

CHRISTIAN SCHUSTER

Ph.D. student, Department of Philosophy, UBB, Cluj, Romania.

Christian Schuster

Delia Cristina Balaban, Informationsvermittlung und öffentliche Meinungsbildung im rumänischen Fernsehen,

Editura Presa Universitară, Cluj-Napoca, 2003.

Autoarea Delia Cristina Balaban aruncă o privire critică asupra peisajului mediatic al televiziunilor din România, făcînd atît un scurt istoric al acestei branşe în ţara noastră, cît şi, mai ales, o trecere în revistă a principalelor evoluţii care au avut loc în perioada de după căderea regimului comunist. Bazîndu-se atît pe studii consacrate în domeniu, din ţară sau din străinătate, cît şi pe experienţa şi pe cercetarea proprie, autoarea redă o panoramă a dezvoltării sectorului televiziunii, în general, precum şi a diferitelor subsectoare ale acestuia, gravitînd în jurul problemei informării politice a publicului.

Studiul poate părea, la o primă lectură – fugitivă cum sunt mai toate primele lecturi – un amalgam sec de teorie a mediilor de comunicare în masă, în special a televiziunii, şi de date statistice înşirate exhaustiv pe sute de pagini, în tabele şi liste interminabile. O privire mai atentă descoperă însă fără prea mare dificultate că toate extrapolările teoretice şi întreaga bogăţie de date oferite spre lectură converg într-o manieră armonioasă în a răspunde unei întrebări de cercetare bine definite, şi anume în ce măsură şi prin ce mijloace mediile de comunicare, în special însă televiziunea, reuşesc să-şi îndeplinească funcţia declarată de informare – în principal politică – a publicului larg şi, mai ales, cum reuşesc instituţiile mediatice să-şi definească şi să-şi realizeze această funcţie în spaţiul oferit de procesul dinamic de transformare a societăţii aflate în tranziţie, cu toate influenţele civilizaţiei vestice şi sub presiunea mediului social, economic şi politic specific.

Tocmai aceste încercări sunt descrise în primul capitol al lucrării, care oferă o descriere pe orizontală a peisajului audio-vizualului din România, începînd cu înfiinţarea, în 1956, a Televiziunii Române, continuînd cu o comparaţie a modului în care sistemul dual: instituţii publice / instituţii private a fost implementat în statele Europei de Vest, respectiv în România, şi culminînd cu prezentarea

KEY WORDS:

mass-media, Romanian television, opinion making, infotainment

posturilor private de televiziune şi a concurenţei dintre acestea şi televiziunea publică.

Cu toate că se poate observa atenţia acordată detaliilor, relevante în felul lor în atingerea scopului lucrării, unele detalii pe care mă aşteptam să le descopăr în această lucrare lipsesc: de exemplu, pentru a numi doar cîteva, a fost omis aspectul că postul B1TV aparţine companiei Fox, iar faptul că mari trusturi de presă din străinătate fac în ultimii ani eforturi susţinute pentru a acapara sectorul publicitar al mass-mediei româneşti nu este deloc menţionat aici. Putem însă pune acest lucru pe seama imensei dinamici a transformărilor prin care trece sectorul TV în ţara noastră, datele prelevate pe teren tinzînd să-şi piardă actualitatea în foarte scurt timp. Dacă mai luăm în considerare şi faptul că de la începutul unei cercetări de o asemenea amploare şi pînă la încheierea şi publicarea ei au loc schimbări care nu mai pot fi prelucrate pe parcurs, aceste omisiuni sunt perfect scuzabile, cu atît mai mult cu cît ele nu lezează tema principală a cercetării.

Partea a doua a lucrării este, în ansamblu, o analiză pe verticală a structurii programelor diferitelor televiziuni, a ponderii diverselor tipuri de emisiuni în grila de programe. Aici, autoarea susţine teoria convergenţei în sistemul dual al audio-vizualului, adică a apropierii structurii grilelor de program ale televiziunilor publice şi ale celor private. Această convergenţă îşi are originea, în principal, în relaţiile concurenţiale din sectorul mediatic, fiind însă, paradoxal poate, şi creatoare de concurenţă.

Una dintre dezvoltările cele mai remarcabile din peisajul televiziunii din România este poate cel al invadării grilelor de program cu forme „hibride" de emisiuni, de genul *infotainment* (joc de cuvinte dintre *information* şi *entertainment*), care proliferează cu aceeaşi amploare în mediile private şi în cele publice. Capitolele trei şi patru ale lucrării sunt dedicate tocmai acestor forme hibride din sectorul de ştiri şi, respectiv, de politică, forme care, în goana lor pentru audienţă – obţinută, evident, în principal prin ceea ce se numeşte *entertainment* – ajung să sacrifice chiar *funcţia de bază* a mediilor de comunicare, deci şi a televiziunii, care este *informarea*.

Aceasta este, de fapt, partea cea mai interesantă şi mai elaborată din punct de vedere ştiinţific din întreaga lucrare, aici avînd loc operaţionalizarea efectivă a expunerilor teoretice anterioare şi convergenţa acestora cu materialul empiric-statistic. Astfel, autoarea ajunge la concluzia că „cei care îşi procură informaţiile politice exclusiv prin intermediul televiziunii (peste 70% din totalul populaţiei, după cum arată primul capitol), sunt informaţi doar superficial asupra evenimentelor politice. (...) Imaginea pe care şi-o poate face telespectatorul

român despre viaţa politică este ca participarea la un joc, ale cărui reguli nu-i sunt cunoscute."

Cu toate că materialul statistic şi empiric pus la dispoziţia cititorului poate duce foarte uşor la diminuarea credibilităţii cercetării în sine prin excesul de material ce trebuie prelucrat de cititor (aceasta fiind, de ce să nu o spunem, metoda preferată a multor colegi de breaslă pentru a masca eventuale inadvertenţe sau incoerenţe), pot spune că autoarea dă dovadă de curaj, încercînd să spună lucrurilor pe nume. Este vremea unor astfel de lucrări, care să nu se mai mulţumească cu simple retrospective, ci care să vină cu o critică precis formulată şi bazată pe studii ştiinţifice simple, dar clare, aşa cum este şi cercetarea de faţă.

„Propria epocă nu poate fi schimbată", îi scria Goethe acum mai bine de 200 de ani, în vara lui 1798, lui Schiller, „însă poţi să i te împotriveşti şi să pregăteşti apariţia unor efecte pozitive." Poate că autoarea, Delia Balaban, nu a reuşit aici pe deplin acest lucru, dar în mod clar a găsit soluţia ideală de abordare, din perspectiva ştiinţelor comunicării, a problemei lipsei de informare a cetăţeanului.