

STRATIFICAREA SOCIALĂ CA FACTOR CATALIZATOR AL PROCESULUI DE CONSTITUIRE A JURNALISMULUI SOCIAL

*Georgeta STEPANOV,
doctor habilitat în științe ale comunicării, conferențiar universitar*

Summary

The social stratification – phenomenon, which is assessed in Republic of Moldova in 90's of past century, which affected, without any exception, all social individuals, modified substantial social structure of moldavian society. New realities generated new social layers and, respectively, new social realities between and inside them, which consequently has lead to multiplication and diversification of the social problems, which followed to be reflected media differentially, certainly of the positions and from the perspective of social interest of this categories. A social priority, expressed in certain actions of the government, has become constant component of mass-media's agenda, likewise social problems, which represents significant part of audiovisual broadcast and periodic publications with generalist content, the social issue of press amplifying and becoming prior for mass-media. Social stratification has most contributed to concentration of press of social issues, but this social phenomenon, cumulated with other, has generated social journalism, claimed journalism for common people.

Fenomenele care s-au atestat pentru prima dată în anii '90 ai secolului trecut în Republica Moldova: destrămarea infrastructurii sociale și a principiilor morale, devalorizarea banilor, migrația, traficul de ființe umane, „tenebrizarea” și criminalizarea societății etc. au generat noi subiecte de reflecție pentru mass-media care au dus la extinderea diapazonului tematic și au modificat substanțial rolul și tehnicile ei de mediatizare a realității sociale. Dintre acestea, fenomenul de stratificare a populației cel mai mult a influențat modalitatea de abordare mediatică a realității sociale: „...odată cu prăbușirea Uniunii Sovietice și constituirea noilor state independente, angajate în construcțiile societății postmoderne, s-a început stratificarea societății și formarea claselor noi” [2, p.147]. Cercetătorul V.Mândru definește stratificarea socială drept „dispunere ierarhică a unor grupuri, categorii sau pătri sociale pe o scală constituită în baza unuia sau mai multor criterii” [3, p.49]. El susține că oamenii care ocupă poziții identice conform acestor criterii de măsurare formează o clasă socială – cel mai important element al stratificării sociale. Aceeași idee o găsim și la sociologii români C.Zamfir și L.Vlăsceanu, care afirmă că „noțiunea de stratificare socială se identifică cu structura socială sau o include pe aceasta” [5, p.605]. Modifi-

carea structurii sociale este un fenomen care a generat modificarea tehnologiei mediatice de reflectare a realității.

Vechea structură socială de tip sovietic, care recunoștea existența doar a trei elemente: muncitorii, țărănimea și intelectualitatea, a început să se destrame și, în scurt timp, s-a format un sistem pluristratic, care, de rând cu cele vechi, includea straturile sociale nou-formate, printre care: proprietari de capital, reprezentanți ai mediului de afaceri, fermieri etc. Și aceasta pentru că:

- s-a modificat radical rolul social al clasei muncitoare, aceasta pierzându-și statutul de lider;
- a dispărut proprietatea colectivă țărănească, colhozurile și sovhozurile fiind substituie cu gospodării țărănești private;
- s-a schimbat rolul intelectualității, aceasta cedând statutul de lider spiritual;
- s-a modificat structura clasei guvernatoare – a apărut o elită nouă, națională;
- s-au modificat formele de proprietate: cea colectivă a încetat să mai fie unică;
- au apărut alte forme de activitate, precum: businessul mic, mare și mijlociu.

Stratificarea a subminat considerabil orientările și valorile comune, existente odinioară, precum și scopurile sociale la care s-ar fi putut alinia societatea. Ideea națională ca valoare social-generală, care la acel moment era punct de atracție și pilon de coagulare a societății, și-a pierdut treptat din intensitatea și din claritatea sensului, ea fiind utilizată, cel mai frecvent, pentru realizarea intereselor și obținerea dividendelor politice atât de către forțele de la guvernare, cât și de către cele din opoziție. Vidul valoric a dus la imoralitatea acțiunilor puterii și la apatia și pesimismul social în rândurile maselor largi, fapt care a generat grave crize sociale. Sociologul V.Blajco susține că majoritatea țărilor din spațiul ex-sovietic s-au confruntat, îndeosebi în anii '90 ai secolului trecut, precum și mai târziu, cu diverse crize, determinate de:

- reformele social-economice cardinale, care au modificat structura societății și mentalitatea populației (întâi de toate, sistemul de valori și de orientări valorice);
- stratificarea bruscă a societății, apariția unei elite noi cu viziuni liberale;
- sărăcirea în masă a oamenilor cu o mentalitate nostalgică după realitatea sovietică („când toți trăiau bine”) [1, p.57].

