

DILEMA VECHIE

Abonare

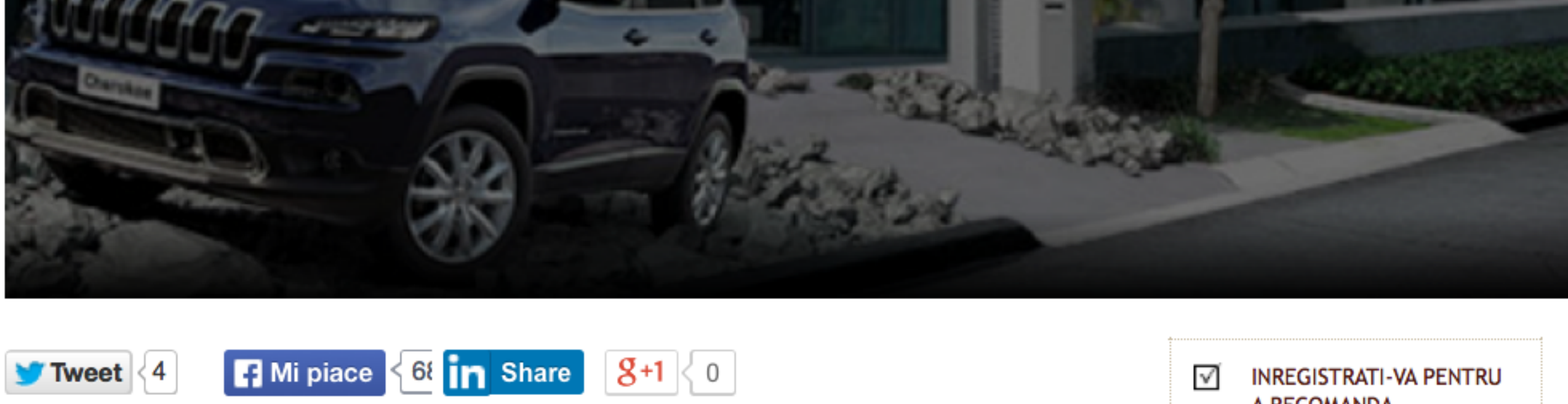
Home

Editoriale și opinii

Tema săptămânii

La zi în cultură

Societate



Tweet 4 Mi piace 6t Share +1 0



Poza 1 din 3

Stela GIURGEANU | La fața timpului

Cît de politizate ne sînt televiziunile?

În România, conform datelor CNA, există în jur de 700 de televiziuni locale. Deși cifra este discutabilă, avînd în vedere că unele posturi TV sînt stații locale ale televiziunilor centrale, iar altele apar doar în campaniile electorale, vorbim totuși despre un număr destul de mare de stații locale și, avînd în vedere că televiziunea

locală reprezintă, cel puțin teoretic, baza unui ecosistem informațional preluat mai apoi de către presa centrală, apare întrebarea legitimă: cît de profesionistă este această bază informațională în mass-media din România?

La această întrebare nu a existat pînă acum un răspuns coerent și documentat. Subiectul a fost ocolit și, chiar dacă din cînd în cînd mai existau discuții, acestea se învîrteau doar în jurul unor speculații, căci nimeni nu avea, de fapt, informații reale pentru o discuție de substanță.

DE ACELASI AUTOR

- Vinovăția balivernelor nevinovate
- De ce nu mai citesc copiii?
- Trasul de șireturi
- Gogorițele de presă

Această bază a fost însă pusă la începutul anului, cînd ActiveWatch a lansat un studiu fără precedent în România - *Harta politică a televiziunilor locale*, un studiu care a durat mai bine de un an, a implicat voluntari, sociologi, jurnaliști de investigație și care dezvăluie pentru prima oară, prin sute de interviuri realizate în redacțiile celor mai

importante televiziuni locale din 15 județe, influența pe care politica o are, de fapt, asupra televiziunilor locale din România.

