

## IDENTITATEA JURNALISMULUI COMUNITAR

*Victor MORARU, Tatiana SOCOLOV*

*Catedra Jurnalism*

The article approaches one of the most actual missions of mass media, that of reflecting and supporting the processes of democratic participation, the mobilization of society for solving the emerging problems. These concerns, together with the approach of issues of national and international level, integrate in the mass media strategy oriented towards the highlighting and stimulating the local participative practices.

In fact it is a consequent and scrupulous mass media activity of promoting new values. Centered on supporting positive moments in developing local initiatives, mass media attention is directed towards the search of new ways of optimizing social interactions, towards the implication of citizens into identifying and solving the problems communities face, towards unleashing the creative energy of citizens and finally towards the consolidation of the elements of participative democracy.

The appearance of a specific type of journalism named "community journalism" (public or civic) is justified in this context. The authors are concerned with determining the identity of the community journalism, which represents a resource capable of boosting the development of communities.

Una dintre actualele misiuni ale mass-media rezidă în reflectarea și susținerea proceselor de participare democratică, implicit, în mobilizarea societății la soluționarea problemelor emergente. Aceste preocupări se încadrează, de rând cu abordarea chestiunilor de anvergură națională și internațională, în strategia mediatică, orientată spre consemnarea, evidențierea și stimularea practicilor participative de nivel local. În fond, este vorba de o activitate mediatică, consecventă și minuțioasă, de promovare a valorilor noi, dictate de noile circumstanțe în care se află societatea. Axată pe sprijinul acordat momentelor pozitive în desfășurarea inițiativelor locale, atenția mass-media se îndreaptă, în acest caz, spre căutarea căilor de optimizare a interacțiunilor sociale, spre implicarea cetățenilor în identificarea și soluționarea problemelor cu care se confruntă comunitățile, spre descătușarea energiei creatoare a cetățenilor, în definitiv – spre consolidarea elementelor democrației participative, vitale pentru funcționarea mecanismului social. Astfel de demersuri mediatice se înscriu firesc în efortul general de fortificare a unui fenomen, pe cât de nou, pe atât de important pentru realitatea moldovenească – „dezvoltarea comunitară”, care vizează, în modul cel mai nemijlocit, tocmai promovarea inițiativelor locale, creativității individuale și de grup, cooperării întru valorificarea eficiență a potențialului uman și multiplicarea acestuia.

În acest context, apare justificată evidențierea unui gen specific de jurnalism, denumit „jurnalism comunitar”, care secundează propriu-zis procesul dezvoltării comunitare. De fapt, este acel jurnalism care își asumă drept sarcină prioritară „cultivarea vieții civice” [1]. Esența jurnalismului comunitar (în alte accepțiuni – „jurnalismul „public” sau „civic”) a fost exprimată cu claritate în cuvintele notoriului expert al domeniului, americanul Jay Rosen: „utilizarea puterii pe care o are presa pentru atragerea cetățenilor în viața publică” [2].

În viziunea noastră, conceptul jurnalismului comunitar („community journalism”), reieșind din obiectivele pe care și le trasează, chiar dacă și trebuie corelat, în primul rând cu fenomenul dezvoltării comunitare, cu o neînsemnată restrângere respectivă, se circumscrie plener conceptelor de jurnalism civic sau public. De menționat, de altfel, că acest gen de jurnalism, așa cum s-a manifestat în sistemul mediatic din SUA sau din Europa Occidentală, dar și, recent, în spațiul est-european, apare circumscriș principiilor fundamentale ale jurnalismului. Acestea includ, potrivit cercetătorilor B.Kovach și T.Resensiel, veridicitatea, loialitatea, disciplina în verificarea faptelor, independența (în raport cu cei pentru care se scrie), autonomia în monitorizarea puterii, asigurarea câmpului liber pentru discuții (criticism și compromis), publicarea unor relatări semnificative, interesante și relevante, relatarea noutăților pe înțeles și proporționale, exprimarea opiniilor proprii (inclusiv ale ziariștilor). Toate acestea – în contextul obligației asumate în vederea asigurării publicului cu informație veridică și sigură, necesară pentru funcționarea unei societăți cu adevărat democratice. Și ținându-se, bineînțeles, cont de specificul aplicării acestor principii în activitatea presei comunitare, căreia îi este proprie înclinația pentru identificarea priorităților comunității, contribuirea la definirea acesteia, promovarea limbajului și a cunoștințelor comune, motivarea cetățenilor de a merge mai departe de complăcerea de sine etc. Atribuțiile

jurnalismului comunitar se manifestă și în „veghearea” asupra societății, menținerea interesului public, oferirea posibilității de exprimare persoanelor „lipsite de voce” [3].

