

Comunicarea în mediul online și impactul său social în incidentul de la Colectiv

■ ANIȚA GRIGORIU

[Spiru Haret University]

Abstract

The present study is based on needs - action paradigm, showing the causal role of youth needs: cognitive and social needs in the online communication. In Collective case, social networks are becoming the main source of information for Romanians who want to know in real time about the tragedy and mobilizations details surrounding this incident. Research is structured on two levels: one aimed at addressing theoretical background of online communication, and other that analyzes Facebook as main engine for transmission of information, a genuine press center in the Collective drama, but also as an accelerator of social and political events.

Keywords

online communication; social compensation; Internet; social media

Cadru teoretic. Clarificări conceptuale

Cadrul teoretic propus aduce cercetarea de față într-un cadru conceptual integrat, care permite înțelegerea rolului dinamic al diferiților factori care influențează comportamentul și atitudinea utilizatorilor de online în exprimarea opiniilor, în contextul incidentului petrecut în seara zilei de 30 octombrie, la clubul Colectiv din București, în urma căruia au decedat 64 de persoane¹. Bazat pe paradigma nevoi-acțiuni, studiul de față urmărește impactul social pe care l-au avut protestele prilejuite de incendiul de la Colectiv, a căror mobilizare s-a făcut în mediul online.

Noile tehnologii de comunicare le permit oamenilor să se facă auziți și observați, să se unească în scopul unei cauze și să lupte pentru ea. Participarea la comunitățile online oferă utilizatorilor săi oportunități pentru practicarea abilităților sociale și pentru exprimarea opiniilor. Internetul este văzut astăzi ca mijloc de explorare a lumii sociale și are unele calități unice: nu este mediat de autorități, nu este față în față, este interactiv și poate fi anonim (de exemplu, blog-uri, forumuri, camere de chat

¹ În incinta Clubului Colectiv au decedat 26 de persoane, iar în zilele de după incendiu numărul morților a crescut la 64.

și mesagerie instant)². Utilizatorii săi acționează din diferite nevoi de compensare socială și de gestionare a stării de spirit sociale care îi motivează. Astfel, motivele pentru utilizarea Internetului pot fi identificate colectiv ca motive pentru „compensarea socială”³.

Internetul în general și social media în special este un instrument uimitor de a comunica în timp real. În cadrul descrierilor care există, se poate spune că social media este un instrument social de comunicare bazat pe un set de tehnologii moderne care oferă oamenilor posibilitatea de a ieși din stadiul de consumatori de conținut, către cel de editori. Aceste tehnologii le permit oamenilor să se conecteze unul cu celălalt pentru a crea (sau co-crea) valoare prin conversație online și colaborare⁴.

Comunicarea pe rețelele sociale s-a dovedit nu o dată ca fiind foarte eficientă (vezi cazul Roșia Montana și alegerile prezidențiale din 2014) și că poate duce la schimbări spectaculoase, ca și în cazul tragediei de la Colectiv. În acord cu Paul Dobrescu și Ana Bărgăoanu, „Internetul nu este o simplă rețea de comunicare foarte rapidă. El nu este doar o imensă rețea de calculatoare conectate, ci este un sistem revoluționar care a reinventat modul de a gândi afacerile, educația, administrația și guvernarea”⁵.

Dacă despre comunitatea online se spune că reprezintă o zonă în care problemele personale și colective sunt abordate deschis, fără rețineri, și se propagă fulgerător, acest fapt este cu atât mai valabil pentru utilizatorii rețelelor sociale. Unul dintre cele mai importante aspecte ale noilor metode de comunicare este cea ce numește David Kirkpatrick „Efectul Facebook”. Mesajele pe Facebook circulă cu rapiditate „de la un om din dormitorul său, la milioane de oameni în stradă”⁶, căci „Softul Facebook-ului face informațiile virale. Ideile de pe Facebook au abilitatea de a grăbi grupurile și de a face mulți oameni conștienți de ceva aproape simultan, de răspândire de la o persoană la alta și de la unul la mulți cu o unică problemă – ca un virus.”⁷

Totodată, Facebook „schimbă modul în care oamenii comunică și interacționează, modul în care vânzătorii își vând produsele, cum guvernele ajung la cetățeni, chiar și modul în care operează companiile. Se alterează caracterul de activism politic, iar în unele țări acesta începe să afecteze procesele de democrație în sine”⁸, ceea ce ridică mari semne de întrebare privind utilitatea acestei rețele. Alături de alte noi forme de comunicare cum ar fi telefoane mobile, You Tube și Twitter, *Efectul Facebook* „împuternicește cetățenii obișnuiți să inițieze această răspândire rapidă a informației”⁹ și să țină loc de reporteri.

