

# Rețelele sociale și politica

Cătălin-Adrian PÂRVU

SNSPA, Facultatea de Administrație Publică

demi.shark@yahoo.com

## Rezumat:

*Obiectivul lucrării de față îl constituie, pe lângă abordarea succintă a ..., ci și determinarea influenței pe care o exercită mass-media, prin rețelele de socializare, asupra vieții politice în cadru național precum și internațional. Importantă utilizării unei optime comunicări prin canalele mass-media se reflectă asupra imaginii oricărei persoane din domeniul public. Înțelegerea relațiilor de natură complexă din interiorul sistemului mass-media și a politicului oferă o baza conceptuală în vederea analizării influenței comportamentului politic și, pe de altă parte, faptul că participanții sistemului politic exercită presiuni pentru a influența presa.*

*Se vehiculează de ceva timp încoace ideea că Media este o a Patra putere în stat, și deci modul în care se interacționează cu ea poate conduce atât la rezultate favorabile, cât și la eșecuri ce vor fi consemnate în anele istoriei. **"Presa nu mai este doar expresia unor poziții și opinii politice determinate; ea prezintă acum toate pozițiile și opiniile, fără a fi subordonată nici uneia dintre ele. Presă se constituie într-o «a patra putere» în această nouă situație, în care toate celelalte puteri sunt obligate să facă apel la serviciile ei, fără să poată însă să o subordoneze [.] ea devine o adevărată putere în momentul în care se separă de celelalte puteri, oferindu-le însă accesul la cuvântul și imaginea publică"** (G. Leblanc, 1995, p. 65).*

*După Bernard Mișge, spațiul public mediatic este influențat de: a) amploarea populației implicate; b) relațiile dintre partenerii actului de comunicare; c) stilul presei (de la presă de opinie la presă de informare); d) raportul cu puterile politice și economice; e) modul de organizare a mass-media (B. Mișge, 1997, p. 115).*

*Abordarea mea asupra acestei teme majore de cercetare s-a concretizat prin realizarea unui chestionar adresat unui public larg (sondaj de opinie) și a unor interviuri. Culegerea datelor și interpretarea lor s-a desfășurat pe etape, încercând a elimina-pe cât posibil-subiectivismul. Pornind de la ipoteza că prezența și activitatea persoanelor publice pe rețelele de socializare influențează imaginea populației.*

*Subiectul prezintă interes atât pentru student și profesori, cât și oameni ce practică meserii diverse – dacă nu pentru a-și largi orizontul cunoașterii cu acest domeniu, dar pentru a fi cetățeni model în societate.*

**Cuvinte cheie:** Rețele de socializare, politică, nouă generație, funcție publică.

## 1. Introducere

Nu mai este niciun secret faptul că rețelele sociale sunt tot mai prezente în viața noastră, iar acest lucru se poate observa în fiecare zi. În fiecare zi sute de oameni merg la muncă, acasă, la cumpărături sau oriunde cu un telefon, nu, cu un smartphone în mână, fiind active marea majoritate a timpului pe o rețea de socializare, fie că vorbim de Facebook, Twitter, Snapchat sau chiar jocuri online, pentru că, bineînțeles și acestea sunt rețele de socializare.

Astfel se pune întrebarea cât de afectați suntem de ceea ce se postează pe astfel de rețele, cum ne influențează deciziile, și cel mai important, pot acestea afecta soarta politică a unei țări? Prezența lucrare își propune să arate, prin chestionarea și interviuarea unui grup de persoane, importantă rețelelor sociale în viața noastră, dar și cum văd noile generații legăturile dintre rețelele de socializare și politică unei țări, dar și dacă acestea pot influența candidatura unui pretendent la funcția publică.

Trecerea de la democrația restrânsă, ateniană, la democrațiile societăților industriale nu ar fi fost posibilă fără dezvoltarea spectaculoasă a mijloacelor de informare, văzute în sensul etimologic cel mai strict al termenului de „media”, adică cel de intermediere, de punte de legătură între politicieni și votanți, între guvernanți și guvernați. În sensul ei modern, democrația presupune existența unei veritabile „curele de transmisie” care, să asigure cu succes informarea corectă și nepărtinitoare a votantului cu privire la actorii de pe scenă politică.

