

PREMISELE APARIȚIEI JURNALISMULUI SOCIAL ÎN REPUBLICA MOLDOVA

Georgeta STEPANOV

Universitatea de Stat din Moldova

Definirea jurnalismului ca activitate socială în Republica Moldova impune o viziune de ansamblu, o abordare pluri-dimensională și transdisciplinară, care să identifice premisele apariției și contextul social-istoric în care acesta s-a afirmat și care să cumuleze majoritatea caracteristicilor și particularităților acestuia, fapt deosebit de important în contextul conturării unui nou model de jurnalism – jurnalismul social.

Cuvinte-cheie: *jurnalism social, instituție mass-media, factori social-politici și economici, context istoric, teorie a presei, problemă socială, evoluție socială, doctrine ale presei.*

APPEARANCE PREMISES OF A SOCIAL JOURNALISM IN THE REPUBLIC OF MOLDOVA

Defining journalism as a social activity in Moldova requires an overview, on multi-faceted and transdisciplinary approach which will identify premises of occurrence historical and social context in which it was stated and to combine the major features and to gather most of the characteristics and peculiarities of its – Which is very important thing in the context of shaping a new model of journalism – social journalism.

Keywords: *social journalism, media institution, socio-political and economic factors, historical context, media theory, social problem, social evolution, doctrines of the press.*

Definirea jurnalismului social ca activitate socială impune o viziune de ansamblu, o abordare pluridimensională și transdisciplinară, care ar identifica premisele apariției și contextul social-istoric în care acesta s-a afirmat și care ar cumula majoritatea caracteristicilor și particularităților acestuia. Realizarea acestui deziderat solicită, întâi de toate, claritate asupra noțiunii de jurnalism social și impune conceperea unei definiții exhaustive a fenomenului cercetat; or, actualmente, în literatura de specialitate lipsește o definiție clară a acestuia. Puținele încercări, de cele mai dese ori incomplete, unilaterale și chiar ambigue, justifică încercarea noastră de a elabora o definiție proprie care ar exclude abordarea generalistă și ar exprima esența acestei activități sociale. Clarificarea conceptuală a jurnalismului social urmează a fi inițiată, considerăm, prin a trece în revistă explicațiile pe care ni le oferă diversele dicționare contemporane. Și deoarece sintagma „jurnalism social” încă nu se prezintă ca o unitate sintactică stabilă, se impune analiza separată a termenilor „jurnalism” și „social”.

Dicționarele contemporane propun explicații, mai mult sau mai puțin omogene, pentru termenul *jurnalism*. Astfel, *jurnalismul* este definit drept: „ziaristică, gazetărie, publicistică” [7, p.552]; „profesiune de jurnalist; totalitate a jurnalelor dintr-o țară, dintr-o localitate etc.” [11]; „activitatea sau profesia de a scrie pentru ziare și reviste, de a produce știri și emisiuni pentru radio sau televiziune; produsul activității jurnalistice” [12]; „profesie sau practică reportericească de fotografiere și redactare a știrilor pentru o instituție mass-media; ziar și revistă, presă, în general; materiale publicate în ziare, reviste” [5]; colectarea, scrierea, redactarea și prezentarea știrilor și a articolelor informative” [1]; „ocupație ce presupune colectarea, scrierea, editarea și publicarea sau difuzarea știrilor” [15].

Termenul *social*, conform Dicționarului Explicativ al Limbii Române, înseamnă ceva „legat de viața oamenilor în societate, de raporturile lor în societate sau față de societate” [7, p.998] Alte dicționare extind sensul termenului social și îl definesc drept: „care este propriu unui grup de oameni” [11]; „care este produsul unei activități desfășurate în comun” [9]; „referitor la societate, caracteristic societății, creat de societate” [8]; „cu referire la categorie sau la statut în societate” [21]; „referitor la societatea umană și la modul de organizare a ei; interacțiunea și coexistența indivizilor în comunitate” [2].

