

COLLEGIUM

Media

Seria *Media* este coordonată de Mihai Coman

© 1999 by POLIROM Co S.A., pentru prezenta traducere

Editura POLIROM, B-dul Copou nr. 4
P.O. BOX 266, 6600, Iași, ROMÂNIA
București, B-dul I.C. Brătianu nr. 6, et. 7

Descrierea CIP a Bibliotecii Naționale:

GROSS, PETER

*Colosul cu picioare de lut: aspecte ale presei românești
post-comuniste* / Peter Gross; trad. Irene Joanescu
Iași; Polirom, 1999

192 p. ; 21 cm – (Collegium. Media)

Bibliogr.

ISBN : 973-683-316-X

I. Joanescu, Irene (trad.)

CIP : 070(498)“1989/...”

Printed in ROMANIA

Peter Gross

**COLOSUL
CU PICIOARE DE LUT**

Aspecte ale presei românești post-comuniste

Traducere de Irene Joanescu

POLIROM

1999

Dr. Peter Gross este profesor la California State University – Chico (CSUC), Departamentul de Jurnalism, cu specializarea Comunicare Internațională.

Cunoscând mai multe limbi străine, el a lucrat și a călătorit mult în Europa Occidentală, Centrală și de Est, în fosta Uniune Sovietică, Taiwan, India și Cuba. Are opt ani de experiență redacțională și *freelancing* pentru publicații din Statele Unite și Europa, o companie Fortune 500 și o Universitate Big-10.

Din 1989, a condus numeroase *workshop*-uri de jurnalism și a susținut cursuri în universități din Europa Centrală și de Est (Universitatea din Tirana, Albania; Universitatea Jagello din Cracovia, Polonia; Universitatea din București, Universitatea din Timișoara și Universitatea Mării Negre, România; Universitatea Central Europeană, Budapesta). A înființat un nou program de jurnalism la Universitatea din Timișoara. În vara lui 1985, el a ținut cursuri la cinci universități din Spania, sub auspiciile programului Fulbright. De asemenea, a predat la Departamentul de Stat al SUA și la US Foreign Office Institute.

Dr. Gross a realizat din 1990 cursuri de pregătire și verificare în cadrul programului de *training* al Agenției de Informații a SUA și al Vocii Americii. El a oferit de asemenea seminare de pregătire în jurnalism la CSUC și/sau în Europa Centrală și de Est, în Republica Belarus și Georgia, pentru jurnaliști și studenți în jurnalism din România, Rusia și Albania. A activat pe post de consultant cu probleme de mass-media central și est-europene la International Media Fund din Washington DC și Freedom Forum și pe post de consultant educațional la Radio Europa Liberă/Radio Libertatea în Praga, Cehia.

Dr. Gross este autorul cărții *Mass Media in Revolution and National Development: The Romanian Laboratory* (Iowa State University Press, 1996), pentru care a primit premiul Academiei de Arte și Carte Științifică Româno-Americană. De asemenea, el a realizat un volum publicat în România, *Introduction to Newswriting and Newsgathering* (1993), și este coautor la două alte cărți, *Journalism Education in East/Central Europe* (Hampton Press, 1999), și o culegere de texte de introducere în Relații Publice pentru Europa Centrală și de Est, *The Basics of Public Relations* (NIM Press, București). Următoarea sa carte, *Eastern Europe's Three Musketeers. Civil Society, Political Culture and Media*, va apărea în Statele Unite în anul 2000.

Dr. Peter Gross este vicepreședinte al Academiei Româno-Americane de Arte și Științe și membru al Association of Education in Journalism and Mass Communication (AEJMC) și al Society for Romanian Studies. Este președinte al concursului AEJMC, Markham International Student Paper. De când și-a încheiat doctoratul în 1984 la Universitatea din Iowa, Dr. Gross a prezentat lucrări la principalele conferințe academice și profesionale din Statele Unite, Bulgaria, Slovenia, Polonia, Republica Belarus, Cehia, România, Ungaria, Taiwan, Cuba, India, Spania, Brazilia și Canada.

CUPRINS

<i>O privire lucidă asupra evoluției presei în România post-comunistă (Mihai Coman)</i>	9
Exerciții de cinism și propagandă: lege, legalitate și corespondenții străini în România	17
I	17
II	18
III	22
IV	25
V	29
Epilog	31
<i>Note</i>	33
Limitarea presei libere în România	39
Continuitate în schimbare	39
Mass-media post-revoluționare	41
Polemica politică	42
Descentralizare întârziată	44
Mass-media post-electorale	46
Ce poate face Washington-ul	49
Concluzie	53
<i>Note</i>	54

Sărmanii orfani ai României: societatea civilă și societatea informației	57
Societatea civilă	58
O societate liberă a comunicării (informației?) libere	61
Concluzii	66
<i>Note</i>	67
Referințe bibliografice	68
România	69
Mass-media comuniste din România	70
Mass-media străine	75
Mass-media românești post-decembriste	82
Concluzie	88
<i>Note</i>	90
Referințe bibliografice	92
Mass-media și jurnalismul românesc în mijlocul tranziției	97
Lumea mass-media românești creată în 1990-1995	100
I. Sistemul – proprietate și structură	101
II. Sistemul – legi, control și manipulare	111
III. Jurnalism sau ceva asemănător	126
Roluri, nevoi, expectații și prescripții nu prea înțelepte	133
<i>Note</i>	141
Referințe bibliografice	143

Giganții mitici. Mass-media în alegerile naționale din România – 1996	149
I. Contextul teoretic	151
II. Utilitatea și semnificația mass-media ca sursă pentru informația politică/de campanie	154
III. Comunicarea interpersonală	158
IV. Starea de spirit și sentimentele audienței/alegătorilor ..	161
V. Natura, rolul și efectele mass-media audiovizuale	164
VI. Natura, rolul și influențele presei scrise	173
VII. Concluzie	180
<i>Note</i>	184
Referințe bibliografice	187

O privire lucidă asupra evoluției presei în România post-comunistă

În mod frecvent, atunci când studenții îmi cer să le indic surse bibliografice specializate, sau la diferite colocvii internaționale, cu ocazia unor conferințe pe care le-am ținut în diverse țării occidentale, sau în calitate de *visiting professor*, obligat să ofere indicații, liste cu textele de bază din acest domeniu, m-am lovit de absența unor lucrări științifice, fiabile și accesibile, referitoare la starea presei din România post-comunistă. Titlurile care circulă în băncile de date occidentale sunt, cel mai adesea, eseuri cu caracter confesiv sau combatant, legate inevitabil de un anumit moment al bătăliilor politice sau de umorile ori interesele persoanelor care le-au semnat. La aproape 10 ani de la căderea comunismului, acest gol începe să fie acoperit de apariția mai multor texte, rezultat al unor investigații, personale sau colective, consacrate mass-media din țările din Europa Centrală și de Est. În ceea ce privește România, cele mai importante titluri se datorează lui Peter Gross (*Mass Media in Revolution and National Development. The Romanian Laboratory*, 1996) și unor colective formate din profesori români și din Quebec (*La transition en Roumanie – medias et qualité de la vie*, 1995) sau din Franța (*Télé-révolutions culturelles*, 1998).

Cartea semnată de profesorul Peter Gross este singura lucrare de sinteză consacrată exclusiv mass-media din România de după 1989. Ea are o valoare aparte, în contextul lipsei cvasi-totale de surse de informare în lumea specialiștilor occidentali. Scrisă pentru acest tip de public, cartea conține numeroase capitole care nu aduc un plus de informație publicului român, ci au doar rolul de a familiariza publicul occidental cu istoria comunismului în România, evenimentele din

1989, alte evoluții politice, cadrul economic, social, legislativ și cultural în care evoluează presa română etc. În același timp și în paralel cu acest efort de sintetizare a unor evoluții generale, Peter Gross a fost preocupat și de investigarea mai amănunțită a unor fenomene ale mass-media din România, publicând o seamă de studii aplicate în prestigioase reviste de specialitate. Aceste studii sunt pentru prima dată reunite într-un volum (cel de față) și oferite în premieră publicului din România.

Peter Gross s-a născut la Timișoara, dar, emigrând cu familia încă de la vârsta copilăriei, a studiat și s-a afirmat profesional în SUA ; în prezent, el este profesor la Departamentul de Jurnalism al California State University – Chico, fiind unul dintre cei mai bine cotați specialiști americani în domeniul mass-media din țările Europei Centrale și de Est.

Studiile din acest volum tratează diverse aspecte ale presei românești până în 1996 ; evident, a prezenta o analiză exhaustivă asupra devenirii presei în România post-comunistă este un lucru deosebit de complicat, deoarece :

- a) evoluțiile sistemelor de presă autohtone sunt atât de rapide și, adeseori, atât de neașteptate, încât orice cercetare este, la scurtă vreme, depășită de realitate și devine, uneori la numai câteva luni de la realizarea ei, o radiografie a unei „etape revolute” ;
- b) informațiile fiabile referitoare la aceste transformări sunt sporadice, incomplete, nesigure ; în țara noastră, sistemele de monitorizare a presei abia încep să se implanteze, cu rezultate și în ritmuri, încă, inegale. Dacă informațiile legate de domeniile telecomunicațiilor și ale audiovizualului, precum și cele despre diversele rate de audiență ale unor posturi de radio și televiziune sunt mai bogate, peisajul este deosebit de sărac în ceea ce privește dimensiunea economică a sistemelor de presă, structura socio-demografică a elitei mediatică, situația distribuției presei scrise, publicul diferitelor tipuri de emisiuni și programe etc. Această carență este o povară și mai apăsătoare

în condițiile în care cel care efectuează un asemenea studiu locuiește la mii de kilometri depărtare și are acces numai la câteva surse. Fereastra cam strâmtă prin care Peter Gross primește informațiile este destul de vizibilă în câteva din analizele sale, îndeosebi atunci când el este obligat să utilizeze articole și eseuri din presa „de elită” ; am arătat, într-un studiu publicat în cartea *Télé-révolutions culturelles* (Paris, Harmattan, 1998), că discursul despre mass-media autohtone, dezvoltat de revistele literare și de „reflecție culturală”, este tributar unei perspective elitiste, frustrat-critice asupra presei și a jurnaliștilor, perspectivă în care judecățile preced adeseori analizei și evaluării obiective a acestor fenomene. Peter Gross este conștient de acest pericol : el face cu predilecție apel la documentele oficiale (legi, cadru reglementar, declarații publice), la cele cu caracter științific cert (anchete, sondaje, studii de teren), la interviuri și observații personale. Eforturile sale depun mărturie, pe de o parte, pentru acuitatea conștiinței sale de om de știință, dar și, pe de altă parte, pentru regretabila absență a surselor fiabile de informare referitoare la presa românească actuală.

Desigur, la 10 ani de la sfârșitul comunismului și inaugurarea perioadei post-comuniste, cantitatea de informație disponibilă pentru a înțelege și evalua ceea ce în mod convențional s-a numit „tranziție” este cu mult mai mare, iar numărul de cărți și articole științifice consacrate acestor probleme crește în chip constant. În aceste condiții, mai multe sinteze, pornind de la studiile deja existente, au încercat să definească aceste procese. Câteva din capitolele din prezentul volum constituie contribuția lui Peter Gross la aceste dezbateri și încercări de teoretizare.

Paradigma teoretică în care ar putea fi discutate și clarificate aceste procese este incertă ; la rădăcina tuturor dezbaterilor se află celebra tipologie propusă de Siebert, Peterson, Schramm, în care cuplul sistemelor de presă de tip liberal-serviciu public (centrat pe

dialectica dintre libertatea de expresie și responsabilitatea civică) se opune cuplului autoritarism-comunism (centrat pe dialectica dintre dominație și rezistență); analizele consacrate presei de tip comunist au promovat un model-tip al unei prese total dominate de activul de partid și intens ideologizate, care funcționează ca o mașină de mobilizare a maselor și care este făcută de niște ziariști-propagandiști zeloși; în corelație, o seamă de alte studii au subliniat rolul pe care o presă de tip liberal, „infiltrată” în mediile sociale ale țărilor comuniste (radiourile libere, casetele video, transmisiunile TV prin satelit), îl are în prezentarea unui model alternativ de mass-media și în schimbarea atitudinilor publicului. O asemenea perspectivă lasă în umbră aspecte semnificative: ea ignoră caracterul „negociat” al relațiilor dintre Putere și intelectualitate în perioada comunistă (vezi în acest sens incitantele analize din Katherine Verdery, *Compromis și rezistență*, Ed. Humanitas, 1995, sau studiile lui Lucian Boia și Stelian Tănase), sistemul lecturilor „printre rânduri” pe care îl practică publicul pentru a obține o versiune mai exactă asupra evenimentelor, rolul surselor interpersonale în obținerea informațiilor, marja de libertate de interpretare pe care o oferea perpetuarea și funcționarea formelor de cultură populară, alternative și contestatare etc.

Accentuând numai rolul propagandistic al presei comuniste, cercetările de acest fel se ancorează într-o paradigmă teoretică axată pe modelele conceptuale ale „efectelor”. Ele sunt preocupate de modul în care atât presa comunistă, cât și cea „occidentală” care trecea de „cortina de fier” au influențat comportamentul și sistemele de valori ale indivizilor și grupurilor, ducând la crearea unor atitudini de adeziune/respingere, fie față de valorile comuniste, fie față de cele ale democrațiilor occidentale. În prelungirea acestui cadru teoretic, cercetările consacrate mass-media post comuniste caută să descifreze procesele prin care presa a schimbat modurile de gândire și acțiune, în special în sensul creării unei „sfere publice” și a valorilor și tipurilor de acțiune specifice acesteia. Inevitabil, acest *parti-pris* teoretic aruncă, conștient sau nu, multe din aceste cercetări în paradigma dezvoltationistă (specifică anilor '60-'70).

