Noi discipline, noi abordări şi noi tehnologii în societatea informațională

Câteva principii mediologice

Dr. Alexandra Crăciun
Departamentul de Comunicare şi Relații Publice
Facultatea de Litere, Universitatea din Bucureşti
E-mail: alexandra.craciun@sprachlit.uni-regensburg.de

Alexandra Crăciun este lector la Universitatea din Bucureşti, Facultatea de Litere, Departamentul de Comunicare şi Relații Publice, titular al cursurilor de Comunicare şi mentalitate postmodernă, dar şi de branding. Temele sale de cercetare se referă la reprezentarea identității fie că este vorba despre modele identitare legate în artă sau literatură, fie că este vorba despre modele identitare dezvoltate în comunicarea de brand. Alexandra Crăciun deține un doctorat în filologie cu tema „Narcisismul şi problemele reflectării". În prezent, ea predă în cadrul Universității din Regensburg.

Rezumat

Articolul prezintă câteva perspective noi asupra civilizației contemporane oferite prin intermediul unei noi discipline denumită „Mediologie". Această nouă ştiință pe care o propune profesorul francez Regis Debray prezintă caracteristicile societății contemporane în relație cu modele ale unor etape precedente. Acest articol propune o perspectivă critică asupra modelului propus de Regis Debray prin comparație cu alte surse ce vizează analiza evoluției modelelor culturale în timp, ca de pildă perspectiva propusă de Giambattista Vico asupra evoluției codurilor lingvistice şi culturale. Scopul articolului este acela de a oferi o perspectivă integrată, care să permită o mai bună înțelegere a schimbărilor ce stau la baza societății de tip informațional.

Cuvinte cheie: *mediologie, comunicare, postmodernism, logosfera, grafosfera, videosferă*

Trăim într-o lume în care reperele se relativizează constant şi de aceea din când în când avem nevoie de taxonomii.

BDD-A27067 © 2011 Editura Universității din București
Provided by Diacronia.ro for IP 216.73.217.142 (2026-11-14 13:11:09 UTC)

O astfel de taxonommie este propusă de autorul Regis Debray tocmai pentru a sistematiza reperele unei societăţi contemporane fluide, în care informaţia se transformă în experienţă, iar ierarhiile în rating.

În acest context profesorul francez propune o nouă disciplină: Mediologia. O ştiinţă îngrozitor de tânără, formulată în jurul anului 1990, prin cunoscutul „Curs de mediologie generală" (1991).

Iscată probabil din celebrul: „the medium is the message"(1) al lui Marshall McLuhan, această ştiinţă rescrie istoria lumii în funcţie de distanţele pe care elementele mediatoare le aşează în interiorul grupurilor sociale.

Demersul său este unul salutar tocmai pentru că reuşeşte să pună în evidenţă trăsăturile lumii contemporane printr-o proiecţie diacronică.

Demersul său, nu este cu totul nou, şi tocmai de aceea, vom încerca să prezentăm comparativ şi un alt model, similar, ce propune ca şi în cazul lui Debray o sistematizare diacronică a modelelor culturale.

Astfel, italianul Giambattista Vico evoca trei vârste ale ciclului lumii pe care le vom prezenta pe scurt spre comparaţie:

1. Vârsta divină / a credinţei – este o fază hieroglifică, definită prin folosirea poetică a limbajului;
2. Vârsta eroică / a aristocraţiei – este o fază hieratică, stăpânitoare a unui limbaj alegoric;
3. Vârsta poporului – este o fază demotică, stăpânitoare a unui limbaj descriptiv.

1. Vârsta divină – reprezintă investirea cuvintelor ca tipuri particulare de semne cu o intensificare a conţinutului lor, ce anulează distincţia obiect – subiect. Obiectul şi subiectul sunt legate de o putere şi o energie comună, drept pentru care cuvintele capătă şi exprimă o putere cvasifizică, sunt concrete, nu există abstracţiuni, limbajul e aforistic, oracular, discontinuu. Este faza ilustrată de Homer sau presocratici; o fază a limbajului pitagoreic.

