

Anuarul Universitatii „Petre Andrei” din Iasi
Fascicula: Drept, Stiinte Economice, Stiinte Politice

Year-Book „Petre Andrei” University from Iasi

Fascicle: Law, Economic Science, Political Sciences

ISSN: 2248 – 1079

Coverd in: CEEOL, Index Copernicus, Ideas, RePeC, Socionet, Econpapers

**Using Constructionst Methodology in Analyzing the Phenomenon of
Globalization**

**[Utilizarea metodologiei constructioniste în analiza fenomenului
globalizarii]**

Antonio SANDU

Anuarul Universitatii „Petre Andrei” din Iasi, Fascicula: Drept, Stiinte Economice,
Stiinte Politice, 2011, Tomul 8, Decembrie, pp: 219-234

Published by:

Lumen Publishing House

On behalf of:

„Petre Andrei” University from Iasi

Using Constructionist Methodology in Analyzing the Phenomenon of Globalization

[Utilizarea metodologiei construcționiste în analiza fenomenului globalizării]

Antonio SANDU¹

Abstract

The purpose of our research aims to identify the constituent dimensions of globalization and specific trends and possible socio-pathologies. We will present some of the domains in which globalization is most present, the research aiming to sketch the opportunities and risk factors for society, especially for the Romanian society, appeared as emerging results of globalization of communication. Through social space virtualization we understand the construction of a new communicational Universe in virtual space and the transfer of social interactions with globalizing nature. Educational interaction is this kind of model, “virtual learning” systems could be considered a learning opportunity, but also a risk in terms of quality of academic programs carried out by systems of “online masters” or even “virtual universities”.

Virtualization of social space changes behavioural habitus, for example within marital relationships. “Online dating” sites are such examples of modification to the proactive behaviour looking for a partner by accepting a passive “matching” sometimes followed by “virtual sex”. From virtual sex practices as a situation of anomie, the research will head towards cyber crime globalization and virtual space as social space of new forms of organized crime. Not least, we will take into account the modification of creativity dimension through forms of “collaborative creativity”.

The research will focus on the possible ontological construction derived from a model of constructionist epistemology. The research is a trans-disciplinary approach, from the perspectives of social field analysis, axiology, semiotic, and philosophy of languages. We also analyze constructionist approaches of constructionist formalization of languages.

Keywords

Globalization, social constructionism, trans-disciplinary approach

¹ Dr. Antonio SANDU – Lecturer Ph.D., „Mihail Kogalniceanu” University, Iasi, Email Address: antonio1907@yahoo.com Phone no: 0040 740 151455

Paradigma construcționistă

Construcționismul este o paradigmă semiotică care pornește de la “axioma interpretativă” conform căreia *harta* prin care este citită realitatea nu reprezintă altceva decât o continuă negociere a interpretării (Sandu, Ponea, 2010). Orice tip de discurs este interpretat în sensul unei “reconstrucții sociale a realității” pornind de la un consens cultural. Derivarea culturală a sensului conceptelor stă la baza convergenței semantice a oricărei paradigme socio-culturale. În planul mentalităților se produce cea mai profundă restructurare, prin trecerea de la înțelegerea unei lumi obiective, cognoscibile și unice, la modelul unei pluralități de lumi, a cărei indeterminare este prezisă theoretic (Sandu, 2010a). Noua epistemologie nu mai poate fi de tip pozitivist-cantitativistă ci mai degrabă holist-calitativistă care are în vedere presupuziția că cercetarea trebuie să includă sistemul cercetătorului și corelația acestuia cu obiectul cercetat (Sandu, 2009). Se alunecă de la un nucleu dur al conceptului de realitate ca obiectualitate către o *pluralitate de realități posibile* care prin intervenția cercetătorului se ordonează într-o serie unică de rezultate-consecințe. Reconstrucția *tabloului lumii* este o permanentă negociere a modelelor, corelate cu noile date experimentale. Această nouă epistemologie renunță la pretenția de a explica cauzal realitatea în favoarea *unei mai bune înțelegeri a acesteia*, mai ales a adecvării consecințelor cu rezultatele experimentelor (Sandu, 2010b). Complementar deconstrucției postmoderne, construcționismul păstrează de la aceasta caracterul antirealist, centrarea asupra pluralității experiențelor și interpretărilor într-o lume plurală sau chiar într-o pluralitate de lumi, precum și corelarea sensului cuvintelor cu voința interpretativă. Se detașează de aceasta prin medierea socială sau culturală a interpretării. Nu există un sens unic care să corespundă unui adevăr unic, ci o pluralitate de sensuri, oglindiri ale întregului în diversele niveluri ale fractalului existenței. Epistemologia construcționistă are în vedere apariția paradigmelor științifice, sociale și culturale ca pe o “negociere” a interpretărilor oferite datelor provenite dinspre realitatea empirică sau din alte spații ale cunoașterii cum ar fi teoretizări, modele etc.