Pentru mai mulți experți în domeniul mass-media, trăsătura cea mai importantă, definitorie, a jurnalismului comunitar rezidă în caracterul său local. Jock Lauterer, un cercetător și promotor activ al jurnalismului comunitar american, insistă în mod special asupra acestei caracteristici, numindu-l local, local, local, de trei ori local [4]. Tocmai această distincție asigură dezvoltare consecventă presei comunitare, care cunoaște în ultimul timp o evoluție în ascensiune. Sunt relevante, în această ordine de idei, datele privind situația jurnalismului comunitar în SUA. Astfel, potrivit unei cercetări recente, 97% din presa nord-americană aparțin tocmai acestei categorii – presa comunitară [5]. Este adevărat, tirajele unor astfel de publicații nu depășesc, de obicei, 50 000 de exemplare, dar tot atât de adevărat este și faptul că în ultimii ani „piața marilor cotidiene este în recul, pe când presa independentă în micile orașe cunoaște o adevărată creștere” [6]. Este tocmai acea situație care îi permite unui editor să constate cu satisfacție, referindu-se la succesul presei comunitare: „Niciodată încă n-am fost mai optimist în privința viitorului acesteia” [ibidem], „mii de publicații ale comunităților câștigă în competiția pentru difuzare, pe când giganții alunecă spre declin” [7]. Explicația oferită în legătura cu tendința înregistrată este destul de simplă, dar concludentă: „Astăzi, ca și în anii precedenți, lumea simte o adevărată foame pentru cunoașterea a ceea ce s-a produs în spațiul local... Oamenii știu că ziarul orașelului lor le va oferi acele știri pe care ei sunt dornici să le afle” [8]. Realitățile universului mediatic confirmă aceste tendințe: cercetarea „Community Newspaper Readership Survey”, efectuată în anul 2005 de colaboratorii Universității din Missouri, a indicat, de exemplu, că 81% din respondenții la întrebările chestionarului propus au menționat că citesc presa cel puțin o dată în săptămână, 95% dintre aceștia acordând preferință știrilor locale [9]. O astfel de atitudine a cititorilor este, într-adevăr, un barometru destul de semnificativ al stării „de sănătate” a presei comunitare.

Potrivit lui J.Lauterer, autorul cărții „Community Journalism: Relentlessly Local” [10], presa comunitară se deosebește în mod esențial de cotidienele naționale, remarcându-se prin tendința dominantă de a reflecta foarte amplu evenimentele locale care prezintă interes pentru comunitate și de a ignora informația despre evenimentele de ordin național sau internațional, difuzată, de obicei, de alt tip de ziare. Conform observațiilor sale, aproximativ jumătate din mass-media locale aparțin proprietarilor independenți sau anumitor grupuri de persoane din localități urbane sau rurale, fiind citite, în special, de membrii comunităților respective. Cealaltă parte a publicațiilor comunitare din SUA sunt editate de mari grupuri mediatice.

Cercetătorii indică asupra unei serii de circumstanțe care determină importanța presei comunitare, inclusiv pentru avansarea sectorului mediatic, nu în ultimul rând, cele legate de avantajele pe care le oferă, din perspectiva afirmării profesionale. J.Lauterer menționează în mod deosebit faptul că un ziarist profesionist trebuie în mod obligatoriu să-și înceapă cariera la un ziar al comunității, pentru a însuși capacitatea de reflectare obiectivă a realității. Unele din știrile publicate în paginile unui ziar comunitar pot produce efecte deranjante asupra membrilor comunității, și tocmai în astfel de situații ar putea fi cizelată măiestria profesională, deprinderea obținerii echidistanței, preciziei și clarității în expunerea faptelor. Subiectele ce țin de destine umane sau diverse incidente constituie o piatră de încercare, în a cărei înfruntare ziaristul va deprinde să renunțe la spectacularizarea facilă a relatării, va învăța să selecteze cu grijă imaginile plasate în pagină în vederea completării vizuale a informației expuse.

O caracteristică fundamentală a presei comunitare este proprietatea acesteia de a reflecta, asemeni unei oglinzi, viața comunității, surprinzând așa-zisul „sens al locului”. Potrivit lui Lauterer, promovarea jurnalismului comunitar este cu mult mai dificilă decât se crede. Dificilă, deoarece ziaristul, care trebuie să prezinte imparțial viața comunității căreia îi aparține, poate fi limitat în acțiuni sau poate fi influențat de anumite circumstanțe. Educarea unor ziașiști profesioniști, cu simțul dezvoltat al responsabilității pentru cunoașterea și transmiterea tradițiilor comunității, crearea imaginii ei veridice, reduce riscul difuzării unor știri eronate și tendențioase ce pot avea un impact defavorabil asupra atmosferei social-politice.