În concluziile cărții sale consacrate *Laboratorului român*, Peter Gross aduce o subtilă critică acestui model dominant, prin care este interpretată istoria post-comunistă a presei; polemizând cu aceste idei (deja) preconceptuate, Peter Gross desprinde câteva „lecții”, care dovedesc caracterul utopic al paradigmei „dezvoltaționiste”. Iată câteva din aceste concluzii: 1) „democrația ne-democratică este slujită de jurnalismul partizan, de pluralismul opiniilor și de puținătatea informației”; 2) „mass-media nu sunt o instituție atât de importantă pe cât se crede”; 3) „încercările de a defini responsabilitățile presei prin legi reamintesc experiențe deja (și demult) trăite”; 4) „introducerea modelului de jurnalism occidental s-a făcut pe baza unor premize greșite”; 5) „mai mult nu înseamnă mai bine (explozia numerică a instituțiilor de presă nu a condus la o creștere a calității presei)” ; 6) „pregătirea jurnaliștilor trebuie completată de o pregătire și o profesionalizare a șefilor și patronilor de redacții” ; 7) „introducerea tehnologiilor de ultimă oră nu contribuie automat la creșterea calității actului jurnalistic” ; 8) „instabilitatea locurilor de muncă ale jurnaliștilor și absența unei elite profesionale care să se lupte pentru standarde profesionale înalte împiedică profesionalizarea jurnalismului românesc” (pp. 160-167). Ecourile acestei poziții se regăsesc în studiile din acest volum, studii sectoriale cel mai adesea, dar care confirmă, fiecare în parte, necesitatea unei abordări mai complexe, în plan teoretic, și mai adecvate, în planul cercetării de teren, a proceselor specifice „presei în tranziție”. În acest sens, aș vrea să citez numai excelentul capitol care demonstrează, în pofida poncifelor atât de distribuite de presă, că mass-media nu au avut un rol decisiv în orientarea opiniei publice în alegerile din 1996: „Astfel, climatul public/politic (a) a fost receptiv la climatul pe care mass-media partizane, majoritare în favoarea opoziției, au încercat să-l stabilească pe timpul campaniei; (b) nu și-a avut originea în prezentarea prin mass-media a societății, politicii și campaniei, deși pare să fi fost informat și întărit de aceasta și a servit ca test de turnesol pentru climatul pe care mass-media partizane au încercat să-l stabilească”.

În contextul acestor preocupări, un rol aparte revine studiului structurii, ideologiei și comportamentului celor care fac mass-media : jurnaliștii. Cartografiind astfel teritoriul instituțiilor din presa noastră post-totalitară, Peter Gross analizează cu predilecție dimensiunile legislative și reglementare în care se desfășoară activitatea jurnaliștilor și statutului profesional al acestora. Autorul remarcă stadiul *pre-profesional* în care se află breasla, caracterizată de o creștere numerică rapidă, haotică și de un auto-didacticism bazat pe preluarea necritică a deprinderilor existente în câmpul exercițiului cotidian al îndeletnicirii de jurnalist. El consideră că cele două momente de referință din istoria presei românești (perioada interbelică și perioada comunistă) se caracterizează, dincolo de diferențele de ideologie, prin aceleași dimensiuni structurale : caracterul partizan și polemic, prioritatea opiniei și dezbaterii de idei, stilul personal și patimaș, intenția de a convinge și nu de a informa. El remarcă astfel tendința de „intelectualizare” a presei române, nu numai în segmentul ei cultural, ci și în acela, general, de informare ; în replică, s-a dezvoltat o presă populară, senzaționalistă, care are în comun cu presa de idei lipsa muncii serioase de căutare și verificare a informației.

Peter Gross definește astfel problemele majore cu care se confruntă jurnalismul românesc : „absența unui simț clar al valorilor aflate la baza discursului și a discuțiilor pe care trebuie să le faciliteze și să le realizeze în colectarea și răspândirea informațiilor ; lipsa de respect față de audiență ; lipsa de respect față de informația verificabilă (...); convingerea fermă, printre jurnaliști, că sunt mai degrabă descoperitorii adevărului, decât doar furnizorii de informație corectă (...); sentimentul că jurnaliștii sunt lideri socio-politici și culturali, când, de fapt, ei sunt doar cei care facilitează conducerea, implicarea publicului, discursul, educația și procesele democratice într-o și pentru o societate deschisă”.

Judecățile sale nu sunt unele de valoare, ci unele de constatare ; profesorul american nu scrie ca un apologet al modelului anglo-saxon de presă, ci ca un observator atent și nepărtinitor al proceselor structurante care definesc profilul trecut și actual al presei românești. Cel

care citește atent studiile lui Peter Gross descoperă un optimist „bine temperat”, care știe se vadă locurile unde lucrurile se schimbă și sunt pe calea cea bună, știe să nu se lase furat de discursurile sforăitoare și să vadă clar tendințele structurale și care crede, cu sinceritate, în șansele de modernizare și profesionalizare ale mass-media românești.

Colecția de studii pe care o punem la dispoziția publicului oferă jurnaliștilor, cercetătorilor și intelectualilor nu numai o sumă de analize pertinente și în cel mai înalt grad revelatoare în plan științific, ci și o privire, alta decât cea deja împământenită asupra presei noastre. Ea apare astfel ca un necesar pretext de reflecție și dezbateră profesională.

Mihai Coman

Exerciții de cinism și propagandă : lege, legalitate și corespondenții străini în România *

I

În timp ce dezbaterile asupra semnificației *glasnost*-ului, limitele sale și ultima lui contribuție la societățile marxist-leniniste continuă¹, s-a căzut de acord că el constituie într-adevăr o schimbare conceptuală și filosofică pentru acele state socialiste care l-au adoptat într-o formă sau alta. Diferitele sale interpretări și aplicații afectează cel mai mult Uniunea Sovietică, Ungaria și Polonia. În Bulgaria și Cehoslovacia, formele indigene de *glasnost* au un impact mult mai mic, așa cum este și în cazul Germaniei de Est, unde, ca întreg, conceptul este aproape în totalitate respins de partidul comunist la putere.

Acolo unde *glasnost*-ul a fost adoptat și adaptat, statutul presei și al jurnaliștilor, atât străini cât și locali, s-a îmbunătățit în privința libertății de mișcare și a accesului la surse. Deși aceasta nu înseamnă că presa oficială primește cartea albă de a comenta sau prezenta orice subiect, în special dacă puterea partidului comunist sau sistemul socialist însuși sunt puse sub semnul întrebării, el dă posibilitatea jurnaliștilor să investigheze, să analizeze și să scrie despre multe teme care până recent erau tabu².

* Apărut în *Political Communication and Persuasion*, 1989, vol. 6, pp. 179-190.

Două națiuni neatinse de tendința către deschidere jurnalistică într-un grad sau altul sunt Albania și România. De fapt, creșterea progresivă a autorității Partidul Comunist Român asupra presei din anii '70 a strangulat ușoara deschidere permisă, începută în anii '60³.

Acest articol se concentrează asupra României, unde un incident recent atrage atenția asupra legii presei, în special în ceea ce privește corespondenții străini, semnificației atașate legii și legalității, interpretării date funcțiilor și libertăților presei și respingerii *in toto* a *glasnost*-ului.

Incidentul la care ne referim s-a petrecut pe 21 ianuarie 1989. Corespondentul *The New York Tribune* pentru Europa de Est, Peter Klebnikov, a fost expulzat din România după ce a încercat să contacteze doi disidenți români în Cluj⁴. El a fost supus la 10 ore de interogatoriu de agenții Securității⁵, iar bloc-notes-ul și filmul fotografic i-au fost confiscate. Totuși, nu a fost acuzat de violarea nici uneia din legile românești.

Acțiunile autorităților române respectă un tipar constant și, astfel, nu sunt surprinzătoare. De exemplu, cu zece luni înainte de încercarea lui Klebnikov de a-și face meseria și de izgonirea lui bruscă, patru jurnaliști francezi au avut aceeași soartă pentru același gen de activitate⁶. În plus, nu trebuie să uităm că deportarea fără motiv, refuzul acordării vizelor de intrare și hărțuirea jurnaliștilor acreditați care au încercat să intervieveze disidenți au fost folosite de toate națiunile socialiste într-un moment sau altul din istoria lor⁷.

II

Nici o lege a presei nu a funcționat timp de 27 de ani după ce partidul comunist a ajuns la putere în România, în 1947. În sfârșit, Marea Adunare Națională a adoptat, pe 28 martie 1974, prima lege românească a presei din perioada de după cel de-al doilea război mondial⁸.

Aceasta este cea mai detaliată dintre toate legile socialiste ale presei⁹, explicând :

- funcțiile socio-politice ale presei ;
- organizarea, conducerea și difuzarea presei ;
- drepturile și îndatoririle jurnaliștilor, acreditarea și numirea lor ;
- relația presei cu statul, organizațiile și organele publice și cetățenii ;
- protejarea intereselor societății și indivizilor împotriva abuzului asupra dreptului de exprimare prin presă.

Legea detaliază de asemenea natura, extinderea și controlul asupra activității în străinătate a presei române și a corespondenților străini aflați în România, difuzarea presei străine în România și a presei române peste hotare. În sfârșit, ea subliniază sancțiunile ce se impun asupra celor care violează legea presei.

Legea, a cărei formulare a fost supervizată de PCR și care a fost scrisă „sub directa îndrumare” a președintelui Nicolae Ceaușescu, trebuia să confere cadrul legal socialist al relațiilor partidului cu presa¹⁰. Această relație, afectată de introducerea organelor de natură duală (organe ce împărțeau atribute de partid și de stat), a devenit una în care funcțiile presei și organizarea sa trebuiau efectuate sub conducerea partidului și statului. Înainte de legea din 1974, statul era, cel puțin *de jure*, supraveghetorul principal al presei române.

Președintele Ceaușescu insistă asupra faptului că legea presei este bazată pe principiul ce afirmă rolul politic conducător al partidului „în toate domeniile de activitate”¹¹. Acesta este, în lipsă de altceva, măcar un pricipiu non-marxist distinct. Marx, care a condamnat controlul guvernamental asupra presei în primele sale lucrări, a afirmat că esența presei constă în caracterul principal, rațional și moral al libertății¹². Marx și Engels au respins întotdeauna posibilitatea, chiar necesitatea ca partidul „marxist” să direcționeze și să controleze presa ori activitatea literară și artistică¹³. Marx

susține că până și documentele partidului trebuie să fie libere de orice ingerință a conducerii acestuia și să aibă dreptul de a fi critice¹⁴.

Este esențial să avem o presă liberă în Partid, independentă de executiv și chiar de Congresul Partidului ; de exemplu, ea trebuie să aibă o poziție față de programul și tacticile adoptate, pentru a se opune fără rușine măsurilor individuale de partid și, de asemenea, în limitele principiilor Partidului, să aibă libertatea de a critica programe și tactici.

Totuși, dată fiind versiunea lui Marx asupra poziției presei ca parte a unei infrastructuri a societății, este dificil de înțeles cum a conceput el o presă suficient de liberă de constrângerile pe care le considera dăunătoare pentru societate. Într-adevăr, interpretarea dată de Lenin teoriei marxiste despre presă (operațională acum în Republica Populară Chineză, Cuba și alte țări socialiste) insistă asupra subordonării presei față de partid, asupra unității ideologice a partidului și a interzicerii propagării ideilor care vin în contradicție cu cele ale partidului, în special a acelor răspândite prin presă¹⁵.

În România, președintele Ceaușescu insistă că libertatea presei și a exprimării

... nu are nimic în comun cu libertatea de a prezenta în presă, radio și televiziune, film și teatru, lucrări care contravin și, prin natura lor, dăunează educației revoluționare a tineretului și poporului nostru¹⁶.

Concepția sa despre libertatea presei este, astfel, mai mult leninistă decât marxistă, cu o doză de stalinism adaptată la modelul străvechi al voievozilor români și la modul bizantin de conducere predominant în istoria României.

Un exemplu de astfel de mașinațiuni bizantine este abolirea oficială a cenzurii în 1977. Aceasta a fost posibilă prin promulgarea legii presei, când, după al XI-lea congres al partidului, Comitetul Central al PCR a atribuit responsabilitatea asupra conținutului presei cadrelor conducătoare din presă și consiliilor de presă¹⁷.

În consecință, comitetul pentru presă și alte mijloace de informare tipărite, care acționa ca cenzor, a fost dizolvat¹⁸, iar membrii săi au fost numiți în consiliile de conducere ale diferitelor publicații și organizații editoriale¹⁹. Cenzorii antrenați au fost redenumiți pur și simplu să-și continue îndatoririle. Manea, un fost jurnalist al agenției naționale de presă, Agerpres, scrie că „Departele de a fi desființat, Oficiul de Cenzură doar s-a mutat de la etajul al treilea al Casei Scânteii mai aproape de structura așa-numitului Consiliu al Culturii și Educației Socialiste”²⁰. Oricare ar fi situația, cenzura nu a fost eliminată, ci numai reorganizată. Dar această „abolire” a cenzurii a mai făcut un pas înainte.

Ceaușescu și PCR au adoptat o strategie de „democratizare” a presei, implicând toți angajații întreprinderilor de presă în „conducerea colectivă”, făcându-i să-și asume „propria responsabilitate” și dându-le posibilitatea de a avea un „cuvânt de spus în luarea deciziilor”. Conducătorul suprem a spus jurnaliștilor americani în iulie 1977 că

România caută noi forme democratice... care nu numai diferă de formele clasice de astăzi ale democrației, dar le vor și depăși cu mult pe acestea²¹.

„Noile forme democratice” implică un proces de întărire a brațului partidului și a președintelui român în tratarea tuturor aspectelor societății românești. Chiar și atunci, în anii '70, la începutul acestui proces de „democratizare”, asemenea pretenții oficiale erau înșelătoare. De exemplu, Gabanyi a descoperit că „abolirea” cenzurii a adus jurnaliștilor, artiștilor și celor angajați în munci creative mai puțină libertate :

Rareori înainte s-a mai prezentat politica culturală a statului român în termeni atât de contradictorii, și rareori prăpastia dintre actualitatea presupusă și cea reală a fost atât de adâncă²².

