

INTRODUCERE

Mass-media, new media și criza actuală. Presă ca „a patra putere” vs. *citizen journalism*

Antonio Momoc*

Universitatea din București

Înainte de revoluția Facebook, odată cu trecerea de la web 1.0 la web 2.0, jurnalismul tradițional a suportat o serie de transformări aflate încă în desfășurare. Apariția blogului și a blogosferei, popularitatea rețelelor sociale (Facebook, Twitter, LinkedIn) și mai ales introducerea pe scară largă a noilor tehnologii de comunicare culminând cu smartphone-ul conectat permanent la internet au modificat fundamental modul cum funcționează redacțiile și agențiile de PR și publicitate, felul în care jurnalistul sau specialistul în relații publice culege, redactează, transmite sau ambalează informația. Criza financiară internațională a contribuit la rândul ei la transformarea comunicării și a mass-mediei tradiționale.

În acest număr special al revistei „Sociologie Românească”, autorii răspund la următoarele întrebări: care sunt obstacolele economice actuale ale redacțiilor, ale agențiilor de PR și publicitate, care sunt presiunile financiare și politice asupra jurnaliștilor în contextul crizei, cum este afectată presa tradițională de ascensiunea presei online, ce aduc nou social media în jurnalism, comunicare și relații publice?

Mass-media tradițională, printul, cinematograful, radioul, au apărut și s-au dez-

voltat într-o perioadă de redescoperire a democrației sub forma democrației reprezentative. Diferența majoră dintre democrația antică directă ateniană și cea indirectă, modernă constă în faptul că, în epoca națiunilor, democrația modernă este una reprezentativă, iar puterea politică se exercită prin reprezentanți aleși. În opinia unor cercetători ai fenomenului, ca Paul Levinson (*New New Media*, Allyn & Bacon Penguin Academics, Boston, 2009), în democrația directă a lui Solon, Clistene și Pericle toți cetățenii vorbeau pentru toți cetățenii: în democrația directă ateniană toți cetățenii erau educați, adică știau să scrie și să citească legile, toți participau la elaborarea și votarea normelor cetății. În schimb, în democrația indirectă, câțiva reprezentanți vorbesc în numele tuturor cetățenilor, câțiva scriu și citesc legile pentru toți ceilalți. În sistemul mass-media tradițional (în epoca tiparului, a radioului, a televiziunii) câțiva cetățeni vorbesc în numele tuturor celorlalți: politicieni, jurnaliști, editori, gatekeeperi, patroni de presă.

Media tradițională s-a dezvoltat odată cu democrația indirectă. Raportul dintre producătorul și consumatorul de informație în democrația reprezentativă este urmă-

* Universitatea din București, Facultatea de Jurnalism și Științele Comunicării, Departamentul de Antropologie culturală și Comunicare, Bd. Iuliu Maniu 1-3, Complex Leu, Corp A, et. 6, sector 6, București, România. E-mail: antoniomomoc@fjsc.ro.

torul: câțiva vorbesc pentru toți. În sistemul media tradițional există o singură voce, un singur microfon, un singur reprezentant sau câțiva care se adresează unui număr mare de oameni, unor audiențe mari, unor publicuri eterogene.

În epoca internetului, a blogului și a social media, fiecare cetățean, fiecare consumator de media devine producător de informație și fiecare individ, la fel ca în democrația ateniană, vorbește pentru el și în numele său. New media (internet, blog, social media) fac posibilă apariția „satului global” în care un număr tot mai mare de oameni creează texte, imagini, mesaje, și devin producători de informație. Aceste schimbări din industria mass-media au determinat specialiștii să identifice „jurnalism cetățenesc” în activitatea online a userilor non-jurnaliști, a consumatorilor de media care se transformă, cu ajutorul noilor tehnologii, în producători de informație.

Nu întâmplător ideea de presă ca „a patra putere în stat” s-a născut în epoca presei tradiționale în care ziariștii erau percepuți ca vocea celor care nu se puteau face auziți sau văzuți de către deținătorii puterii. De fapt, la originea acestei metafore se află observația politicianului Edmund Burke, care ar fi remarcat (potrivit unei note a istoricului Thomas Carlyle) că în Parlamentul britanic erau trei stări sociale, dar la „galeria unde stăteau reprezentanții presei se afla o a patra stare, mai importantă decât toate celelalte la un loc”. Ideea lui Burke ajunsă pe tărâm francez a suferit o modificare: Balzac, Dumas, Zola au vorbit despre presă ca despre o „a patra putere”, iar expresia s-a impus în opinia publică cu această semnificație.

Evident, presa nu a fost niciodată a patra putere în stat, așa cum au descris principiul echilibrului și controlului reciproc al puterilor filosofi ca John Locke (*Al doilea tratat despre guvernare*) sau Montesquieu (*Despre spiritul legilor*). Ideea iluministă referitoare la separația executivului de legislativ și de o justiție

independentă s-a impus în democrația modernă ca mecanism fundamental de apărare a drepturilor și libertăților cetățeanului împotriva abuzurilor posibile ale puterii politice. Dar metafora „presa este a patra putere” exprima, dincolo de un mandat pe care ziariștii nu l-au avut niciodată din partea cetățenilor, și un deziderat al jurnaliștilor ca posibili reprezentanți și apărători ai interesului public în fața puterii (de stat) care are tendința să devină abuzivă. Câine de pază al democrației („*watch-dog*”), presa tradițională semnală abuzurile puterii politice și vorbea în numele celor „fără putere”, în numele categoriilor pe care politicienii nu le reprezentau.