Jurnalismul comunitar reprezintă practicile definite de dorința mass-media de a fi cât mai aproape de nevoile și grijile comunității, beneficiile constând în stabilirea unei comunicări eficiente în cadrul comunității, în abordarea mai aprofundată a subiectelor importante pentru cetățeni, în sporirea credibilității mass-media. Toate acestea îi imprimă un caracter pronunțat de *advocacy journalism*.

La baza activității presei comunitare se află postulatul, conform căruia mass-media sunt responsabile nu doar pentru abordarea propriu-zisă a problemelor locale, ci și pentru facilitarea dezbaterii active a acestor probleme, insistând asupra soluționării lor ulterioare. Ziariștii, stimulați să aplice principalele valori și prin-

cipii ale jurnalismului în cadrul procesului schimbărilor sociale democratice, se postează în rolul de persoane care ascultă părerea diferitelor grupuri din regiuni/cartiere, pentru a putea opera cu un spectru cât mai variat de opinii, pentru a încuraja dialogul activ, orientat spre sugerarea unor soluții importante. Găsirea și abordarea subiectelor de interes sporit pentru cetățenii comunității, prezentarea unor relatări captivante și articole marcate de analitism, asigurarea unei acoperiri mediatice ample a spațiului local, facilitarea dezbaterilor rămân a fi esențiale în acțiunile întreprinse de presa comunitară.

Potrivit lui W.Schramm, jurnalismul comunitar este o extensie, o maturizare a dezvoltării proceselor comunicaționale, inițiate decenii în urmă, pentru a ajuta națiunile să crească și să asiste creșterea rapidă a productivității în societate. Cercetătorul pledează pentru utilizarea eficientă a mass-media, deoarece tocmai acestea au proprietatea de a încuraja dezvoltarea și schimbarea socială. În viziunea lui W.Schramm, ele pot extinde orizonturile, focaliza atenția, mări aspirațiile, crea un climat favorabil pentru dezvoltare, ajuta la schimbarea atitudinilor și practicilor, alimenta canalele interpersonale, conferi statut social, impune anumite norme și contribui la formarea gusturilor [11].

Există suficiente dovezi, menționate în literatura de specialitate, cu privire la faptul că societățile se pot schimba sub influența comunicării de masă [12]. Presa comunitară este tocmai una dintre acele esențiale oportunități care sunt oferite publicului pentru a spori accesul cetățenilor la informație, la mijloacele de comunicare, pentru a asigura schimbul liber de idei și experiențe, implicit, pentru a promova schimbările benefice. Atunci când mass-media se manifestă într-un mod cu adevărat democratic, ele servesc oamenilor, iar oamenii pot găsi un rost esențial în recurgerea la aceste servicii, îmbunătățindu-și, cu ajutorul acestora, viața de zi cu zi și nivelul de trai, în general, al comunității în care locuiesc. Pentru ca aceasta să se producă însă, publicul trebuie să participe la determinarea orientării mass-media, să-i perceapă pe ziariști drept parteneri ai membrilor comunității. Tocmai de aceea, în cazul jurnalismului comunitar nu poate fi nicidecum vorba de o detașare a jurnaliștilor de protagoniștii publicațiilor lor ori de problemele care îi frământă, de impersonalitatea pronunțată, proprii, mai degrabă, presei de rang național.

Desfășurarea activităților jurnalistice în cadrul presei comunitare poate fi caracterizată ca un proces cu trei faze, care se axează, respectiv, pe: sporirea conștientizării, abordarea problemelor existente (împreună cu comunitatea), soluționarea acestora. În faza de sporire a conștientizării, ziaristul se află în căutarea subiectelor ce ar prezenta un interes deosebit pentru comunitate. Pentru a reuși însă, el trebuie să devină parte a comunității. Comunicarea cu cetățenii simpli, nu doar cu liderii comunității, facilitează cunoașterea în amănunte a stării de spirit dominante, a detaliilor în legătură cu evenimentele ce marchează viața comunității, a aspirațiilor și a soluțiilor pe care le proiectează populația locală.