Consecințele noii legi a presei și „abolirea” cenzurii urmau să sporească controlul partidului asupra presei și să îngusteze

parametrii în cadrul cărora jurnaliștii își puteau face meseria, prin impunerea unei autocenzuri mai stricte pentru evitarea concedierii sau a unor consecințe mai grave. Partidul controlează acum atât *de jure*, cât și *de facto* presa română prin Consiliul Educației și Culturii Socialiste, un organ de natură duală, partid-stat. Iar PCR este controlat complet și cu abilitate de Ceaușescu și de soția sa, Elena, a căror implicare în problemele presei se extinde de la dirijarea conceperii legilor până la aprobarea șefilor de redacții, a reporterilor, a călătoriilor în străinătate și chiar a conținutului presei²³. În acest context, orice urmă de jurnalism românesc pare să fi dispărut complet²⁴.

Nu este surprinzător că, la șapte ani după adoptarea noii legi, Cismărescu își reafirmă intenția, arătând că ea :

...servește scopului principal de a stabili controlul partidului asupra întregii prese, legând-o în mod legal de politica partidului, pentru a crește conștiința populară și a **împiedica dezvoltarea oricăror tendințe liberale** ș.a.²⁵.

Adoptarea legii presei a creat un caz clasic de *Schlimmbesserung* : „îmbunătățirea” unei situații realizată prin înrăutățirea ei. În analiza sa asupra legii române a presei, Leonhardt afirmă că, în afară de Constituția României, nici un document legal nu exprimă mai clar pretențiile totalitariste ale partidului ca legea presei²⁶.

III

În ochii PCR, scopul legii presei este congruent cu ideea că teoria asupra legilor socialiste în societățile marxist-leniniste este doar una de legitimare (*Legitimationstheorie*), cea mai importantă temă a sa fiind definirea rolului partidului în societate și formele pe care le ia statul într-o asemenea societate²⁷. Poate că acesta este unul din motivele pentru care supremația legilor și legalității este mereu accentuată în România.

În prezent, legea (sau domeniul juridic) nu este separată de domeniile executiv și legislativ în societățile marxist-leniniste. De fapt, în concordanță cu teoria leninistă, funcțiile legii în România nu sunt separate de cele ale politicii care, la rândul lor, sunt expresia capriciilor lui Ceaușescu și ale soției sale²⁸. În termeni marxist-leniniști, după cum scrie Patulea,

Legea este și ea politică, și mai concretă prin rezultatele sale : realizarea politicii statului. Aceasta înseamnă că legea trebuie să fie considerată și elaborată ca politică, prin care înțelegem un rol de conducere corespunzând unui plan de acțiune a cărui stipulare este atingerea unui anumit țel. Astfel, în acest sens, toate acțiunile din toate sferile ar putea fi conceptualizate ca politică²⁹.

Nu este surprinzător, cel puțin oficial, că rolul legii în societatea românească crește continuu în tandem cu acela al statului și partidului³⁰. În timp ce ideologia și activitatea politică au căpătat un rol central, legea a devenit o putere tot mai mare în educarea și în formarea concepției politice și în acceptarea normelor socialiste în toate sferile vieții. Funcția sa este dublă : (1) a educa și (2) a persuadea sau a forța aderarea la legalitatea și normele legii socialiste.

Ceaușescu a avertizat în mod repetat, încă din 1974, că

aplicarea riguroasă a legii pentru a asigura respectarea legalității socialiste este obligatorie pentru toate organele statului, pentru toți cetățenii României. Nimănui nu-i este permis să încalce sau să nu respecte legea³¹.

Teoretic, respectarea strictă și cunoașterea legilor socialiste în toate sectoarele vieții sunt cele mai importante principii în societatea românească. În practică, așa cum ilustrează cazul Klebnikov, ele servesc doar ca unelte de control sau educațional-ideologice, dacă și când este convenabil. În caz contrar, legile pot fi ignorate, manevrate cu iscusință sau schimbate prin decret pentru a ajuta la atingerea anumitor scopuri definite de către conducere.

Oficial, în condițiile în care legea este o expresie normativă a PCR și astfel a politicii și ideologiei statului, orice acțiune care etalează indiferență față de lege sau violează legea (sau Constituția)³² este considerată dăunătoare și intolerabilă³³. Desigur, în afară de cazul în care aplicarea sa nu este gândită să servească unei forțe educaționale sau de persuasiune. În cazul Klebnikov, respectarea legalității socialiste ar fi putut servi aceluiași țel internațional pe care l-a avut alungarea sa: un alt avertisment pentru jurnaliștii străini să nu încerce să contacteze disidenți români sau să scrie orice despre subiectele neaprobate de clica domnitoare, cum ar fi, de exemplu, că libertatea presei este inexistentă în România. Dar a ignora legalitatea în acest caz a fost un fapt mai puțin complicat, mai convenabil și cu rezultate mai rapide. A-l aduce pe Klebnikov în instanță în București ar fi sporit atenția mass-media față de România, mai mult decât a făcut-o expulzarea sa, și ar fi produs o concentrare internațională asupra expunerii repetate, fățișe a minciunii legate de faptul că există un grad semnificativ de libertate a presei în România.

Ignorarea legii și legalității a devenit atât de acută, încât chiar unii membri ai partidului au lăsat deoparte orice precauție și s-au plâns în public de asemenea practici. Într-o scrisoare deschisă în care era atacat Ceaușescu, elaborată în ianuarie 1989 și făcută publică în luna mai de către BBC, șase membri proeminenți ai PCR îl acuzau, printre altele, de nerespectarea Actului final de la Helsinki și a Constituției și legilor României. Printre semnatarii, s-au aflat Gheorghe Apostol, primul secretar al partidului la mijlocul anilor '50, Corneliu Mănescu, fost ministru de Externe, și Silviu Brucan, fost ambasador al României în Statele Unite³⁴.

Părerea din 1974 a lui Brzezinski asupra constituțiilor comuniste și a importanței lor se potrivește și României anului 1983 la care, de fapt, face referire în evaluarea sa negativă:

Pentru un comunist, Constituția nu este un angajament legal complicat, organizând și limitând puterea și exprimând anumite norme

sociale. Mai degrabă ea este o reflectare a realității existente și un mijloc de înlesnire a transformării societății. Este atât pasivă, cât și activă, semnificativă numai în cadrul propriei faze istorice, și poate fi modificată când o dictează circumstanțele³⁵.

Brzezinski nu ia în considerare o altă posibilitate : ignorarea totală a Constituției chiar de către conducerea care a adoptat-o.

Deoarece funcțiile educaționale și de control ale legii sunt aplicabile doar la nivel național, utilizarea legii presei în cazul Klebnikov pentru scopuri autohtone s-ar fi putut concretiza doar în transmiterea unui mesaj românilor care ar fi putut discuta cu reprezentanții presei străine. Dar acest scop este prea puțin semnificativ pentru a justifica ajungerea unui caz în tribunal, întrucât românii erau deja condiționați să nu vorbească cu străinii în general, cu presa străină în particular, și erau obligați să raporteze autorităților orice contact cu străinii³⁶. Cu disidenții doritori să acorde interviuri presei străine se tratează separat, în cadrul sau în afara legii, ambele modalități oferind o „lecție” pentru români.

O asemenea șarlatanie în tratarea temelor legate de respectarea legalității și a procesului de aplicare a ei așază legea socialistă română într-o poziție care este mai puțin credibilă și suportabilă în raport chiar cu aceea la care trimite teoria legitimității limitate a legii socialiste.

IV

Dacă legalitatea ar fi fost respectată și Klebnikov adus în judecată, legea română a presei ar fi fost principalul instrument de acuzare. Și, așa cum specifică articolul 90 al legii presei, sancțiunile la care se expun jurnaliștii care nu o respectă „înseamnă pedepse disciplinare, materiale, civile sau penale”.

Dar Klebnikov a fost deportat și, ca versiune oficială, lui și lumii li s-a spus că motivul a fost angajarea lui în „acțiuni incompatibile

cu cele ale unui jurnalist”³⁷. Această afirmație a fost făcută pe baza interpretărilor românești ale ideilor de libertate a presei și de îndatoriri ale jurnaliștilor, așa cum erau elaborate în legea presei. Klebnikov, printre alți corespondenți străini, era judecat după aceleași criterii după care sunt acreditați și judecați jurnaliștii români.

Într-adevăr, conform legii române a presei (articolul 40), Klebnikov nu poate fi considerat jurnalist, fiindcă el nu sprijină, cum prevede textul, „aplicarea în viață a politicii PCR pentru o societate multilateral dezvoltată”. Și, judecând după încercarea sa de a intervieva disidenți, nici nu s-a condus după „normele eticii și echității socialiste”.

Klebnikov a fost judecat pe baza concepției lui Ceaușescu, mult timp respectată, că un jurnalist ar trebui să fie

...un luptător comunist, un activist de partid în această sferă de activitate (presa)...³⁸.

Correspondentul american se pare că nu a îndeplinit acest criteriu, iar modul în care își practica meseria era incompatibil cu interpretarea pe care o dădea legea obligațiilor sale de jurnalist. Articolul 40 subliniază că aceste îndatoriri constau, printre altele, în (1) contribuția prin toate mijloacele la împlinirea funcțiilor socio-politice ale presei așa cum a fost stabilit prin lege și prin documentele PCR; (2) servirea cu devotament a cauzei socialismului și comunismului și lupta pentru a pune în practică politica internă și externă a partidului și statului; (3) lupta pentru promovarea spiritului revoluționar în toate domeniile vieții socialiste și împotriva „imobilității, conservatorismului și rutinei” și a tuturor factorilor care ar putea „opri dezvoltarea societății”; (4) dovedirea standardelor înalte de etică și profesionalism, obiectivitate și responsabilitate, de respectare a legilor și secretelor de stat și lupta pentru adevăr.

Articolul 76 specifică încă o îndatorire a jurnaliștilor români: respectarea Articolului 69 care vizează publicarea de materiale în presă. Acesta spune că :

Libertatea presei nu poate fi folosită în scopuri potrivnice orânduirii socialiste, ordinii de drept statornicite prin Constituție și celelalte legi, drepturilor și intereselor legitime ale persoanelor fizice și juridice, moralei socialiste.

În apărarea intereselor societății și persoanelor împotriva folosirii abuzive a dreptului de exprimare prin presă se interzice publicarea sau difuzarea materialelor care :

- a. sunt potrivnice Constituției RSR ;
- b. conțin atacuri împotriva orânduirii socialiste, principiilor politicii interne și externe a Partidului Comunist Român și a Republicii Socialiste România ;
- c. defăimează conducerea partidului și statului ;
- d. îndeamnă la nerespectarea legilor statului ori la săvârșirea unor acte ce constituie infracțiuni.

În mod clar, parametrii jurnalismului, ai îndatoririlor jurnaliștilor și ai libertății presei sunt explicați în articolul 69. În definitiv, legea română a presei, așa cum o arată preambulul său, a fost adoptată

Ținând seama de misiunea social-politică pe care presa o are în îndeplinirea politicii generale a Partidului Comunist Român de construire a societății socialiste multilateral dezvoltate și de edificare a comunismului în Republica Socialistă România.

Rolul politic, ideologic și educațional al presei române (și al jurnaliștilor) este dictat de articolele 7-16, iar controlul partidului și statului asupra presei, de articolele 2, 17-19 și 22-23.

Dacă legea română a presei în general pare să accentueze criteriile după care sunt judecați atât jurnaliștii români, cât și cei străini, două articole ale ei (Secțiunea 2, capitolul VI) se adresează în mod special corespondenților străini în România. Primul, articolul 83, tratează în principal acreditarea corespondenților permanenți sau temporari, care poate fi obținută numai de la Ministerul Afacerilor Externe. Articolul 84, arătând mâna de

ajutor pe care autoritățile române o întind jurnaliștilor străini, afirmă cu maximă ipocrizie :

În exercitarea atribuțiilor lor în Republica Socialistă România, corespondenții de presă străini se bucură de sprijinul autorităților române în vederea obținerii, din partea **persoanelor autorizate și instituțiilor** [s.a.], a materialelor documentare necesare bunei desfășurări a activității lor.

Corespondenților de presă străini li se facilitează vizite de documentare, convorbiri, interviuri și participarea la acțiuni cu caracter național sau internațional.

Corespondenții de presă străini își vor desfășura activitatea în conformitate cu legile Republicii Socialiste România.

Este clar că „autoritățile române” îi vor ajuta pe corespondenții străini să obțină informații doar din surse autorizate. Adevărul este că sursele neautorizate nu au voie să ofere nici o informație și corespondenții străini nu numai că nu vor fi ajutați, ci vor fi chiar împiedicați să caute informații la asemenea surse.

Chiar și facilitarea interviurilor, de exemplu, este un mod de a monitoriza și controla corespondenții³⁹, iar Lendvai scrie

Contactele dintre cetățenii obișnuiți și jurnaliștii străini sunt permise doar dacă ministerul în grija căruia se află persoana respectivă sau președintele Comitetului Popular [sic] municipal sau regional îi dă acordul. Conversațiile cu străinii trebuie raportate imediat poliției sau directorului de întreprindere. Jurnaliștii nu au acces la surse, iar interviurile au loc în general în prezența a cel puțin altor două persoane – una din ele luându-și notițe. Nici chiar în Uniunea Sovietică sau în Cehoslovacia jurnaliștii care cunosc țara sau vorbesc limba nu sunt atât de strict urmăriți ca în România⁴⁰.

Cazul Klebnikov dovedește încă o dată că autoritățile române nu permit interviurile neautorizate cu persoane neautorizate.