2. Vârsta eroică – este vârsta unui limbaj platonician, care individualizează, creează elite, exprimă gânduri, idei, sentimente. Acest limbaj „în-fiinţează" subiectul pentru că face pentru prima dată diferenţa între subiect şi obiect, instaurează reflecţia cu conotaţiile sale de privire în oglindă, diferenţiază operaţiile intelectuale de cele emoţionale, întemeiază abstracţii. Această fază hieratică aduce conştiinţa unor moduri de gândire operante sau inoperante.

Stilistic în această fază se face trecerea de la metaforă la metonimie. În metaforă, 'acela' este egal cu 'acela', în metonimie, 'acesta' îl înlocuieşte pe 'acela'.

BDD-A27067 © 2011 Editura Universităţii din Bucureşti
Provided by Diacronia.ro for IP 216.73.217.142 (2026-11-14 13:11:09 UTC)

Este, în fapt, diferenţa între limbajul care substituie şi limbajul care instituie. Limbajul metonimic este un limbaj analogic, o imitaţie a unei realităţi dincoace de ea însăşi; depăşim lumea poetică printr-o lume dialectică, o lume a gândirii separate, al cărei criteriu de existenţă este argumentarea. Acesta este un limbaj socratic.

Limbajul poetic permitea o pluralitate a zeilor pentru că nu făcea decât să instituie întruchipări ale identităţii individului cu natura. Simultaneitatea cuvânt – obiect se manifesta în exerciţiul prezenţei acestor zei. Limbajul metonimic este cel al teologiei monoteiste pentru că în separaţia subiect – obiect apare necesitatea unei fiinţe perfecte, a unei realităţi transcendente, la care să se facă recurs în toate analogiile, în descendenţa platonică, a lui Socrate, Kant şi Hegel, care aparţin şi ei unui orizont metonimic al limbajului.

Cu o precizie delicată, Michel Foucault făcea diferenţa între delficul „gnôthi seauton" – cunoaşte-te pe tine însuţi şi „epimeleia heautou" – preocuparea de sine într-o arheologie a cristalizării celor două lumi.

Aşa cum arată Foucalut, preocuparea de sine este o „disciplină" socratică ce generează un sens nou, aproape modern, al cunoaşterii de sine, un sens pe care preotesele lui Apollo îl ignorau.

Dacă în templu cunoaşterea de sine însemna raţionalizarea discursului, legată de acel „meden agan" – nimic prea mult, necesar pentru esenţializarea întrebărilor oraculare, pentru Socrate celebrul „gnôthi seauton" ţine de cristalizarea subiectului în sens modern, „este, formula întemeietoare a raportului dintre subiect şi adevăr." (2)

Vârsta eroică devine aşadar vârsta preocupării de sine, a conştiinţei că degradarea limbajului – sau mai bine zis precizia lui, capacitatea acestuia de a diferenţia, ne transformă în personaje perfectibile, supuse propriei preocupări.

3. Faza demotică sau vârsta poporului – începe în secolul al XVI-lea şi este marcată prin prelungirea unor tendinţe ale Renaşterii, Reformei, devenind dominantă în secolul al XVIII-lea. Este marcată de diferenţa puternică între obiect şi subiect: subiectul este cel expus impactului senzorial cu lumea obiectivă.

Descoperirea lumii senzoriale, a naturii, prin senzaţii, duce la înţelegerea noţiunii de gol. Limbajul trebuie să descrie lumea obiectivă. El nu este adevărat pentru că este sau pentru că înlocuieşte, el este adevărat numai atunci când descrie. De aceea, figura dominantă devine comparaţia; este momentul empirismului, care nu argumentează ci descrie spunând: "nu există intelect fără să existe în prealabil simţuri."

BDD-A27067 © 2011 Editura Universităţii din Bucureşti
Provided by Diacronia.ro for IP 216.73.217.142 (2026-11-14 13:11:09 UTC)

Ştiința se dezvoltă şi ea pe doua nivele de percepție senzorială:

- nivelul detaliului, al particularului, al accidentalului;
- nivelul ideal ce constituie sursa cunoaşterii.

