

UNGHIUL DE ABORDARE ÎN JURNALISMUL DE SOCIALIZARE*Mădălina MANOLESCU**Catedra Jurnalism*

Social journalism represents a way of tracking and monitoring of social life in the dynamics of its development, therefore, objectivity and civic commitment must become basic qualities of a journalist. For this reason, this work highlights the ethical principles and professional standards that every journalist must comply. The reporter has the task of discovering, polishing, checking facts and journalistic adaptation, as eventually, to detect the essential aspects of information hiding under the surface and to establish some social contacts.

But, these things are possible only when the journalist selects the most appropriate angle of approach of the event, to put it in a value and to present reality. Even if the primary duty of the journalist is to inform the reader, if possible, complete and detailed, dramatic and sensational materials must to be exposed more carefully and accurately, since the violent scenes or detailed description can cause reactions as both constructive and destructive, sometimes even can generate behavioral deviations. That's why reality must be exposed not in terms of the politician or the employer, but primarily from the perspective of citizen.

Jurnalismul care abordează problematica socială se interpune între eveniment și cititor și, în mod voit sau obligatoriu, devine un supraveghetor al traseului informațional sursă – public. Sarcina reporterului este de a descoperi evenimentul și de a pătrunde în esența lui, precum și de a oferi răspunsuri bine argumentate la întrebările publicului. El poate fi categorisit drept cronicar sau anchetator, care asistă la evenimente prevăzute sau neprevăzute, încearcă să restabilească succesiunea faptelor, să le expună într-o anumită logică, dintr-o anumită perspectivă, într-o anumită formă lingvistică, astfel încât produsul final să fie cât mai pe înțelesul publicului mediatic. Pentru că profesionistul adevărat răspunde doar în fața publicului și nu în fața vreunei instanțe. Un bun reporter nu-și va permite niciodată să ofere spectatorilor săi o simplă expunere a evenimentului, el va analiza și va evidenția semnificația faptelor pentru societate.

Însă, jurnalistul nu este un simplu „cărăuș” de informație între cele două extreme ale traseului respectiv. De datorită lui este să supună faptul ziaristic unui proces de cizelare, verificare, adaptare ca, în fine, să-l prezinte în conformitate cu principiile deontologice și normele profesionale. Jurnalismul englez David Randall afirmă că obiectivele de care trebuie să se conducă un bun reporter sunt:

- a descoperi și a publica informații care să înlocuiască zvonurile și speculațiile;
- a liniști tulburările și a tulbura liniștea, oferind posibilitatea de a se pronunța celor care, în mod normal, nu se pot face auziți în public;
- a oferi constant societății o oglindă, reflectând virtuțile și viciile și demistificând tabuurile [1]. În cazul când devine celebru, pentru că a reușit să aducă în atenția statului și a publicului larg afaceri ilegale, reporterul justifică definiția presei ca „a patra putere în stat”.

Jurnalismul de socializare, prin complexitatea lui, cere reporterului anumite calități care trebuie să se afirme concomitent, dar și să se controleze reciproc. E vorba de cultură generală vastă, cunoaștere esențială a problemei, spirit de observație foarte fin, curiozitate, capacitate de a stabili „contacte umane”, aptitudini de analiză și de sinteză, spirit critic, rapiditate de gândire și de decizie și, desigur, de capacitatea de a asigura o formă lingvistică adecvată. Calitățile esențiale ale unui reporter sunt acelea care îi ajută să descopere cea mai bună versiune a adevărului. Pentru a avea succes, el are nevoie de hotărâre, tenacitate, caracter ofensiv, ceea ce nu înseamnă violență sau impertinență, ci efort continuu pentru a înfrânge împotrivirea pe care o întâmpină în activitatea sa. Trebuie să poată să recunoască informațiile relevante și utile, să identifice detaliile care conferă autenticitate materialului, să poată depista aspectele esențiale care se ascund sub informații de suprafață. „Trebuie să aibă capacitatea de a descoperi conexiunile dintre evenimente care, aparent, nu au nici o legătură unele cu altele, dar care în realitate fac parte dintr-un întreg mai mare” [2].

