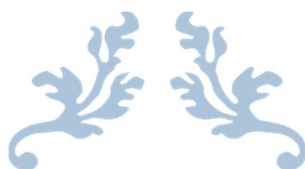


UNIVERSITATEA BABEȘ-BOLYAI



TEZĂ DE ABILITARE

Comunicarea politică și diplomația culturală în
sistemul postmodern de relații internaționale



ANDRA SECELEANU

CLUJ-NAPOCA

Aprilie, 2017

Teza de față prezintă principalele mele preocupări în domeniul comunicării de masă și ale relațiilor internaționale, având două componente majore: prima componentă prezintă principalele rezultate obținute în activitatea de cercetare științifică, după obținerea titlului de doctor în filozofie, cu distincția *cum laude* (Iași, 2007), concretizată în publicații și prezentări la conferințe, precum și pe capacitatea de coordonare și de implementare a proiectelor de cercetare, a doua componentă axându-se pe prezentarea și evoluția carierei didactice și planul de dezvoltare al direcțiilor de cercetare.

Tema acestei teze abordează rolul pe care îl au instituțiile media, dar și rețelele de socializare în dinamica relațiilor internaționale, precum și impactul culturii și a reprezentărilor culturale, acestea din urmă jucând un rol important în configurarea postmodernă a sistemului de relații internaționale și a noilor poli de influență, rol amplificat de accesul la informații și generalizarea comunicării, care nu mai sunt mediate de guvernele naționale.

Există bineînțeles și alte arii secundare pe care am avut șansa să le explorez: este vorba de un interes constant în comunicarea educațională, cu accent pe violența de limbaj și cu analiză integrată a activităților de informare, consiliere și formare profesională

Comunicarea a însoțit în permanență relațiile internaționale. James N. Danziger (1994) aprecia că nu putem imagina existența societății politice internaționale în afara comunicării. Globalizarea a determinat consecințe și asupra fluxurilor comunicaționale, unul din palierele importante pe care se desfășoară fiind mass-media și mai nou, rețelele de socializare.

Cunoașterea particularităților procesului de comunicare și a funcțiilor acestuia reprezintă fără îndoială o nevoie stringentă pentru a înțelege evoluția mediului

internațional contemporan. Comunicarea în mediul internațional îmbracă forme diversificate dezvoltându-se cu precădere comunicarea politică.

Activitatea de cercetare științifică încadrată în această temă s-a concentrat până în prezent pe analiza diferitelor componente ale realității mediatică și politice contemporane, într-o nouă viziune epistemologică a comunicării.

În multe lucrări am realizat screening-uri ale temelor predilecte abordate de media cu privire la **problematika socială**, alte lucrări vizează **analiza comunicării și acțiunii politice în spațiul mediatic**, fenomene ce ocupă un loc central în realitatea socială și care dezvăluie necesitatea perfecționării praxisului politic din perspectiva aportului specific mass-media în studiul de caz al **campaniei electorale**, ca eveniment epicentral al vieții politice.

După 2007, în calitate de director al Centrului de Studii și Anchete Socio-Umane „Andrei Șaguna”, am coordonat direct peste 20 contracte de cercetare **pentru studii de analiză a opiniei publice pe teme electorale și exit-polluri**, realizate la nivel regional. Cercetările au fost și de tip longitudinal, realizând o **analiză comparativă pe diferite paliere temporale a campaniilor electorale din România**. Demersurile investigative au continuat cu **analize comparative privind media și comunicarea politică**, atât între țările est-europene și cele vest-europene (existând foarte puține studii de acest gen), precum și la nivelul UE.

Am avut în vedere faptul că noile tehnologii de comunicare au sporit considerabil capacitatea indivizilor de a se exprima în spațiul public, în schimb, paradoxal, au limitat participarea indivizilor la comunicarea politică și la dezbateră publică a deciziilor politice.