Problema acestui moment este cea a iluziei. Observatorul, pentru a se integra în acest proces descriptiv, trebuie, la rândul său, să devină obiect de observație.

Pe scurt, etapa metaforică aduce, ca figură paradigmatică, Zeul, cu natura sa personală sub formă de spirit.

Modelul eroic impune Dumnezeul transcendent sub formă de cuvânt, ca alegorie. Iar cea de-a treia etapă, lasă cerul gol pentru că realitatea rămâne pur senzorială.

Comentând pertinența celor trei modele, Northrop Frye observa:

"Ideea sugerează în sine faptul c-am încheiat, probabil un uriaş ciclu al limbajului din timpurile homerice, până în zilele noastre, când lucrul evocă cuvântul, şi ne aflăm pe punctul să începem din nou ciclul, întrucât se pare că suntem, azi, iarăşi confruntați cu o energie comună subiectului şi obiectului, ce nu poate fi exprimată verbal decât printr-o anumită formă de metaforă.

E adevărat că numeroase elemente metaforice reapar în limbajul nostru, dar acesta este mai degrabă aspectul pozitiv al aceluiaşi proces: acela că s-ar putea să intrăm într-o fază cu totul nouă a înțelegerii noastre privitoare la limbaj." (3)

Acestea fiind spuse, să revenim la mediologie pentru a constata cât de diferită sau de apropiată este perspectiva lui Regis Debray față de cea a predecesorului său. Debray mărturisea că punctul său de plecare în construcția mediologiei a fost reprezentat de textul pe care pictorul Magritte l-a aşezat într-o celebră lucrare a sa: "Aceasta nu este o pipă!" negând conținutul vizual al reprezentării, pentru a genera astfel o schimbare radicală a raportului între regimul verbal şi cel vizual.

Mediologia reprezintă deci, încercarea de a decanta contradicțiile ce se nasc între semn şi referent, între mesaj şi mijlocul de comunicare în cursul diferitelor regimuri de tip discursiv.

Ca şi Vico, mediologul împarte istoria în trei etape, sau „lumi", etape ce nu sunt simultane, dar nici complet consecutive.

1) **Logosfera**
2) **Grafosfera**
3) **Videosfera**

BDD-A27067 © 2011 Editura Universității din București
Provided by Diacronia.ro for IP 216.73.217.142 (2026-11-14 13:11:09 UTC)

Logosfera e lumea dependentă de prezenţa fizică, apropiată. Autonomia cuvântului vorbit (logos) nu anulează total, aşa cum s-ar părea, scrierea.

Scrisul funcţionează cu toată forţa autoritară pe care o împrumută din zona oralităţii.

Jacques Derrida ataca scrierea în ceea ce o diferenţiază de oralitate, evidenţiind incapacitatea celei dintâi de a acoperi aceleaşi valori ca şi cuvântul vorbit.

În opinia lui, oralitatea domină, deconstruieşte scriitura. Derivând sensul scrisului din moarte ca şi Platon, Derrida subminează scrierea cu rangul oedipian, de limbaj ce şi-a ucis tatăl.

Logosul, în schimb, înseamnă prezenţa permanentă a autorului ce poate „apăra textul scris", consacrându-i sensul adevărat:

„Căci partea cumplită a scrisului e că seamănă într-adevăr cu pictura: şi operele acelei arte stau în faţa noastră ca nişte fiinţe vii, dar dacă le întrebi ceva, ele se învăluiesc într-o tăcere foarte solemnă.

Tot astfel şi propoziţiile: se pare că vorbesc ca şi când ar avea minte; însă când întrebi ceva din ceea ce afirmă ele, ca să pricepi totdeauna îţi dau unul şi acelaşi răspuns.

Şi când e odată scris, orice cuvânt colindă pretutindeni şi pe toţi deopotrivă şi pe la cei ce pricep şi pe la cei pe care nu-i priveşte deloc fără să poată spune la cine trebuie să meargă şi la cine nu.