Printre calitățile profesionale ale jurnalistului care mediatizează realitatea socială se numără și capacitatea acestuia de a selecta unghiul de abordare potrivit evenimentului. Alegerea corectă și aplicarea consecutivă a unghiului de abordare facilitează, pe de o parte, scrierea materialului, iar, pe de alta, receptarea acestuia de către cititori. „Pentru a-și face treaba bine, jurnaliștii trebuie să învețe să găsească unghiul potrivit de abordare,

astfel încât să răspundă și necesității de a avea subiecte relevante pentru public, și celei de a respecta oamenii despre care scriu” [3].

Unghiul de abordare reprezintă perspectiva în care va fi prezentat evenimentul și se conturează în funcție de intenția jurnalistului: de a informa, de a transmite opinii, de a analiza cauzele sau potențialele consecințe ale evenimentului etc. După Luminița Roșca, de stabilirea unghiului de abordare depinde alegerea structurii informaționale (ierarhizarea informațiilor), construcția textului și utilizarea stilului potrivit conținutului abordat. Unghiul de abordare definește intenția de comunicare a jurnalistului în raport cu unul din elementele importante ale evenimentului prezentat [4].

Unghiul de abordare ajută la conferirea unei anumite semnificații evenimentului. Acesta valorizează componenta psihologică a evenimentelor, focalizează informația și interesul publicului pe un anumit aspect al problemei, care îl ajută să descifreze un eveniment. Posibile unghiuri de abordare, consideră Iuliana Dumitru, sunt:

- ✓ Perspectiva temporală: prezentarea faptelor în logica: trecut–prezent–viitor, termen scurt–termen lung, înainte sau după o dată fixată ca reper;
- ✓ Perspectiva spațială: localizează faptele;
- ✓ Perspectiva explicativă: pune în valoare raționamente de tipul cauze–fapte–consecințe;
- ✓ Perspectiva analitică: evidențiază componente ale unui eveniment (de ex., șomajul – are o componentă socială, economică, educațională, politică, infracțională etc.);
- ✓ Utilizarea punctelor de vedere ale actorilor: salariați/patroni, instituții publice/cetățean, furnizor/client;
- ✓ Nivelul la care se poate situa prezentarea: general/particular, micro/macro;
- ✓ Crearea de opoziții și contradicții prin raționamente de tipul pozitiv/negativ, avantaje/dezavantaje;
- ✓ Abordarea comparativă prin evidențierea de asemănări/deosebiri;
- ✓ Perspectiva obiectiv/subiectiv prin prezentarea faptelor sau a judecăților de valoare [5].

Evenimentele sociale, de obicei, oferă câteva unghiuri posibile de abordare, între care:

- expunerea faptului ziaristic din perspectiva organizatorilor și participanților nemijlociți la eveniment;
- expunerea evenimentului din perspectiva autorităților sau din perspectiva modului în care acestea acționează;
- prezentarea faptelor din perspectiva martorilor sau a persoanelor tangențial implicate în eveniment.

Definind unghiurile posibile de abordare, jurnalistul trebuie să aleagă unul singur potrivit pentru expunerea evenimentului respectiv. Uneori, această soluție poate fi și o sinteză de obiective, fiecare având unghiul său de abordare [6]. Și în ghidul de jurnalism persistă ideea că „unui text trebuie să-i corespundă un singur unghi de abordare. Dacă regula este încălcată, calitățile textului (claritate, coerență, calitatea de a fi complet) se vor pierde; unghiul de abordare trebuie să se desprindă chiar din titlu sau, cel mai târziu, din lead. Cititorul nu va avea răbdarea să citească până la jumătatea articolului ca să-și dea seama ce vrea să spună jurnalistul” [7].

Jurnalismul social reprezintă o modalitate de urmărire și de supraveghere a vieții sociale în dinamica dezvoltării sale. El nu doar indică asupra problemelor existente, ci și condiționează, facilitează soluționarea publică a lor. Acest lucru impune jurnalistului obligația profesională și datoria morală de a provoca și de a conduce comunitățile la o căutare a unor soluții comune. De aceea, obiectivitatea și angajamentul civic trebuie să devină calitățile de bază ale celui ce practică acest gen de presă, iar unghiul de abordare a problemelor să fie, preferențial, din perspectiva cetățenilor.