Cercetările ulterioare au luat în discuție doi actori: media și publicul său. În cazul alegerilor producătorul de informație nu este altul decât politicul prin partidele sale și candidații susținuți de acestea. Justificarea demersului se sprijină pe conceptul de agenda

setting care explică faptul că mass-media selectează informația care va fi transmisă cititorilor cu scopul de a dirija atenția într-o direcție dorită pentru a favoriza anumite aspecte sau a le face pe altele neobservabile.

Analiza mediatizării alegerilor a relevant următoarele caracteristici importante: comunicarea politică este foarte personalizată; succesul depinde mai degrabă de calitățile și construcția imaginii candidatului; agenda politică este distinctă față de agenda populației. În acest context am folosit mediatizarea ca fiind un concept care se referă la creșterea procesului de influență media. (Asp, 1986; Hjarvard, 2008; Mazzoleni, 2008a, 2008b; Mazzoleni & Schulz, 1999; Strombäck, 2010; Strombäck & Esser, 2009).

În România doar în ultimii ani rețelele de socializare au început să joace un rol major în campaniile electorale și datorită faptului că jumătate din populație locuiește în mediul rural. Dacă în anul 2000, doar 3,5 % din populație avea acces la internet, în 2008, procentul crescuse la 53,9%, ajungând la 70% în 2016, ceea ce explică mutațiile majore apărute în comunicarea politică. Această răspândire a schimbat dramatic dinamica politică în România, putând spune că, istoria campaniilor electorale se poate împărți în două perioade: BC (before computer) și AC (after computer). Aceste mutații nu puteau să nu fie luate în analiză, astfel încât următoarele cercetări au avut în vedere și introducerea unor itemi referitori la influența mediului on-line.

Am efectuat cercetări, pornind de la necesitatea analizării efectelor pozitive și negative ale unor procese globalizatoare (folosirea noilor tehnologii de comunicare pe scara din ce în ce mai largă) cu implicații în procesele sociale, implicații care transcend valorile identitare. Analiza se centrează asupra raporturilor dintre cetățeni – electori și oamenii politici fenomen, relevant atât pentru democrațiile dezvoltate din Vestul Europei, cât și pentru cele tinere, Central și Est Europene. În acest context sunt necesare studii care să permită înțelegerea similarităților și diferențelor dintre ele.

de multiculturalism și existența deja a unor politici naționale de regândire a acestui concept.

Pornind de la realitatea că diplomația culturală este acel domeniu al diplomației care are drept obiectiv stabilirea, dezvoltarea și susținerea relațiilor cu celelalte state prin cultură, artă, educație și știință, am coordonat 3 proiecte care au vizat trei zone distincte: zona Balcanilor, zona Mării Negre și China.

Un alt subiect de cercetare îl reprezintă aspecte legate de mass-media, comunicare, educație ca elemente care pot fi factori stabilizatori sau destabilizatori ai securității, stabilității și cooperării în regiunea Mării Negre, având în vedere importanța geostrategică a zonei și faptul că dinamica în regiune este puternic influențată de mutațiile ce au avut loc în ultimii ani în Europa, Orientul Mijlociu și Asia.

Îmi propun continuarea analizării efectelor folosirii noilor tehnologii de comunicare pe scară din ce în ce mai largă, cu implicații în procesele sociale, implicații care transcend valorile identitare. Cercetările viitoare se vor centra asupra raporturilor dintre cetățeni – electori și oamenii politici, fenomen relevant în special în contextul ”globalizării” fenomenului de ”fake news” și noile direcții de analiză, apărute mai ales după ultimele alegeri prezidențiale din SUA.

Lipsa închegării unui spațiu public european, tratarea știrilor externe în registrul de soft-news, cu aplicarea stereotipiilor naționale, creează posibilitatea influențării cu ușurință a cetățenilor. Fenomenul este recent și lipsesc atât studiile naționale cât și studii comparative, cel puțin la nivelul statelor UE. În ciuda intensificării eforturilor UE de a diminua deficitul de comunicare, care se traduce prin incapacitatea instituțiilor europene de a se apropia de cetățeni, euroscepticismul, ca dovadă a lipsei de încredere în mecanismele europene de guvernare, este într-o creștere alarmantă.