În a doua fază are loc identificarea problemelor, acestea alcătuind o agendă comunitară ce conține prioritățile cetățenilor. Posedând o asemenea agendă, ziaristul poate începe elucidarea în profunzime a viziunii membrilor comunității asupra proceselor ce au loc, contribuie la organizarea diferitelor întruniri concentrate pe ceea ce interesează cel mai mult comunitatea, colectează idei, facilitează discutarea acestora, implică autoritățile publice în discuții etc. Din toate acestea derivă cea de-a treia fază – soluționarea problemei. Deoarece jurnalismul comunitar este un proces continuu, faza de soluționare a unei probleme nu este altceva decât un nou început: deși soluționarea unei probleme pare a fi o fază finală, de fapt, ea este doar un început al implicării comunității în rezolvarea propriilor probleme, o inițiere a unor proiecte noi.

Astfel, jurnalismul comunitar se bazează pe difuzarea unor modele reale de angajare civică. În acest proces pot fi angajate mai multe categorii de membri ai comunității, divizați, în viziunea propusă de Fundația Pew, în cinci grupuri, reieșind din poziția acestora în comunitate:

- oficiali locali și lideri recunoscuți;
- lideri neformali, care nu sunt figuri politice și care reprezintă grupuri constituente ale comunității;
- persoane ce se întâlnesc cu regularitate în locurile publice (biserici, școli, evenimente comunitare etc.);
- cetățeni aflați întâmplător pe stradă, în magazine etc.;
- oameni în casele lor, preocupați de grijile personale [13].

S-ar putea spune că, prin acțiunea sa, jurnalismul comunitar poate schimba, de fapt, relația tradițională stabilită între mass-media și oameni: comunitatea începe să se implice direct în identificarea sau soluționarea problemelor asupra cărora încearcă să-i sensibilizeze mass-media. Cetățenii încep să-și aprecieze capacitatea de a influența schimbările din comunitate. Acest impact se bazează pe sentimentul de încredere al membrilor comunității, fortificat de presă, și pe conștientizarea îmbunătățirii interacțiunilor sociale atât în cadrul comunității, cât și între membrii comunității și mass-media.

O altă particularitate, care determină potențialul *sui generis* al jurnalismului comunitar, se manifestă în faptul că, dezvoltând relațiile cu cetățenii, ziaristii încep să formeze o opinie publică în centrul căreia se afla comunitatea. Schimbarea de paradigmă îl face pe ziarist să asculte mai atent publicul și să-i transmită semnale de coparticipare. Aceasta este o adevărată provocare pentru ziarist – pe de o parte, un examen al gradului său de responsabilitate socială, dar și pentru cetățeni – pe de altă parte, care descoperă notorietatea proprie, oportunitatea unei comuniuni consolidate, profund interesate, active și dispunând de prerogative în îmbunătățirea calității vieții în comunitate. Jurnalismul comunitar este tocmai acea forță care oferă în mod prioritar posibilitatea exprimării cetățenești, contribuind, astfel la schimbarea mentalității, favorizate de angajarea civică [14].

Amplasate într-o anumită comunitate, mass-media servesc (de rând cu alte modalități de difuzare a informației de interes comunitar, cum ar fi buletinele informative, edițiile speciale, foile volante etc., toate – cu un volum, tiraj și periodicitate determinate de necesitățile locale) necesităților specifice ale acesteia. Primatul care le revine rezidă însă în capacitatea lor de a asigura acel forum, care permite membrilor comunității să se simtă în centrul atenției și să fie siguri că își pot rezolva problemele.

Implicarea dinamică a comunității în operarea mass-media demonstrează o reciprocitate cu implicarea în viața comunității pe care o manifestă jurnalismul comunitar. Potrivit lui L.Wanyeki [15], presa comunitară este și vehicul, și operator, și întregul mecanism. Integrată în viața comunității, ea reprezintă o verigă esențială pentru interacțiunea socială și consolidarea comunitară. Comunitatea se implică, la rândul ei, în planificarea, producerea și executarea sugestiilor pe care le generează presa comunitară, aceasta devenind o expresie a comunității.

Conexiunea dintre mass-media și comunitate are câteva repere semnificative. Astfel, parametrii mass-media comunitare presupun:

- să fie o afacere cu venit, piață de desfacere, identitate și o nișă specifică (nu se vor limita, ci, mai degrabă, vor evita redifuzarea materialelor companiilor naționale);
- să aparțină, cu precădere, și să fie gestionate de grupuri comunitare;
- să se bazeze nu doar pe voluntariatul membrilor comunității (insuccesele deseori sunt cauzate anume din acest motiv);
- să-și impună vizibilitatea și accesibilitatea în fața membrilor comunității (mass-media aflate în afara câmpului de vedere al membrilor comunității nu reprezintă parte a conștiinței comunitare).