Un semnal de alarmă

Conform Eurobarometrului Standard 78 „Opinia publică în Uniunea Europeană”, publicat în februarie 2013, televizorul este principala sursă de informare a românilor - ce faci așadar cînd această sursă este viciată?

Maria Popa, coautoare a cercetării *Harta politică a televiziunilor locale*, îmi răspunde din start: tragi un semnal de alarmă. Dai la o parte perdeaua de îndoială, mergi pe teren, vorbești cu oamenii, de la firul ierbii, iei pulsul a ceea ce se întîmplă, chiar la fața locului și aduci în fața publicului realitatea așa cum este ea.

„Pînă acum nu exista un astfel de studiu în România și am considerat că este vital ca oamenii să știe cine sînt cei care susțin că îi informează la nivel local și în ce măsură informația este corectă sau viciată de cei care o transmit.”

Proiectul a început printr-o monitorizare a granturilor televiziunilor locale și a conținutului materialelor difuzate. Au fost selectate, ca fiind relevante, televiziunile care aveau jurnale de știri, emisiuni de reportaj, interviuri - pe scurt, un conținut mai consistent decît altele. „N-am luat în calcul televiziuni care difuzau anunțuri publicitare și doar extrem de rar cîte o emisiune informativă.”

Cum arată însă acest „conținut consistent”? Aflu că majoritatea informațiilor transmise la televiziunile locale sînt cele utilitare - cu alte cuvinte, se spune mai mult despre șanțuri și lucrări, și mai puțin despre corupția la nivel local sau despre neregulile din administrația locală.

Dar cum să fie altfel dacă, de multe ori, managerul unei televiziuni locale își depășește atribuțiile și nu se ocupă doar de partea managerială, ci are imixțiuni și în politica editorială - ceea ce devine foarte evident la nivelul conținutului informațional. Mi se dă exemplul Corneliei Dunăreanu, patroană de presă și redactor-șef la Banat TV din Reșița, care îndeplinește atît rolul de administrator, cît și cel de coordonator editorial. „Este vorba despre un antagonism între teorie și practică” - îmi spune Maria Popa, amintindu-mi că persoana în cauză a candidat pentru Camera Deputaților pe listele ARD, la alegerile din 2012.

O altă problemă majoră care bîntuie integritatea televiziunilor locale este cea legată de sursele de finanțare. „Aproape jumătate dintre televiziunile incluse în studiul nostru sînt influențate direct sau indirect de către politicienii locali și cam jumătate dintre acestea sînt finanțate din bani publici. Este foarte important să se înțeleagă ce înseamnă asta, căci, deși multe dintre aceste televiziuni își arogă statutul de entități private, ele beneficiază de bani publici - cu alte cuvinte, sînt televiziuni ale cetățenilor, care ar trebui să știe acest lucru, să știe că pot avea o influență mult mai mare asupra conținutului informațional al respectivelor televiziuni.”

O televiziune locală ar trebui să aibă mereu în minte faptul că este în slujba cetățenilor, dar asta se întîmplă destul de rar. „De multe ori, posturile TV locale sînt în slujba celor care le finanțează, sînt mecanisme de propagandă pentru aceștia și fac abstracție de nevoia de informație a publicului, de nevoia de reprezentare în mass-media.”

Jurnalismul ca instrument de propagandă

Mi se spune că, de fapt, este foarte simplu și nu încap prea multe dubii: dacă o televiziune este finanțată de către Consiliul Județean sau de Primărie, nu poți avea prea multe pretenții ca acea televiziune să fie critică la adresa finanțatorilor. Bineînțeles, într-o țară „civilizată”, scenariul ar fi cu totul altul. Din păcate, în România, mai ales în plan local, jurnaliștii știu că, dacă vorbesc contra finanțatorului, rezultatul este singular: izvorul finanțării se închide. Așa ajung să se transforme în instrumente de propagandă pentru finanțator, politicieni sau oameni de afaceri locali, cei care susțin televiziunile respective.