Construcționismul este văzut ca parte a paradigmei postmoderne datorită relativizării modelelor și raportării *realității* la negocierea interpretării. Atât semiotica, cât și epistemologia construcționistă este prin structura sa apropiată de postmodernism, de viziunea lyotardiană conform căreia imaginea noastră despre realitate este o *narațiune*, un consens al discursului – consideră Hacking (1999). Discursul științific este o formă

particulară de discurs și poate fi analizat în manieră construcționistă ca analiză textuală.

Construcționismul poate fi utilizat metodologic, pornind de la importanța subiectului epistemic în construcția socială a adevărului. Conceptul de adevăr are semnificație așadar în legătură cu un fapt sau experiență acceptat social ca atare. Construcționismul social poate fi aplicat unei serii întregi de teorii care au ca punct de plecare opera lui Gergen din care definatorii pot fi considerate articolele: *Mișcarea construcționismului social în psihologia modernă* (1985), *Către o teorie generativă* (1987), *Afect și organizare în societatea postmodernă* (1990), *O invitație la construcționism social* (1999), *Știința organizației un construct social* (1999), *Potențialuri postmoderne* (2000).

Construcționismul este preocupat în principal cu explicarea proceselor prin care oamenii ajung să descrie, să explice și să ia act de lumea în care trăiesc și care-i include (Gergen, 2005). Realitatea este creată în procesul de comunicare și cu instrumentele limbajului, fiecare individ influențând și modelând răspunsurile celorlalți. Schawandt accentuează, pornind de la teoriile lui Gergen, impactul socialului și a convențiilor de limbaj asupra procesului de sensificare (2001). Van der Haar (2004) comentând semnificațiile filosofice ale construcționismului indică aderarea acestui curent la o epistemologie alternativă deoarece analiza cunoașterii și a realității nu poate fi decât contingentă relațiilor umane fiind rezultatul unor practici continue de reificare, sedimentare și habituale. Premisele centrale ale construcționismului propuse de Van der Haar (2002) pornită de la contribuțiile lui Burr, Gergen și Bouwen sunt:

- construcționismul social asumă faptul că lumea nu poate fi cunoscută așa cum este ci mai degrabă pot fi cunoscute o serie multiplă de realități construite social;
- construcționismul social vede limbajul, comunicarea și discursul ca având rolul central al procesului interactiv prin care înțelegem lumea și pe noi înșine;
- construcționismul social vede limbajul și comunicarea ca un proces de coordonare a actorilor;
- construcționismul social se preocupă de procesul relațional prin care actorii sociali construiesc realitățile sociale;
- construcționismul social presupune o distincție exclusivă dintre subiect și obiect, nu este o construcție fericită sau necesară și din acest motiv propune depășirea dualismului

restrictiv care le vede pe cele două ca existând independent una de cealaltă;

- adepții construcționismului social consideră importantă reflecția asupra fondului social cultural istoric al asumărilor și constructelor noastre și menținerea unor deschideri asupra altor realități posibile construite (2002).

Modelul construcționist este văzut de Jean Francois Lyotard ca fiind o deconstrucție a conceptului de realitate până la nivelul de construcție socială de „narațiune”, o practică discursivă generatoare de consens. Gergen mută accentul interpretativ de la realitate la contextul realității și rețeaua socială care generează pentru individ experiența realității. Gergen dă o replică viziunii carteziene parafrazându-l pe Descartes : „Sunt conectat deci exist”(1973).

Semioticele construcționiste se încadrează, de regulă, în curentul general al postmodernismului promovând o cunoaștere interdisciplinară. Noi preferăm să situăm construcționismul la nivelul unei zone de intersecție dintre postmodernism și transmodernism tocmai datorită aspectelor de analiză de rețea făcute posibile de construcționism. Orientarea afirmativă specifică transmodernismului și totalizantă poate fi exemplificată într-o arie particulară a construcționismului apreciativitatea.

Dezvoltarea socială fiind prin esența ei un proces integrativ este predispusă la transdisciplinaritate, și de aceea am ales această dimensiune a practicii sociale pentru a ilustra clivajul interpretativ al unor tehnici sociale generat de schimbările de paradigmă oferite de trecerea la o epistemologie transmodernă centrată pe interconexiune.