Şi de câte ori e nesocotit şi batjocorit pe nedrept, el are nevoie de tatăl său, ca dă-i ajute, căci el singur nici nu poate să se apere, nici să se ajute."(4)

În descendenţă platonică, în succesiune derridiană, postmodernii consideră logosul, deşi degenerat în oralitate, mai important decât textul scris.

Această concepţie este opusă însă mediologiei, pentru care logosul nu reprezintă uciderea textului scris, ci este „Cuvântul" prin excelenţă, particularizat în existenţa cărţilor sacre: Biblia, Coranul, Upanişasele.

Formule de tipul: „Scrisul e Dumnezeu: hieroglifa în sens tare." sau „Dumnezeu dictează, iar omul notează.", consacră pentru mediologi scrisul ca manifestare a transcendenţei.

Grafosfera este pentru Regis Debray epoca tipografiei, lumea în care imaginea este subordonată textului, etapa apariţiei autorului – cel care îndepărtează textul prin paradoxul signaturii.

Grafosfera are în centru concepera scrierii drept criptografie pentru că scrisul îşi asumă acum o altă capacitate de difuzare, îşi pierde sensul

BDD-A27067 © 2011 Editura Universităţii din Bucureşti
Provided by Diacronia.ro for IP 216.73.217.142 (2026-11-14 13:11:09 UTC)

transcendent, elitist şi inaugurează o paradigmă ce va constitui unul dintre reperele modernităţii: instituţia autorului.

Grafosfera e o lume în care se păstrează centralitatea, o lume organizată, care funcţionează după regula adevărului.

Un „adevăr" girat de un autor şi, chiar dacă vorbim încă despre un autor omniscient, capacitatea sa de acoperire se restrânge la opera, devine deci parţială.

Astfel, în coerenţa grafosferei apar fisuri. Dumnezeu-autorul nu mai creează după reguli permanente, el nu mai este generator de logos sub forma cuvântului ce instaurează realitatea, ci rămâne doar un generator de lumi ficţionale, pe care le stăpâneşte omniscient.

Dacă ar trebui să folosim un limbaj aristotelic, am spune că grafosfera e o lume meta-fizică, în sensul că ea succede logosul în calitatea sa de limbaj ce are capacitatea de a se constitui fizic ca existenţă. Grafosfera se află astfel „după" (grecescul meta) - fizică pentru că autorul nu instituie prezenţa fizică ci o „construieşte" lumi într-un univers ficţional.

Autorul înseamnă tocmai dispariţia transcendenţei din text, înlocuirea ei cu semnătura, cea care desemnează posibilitatea dispariţiei creatorului, posibilitatea morţii lui.

Semnătura, spre deosebire de caracterul nesemnat, implicit, al textelor sacre, trimite la posibilitatea evacuării fizice a autorului din text, la posibilitatea limbajului de a-şi ucide tatăl.

Videosfera e vârsta electronului, etapa în care vizibilul are efect de autoritate fiind cel care se instituie prin simulacrum.

Scrisul nu dispare definitiv, dar se accentuează dominanţa vizualului. Încă din epoca tipografiei, imaginea începea să domine scrisul prin faptul că semnul scris era asimilat ca imagine.

Acum însă vizibilitatea îşi asumă întreaga autoritate devenind criteriul de consacrare al adevărului.

În videosferă e adevărat ceea ce vedem, spre deosebire de logosfera, unde e adevărat ceea ce nu se vede, adică transcendentul, divinul.

La fel, în grafosferă adevărul e dincolo, în lumea ficţională, garantat de un autor absent, semnalat doar de numele de pe copertă.

În videosferă însă, lumea trăieşte testimonial (ceea ce scade probabil intensitatea adevărurilor, a jurămintelor, a afirmaţiilor într-o erodare a construcţiilor morale).

Şi într-un univers testimonial, fragmentul de realitate e transformat în reprezentare – care la rândul ei se transformă în adevăr.

BDD-A27067 © 2011 Editura Universităţii din Bucureşti
Provided by Diacronia.ro for IP 216.73.217.142 (2026-11-14 13:11:09 UTC)

Videosfera e vârsta electronului, a ciberneticii, a sondajului de opinie prin care grupul social se hrăneşte vampiric cu propria sa imagine.