Prevederea din articolul 84 adresată corespondenților străini de a-și îndeplini datoria „respectând” legile țării este de asemenea

menită să le îngrădească libertatea de a-și face meseria. Pentru a înțelege limitele pe care „respectarea legilor în Republica Socialistă România” le impune unui jurnalist este suficient să fie luat în considerare doar Articolul 69 din legea presei, citat mai sus.

În consecință, se pare că pentru jurnaliștii străini „respectarea legii” înseamnă respectarea literei și spiritului legii presei, inclusiv a articolelor care definesc funcția presei române și îndatoririle jurnaliștilor români.

Dacă acest caz Klebnikov ar fi ajuns în tribunal, se presupune că ar fi fost judecat pe baza articolului 69 (f): „încurajarea nerespectării legilor statului sau încurajarea comiterii de acte ce constituie infracțiuni”.

Ipotetic, acuzarea ar fi putut de asemenea argumenta că, deși nu s-a realizat nici un interviu și în consecință nici nu s-a publicat nimic, prevederile articolului 69 (a), (b) și (c) au fost pur și simplu anticipate pe o intenție de interviu. S-ar fi creat situația asemănătoare cu povestea omului acuzat că are idei periculoase. „Ce a spus?” întreabă judecătorul. „Datorită vigilentei poliției noastre secrete, el a fost arestat înainte de a putea spune ceva”, răspunde procurorul.

V

Într-un articol nesemnat apărut în 1989 în *Presa Noastră*, publicația jurnaliștilor profesioniști din România, cuvintele lui Ceaușescu sunt reproduse cu evlavie și se subliniază că întreaga suflare a presei face din studiul și înțelegerea operei președintelui obiectivul central al activității sale. În plus, se arată că ideile sale „profund științifice” referitoare la dezvoltarea țării se bazează pe condițiile istorice obiective ale României și nu pe „modele de împrumut”⁴¹. Articolul lasă să se înțeleagă că și *glasnost*-ul ar fi un astfel de model, de care România se poate dispensa.

Rezistența la schimbare în România își are rădăcinile atât în opoziția tradițională a partidelor comuniste față de orice le-ar putea periclita supremația, în cultul personalității care domină țara, cât și în viziunile dinastice ale „primei familii”.

Acțiunile arbitrare ale României în cazul Klebnikov confirmă încă o dată faptul că țara se mulțumește cu păstrarea *status-quo*-ului și nu se lasă contaminată de nici o idee de deschidere. Acest fapt ilustrează de asemenea continua ei izolare față de comunitatea internațională și statutul ei singular în rândul țărilor est-europene, obținut mai degrabă din totala stalinizare decât din liberalizare.

Jurnalismul românesc, dacă mai poate fi numit așa în aceste circumstanțe, este complet controlat, direcționat și manipulat în conformitate cu nevoile partidului aflat la conducere, toanele șefului său și necesitățile pe care le incumbă cultul personalității construit în jurul lui Ceaușescu și al soției sale.

Legea presei în vigoare astăzi este chiar întruchiparea respingerii *glasnost*-ului. Astfel concepută, ea reprezintă un document cinic de comunicare politică și, alături de lege, în general, și de supremația legii, în particular, nu este altceva decât un mijloc de propagandă menit să creeze imaginea unei societăți în care domnește legalitatea, iar instituțiile și conducătorii lor se supun legii. Fără o schimbare în conducerea și politica României și fără abrogarea sau modificarea substanțială a legii presei, jurnalismul românesc nu-și va începe drumul către renaștere și nu va exista nici o deschidere pentru presa română sau pentru corespondenții străini din România. Ultimilor li se va permite în continuare să „prezinte” viața românilor doar cu ochii legați, cu dopuri în urechi și cu membrii Securității pe urme.

Epilog

Revoluția populară din decembrie '89 a răsturnat regimul comunist vechi de 43 de ani și pe liderul lui suprem, Nicolae Ceaușescu.

Legea comunistă a presei, ca și alte legi speciale care vizau radioul, televiziunea și agenția națională de știri au fost abrogate. Pe 22 decembrie, presa română s-a scuturat în totalitate de cenzura opresivă și de controlul partidului instituit în 1947, când PCR a ajuns la putere prin forța armelor rusești.

Pe 25 decembrie, în ziua în care Nicolae și Elena Ceaușescu au fost executați după o judecată ținută în secret, doi jurnaliști străini au murit și alți cinci au fost răniți în timpul puternicelor lupte de stradă din România, desfășurate între forțele pro-democratice și Securitate („Bat clopotele pentru jurnaliștii aflați în România”, *San Francisco Chronicle*, 26 decembrie, 1989). După căderea regimului comunist, jurnaliștii străini au primit vize de intrare în România fără nici o problemă și au relatat nestingheriți evenimentele. (Autorul a petrecut 9 zile la Timișoara și București la jumătatea lunii ianuarie în calitate de corespondent al *San Francisco Chronicle*.)

Frontul Salvării Naționale, care conduce acum România până la alegerile democratice preconizate pentru luna mai, a desemnat un comitet care să elaboreze o nouă lege a presei. Încă nu a fost dat un termen limită pentru conceperea ei, însă graba cu care acest comitet a fost numit reprezintă dovada importanței pe care noua conducere a României o acordă presei.

Jurnalismul românesc deja s-a schimbat, fapt atestat de diversitatea cotidianelor și revistelor polemice și nonconformiste cerute de un public avid de opinii și informații variate. Problemele însă rămân. Mulți cititori se plâng de superficialitatea materialelor, de utilizarea vechiului limbaj ceaușist de către jurnaliștii obișnuiți cu verbiajul presei comuniste și de readucerea în actualitate

a temelor vechiului regim. Cei mai mulți jurnaliști români recunosc problemele cu care se confruntă jurnalismul în țara lor și sunt pregătiți să reinvețe meseria și să-și redefinească rațiunea de a fi.

Mediul politic românesc a suferit schimbări importante și este de așteptat că va evolua într-un mod specific către democrația occidentală. Populația, liderii politici și jurnaliștii consideră că o presă liberă și diversă va contribui la democratizarea României. Studiarea mass-media românești în această perioadă de tranziție, precum și a viitorului societății românești este un demers care revine profesorilor de științele comunității care, acum, o pot face nestingheriți de constrângerile impuse de regimul comunist.

Note

1. Pentru exemple, vezi Robert Novak, *Taking Glasnost Seriously* (Washington, DC : American Enterprise Institute for Public Policy Research, 1988) ; Walter Laqueur, „Glasnost & Its Limits”, *Commentary* (July 1988) : 13-24 ; John M. Battle, „Uskorenie, Glasnost and Perestroika : The Pattern of Reform Under Gorbachov”, *Soviet Studies* 3 (July 1988) : 367-384 ; V. Rubanov, „From the Cult of Secrecy to the Information Culture”, *Soviet Law & Government* 1 (Summer 1989) : 6-9. Nu există un acord nici cu privire la semnificația cuvântului *glasnost*, unii definindu-l ca publicitate, iar alții ca deschidere (aici termenul este interpretat ca deschidere, deși cu limite). Vezi, de exemplu, David Satter, „The Foreign Correspondent in Moscow. On Manipulation and Self-Deception”, *Encounter* 5 (May 1987) : 58-63.

O nouă carte semnată de Mihail Gorbaciov oferă viziunea sa asupra glasnost-ului. Vezi Michail Gorbatschow, *Glasnost. Das Neue Denken* (Berlin : Ullstein, 1989).

2. Jurnaliștii sovietici, de exemplu, au trebuit să învețe cum să prezinte subiecte considerate până de curând de neatins : de pildă, vinovăția lui Lenin în stabilirea terorii statului și crimele comise de Stalin (vezi Bill Keller, „Lenin Faulted on State Terror, and a Soviet Taboo Is Broken”, *New York Times*, June 8, 1988, p. 1 ; Charles Strouse, „Reporters Learn to Tell Hard Stories”, *Los Angeles Times*, Jan. 31, 1988, p. VI). *Glasnost*, o revistă independentă din Moscova, a avut dreptul, timp de câteva luni, să prezinte subiecte de care presa oficială încă se ferește. Autoritățile sovietice au hărțuit editorul revistei luni de zile și în final au desființat-o în 19 mai 1988 (vezi Bill Keller, „Publisher of Glasnost Magazine Is Arrested In A Soviet Crackdown”, *New York Times*, May 10, 1988, p. A14 ; Bill Keller, Soviet Closes A Magazine Extolling Openness”, *New York Times*, May 19, 1988, p. A13). În Polonia și Ungaria, presa oficială are și ea limitele sale în ceea ce privește subiectele care pot fi tratate și opiniile exprimate. În Polonia, de exemplu, un nou ziar independent, *Gazeta*, a început să funcționeze în mai 1989, iar în Ungaria, o revistă săptămânală independentă, *Reform*, a fost lansată în aprilie 1989.

3. În anii '60, România a intrat într-o fază de reorientare a politicii interne și externe, care a avut ca rezultat o mică deschidere a presei, afectând atât presa română, cât și cea străină care acoperea țara. România a fost etichetată ca națiune est-europeană liberă după felul cum a tratat Uniunea Sovietică și națiunile occidentale. Vezi Leonard Fein & Victoria Bonnell, „Press and Radio in Romania: Some Recent Developments”, *Journalism Quarterly* 42 (1965): 443-449; Armand Gaspard, „Rumania – Advertisements and a Move to Objectivity”, *PIP Review* 8 (May 1965): 17.
4. Peter Klebnikov, „For Newsmen in Romania, Glasnost Is in Short Supply”, *New York City Tribune*, 8 febr. 1989, pp. 1, 3.
5. Securitatea este corespondentul român al KGB-ului și se afirmă că angaja mii de români pentru a ajuta la urmărirea altor români, ca și a străinilor călătorind prin țară.
6. Doi reporteri francezi de televiziune (13 aprilie 1988), un corespondent al *Le Figaro* (22 sept. 1988) și unul al *Le Nouvelle Observateur* (8 nov. 1988) au fost alungați din România pentru încercarea de a vorbi cu disidenți, inclusiv Doina Cornea și Mariana Botez. Vezi de asemenea William Echikson, „Journalists Find High Barriers to Serious Reporting in Romania”, *The Christian Science Monitor*, 31 ian. 1989, p. 6.
7. Pentru descrieri ale tratării corespondenților străini în Uniunea Sovietică și națiunile Europei de Est, vezi Paul Lendvai, *The Bureaucracy of Truth* (Boulder, CO: Burnett Books, 1981), pp. 238-247. O altă ocupație favorită a multor state socialiste este de a refuza acordarea vizelor de intrare acelor jurnaliști care au scris articole considerate negative de regimurile la putere, sau jurnaliștilor din diferite mass-media care supăraseră într-un fel sau altul conducerea și sunt astfel „pedepsiți”. Pentru exemple recente din România, vezi „Western Journalists Barred From Romania”, *Washington Post*, 25 mai 1987, p. A29; Andrew Nagorski, „Inside Eastern Europe”, *Columbia Journalism Review* 4 (nov./dec. 1988): pp. 45-48.
8. Legea română a presei din 1974 a fost extinsă și ușor modificată în 1977.
9. De exemplu, există un contrast puternic între legea română a presei și cea maghiară. Legea maghiară din 1986 are doar 55 de articole, în comparație cu cele 101 ale legii române, iar acestea sunt mult mai generale ca natură, mai puțin concentrate pe funcțiile socio-politice ale

presei și jurnaliștilor. Ea lasă mai mult loc de interpretare a limitelor pentru ceea ce poate fi și ceea ce nu poate fi publicat. O nouă lege a presei este pregătită acum în Ungaria, mai liberală și mai democratică. Aceleași comparații generale pot fi făcute între legea română și cele din Cehoslovacia, Polonia și Iugoslavia.

10. Ion Ceterchi, „Legea presei. Un document important politic și juridic”, *România Liberă*, 4 aprilie 1974, nr. 9157, p. 12.
11. Nicolae Ceaușescu, „Cuvîntare la plenara CC al PCR și Consiliului Suprem al dezvoltării economice și sociale”, în *Scînteia*, 30 iunie 1977, p. 1; vezi de asemenea I. Stănescu, „Creșterea rolului conducător al partidului și dezvoltarea democrației socialiste”, *Scînteia*, 27 iunie 1989, pp. 1, 5; „Controlul de partid – operativ, preventiv, eficient”, *Scînteia*, 7 iunie 1989, pp. 1, 5.
12. Karl Marx, „Debatte über die Pressefreiheit”, în *Rheinische Zeitung*, 5 mai 1842, așa cum este citat în *Werke I* (E. Berlin: Dietz Verlag, 1961-1968), p. 54.
13. Scrisoarea lui Friedrich Engels către August Babel (1-2 mai, 1891), citată în *Werke XXXVIII* (E. Berlin: Dietz Verlag, 1961-1968), p. 74.
14. *Ibid.* (19 noiembrie 1891), p. 517.
15. V.I. Lenin, „Party Organization in Party Literature”, 13 nov., 1905, în *Werke X* (Moscow: Foreign Language Publishing House, 1960-1966), p. 46.
16. N. Ceaușescu, *România pe drumul construirii societății socialiste multilateral dezvoltate*, vol. 6, Editura Politică, București, 1972, p. 247.
17. Annali Ute Gabanyi, „Das Zensursystem in Rumanien”, *Wissenschaftlicher Dienst Südösteuropa* 5, 1978, pp. 270-273.
18. Decretul nr. 472, publicat în *Buletinul Oficial* nr. 138, 27 dec. 1977.
19. Gabanyi, „Das Zensursystem”; vezi și A.U. Gabanyi, „Wiederverhartung der Bukarester Literaturpolitik?”, *Wissenschaftlicher Dienst Südösteuropa* 7, 1977, pp. 179-192.
20. Ion Manea, „The Romanian Press: Does It Exist in Today's Romania?”, *Journal of the American Romanian Academy*, nr. 6-7, 1985, pp. 142-147.
21. Citat în Gabanyi, „Das Zensursystem”, p. 270.
22. *Ibid.*, p. 271.
23. Lendvai, *The Bureaucracy of Truth*, pp. 43-44; Manea, „The Romanian Press”; Ion Manea, „The Romanian Press: Does It Exist in Today's

