

**INSERTIE ÎN SOCIAL – OBIECTIV PRIMORDIAL AL MASS-MEDIA****Georgeta STEPANOV***Catedra Jurnalism*

This article represents a theoretical and practical research of the press activity from the point of view of the socialization function is exposed and analyzed, the main goals and roles through which this function is accomplished. The importance of the investigated topic comes up from the impact and the effects of the social journalism or even from the social journalism through the logical emphases which are set during the media process of the social reality, provides the creation of the links and the social network - a very necessary thing in a transition society.

The concept exposed in this article provides the direction of all the investigations referring to the potential of the socialization of the press and reveals the specificity of the local journalism.

Mass-media organizează și asigură continuitatea în flux a circuitului informațional grație exercitării multiplelor funcții social-comunicaționale. Mijloacele de informare în masă pot fi considerate drept instrumente majore ale stabilității unei societăți; or, ele asigură însăși existența și reproducerea sistemului social. „Funcțiile pe care sistemul mass-media le oferă la nivel social consolidează stabilitatea sa și, atâta vreme cât societatea le reclamă drept necesare, cu oricâte schimbări tehnologice ale unor mijloace, cu oricâte modificări impuse de noi realități științifice dedicate comunicării, sistemul mediatic va supraviețui” [1].

Semnificația, locul și funcțiile mass-media în societate sunt studiate, întâi de toate, din perspectiva interdependenței sistem mediatic – sistem social. În acest context, un rol deosebit îi revine funcției de socializare. Socializarea, conform Dicționarului de sociologie, este un „concept ce desemnează procesul prin care indivizii învață modurile de a acționa și de a gândi despre mediul lor, le interiorizează, integrându-le personalității lor și devin membri ai unor grupuri în care capătă un statut specific. Socializarea este în același timp învățare culturală, condiționare și inculcare, dar și adaptare culturală, interiorizare și încorporare” [2]. Asigurând contactul între individ și societate, socializarea asigură însăși stabilitatea societății ca sistem.

Socializarea indivizilor este un proces ce se realizează cu concursul a mai multor instituții sociale, între care și mass-media. Astfel, mass-media pot fi considerate „agenți ai socializării”; or, ele furnizează subiecte de conversație ce asigură interese comune; inculcă valori care devin norme; distribuie reprezentări culturale care determină viziunile estetice ale oamenilor etc. Datorită activității mass-media, indivizii sociali se află, în particular, în „legătură” unii cu alții și, în general, în „legătură” cu comunitatea și societatea.

Importanța funcției de „legătură” sau de socializare se datorează, întâi de toate, impactului și efectelor pe care le produce ea în societate. Conceptul funcției de socializare, bazat pe integrarea socială, implică ideea unui gen de consemnare, de scriitură și fotografie, care tinde să pună la dispoziție un tablou reprezentativ al societății, oferindu-le cetățenilor suficientă informație pentru ca ei înșiși să-și poată forma independent opiniile și să poată lua atitudini asupra unui șir de probleme. „Un gen care crede în obligația sa de a cultiva viața civică” [3].

Funcția de socializare transformă ziarele și televiziunea dintr-un element neutru într-un element implicat în viața publică, care încearcă să faciliteze discuția dintre oamenii de rând și autorități, fiind pregătit, în același timp, să ofere niște soluții posibile problemelor cu care se confruntă societatea. În această ordine de idei, funcția de „legătură” impune necesitatea de a lucra cu informația primită de la cetățeni, dându-i o orientare strictă – spre factorii de decizie din societate. Ea implică un parteneriat între organizațiile media pentru a evidenția obiectivele primordiale și problemele majore ale comunității care urmează a fi realizate sau soluționate cu concursul întregii societăți, pentru a integra cetățeanul, a-l readuce la viața civică. Din această perspectivă, se impune un jurnalism care trebuie să-i unească pe oameni în procesul rezolvării diverselor probleme care îi preocupă. Soluționarea este un motiv în plus de a susține că exercitarea funcției de socializare este obligație primară a mijloacelor de informare în masă, care trebuie să prezinte problemele în așa mod, încât cetățenii să înțeleagă obiectivele propuse pentru a acționa în mod corespunzător.