Analiza construcționistă a discursului

Nikki Slocum-Bradley în (2010) în cercetarea Identity Construction in Europe: A Discursive Approach prezintă metodologia de analiză construcționistă a discursului public. Autorul consideră că abordarea discursivă a științelor sociale inclusă în construcționismul social oferă o alternativă altor teorii constituind o premisă a unui model de înțelegere a comportamentelor sociale. Din perspectiva discursiv construcționistă construcția socială a realității este o competiție între situarea în grup și în afara grupului. În analiza discursivă agenții acțiunii sânt persoanele. Abordarea discursivă analizează modul în care persoanele își utilizează limbajul pentru a-și construi propriile realități sociale și perceptuale. Utilizarea limbajului nu are sens doar în descrierea realității ci

și în construirea acesteia prin continua renegociere a interpretării oferite realității. Din această perspectivă fenomenul globalizării reprezintă adecvarea interpretărilor din culturile regionale la semnificațiile denumite transcultural prin impunerea unor sensuri negociate global dincolo de sfera de relații interpersonale ale indivizilor. Pentru a se realiza acest fenomen de semnalizare globalizantă sunt necesari vectori de adecvare semantică cum este mas-media, internetul, mas-marketingul etc.

Actorii discursului constructiv sunt naratorii. Identitatea este construită de persoanele care generează sens prin „poveștile și narațiunile” propuse. Aceasta constituie în viziunea lui Nikki Slocum-Bradley (2010) cea mai largă structură a experienței umane. Poveștile, narațiunile sunt despre sine, despre alții, sau despre evenimente. Ele capătă sens devenind self-constructe doar în contextul poveștii care trebuie analizat împreună cu conținutul acesteia pentru a putea fi identificate diferitele concepții asupra identității, practicile utilizate pentru a le construi și funcțiile constructelor. Dinamica regionalism globalism poate fi înțeleasă ca o derivă construcționistă a semnificației identității, apartenenței etc. Derivată din teoria construcționistă a analizei discursive teoria poziționării (Positioning Theory) dezvoltă un model de înțelegere a realizării actelor sociale și construcției discursive a sensului. Teoria poziționării poate conceptualiza atât relații interpersonale cât și cele intergrupale, stereotipurile și acțiunile unor actori colectivi, state regiuni. Liniile povestirii sunt structuri narrative utilizate pentru a da înțeles unor secvențe trecute sau proiectate în viitor. Relevanța liniilor povestirii construiește sensul actelor discursive. Autorii analizează de exemplu în contextul menționat discursul lui O`Bama în care acesta afirmă că Statele Unite doresc, cred cu tărie și promit (intends/believes/promises/.

Analiza confruntării discursive (Challenging Positionings) permite înțelegerea consecințelor teoretice. Din punct de vedere al discursului globalizant ne interesează confruntarea cadrelor de sensificare (framework of meaning). Metodologia permite contrapunerea discursivă a două paradigme, a două modele interpretative de exemplu cel globalizant față în față cu cel identitar național. Nikki Slocum-Bradley (2010) analizează două cadre discursive privitoare la integrarea europeană și globalizare: Pe de-o parte cel antiglobalizant care vede în integrare o invazie a Uniunii Europene asupra statelor naționale care le situează într-o poziție de vulnerabilitate, iar pe de cealaltă parte discursul pro-european care vede în integrare o creștere a oportunităților democratice a libertății, respectul față de drepturile omului și pace.

Alături de analiza discursivă generatoare de sens alte cadre semiotice de analiză a contextului comunicării îl constituie metodologiile interpretative și contextuale provenind din sociologia comunicării și metodologiile sociologice noi propunem recuperarea acestora în spațiul semiotic ca forme particulare de semantici discursive.

Globalizarea comunicațiilor și virtualizarea spațiului social

Impactul tehnologiilor comunicaționale, cu precădere a internetului este în măsură să genereze mutații paradigmatică cu efecte globalizante în toate domeniile menționate.

Vom prezenta câteva din aceste domenii cercetarea urmărind să creioneze oportunitățile și factorii de risc pentru societate cu precădere pentru cea românească apărute ca rezultate emergente ale globalizării comunicării. Prin virtualizarea spațiului social înțelegem construcția unui nou univers comunicațional în spațiul virtual și transferarea către acesta a unor interacțiuni sociale cu caracter globalizant. Interacțiunea educațională constituie un astfel de model, sistemele de « virtual learning » putând fi considerate o oportunitate de învățare, dar și un risc în ceea ce privește calitatea programelor academice realizate prin sistemele de « masterate online » sau chiar « Universități virtuale ».

Virtualizarea spațiului social modifică habitusuri comportamentale, de exemplu în sfera relațiilor conjugale. Siteurile de « dating online » sunt astfel de exemplu, de modificarea comportamentului proactiv în căutarea unui partener de cuplu prin acceptarea unui « matching » pasiv urmat uneori de ipostaze de « sex virtual ». De la practicile sexului virtual aflate într-o situație de anomie cercetarea se va îndrepta către globalizarea criminalității informatice și spațiu virtual ca spațiu social a unor noi forme de crimă organizată. Nu în ultimul rând avem în vedere modificarea dimensiunii creativității prin formele de « creativitate colaborativă ».