- Romania? Why are Romanian Foreign Correspondents Nowhere to Be Found?”, *Journal of the American Romanian Academy*, nr. 8-9, 1986, pp. 149-155.
24. I. Manea, „The Romanian Press”, 1985.
25. Michael Cismarescu, *Einführung in das Rumanische Recht*, Darmstadt, Wissenschaftliche Buchgesellschaft, 1981, p. 83.
26. Peter Leonhardt, „Das rumanische Presserecht nach dem Gesetz vom 28.3.1974”, *Jahrbuch für Ostrecht* 15, 1974, pp. 199-229.
27. Vezi Dietrich Frenske, „Was ist 'sozialistisches Recht?'”, *Östeuropa Recht* 31, 1977, p. 551.
28. Vezi Roberto Giardina *et al.*, „Perestroika Alla Romena”, *Epoca*, 1989, pp. 72-83; Kenneth W. Banta, „Where Glasnost Is Still a Dirty Word”, *Time Magazine*, sept., 1988, pp. 31-32; Hannes Reichmann, „The Last Stalinist. Ceausescu vs. the World,” *World Press Review*, nr. 11, 1988, p. 22; Misha Glenny, „Waiting for the Personality to Go”, *New Statesman*, ian. 1987, p. 19.
29. Vasile Patulea, „Fundamentul politic și ideologic al dreptului”, *Revista Română de Drept*, nr. 11, 1973, p. 3; vezi și G. Vrabie, „Considerații privind raportul dintre politică și drept”, *Revista Română de Drept*, nr. 3, 1974, p. 3.
30. Vezi „Cuvântarea Tovarășului Nicolae Ceaușescu”, *Scînteia*, 29 iunie, pp. 1-4. Ceaușescu subliniază necesitatea lărgirii rolului justiției și importanța respectării legii; vezi și Ion Ceterchi, „Rolul Partidului Comunist Român – Forța politică conducătoare a societății noastre – în dezvoltarea statului și dreptului”, *Revista Română de Drept*, nr. 7, 1971, pp. 3-14.
31. N. Ceaușescu, „Cuvântarea la constituirea activului de partid și de stat din ministere și instituții centrale din 11 aprilie 1974”, *Scînteia*, 13 apr. 1974, p. 1; Ceaușescu a susținut același lucru în cuvântarea ținută la plenara Comitetului Central al PCR, din 28 iunie 1989 (vezi *Scînteia*, 29 iunie 1989, p. 3).
32. Art. 28 din Constituția României din 1975 stipulează forma legală a legii presei.
33. *Scînteia*, 28 iunie 1989, p. 3; vezi și Ceterchi, „Rolul Partidului Comunist Român”.
34. „Dear Nicolae”, *World Press Review*, nr. 5, 1989, p. 42.

35. Zbigniew Brzezinski, *The Soviet Bloc*, Cambridge, MA : Harvard University Press, 1974, p. 77.
36. Fay Willey *et al.*, „Down With the Dictator, Ceausescu’s Romania : Protests, Not Glasnost”, *Newsweek*, 28 dec. 1987, pp. 27-28.
37. „U.S. Correspondent Ousted From Romania”, *Presstime*, nr. 3, 1989, p. 53.
38. „Mesaj și formă grafică în elaborarea ziarului”, *Presa Noastră*, nr. 3, 1988, p. 21.
39. Secția străină de corespondenți a agenției române de știri Agerpres era însărcinată să găzduiască jurnaliștii străini, dar să le și urmărească activitatea din țară.
40. Lendvai, *The Bureaucracy of Truth*, p. 250.
41. „Lucrările și hotărârile marelui forum al democrației muncitorești revoluționare”, *Presa Noastră*, nr. 11-12, 1988, pp. 5-8, 30.

Limitarea presei libere în România *

Jurnaliștii străini și alți observatori au atribuit rezultatele alegerilor generale românești din 20 mai 1990 – în care Ion Iliescu a câștigat președinția cu 86% din voturi, iar Frontul Salvării Naționale (FSN) a obținut peste 65% din fotoliile parlamentare – unui regim politic imatur și unei fraude electorale a FSN¹. Ambele explicații sunt adevărate, dar prea simpliste. Mulți factori au fost responsabili pentru victoria FSN, dar poate cel mai important a fost absența unei sfere publice dezvoltate, capabilă să susțină o opinie publică bine informată. Mass-media unei asemenea societăți, în mod special, ar trebui să fie capabile să educe populația în spiritul principiilor, obiceiurilor, proceselor și vieții unei societăți democratice. Până acum, mass-media românești nu au funcționat conform acestei îndatoriri. Care sunt motivele eșecului lor? Cum a contribuit acest eșec la victoria FSN? O analiză a acestor întrebări ar putea ajuta România în dezvoltarea unei societăți civile – o dezvoltare ce ar putea crea alternativa în următoarele alegeri generale, programate pentru 1992.

Continuitate în schimbare

Cu doar câteva zile înainte de alegerile din mai, Stelian Tănase, redactor la săptămânalul 22, editat de Grupul pentru Dialog Social, a anticipat victoria FSN. El comenta: „Va mai trece timp până ce

* Apărut în *Orbis – A Journal of World Affairs*, vara 1991, Foreign Policy Research Institute, pp. 365-375.

oamenii vor înțelege ce este o democrație”. Dar, adăuga el, „Când mass-media noastre independente vor avea voie să funcționeze și să se dezvolte, vom reuși să scăpăm de toate vestigiile comunismului și să construim o democrație”². Tănase a înțeles că o societate democratică necesită și alte forme de participare a cetățenilor în afară de vot și formarea de partide politice foarte mici, uneori suprapuse. Ea are nevoie de cunoaștere, de disponibilitatea de a purta un dialog politic pentru a simți ce este democrația și cum funcționează procesele sale. Înseamnă de asemenea acceptarea noțiunii de opoziție loială și, mai presus de orice, toleranță față de opiniile diferite. Mass-media trebuie să ajute acest dialog și procesul de educare politică. Într-o societate de tranziție cum este România, sarcina mass-media este mai dificilă, pentru că lor li se cere să joace un rol central în remodelarea culturii politice a națiunii și a mentalităților clasei politice. Din nefericire, mass-media românești nu au fost pregătite și structurate pentru această sarcină enormă. Familia Ceaușescu controla pe de-a-ntregul mijloacele de comunicare de masă ; ea nu a permis apariția unei prese alternative sau ilegale ; iar mijloacele de comunicare au dus lipsă de facilitățile tehnice necesare pentru a fi eficiente.

Timpe de peste patruzeci de ani de control comunist și cu precădere în ultimii cincisprezece ani, jurnalismul românesc a făcut mai mult decât să prezinte într-o manieră părtinitoare știrile interne și externe. Adevărul a fost sacrificat pentru exercițiul de îndoctrinare al partidului, într-o scriitură disimulată, mobilizatoare și falsă³. Rezultatul a fost pierderea credibilității mass-media scrise și audiovizuale în fața publicului. Oamenii au rămas fideli știrilor din „teama de a nu fi «testați» de liderii locali ai partidului cu privire la evenimentele curente”⁴. Deși publicul și-a perfecționat abilitatea de a citi printre rânduri, el a început să asculte mai ales știrile transmise de posturile străine de radio⁵.

Astfel, dacă revoluția din decembrie a modificat semnificativ scena mass-media din România, problemele cauzate de comunism,

tranziția dificilă spre o societate democratică, acțiunile Guvernului, lipsa de profesionalism, inactivitatea jurnaliștilor și situația socio-politică generală au inhibat rolul mass-media în alegerile din mai. Revoluția din decembrie a eliberat mass-media de controlul Partidului Comunist Român (PCR), dar schimbarea bruscă a lăsat fără un scop precis, cu excepția opoziției față de familia Ceaușescu, rememorarea anilor de opresiune și revoluția în sine.

Mass-media post-revoluționare

Mass-media s-au diversificat rapid între 22 decembrie 1989 și 20 mai 1990. Presa scrisă s-a dezvoltat cel mai repede, adăugând un număr de aproximativ o mie de noi publicații la nivel național, de la cotidiene și săptămânale satirice sau naționaliste precum *Cațavencu* și *România Mare*, la ziare de partid și independente ca *Azi* sau *Expres*. În multe situații, o publicație își încheia apariția și o alta îi lua locul. Au existat anumite bănuieli neconfirmate că unii editori i-ar fi mituit pe tipografi să le tipărească ziarele, deci acestea nu pot fi incluse în numărul total al publicațiilor. Este imposibil de estimat deci numărul de ziare puse la dispoziția cititorilor.

În mass-media audiovizuale, șase posturi de radio regionale, închise în 1985, s-au redeschis oficial și s-a înființat un număr nedeterminat de posturi noi, independente (pirat). Două posturi de televiziune – independente de Televiziunea Română oficială (redenumită Televiziunea Română Liberă) – s-au înființat în Timișoara și Brașov, dar ele nu au propriile frecvențe de emisie și trebuie să transmită pe frecvența Televiziunii Române oficiale în afara orelor de program ale acesteia⁶.

Noile mass-media au adoptat trei forme de bază: (1) mass-media sponsorizate de Guvern, (2) mass-media finanțate de partide politice sau organizații sociale, religioase sau academice și (3) mass-media comerciale înființate în cea mai mare parte de persoane

sau grupuri non-politice. Mass-media existente, pre-revoluționare, și-au schimbat orientarea politică ceaușistă și marxist-leninistă și și-au desemnat sau ales directori și editori noi.

În multe cazuri, presa tipărită și-a modificat denumirea, ca în cazul cotidianului PCR *Scânteia*, care a devenit *Scânteia Poporului* între 22 și 25 decembrie, ulterior, *Adevărul*. Mass-media românești, în totalitate, inclusiv posturile de radio și televiziune controlate de Guvern, s-au etichetat ca independente, cu excepția noii prese de opoziție răspândite de partidele politice în formare.

Politica a dominat mass-media în perioada dintre revoluție și alegeri. Mai precis, mass-media se concentrau asupra a două puncte : (1) sprijinul pentru unul sau mai multe dintre cele optzeci și două de partide înregistrate, inclusiv FSN, și (2) o reexaminare a ultimilor patruzeci și doi de ani de comunism în România, a marxism-leninismului în general și a principiilor democratice occidentale. Ca o consecință a atitudinii politice partizane a presei, au apărut mai multe probleme.

Polemica politică

Mass-media românești s-au divizat în două tabere : unele care sprijineau *status-quo*-ul incipient, încă greșit definit, și altele care sprijineau reformele politice, sociale și economice imediate. Acestea din urmă se opuneau energic puterii noi apărute și puneau sub semnul întrebării despărțirea Guvernului de mentalitatea și autoritarismul socialiste. Mass-media independente anti-FSN și cele din opoziție (extrem de restrânse în câmpul audiovizual, dar mult mai largi în presa tipărită) nu și-au fixat alte sarcini socio-politice definibile. Așa cum a arătat Herbert Passin în cercetarea sa asupra jurnalismului din statele în tranziție spre libertate, mass-media „consideră că este dificil să se transforme în tipul de presă responsabilă, non-partizană, pe care o cere noua situație”⁷.

În consecință, puține publicații din România erau independente în mod obiectiv – cu excepția cotidianului național *România Liberă*. Restul erau mult mai preocupate de polemica politică decât de educația politică, de prezentarea și analizarea informației. Pamfletele despre politicieni și trecutul lor, transpunerea într-o formă nouă a istoriei prefasciste, fasciste sau comuniste, dominau atât presa scrisă, cât și cea audiovizuală. Astfel, examinarea obiectivă a problemelor curente, a evoluției lor și a viziunilor asupra viitorului societății românești a ocupat un rol secundar, sau nici nu a existat. Când însă aceste teme au fost abordate, faptul s-a datorat unui săptămânal editat de Grupul pentru Dialog Social, 22, format din intelectuali, ale cărui limbaj și idei s-au dovedit prea sofisticate pentru a avea impact asupra marelui public – chiar dacă, în majoritate, acest public avea acces la toate publicațiile. În consecință, în preajma alegerilor, cititorii nu au fost foarte bine informați, iar mass-media existente din perioada prerevoluționară, favorabile lui Iliescu și FSN, au avut câștig de cauză. În fond, ele aveau o experiență mult mai mare în ceea ce privește propaganda, mobilizarea, îndoctrinarea și agitarea maselor decât presa nou apărută.

Concentrându-se cu precădere asupra opiniilor și polemicilor, presa (în special cea scrisă) a ajutat puțin și mai mult simbolic, dată fiind diversitatea ei, la formarea unei culturi politice democratice în primul an post-Ceaușescu⁸. Mijloacele de comunicare nu au contribuit la orientarea democratică și colectivă a publicului spre instituțiile politice fundamentale și spre noul sistem politic democratic. Rezultatul : influența lor asupra opiniei publice, ca și asupra individului, a fost una limitată, fapt care a generat o mare polarizare a alegătorilor, pe care nu a reușit să-i separe de mentalitățile vechi de peste patruzeci de ani. În consecință, opinia publică s-a exprimat fie prin respingerea, fie prin acceptarea conducerii FSN și a politicii sale.

Lipsa generală de profesionalism poate fi atribuită, parțial, formării noului corp de jurnaliști din presa scrisă și din audiovizual.

Două treimi dintre ziaristii care activează în presă au început această meserie după revoluția din decembrie, având puțină pregătire în acest domeniu sau deloc. Deși cei mai mulți dintre ei au absolvit instituții de învățământ superior pe diverse specializări, legătura lor cu jurnalismul s-a limitat la lecturarea presei comuniste și, în situații cu totul izolate, a publicațiilor străine interzise în țară sau la ascultarea posturilor de radio străine. Nii jurnaliști nu au știut cum să culeagă informații, cum să le prezinte publicului spre lectură, ascultare sau în imagini.