Pe fondul ascensiunii presei online și mai ales după explozia social media, cetățenii – acum producători de informație – critică reprezentarea politică și pretind exprimarea directă a puterii poporului, fără intermediari. Criza democrației reprezentative nu este însă doar criza Parlamentului, a partidelor sau a reprezentării politice: cetățenii nu se mai simt reprezentați de politicieni, dar nici de către jurnaliști. Lipsa de legitimitate a parlamentarilor este completată de lipsa de încredere a cetățenilor în profesionalismul, obiectivitatea și bunele intenții ale jurnaliștilor. În acest context crește consumul de media alternativă, dar și producția de jurnalism alternativ. Democrația directă este astăzi o „democrație online”.

În primul articol al acestui număr al revistei *Sociologie Românească*, intitulat **Impactul social media asupra comunicării politice**, Ionela Carmen Boșoteanu insistă asupra schimbărilor pe care social media le-a provocat recent în viața noastră (publică și privată), dar și asupra transformărilor produse de noile tehnologii în comunicarea politică. După o scurtă trecere în revistă a impactului presei scrise, a radioului, a cinematografului și a televiziunii asupra comunicării publice, autoarea face un inventar al caracteristicilor noii comunicări politice în era social media.

Corina Daba-Buzoianu și Cristina Cîrțiță-Buzoianu propun o analiză a spațiului public în România postcomunistă și interpretează protestele din ianuarie 2012 ca pe o formă de manifestare a societății civile. Pornind de la consecințele crizei financiare și ale măsurilor de austeritate, cele două autoare discută modul în care comunicarea este structurată în spațiul public românesc, cine sunt actorii comunicării publice, care sunt temele dezbaterii publice. În studiul intitulat **Media picture politics: a communicational analysis of the Romanian media public space** sunt prezentate rezultatele unei monitorizări comparative între anii 2011 și 2012 asupra unor ziare naționale („Adevărul”, „Evenimentul zilei” și „Jurnalul Național”) cu privire la temele și actorii mediatizați în spațiul public înainte și după izbucnirea protestelor din ianuarie 2012.

În articolul **Pro și contra suspendării președintelui: referendum pe Facebook**, Monica Pătruț analizează modul cum a fost utilizată rețeaua Facebook atât de către susținătorii păstrării președintelui în funcție, cât și de cei care cereau demiterea lui, în timpul campaniei electorale pentru referendumul din 29 iulie 2012. Autoarea a folosit atât analiza funcțională pentru a cuantifica atacurile și apărările online ale celor două părți implicate, cât și analiza de conținut pentru a prezenta evoluția activității de comunicare a celor două tabere pe rețeaua de socializare Facebook.

Cel de-al patrulea articol, **Candidații prezidențiabili pe Facebook în timpul protestelor din ianuarie 2012** face referire la criza din ianuarie 2012 declanșată după demisia din 10 ianuarie 2012 a lui Raed Arafat din funcția de subsecretar de stat în Ministerul Sănătății. Demisia doctorului Arafat a condus la protestele de stradă care au culminat cu demisia guvernului Emil Boc pe 6 februarie 2012. Noutatea acestor mișcări de stradă o reprezintă mobilizarea online a protestatarilor. Politicienii, și în

special potențialii candidați la funcția de Președinte al României, au încercat să profite de momentul politic. Studiul prezintă reacțiile pe social media ale celor mai importanți actori politici: Victor Ponta, Crin Antonescu, Sorin Opreșcu, Dan Diaconescu, Mihai Răzvan Ungureanu sau Emil Boc.

Impactul web 2.0 asupra activității de PR este prezentat de Dragoș Lucian Ivan în articolul **Social Media PR as a catalyst: Balancing the Political Pressures to Communicate “with” or “to” the public**. Autorul discută despre relațiile publice 2.0 ca și catalizator pentru atragerea și implicarea consumatorilor/alegătorilor tineri. Cercetarea cantitativă și calitativă asupra practicienilor PR cu vârste cuprinse între 19 și 27 de ani a relevat în ce măsură noile instrumente PR 2.0 pot orienta membrii comunității tinere spre participare politică și implicare civică.

În finalul acestui număr, Romina Surugiu prezintă lucrarea *La sphère publique, la démocratisation de la vie sociale et politique et les médias en Roumanie*, apărută la Editura Tritonic, în 2012. Cartea Luminiței Roșca abordează modul în care mass-media din România a contribuit la formarea și consolidarea sferei publice de la noi. Romina Surugiu ne asigură că autoarea tratează conceptul de sferă publică în sensul filosofic dat de Habermas, dar și în sensul politic propus de documentele Uniunii Europene, iar pentru a oferi un cadru teoretic cuprinzător, recurge, de asemenea, la lucrările lui H. Arendt, dar și la perspectivele contemporane asupra modului în care se construiește sfera publică în anii 2000 în cercetările lui P. Mancini și K. Jakubowicz. Lucrarea Luminiței Roșca dezvoltă un model de analiză a sferei publice românești, din secolul al XIX-lea până în prezent, iar elementul central al acestui model este relația sferei publice cu presa.

Primit la redacție: martie, 2013