Sociologii V. și I.Mocanu afirmă în studiul *Caracteristici ale vieții sociale în Republica Moldova*: „Anii de independență ai Republicii Moldova au determinat schimbări importante în toate domeniile vieții cetățenilor. Transformările sociale

au avut loc pe fundalul crizei economice, astfel produsul social brut s-a redus cu mai bine de jumătate. A crescut brusc rata șomajului, s-a redus considerabil nivelul veniturilor, a avut loc degradarea infrastructurii sociale, s-a înrăutățit starea de lucruri în sistemul învățământului, ocrotirii sănătății, culturii, s-au accentuat problemele legate de securitatea personală” [4, p.225-242]. Ei susțin că o bună parte din noile probleme erau legate de procesele de globalizare, de deschidere a hotarelor țării (criza financiară, emigrarea ilegală, traficul de persoane etc.), care au catalizat mobilitatea descendentă masivă a muncitorilor instruiți și calificați. În consecință, populația și-a pierdut sentimentul de protecție socială, încrederea în reformele sociale, în ziua de mâine, s-a dezamăgit în idealurile democrației.

În aceste condiții, indivizii sociali încep să manifeste sau să adopte noi modele de comportament, pe care le ajustează la realitățile sociale din interiorul grupului sau din societate, în scopul integrării în noua realitate socioeconomică. Schimbările de comportament se datorează, întâi de toate, noilor condiții economice, generate de procesul de afirmare a economiei de piață: „condițiile economice de trai influențează indirect comportamentul uman, în funcție de atitudinea față de ele” [4, p.225-242].

Noile relații economice au generat noi activități, meserii și profesii care, la rândul lor, au impus noi standarde și au construit noi relații sociale. Acestea însă nu întotdeauna și nu toate s-au dovedit a fi constructive și legale. Caracterul deviant al unor relații economico-financiare, care intra în contradicție cu legea, a provocat afirmarea unor comportamente antisociale ce au modificat structura personalității, au generat pierderea stimei de sine, a prestigiului în familie și în societate. Adaptarea unui anumit tip de comportament, constructiv sau distructiv, „depinde de modul în care se interconectează personalitatea, microuniversul cultural și existența particulară a individului cu mediul și condițiile sociale generale” [8].

„Desprinderea de fosta URSS în 1991 și accesarea la independență a Republicii Moldova a afectat nu doar raporturile politice ale acesteia cu fosta metropolă, ci, în primul rând, cele economice, la acel timp puternic interdependente. În asemenea situație, au avut de suferit sectoare determinante ale economiei naționale, mai întâi de toate, industria și agricultura” [7]. Cercetătorul A.Dumbrăveanu susține că diferențierea veniturilor populației a modificat nivelul de trai, care până în anii '90 a fost, mai mult sau mai puțin, omogen, și a catalizat stratificarea socială care a polarizat societatea între un număr foarte mic de oameni bogați și majoritatea săracă – neajutorată, incertă și pesimistă. În condițiile în care clasa de mijloc, care se consideră a fi baza echilibrului social, aproape că lipsea, nici nu putea fi vorba de coeziune socială. Mai mult, categoriile sărace trebuiau „protejate” de abuzurile celor bogați, precum și de impactul perturbării funcționării

normale a instituțiilor de bază ale societății. Din acest motiv, mass-media își modifică nu doar diapazonul tematic, ci și funcțiile sale, de o importanță majoră devenind următoarele:

1. *Conexiune, prin informare, între diverse grupuri și straturi sociale* – activități de realizare a circuitului informațional pe orizontală, privind promovarea intereselor, formarea imaginii anumitor straturi sociale și asigurarea dialogului social.