Este evident că dacă acest mijloc de legătură este obstrucționat, imperfecțiunile jocului democratic vor fi mai mari și analog, probabilitatea atingerii unui înalt nivel de democratizare al societății respective va fi mai mică. Presă are menirea principală de a acționa ca o contrapondere a puterii politice prin dezvăluirea abuzurilor în exercitarea autorității de stat, precum și prin înlesnirea dezbaterilor privitoare la bună funcționare a guvernării.

Mass-media joacă un rol esențial în educația democratică a cetățenilor prin faptul că prescrie și indică regulile politice, structurează și mediază înțelegerea proceselor decizionale și coordonează mișcările actorilor pe scenă politică. În literatură de specialitate întâlnim patru tipuri de comunicare subsumate intereselor instituțional-politice:

### 1.1. A socializa

Sunt de părere că nimeni nu poate nega faptul că specia noastră are nevoie de socializare, de interacționare și de comunicare cu cei din jur, dar cel mai mult de a aparține la un grup care să ne reprezinte pe noi și valorile în care credem. De unde aceasta nevoie?

Ca să răspundem cât mai scurt la acesta întrebare ne putem uita la lumea animal, unde, acolo relațiile sunt alterate sau influențate artificial. Este destul de simplu de observat, că orice este slab și vulnerabil, va încerca strategia conviețuirii în grup, astfel încât să poată beneficia de toată protecția pe care o oferă această formă de socializare. Turmă, grupul, bancul, stolul toate sunt comunități ale lumii animale, cu rolul de a mări șansele de supraviețuire a individului.

În interiorul comunității, acesta se va simți în siguranță, va putea fi ajutat, iar riscul este împărțit și mult diminuat. Omul a fost și rămâne din punct de vedere fizic,

unde la baza piramidei, având deci nevoie de a trăi în grup. Omului primitiv i-ar fi fost imposibil să supraviețuiască în competiția cu prădători mult mai puternici decât el, dacă nu ar fi trăit în grupuri. Inițial creat în scopul de apărare reciprocă, grupul s-a dezvoltat ca o entitate în interiorul căruia omul s-a putut dezvolta prin ajutorul acordat între indivizi.

Inteligența l-a ajutat să intuiască imensul avantaj oferit de comunitate: a putut să vâneze mai ușor, să-și construiască adăposturi, unelte. A înțeles că împreună cu alți indivizi că el, poate să devină un adversar care să intimideze pe cei mult mai puternici. Nevoia de a se înțelege cu ceilalți indivizi din grup a fost pasul care l-a împins și l-a învățat să comunice.

În zilele noastre omul nu mai este în situația de a se apăra de prădători, a dispărut necesitatea de supraviețuire fizică prin protecție colectivă. A rămas însă latentă, adânc imprimată genetic, nevoia de socializare. Planul în care acționează această nu mai doar unul doar fizic, interrelaționarea se desfășoară acum și acționează, în spațiul mental. Astfel dependența de grup, de comunitate devine vitală, fiind cerută și impusă de subconștient, cel mai important factor de decizie de care dispune omul.

## 1.2. Agenții socializării

*Familia* este principalul agent al socializării. Este intermediarul dintre societate și copil, locul în care se modelează principalele componente ale personalității.

Cercetările de sociologia familiei scot în evidență faptul că, în societățile urbane moderne, familia a pierdut din importanță să socializatoare tradițională. Mai ales în situațiile în care ambii părinți își desfășoară activitatea în afară menajului, iar copilul interacționează cu părinții doar câteva ore pe zi. În acest context funcția socializatoare a familiei se exercită mai dificil și mai sumar, o parte din elementele ei sunt preluate de alți agenți socializatori, îndeosebi de către școală, sau de rețelele sociale.

*Grupul de prieteni (anturajul)* constituie un grup social al cărui membri au aceeași vârstă și poziții relativ similare. Acesta se manifestă ca un puternic agent socializator în perioada copilăriei și a adolescenței. Grupul de prieteni le oferă copiilor posibilitatea să se manifeste independent în afară controlului părinților. În grupul de prieteni copii se află pe poziții egale. Spontaneitatea, limitată ori cenzurată de adulți sau autocenzurată, se exprimă liber în absența adulților. Aici copiii învață să interacționeze ca egali, ca parteneri de cooperare și colaborare, într-un cadru cooperant.