Ideea specifică modernității cu privire la importanța originalității în actul de creație suferă transformări mai mult o socializare a creației. Filosofia creativității colaborative generează « rețele sociale virtuale » bloggul, precum și alte forme de rețele de socializare online, devin prioritare în fața formelor clasice de comunicare în masă. Nu în ultimul rând astfel de transformări crează noi viziuni în sfera politicii, relațiilor publice și afacerilor a promovării științei etc. O serie numeroasă de cercetători privește impactul globalizării comunicațiilor atât asupra indivizilor cât și asupra mediului social. Conceptul de societate bazată pe

cunoaștere, este de mult intrat în vocabularul specific construcțiilor din domeniul politicilor științei și al educației .

Toate firmele au sau cel puțin și-ar dori o prezență pe internet. Suficiente studii au arătat impactul consumului internetului îndeosebi asupra tinerilor. O întreagă literatură de specialitate descrie fundamentele comunicaționale ale fenomenului globalizării și mai ales rolul internetului. Numeroase studii arată modificări la nivelul comportamentului consumatorilor generate de specificul comerțului online. Nu există însă studii asupra modificării mentalităților generate de adaptarea la societatea informațională care să le studieze în spațiul cultural specific românesc.

Spiritualizarea distanțelor – replică virtuală a spiritualizării frontierelor

Fenomenele sociale discutate impun un nou construct, socio-comunicațional și anume spiritualizarea distanțelor ca replică virtuală al fenomenului spiritualizării frontierelor, dependența față de motoarele de căutare, care generează în opinia noastră o formalizare a comunicării în scopul bunei poziționări în motorul de căutări, scăderea impactului emoțional al actului de comunicare datorită caracterului său mediat etc. Fenomenul de „virtualizare a spațiului social” are un caracter policentric și nestructurat, existând atâtea medii virtualizante, câte proiecte comunicaționale sunt desfășurate la un moment dat. Caracteristici generale ale fenomenului pot fi puse în evidență prin cercetări repetate asupra unor fenomene comunicaționale distincte, de diverse anverguri, și sesizarea unor constante comunicaționale care apar într-o serie întreagă de astfel de proiecte comunicaționale (Sandu, Cojocaru, Ponea, 2010).

Constatăm o modificare a la nivelului culturii globale în sensul unei readaptări a universalului care transpare acum din rețelizarea elementelor particulare. Constituirea unei culturi integrale (transmoderne) este un proces de ajustare continuă a culturilor locale la elementele globalizante. Transmodernismul este astfel opus structural postmodernismului prin înlocuirea deconstrucției cu obsesia integralității reconstruite în cadrul unor rețele socializante (Bradu, Sandu, 2009).

Videochatul erotic - dimensiuni sociale și implicații socio-juridice

“Căutăm fete atrăgătoare pentru videochat (eventual poza în e-mail). Condiții excelente. Program flexibil, comision 30-60 %, lucru pe două sesiuni simultan, zona centrală. Cerințe de limba engleză, lucru pe calculator și multă seriozitate. Programări pentru interviu...”

Acest gen de anunțuri au devenit destul de frecvente în rubrica de locuri de muncă a diverselor cotidiene cu răspândire locală sau națională.

Radiografierea socialului ca „sociologie a faptelor semnificative” (Miftode, 2003) impune cercetătorului avizat ca plecând de la informațiile succinte dar relevante apărute în mass media (scrisă, audio – vizuală, sau internet) să realizeze cercetări sociale asupra impactului și dinamismului unor fenomene sociale noi.

Apărut pe fondul promovării „societății informatice” fenomenul videochatului erotic începe să ia amploare în țara noastră pe fundalul unei prelungite crize economice.

„Prin acțiuni și prin cultură (în sensul larg al creației umane, potrivit antropologiei culturale), spațiul fizic devine spațiu social sau într-un plan mai concret prin muncă și intervenții practice devine spațiu umanizat (suport al spațiului social). Reflectat prin opinii, atitudini, mentalități și relații interindividuale, spațiul social poate fi înțeles ca spațiu afectiv (suprastructural), alcătuind alături de spațiul „umanizat” ceea ce antropologii și etnologii numesc spațiul cultural (a se vedea, în acest sens, concepția antropologului Bronowski și în general, antropologilor englezi și americani). Fișele sociologice de observație reflectă, astfel, întregul social, adică redă colectivitatea socială respectivă (întreprindere, sat etc.) ca totalitate și ca sistem unitar de elemente, fapte, procese și relații sociale. În această perspectivă, „fișa de observație” cuprinde mai multe elemente (vezi schema următoare)” (Miftode 2004).