Sintetizată prin rating sau cotă de piață, această lume capitalizează exact ceea ce nu se poate capitaliza: simulacrumul (5).

În această perspectivă, Jean Baudrillard vorbeşte despre natura hiperreală a lumii noastre, natură ce goleşte obiectul de consistență, lăsând doar suprafața, ecranul, să semnifice.

Videosfera ar corespunde astfel noțiunii de „simulacru" pe care o introduce Baudrillard, anulând perspectivele autorității tactile, auditive, ce corespund unor lumi depăşite deja.

În interiorul acestor trei cicluri ale comunicării, mediologia structurează o serie de concepte care formează de fapt, definiția perioadelor despre care am vorbit. Pentru acurateţea interpretărilor, am introdus pe lângă fiecare concept câteva explicații lămuritoare.

	LOGOSFERA	GRAFOSFERA	VIDEOSFERA
Tipologia individuală	**Unul** (transcendentul)	**Toți** (autorul – pluralitatea adevărurilor)	**Fiecare** (adevăr individual, simultan acreditat prin contact vizual)
Mediul	**Pământul** (materializarea cuvântului, a mesajului, consacrarea limbajului ca logos)	**Marea** (fluiditatea auctorială în care adevărul poate fi construit)	**Aerul** (ubicuitatea, prezența într-un continuu absolut, posibilitatea de conectare a adevărurilor relative ca prezență, vezi transmisiunile în direct)
Figuri ale timpului	**Cercul** (durată eternă, repetiție, o centralizare care ne trimite înapoi – funcția liturghiei de a reface mereu momentul trecut)	**Linia** (structură orientată spre viitor – autorul este învestit cu atribuția de a construi universul)	**Punctul** (actualitate, eveniment, este autocentric)
Vârste canonice	**Bătrânul** (întoarcere spre trecut)	**Adultul** (autorul, creatorul, constructor al unui timp posibil)	**Copilul** (credulitate, capacitate de a se conecta, existența într-o lume actuală a jocului care nu solicită nici viitorul nici trecutul)
Tipologie socială	**Oraşul, imperiul, regatul** (spațiu social centralizat – tipologia burgului generator de separații şi ierarhii)	**Poporul, naţiunea, statul** (delimitarea se face prin diferențiere)	**Populaţia, lumea** (oricine poate face parte dintr-o populație)

BDD-A27067 © 2011 Editura Universității din București
Provided by Diacronia.ro for IP 216.73.217.142 (2026-11-14 13:11:09 UTC)

Tipologie politică	**Absolutismul** (logosul nu suportă alternativa, nu acceptă aproximația)	**Naționalismul, totalitarismul** (naționalism = pluralitate; totalitarism – se poate ca unul dintre autori să vrea ca adevărul lui să fie absolut)	**Individualismul** (a-nomie = lipsa de nume)
Paradigmele de atracție	**Mythosul** (mistere, dogme, epopei)	**Logosul** (cuvântul exersat în utopii, în sisteme, în programe)	**Imago** (fantasme, afecte, raportări superficiale la lume; reva-lorizarea lucrurilor mărunte; incapacitatea de a construi utopii)
Tipologiile simbolice	**Religiile** (centrate pe cuvânt)	**Sisteme** (lumea e construită în jurul unor edificii al căror zeu central este autorul; de cele mai multe ori ele se dezvoltă ca ideologii)	**Modelul** (nu mai e nici teologie, nici sistem/ideologie, ci se apropie mai mult de sărăcia iconologică. Iconologia videosferei este o dezvoltare punctuală a sistemului, un sistem devenit popular prin simplificare)
Clasa spirituală	**Biserica** (dogma iradiază, iar susținătorii ei sunt cei acreditați din punct de vedere spiritual – clasa e formată din oratores, cei care prelungesc logosul ca dogmă, ei sunt profeții, clericii, preoții, vestalele)	**Inteligența** (intelectualitatea care este „făcătoare de cunoaștere", care duce către adevăr, dar construindu-l. În acest relativism ea permite evoluția. Clasa laicilor, a profesorilor, a doctorilor, a celor care generează cunoaștere, devenind autori ai ei)	**Media** (difuzorii și producătorii de media. Ei sunt generatori ai realului, pentru că video-sfera garantează realitatea în direct. Informația este cea care reprezintă adevărul, care dovedește că fiecare fapt poate fi infinit multi-plicat, care subminează autoritatea, care garantează existența obiectelor, dar și incoerența individualității. Apariția eului spart.)
Repere de legitimare	**De ordin divin** (se spune „așa este", „e adevărat pentru că e sacru")	**Idealul** (momentul ideologiilor, al sistemelor. Cuvinte de ordine: „așa este pentru că e adevărat". Iar adevărul acesta se construiește în interiorul sistemului, prin demonstrație)	**Performanța** (cuvinte de ordine: „așa este, pentru că funcționează". Trebuie să concepem lumea videosferei exprimată prin punct parte a unei rețele în care toate conexiunile sunt justificate prin performanță. Publicitatea, mass media oferă modele de performanță prin cote de piață și ratinguri)

