations*, The Guilford Press, New York, 1991, pp.1-5.

¹⁷ Anthony Giddens, *The Consequences of modernity*, Stanford University Press, California, 1990, p. 1.

¹⁸ Zygmunt Bauman, *Legislators and Interpreters: On Modernity, Post-modernity and Intellectuals*, Polity Press, Cambridge, 1987, p. 111.

La mijlocul secolului XX, schimbările sociale, care până atunci au avut loc în interiorul structurii de bază a societății moderne, au ieșit din aceste limite și au început să o transforme. Una dintre cele mai puternice forțe care a contribuit la această modificare a societății, în ansamblul său, a fost determinată de „introducerea noilor informații și a tehnologiilor în telecomunicații” și de comunicarea mediată electronic. Pentru teoreticienii postmoderni, dezintegrarea structurii societății moderne a contribuit la dizolvarea percepției mentale a modernității¹⁹.

În acest context, Jean-Francois Lyotard revendică faptul că discursurile filosofice care în era modernă aveau rolul de a legitima știința și cunoașterea științifică nu mai există în contextul postmodernismului²⁰. El se referă cu precădere la discursurile iluministe ale emancipării prin intermediul rațiunii.

1.3.2. Modernism/Postmodernism

Relația dintre modernism și postmodernism a fost concepută în mai multe feluri. Viziunea lui Fredric Jameson se referă la împărțirea culturii în „etape ale realismului, modernismului și postmodernismului”²¹. El vorbește despre aceste etape ca fiind dominante culturale care permit prezența și coexistența unei foarte diferite game de caracteristici, care fac diferența între sistemele poziționate exact în timp²².

Modernismul poate fi asociat mai mult cu inovația, el respinge stilurile anterioare și luptă pentru a crea „ceva care să reziste și să învingă forța de gravitație a repetiției”²³. Realismul și modernismul

¹⁹ Veikko Pietila, *On the highway of mass communication studies*, Hampton Press, New York, 2005 pp. 286-287.

²⁰ Jean-Francois Lyotard, *Condiția postmodernă*, traducere și prefață de Ciprian Mihali, Editura Babel, București 1993, pp.15-17.

²¹ Fredric Jameson, *Postmodernism or, The Cultural Logic of Late Capitalism*, Duke University Press, Durham, 1991, p. 36.

²² *Ibidem*, p. 4.

²³ Veikko Pietila, *op. cit.*, p. 289.