Așadar, identitatea jurnalismului comunitar se constituie din mai multe elemente, derivate din schimbarea de accent pe care o adoptă, în raport cu jurnalismul de rang național. Astfel, preponderentă devine perspectiva care prevede relatarea jurnalistului nu „de sus în jos”, ci o abordare specifică, centrată pe atenția, evidențiată și de Tyrone Shaw [16], acordată preponderent vieții comunitare: ONG-urilor, mișcărilor civice și diferitelor activități aferente, examinării problemelor care îl preocupă pe cetățeanul „mediu”. Diapazonul trăsăturilor care marchează un text publicat în presa comunitară se axează, respectiv, așa cum atestă cercetătorii, pe utilizarea unui spectru mai larg de surse, în afară de sursele tradiționale oficiale; examinarea mai amănunțită a proiectelor de politici publice și a urmărilor lor posibile; reflectarea mai frecventă a situației minorităților din comunitate; prezentarea scenelor din viața cotidiană; publicarea relatărilor despre istoria comunității, despre tradițiile, realizările, aspirațiile cetățenilor din comunitate ș. a. [17].

De remarcat că, în plina desfășurare a procesului globalizării, numărul apologeților presei comunitare nu se reduce. Pentru unii experți, mass-media comunitare reprezintă, într-un fel, viitorul jurnalismului [18], o bază particulară pentru participarea civică a cetățenilor, capabili să-și articuleze, cu ajutorul acestor mijloace de comunicare, propria dezvoltare, să-și promoveze necesitățile culturale și socioeconomice. Mass-media comunitare împărtășesc aceleași scopuri pe care și le trasează audiența lor, cum ar fi dezvoltarea comunității, furnizarea informației pentru a asista comunitatea la îmbunătățirea vieții de zi cu zi, dezbateră publică. Problemele existente ale sectorului presei comunitare, care vulnerabilizează, într-o anumită măsură, activitatea acesteia țin, deseori, de caracterul ei incomod pentru putere. Pe de altă parte, nici funcționarea presei comunitare, după cum indică practica concretă, nu este lipsită de curențe, care se manifestă în imitarea presei naționale, repetarea informației difuzate de aceasta, insuficiența capacităților profesionale, lipsa resurselor financiare și a echipamentului necesar, păcatul capital rămânând însă incapacitatea de a surprinde și de a promova conținuturi noi.

Or, tocmai jurnalismul comunitar reprezintă acea resursă care este capabilă să furnizeze energii pentru necesara schimbare a comunităților. Promovarea, prin intermediul mass-media, a identității și dezvoltării comunitare, a interacțiunii sociale și consolidării civice constituie un important punct de reper al comunității pentru a supraveghea realitatea, a formula viitorul, a produce transformările dorite.

**Referințe:**

1. Tyrone Shaw. Jurnalismul civic // Jurnalismul pentru omul de rând. - Chișinău: CIJ, 2001, p.6.
2. Jay Rosen. What Should We Be Doing // The IRE Journal. - 1995. - No18. - P.7.
3. Kovach B., Rosenstiel T. The Elements of Journalism: What News People Should Know and The Public Should Expect. - New York: Three Rivers Press, 2001.
4. <http://www.scienzedellacomunicazione.com/dettaglio.asp?idNews=195>.
5. Jock Lauterer. Hold that Obituary! // Chapel Hill Herald, 2006, 29 March.
6. Richard Thomas. Family-owned weeklies hold their own: In northern Minnesota, the news business can border on the bizarre // <http://www.businessnorth.com/viewarticle.asp?articleid=1643>.
7. John W. Stevenson. Thousands of community papers // Publishers Auxiliary, 2006, edition of January.
8. <http://www.uky.edu/CommInfoStudies/IRJCI/JockLauterer.htm>.
9. Jock Lauterer. Hold that Obituary!
10. Jock Lauterer. Community Journalism: Relentlessly Local. - The University of North Carolina Press, 2006.
11. Wilbur Schramm. Mass Media and National Development. - Stanford University Press, 1964.
12. Lerner D. The Passing of Traditional Society: Modernizing in the Middle East. - New York: Free Press, 1958.
13. Denton F. Civic journalism, does it work? A special report for the Pew Center for Civic Journalism on the "We the People" project. - Madison: Pew Center for Civic Journalism, 1995.
14. Many Voices, One World: The MacBride Report. - UNESCO, 1984.
15. Wanyeki L. The Development of Community Media in East and Southern Africa // S. Kwame Boafo. Promoting Community Media in Africa. - Paris: UNESCO, 2000, p.25.
16. Tyrone Shaw. Op. cit., p.16.
17. Ibidem.
18. Appolus N. Addressing the Needs of Community Radio Stations. - Media Institute of South Africa, 2003, p.14.

*Prezentat la 22.03.2007*