*Școala* este un agent socializator complex, care oferă atât informații, calificări, cât și un întreg climat valoric și normativ, formal și informal. Reprezintă primul contact major al copilului cu lumea din afara familiei. În cadrul școlii copilul învață despre noi statusuri și roluri care nu sunt în familie și în grupul de prieteni din care a făcut parte până atunci. Școală accentuează efectul socializator al grupului de prieteni și reduce influența familiei. Socializarea din perioada școlii este o socializare dominant participativă și anticipativă. Școală suplinește familia în transmiterea componentelor culturii. Prin intermediul acestui agent de socializare cultură societății respective își pune amprenta să distinctivă asupra personalității umane.

*Mijloacele de comunicare de masă* tind să devină, în societățile contemporane, unul dintre principalii agenți de socializare. Efectele socializatoare ale mijloacelor de comunicare de masă au făcut obiectul a numeroase analize, iar concluzia comună a fost că acestea s-au impus ca un influent agent socializator pentru copii, cu efecte atât pozitive, cât și negative, în funcție de conținutul mesajului.

Emisiunile TV cu conținut prosocial oferă modele comportamentale conforme cu normele și valorile sociale, învățându-i pe copii normele unui comportament acceptat, în timp ce emisiunile ce propagă violență induc copiilor comportamente violente sau accentuează predispozițiile agresive. Violență din filme determină un comportament agresiv sau violent mai ales la băieții cu vârste cuprinse între 8-12 ani.

## **2. Politicul și politica**

Politicul ne trimite la ideea unei ordini indispensabile (văzută ca o structură socială) ce permite oamenilor să trăiască împreună.

Politicul se definește ca acel spațiu în care indivizii acceptă să supună conflictele lor de interese unei instanțe în măsură să ofere reglementarea acestora, sau în viziunea lui Max Weber “o putere ce deține monopolul coerciției legitime”

Politica definește o activitatea ce constă în raportarea la putere și exercitarea prerogativelor pe care această le presupune. Ea este o funcție socială deoarece realizarea sa este indispensabilă de o colectivitate socială, careia îi delimitează câmpul de acțiune și orientarea spre anumite scopuri.

Politica raportată la stat: așa cum s-a prefigurat în cetatea antică, politica este arta de a governa în vederea binelui public. Politicul ne trimite la ideea unei ordini indispensabile (văzută ca o structură socială) ce permite oamenilor să trăiască împreună.

Politicul se definește ca acel spațiu în care indivizii acceptă să supună conflictele lor de interese unei instanțe în măsură să ofere reglementarea acestora, sau în viziunea lui Max Weber “o putere ce deține monopolul coerciției legitime”

Politica definește o activitatea ce constă în raportarea la putere și exercitarea prerogativelor pe care această le presupune. Ea este o funcție socială deoarece realizarea sa este indispensabilă de o colectivitate socială, careia îi delimitează câmpul de acțiune și orientarea spre anumite scopuri.

Politica raportată la putere: În orice societate, fie că vorbim de un grup uman (fie și colectivitatea/anturajul din care facem parte putem observa că un membru este mai carismatic, se impune mai bine, întotdeauna are tendința de a prelua conducerea unei conversații sau de veni cu idei noi) sau că vorbim de guvernul unui stat există indivizi care comandă (guvernanții) și indivizi care se lasă comandați, se supun ordinelor (guvernații). Această „definiție” constituie un fenomen depistabil în orice societate.

De menționat este faptul că puterea nu este caracteristică doar relației politice. Se poate vorbi de putere în orice situație. Să luăm exemplul agenției sociale descriși la capitolul 1.3. Întotdeauna va exista „capul familiei”, „șeful bandei” (ca să vorbim de anturaj) „șeful clasei”, sau acea persoană de pe rețelele sociale care are cele mai multe like-uri.

Influența primelor 3 exemple este destul de clară, întrebarea care se pune este: câtă putere poate avea rețeaua de socializare și persoana cu cele mai multe like-uri, în relație cu puterea politică?

### 3. Obținerea și interpretarea rezultatelor

#### 3.1. Sondajul de opinie

Lucrarea de față a pornit de la conceptul primei alegeri a lui Barak Obama, că și președinte al Statelor Unite: contracandidatul sau avea un sprijin al populație mult mai mare, dar și metodele de propagandă clasice, în timp ce Barack Obama a dorit o abordare mai modernă, prin care mare parte din campania lui pentru a ocupa scaunul din biroul oval s-a derulat pe rețelele de socializare.