În opinia cercetătorului rus M.Kim, „alegerea unui unghi anumit fie că reprezintă lumea interioară a omului, fie că descrie acțiunile lui exterioare” [8]. Identificarea unghiului de abordare este determinată de atitudinea autorului față de problema mediatizată, dar și de punctul lui de vedere asupra eroilor de presă și asupra relațiilor pe care aceștia le-au stabilit. Unghiul de abordare determină tonalitatea produsului mediatic, prioritățile, obiectivele și funcțiile lui și ulterior influențează libera alegere a elementelor narării; construcția subiectului materialului; alegerea modurilor de expunere sau a argumentelor etc.

Înțelesul de „unghi de abordare”, utilizat în creația documentară, pe deplin poate fi atribuit și lucrărilor publicistice. De exemplu, în arta cinematografică, drept unghiuri de abordare sunt luate reprezentările obiectelor din diverse puncte de vedere. Obiectul poate fi filmat din diverse poziții: de de-asupra, dedesubt, din profil sau din față, în stare mobilă ori statică. Totul depinde de felul în ce direcție va fi orientat obiectivul camerei de luat vederi, ce aspect al obiectului va fi scop în prim-plan și cu ce scop, sub ce unghi de vedere îl va prezenta, spre ce-și va focaliza atenția etc. În acest fel, nu se creează o simplă copie a obiectului reflectat,

dar o reproducere creativă a artei, ce se deosebește prin calități și proprietăți noi și irepetabile. Această metodă este aplicabilă și în creația publicistică; or, jurnalistul, din multitudinea de informații referitoare la problemă sau la eveniment, trebuie să le aleagă doar pe acelea care, într-o măsură oarecare, reproduc mai veridic fenomenul și se încadrează în unghiul de abordare stabilit inițial. De exemplu, într-o schiță sau într-un reportaj-portret, jurnalistul își va focaliza atenția la cele mai semnificative caracteristici ale eroului său, direcționând „obiectivul” autoricesc în așa fel, încât să redea cât mai real imaginea omului. Aceasta poate să se materializeze și prin descrierea aspectului exterior al eroului, și în prezentarea lumii sale interioare. În procesul de selectare a unghiului de abordare, jurnalistul e liber, ca și un pictor, să-l aleagă pe oricare, însă alegerea corectă a punctului de vedere e foarte importantă, pentru că fără de aceasta este imposibil a prezenta omul în așa fel precum și-ar dori-o cititorul.

Orice produs mediatic este realizat dintr-un anumit unghi de abordare. „E esențial să găsim acea perspectivă prin prisma căreia vom povesti lucrurile. După ce alegem unghiul de abordare, este foarte important să-l avem foarte clar în minte atunci când facem documentarea subiectului și când redactăm textul. Asta pentru că, odată ales, nu avem voie să ne abatem de la el” [9].

Diversitatea și fragmentarea actuală a societății impune necesitatea alegerii unghiurilor de abordare potrivite, îndeosebi în mediatizarea problemelor cu care se confruntă societatea. Este binecunoscut faptul că în ultimul timp materialele dramatice și senzaționale au devenit foarte populare în mass-media din Republica Moldova. Însă, descrierea detaliată sau demonstrarea scenelor de violență poate provoca reacții și atitudini atât constructive, cât și distructive, care, la rândul lor, pot genera și devieri comportamentale. De aceea, în procesul de mediatizare a evenimentelor de acest fel jurnalistul trebuie să demonstreze maximă vigilență la alegerea unghiului de abordare, responsabilitate în utilizarea limbajului, precauție în propagarea informațiilor și ideilor care ar putea ofensa, șoca sau deranja cititorul. E adevărat că obligația primară a jurnalistului este să informeze cititorul, pe cât posibil, complet și detaliat, însă gravitatea situațiilor poate fi proiectată fără a apela la cele mai monstruoase cadre și expresii, iar ilustrarea amănunțită cu detalii gen: corpuri dezmembrate, capete retezate, râuri de sânge etc. poate fi ușor evitată. Evenimentele „violente” fac parte din realitatea cotidiană a societății și nu pot fi trecute cu vederea de jurnaliști. Ele pot fi puse în circuitul informațional, doar că jurnaliștii care le mediatizează trebuie să aleagă foarte minuțios unghiul de reflectare și forma lingvistică în care acestea vor fi prezentate. „Alegerea unghiului de abordare nu este o operațiune ușoară, fiindcă ea este dependentă de mai mulți factori: multitudinea de aspecte ale subiectului, politica editorială a instituției pentru care scriem, publicul pentru care scriem, indicațiile șefilor etc. Unghiul de abordare este în strânsă legătură cu intenția autorului. El poate avea una din următoarele trei intenții: aceea de a informa, aceea de a argumenta sau aceea de a persuadea” [10].