2. *Social advocacy* – activități mediatice privind reflectarea și protejarea intereselor grupurilor social-defavorizate sau potențial vulnerabile (pensionari, orfani, familii numeroase, migranți, persoane fără domiciliu, bolnave mental și fizic, neangajate în câmpul muncii etc.).

În context mediativ, social advocacy constă în acțiunile organizate ale mass-mediei de preluare și punere în circuit a problemelor „invizibile”, neglijate, în scopul atenționării factorilor de decizie și influențării atitudinii publice și a atitudinii actorilor politici. Jurnaliștii care scriu în această manieră realizează o activitate foarte apropiată de cea a avocatului, or, ambii, în esență, urmăresc același scop: să-și ajute eroii/clientii și să-i protejeze de abuzuri.

Activitatea de social advocacy se realizează, prioritar, pe verticală, de jos în sus, când acțiunea mediatică este concepută să apere interesele simplilor cetățeni. Dar ea poate fi orientată și de sus în jos, atunci când prin intermediul jurnalismului social se propagă anumite decizii cu scopul de a convinge cetățenii despre raționalitatea acestora și necesitatea de a le accepta și a se supune acestora, precum și activitățile de convingere și de formare a unor atitudini pozitive față de soluțiile oferite de autorități pentru rezolvarea problemelor sociale. Din perspectiva acestei funcții, circuitul informațional poate să funcționeze și pe orizontală, atunci când sunt reflectate problemele care apar între diferiți indivizi cu același statut social sau între diverse grupuri sociale.

3. *Social lobby* – activități de realizare a circuitului informațional pe verticală, legate de promovarea unor inițiative (de obicei ale societății civile) cu privire la anumite grupuri sociale. Orice acțiune a mass-mediei, care ține de un interes social particular, de grup sau general și care are drept scop final obținerea unui avantaj social sau satisfacerea unei nevoi sociale de interes personal sau de grup, se încadrează în această direcție de activitate a jurnalismului social. În linii generale, social lobby ține de promovarea unor interese sociale, fie ele individuale, fie de grup, fie ale unei organizații, prin influențarea în mod direct a politicilor publice, instituțiilor publice și chiar a factorilor de decizie.

Statul, funcționarii publici, factorii de decizie, pentru a-și putea exercita tot spectrul de atribuții decizionale, au nevoie, în primul rând, de legitimitate din partea subiecților. Din această perspectivă, presa este din ce în ce mai îndreptățită

de a-și aduce plusul de valoare, or, activitățile ei de social lobby nu se reduc doar la punerea în circuit a resurselor necesare pentru elaborarea politicilor sociale (informații primare, expertize, concluzii etc.), ci și la argumentarea necesității implementării acestora din punct de vedere temporal și spațial. Mijloacele de informare în masă conving factorii de decizie despre importanța adoptării politicilor sociale, îi ajută să achiziționeze mai multe competențe prin înaintarea către ei a unor propuneri raționale și absolut necesare și le asistă ulterior acțiunile în procesul de implementare a acestora.

4. *Monitorizarea politicilor, proiectelor și programelor sociale* – activități de realizare a circuitului informațional pe verticală, legate de diseminarea informației privind conceptualizarea politicilor sociale și modul de implementare a acestora. În această direcție se încadrează, de asemenea, activitățile de dezvoltare și punere în aplicare a programelor sociale și a proiectelor naționale.

5. *Reflectarea tehnologiilor sociale, necesare soluționării raționale a problemelor sociale* – activități mediatice care își propun să asigure parteneriatul social între reprezentanții puterii, reprezentanții mediului de afaceri și masele largi – cetățenii simpli. Tehnologiile parteneriatului social se aplică pentru asigurarea unei interacțiuni constructive, a unei cooperări mai eficiente între reprezentanții celor trei sectoare ale societății: sectorul public, privat și cel comercial, în scopul rezolvării problemelor sociale existente.