De asemenea avem și două exemple din viața românească, o situație identică s-a întâmplat și cu alegerea președintelui României – Klaus Iohannis – când, la început de campanie, activitatea pe rețelele de socializare era destul de mare, față de contracandidații săi.

Un exemplu mai recent îl constituie evenimentele ce au precedat “Ordonanță Grațierii” adoptate de Guvernul României în iarnă anului acesta. Este normal că într-un stat democratic lumea să își exprime opinia față de modul cum este condusă țară, însă adăugând și puterea rețelelor sociale, protestele au ajuns de o amploare mult mai mare decât s-ar fi așteptat cineva.

Acest lucru s-a întâmplat pentru că, acesta este un lucru bun, toată lumea a reușit să își spună punctual de vedere, pro sau contra, au fost postate pe Facebook, Instagram etc., demisii ale funcționarilor publici, iar acest lucru a dus la o propagandă și mai mare, față de simplă apariție la T.V., unde poate mulți tineri din ziua de azi nici nu-l mai folosesc, deoarece sunt prea ocupați cu activitatea de pe rețelele de socializare.

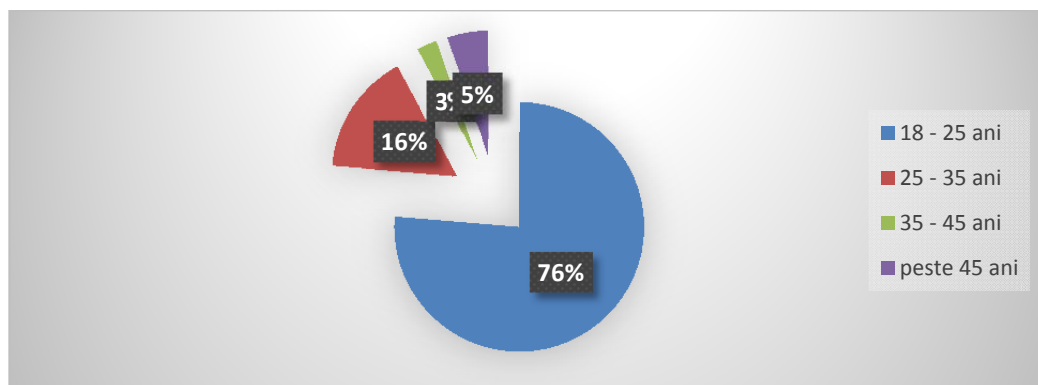
Astfel pentru a reuși să demonstrăm influența rețelelor de socializare am folosit că și modalitate de cercetare interviul și sondajul de opinie, obținând astfel un total de 52 de respondenți. Pragul de vârstă de 18-60 de ani.

S-a folosit un prag de vârstă atât de larg pentru a putea vedea ideile și gândirile unor generații diferite, care a **deposit** și a trăit într-o era politică mult diferită.

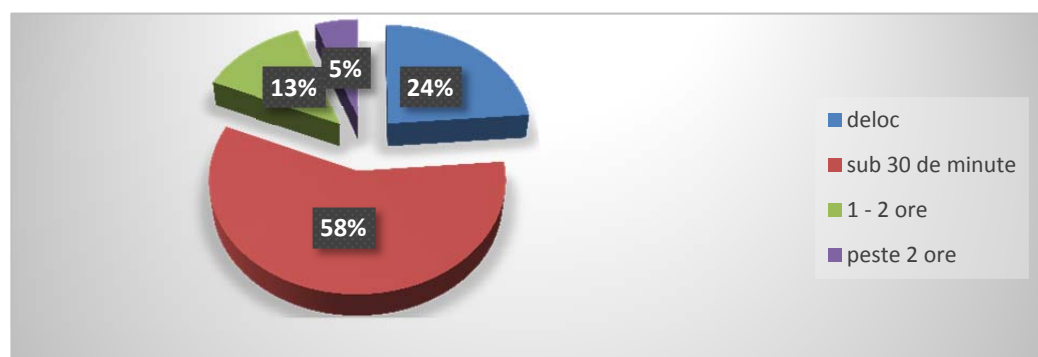
De menționat este faptul că în interviul s-au inclus și persoane care nu au avut acces la internet (în general persoanele peste 48 de ani).