2 Louis Leung, „Effects of Motives for Internet Use, Aloneness, and Age Identity Gratifications on Online Social Behaviors and Social Support among Adolescents”, în Robert Zheng, Jason Burrow-Sanchez, Clifford Drew (Eds.), *Adolescent Online Social Communication and Behavior. Relationship Formation on the Internet*, (Hershey, New York: Information Science Reference, 2010), 122

3 Leung, „Effects”, 121.

4 Peter R. Scott, J. Mike Jacka, *Auditing Social Media. A Governance and Risk Guide* (Hoboken, New Jersey: Wiley, 2011), 5.

5 Paul Dobrescu, Ana Bărgăoanu, *Mass Media și societatea* (București: SNSPA, 2001), 64.

6 David Kirkpatrick, *The Facebook Effect* (New York: Simon & Schuster, 2010), 7.

7 Kirkpatrick, *The Facebook*, 7.

8 Kirkpatrick, *The Facebook*, 15.

9 Jim Whiting, *Online Communication and Social Networking* (United States: Reference Point Press, 2012), 17.

Uniți prin Facebook, românii încep revoluția digitală

În prezentul demers plecăm de la ipoteza conform căreia participanții la grupul de discuție Colectiv consideră că prin implicarea lor pot aduce schimbări majore în societate. Inițial, tinerii au protestat față de guvern în mediul online: pe bloguri, forumuri și site-uri sociale, după care protestul lor a continuat fizic în stradă. Fie că a fost vorba de donare de sânge, de ieșit în stradă sau de verificarea unor informații privind situația victimelor, mobilizarea s-a făcut pe Facebook, prin crearea grupurilor tematice care susțineau aceeași cauză.

Rolul Internetului în susținerea activităților cetățenilor este unul foarte important, întrucât mulți români aleg social media ca mijloc de informare și participare la activități de voluntariat, civice sau politice.

Odată cu producerea incidentului de la Clubul Colectiv, prezența românilor în mediul online a atins cote nemaîntâlnite. „Cererea de informații a fost una dintre cele mai mari (...) traficul site-ului a fost mai mare decât ziua de după alegerile prezidențiale, după turul doi, care la fel, a fost un record până atunci, pentru toate site-urile”¹⁰, ceea ce a făcut ca BBC să numească această mobilizare „revoluția digitală”.

La nivelul societății românești, în luna decembrie a anului 2015 erau înregistrați 8.300.000 de utilizatori de Facebook. Dintre aceștia, 61.32% sunt bărbați și 38, 68% sunt femei¹¹. La categoria de vârstă, cei mai mulți dintre utilizatori (29.2%) sunt între 25-34 de ani, urmați de tinerii cu vârstă între 18-24 de ani (23.1%), 35-44 de ani (20.4%), 13-17 ani (10.3%), 45-54 de ani (10.3%)¹². Așadar, peste 50% dintre utilizatori au între 18-34 de ani, sunt persoane tinere, active, cu drept de vot, care se pot mobiliza repede.

Uniți de tragedie, dar și din pricina deziluziilor din ultimii ani de la Revoluție, sute de mii de persoane s-au mobilizat pe rețelele sociale pentru a-și ajuta semenii: în acțiuni de voluntariat pentru donare de sânge pentru victimele incendiului și pentru asigurarea necesarului de materiale sanitare în spitale; în organizarea de teledoane și de campanii de într-ajutorare; în susținerea morală și materială a familiilor victimelor aflate la spitale.

Facebook-ul este supranumit în preajma incidentului de la Colectiv „rețeaua care a adus oamenii împreună”¹³, „cel mai bun catalizator de omenie și de fapte bune”¹⁴, „centru de presă. Un loc din care informațiile au putut fi aflate cu ușurință”¹⁵, „comunitate de emoție, comunitate de gândire și comunicare de acțiune”¹⁶, iar pentru români a însemnat „motorul nervos al mobilizării voluntarilor, sursa de răspândire imediată a știrilor și platforma care a întărit sentimentul solidarității”¹⁷. Acest lucru demonstrează că utilizatorii de Facebook „pot acoperi evenimente – uneori în câteva minute sau ore după ce s-au produs – pe care

10 Sorin Kosz, coordonator digi24.ro, în reportajul „Revoluția digitală”, difuzat la emisiunea Bonton, pe postul Digi 24, în data de 8 noiembrie 2015.