6. *Promovarea valorilor sociale* – activități de mediatizare a aspectelor moral-spirituale ale realității unei societăți, necesare formării abilităților de auto-identificare și autorealizare a individului social și prevenirii comportamentelor deviate. Valorile cuprind, practic, întreaga existență umană și asigură continuitate vieții sociale. Ele au rolul de a conserva structurile sociale și se manifestă ca elemente de bază ale modelelor de acțiune socială, fiind, totodată, criteriile de apreciere a activităților umane. Valoarea exprimă umanizarea progresivă a omului, umanizarea prin valori reprezentând o modalitate a existenței acestuia.

7. *Socializarea cetățenilor* – activități jurnalistice de reflectare a problemelor personale de natură psihologică și morală ale individului sau ale grupurilor sociale. Socializarea, în acest context, poate fi considerată drept armonizarea relațiilor intrapersonale și interpersonale, a relațiilor dintre individ și grupul social din care acesta face parte sau chiar dintre individ și societate, în general.

8. *Conexiunea între domeniul social și alte sfere ale vieții publice* – activități de mediatizare a relațiilor pe care le stabilește domeniul social cu alte domenii de activitate umană, care se realizează prin prisma intereselor majorității, pentru a asigura conexiunile sociale. Jurnalismul social asigură schimbul de informații între toate sferele vieții publice și implică în circuit toate instituțiile acestora. Mai mult, el implică în schimbul de informații și cetățenii simpli, creându-le

posibilitatea de a-și forma resurse informaționale proprii. Există o legătură între viabilitatea vieții publice și jurnalism, în sensul că jurnalismul este condiție sine qua non pentru participarea la viața publică. Frecvența sporită și caracterul activ al manifestărilor unor actori sociali sau instituții în viața publică condiționează atenția pe care mass-media o va manifesta în scurt timp pentru aceștia.

Noile realități au generat straturi sociale noi și, respectiv, noi relații sociale între ele și în interiorul acestora, fapt care a generat multiplicarea și diversificarea problemelor sociale, care urmau a fi abordate mediatic diferențiat, anume de pe pozițiile și din perspectiva intereselor sociale ale acestor categorii. Acest lucru a schimbat, pe de o parte, modul de relaționare a presei cu puterea și cu societatea, iar, pe de alta, formele și metodele de activitate a ei. Ca reacție la aceste schimbări, presa își diversifică tipologia prin apariția noilor categorii, precum: presa particulară – *Avto-Foto, Est-Curier, Gazeta de Vest, Accent Provincial, Cuvântul liber, Unghiul, Observatorul de Nord, Nunta* etc.; presa de divertisment – *Chef, Sport Plus, Viața familiei și nu numai, Casa Mare* etc.; presa confesiunilor religioase – *Altarul Credinței, Curier Ortodox, Cuvântul Adevărului, Clopotnița Moldovei, Făclia credinței, Luminătorul, Alfa și Omega* etc.; presa societăților de tip SRL, SA – *Contabilitate și Audit, Farm Expres, Promo Plus, Capital, Arta Medica, Makler* etc. Merită să fie amintită, în acest context, presa comunitară – fenomen sporadic ce se atestă periodic și în prezent. Anume presa comunitară, prima, a promovat de pe poziții noi valorile comunitare și a cultivat spiritul civic – obiective ale jurnalismului social.

Suportă modificări și tipologia produsului jurnalistic radiotelevizat, în grilele de emisie fiind incluse diverse emisiuni specializate pe domeniul social, printre care: emisiuni pentru minoritățile naționale din RM – *Russkii mir, Sub același cer, Svitanok, Petalo Romano, Gagauz ogea, Bucaan dalgasînda, Русский дом, Відродження, Radiomegdan, Idiş Lăbn, Romani glasos, Белорусская крыніца*; emisiuni pentru copii și adolescenți – *Academia bunelor maniere, De la ABC la BAC, Cuvântul celor care nu cuvântă, Forța junimii, Parteneriate pentru fiecare copil*; emisiuni pentru persoanele în etate – *Vârsta amintirilor*; emisiuni pentru persoanele cu nevoi speciale – *Ochiul interior* etc.