Urmărind să evidențiem fenomenul social implicat de videochat, constatăm **modificarea** uluitoare a „**dimensiunilor realului**”. *Spațiul în care fenomenul social studiat se produce este „spațiul virtual”, spațiul fizic real fiind o contingență.* Cu siguranță spațiul fizic este locul în care chatostul (persoana implicată în activități de videochat) își desfășoară activitatea, dar spațiul virtual este punctul în care se desfășoară videochatul ca fenomen de interacțiune socială. Caracterul *simbolic al unei astfel de interacțiuni sociale* este mult mai evident decât în cazul altor forme de interacțiune socială.

Din punctul de vedere socio juridic fenomenul videochatului cu caracter erotic se află în zona de penumbră a devianței, la limita dintre faptele cu caracter penal și cele “acceptate social”.Nu există încă nici o legislație clară care să reglementeze funcționarea sistemului nici în sensul interzicerii acestuia, nici în cel al codificării modalităților de practică legal acceptate..

Cei mai mulți sociologi de azi plasează nevoia de exprimare și împlinire erotică și sexuală în capul listei ierarhiei nevoilor, tot așa cum văzul este pus în capul listei ierarhice a simțurilor. În ciuda scandalului pornografiei pe Net, problema invaziei sexului online este una complexă, căci sexualitatea e legată nu doar de satisfacerea unei nevoi pur biologice, ci, de diferite maniere, ea este interconectată cu celelalte nevoi, sufletești, psihologice sau sociale.

Au fost intervievate șase subiecte , persoane de sex feminin care acționează în calitate de chathost pe unul dintre cele mai uzuale site-uri de videochat erotic..

Rezultatelor chestionarelor reliefează următoarele aspecte:

- Subiecții găsesc în practicarea videochatului o sursă alternativă de acces la resurse (financiare) în cazul ei.
- Cariera “în domeniu” începe din lipsa fondurilor, iar în cazul particular a trei dintre subiecte a fondurilor necesare achitării taxei de școlarizare, ele fiind studente.
- Toate subiectele intervievate declară că sunt implicată în „comunicări cu caracter erotic cu clienții de pe site, identificând în mare parte activitatea de videochat cu cea de streaper
- Alte răspunsuri semnificative cu privire la modul cum a ajuns să practice „profesia” de chathost a fost că s-a prezentat la un interviu pentru un post de secretară. și i s-a propus să lucreze ca chathost.
- Față de activitatea de chathost alte opinii exprimate au fost necesită abilități de comunicare, și în special de interpretare a mesajelor clienților.
- Toți subiecții au răspuns că activitatea de videochatting le-a modelat personalitatea în sensul creșterii încrederii în sine.

Analizând tipologiile de clienți pe care subiectele le-au avut predomină numeric persoanele frustrate sexual, care manifestă tendințe

vozeuriste accentuate, uneori tendințe sadomasochiste, persoane cu disfuncții în comunicarea socială normală.

A fost înregistrat ca semnificativă și tipologia clienților care simt o acută lipsă de comunicare, și își satisfac exclusiv această nevoie. Acești subiecți nu solicită interacțiuni de natură erotică, ci a existat o relatare a unei persoane intervievate, despre un client al acesteia care în sesiune plătită i-a spus poezii și i-a făcut declarații de dragoste.

O altă parte semnificativă a clienților unor asemenea site-uri o constituie persoanele care suferă de diverse sociopatii (lipsa îndelungată a unei relații de cuplu cu o persoană reală), frustrare în manifestarea agresivității, necesitatea exprimării de sine într-un mod autoritar.

Toate aceste tendințe sunt întregite de aspecte referitoare la posibile disfuncții psihice, de tip schizoid sau paranoid.

Portretul „psihologic al clienților cu care subiecta noastră interacționează” a fost definit de ea însăși în termenii nesatisfăcuți și nesimțiți. Frustrările din viața reală se defulează în spațiul virtual sub forma unor solicitări de natură erotică extremă (uneia dintre subiecte un client i-a solicitat să-și perforeze sânul, solicitare respinsă de subiecta noastră.

Analiza calitativă a discursului public globalizant

În conținutul acestui studiu ne propunem să analizăm elemente de marketing social centrat pe succes – cu referire în principal la campanii de advocacy și de responsabilitate socială. Vom interpreta designul campaniilor din perspectiva unei pragmatice apreciative a discursului public. Analiza discursului utilizat în campaniile de marketing social, advocacy și responsabilitate socială a avut în vedere reflectarea acestora în mediul online, evidențiind acolo unde a fost întâlnit elementele de metadiscurs apreciativ. Presupoziția asumată a cercetării a fost aceea că sistemele umane se dezvoltă în direcția celei mai adânci și frecvente căutări apărute la care este supus. (Human systems grow in the direction of their deepest and most frequent inquiries (Cooperrider, Whitney, 2005).

