

Sociologia comunicării: Abordări comparative și perspective globale

Valentina Marinescu

Rezumat (în limba română)

Teza mea de abilitare se bazează pe cercetările realizate în ultimii cincisprezece ani de când am obținut titlul de doctor în sociologie cu o teză despre relațiile structural-funcționale dintre mass media și societate în România după 1989. Din anul 2000 până în prezent am continuat studiul relației dintre mass media și societate, la început acesta fiind strict limitat la nivel național (românesc), ulterior îmbrățișând analiza comparativă atât la nivel European, cât și trans-național.

În prima parte a tezei descriu parcursul și realizările mele academice și profesionale, concentrându-mă pe lucrările publicate după obținerea doctoratului. La început m-am concentrat pe o scurtă prezentare a parcursului meu profesional după obținerea doctoratului la Universitatea din București. Această introducere mi-a permis să fixez cadrul temporal general pentru a trasa liniile directoare ale contribuțiilor mele științifice și a puncta principalele direcții de cercetare în aceleași perioade de timp. Prezentarea contribuțiilor mele în domeniul sociologiei comunicării din această secțiune are la bază cadrul general al celor mai relevante dezbateri academice pentru interesele mele științifice din ultimii cincisprezece ani.

Primul proiect personal important în domeniul sociologiei comunicării și mass media pe care l-am realizat după anul 2000 a avut la bază Grantul de cercetare obținut de la Consiliul Național al Cercetării Științifice în perioada 2004-2006: *Mass media și procesul de integrare al României în Uniunea Europeană – O perspectivă jurnalistică*. Rezultatele arată că, înainte de admiterea României în Uniunea Europeană, jurnaliștii români își defineau rolul social nu numai drept *watch-dog* și simplii *informatory*, ci și ca *diagnosticieni ai socialului* (un tip special de *analisti sociali*). Jurnaliștii au identificat, de asemenea, principalele puncte slabe ale mass media românești dar nu au propus nicio modalitate de a schimba aceste caracteristici negative. Totodată, rezultatele au subliniat existența unei relații extrem de polarizate între jurnaliștii români, publicul (audiența) lor și puterea politică, fapt ce poate fi considerat extrem de important pentru evoluția democratică a societății românești ca întreg.

În anii următori, ca urmare a interesului constant în sociologia mass media, am realizat primul meu proiect comparativ despre relația dintre gen și mass media europene în perioada de după 1989 ca parte a unei inițiative de cercetare mai largi coordonată în 2006-2007 de Leslie R. Shade și Katherine Sarkakis: *Feminist Interventions in International Communication*. Interesul în analiza relației dintre mass media și gen s-a continuat cu proiectul de cercetare pe care l-am realizat în timpul stagiului post-doctoral la CRI-VIFF (Universite de Montreal): *Media coverage of the violence against women and children in Romanian and Canadian press*. Având la bază rezultate comparative și trans-naționale, ambele proiecte au ajuns la aceleași concluzii generale: în Europa de Est (și în România) există o perpetuare a imaginii de femeie-victimă în mass media. În această parte a lumii femeile au fost prezentate în textele și imaginile din media ca agenți pasivi care au fost asociați cu situații negative (violență, părere de rău, sărăcie). Ele păreau a fi actori sociali întrucâtva lipsiți de responsabilitate, indivizii de rang secund care doar sufereau drept consecință a actelor violente pe care alții le făceau și erau lipsite de orice mijloc de a riposta într-o modalitate normală și nomică. Mult-invocata *obiectivitate media*, care există la prima vedere în întreaga lume, s-a demonstrat că acoperă un discurs jurnalistic care reîntărește diviziunile sociale existente între indivizii puternici și cei lipsiți de speranță (femeile făcând parte din ultimul grup).

În perioada 2007-2008 am fost interesată de studiul problemelor comunicării și identității dintr-o perspectivă trans-națională și comparativă cu scopul de a înțelege mai bine construcția socială a știrilor transnaționale. Rezultatele proiectului de cercetare *Intercultural and global communication: Diasporic gender and communication in Romania and Canada* (realizat în 2007- 2008) au arătat că genul nu este ceva dat, ci supus transformării și, în acest sens, el este atât construit, cât și reconstruit în plan social pe măsură ce oamenii ajung să înțeleagă că norma le este dată prin interacțiunile sociale. Urmând norma sau abătându-se de la ea, femeile pot fie să se reafirme, fie să schimbe ceea ce se înțelege prin gen și modul în care relațiile sociale sunt construite într-un moment particular într-o localizare specifică. Imaginile și mesajele din narațiunile și poveștile femeilor romance din diasporă dezvăluie o varietate de strategii folosite în construcția auto-prezentării în plan social. După cum arată aceleași rezultate, aceste femei și-au construit noi identități sociale care au apărut ca forme sociale hibride fiind consecințe ale interculturalității și relațiilor diasporice care transcend vechile relații etnice și se constituie în formațiuni cultural transgresive.

În ultimii șase ani interesele mele de cercetare s-au concentrat pe analiza globalizării informației sub forma noilor conținuturi media transmise de la ceea ce anterior au fost

considerate *periferii* (Asia de Est) către centrele de influență mediatică sau *metropolă* (Occidentul – Europa de Vest și Statele Unite ale Americii). Mai multe proiecte de cercetare realizate începând cu 2009 până în prezent au ajuns la unele rezultate care îmi permit să afirm că audiența și consumul produselor culturale hibride (așa cum sunt produsele culturale est-asiatice exportate în Europa) au fost stimulate nu numai de noile motivații de consum (care acum sunt polivalente) ale noilor audiențe modelate de societatea modernă, ci și de noile abilități de a decoda aceste conținuturi la nivel individual și micro-social (acestea din urmă fiind derivate îndeosebi din amestecul genurilor media care este posibil prin procesele tehnologice de producție digitale). În plus, după cum arată aceleași rezultate, receptarea transnațională a acelorași produse ale culturii populare nu este omogenă, ci reflectă diferențe mai profunde care sunt adânc culturale și istorice în societățile central-europene și balcanice.

În cea de-a doua parte a tezei, pe baza rezultatelor obținute până acum, prezint pe scurt viitoarele direcții de dezvoltare atât în planul cercetării științifice, cât și în cel al activității didactice. În viitor arăt că mă voi concentra pe două proiecte prioritare de cercetare. Primul proiect va căuta să explice procedeele și miturile media folosite în reconstrucția identităților socio-culturale europene și asiatice la nivel global, în timp ce al doilea proiect are ca scop dezvoltarea unui model al înțelegerii modalităților variate în care mass media europene reconstruiesc procesele politice europene.