BDD-A27067 © 2011 Editura Universității din București
Provided by Diacronia.ro for IP 216.73.217.142 (2026-11-14 13:11:09 UTC)

Motorul obedienţei	**Fanatismul** (nu înseamnă formele extreme de azi, ci mai degrabă nebunia platoniciană, acea stăpânire a minţilor, pe care o aduce contactul persistent, repetat, cu credinţa. Este generatorul dogmei, prelungirea logosului şi asumarea sa personală)	**Legea** (este sistemul care garantează adevărurile, garantează ideologia, ce poate fi în acelaşi timp atacată, construită, reconstruită. Legea este raţionalizarea. Caracterul normativ exprimă sistemul raportându-l la ideal. Dacă fanatismul nu emite contra-argumente, legea e auctorială, pentru că ea poate fi luată în discuţie. Ea se aplică ori de câte ori trebuie ca o instanţă personală să se refere la un sistem)	**Opinia** (ilustrată fie de sondaj, fie de declaraţie, oferă videosferei doar o garanţie limitată. Dacă fanatismul ne asigură că e pesistent, iar legea oferă stabilitatea pe care se baza coerenţa sistemului, opinia este în toate formele sale mobilă. Ea ilustrează cel mai bine conceptul de relativism şi trăieşte din inserţia sa în canalele media. Opinia, ca model al obedienţei, impune domnia relativităţii, a individualismului, fără a fi însă şi a unui regim personal)
Mijlocul de influenţare	**Predica** (cuvântul ce capătă anvergură datorită contextului spiritual în care e enunţat, cuvântul ce reprezintă o prelungire a funcţiilor logosului)	**Publicaţia** (cartea, ziarul publicând naraţiuni de tip foileton. Aceste forme garantează instituţia autorului şi adevărurile lui)	**Apariţia** (cu caracter secvenţial, relativ, fără termene de existenţă, cea care nu face parte din nici un program, fiind mai apropiată de „expunere". Ea garantează existenţa şi creează capitalul de imagine)
Controlul fluxurilor	**Direct** (de tip ecleziastic, în care transmiterea se face prin iradiere, de la sursă, iar contactul este puternic perturbator faţă de orice alt stimul)	**Control politic** (control indirect. Fluxurile se exercită în interiorul sistemelor, în direcţii justificate de funcţiile auctoriale, de funcţiile de putere, nu avem de-a face cu acea iradiere, cu acel contact permanent pe care îl oferea logosfera)	**Control economic** (absolut indirect, ce decurge din supravegherea mesajelor. Presiunea sondajelor de opinie, a cotelor de piaţă, a segmentărilor, a procentelor, determină angajamente cauzale prin care fluxurile capătă sensuri predefinite)
Statutul individului	**Subiectul** (prin el logosul se împlineşte, este creaţie. În acest statut subiectul comandă, poate să construiască, să dea expresie în perspectiva înţelesului ultim. Avem de-a face cu o funcţiune puternică a identităţii, funcţiune consolidată de relaţia metafizică cu transcendentul. Este un statut elitist, ce decurge dintr-un adevăr absolut pe care îl susţine prin existenţa sa).	**Cetăţeanul** (nu mai reprezintă totul, ci partea. El convinge sau se lasă convins, generând sau intrând în sistem. El este cel care face legea şi este supus ei, având deci rază de acţiune limitată. Statutul lui participativ îl face mai slab, mai vulnerabil decât subiectul, dar îi oferă în acelaşi timp atuurile unei lumi în care poate juca un rol activ, atuurile autorului).	**Consumatorul** (calitatea aceasta de consumator face din identitate doar o morfologie variabilă ce trăieşte din reacţiile la mediul economic. Amintindu-ne teoriile lui Baudrillard – omul contemporan nu seduce, ci este sedus, iar consumatorul joacă prin excelenţă rolul de personaj sedus. „A seduce" este un atu al obiectului, al mărfii. Obiectul seduce, evocă, cheamă. Atunci consumatorul nu mai are nici libertatea subiectului de a prelungi predica, nici libertatea cetăţeanului de vota sistemul, păstrându-şi doar capacitatea de a opta pentru marfa de care urmează să fie sedus. Este un statut pasiv, impropriu, mai degrabă un handicap).