Facem precizarea că nu am intervievat organizatorii campaniilor în sensul utilizării anchetei apreciative în designul programului implementat, sau dacă elementele specifice au rezultat din alte metodologii bazate pe schimbarea socială pozitivă (Sandu, Bradu, 2009; Bradu, 2010). Nu considerăm aceasta ca un impediment al cercetării, întrucât noi realizăm o analiză de conținut, porind de la metoda construcționistă, cu particularizarea metodologică identificată drept construcționism fractalic

(Sandu, 2008). Specificitatea metodei este aceea a analizei multidimensionale a constructelor sociale implicate și sesizarea reiterării unui construct în alte cadre socio-comunicaționale.

Nu avem pretenția să fi radiografiat exhaustiv campaniile sociale din ultima perioadă. Ne-am axat pe câteva studii de caz semnificative (Sandu, Bradu, 2009; Bradu, 2010) pentru a vedea impactul acestora și posibilele dimensiuni apreciative.

Știri pozitive vs Știri negative

După sintagma știri pozitive introdusă ca item de căutare în Motorul de căutare Google acesta a returnat 530 000 de articole.

O primă „campanie” de advocacy pe care o considerăm semnificativă din punctul de vedere al analizei noastre este cea cu privire la „*Respingerea Legii Știrilor Pozitive*” (Sandu, Bradu, 2009; Bradu, 2010).

Ce anume presupune o știre pozitivă ?

După opinia noastră putem defini o informație ca fiind pozitivă atunci când impactul asupra auditorului este de creștere a tonusului emoțional, a încrederii și a motivației, a spiritului de inițiativă și a creativității (Sandu, Bradu, 2009; Bradu, 2010).

Știrea în sine este un fapt de viață și ca atare nu este în mod total pozitivă sau negativă. O veste tragică anume aceea a unui dezastru produs în urma unui cutremur de pământ, vezi cazul recent al Italiei, poate fi transformată într-una vizând aprecierea solidarității umane în fața dezastrului. Cu siguranță că apreciind această solidaritate nu diminuăm numărul de victime, sau suferința acestora, ori a familiilor, dar sublinierea rolului solidarității sociale are în opinia noastră un impact deosebit asupra eficienței procesului de salvare a victimelor și reintegrarea acestora (Sandu, Bradu, 2009; Bradu, 2010).

Pe de altă parte vestea unui succes deosebit al științei, sportului sau culturii românești poate motiva alți cercetători, sportivi sau oameni de cultură în a avea performanță.

Responsabilitate socială corporatistă.

Tendențele globalizante înregistrate în ultima perioadă pot fi corelate cu o „corporativizare a spațiului social”. Rețelele sociale au tendința de a deveni un network corporatist și astfel responsabilitatea socială se transferă de la nivelul comunității (legată printr-o solidaritate

organică) la nivelul unei metacorporații ce funcționează după principiile unei „responsabilități sociale corporatiste” (Miftode, 2003).

Prin rețea corporatistă înțelegem o structură socio-comunicațională construită din noduri și legături pluricentrice autoreiterante. Fenomenul deprivatizării vieții sociale observat de sociologul Daniela Cojocaru (2008) și pe care noi am considerat-o mai degrabă o corporativizare a vieții private, am identifica semnele constitutive ale unei societăți postinstituționale (Sandu, Bradu, 2009; Bradu, 2010).

Prin corporativizarea societății înțelegem adoptarea unor structuri comunicaționale specifice mediului corporativ în comunicarea publică și în cea socială.

Principiile corporatiste avute în vedere ar putea fi:

- principiul eficienței;
- principiul utilității funcționale;
- principiul promovării sociale pe criteriile eficienței productive;
- democrația acționarială (centrele de putere sunt democratice la propriul nivel, dar elitiste față de restul mediului social);
- multi-stratificarea deciziei.

Societatea de tip corporatist în care socialul își asumă un rol de metainstrument pentru funcționarea socială a individului care nu mai este văzut ca actor social, ci ca agent al „metacorporației”. Societatea însăși devine astfel o astfel de metacorporație în care elitele devin echivalentul sistemului acționarial, liderii sunt asimilabili, middle managementului a respectivelor corporații și unde conducerea executivă este transnațională cu delegare de responsabilități către diviziile locale care au luat locul comunităților locale. Într-o astfel de perspectivă corporatistă responsabilitatea socială însăși nu mai poate fi comunitară, corporațiile asumându-și rolul de a gestiona viața privată și implicit campaniile de responsabilitate socială (Sandu, Bradu, 2009; Bradu, 2010). Responsabilitatea socială este un produs de marketing intern al metacorporației care-și gestionează astfel propriile povești de succes. Într-o astfel de perspectivă corporatistă asupra dezvoltării sociale politicile publice pot fi înțelese ca o sui generis anchetă apreciativă la nivelul „diviziei” corporatiste din comunitatea x. Temele privilegiate de discurs în ceea ce privește responsabilitatea corporatistă au în vedere impactul asupra publicului țintă standardizarea responsabilității sociale rolul sectorului financiar (iqads.ro) (Sandu, Bradu, 2009; Bradu, 2010).