11 <http://www.facebrands.ro/demografice.html#evolutie>, accesat la 1 februarie 2016.

12 <http://www.facebrands.ro/demografice.html#varsta>, accesat la 1 februarie 2016.

13 http://www.infoziare.ro/stire.read.php?newz_id=5379605, accesat la 1 februarie 2016.

14 Oana Botezatu, blogger, cu referire la mobilizarea pentru donarea de sânge în sprijinul victimelor de la Colectiv. <http://www.digi24.ro/Stiri/Digi24/Timp+liber/Stil+de+viata/BONTON+colectiv+Revolutia+digitala>, accesat la 1 februarie 2016.

15 Andreea Vasile, blogger,

<http://www.digi24.ro/Stiri/Digi24/Timp+liber/Stil+de+viata/BONTON+colectiv+Revolutia+digitala>, accesat la 1 februarie 2016.

16 Valeriu Turcan, consultant politic https://www.facebook.com/hashtag/colectiv?source=feed_text&story_id=1069048439792890, accesat la 28 ianuarie 2016.

17 <http://www.digi24.ro/Stiri/Digi24/Timp+liber/Stil+de+viata/BONTON+colectiv+Revolutia+digitala>, accesat la 1 februarie 2016.

mass-media tradiționale le ignoră sau nu le pot acoperi din diverse motive¹⁸, după cum menționează Jim Whiting.

Protestul continuă din mediul online în stradă

Sub sloganul „Corupția ucide!”, „românii au transformat tristețea și frustrarea în solidaritate și responsabilitate”¹⁹, ieșind cu miile în stradă și organizând cele mai mari proteste din ultimii 26 de ani. Principala nemulțumire a protestatarilor a fost modul în care autoritățile au acordat avizele și licențele de funcționare a localurilor publice, vizând apoi întreaga clasă politică pe care au acuzat-o de corupție și făcând-o direct responsabilă de problemele sociale cu care se confruntă societatea românească.

Publicația „The Economist” arată o serie de aspecte care au premers incendiului din clubul Colectiv: „iresponsabilitatea (folosirea artificiilor într-un subsol cu izolare fonica din polistiren); incompetența (clubul era prost condus, iar ieșirile de urgență nu erau corespunzătoare), aparenta corupție (clădirea nu avea toate avizele necesare)”²⁰.

La data de 1 noiembrie 2015, în Piața Universității din București, 8000 de persoane au organizat un marș de comemorare a victimelor de la Colectiv și s-au alăturat apoi altor 2000 de persoane aflate la locul incidentului pentru a aduce un ultim omagiu celor decedați. La 3 noiembrie 2015, protestarii au ieșit din nou în Piața Universității, nemulțumiți de declarațiile primarului sectorului 4, Cristian Popescu Piedone, care a anunțat că nu are ce să-și reproșeze, deoarece clubul Colectiv funcționa legal²¹. La protest au participat circa 25.000 de persoane care au cerut demisia lui Cristian Popescu Piedone, dar și a premierului Victor Ponta și a vicepremierului Gabriel Oprea.

Pe 4 noiembrie 2015, premierul Victor Ponta împreună cu Guvernul României, dar și primarul sectorului 4, Cristian Popescu Piedone, au demisionat. Protestele au continuat și în următoarele zile în majoritatea orașelor din țară: Constanța, Timișoara, Cluj, Galați, Sibiu sau Iași, dar și în diaspora: Paris, Londra, Roma, Madrid, Berlin sau New York. Mesajele străzii²² cer respect, corectitudine și protecție: „De ce suntem aici? Pentru că pe 30 octombrie niște tineri au mers la un concert și nu s-au mai întors niciodată”, „Din cauza unui sistem în care autorizațiile albe se dau pe bani negri”, „Vrem să avem cu toții imunitate la dezastre, nu să aibă ei imunitate politică”, „Vrem bunăstare, nu manipulare”. Ca urmare a mișcărilor sociale ample, în România a fost investit un nou guvern, condus de tehnocrați.

Așa cum afirma cercetătorul Jesse Drew, social media poate fi, cu siguranță, un accelerador important de evenimente, dar simplele comunicări în rețele nu pot

18 Whiting, *Online Communication*, 17.

19 <http://www.ziare.com/stiri/incendiu-club-colectiv/the-guardian-nu-demisia-lui-ponta-e-sti-rea-ci-cum-romanii-au-transformat-tristetea-si-frustrarea-in-solidaritate-1391881>, accesat la 1 februarie 2016.