„Există multă autocenzură, există mentalitatea că, atît timp cît lucrezi la un patron care aparține unui anumit partid politic, este firesc să te abții de la abordarea unor subiecte sau să fii prea critic la adresa partidului respectiv. Există și jurnaliști care suferă de un alt complex, spunînd că, locuind într-un oraș mic, făcînd parte dintr-o comunitate mică, nu-și pot pune comunitatea în cap. Mai sînt și jurnaliști care, în funcție de sursele de finanțare ale televiziunii, aleg sau nu să realizeze anumite materiale. Uneori, se ajunge la cazuri de șantaj în televiziunile locale, clienții de publicitate știu că, dacă nu mai sprijină anumite televiziuni, ar putea fi ținta unor atacuri. Pe de altă parte, sînt clienți de publicitate descurajați de anumiți politicieni locali să cumpere publicitate la o anumită televiziune critică la adresa acelor politicieni.”

Relația patron - jurnalist este o relație inegală, mulți jurnaliști își privesc patronii ca fiind șefi absoluți. „Deși contribuția lor este foarte importantă” - îmi spune Maria Popa -, „mulți uită că fără ei, fără jurnaliști, patronii n-ar exista, căci n-ar avea cui să mai fie patroni, iar afacerea s-ar închide. De multe ori însă, jurnaliștii din România nu sînt conștienți de importanța lor și de rolul lor într-o redacție. Sînt dispuși să facă multe compromisuri: cînd șefu' vine și dictează, ei acceptă.”

Codul deontologic? Îl avem pe undeva, cred că e pe la secretară...

A fi jurnalist înseamnă să respecti anumite principii, o anumită conduită etică... Una dintre întrebările studiului viza și existența acestui cod deontologic în redacții. O întreb pe interlocutoarea mea care este situația pe teren. „Primeam răspunsuri de genul: codul meu deontologic sînt cei șapte ani de acasă. Sau avem un cod deontologic, dar este la secretariat. Pînă acum nu a fost nevoie să apelăm la el...”

Cît despre libertatea de exprimare... „Nu este privită ca fiind un principiu absolut pe care să-l apere toți angajații mass-media. Mulți dintre aceștia, din contră, caută metode creative de a ocoli adevărul în interesul patronului sau al unei formațiuni politice, și sînt răsplătiți pentru astfel de demersuri. Cu toate acestea, mi se pare nedrept să generalizez la nivelul întregului eșantion, și asta din respect pentru jurnaliștii care își respectă profesia.”

Vorbînd însă despre ceilalți, majoritari, aflu că mulți dintre angajații media din posturile TV locale n-au avut niciodată legătură cu jurnalismul, nu făcuseră studii în această direcție, unii porniseră de la a fi hair-stilști și ajunseseră să fie manageri ai televiziunii, sau lucraseră în industria cărnii și acum erau manageri. „Asta n-ar fi o problemă dacă ar fi doar manageri, dar în condițiile în care rolurile se confundă foarte mult în redacții și cînd patronatele și managementele au un cuvînt de spus în politica editorială, rămîne un mare semn de întrebare în ce măsură informația poate fi una de calitate, corectă, trecînd prin aceste filtre nonjurnaliste.”

O altă concluzie a studiului este că mulți dintre jurnaliști folosesc, de fapt, presa locală ca pe o pîrghie de lansare în politica locală. „Mulți foști jurnaliști locali sînt acum purtători de cuvînt sau politicieni locali.”

Ce se întîmplă cu publicul?

Mi se spune că de multe ori publicul este disprețuit și de televiziuni, și de politicienii locali, fiind considerat un actor pasiv, și nu unul care ar putea contribui la îmbunătățirea conținutului informațional al unei televiziuni, care are o calitate scăzută.

„De multe ori, acționariatele și resursele de finanțare nu sînt transparentizate în televiziunile locale. Oamenii nu știu cine se află în spatele televiziunilor. Au o opinie despre cine le influențează, despre conținutul comandat. I-am întreat dacă reușesc să-și facă o viziune asupra vieții politice locale, din informațiile vehiculate pe la televiziuni. Răspunsul majoritar a fost că ar putea s-o facă, dacă însă ar fi mai multe televiziuni locale, cu mai multe puncte de vedere diferite.”