Standardizarea practicilor sociale pusă în evidență de Cojocaru Daniela în 2008 și centralitatea periferică a beneficiarilor serviciilor sociale sunt semnele corporativizării socialului simultan cu fenomenul virtualizării spațiului social prin trecerea de la faptul social imediat la faptul social mediat comunicațional și dăm în acest sens ca exemplu prima revoluție „2.0” cum au fost numite recente mișcări de stradă din Republica Moldova ce a urmat victoriei comuniștilor în urma unei presupuse fraudări a alegerilor parlamentare de la Chișinău (Sandu, Bradu, 2009; Bradu, 2010). Rețelele sociale și bloggingul ca formă nouă de persuasiune socială sunt astfel cadrele de derulare a unor proiecte de campanie apreciative ca răspuns la criza social-financiară pe care îndrăznim să o plasăm sub auspiciile cotiturii transmoderne (Sandu, 2008). Antonio Sandu explică faptul că modificarea paradigmatică generată de noile discursuri unificatorii specifice transmodernității vor solicita o criză transformațională a societății post moderne a cărei început a fost pus sub semnul evenimentelor de la 11 septembrie și a cărei continuare îndrăznim să o vedem în actuala criză economică mondială. Fundamentul crizei îl vedem a fi tendința de eliminare a unei societăți bazate pe individ ca valoare și transformarea acesteia într-o societate rețelist pluricentrică. Responsabilitatea corporatistă promovează așadar metoda poveștilor de succes ca formă de marketing social cu scopul promovării „unicului produs al metacorporației” și anume o nouă ordine socială. Direcția în care această nouă ordine va evolua este deocamdată impredictibilă, dar semnele deciptate la nivelul spațiului par a îndrepta povestea de succes a metacorporației spre un neouniversalism parțial cu accente spiritualizante (Sandu, Bradu, 2009; Bradu, 2010). În acest sens aducem ca argument ascendența influenței bisericilor, tendințele eco și proliferarea tehnicilor sociale alternative centrate pe succes printre care includem la limită și metodele apreciative. Responsabilitatea corporatistă are în vedere programele de sprijinire a excelenței, vezi programe precum: „Filter Design Competition 2008” organizat de Asociația Oricum pentru Educație (responsabilitatesocială.ro)

Toate aceste programe vizând excelența pun accentul pe funcționarea corporatistă a socialului și anume pe principiul eficienței și performanței. Proiectele de tip eco sunt o altă dimensiune a responsabilității sociale prin întinderea corporatismului asupra vieții private, corporația își asumă răspunderea asupra calității vieții individului, nu în calitatea sa de actor social ci mai ales în acela de resursă umană. În responsabilitatea corporatistă intră și programele destinate persoanelor în

situație de vulnerabilitate socială tocmai datorită caracterului corporației de provider universal de resurse și servicii pentru orice categorie de clienți. Ca element suplimentar observăm transformarea asistenței sociale ca practică prin mutarea accentului de la intervenția individualizată la proiecționismul social. Rolul ONG-urilor și a societății civile virează de la cel de control asupra politicului prin exprimarea civismului și în corolar a serviciilor oferite de stat prin servicii alternative spre o funcție normativ integratoare de ochiuri ale rețelei corporatiste în care se transformă treptat sistemul social. Responsabilitatea socială corporatistă funcționează pe principiul delegării competențelor prin servicii de finanțare. Finanțarea privată a serviciilor sociale, a programelor civice sau culturale prin intermediul Programelor este în fapt modelul corporatist de delegarea responsabilității. Modelul primar îl constituie externalizarea unor anumite servicii sau linii de producție, modalitate prin care corporația își asigură furnizorii achiziționându-le acele produse necesare în planul de producție al corporației. În companiile de RSC organizațiile devin intermediari în furnizarea de servicii sociale indirecte de către corporația organizatoare către beneficiarii organizației nonguvernamentale. Organizația devine astfel o subsidiară a Corporației promovându-i acesteia propria filosofie socială (Sandu, Bradu, 2009; Bradu, 2010).

Concluzii

Analiza discursului poate recupera în sera semioticii metodologii specifice analizei de conținut din științele sociale, constituind astfel un fundament epistemic al semioticii construcționiste a socialului.

Individul național și naționalist adept al propriei religii și urmând propria cultură devine individual postmodern, trans și pluricultural, regăsește în toată spiritualitatea, în creațiile culturale ale tuturor continentelor identitatea de cetățean al acestei lumi. Deschiderea făcută de iluminismul modern a avut ca prim efect scientismul și nonreligiozitatea postmodernă. Perspectiva transmodernă îmbogățește experiența individului cu cea a alterității, păstrând Eul deschis către înglobarea a noi alterități ca fiind proprii și alianțe în același timp.