Astfel al sondajul de opinie au participat 38 de persoane, cu vârste de la 18 ani la peste 45 de ani (fig. 1), cu minim 12 clase terminate, și cu diverse ocupații (de la lucrător comercial, la patronal unei firme sau agent de poliție).

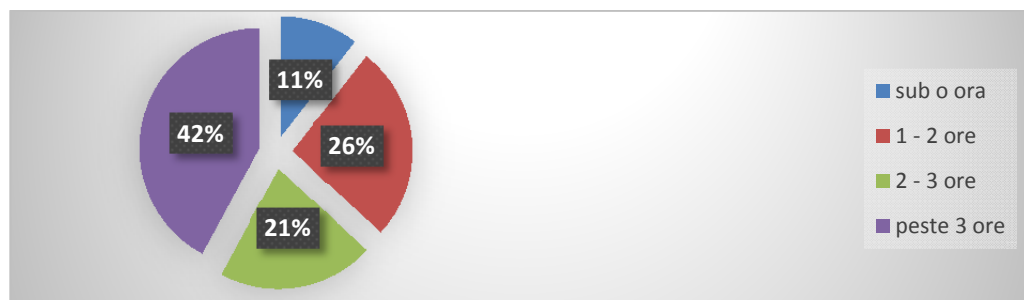
Fig. 2 și Fig. 3 ne arată cât petrec în medie respondenții pe rețelele sociale, și cât alocă acestea documentarii în legătura cu situația politică din țară sau din afara țării. Ceea ce este interesant se află în figura 4 unde, la întrebarea „Credeți că postările de pe rețelele sociale pot influența soarta unui candidat într-o funcție publică?” doar 93.1% dintre respondenți au răspuns că da.



**Figura 1.** Catalogare respondenți chestionar de opinie.

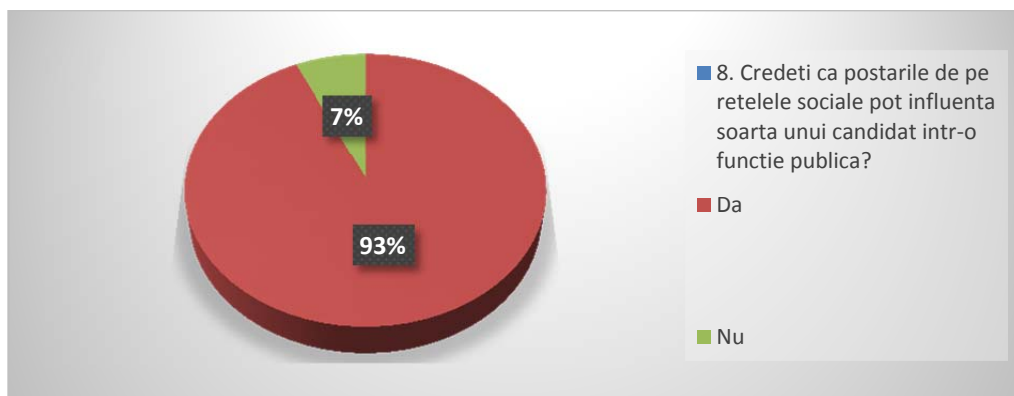


**Figura 2.** Timpul alocat pe rețelele sociale.



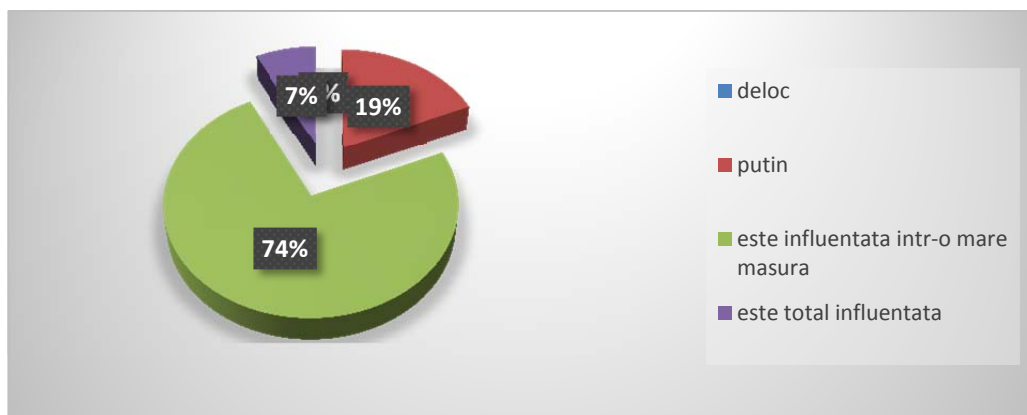
**Figura 3.** Timpul alocat pentru documentarea situației politice.