Întreb, la rîndul meu, dacă și unde există asemenea cazuri. Aflu că, de exemplu, la Brașov, cam fiecare partid sau politician influent deține direct sau indirect o televiziune. „În aceste condiții, e mai ușor să extragi informații despre fiecare om politic local și grup politic, pornind de la faptul că sînt cumva reflectate toate sferile importante. Pe de altă parte, în Constanța nu mai există decît o singură televiziune, Neptun TV, care a devenit televiziune cu acoperire națională, cu program preponderent regional. A existat Constanța TV (apropiată PNL-ului), dar a dat faliment. Neptun TV beneficiază în mare parte de publicitate de la instituțiile publice și e o televiziune care funcționează ca intermediar publicitar pentru alte entități media din presa scrisă.”

Pesimism sau optimism?

În afara concluziilor studiului, destul de pesimiste în ceea ce privește politizarea televiziunilor locale, Maria Popa îmi mărturisește că „am găsît jurnaliști, dar nu instituții. Nu am găsit televiziuni locale în adevăratul sens al cuvîntului. Sînt mai mult simulacre sau instrumente care folosesc cu totul altor interese decît acelaia de a informa corect publicul.”

Cu toate acestea, studiul *Harta politică a televiziunilor* este, probabil, primul pas pentru a remedia situația. Căci este vorba despre o realitate pusă pe hîrtie, date concrete, interviuri cu oameni direct implicați în mass-media locală. „A fost o experiență importantă, iar vestea cea mai bună este că există jurnaliști locali veritabili, care ne spuneau că, deși nu-și pot face pe deplin munca de jurnalist la o anumită redacție, aveau un blog, publicau la cîte un ziar sau pe cîte un site; dacă un anumit material nu le e acceptat la o anumită televiziune, au grijă ca acel material să apară în altă parte. Este foarte important să conștientizezi că ai libertate.”

Acest articol face parte din Proiectul „Safety Net for European Journalists” (<http://www.balkanicaucaso.org/>) și a fost realizat cu ajutorul Uniunii Europene. Conținutul acestui articol intră sub responsabilitatea Osservatorio Balcani e Caucaso și Dilema veche, și nu trebuie considerat că ar reflecta în vreun fel opiniile Uniunii Europene.

Like 68

Apărut în Dilema veche, nr. 539, 12-18 iunie 2014

0 comentarii 918 vizualizări

- INREGISTRATI-VA PENTRU A RECOMANDA
- TIPARITI ARTICOLUL
- COMENTARII
- TRIMITETI PRIN E-MAIL UNUI PRIETEN
- RECOMANDATI
- ABONATI-VA PRIN RSS

PUBLICITATE

Codrin Liviu CUȚITARU

0 noapte dintre ani



Eram amîndoi elevi de liceu (în clasa a zecea, mai precis), iar o petrecere cu mediciniste (de ani terminali, cum ni se spusese) însemna materializarea unui „vis auriu”, vorba (intraductibilă) a fetelor de la A.S.I.A., de acum vreo cincisprezece ani.

citiți

Cu ochii-n 3,14



• „luțeaala automobilelor nu va fi mai mare decît trapul cailor. Conducătorii vor fi datori să încetineze mersul, sau chiar să oprească automobilul, la semnalele agenților polițienești. Aceștia sînt ținuți a semnala conducătorilor excesele de fum.” - *Anuar ACR* pe 1912. (R. M.)

• Printre cele mai la modă nume (rare) de băieți alese de părinți cam snobi se numără Nichifor, Adelin, Lorand, Timotei și Anatolie. Le reamintesc pe această cale să aibă în vedere și numele Glad și Menumorot. Oare cum ai putea să-l alinți pe puștiul Menumorot? Menu? Sau Numo? (A. P.)

• citiți