20 <http://www.economist.com/news/europe/21678282-protests-about-deadly-nightclub-fire-have-toppled-romania-s-government-they-have-yet-change>, Collective responsibility, 14 noiembrie 2015.

21 <http://www.mediafax.ro/social/incendiul-din-colectiv-primarul-piedone-spune-ca-nu-are-ce-sa-si-reproseze-clubul-colectiv-functiona-legal-autorizatia-de-functionare-foto-14868966>, Ana Maria Lazăr: Incendiul Colectiv – Primarul Piedone spune că nu are ce să-și reproșeze: Clubul Colectiv funcționa legal, www.mediafax.ro, 31 octombrie 2015.

22 <http://stirileprotv.ro/stiri/actualitate/manifest-colectiv-mesajul-strazii-pentru-autoritati-imunitate-la-dezastre-nu-imunitate-politica.html>, Manifest colectiv. Mesajele „Străzii” pentru autorități: Imunitate la dezastre, nu imunitate politică, stirileprotv.ro, 13 noiembrie 2015.

răsturna guverne. Pentru ca revoltele să aibă succes, oamenii trebuie să iasă în stradă²³, ceea ce s-a și întâmplat în cazul de față. Nivelul de conștientizare a problemelor i-a scos pe români din casă și i-a făcut activi, admitând că numai prin implicarea lor pot aduce schimbări în societate.

Proteste de stradă au fost numite de către presă „Revoluția Colectiv”²⁴ sau „Revoluția CTRL ALT DEL”²⁵, aluzie la cerința românilor de a reseta clasa politică și socială, dar și la generația care a stârnit revoltele. Principalii actori ai protestului sunt tinerii, studenții sau proaspăt angajați, ori șomeri care s-au arătat nemulțumiți de felul în care funcționează lucrurile în România și mai ales dezamăgiți de clasa politică.

Concluzii

Prin incidentul de la Colectiv comunicarea în mediul online cunoaște cea mai mare nevoie de informație de până acum. Interesul românilor în utilizarea rețelelor sociale este mai mare în rândul tinerilor, dar se remarcă o tendință de creștere în rândul persoanelor de vârstă a treia. Facebook a reprezentat principala sursă de informație pentru românii care au dorit să afle în timp real amănunte despre tragedie și despre mobilizările din jurul acestui incident, devenind organizator al centrelor de voluntariat, precum și motor al protestelor stradale. Incendiul de la Colectiv a însemnat pentru români deopotrivă o conștientizare a suferinței și o responsabilitate colectivă, prin preferința directă pentru acțiune, nu doar pentru observarea pasivă a evenimentelor.

BIBLIOGRAFIE

DOBRESCU, Paul, BĂRGĂOANU, Ana, *Mass Media și societatea*, București: SNSPA, 2001

DREW, Jesse, *A Social History of Contemporary Democratic Media*, New York and London: Routledge, 2013

KIRKPATRICK, David, *The Facebook Effect*, New York: Simon & Schuster, 2010

LEUNG, Louis, „Effects of Motives for Internet Use, Aloneness, and Age Identity Gratifications on Online Social Behaviors and Social Support among Adolescents”, în Robert Zheng, Jason Burrow-Sanchez, Clifford Drew (Eds.), *Adolescent Online Social Communication and Behavior. Relationship Formation on the Internet*, Hershey, New York: Information Science Reference, 2010, 120-135

VOWE, Gerhard, HENN, Philipp (Eds.), *Political Communication in the Online World. Theoretical Approaches and Research Designs*, New York: Routledge, 2016

WHITING, Jim, *Online Communication and Social Networking*, United States: Reference Point Press, 2012.

Surse online

<http://www.digi24.ro>

<http://www.economist.com>

23 Jesse Drew, *A Social History of Contemporary Democratic Media* (New York and London: Routledge, 2013), 171.

24 Marian Sultănoiu: Revoluția Colectiv a desființat Victoria lui Ponta, www.gandul.info, 4 noiembrie 2015.

25 Denumire dată de Euronews, pornind de la o pancardă ținută în mână de către o tânără ieșită în stradă: Protestul CTRL ALT DEL.

<https://www.facebook.com>
<http://www.facebrands.ro>
<http://www.infoziare.ro>
<http://www.ziare.com>
[stirileprotv.ro](http://www.stirileprotv.ro)
www.gandul.info
www.mediafax.ro