Descentralizare întârziată

În vreme ce diversitatea mijloacelor de comunicare și libertatea mai mare de expresie au avut ca rezultat, după revoluția din decembrie, o presă liberă, necenzurată, eliberarea ei de controlul guvernamental încă nu s-a produs. Ministerele și-au menținut controlul asupra tipografiilor (învechite); asupra fabricilor de hârtie, a mecanismelor de vânzare și de distribuție; asupra difuzării publicațiilor. Nu știu dacă a fost sau nu o coincidență, însă editorii publicațiilor anti-FSN și de opoziție s-au plâns de diminuarea cantităților de hârtie, de limitări ale timpului de tipărire, de nereguli în distribuirea publicațiilor pe măsura apropierii zilei alegerilor.

Producția de hârtie de ziar în România nu a ținut pasul cu cererea, după decembrie 1989, iar Guvernul a continuat să avizeze exportul⁹. Cele mai mari dificultăți întâmpinate de presa scrisă au fost puținele tipografii disponibile. În Brașov, de exemplu, o singură tipografie deservea șaptezeci de publicații. În luna aprilie 1990, FSN a decretat ca săptămânalele să apară o dată la două săptămâni, iar cotidienele, cu excepția ziarului de partid *Azi*, să-și reducă tirajul la jumătate¹⁰.

Din cauza diminuării alocațiilor de hârtie și a timpului de tipărire, *România Liberă* a coborât de la 1 200 000 de exemplare,

zilnic, în ianuarie, la 800000 de exemplare în mai. Publicațiile opoziției politice, ca și alte publicații independente ce se opuneau FSN-ului și candidaților săi, au întâmpinat aceleași probleme¹¹.

Așa cum s-a relatat, ziarele de opoziție au ajuns doar sporadic la abonați. Presa care sprijinea FSN nu a avut asemenea probleme. Directorii de la *România Liberă*, *Expres* și *22* au relatat că abonații lor au primit ziarul ce sprijinea FSN, *Adevărul*, în locul publicațiilor lor. Nu rareori, pachetele de ziare ale opoziției, trimise cu trenul în alte orașe, au fost găsite de-a lungul căii ferate, pe câmp. În perioada pre-electorală, presa de opoziție și cea care nu sprijinea FSN raportau săptămânal că le sunt arse sau stocate ziarele¹².

Pe scurt, a existat un efort concentrat din partea suporterilor FSN, dacă nu (oficial) al partidului însuși, de a inhiba producerea și distribuirea presei independente anti-FSN și a celei de opoziție. În parte din această cauză, și a decretului prin care se reducea tirajul publicațiilor independente, mass-media care au sprijit FSN și candidații săi au ajuns la mai mulți cititori. În mediul rural, unde locuiesc aproximativ 40% din cele 22 de milioane de oameni din România, ele nu au avut practic nici o concurență.

Nici mass-media audiovizuale nu au dus-o mai bine. Puținele echipamente existente, foarte vechi, erau controlate de Guvern, ca și foarte importanta Televiziune Română – ale cărei emisiuni de știri și de analiză erau în general favorabile FSN. Occidentul a donat câteva echipamente noi unor posturi locale de radio și televiziune, însă acestea nu au produs o schimbare importantă în modul lor de operare sau în calitatea programelor.

Televiziunea Română publică – cu aproximativ 160 de ore de program săptămânal, incluzând canalele 1 și 2 – nu avea o concurență prea mare din partea posturilor cvasi-independente din Timișoara și Brașov. Înainte de 20 mai, Guvernul României nu a dat aviz favorabil de înființare a unor noi posturi de radio sau televiziune solicitat de persoane sau grupări independente ori din opoziție. De exemplu, Guvernul nu i-a permis lui Ion Rațiu,

candidatul Partidului Național Țărănesc Creștin și Democrat la alegerile prezidențiale, să-și deschidă propriul post de radio și televiziune, în ciuda – sau poate din cauza – faptului că el avea și dorința, și puterea financiară de a importa echipamente noi, moderne¹³. Rapoarte recente au confirmat, în plus, că Televiziunea Română a obligat partidele din opoziție să-și împartă jumătate din timpul de antenă alocat pentru emisiunile cu caracter politic, cealaltă jumătate fiind folosită de TVR în scopuri proprii¹⁴. În consecință, pentru că radioul și televiziunea au o arie mai mare de răspândire, FSN a obținut un avantaj semnificativ în cursa pentru voturi.

Mass-media post-electorale

După 20 mai 1990, ritmul apariției unor noi mijloace de comunicare nu a scăzut. Presa scrisă a ajuns la aproximativ 1 500 de publicații până la sfârșitul anului, iar licențele provizorii pentru posturi de televiziune independente locale și regionale s-au înmulțit de la 0 la 14¹⁵. În primăvara lui 1991, 17 posturi de televiziune independente locale și regionale primiseră licențe de emisie. Deși aceste posturi independente reprezintă o contrapondere importantă la Televiziunea Română, ele se confruntă cu mii de probleme tehnice, financiare, juridice, de program și de personal. Sunt posturi mici, alcătuite în special din personal amator, angajat cu jumătate de normă, luptându-se zilnic cu programele produse local. Mai mult, existența le este sever amenințată din 1 ianuarie 1991, o dată cu creșterea tarifelor percepute de PTTR pentru retransmiterea semnalelor. Natura temporară a licențelor ridică de asemenea semne de întrebare cu privire la supraviețuirea lor pe termen lung. Același lucru este valabil și pentru posturile de radio independente, dintre care cele mai multe se axează pe programe culturale și de divertisment, sau sunt posturi pirat care, mai devreme sau mai târziu, vor fi eliminate.

Donațiile și veniturile foarte limitate provenite din publicitate reprezintă singura soluție financiară a noilor posturi de radio și televiziune. Până când o mare parte a economiei românești nu va fi condusă de legile pieței, de opțiunea consumatorului, de prețuri și de calitate, publicitatea nu poate reprezenta un venit real nici pentru presa scrisă, nici pentru posturile de radio și televiziune. În prezent, continua efervescentă politică este cea care garantează supraviețuirea unui mare număr de publicații și posturi locale de televiziune. Cu toate acestea, precaritatea economică va determina dispariția lor într-un viitor previzibil.

În domeniul televiziunii naționale, Televiziunea Română de stat este singura opțiune. Din februarie 1991, ea a eliminat emisiunea „Puncte de vedere” alocată partidelor din opoziție și a redus drastic programele în limbile maghiară și germană. În ciuda presiunii Sindicatului Liber din Televiziune, a Alianței Civice, a altor grupuri independente sociale și anticomuniste și a Societății Române pentru Înființarea unei Companii Naționale de Televiziune Independentă (SOTI), Guvernul FSN opune rezistență acordării de licențe pentru înființarea de televiziuni independente naționale. Grupurile menționate continuă să lupte cu îndârjire pentru înființarea unor posturi naționale independente de televiziune, iar în acest sens au organizat mai multe mitinguri de protest la nivel național, care au durat din vara lui 1990, până în primăvara lui 1991. Declarația de unitate a opoziției parlamentare și neparlamentare, din 12 aprilie 1991, face din înființarea unei televiziuni independente principala revendicare.

În mod neașteptat, Ministerul Comunicațiilor și Televiziunea Română au permis SOTI, în februarie 1991, să experimenteze transmiterea unui program de trei ore pe zi în București, pe canalul 2 al postului de stat. Aproape două luni mai târziu, pe 11 aprilie, Senatul României a dat Televiziunii Române aprobarea de a permite SOTI să-și înceapă transmisia¹⁶.

Într-o altă mișcare surprinzătoare, pe 15 aprilie, Televiziunea Română a făcut public un plan prin care Canalul 2 urma să fie

preluat de un *joint-venture* finanțat de stat, particular și cu capital străin. Canalul 1, ale cărui programe ajung în întreaga țară, urma să fie de asemenea reorganizat ca o „companie autonomă” de stat¹⁷. Dacă adevărata autonomie va fi realizată de Televiziunea Română rămâne de văzut. Între timp, ea continuă să se lupte cu o credibilitate precară în fața telespectatorilor săi.

Analizând părerile publicului privind prestația Televiziunii Române în timpul alegerilor din luna mai 1990, credibilitatea ei este moderată spre redusă în rândul marelui public, mică sau inexistentă în rândul persoanelor educate¹⁸. Nu există date ale unor surse independente care să indice dacă imaginea TVR a suferit vreo schimbare la sfârșitul anului 1990, când această instituție a declarat că s-a desprins de sub tutela statului și a Guvernului. Cei care critică Guvernul spun că totul este o șaradă menită să facă impresie bună în fața Occidentului și să sporească șansele României de a primi statutul de observator în cadrul Consiliului Europei. Poate că așa este, însă ultimul text privind independența Televiziunii Române va putea fi verificat la următoarele alegeri, în atitudinea pe care o va avea TVR față de partidele politice și celelalte grupări.

Fără îndoială, actualul Guvern nu a renunțat la ideea de a controla sau măcar de a hărțui sau manipula presa¹⁹. Devastarea sediilor cotidianelor independente și agresarea jurnaliștilor în iulie 1990, când minerii au fost chemați de Guvern pentru a reprima demonstrațiile antiguvernamentale reprezintă cel mai elocvent simptom al disconfortului pe care îl simte Iliescu față de presa critică independentă. Pe 12 martie 1991, Guvernul a introdus în Parlament un proiect de lege a presei, în care erau prevăzute amenzi grele și multe zile de închisoare pentru jurnaliștii găsiți vinovați de ofensă adusă autorității publice, președintelui țării și armatei²⁰. Proiectul a fost puternic atacat în presa autohtonă și de Convenția Națională a Jurnaliștilor Români (un grup care cuprinde sindicatele jurnaliștilor), ca și de guvernele străine. Zece zile mai târziu, a fost retras.

Ce poate face Washington-ul

Victoria lui Iliescu și a FSN în alegerile naționale din mai 1990 demonstrează necesitatea formării în România a unei prese puternice și independente, a unor echipamente eficiente de producție și de distribuție, precum și a unei pregătiri mai bune a jurnaliștilor. În discursul ținut la Universitatea Carol, din Praga, pe 7 februarie 1990, secretarul de stat american, James A. Baker III, a afirmat că dorința Statelor Unite este de a oferi asistență în dezvoltarea unor întreprinderi mediatice independente în regiune²¹. În vara lui 1990, Agenția de Informații a Statelor Unite (USIA), la inițiativa președintelui pe Europa de Est, alături de Centrul de Pregătire în Media Internațională și Vocea Americii (VOA) au lansat o serie de programe de instruire a jurnaliștilor est-europeni. În plus, Departamentul de Stat al SUA a anunțat, pe 30 august 1990, formarea International Media Fund (IMF), care alocă bani pentru înființarea unor instituții de presă independente. O consecință a acestor eforturi a fost faptul că zece jurnaliști români au participat la un program intensiv de pregătire, timp de două săptămâni, la Universitatea de Stat din California-Chico (CSU-C), în luna iulie 1990. Mai mult, profesorii facultății CSU-C au susținut prelegeri și seminarii la noua Școală de Jurnalism din cadrul Universității București. Mai mult, alți jurnaliști români au beneficiat de burse pentru a participa la programe scurte de pregătire în Statele Unite.

IMF finanțează, în prezent, achiziționarea de echipamente tehnice pentru radio și televiziune destinate universităților menționate și unor posturi independente. Northeastern University din Boston, Massachusetts, a donat și ea echipamente unor universități din România. Freedom House a facilitat cumpărarea și transportul unei tipografii olandeze destinate cotidianului *România Liberă*, în cursul verii care a trecut. Fundația Soros a înființat un birou în București și intenționează să ajute mass-media.

Pentru ca ajutorul să fie eficient (în educare/instruire și dotare) pentru instituțiile de presă din România, în scopul dezvoltării unor programe coerente, de anvergură și care să nu se suprapună, este nevoie de o mult mai bună coordonare a diferitelor organizații care se ocupă de România. USIA/VOA și IMF joacă un rol neoficial de coordonare, dar există încă oportunități neexploatate în rândul unor organizații americane bine intenționate care sunt interesate de România.

Programele de instruire ale USIA au rezolvat cumva problemele urgente de educare în management, redactarea știrilor, scriitură și tehnici de redactare, precum și în ceea ce privește principiile și stilul occidental de jurnalism. Cu toate acestea, numărul jurnaliștilor care au beneficiat de ele este mic, comparativ cu ponderea celor care lucrează în prezent în branșă, iar rezultatele programelor de instruire sunt aproape imposibil de evaluat. Ajutorul acordat Școlii de Jurnalism din cadrul Universității București, ca și cel pentru Universitatea din Timișoara, în punerea la punct a unui program în domeniu nu-și vor arăta roadele decât atunci când prima promoție de absolvenți va începe să profeseze. Statele Unite trebuie să continue atât programele americane de instruire, cât și cele românești, inițiate în 1990, și să ajute în continuare la dezvoltarea celor existente și a celor preconizate.

Dar ajutarea mass-media independente și a grupurilor care intenționează să înființeze ziare sau posturi noi reprezintă un risc pentru Washington. Pe de o parte, posibilitatea ca televiziunile independente să producă programe mai multe și mai bune și să-și extindă aria de răspândire este o contrapondere la mass-media loiale lui Iliescu și FSN. Posturile independente contribuie la dezvoltarea societății civile românești și la diversificarea mijloacelor de comunicare de masă. Pe de altă parte, este așteptată adoptarea unei noi legi pentru audio-vizual, pe care Guvernul Iliescu a depus-o la Parlament pe 15 decembrie 1990. Ea poate avea ca rezultat pierderea licențelor provizorii deținute de posturile

independente de radio și televiziune. Ce se va întâmpla, în aceste condiții, cu echipamentele donate de Statele Unite ?