Generalizând explicațiile de mai sus, vom încerca să cumulăm sensul acestora în vederea definirii sintagmei *jurnalism social*. Așadar, jurnalismul social poate fi definit drept „activitate în comun, proprie unui grup de oameni – jurnaliștilor – și produsul activității profesionale a acestora care este legat de viața oamenilor în societate, de raporturile lor în societate sau față de societate”. Această definiție este, însă, foarte vagă și nu reprezintă plenar esența jurnalismului social ca activitate socială, de aceea se impune necesitatea extinderii ei prin clarificarea activităților prin care se manifestă jurnalismul social, a subiectelor lui de reflecție, a implicațiilor acestuia în viața unei societăți etc. Așadar, în opinia noastră, *jurnalismul social* poate fi definit drept „un ansamblu de activități mediatice de documentare și diseminare de informații cu privire la problemele

sociale existente sau la posibilele efecte viitoare ale acestora; de comunicare directă/indirectă a reacțiilor și acțiunilor sociale; de identificare a ansamblului de soluții necesare rezolvării unor probleme sociale; de monitorizare și analiză a politicilor sociale, a deciziilor și actelor normative cu referire la activitatea socială a persoanei sau a grupurilor sociale, în vederea susținerii sau abordării acestora; de asigurare a dialogului social pe verticală și pe orizontală între asigurarea armoniei sociale”.

Identificarea, analiza și clarificarea premiselor apariției și a contextului socioistoric de afirmare a jurnalismului social în Republica Moldova solicită, de asemenea, examinarea abordărilor privind semnificațiile conceptului de jurnalism social. Din acest punct de vedere, jurnalismul social, tradițional, este abordat dintr-o perspectivă dublă:

- ✓ totalitatea activităților mass-media și a produselor mediatic prin care se conturează imaginea unei realități;
- ✓ totalitatea activităților mass-media de reflectare, de monitorizare și de evaluare a problemelor sociale, a „tumorilor” unei societăți: situația diferitelor grupuri sociale potențial-vulnerabile (a pensionarilor, orfanilor, familiilor cu mulți copii, migranților etc.), respectarea drepturilor omului, bunăstarea populației, calitatea serviciilor medicale și educaționale, problemele ecologice etc. [18], dar și a relațiilor sociale la nivel de indivizi sociali, grupuri sociale și societate.

Prima abordare se referă la produsul mediatic general care, indiferent de problematica sa, este de natură socială. Or, jurnalismul pune în circuit doar informații sociale care, direct sau tangențial, au impact și efecte asupra individului social, în particular, și asupra societății, în general. Argumentul principal că orice produs jurnalistic este doar pentru oameni și/sau despre ei formează convingerea că jurnalismul este un tot unitar și nu permite decât o abordare complexă. În această ordine de idei, devine imposibilă delimitarea conceptual-teoretică a diferitelor tipuri de jurnalism, fapt ce intră în contradicție cu practica socială care demonstrează cert existența jurnalismului politic, economic, social, art-jurnalismului etc. Abordarea respectivă este specifică pentru societățile în care viața socială, la rândul ei, este abordată în exclusivitate prin prisma intereselor politice și ideologice ale forțelor guvernatoare. Este specifică pentru țările în care rolul presei în societate este de a susține viziunile și de a promova acțiunile celor aflați la putere, care se autodefinesc drept unic garant al funcționalității vieții sociale. Modelul totalitarist și, parțial, cel autoritarist al presei sunt elocvente în această ordine de idei. Dacă, potrivit teoriei autoritare, presei i se interzicea cu precădere critica doar a regimului politic, teoria totalitară extinde zonele „tabu” pentru mass-media și amplifică la maximum mecanismele de constrângere pe care statul le pune în funcțiune în raport cu sistemul mediatic. În rezultat, mass-media i se atribuie funcții nefirești – de propagandist, agitator și de organizator colectiv, iar obiectivul primordial al acesteia este susținerea necondiționată a sistemului politic, în circuitul informațional fiind puse doar ideile declarate de către guvernanți drept adevăruri absolute pentru guvernați – activități departe de tradiționala misiune a presei „de a culege informații și de a le prezenta publicului larg” [14].