Întru realizarea acestui deziderat, jurnaliștii trebuie să se îndepărteze de independența și detașamentul lor tradițional și să înceapă a fi și a se simți preocupați de ceea ce îl preocupă, în primul rând, pe omul simplu, dar nu pe politician sau pe funcționarul public. Cititorii urmează a fi tratați nu doar ca un auditoriu simplu,

pasiv, ci ca unul participativ. Mediatizarea realității și tratarea populației din perspectiva integrării sociale înseamnă definitivarea priorităților sociale, determinarea problemelor cu care se confruntă și care îi preocupă în prezent, stabilirea impactului și a efectelor potențiale ale fenomenelor sociale asupra individului, în particular, și asupra comunității, în general. Ed Turner, jurnalist de la CNN, afirmă: „Este responsabilitatea noastră, prima și înainte de toate, să încercăm să explicăm spectatorilor noștri ce s-a întâmplat astăzi, de ce s-a întâmplat și ce poate să însemne asta mâine” [4], unghiul de abordare în procesul de mediatizare a realității fiind configurat din perspectiva omului-cetățean.

Obiectivele primordiale ale funcției de „legătură” consistă în:

- promovarea informației relevante pentru clarificarea valorilor supreme;
- mediatizarea factorilor și a priorităților care însoțesc orice problemă publică;
- asigurarea unui grad înalt de participativitate socială a cetățeanului;
- crearea unui public imaginar cu aceleași valori și viziuni comunitare;
- promovarea valorilor democratice în viața civică.

Funcția de socializare se realizează grație unor roluri specifice, între care:

- rolul de integrare a individului social în grup, a grupului social în societate, a societății în comunitatea mondială;
- rolul de propagare a normelor sociale generale, tradiționale;
- rolul de explicare întru asigurarea participativității cetățeanului în viața comunitară;
- rolul de implicare a cetățeanului în luarea deciziilor comunitare;
- rolul de mobilizare a populației pentru a soluționa în comun problemele sociale;
- rolul de coagulare a societății prin făurirea de rețele sociale;
- rolul de definire și de sistematizare a priorităților comunitare și a valorilor naționale;
- rolul de propagare a obiectivelor, valorilor și intereselor comunitar-sociale.

Funcția de socializare, al cărei scop esențial este integrarea individului în viața socială, primează responsabilitatea presei de a-i aduce în prim-plan pe cei ce nu sunt auziți de nimeni, fiind de o importanță majoră ideea de contract social, care definește activitatea comunității. Publicarea în presă a viziunilor proprii ale cititorilor asupra evenimentelor comunitare nu diminuează statutul și nu subminează rolul jurnalistului în societate. Din contra, acest lucru contribuie la definitivarea priorităților sociale, la depistarea problemelor, la demascarea tendințelor negative etc. și facilitează soluționarea publică a acestora. În încercarea de a oferi publicului o voce nu există pericol că jurnaliștii o vor pierde pe a lor. Totul se face pentru conformitate și pentru a asigura dialogul social. Astfel, participarea activă a cetățenilor în activitatea presei conduce, inevitabil, la o implicare directă în viața comunității, iar prin aceasta comunitatea devine activă și participativă sub aspectul integrării sociale. Expunerea imparțială și echidistantă, în materialele de presă, a soluțiilor propuse pentru rezolvarea problemelor atât de experți, cât și de membrii comunității, validează abilitatea jurnaliștilor de a monitoriza viața publică a comunității.

Funcția de socializare are efecte simțitoare atunci când mediile sunt mult mai constructiv implicate în comunitățile în care activează și când își stabilesc obiectivele în funcție de principiile de dezvoltare a acestor comunități. Mass-media trebuie să reflecte un spectru cât mai larg de probleme importante și cu semnificație pentru cetățeanul de rând, astfel încât să provoace și să conducă comunitățile la căutarea unor soluții comune. Jurnalismul și democrația lucrează mai eficient atunci când știrile, informațiile și ideile circulă liber; când știrile coerent prezintă întregul spectru și toată gama particularităților vieții și culturii comunităților; când deliberarea publică este încurajată și amplificată; când informația ajută cetățenii să acționeze în calitate de actori politici și nu doar ca consumatori politici [5].

Activitatea mass-media de integrare a cetățeanului în comunitatea locală, națională sau mondială poate avea efecte atât pozitive, cât și negative. Pe de o parte, ea poate determina voința de cooperare, compasiune și solidaritate – contribuție efectivă în vederea ajutorării, toleranței; pe de alta, grație posibilității ei de a influența comunități ample, poate manipula opinia publică și chiar poate distorsiona mersul normal al lucrurilor. Jurnaliștii nu se pot implica în procesul social din punct de vedere profesional, dar nu au nici dreptul să stea deoparte când este vorba despre analizarea, observarea și înțelegerea fenomenelor și tendințelor sociale. Activitatea lor într-o societate diversă și fragmentară impune anumite obligații profesionale, precum:

- ✓ Introducerea unor tehnici noi de relatare și informare pentru a ajuta comunitățile individuale să se autodefinească înseși și unic, dar și ca parte integrantă a unui set de comunități.