Acest lucru, după cum se poate observa în figurile 3 și 4, este invers proporțional cu timpul alocat documentării despre viața politică, ceea ce, după părerea mea, este un lucru foarte grav deoarece un cetățean care nu se documentează și nu cunoaște situația politică a statului în care se află, dar și relațiile pe care le are cu alte state, va merge întotdeauna cu mulțimea, sau va fi ușor influențat de mass-media sau rețelele sociale, spre deosebire de un cetățean care se interesează și se documentează, deoarece acesta din urmă va înțelege care sunt nevoile politice ale țării și va ști ce candidat ar putea să acopere acele nevoi.



**Figura 4**

Lipsa de documentare se poate observa și în Fig. 5, care ne arată cât de mult poate influența o rețea socială un candidat într-o funcție publică, unde toți respondenții au fost de acord ca, mai mult sau mai puțin, rețelele sociale influențează soarta acestuia. Iar când spun lipsa de documentare mă refer la faptul că nu este de ajuns să se citească o postare pe Facebook pentru a hotărî dacă un candidat este bun sau nu.



**Figura 5.** (cât de mult influențează o rețea sociala soarta unui candidat).

Când au fost rugați să motiveze de ce consideră rețelele sociale pot influența candidații, tinerii cu vârste între 18–25 de ani au fost de părere că, așa văd o postare de-a unui prieten și comentează sau critică așa se întâmplă și cu candidații în funcții publice.

De menționat este faptul că, interpretând datele sondajului ei fac parte din categoria care se documentează cel mai puțin sau aproape deloc.

Crescând pragul vârstei, și totodată și gradul de informare, participanții au motivat că opinia publică își face o idee despre ce fel de om este (urmărind diverse postări), ce fel de interese are și astfel își fac o părere despre candidatul respectiv.

Legându-ne de gradul de informare al cetățenilor, au fost respondenți care au spus să rețelele de socializare sunt folosite de multe ori și pentru a manipula masele

de oameni, sau pur și simplu pentru a dezorienta sau dezinforma electoratul. Cei care au făcut aceste mențiuni au fost de acord că aceste lucruri se întâmplă și din cauza faptului că lumea nu mai are încredere în sistemul actual de vot sau în candidate dar și din cauza faptului că lumea se documentează din ce în ce mai puțin despre starea politică a țării, fiind exemplificați noile generații care merg din ce în ce mai puțin la vot.

### *3.2. Interviu*

Interviurile s-au desfășurat în general în parcurile din capitală, iar întrebările au fost puțin modificate, mulți dintre cei intervievați nu aveau acces la internet sau rețele sociale. Astfel au fost intervievate 14 persoane cu vârșe între 48 și 60 de ani.

Aceste persoane au spus că au mai mult timp liber, toți fiind pensionari, și astfel urmăresc diverse emisiuni de televiziune cu tentă politică, iar când merg la vot ei iau în calcul ce au auzit la aceste televiziuni.

Astfel, ei sunt de acord că noile generații nu se documentează cum trebuie despre starea politică, cu toate acestea majoritatea, au exprimat faptul că nici ei nu se documentează corespunzător, deoarece nu au acces la internet, sau starea necesară să înceapă să învețe cum să folosească noile rețele sociale.

Și deși nu au rețele sociale, toți cei 14 respondenți au fost de acord că Facebook, Instagram etc., pot influența orice, spun ei, nu doar soarta politică. Ei au dat exemple pe nepoții lor care folosesc din ce în ce mai mult telefoanele și rețelele mai sus menționate, și deși au spus că pot învăța și lucruri utile (dând exemplu paginile de gătit etc.) acestea se lasă influențați de postează colegii lor cu mai multe like-uri, de multe ori schimbându-le și starea de spirit; considerând acesta un lucru rău.

De asemenea au considerat că, așa cum televizorul este folosit ca mijloc de „propagandă” așa se poate întâmpla și cu rețelele sociale, subliniind încă o dată faptul că tinerii nu se documentează cum trebuie despre toate aspectele vieții cotidiene, nu doar politică.