Geneza acestei abordări în jurnalismul moldovenesc ține, în viziunea noastră, de tradițiile presei sovietice, unde mediatizarea tuturor problemelor, inclusiv a celor sociale, se realiza în exclusivitate prin prisma ideologiei sovietice, iar orice material de acest gen avea, în mod obligatoriu, o puternică conotație politică, acest fapt fiind o condiție obligatorie a funcționării presei ca institut social. Specificitatea și caracterul presei sovietice, inclusiv ale celei din RSSM, reieșeau din caracteristicile sistemului mass-media sovietic, între care:

- monopolul absolut al partidului comunist al Uniunii Sovietice asupra presei;
- monopolul statului asupra mijloacelor necesare funcționării presei (hârtie, echipamente tehnice tipografice, sedii etc.) și asupra distribuirii producției mediatic;
- cenzura oficială a acțiunilor jurnaliștilor și a conținuturilor produselor mediatic;
- controlul sever al politicilor editoriale impuse de organele de partid și elaborate în strictă concordanță cu politica partidului;
- funcțiile: de propagandă, de agitație, de contrapropagandă;
- principii de activitate: partiinic, de clasă;
- inexistența unui cadru legislativ special pentru presă, substituirea efectivă a acestuia cu directive ale congreselor și plenarelor de partid, cu decizii ale ședințelor sau cu indicații directe ale organelor de partid;
- inexistența cadrului deontologic al presei și substituirea acestuia cu principiile codului tânărului constructor al comunismului;
- inexistența organizațiilor neguvernamentale pe domeniul media. Uniunile de jurnaliști din fosta Uniune, concepute ca organizații profesionale de creație, în realitate erau dirijate și controlate de partid;

- interzicerea criticii organelor de partid, a statului, pe de o parte, și glorificarea partidului și a regimului politic existent, pe de altă parte;
- uniformizarea unghiului de abordare a realității și aplicarea unei „linii generale” de activitate a instituțiilor de presă care trebuia să coincidă cu cea a partidului, indiferent de tipul acestora;
- uniformizarea dispazionului tematic prin tabuizarea unor probleme actuale, dar și din trecutul apropiat;
- ideologizarea procesului de formare profesională a cadrelor și profesionalizarea în strictă conformitate cu necesitățile sistemului administrativ de comandă;
- lipsa dimensiunii economice a presei și a managementului mediatic, substituirea acestuia cu conducerea de partid a domeniului, în general, și a instituțiilor de presă, în particular;
- hiperbolizarea rolului conducerii centralizate a tuturor domeniilor de activitate socială.

Sistemul sovietic, între asigurarea și menținerea în timp a ideologiei și a existenței sale, a blocat dezvoltarea firească a tuturor subsistemelor existente și energiile umane care, în mod normal, trebuie să alimenteze un sistem social. Conștientizând gradul, îndeosebi, de uzură morală a sistemului și pericolul latent al exploziei sociale, conducerea centralizată a URSS, pentru a menține sistemul și a nu admite dezintegrarea acestuia, încearcă să schimbe starea de lucruri din loc și elaborează un concept de „democratizare” a sistemului, care a fost expus la plenara Comitetului Central al PCUS din aprilie 1985. Acest concept a condiționat schimbări, deși neesențiale, în toate domeniile vieții, inclusiv în mass-media. În rezultatul acestor schimbări, presa, deși funcționa încă în baza mecanismelor vechi (cenzura de stat, monololul partidului etc), devine mai flexibilă, mai deschisă, gradul ei de rigiditate reducându-se în intensitate. Acest factor „a favorizat declanșarea unei mișcări orientate spre democratizarea societății la toate nivelurile” [15, p.282], iar procesele care au urmat după plenara din aprilie 1985 au generat o adevărată explozie socială care a condiționat, în definitiv, prăbușirea URSS.

În tranziția de la sistemul totalitar spre cel liberal cu o economie de piață mai mult spontană, cu mecanisme politice și legi sociale noi, Moldova s-a confruntat cu schimbări și transformări globale care au cuprins absolut toate segmentele societății: relațiile sociale și de proprietate, modul de distribuire a resurselor, scopurile și mijloacele de dezvoltare economică și socială, normele și valorile cetățenilor, instituțiilor etc. Principala caracteristică a acestei perioade era instabilitatea și variabilitatea; or, mecanismele sistemului vechi nu mai funcționau ca altădată, eficient și în deplină măsură, iar cele ale noului sistem încă nu erau pe deplin funcționabile. Noua realitate – subiect de reflecție al mass-media – a afectat considerabil și presa care a suportat transformări și schimbări conceptuale impunătoare, generate de variate fenomene, între care:

- dispariția monopolului absolut al partidului comunist și al statului asupra presei;
- afirmarea relațiilor de piață și activitatea presei pe principii economice noi, fapt ce impune instituțiile de presă să-și construiască noi relații privind modul de achiziționare a mijloacelor necesare funcționării presei (hârtie, echipamente tehnice tipografice, sedii etc.) și privind distribuirea producției mediaticice;
- apariția publicității mediaticice care, în scurt timp, a devenit o sursă importantă sau chiar decisivă a bugetului instituțiilor de presă;
- abolirea prin Constituție a cenzurii oficiale, ceea ce a condiționat libertatea jurnaliștilor, în particular, și a sistemului mass-media moldovenesc, în general;
- schimbarea politicilor editoriale ale instituțiilor de presă prin ajustarea lor la tipul de produs mediatic și la necesitățile publicului-țintă;
- modificarea funcțiilor și principiilor de activitate ale mass-media;
- inițierea procesului de constituire a cadrului legislativ al mass-media;
- apariția primelor mecanisme de autoreglementare a activității jurnaliștilor, în particular, și a presei, în general;
- apariția organizațiilor neguvernamentale pe domeniul media care își concentrează activitatea asupra principiilor noi de funcționare a presei;
- inițierea procesului de deetatizare a mass-media, în rezultatul căruia apar noi categorii de presă, între care presa pluripartidistă, de divertisment și cea privată;
- apariția jurnalismului pentru omul de rând, care modifică unghiul de abordare a realității;
- revenirea în presă a noilor specii jurnalistice, precum analizele, sondajele, investigațiile de presă etc.;
- modificarea dispazionului tematic prin mediatizarea problemelor considerate până adineaori tabu;
- schimbarea procesului de formare profesională a cadrelor și profesionalizarea în strictă conformitate cu noile obiective și funcții ale presei;
- afirmarea procesului de monitorizare a activității presei de către variate instituții interne și externe, inclusiv de către organizațiile neguvernamentale.

Aceste schimbări s-au produs în mod diferit ca durată, calitate și impact, dar toate la un loc au contribuit la afirmarea unui nou statut social al presei, din care a generat o altă viziune asupra jurnalismului ca instrument de reflectare a realității sociale. Mass-media autohtonă a încetat să mai fie un instrument al puterii, ea urma să favorizeze cetățeanul ca subiect principal de reflecție, să-i ajute să se adapteze mai ușor la noile realități social-politice și economice, să-l ghideze în raport cu noile mecanisme și procese sociale, să contribuie la socializarea acestuia și la coagularea societății. Transformările respective sunt contingente, „în sensul că au depins de condiții istorice specifice; dacă unele dintre aceste condiții ar fi fost diferite, ar fi fost foarte probabil ca ele să producă rezultate diferite. Dar, odată ce aceste transformări au început să se desfășoare, au dodândit o energie proprie. Au apărut noi instituții și și-au extins gama activităților. Practicile tradiționale au fost treptat eclipsate de noi tipuri de acțiune, de noi convenții și de noi forme de asociere” [17, p.47] În aceste condiții a apărut și jurnalismul social – proces și produs cu o energie proprie, cu un concept propriu și cu un accentuat caracter funcțional propriu.

Cea de-a doua abordare începe să prindă contur la sfârșitul anilor '80 – începutul anilor '90, odată cu schimbarea statutului social al mass-media în societatea moldovenească. Modificările social-politice și economice, care s-au produs în Moldova în ultima decadă a secolului trecut, au perturbat relațiile tradiționale ale presei cu statul, ale puterii cu societatea și au condus la schimbarea funcțiilor, rolurilor și obiectivelor mass-media și la substituirea unor subiecte de reflecție, a unor tehnici și tactici vechi de activitate cu altele noi. În aceste condiții se atestă substituirea modelului totalitarist al presei (conform căruia statul își realizează plener potențialul coercitiv, controlând absolut orice activitate a mass-media, acestea fiind ramuri sau instrumente ale puterii) cu cel liberal și ulterior, dar în paralel, cu modelul serviciului public al presei.

Conceptul esențial al doctrinelor liberale, care a apărut în secolul al XVII-lea, este că liberul schimb de informații trebuie să însoțească liberul schimb de produse, astfel fiind asigurată servirea ireproșabilă a utilizatorilor. Modelul liberal [19] s-a definit prin lupta pentru informarea corectă și neutră a auditoriului și prin misiunea de supraveghere a acțiunilor puterii, în scopul sancționării acesteia, în caz de necesitate, de către întreaga societate. Așadar, conform acestuia, presa trebuie să realizeze două mari obiective: să contribuie la libera circulație a ideilor și a informațiilor și să supravegheze și să țină sub control acțiunile puterii.