Stratificarea socială a afectat considerabil individul social, în particular, și societatea, în ansamblu, generând grave probleme sociale și pe orizontală, și pe verticală. Ca rezultat, mass-media și-a focalizat atenția, prioritar, pe problemele sociale, pe impactul și efectele acestora, precum și pe acțiunile concrete ale guvernanților în raport cu ele, socialul devenind unul dintre elementele-cheie ale discursului mediatic. Agenda mass-mediei s-a extins treptat prin completarea cu subiecte despre problemele sociale care amenințau bunăstarea economică, ordinea socială și morală; despre cele care amenințau potențialul de sănătate al

indivizilor; despre cele care aduceau prejudicii mediului fizic sau ecologic; despre problemele care se refereau la acțiunile globale cu impact internațional etc. În acest context, apar emisiunile de dezbateri ale problemelor sociale, precum: *Bună seara* sau *Moldova, țară de minune* și emisiunile de investigații sociale – *Reporter de gardă* sau *Patrula Jurnal TV*.

La începutul anilor '90, mass-media moldovenească acorda atenție, prioritar, problemelor care până nu demult erau „tabu” și care readuceau în albie istoria neamului, precum și problemelor care reflectau noile realități politice și care aveau menirea să instruiască populația asupra modului de a gândi și de a acționa conform principiilor noi, democratice. Presa aceluși moment a exprimat nevoia de eliberare, de solidarizare și a devenit un instrument combativ împotriva vechiului regim, o tribună de răspândire și de implementare a noilor standarde democratice. În lipsa unei concurențe serioase din partea altor elemente ale sistemului mediatic, presa scrisă a înregistrat inițial un succes eclatant, favorizat și de enormul interes al publicului față de multiplele transformări. Astfel, în primii ani de independență tirajele unor publicații periodice au crescut de la zeci la sute de mii de exemplare.

În a doua jumătate a anilor '90, starea de euforie în societate și în mass-media, generată de redobândirea independenței, revenirea la grafia latină și obținerea libertăților politice și civice etc., s-a consumat odată cu trecerea timpului. Destrămarea relațiilor economice, distrugerea vechilor valori, agravarea situației din sfera socială etc. au afectat considerabil individul social, în particular, și societatea, în ansamblu, generând grave probleme sociale. În consecință, agenda mass-mediei s-a extins prin completarea cu subiecte despre problemele sociale care amenințau bunăstarea economică, ordinea socială și morală; despre cele care amenințau potențialul de sănătate al indivizilor; despre cele care aduceau prejudicii mediului fizic sau ecologic; despre problemele care se refereau la acțiunile globale cu impact internațional etc. În acest context, apar emisiunile de dezbateri ale problemelor sociale, precum: *Dialog social*, *Bună seara*, *Natura în obiectiv*, *Spațiul public*, *Loc de dialog*, *Reporter*, *Reforma învățământului* etc., și emisiunile de investigații sociale – *Reporter de gardă*, *Patrula Jurnal TV*.

Condițiile social-politice și economice din acea perioadă au înlesnit lansarea mai multor publicații periodice și emisiuni radiotelevizate, eterogene ca statut, care au deschis noi orizonturi pentru afirmarea jurnalismului social moldovenesc. Prioritățile sociale, exprimate în acțiuni concrete ale guvernului, au devenit o componentă constantă a agendei mass-mediei, la fel precum și problemele sociale, care reprezintă o parte semnificativă a emisiunilor audiovizuale și a publicațiilor periodice cu conținut generalist, problematica socială a presei amplificându-se și cantitativ, și calitativ, și devenind prioritară pentru mass-media.

Așadar, stratificarea socială cel mai mult a contribuit la concentrarea presei pe problematica socială, iar acest fenomen, cumulat cu altele, a generat jurnalismul social, supranumit și jurnalismul pentru oamenii de rând. „Anume concentrarea presei pe problematica socială a generat o nouă direcție în jurnalism – jurnalismul social” [6]. Semnele distinctive ale jurnalismului social, după R.Ivanean, sunt:

- mediatizarea subiectelor „specifice” care niciodată nu s-au regăsit în presa sovietică: narcomanie, violență, sărăcie, tratament inuman, abandon etc.;
- abordarea problemelor de pe poziții noi – din punctul de vedere al cetățeanului, nu al funcționarului;
- asumarea de către mass-media a statutului de „apărător” al intereselor cetățenilor de rând;
- primirea calităților morale ale angajaților sistemului mediatic-comunicațional.