Noua lege a audiovizualului reclamă înființarea unei agenții de reglementare, Consiliul Național al Audiovizualului (CNA), alcătuit din treisprezece membri desemnați : trei, numiți de președintele României, de Biroul Senat și de Biroul Camerei Deputaților (care să reflecte configurația celor două Camere ale Parlamentului) ; trei, numiți de Guvern ; unul, numit de Academia Română. FSN controlează toate cele trei instituții, ca și Ministerul Comunicațiilor. Acesta din urmă distribuie programul și licențele tehnice pe baza cărora se obține autorizația de la CNA. Posturilor independente le este teamă că CNA, controlată de FSN, nu le va acorda licențe de emisie decât pentru grile de program nonpolitice. În conformitate cu noul proiect de lege, posturilor care nu au autorizație și licență de emisie li se confiscă aparatura.

Dacă noua lege nu este adoptată, majoritatea posturilor independente vor putea să-și păstreze frecvențele și licența de emisie. Dar aceasta poate însemna și că nici un post independent național de televiziune nu va primi licență. În prezent, Guvernul României nu aprobă nici o licență și nici o frecvență, argumentând necesitatea adoptării noii legi a audiovizualului. Dacă legea nu va fi adoptată, dintr-un motiv sau altul, Guvernul poate continua să susțină că nu are cum să aprobe deschiderea unor posturi naționale de televiziune, care să contrabalanseze Televiziunea Română. El poate afirma că nu poate face acest lucru cel puțin până după viitoarele alegeri prevăzute pentru 1992, păstrând în continuare controlul asupra politicii de comunicare.

De fapt, pe măsură ce se apropie alegerile din 1992, absența legii audiovizualului poate fi folosită de Guvern drept scuză pentru retragerea licențelor provizorii ale posturilor independente de radio și TV pe care le consideră o amenințare la adresa lui. Astfel de acțiuni nu sunt fără precedent. Postul de televiziune independent din Oradea a fost închis brusc la începutul lunii aprilie 1991, din

ordinul Ministerului Comunicațiilor. Se pare că Guvernul FSN a fost deranjat de faptul că postul a difuzat lista informatorilor Securității, care cuprindea și parlamentari FSN, în prezent activi în cadrul noului Serviciu Român de Informații, instituție înființată anul trecut și care înlocuiește temuta Securitate a lui Ceaușescu.

Statele Unite trebuie să-și exercite întreaga influență de care dispun pentru a determina adoptarea unei legi a audiovizualului care să permită înființarea unei agenții de reglementare cu o componentă mult mai diversă decât se propune în actualul proiect, date fiind instituțiile (și partidul care le domină) din care se aleg membrii. Posturile naționale, regionale și locale de radio și TV trebuie să se conducă după concepții și principii democratice, care trebuie învățate de români, a căror educație și conștiință au fost sever mutilate.

Cu toate riscurile pe care le presupune un astfel de demers în acest stadiu de evoluție a României post-revoluționare, Washington-ul trebuie să acorde o șansă și să asigure asistență materială posturilor independente, în special producției de televiziune și a echipamentului tehnic. Mai mult, el ar trebui să ajute în continuare, material și prin programe de instruire, presa scrisă, sub forma tipografiilor și a altor utilaje de tipărit. Washington-ul ar trebui, de asemenea, să sprijine formarea unor agenții de știri independente care să spargă monopolul deținut în prezent de Rompres (fostă Agerpres), o agenție aflată sub controlul Guvernului român, asupra știrilor străine.

Pe total, Statele Unite ar trebui să facă tot ce le stă în putere pentru a ajuta formarea unor media independente puternice, capabile să faciliteze tranziția României spre o democrație reală.

Concluzie

În România începe să se formeze societatea civilă și apar sfere publice diverse. În ciuda problemelor cu care se confruntă, presa independentă și de opoziție este pe cale să facă operaționale tipografiile proprii, să-și extindă aria de răspândire prin organizarea propriului sistem de distribuție, să caute surse de achiziționat hârtie, altele decât fabricile din țară. Pentru a-și mări credibilitatea, își profesionalizează echipele redacționale cu ajutorul programelor de instruire americane, belgiene și franceze.

Însă ea mai are un drum lung de parcurs. Atâta timp cât sistemul informațional și baza lui materială se află sub control guvernamental, evoluția spre democrație este încetinită.

Mai important, atâta timp cât persistă caracterul polemic al presei românești, rolul ei în remodelarea societății rămâne unul limitat și limitativ. Dacă, pe măsură ce se apropie următoarele alegeri, natura acestei presei nu se schimbă, iar handicapurile de care suferă nu dispar sau nu se reduc, ea riscă să inhibe fără să vrea evoluția politică democratică, ajutând, astfel, partidul de guvernământ.

Există speranța ca în lupta care se duce acum în România mass-media să se profesionalizeze. În plus, există o presiune tot mai mare din partea societății civile aflate în formare pentru ca Guvernul să rămână deoparte de problemele presei, iar ajutorul educațional și material oferit presei din România de către organizațiile străine este încurajat. Rolul direct și indirect al mass-media în cadrul viitoarelor alegeri va arăta măsura în care lupta și ajutorul internațional au avut succes.

Note

1. *The Los Angeles Times*, May 22, 1990 ; *The New York Times*, May 22, 1990 ; vezi și US Commission on Security and Cooperation in Europe, *Report on the Parliamentary and Presidential Elections in Romania*, May 30, 1990.
2. Discuția autorului cu Stelian Tănase, pe 17 mai 1990, în redacția revistei 22 din București.
3. Vezi, de exemplu, Paul Lendvai, *The Bureaucracy of Truth : How Communist Governments Made the News*, Boulder, Colo. : Westview Press, 1981.
4. Ivan Volgyes, ed., *Political Socialization in Eastern Europe*, New York, Praeger Publishers, Inc., 1975, p. 23.
5. *The Washington Post*, December 29, 1989 ; vezi și Peter Gross, „Small Signs of Great Changes... at Romanian TV Station”, *Columbia Journalism Review*, May/June 1990, pp. 37-39 ; și Peter Gross, „The Small and Large Role of Mass Media in Romania's Revolution”, în cartea lui David Paletz și Karol Jakubowics, în curs de apariție la Norwood, N.J., Ablex Publications.
6. Vezi Gross, „Small Signs of Great Changes”, pp. 37-39.
7. Herbert Passin, „Writer and Journalist in the Transitional Society”, in Lucian W. Pye *et al.*, *Communication and Political Development*, Princeton University Press, 1972, p. 102.
8. Gross, „The Small and Large Role of Mass Media in Romania's Revolution”.
9. Ursula Ruston, „Index on Censorship”, *Briefing Paper*, nr. 354, 1990, p. 4.
10. *Ibidem*.
11. Discuțiile autorului cu editori de ziare independente și de opoziție din București, Timișoara și Brașov, în lunile mai, august și noiembrie 1990.
12. *Ibid*. Vezi și Ruston, „Index on Censorship”, pp. 6, 7 ; și *Mass Media in the World Special Issue on Central and Eastern Europe*, Praga, International Journalism Institute, 1990, pp. 25-28.
13. Discuția autorului cu Ion Rațiu, din ianuarie 1991, la București.

14. Ruston, „Index on Censorship”, p. 1.
15. Peter Gross, „Rumaniens Massenmedien: Neue Vielzahl und ungewisse Zukunft”, in *Media Perspektiven*, martie 1991, pp. 90-95.
16. Comisia de Cultură, Artă și Mass Media a Senatului României, intervenția lui Răzvan Teodorescu, președintele Televiziunii Române, 11 aprilie, 1991.
17. Reuters, 15 aprilie, 1991.
18. Pavel Câmpeanu, „Opinia publică și alegerile prezidențiale”, 22, 6 iulie, 1990, p. 2.
19. Ruston, „Index of Censorship”. Vezi și Comitetul pentru Apărarea Jurnaliștilor, *Attack on the Press – A Worldwide Survey*, martie 1991, pp. 99-100.
20. *The San Francisco Chronicle*, 13 martie, 1991.
21. Discursul secretarului de stat James A. Baker III, ținut la Universitatea Carol din Praga, Cehoslovacia, pe 7 februarie 1990, publicat sub titlul *From Revolution to Democracy: Central and Eastern Europe in the New Europe*, Washington DC: US Department of State, Bureau of Public Affairs, current policy nr. 1248.

Sărmanii orfani ai României : societatea civilă și societatea informației *

O lume în care „adevărul” nu înflorește într-un climat dialectic de cunoaștere veritabilă, ci într-un climat al influențelor politice, este o lume a sterilității mentale, a dogmelor împietrite, a mentalităților rigide și imposibil de schimbat, care duc inevitabil la despotism lipsit de credință.

(Vaclav Havel, *Living in Truth*, 1989)

După revoluția din decembrie 1989, care a răsturnat dictatura comunistă, România a pornit pe un drum nou. Ea face această călătorie fără a avea un traseu clar, cu un ghid format la o școală contestată și fără mijloacele care ar putea-o ajuta să ajungă la prea trâmbițata destinație : democrația.

Fără îndoială, din decembrie 1989 schimbările salutare care au avut loc în evoluția țării sunt demne de toată atenția. Două elemente, cu precădere, care indică stadiul unei incipiente democrații, au prins rădăcini în solul semiarid din punct de vedere socio-cultural și politic al României : societatea civilă și societatea informației.

* Apărut în *Media, Culture and Society*, SAGE, London, Newbury Park and New Delhi, 1991, vol. 13, pp. 407-413.

Autorul s-a aflat în România în lunile ianuarie, mai, august și noiembrie 1990. O versiune a acestei lucrări a fost prezentată la Cel de-al patrulea Colocviu Anual al Comunicațiilor Est-Vest, care a avut loc la Radovljca, în Iugoslavia, în perioada 22-23 august 1990.

Societatea civilă

România a ieșit de sub despotismul lui Nicolae Ceaușescu cu societatea civilă extirpată – într-o măsură poate mai mare decât în oricare altă țară a Europei Centrale. Toate activitățile instituțiilor României comuniste, fie ele economice, culturale, sociale sau politice, sportive sau educative au fost activități de stat – cu excepția conversațiilor „subterane”. Iar statul, în forma PCR, nu dădea nimănui socoteală de acțiunile și deciziile sale.

În cele cinci luni dintre căderea lui Ceaușescu și alegerile din 20 mai, s-au format o mulțime de instituții sociale bazate pe voluntariat. Mișcarea populară unitară care a apărut independent de stat și împotriva lui, în decembrie 1989, era alcătuită din persoane provenite din medii socio-culturale și economice diverse, cu principii politice diferite. Pe măsura apropierii zilei alegerilor, ea a luat forma unor noi instituții sociale, culturale, profesionale și politice. Discursul politic a devenit mai polarizat. Cultura politică a început, încet-încet, să evolueze. În prezent, ea se confruntă cu unele dificultăți fundamentale.

După cum arată rezultatele alegerilor din luna mai¹, orientarea majorității românilor este legată încă de trecutul lor comunist nu prea îndepărtat și de cultura rurală de care aparțin 50% dintre ei. Aceștia au fost mulțumiți să voteze pentru un partid care le promitea *liniște* în iureșul unei revoluții și care era format în cea mai mare parte din foști membri ai partidului comunist.

Cu toate acestea, a existat și un model de vot favorabil unei distribuții mai diverse. Este ceea ce, din punct de vedere tehnic, definește Keane (1988 : 14) prin

totalitatea unor instituții ale căror membri sunt angajați mai ales în activități care nu țin de stat – producție economică și culturală, viață de familie și asociații voluntare – și care, astfel, își păstrează și își

transformă identitatea exercitând controlul și diverse presiuni asupra instituțiilor statului, fenomen parțial existent în societatea românească.

Am spus parțial pentru că activitățile economice care nu țin de stat lipsesc din educație, poate, cu excepția celor existente pe piața neagră, prezentă și în perioada comunistă, a deținătorilor independenți de taxiuri, care acum muncesc legal (dar care nu s-au organizat încă pentru a-și apăra interesele), și a unei minorități țărănești care au luat terenuri în arendă pentru a le folosi în propriul profit. (Fiecare are dreptul să primească în proprietate până la 10 ha de pământ.) Să mai adăugăm pe listă și o altă activitate, deopotrivă economică, socială, politică și culturală: mass-media.

Absența unor activități economice care nu țin de stat a fost evidentă la alegerile generale din luna mai. Majoritatea muncitorilor, țăranilor, meseriașilor, birocraților și intelectualilor au votat pentru președintele Ion Iliescu și FSN. Măcar parțial, ei au votat pentru FSN pentru că statul, pe care partidul ieșit învingător l-ar fi controlat, era singura entitate care domina încă instituțiile economice, în consecință singurul care putea garanta locurile de muncă. Nu a existat nici un alt interes economic propriu și pe termen scurt care să fi orientat voturile spre alt partid. Pe scurt, promisiunile privind siguranța locurilor de muncă și a unei abundențe de produse în magazinele alimentare au avut câștig de cauză în fața promisiunilor de restructurare a țării prin alte mijloace, de pildă, prin înființarea unor întreprinderi private, cu o rată a șomajului (inițial) previzibil ridicată, fără garanția obținerii unor cantități sporite de bunuri, întreprinderi care pot însă oferi libertăți, drepturi și responsabilități.

La momentul scrierii acestor rânduri, statul este extrem de puțin receptiv la societatea civilă. Continua stare de agitație din România reprezintă reacția la lipsa de influență a societății civile. Mai mult, dreptul de a exista al instituțiilor care nu sunt ale statului, ca și drepturile fiecărui cetățean și, în general, respectarea tuturor

drepturilor depind încă de persoane și de partidul aflat la putere. Românii continuă să se confrunte cu situații în care statul le „dă” drepturi în mod selectiv.