Primul obiectiv rezidă în faptul că circulația liberă a ideilor asigură publicului cunoștințele de bază despre fenomenele, procesele și evenimentele ce au loc în lumea înconjurătoare. Cunoștințele produc atitudini (în cunoștință de cauză) față de aceste fenomene, iar atitudinile dau naștere, mai devreme sau mai târziu, la diverse acțiuni social-politice și economice. Informarea corectă este baza comportamentului adecvat, pe de o parte, al maselor, iar, pe de alta, al factorilor de decizie, fapt ce asigură însăși corectitudinea evoluției societății.

Pentru ca cetățenii să poată să ia decizii corecte, ei trebuie să știe adevărul. „Adevărul se obține prin confruntarea liberă a ideilor și opiniilor; competiția acestora, asemenea competiției mărfurilor de pe piața comercială, fixează „valoarea” unei idei, poziții, inițiative ori atitudini. Crearea unei „piețe libere a ideilor” este însă indisolubil legată de crearea unui instrument capabil să faciliteze circulația acestor idei, să permită confruntarea lor neîngrădită, să contribuie la accesul liber al oricărei persoane la cuvântul public” [6, p.93]. În viziunea adeptilor acestei teorii, singura instanță în măsură să-și asume și să ducă la bun sfârșit o asemenea misiune este presa, care se autodefinește drept cea de-a patra putere în stat, alături și, întrucâtva, pe poziții adverse față de celelalte trei: legislativă, executivă și judecătorească.

Relația presă – auditoriu are un caracter rațional, utilitar și bidirecțional: indivizii au nevoie de presă pentru a-și asigura accesul liber la informații și pentru a-și exprima liber opiniile; presa are nevoie, pe de o parte, de reacțiile indivizilor la materialele publicate (fapt ce vorbește despre impactul și efectele sporite ale publicațiilor), iar, pe de alta, de banii pe care acești indivizi îi investesc în produsul mediatic. Informațiile puse în circuit de către presă sunt necesare auditoriului pentru dezbaterile publice, prin care (fiind și ele mediatizate) interesele individuale sunt expuse, negociate și depășite în favoarea interesului comun.

Al doilea obiectiv al mass-media, conform modelului liberal, rezidă în potențialul ei de a supraveghea instanțele puterii. Dat fiind faptul că indivizii nu pot urmări permanent acțiunile factorilor de decizie, ei „transferă” aceste atribuții instituțiilor mediatică, care, în interesul omului de rând, controlează activitatea puterii. Delegată de public, presa acționează ca un „câine de pază” („watch-dog”): monitorizează acțiunile puterii și, observând nereguli, informează operativ publicul. Fapt ce duce la cristalizarea unor opinii publice adversative și, în fine, la exercitarea presiunii asupra puterii. Astfel, în modelul liberal, presa, grație capacității sale de a informa și de a mobiliza masele, se manifestă ca „cea de-a patra putere” în stat. „Această sintagmă

nu se referă la vreo formă de acțiune ori de exercitare directă a „puterii” mass-media asupra celorlalte puteri; în fapt, acțiunea presei este indirectă: distribuind informații și idei despre modul în care celelalte puteri își exercită mandatul, ea creează o opinie publică, mobilizează cetățenii în favoarea unei cauze, iar aceștia, prin presiunea pe care o exercită asupra factorilor politici și legislativi, obțin modificarea atitudinii ori a comportamentului celorlalte puteri. Din această cauză, statutul de „a patra putere” implică mai mult responsabilități decât drepturi: o greșeală a presei poate declanșa o mișcare publică ce poate conduce la reacții politice cu efecte deosebit de grave. Ceea ce înseamnă că nu atât libertatea de expresie definește puterea presei, cât responsabilitatea expresiei jurnalistice” [6, p.98].