Omul postmodern a suferit experiența globalizării, a acceptat diferența ca necesară și și-a construit identitatea prin spiritualizarea frontierelor dintre sine și alter. Apărut pe fundalul ofensivei epistemologice a transdisciplinarității, trasmodernismul adoptă valori precum globalismul, „cultura integrală”(2011).

Cultura integrală este văzută ca sinteză a tradiționalismului cu modernitatea. Cultura integrală specifică paradigmei transmoderne, este opusă culturii Coca Cola, care prin deconstrucția oricărei realități suprimă însăși spațiul de acțiune a valorilor.

Transmodernismul privește întreaga sferă a ființei și ființării: cultura, teologia, filosofia, arta, politica, știința și tehnica (Ray, 2011).

Înglobând noile orientări ale filosofiei, științei, cu tentația gnozei de la Princenton și mirajul revrăjirii lumii, prin apelul la ezoterism, la fascinația Orientului, transmodernismul propune ieșirea din postistorie prin sinteza transmodernă a omului complet.

„Teoreticienii transmodernismului occidental cred că e nevoie de o depășire a oricărei logici deoarece orice logică este monologică pe când ființa transmodernă este dialogică (Ray, 2011). Pe fondul construcției politice asistăm la tendința de unificare, atât la nivelul Europei cât și cel global. Ethosul transmiterii este acela al unității în diversitate, sau a universalului prin țesătura fină a particularului.

References

- Bradu, O., Sandu, A., (2009) Perspective epistemice și axiologice în supervizarea apreciativă, *Revista de Cercetare și Intervenție Socială*, vol. 24/2009, Editura Lumen, Iași.
- Bradu, O., (2010) Pragmatica apreciativă în discursul public- Metode apreciative în marketingul social în Sandu, A., (2010), *Seminarii apreciative*, Editura Lumen, Iași.
- Cojocaru, D., (2008) *Copilăria și construcția parentalității*, Editura Polirom, Iași.
- Cooperider, D, Whitney, D. (2005) *A Positive Revolution in change.: Appreciative Inquiry*, Berrett-Koehler Publishers, Inc., San Francisco, California.
- Gergen, K., (1973) *Social Psychology as History Journal of Personality and Social Psychology*, No. 26, pp: 309-320.
- Gergen, K., (2001) Construction in Contention: Toward Consequential Resolutions, *Theory and Psychology*, 11, pp: 419-432.
- Gergen, K., (2005) *Social construction in context*, Sage Publications, UK.
- Haar, Van Der, D., (2002). *A Positive Change. A Social Constructionist Inquiry into the Possibilities to Evaluate appreciative Inquiry*, Master Thesis, Tilburg University

- Haar, Van Der, D., (2004) Evaluating Appreciative Inquiry: A Relational Constructionist Perspective, *The Journal of Applied Behavioral Science*, pp:57- 101.
- Hacking, I., (1999) *The Social Construction of What?*, Harvard University Press, USA.
- Miftode, V., (2003) *Tratat de Asistență Socială*, Editura Fundației Axis, Iași.
- Miftode, V., (2004) *Tratat de metodologie sociologică*, Editura Lumen, Iași.
- Ray, P., H., (2011) The Rise of Integral Culture, *Noetic Sciences Review*, Vol. 10, No. 28 (Spring), pp: 129-135.
- Sandu, A., (2008) *Tehnici în asistența socială*, Editura Lumen, Iași.
- Sandu, A., (2009) *Tehnici afirmativ-apreciative. O sociopedagogie a succesului*, Editura Lumen, Iași.
- Sandu, A., (2010) **Abordarea apreciativă a filosofiei. Către o nouă abordare a discursului filosofic în spațiul educațional, susținut în cadrul Conferinței** Criza instituțională a filosofiei în sistemul educațional românesc, Facultatea de Istorie și Filosofie, UBB Cluj, Societatea Română de Filosofie – Filiala Cluj, Asociația SACRI, mai 2010 Cluj.
- Sandu, A., Cojocaru, Șt., Ponea, S., (2010) Appreciative evaluation training. Case Study: Lumen Consulting and Training Center / Evaluarea apreciativă a programelor de training. Studiu de caz: Centrul de Consultanță și Training Lumen, *Social Research Reports*, Vol. 8, February, Editura Expert Projects, Iași.
- Sandu, A., Ponea, S., (2010) *Social constructionism as a semiotical paradigm. An analytical approach of social creativity*, în volumul Conferinței Internaționale Inventica, Iași.
- Slocum-Bradley, N., (2010) Identity Construction in Europe: A Discursive Approach, *Identity*, Volume 10, Issue 1, pp: 50-68.