

MASS MEDIA AND THE CONSTRUCTION OF ACTIVE PUBLICS. NEW TYPES OF REPRESENTATIONS AND DELIBERATIVE PRACTICES

Research Project 2008-2010

Tema publicurilor active și analiza construcției mediatică a publicurilor sunt relativ recente. După perioada de început, în care comunicarea „de masă” era concepută ca adresându-se unui public unitar, masificat, pasiv și, deci, presupus influențabil prin mesaje „țintite”, teoriile despre public au început să se diversifice și să se nuanțeze sub influența teoriilor literare, a studiilor culturale și a - ceea ce ulterior s-au numit - „teoriile receptării”. Astfel că, de la „publicul de masă”, s-a ajuns la conceptul de „publicuri”, pentru ca, în unele studii, și existența acestuia să fie pus sub semnul întrebării. De la un model determinist („hipodermic”) centrat pe „media care acționează asupra publicului” s-a trecut la unul care consideră interacțiunea dintre media și public.

Transformarea discursului mediatic din punct de vedere al rolului jurnalistului poate fi sesizată nu numai la nivelul dispozitivelor de tip „campanie de presă”, dar și al celor informative și de dezbatere televizuală. De exemplu, grila curentă a televiziunilor este relevantă pentru emergența unui nou principiu de „coerență discursivă”: jurnalistul, ca actor civic în relația sa cu „un public activ”. Acest rol este pus în scenă prin diferite tipuri de dispozitive, fiecare dintre ele având însă ca element comun generarea unui „efect de interpelare”. Altfel spus, condițiile principale de producere a dispozitivului (condiții de enunțare, materiale, simbolice etc.) sunt astfel integrate încât generează un anumit imaginar cu privire la rolul informațional al jurnalistului, rolul publicului și modul de a organiza un cadru de informare.

Media nu mai este înțeleasă ca fiind doar într-o relație asimetrică/verticală față de un public care suportă „efecte”, „influențe” și „manipulări”. Media poate genera în rândul publicului contra-discursuri, mimetisme, alianțe simbolice, demarcări față de media, strategii de legitimare sau poziții defensive.

Întrebări (probleme) de cercetare:

Ce tipuri de reprezentări mediatică sunt instituite în jurul ideii de public activ?

Cum influențează construcția mediatică a publicului activ practicile deliberative în sfera televizuală?

Cum se reinventează rolul deliberativ al jurnalistului?

Ce transformări pot fi evidențiate la nivelul practicilor mediatică de interpelare?

În acest context, ce impact are fenomenul publicului diasporic asupra practicilor jurnalistice și a interacțiunii dintre media, clasa politică și opinia publică?

Cum evoluează procedeele prin care media generează efecte de interpelare prin inscripția în dispozitive tehnno-simbolice a unor figuri moral-emoționale (cecitatea morală, compasiunea, mila, indignarea, denunțarea, relatarea sublimă etc.)