În modelul liberal independența economică și libertatea presei depind de proprietatea privată asupra mijloacelor de comunicare (interesele propriilor patroni), de interesele și disponibilitatea pentru lectură a auditoriului, precum și de oferta de publicitate, care este direct proporțională cu nivelul tirajelor, pe care le înregistrează instituțiile mediatiche. Legile pieței (conurență și profit) devin factorii reglatori ai activității instituțiilor mediatiche, fapt ce generează fenomenul dublei comercializări a produsului mediatic. Presa, care este vândută de două ori (o dată cititorilor și a doua oară cumpărătorilor de spațiu publicitar), urmărește nu doar să informeze obiectiv auditoriul, ci și să-și lărgească, maximal posibil, aria de influență asupra tuturor categoriilor de public, pentru ca, în fine, să le facă disponibile pentru ofertanții de publicitate. Astfel, gusturile publicului devin sacre; or, tocmai el, publicul, este cel care dă sancțiuni severe sau, din contra, privilegiază publicațiile periodice. Ele ajung să facă, nu de puține ori, concesii preferințelor îndoielnice ale unor consumatori mediatici sau modei, orientându-și politica editorială spre mediatizarea evenimentelor senzaționale, spre aspectul de tip divertisment al informației. „În acest fel, cititorul devine rapid, într-o mult mai mare măsură, un „consumator”, decât un partener de dialog, un cetățean cu răspunderi civice” [4, p.47]. Așadar, goana după profit face ca subiectele „interesante” să prevaleze asupra celor utile, ceea ce subminează însuși conceptul modelului liberal; or, piața liberă a ideilor este înlocuită cu piața afectelor. Concentrarea proprietății și monopolizarea în domeniul mass-media, alături de alte fenomene negative, au condiționat necesitatea revizuirii rolului presei în societate și au impus elaborarea unor noi politici în domeniul comunicării de masă.

Conceptul doctrinei serviciului public, care s-a conturat în mijlocul anilor '50 ai secolului trecut, se bazează pe o percepere realistă asupra naturii umane, a mecanismelor economice și a proceselor social-politice și extinde doctrina liberală prin ideea asocierii libertății și a calității produselor mediatiche. Modelul responsabilității sociale [19] abordează rolul social al mass-media prin prisma dreptului universal al omului la informație și impune responsabilitatea acesteia față de binele social. Conform acestuia, presa, preferabil, nu trebuie să fie în proprietatea statului și nici nu trebuie să fie sub controlul absolut al lui, pentru că, astfel, există pericolul transformării acesteia din informator social în formator de imagine a guvernanților. Dar nici nu poate fi considerată drept întreprindere privată obișnuită, scopul primar al căreia este profitul, iar succesul căreia se măsoară prin prezența beneficiilor. „Este absolut normal ca ele să caute profitul, dar ar trebui să-și asume și responsabilitatea față de diversele grupuri care compun societatea; altfel spus, trebuie ca presa de toate tipurile să răspundă diverselor nevoi și dorințe ale acestor grupuri. În cazul în care cetățenii sunt nemulțumiți de serviciile care le sunt puse la dispoziție, mass-media trebuie să reacționeze. Ar fi de preferat ca ele să se sancționeze singure, conform unui cod deontologic stabilit chiar de ele. Dacă însă nu se va întâmpla acest lucru, este necesar și legitim ca Parlamentul să intervină, prin intermediul legilor” [3, p.33]. Acest model promovează ideea unui control triplu al activității mass-media: prin intermediul opiniei publice, al codurilor de etică profesională la nivel de breaslă și al codurilor interne de conduită. Acești factori restrictivi, prin activitățile lor de monitorizare și evaluare a presei, pun în aplicare mecanismele de autoreglare a acesteia și o responsabilizează.

Autonomia financiară, neutralitatea instituției și libertatea accesului la informație, precum și constituirea unei „piețe libere a ideilor” etc. – toate pot fi realizate prin introducerea unui sistem de participare dezinteresată a distribuitorilor de fonduri. Instituțiile statale, grupurile economice, mișcările social-politice pot sprijini publicațiile periodice, emisiunile radiofonice sau televizate, fără, însă, a interveni în politica editorială a acestora. Rațiunile unei participări dezinteresate pot fi și de ordin politic (sprijinirea proceselor democratice), și de ordin social (sprijinirea politicilor sociale), și de ordin cultural (sprijinirea patrimoniului cultural), și de ordin filantropic (sprijinirea diverselor categorii sociale) etc.