BDD-A27067 © 2011 Editura Universităţii din Bucureşti
Provided by Diacronia.ro for IP 216.73.217.142 (2026-11-14 13:11:09 UTC)

Dictonul autorității personale	**„Dumnezeu mi-a spus"** (autoritatea subiectului se construieşte cu referințe sacre, iar sprijinul acesteia este neechivoc, pentru că e generat de principiul de construcție a lumii)	**„Aceasta am citit-o într-o carte"** (autoritatea decurge din statutul cuvântului imprimat. Cetățeanul devine autor şi are dreptul de a gira adevărul lumii sale posibile. Din nou, identitatea este susținută din exterior, bucurându-se însă de acest sprijin pe termen lung.)	**„Aşa am văzut la televizor"** (adevărul este adevărat ca şi o ştire transmisă în direct. Este garantat de simulacru, iar autoritatea personală se construieşte prin recurs tocmai la acest simulacru)
Regimul autorității simbolice	**Invizibilul** (reprezintă marca autorității simbolice, înseamnă trimiterea permenetă la transcendent, este garanția contactului inefabil. Logosul nu are nevoie de un simț care ar putea să ne înşele. Văzul nu garantează existența ci reprezintă o limitare a ei.)	**Lizibilul** (vine de la ideea cuvântului scris. Lizibiulul nu înseamnă „vizibil", ci modul în care vizibilul devine expresie. Lizibilul oferă mai multe garanții, pentru că el este aşezat întotdeauna în raport cu autorul/cititorul. Lizibilul nu este atât de convingător ca invizibilul, dar poate da seamă cel puțin de adevărurile auctoriale înscrise ca text. Lizibilul face parte din sistem, se bazează pe norme, are un caracter logic, şi tocmai de aceea reprezintă mai mult decât vizibilul)	**Vizibilul** (trimite nu la adevăr, ci la asemănare, nu la realitate, ci la eveniment. Nu oferă garanții, nu mai păstrează nici o legătură cu autorul, este doar un instrument al receptorului, care în lipsa normelor, poate utiliza mesajul aşa cum dorește. Vizibilul este descoperit în fața interpretărilor, în sensul în care vorbea Eco despre „opera deschisă".)
Unitatea direcției sociale şi criteriul de coerență	**Regele** (principiul dinastic, un rege marcat de o definiție simbolică, ca „traumaturg" , un rege ce împlineşte o descendență ce-i justifică rolul.)	**Şeful** (şef de stat, general, patron. Nu este o instanță simbolică, este doar una teoretică. E un zeu parțial, al grupului, al spațiului respectiv, un principe ideologic.)	**Liderul** (implicarea unui grup restrâns, adunarea sufragiilor acestui grup. Un principe statistic. Nu are nevoie nici de teologie, nici de sistemul ideologic, este pe care e incapabil să-l producă. Este generat de sondaj, de audiență, de cota de piață etc.)
Centrul de gravitație subiectiv	**Anima** (lumea logosferei este de tip feminin, e lumea transferurilor fluide, a intuiției, a comunicării de tip empatic, în care fluxul e de tip spiritual. Anima e receptivă, e maleabilă, creatoare)	**Animus** (lumea constructorilor de raționamente, de sisteme, de ideologii, o lume a autorității generate lucid cu acuitatea conştiinței)	**Senzorium** (lumea simțurilor, o lume construită după modelul corpului)