Unghiul de abordare devine prioritar în jurnalismul analitic, care nu doar reproduce realitatea, ci și o analizează, o explică, o prognozează. „Or, produsele jurnalistice trebuie să ajute și să provoace cetățeanul să facă concluziile necesare despre viața sa personală, locul și rolul lui în comunitate, să contribuie la autodefinirea acestuia ca parte integrantă a societății. Mai mult decât atât, jurnalismul contemporan trebuie să ajute oamenii să vadă lumea ca un tot întreg și să le formeze responsabilitate pentru orice faptă, orice activitate socială întreprinsă” [11]. Din această perspectivă, unghiul de abordare este important, acesta fiind determinant în generarea anumitor tipuri de efecte, reacții și acțiuni sociale.

Ideea de contact social, care definește activitatea comunității, are o importanță majoră pentru conceptul de jurnalism social. Acest fapt primează responsabilitatea jurnalistului de a produce texte și, prin acestea, de a socializa fiecare individ în particular și comunitatea în general. Unghiul de vedere din care sunt privite faptele, selectarea și comentarea lor, impresiile și opiniile celui care le relatează urmează să fie racordate, în mod obligatoriu, la interesele și necesitățile individului. Iată de ce realitatea trebuie să fie expusă nu din punctul de vedere al funcționarului, politicianului sau patronului, ci, în primul rând, din perspectiva omului cetățean. Unghiul de abordare a evenimentului social trebuie să asigure, pe de o parte, asimilarea și înțelegerea de către cititori a informației relevante pentru clarificarea valorilor faptului jurnalistice, pe de alta, descrierea clară a evenimentului, a valențelor, priorităților lui, a impactului și a consecințelor sociale posibile ale acestuia. În acest context, „unghiul de abordare, concept specific textului jurnalistice, nu poate fi înțeles decât prin evidențierea dublei funcționalități a acestuia: a) în relație cu jurnalistul (organizează materialul informativ, selectează și ierarhizează informația în raport cu anumite surse și cu anumite valori ale acestuia); b) în relație cu cititorul/receptorul (dirijează lectura, ușurează înțelegerea mesajului) [12].

Unghiul de abordare proiectează perspectiva din care vor fi ordonate faptele, orientând, astfel, jurnalistul să ierarhizeze informațiile pe care le deține, să situeze unele informații pe primul plan, iar altele pe cel secund, să facă diferența dintre ce este esențial pentru text și ce este detaliu. Stabilirea unghiului de abordare presupune identificarea celui mai important aspect al subiectului și de această alegere depinde întreaga organizare a textului, impactul și efectele acestuia asupra publicului.

Referințe:

1. Randall D. Jurnalistul universal. - Iași: Polirom, 1997, p.126.
2. Bachmann Ph. Communiquer avec la presse écrite et audiovisuelle. - Paris, 1996, p.35.
3. Guzun I., Ciornei V. Omul, mai ales. - Chișinău: Logos Print, 2005, p.15.
4. Coman M. Manual de jurnalism. - Iași: Polirom, 1997, p.62.
5. <http://www.praward.ro> Accesat : 8.12.2011.
6. Stepanov G. Reportajul social: aspecte definitorii. - Chișinău: CEP USM, 2004, p.45.
7. <http://www.ghidjurnalism.ro>, accesat: 8.12.2011.
8. Ким М.Н. Журналистика. Методология журналистского творчества. - Санкт-Петербург, 2004, с.228.
9. <http://www.ghidjurnalism.ro>, accesat: 8.12.2011.
10. <http://www.ghidjurnalism.ro>, accesat: 8.12.2011.
11. Stepanov G. Reportajul social: aspecte definitorii. - Chișinău: CEP USM, 2004, p.46.
12. Coman M. Manual de jurnalism. - Iași: Polirom, 1999, p.63.

Prezentat la 14.12.2011