Teoria socială a presei introduce autoritățile statale în sistemul comunicării de masă, lucru ce se face în numele conceptului responsabilității sociale. Libertatea presei, în acest context, apare ca o datorie publică: „Presa are anumite obligații față de individul-cetățean, obligații de la care nu poate abdica în numele legilor pieței

(profitului) și al succesului facil (divertismentului). Statul democratic, garant al libertăților, atât ale indivizilor, cât și ale instituțiilor, trebuie să sprijine dezvoltarea acestora și să asigure, în același timp, respectarea obligațiilor pe care fiecare le are în raport cu bunul mers al societății. De aici derivă ideea că presa reprezintă un „serviciu public” analog altor servicii pe care statul le oferă sau le protejează, pentru binele membrilor săi” [6, p.98].

Deși în modelul serviciului public presa este concepută ca o instituție economică ce se supune legilor economiei de piață, ea, oricum, nu pierde din vedere că misiunea ei primordială într-o societate democratică este de a informa prompt și obiectiv auditoriul și de a exercita o acțiune educativă asupra lui. Iar pentru realizarea acestui deziderat este absolut necesar ca presa să caute și să găsească forme alternative de finanțare, să obțină susținere financiară de la instituții din alte zone de activitate. În această ordine de idei, persoanele fizice, juridice, dar mai ales instituțiile statului pot și chiar trebuie să sprijine (neimplicându-se în politicile lor editoriale) instituțiile mass-media orientate spre informare și spre educare. „Acestea pot menține în viață publicații științifice, literare, artistice, ziare și programe comunitare, produse mass-media studențești etc.; intervenția dezinteresată a finanțatorului privat pornește de la ideea că aceste produse de presă, promovând valori ale culturii și spiritului civic, îndeplinesc un rol social important și au o responsabilitate morală evidentă; în plus, existența unor prevederi legislative adecvate, care oferă reduceri de impozite pentru grupurile economice care subvenționează instituții culturale, favorizează, acest mecenat modern, în formele sale cele mai variate: subvenționare, patronaj sponsorizare etc.” [6, p.104]. Acest sprijin poate fi atât de natură financiară (reduceri de impozite, subvenționări), cât și legislativă.

La fel, de datoria statului ține și sprijinirea sectorului non-guvernamental din domeniul mass-media și dezvoltarea dialogului cu diferite instituții preocupate de păstrarea și perfecționarea funcționării corecte a presei: asociații profesionale și sindicate, organisme de observare, asociații ale publicului, instituții orientate spre cercetarea și evaluarea calității produselor mediatică și a corectitudinii comportamentului jurnaliștilor etc. Și aceasta nu doar pentru a asigura buna funcționare a sistemului mediatic, ci și în scopul garantării menținerii bazelor democratice ale însuși statului.

Se merită să amintim aici încă două modele de relaționare a presei cu statul și societatea, propuse de Denis McQuail [10] și care, în opinia noastră, completează contextul relaționist în care s-a afirmat jurnalismul social ca tip de activitate autonomă a mass-media. Este vorba despre modelul „dezvoltării” și modelul „participării democratice”, care, deși nu s-au cristalizat definitiv ca teorii normative, merită să fie amintite, dat fiind că îmbogățesc fondul ideatic referitor la activitatea mass-media în epoca modernă.

Modelul „dezvoltării”, după Denis McQuail, se atestă în țările în curs de dezvoltare, unde activitatea mass-media este orientată spre realizarea scopurilor politicii naționale, problemei limbii și culturii naționale acordându-i-se, în acest context, o atenție deosebită. Acest model a apărut datorită proceselor de democratizare a societăților, declanșate în lume pe parcursul ultimilor aproape trei decenii și datorită dorinței statelor subdezvoltate de a parcurge cât mai repede calea de raliere la țările dezvoltate. Conform acestuia, statul, în numele intereselor naționale, poate să-și adjudece dreptul de a institui anumite limitări în activitatea mass-media, inclusiv cenzura, pentru că el este considerat drept catalizator și unic dirijor al proceselor democratice și al schimbărilor benefice. Acest model limitează declanșarea mecanismelor de „eliberare” a energiilor sociale, singurele care sunt în stare să asigure cu adevărat o schimbare.

Modelul „participării democratice”, propus de D. McQuail, este foarte aproape de cel al responsabilității sociale a presei. Specificul acestuia rezidă în ideea rolului egal al transmițătorului și destinatarului informației; în primăria necesităților, intereselor și așteptărilor destinatarilor activi ai informației; în inacceptarea comercializării și monopolizării mass-media private; în recunoașterea necesității de instituționalizare, în conformitate cu normele responsabilității sociale, a serviciului public în audiovizual etc. În conformitate cu acest model, instituțiile mass-media trebuie să stabilească o relație cât mai strânsă cu auditoriul său, oferindu-i posibilitate de acces și participare în activitatea sa în condiții formulate nu de controlorul instituției, ci de utilizatorii produsului ei.