- ✓ Stimularea, prin texte și imagini jurnalistice, a cetățenilor să conștientizeze realitatea și să facă concluzii și judecăți despre viețile lor personale și despre conviețuirea lor.
- ✓ Să supravegheze și să mediatizeze practica socială din perspectiva dinamicii comunităților și complexității vieții publice.
- ✓ Să ajute oamenii să vadă lumea ca un tot unitar și să le formeze responsabilitatea pentru ceea ce fac.

Astfel, siguranța publică urmează să fie vizată nu ca o oportunitate de a relata ce s-a întâmplat, ci ca o obligație de a provoca și a susține un discurs care conduce către soluții, ca o datorie de a acționa așa cum reacționează orice cetățean conștient.

Davis Merritt și Jay Rosen, în lucrarea „Public Journalism: Theory and Practice”, sugerează ideea că într-o societate fragmentată și segmentată de clasă și bariere culturale „strategiile de integrare” a auditoriului vor fi întotdeauna incompetente, dacă nu se vor utiliza și alte tactici de angajare și implicare a cetățenilor în afacerile publice și în viața comunității” [6]. Aceeași autori afirmă că jurnaliștii trebuie să asiste și să asigure un control, o dirijare a „culturii civice” prin convingerea cetățenilor unei democrații că „sistemul” în care trăiesc este „al lor”, este un sistem pe care îl creează ei înșiși; acest sistem constituie o prioritate publică mai mult decât un joc ascuns al politicienilor și al experților deghizați.

Mark Jurkowitz, jurnalist la „The Boston Globe” [7], consideră că, alături de un feedback imediat din partea cetățenilor pe care trebuie să-l provoace orice element de jurnalistică, mediile de informare în masă trebuie să parcurgă permanent un proces de inovare, dacă doresc să eficientizeze activitatea presei din perspectiva funcției de socializare. Pentru aceasta e necesar ca în orice material de presă din și despre viața comunitară opinia cetățeanului simplu să fie prezentată de rând cu cea a autorității publice.

Mai mult ca atât, este necesar să fie modificat însuși conceptul politicii editoriale a instituțiilor de presă, precum și cultura jurnalistică a colectivului redacțional [8].

Mediatizând și supraveghind procesul de luare a deciziilor și de soluționare a problemelor comunitare, mass-media modelează o percepție civică a realității, induce sentimentul apartenenței și al participării la viața socială a comunității, sugerează soluții posibile de rezolvare a problemelor etc. Concomitent, ele creează condiții optimale pentru implicarea liberă a cititorului și provoacă expunerea viziunilor acestuia vis-à-vis de subiectul relatat. „Fiind conștienți că oamenii pasivi, placizi sau cei cinici nu sunt în stare să folosească ceea ce le oferă presa, jurnaliștii, oricum, utilizează toate posibilitățile pentru a socializa, a atrage cetățenii în viața publică” [9].

Activitățile mass-media pot fi înțelese ca o încercare de a stabili o relație semnificativă între programul mass-media și realitate așa cum aceasta este, de fapt, experimentată. Dorințele conștiente, subconștiente, inconștiente joacă un rol important în felul în care oamenii folosesc mass-media. Mass-media sunt interpretate pe fundalul vieții de zi cu zi, așa cum este ea trăită și experimentată. Oamenii caută contactul cu media, în parte pentru că ele fac apel și permit accesul la sentimente ca teama, bucuria și nesiguranța, oferind remedii împotriva singurătății; sunt folosite pentru a crea sentimente „pozitive” și pentru a defini relații umane [10].

#### Referințe:

1. Popa D. Mass media, astăzi. - Iași, 2002, p.61.
2. Ferreol G. Dicționar de sociologie. - Iași, 1998.
3. *Apud* Angheli N. Jurnalismul pentru omul de rând. - Chișinău: CIJ, 2002, p.6.
4. Issues of Democracy // USIA Electronic Journals. - 1996. - Vol.1. - No8.
5. <http://www.pewcenter.org>.
6. Merritt D., Rosen J. Public Journalism: Theory and Practice. - Indiana University School of Journalism, 1995, p.47.
7. Fallows J. Breaking the News. How the Media Undermine American Democracy. - New York: Pantheon, 1996, p.98.
8. Malamud P. Civic Journalism – an antidote to apathy? - New York, 2000, p.317.
9. Rosen J. Community Connectedness: Password for Public Journalism. - St. Petersburg: Poynter Institute, 1994, p.28.
10. Rogge J-U., Jensen K. Everyday Life and Television in West Germany: An Empathetic-Interpretive on the Family System. - London, 1988, *citați de* Silverstone R. în „Televiziunea în viața cotidiană”. - Iași, 1998, p.53.

Prezentat la 11.10.2007