În opinia noastră, în categoria semnelor distinctive ale jurnalismului social mai pot fi incluse următoarele activități:

- conturarea portretelor sociale;
- promovarea practicilor sociale pozitive;
- critica acțiunilor ineficiente ale puterii sau, din contra, susținerea inițiativelor oficiale constructive în raport cu problemele sociale;
- organizarea dezbaterilor mediatice;
- identificarea și propunerea soluțiilor de rezolvare a problemelor sociale;
- evidențierea dimensiunii umane în produsul jurnalistic;
- utilizarea unui limbaj simplu, autentic și cât mai aproape de publicul mass-mediei;
- susținerea tendințelor sociale pozitive, demascarea fenomenelor negative etc.

Diferite de cele vechi, noile realități impuneau tuturor instituțiilor sociale reforme și modele de activitate noi. Politicile și procesele sociale noi urmau să fie și ele mediatizate de pe poziții noi, astfel apare activitatea mass-mediei de reflecție, de monitorizare și de evaluare a calității proceselor sociale și a modului de implementare a politicilor sociale ale statului. Din perspectiva acestei abordări, jurnalismul social se manifestă, întâi de toate, ca un instrument de diseminare a informației. Informația formează fluxul comunicațional în care se reflectă viața social-politică și economică a societății, inclusiv politicile sociale. Complexitatea acestora impune cunoștințe din ce în ce mai vaste, mai profunde și mai diverse, cunoștințe care nu pot fi dobândite din contactul direct al individului social cu realitatea. Vacuumurile informaționale sunt suplinite de jurnalismul social, care

se situează între individ și lumea înconjurătoare, facilitând accesul și integrarea acestuia în realitatea imediată. Apoi, jurnalismul social se manifestă și ca un instrument de expertizare a acțiunilor puterii. Prin dezbaterile publice pe care le inițiază și prin analizele pe care le realizează, acesta creează condiții favorabile pentru monitorizarea, aprecierea și chiar corectarea modului în care instituțiile statului și factorii de decizie se implică și activează în domeniul social. Tot aici se include și activitatea jurnalismului social de evaluare a politicilor și practicilor sociale, elaborate și puse în aplicare de aceste instituții.

Așadar, stratificarea socială a marcat plener specificul jurnalismului în Republica Moldova. Prelucrarea și transformarea informațiilor cu privire la noile realități, care s-au afirmat în toate domeniile vieții, în materiale jurnalistice, precum și distribuirea acestora către masele largi sunt activități care asigură circuitul informațional, circuit care catalizează dezvoltarea continuă atât a sistemului mass-mediei, cât și a societății.

Referințe bibliografice:

1. Блажко В. Кризис политического управления в современном молдавском обществе: причины и тенденции. În: *Revista de filozofie, sociologie și științe politice*, 2012, 1 (158).
2. Dumbrăveanu A. Referințe metodologice ale cercetării stratificării sociale în Republica Moldova. În: *Europenizarea: fațetele procesului*. Coord. V. Moraru. Chișinău: Sirius, 2013. 336 p.
3. Mândru V. Stratificarea socială după nivelul de trai: percepții ale populației. În: *Revista de filozofie, sociologie și științe politice*, 2012, 1 (158).
4. Mocanu V., Mocanu I. Caracteristici ale vieții sociale în Republica Moldova. În: *Calitatea vieții*, 2009, XX, nr. 3-4.
5. Zamfir C., Vlăsceanu L. *Dicționar de sociologie*. București: Babel, 2011. 770 p.
6. Иванян Р. Г. *Журналистика и социальная работа: природа и опыт институционального взаимодействия: Россия, конец XX – начало XXI веков* / Дисс. канд. полит. наук, Санкт-Петербург, 2007. 291 с.
7. Loghin L. *Republica Moldova și fenomenul migrației în contextul extinderii UE*. Disponibil: www.ipp.md/public/files/Publicatii/2003/iulie/ [accesat 28.11.2014].
8. Sârbu S. *Sărăcia ca problemă socială*. Disponibil: <http://meritocrazia.ro/2014/03/saracia-ca-problema-sociala/> [accesat 28.11.2014].