Modelul de relaționare a presei moldovenești cu puterea și cu societatea, în condițiile în care jurnalismul social s-a afirmat ca o direcție aparte a mass-media, a cumulat elemente din toate cele patru modele descrise mai sus, fapt ce a determinat specificitatea acestuia. Așadar, noile realități de la sfârșitul anilor '80 – începutul anilor '90 ai secolului trecut au schimbat, pe de o parte, modul de relaționare a presei cu puterea și cu societatea, iar, pe de alta, formele și metodele de activitate, ceea ce a condus la afirmarea unor noi roluri și funcții mediatică și la apariția unor noi tipuri de jurnalism, între care și cel social.

Bibliografie:

1. American Heritage Dictionary of the English Language, Fifth Edition. [Accesat: 20.01.2015] Disponibil: <http://www.thefreedictionary.com/journalism>.
2. American Heritage Dictionary of the English Language, Fifth Edition. [Accesat: 20.01.2015] Disponibil: <http://www.thefreedictionary.com/social>
3. BERTRAND, C.-J. *O introducere în presa scrisă și vorbită*. Iași: Polirom, 2001, p.33. 264 p. ISBN 973-683-677-0
4. CERNAT, M. *Conceperea și elaborarea ziarului*. București: Editura Fundației România de Măine, 2002, p.47. 210 p. ISBN 973-582-394-2.
5. Collins English Dictionary - Complete & Unabridged 2012. Digital Edition [Accesat: 20.01.2015] Disponibil: <http://dictionary.reference.com/cite.html?qh=journalism&ia=ced2>
6. COMAN, M. *Introducere în sistemul mass-media*. Iași: Polirom, 1999, p.93. 240 p. ISBN 973-683-359-3
7. Dicționarul Explicativ al Limbii Române. Ediția a II-a. Academia Română. Institutul de Lingvistică „Iorgu Iordan”. București: Univers Enciclopedic, 1998, 1194 p. ISBN 978-973-9243-29-2
8. Dicționar on-line. [Accesat 30.11.2014] Disponibil: <http://dexonline.ro/definitie/social>
9. MARCU, F. *Marele dicționar de neologisme*. București: Saeculum, 2000. 960 p. ISBN: 973-9399-62-2
10. MCQUAIL, D. *McQuail's Mass Communication Theory*. 4th edition. London, Thousand Oaks, New Delhi: Sage, 2000. 632 p. ISBN 978-184-920-292-3
11. Noul dicționar explicativ al limbii române. București: Litera Internațional, 2002.
12. Oxford Dictionaries Language matters. [Accesat: 20.01.2015] Disponibil: <http://www.oxforddictionaries.com/definition/english/journalism>
13. Oxford Dictionaries Language matters. [Accesat: 20.01.2015] Disponibil: <http://www.oxforddictionaries.com/definition/english/social>
14. POP, D. *Mass media și politica: teorii, structuri, principii*. Iași: Institutul European, 2000, p.35. 84 p. ISBN 973-611-120-2
15. Random House Kerneman Webster's College Dictionary. [Accesat: 20.01.2015]. Disponibil: <http://www.thefreedictionary.com/journalism>.
16. SOCOLOV, T. Capitalul social în contextul dezvoltării comunitare În: *Societatea și comunicarea în tranziție* / Coordonator: V. Moraru. Chișinău: Institutul mas media, ULIM, 2008, p.282. 392 p. ISBN 978-9975-934-58-9
17. THOMPSON, J. B. *Media și modernitatea. O teorie socială a mass-media*. Prahova: ANTET XX PRESS, p.47. 280 p. ISBN 973-8203-02-3.
18. МАКАШИНА, Г. *Социальная журналистика как новый тип журналистской деятельности*. [Accesat: 25.10.2014] Disponibil: <http://www.infohome-altai.ru/node/436>
19. СИБЕРТ, Ф.С., ШРАММ, У., ПИТЕРСОН, Т. *Четыре теории прессы*. Москва: Национальный институт прессы / Издательство «Варриус», 1998. 223 с. ISBN 5-7027-0550-5

Prezentat la 26.01.2015