### **4. Concluzii**

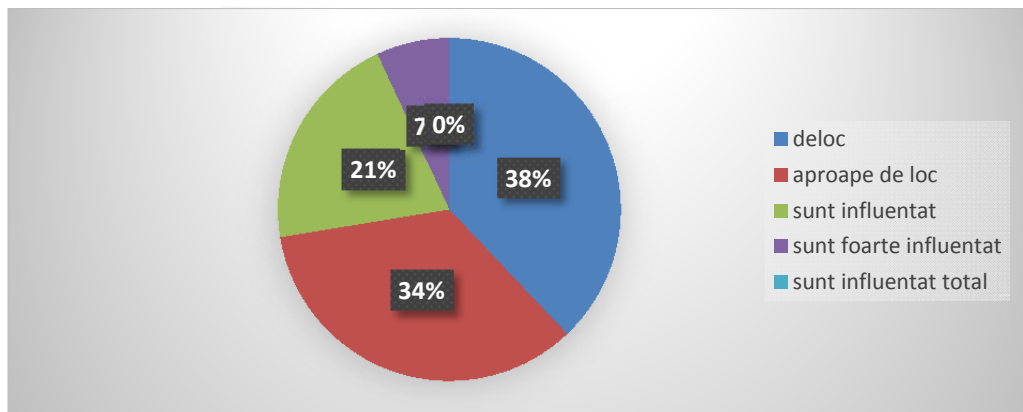
În urmă acestui studiu realizat s-a constatat faptul că lumea este foarte activă pe rețelele de socializare, urmărind fiecare mișcare și postare, de la colegul de muncă, până la deputații și senatorii țării, ceea ce nu este nou (acest lucru fiind dovedit de mitingurile din această iarnă din România), cu toate acestea s-a dovedit că oamenii, așa cum ei au exprimat, sunt din ce în ce mai puțin informați, și nu din cauza faptului că informația nu există, ci din cauza faptului că ei acceptă, cea mai distorsionată formă de informație pe care o aud fără a mai cauta și alte surse, pentru a vedea dacă într-adevăr informația primită este validă sau nu, ori dacă coincide cu interese și părerile lor.

Ceea ce s-a mai demonstrat este faptul că, pe lângă lipsa de informare, se adaugă și puterea de influență ce o au în prezent rețelele sociale, fapt dovedit prin fig. 6. Este adevărat că acest sondaj are un număr mic de respondenți (52), dacă vorbim despre fapte reale putem da exemple clare din viața de zi cu zi.



Aici putem aminti despre un exemplu comic din România, și anume „Ziua Izabelei”, când o tânără a dorit să invite cât mai multă lume la aniversarea ei de 12 sau 13 ani, și a făcut un event public pe Facebook.

Acest lucru, urmat de explozia de like-uri și de share-uri este cunoscut, cred, de toată lumea, mai ale că acea postare a fost preluată și difuzată de diferite trusturi de televiziune.



**Figura 6.** Cât de influențat sunteți de postările de pe rețelele de socializare?

Concluzionând, se poate afirma că noile generații nu ar trebui să ignore importantă rețelelor de socializare întrucât acestea, într-adevăr, ne ajută să comunicăm mai ușor unii cu alții, însă ar trebui să fie mai atente la deciziile ce sunt luate la nivel central în țara noastră, să se documenteze corect, nu doar de pe Facebook, iar în momentul când sunt chemați să își exprime opinia să aibă în vedere orientările lor politice, dar și care sunt interesele țării (fie că vorbim de România, sau de altă țară) atât pe termen scurt cât și pe termen lung.

---

## Bibliografie

---

Academia Română, Institutul de Lingvistică „Iorgu Iordan – Al. Rosseti” – Dicționarul explicativ al limbii române.

Ignatiadis, I., Nandhakumar, J. (2007), *The impact of enterprise systems on organizational resilience*, Journal of Information Technology, vol. 22, nr. 1, pp. 36–43.

Milca, M., Sisteme Politice și Administrative – Curs.

National Center for Biotechnology Information, <http://www.ncbi.nlm.nih.gov>, data: 02.03.2016.

Tîrziu, A. M., Vrabie, C. (2015), *Education 2.0: Universities' E-Learning Methods*, LAP Lambert Academic Publishing, Germania, pp. 1–74.

Vrabie, C. (2016), *Elemente de e-guvernare*, Ed. ProUniversitaria, București, România, pp. 81–104.