BDD-A27067 © 2011 Editura Universității din București
Provided by Diacronia.ro for IP 216.73.217.142 (2026-11-14 13:11:09 UTC)

Pentru a înţelege mai bine categoriile mediologice trebuie să ştim faptul că, în acelaşi moment, putem regăsi în lume toate cele trei medii, deşi ele în mod teoretic apar ca succesiune.

Cu alte cuvinte logosfera, grafosfera şi videosfera nu sunt consumate spaţial în acelaşi ritm.

Într-un context similar, prezentând teoria celor trei valuri, Alvin Toffler afirma că întâlnirea între etape diferite al configuraţiei lumii duce la seisme şi, în majoritatea cazurilor, contactul a două culturi aflate în etape diferite provoacă arderea etapelor şi adoptarea caracteristicilor civilizaţiei mai dezvoltate.

Note

(1) O traducere contextualizată a acestei formule poate fi regăsită în volumul McLUHAN, Marshall. *Mass media sau mediul invizibil.* Bucureşti: Editura Nemira, 1997, p. 148.

(2) FOUCAULT, Michel. *Hermeneutica subiectului. Cursuri la Collège de France* (1981–1982). Bucureşti: Editura Polirom, 2004, p. 14.

(3) FRYE, Northrop. *Marele Cod. Biblia şi literatura.* Bucureşti: Editura Atlas, 1999, p. 44.

(4) PLATON. *Phedru.* Gorj: Editura Ram, 1939, p. 117.

(5) Foarte interesantă pentru aceasta capitalizare a simulacrumului poate fi discuţia despre aşa numitul *brand equity* sau capitalul de marcă cel ce contabilizează felul în care un anumit „brand" este perceput pe o piaţă: loialitatea faţă de marca respectivă, notorietatea ei, asociaţiile pe care le face un subiect în momentul în care este rostit numele mărcii respective. Toate aceste aspecte extrem de abstracte, toate aceste „stări de spirit" dacă vreţi, sunt capitalizate în lumea noastră pentru sume cât se poate de concrete. Astfel un raport din iunie 1999 (trebuie să spunem că doar odată cu anii 80 a apărut această evaluare a conţinutului abstract al mărcii) arăta că, de pildă, Coca Cola valora 83,8 miliarde de dolari, iar Mercedes doar 17,8 miliarde USD.

Bibliografie

BARTHES, Roland. *Camera Lucida*. New York: Hill and Wang, 1981.

BAUDRILLARD, Jean. *Diaphora. Celălalt prin sine însu*şi. Cluj-Napoca: Editura Casa Cărţii de Ştiinţă, [s. a.].

CĂLINESCU, Matei. *Cinci feţe ale modernităţii*. Bucureşti: Editura Univers, 1995.

DERRIDA, Jacques. *Dissemination*. Chicago: University of Chicago Press, 1981.

FOUCAULT, Michel. *Hermeneutica subiectului. Cursuri la Collège de France* (1981–1982). Bucureşti: Editura Polirom, 2004.

FRYE Northrop. *Marele Cod.Biblia şi literatura.* Bucureşti: Editura Atlas, 1999.

PLATON. *Phedru*. [s.l.], Editura Ram, 1939.

BDD-A27067 © 2011 Editura Universităţii din Bucureşti
Provided by Diacronia.ro for IP 216.73.217.142 (2026-11-14 13:11:09 UTC)