Problema încă nerezolvată este cum poate fi instituționalizată puterea socio-politică a mișcării populare, diversă sau fragmentată, care a acționat la un moment dat în mod unitar și solidar pentru un singur scop : răsturnarea dictaturii comuniste a lui Ceaușescu. Nu există o Constituție (Parlamentul trebuia să o adopte în primăvara lui 1991) care să protejeze formal separația dintre stat și societatea civilă, nici legi care să protejeze sau să garanteze activitățile din alte domenii, care nu țin de stat.

În pofida existenței unor noi instituții socio-culturale și politice românești, actualul climat dominat încă de comunism nu încurajează pluralitatea sferelor publice. România se găsește încă în iureșul revoluției sau, poate, doar la începutul ei. Contractul social „nu este explicit (ca, de pildă, acordul de la Gdansk, din 1980), deschis și uniform : există grupări care beneficiază de mai multe avantaje și care pot interveni (inclusiv prin violență) pentru a menține un astfel de pact” (Oprescu, 1990 : 3).

Până când acest contract social nu devine explicit și nu garantează libertatea societății civile de a evolua, nu recunoaște juridic existența și nu încurajează separația reală dintre societatea civilă și stat, nu poate avea loc nici o discuție satisfăcătoare despre democratizarea societății. Mărirea gradului de libertate și a egalității sociale, precum și restructurarea și democratizarea instituțiilor statului se află încă în stadiul de început.

Libertățile sociale și politice (ca și instituțiile) existente imediat după revoluție, dar care nu au încă un cadru instituționalizat, întâmpină dificultăți. Ele sunt hărțuite nu de litera legii, ci de absența ei, de presiunile și amenințările statului care le controlează încă, de sancțiunile violente pe care le aplică Guvernul opoziției (de exemplu, atacarea opoziției de către mineri, în 13-16 iunie 1990, la București).

Cu toate acestea, existența, chiar fragilă, a societății civile reprezintă un posibil început pentru emanciparea României față de o conducere nedemocratică. Un element-cheie al societății civile și al dialogului socio-politic care să contribuie la apariția consensului național îl constituie mass-media independente și pluraliste.

O societate liberă a comunicării (informației ?) libere

Kolakovski (1989) sugera că însăși funcționarea unei societăți este caracterizată în mod fundamental de „caracterul mecanismelor cu ajutorul cărora este prelucrată și distribuită informația către societate”. El ar fi putut adăuga că societatea se definește în mod fundamental și prin caracterul mecanismelor cu ajutorul cărora este creată, culeasă, prelucrată și exprimată sau transmisă informația.

În timpul regimului comunist, sistemul monocentric al comunicării de masă în România era conceput să sprijine exclusiv sfere publice oficiale și să combată apariția unor sfere publice alternative sau de opoziție. În consecință, mijloacele românești de comunicare nu au contribuit în nici un fel nici la declanșarea revoluției, pe 15 decembrie, nici la continuarea ei, până pe 22 decembrie, când Ceaușescu a fugit din București. Sub acest aspect, natura mass-media românești s-a schimbat.

Problemele cu care s-a confruntat România după revoluție în formarea „unui sistem policentric al comunicării democratice pluraliste” (Jakubowicz, 1990), sau în restructurarea sistemului existent care să se potrivească unui astfel de model sunt multiple. Motivațiile acestei situații sunt, în principal, autodefinirea publicului ca lipsit de puterea de a influența, a cere sau a dicta conținutul mijloacelor de comunicare, mentalitățile jurnaliștilor, formate în cei 43 de ani de regim comunist, și lipsa de experiență a majorității celor care lucrează în presă și din care 75 % au început să profeseze după decembrie 1989.

De asemenea, este important și faptul că România nu a beneficiat de o presă alternativă sau care să funcționeze în ilegalitate și care să exprime părerile opoziției din interiorul sau din afara sferelor publice oficiale (vezi Gordon Skilling, 1989 : 191-7). Această presă ar fi putut netezi drumul către tranziția spre o alta, dacă nu mai democratică, măcar pluralistă, mai capabilă să ajute societatea în procesul ei de schimbare și în definirea direcției acestei schimbări.

Mass-media care au apărut pe 22 decembrie au lărgit posibilitatea opțiunilor unui public înfometat de informații, dacă nu chiar pregătit să le discearnă². Atât mijloacele de comunicare vechi, cât și cele noi, ambele autoprocimate independente, s-au confruntat cu unele probleme moștenite de la trecutul lor comunist, cu o revoluție care încă nu s-a consumat și cu o instabilitate socio-politică de natură să frâneze țara. Aceste probleme, deși nu sunt exhaustive, includ :

1. lipsa de profesionalism și perceperea de către o parte a publicului că vechii jurnaliști sunt afectați de colaborarea lor cu regimul Ceaușescu. Legată de aceasta este natura polemică (mai puțin jurnalistică) a mijloacelor de comunicare actuale, tendința lor de a se conforma vechilor concepții ale jurnalismului și utilizarea destul de frecventă a vocabularului rigid dobândit după 1947 ;
2. controlul de la nivel central asupra hârtiei de ziar, al tipăririi și distribuirii presei, precum și asupra mijloacelor de comunicare audio și video.
3. sistemele vechi de tipărire și echipamentul radio și TV (controlat de stat), limitate și ele ca număr și capacitate ;
4. lipsa unei politici sau a unei filosofii de reglementare a mass-media, a schimbărilor sistematice, precum și a garanțiilor legale și constituționale privind libertatea presei sau libertatea de a fi informat.

Dincolo de moștenirea comunistă, care influențează puternic natura mijloacelor de comunicare actuale din România, lipsa unui sistem politic clar definit și absența unei culturi politice democratice creează un vid de principii instituționalizate/sistematizate care să reglementeze rolul socio-politic al mass-media.

Până după ianuarie 1990, mijloacele de comunicare au eșuat, într-o mare măsură, în a-și asuma cele două funcții pe care le-au atribuit Peterson *et al.* (1966): (a) să servească la întărirea *status-quo*-ului (de exemplu, ca oglindă a ordinii sociale) și/sau (b) să servească opoziția față de *status-quo*. Nu existau nici o ordine socială de oglindit și nici un *status-quo*. De fapt, nu exista nici stat, până când a reapărut, în ianuarie 1990 (când au fost prima oară chemați minerii la București pentru a reprima demonstrațiile și când s-a anunțat că FSN va candida la alegeri ca partid politic). Până în acel moment, exista doar o societate civilă „unită” pe care mass-media o oglindeau pe deplin. România rămâne o societate în tranziție, în care sprijinul și/sau opoziția mijloacelor de comunicare se îndreaptă spre idei și idealuri politice și spre opinii despre ce fel de *status-quo* să-și asume pentru a modela societatea.

Astăzi, România oscilează între autoritarism și democrație. Unitatea socio-politică de scurtă durată a societății civile abia născute a fost sfărâmată, iar „statul” a reapărut sub forma Frontului Salvării Naționale, care întruchipează un partid politic, un guvern și statul. Din momentul respectiv, începe să prindă contur *status quo*-ul și opoziția față de acesta. Mass-media din România au inclus, de atunci, atât mijloacele de comunicare independente și de opoziție, cât și cele care sprijină FSN, cele controlate de diverse partide, și cele controlate de stat.

De asemenea, ianuarie a fost și luna în care puterea statului a început, din nou, să fie, în mod subtil sau mai puțin subtil, folosită pentru a ajuta partidul conducător, împotriva mass-media independente. Acțiunile statului au redus și au limitat circulația mass-media independente nealiniată politicii FSN, eliminând unele dintre ele

sau forțându-le să practice un gen de autocenzură care le-a subminat autonomia³. Presiunile de acest tip din partea statului au crescut după alegeri și după ajungerea la guvernare a FSN.

Ațiunile restrictive împotriva mass-media care nu sprijină FSN împiedică dezvoltarea și diversificarea societății civile, precum și nivelul și ritmul democratizării culturii politice. După cum remarcă Karl Deutsch (1966 : 11) :

O societate sau o comunitate care trebuie să se conducă singură trebuie să continue să primească un flux format din trei tipuri de informații : întâi, informații despre lumea din afară ; în al doilea rând, informații despre trecut, cu multe rememorări și recombinații ; și în al treilea rând, informații despre sine și despre părțile sale componente.

În cazul României, acest lucru nu este suficient. Societate predominant rurală, care mai este împovărată și de o versiune a ideologiei marxist-leniniste veche de peste patru decenii, societatea românească are nevoie, pentru a putea să se conducă, de asimilarea și de utilizarea informațiilor diverse. Aceste procese necesită o transformare generală a nivelului educațional al românilor, a culturii lor socio-politice și a *Weltanschauung*-ului.

Continua frământare socio-politică și lipsa principiilor și a idealurilor sociale și politice universal acceptate fac ca presa să nu aibă garanții privind libertatea și nu o apără de restricții sau de pericolul dispariției. Ea rămâne fără principii instituționalizate după care să se conducă sau după care să-și definească rolul (rolurile). (Parlamentul urmează să pună în discuție Legea presei în 1991.)

Cantitatea de informații, diversitatea, modalitățile și mijloacele de răspândire reprezintă cheia formării și menținerii societății civile. La rândul ei, dezvoltarea societății civile necesită un flux tot mai mare și mai divers de informații, accesibil, în mod obișnuit, doar unei minorități.

Daniel Bell (1973, 1979) susține că informația și tehnologiile de informare constituie miezul societăților moderne, iar telecomunicațiile

formează baza unei societăți a informației. Impactul ei socio-cultural și politic este perceput ca fiind semnificativ, contribuind la democratizare și la reducerea autoritarismelor socio-politice (Bates, 1984). Sinergia societății civile și societatea informației au puterea de a crea o societate mai democratică – deși, în unele situații, poate fi posibil și un rezultat opus.

Din păcate, societatea civilă din România, așa cum am subliniat anterior, se restabilește abia acum, iar societatea informației (definită sub aspecte multidimensionale) este încă un țel îndepărtat. România duce lipsă de infrastructură tehnologică, de structură economică, de relații sociale, de modele de organizare și de alte componente ale organizării sociale specifice unei societăți a informației.

Cu toate acestea, nu se mai poate vorbi despre efectele unei societăți a informației, mai ales în țările avansate ale continentului european, numai la nivelul statului-națiune.

În timp ce societatea informațională multidimensională încă nu există în România, iar politicile concepute vor determina dacă ea poate atinge acest nivel în viitorul apropiat, revoluția informațională are impact. Unii români au mijloacele de a recepționa transmisiile prin satelit, iar alții posedă videorecordere și au posibilitatea de a importa, a cumpăra sau a face schimb de casete. Aceste mijloace de comunicare interpersonală și cu lumea exterioară au oferit informațiile care au declanșat revoluția din decembrie. În plus, există acum un acces constant, deși limitat, la fax-uri, computere, casete audio, cărți și alte publicații, deci posibilități de a comunica idei și informații noi.

Concluzii

Teoretic, resurecția societății civile în România este primul pas către restabilirea și democratizarea culturii politice a națiunii. Diversificarea mijloacelor de comunicare de masă și dezvoltarea pluralismul lor incipient contribuie la lărgirea societății civile, servind ca agenți importanți de socializare și educație. Pătrunderea tehnologiilor informaționale și dezvoltarea schimbului național și internațional de informații vor face mult mai dificilă o eventuală intenție a statului și a Guvernului de a da timpul înapoi.

Însă teoria nu presupune întotdeauna practica sau rezultate definitive. Politicile economice par preocupate mai mult de cum se prezintă orientarea spre vot a românilor și cum evoluează cultura politică. Simplu spus, propriile interese economice vor accelera dezvoltarea societății civile, garantându-i, în același timp, și siguranța. Politicile economice îndreptate spre interesul propriu al alegătorului vor asigura structura, impulsul și fondurile necesare dezvoltării tehnologice. În consecință, cel puțin parțial, viitorul unei societăți a informației multidimensionale pare să se ancoreze în politicile economice. Mai mult, informația reprezintă atât un rezultat, cât și o cerere adresată unei societăți a informației, de care beneficiază societatea civilă, care trebuie să supraviețuiască și să se dezvolte.

În prezent, adevărul în România înflorește într-un climat al mișcărilor de forță. Este posibil a trăi în adevăr, dar acesta are încă o existență precară. Societățile civile și ale informației sunt precum niște nou-născuți orfani care cresc singuri. Se dezvoltă, dar încă nu prosperă, pentru că încă nu le este asigurată șansa de a se maturiza.

Note

1. FSN a câștigat 86% din voturi. Participarea la vot s-a estimat la 90%. FSN a mai câștigat 65% din locurile în Parlament ; Uniunea Democrată a Maghiarilor a obținut 12% ; 23 de procente pentru Parlament au fost împărțite de Partidul Liberal, Partidul Țărănesc și Mișcarea Ecologistă.
2. În decembrie 1990, existau peste 1 200 de noi publicații care trăiau din vânzări pe stradă și subscripții. Televiziunea Română oficială transmitea zece ore de emisie pe zi, față de două, cât avea dreptul înainte. Radiourile regionale, închise în 1980, au fost reactivate. Existau posturi independente de televiziune care emiteau în 14 orașe.
3. Înaintea, în timpul alegerilor și după, publicațiile care și-au manifestat opoziția față de FSN au fost obligate să plătească în avans cheltuielile de tipărire ; au fost forțate să plătească de trei ori mai mult cantitatea de hârtie față de cele care erau favorabile FSN ; li s-a alocat o cantitate mai mică de hârtie și un timp de tipărire mai redus, diminuându-se, astfel, numărul de exemplare puse în vânzare ; nu întotdeauna ziarele au ajuns la abonați, iar pachetele expediate cu trenul au fost găsite aruncate.

Referințe bibliografice

- Bates, B.J., 1984, *Conceptualizing the Information Society : The Search for a Definition of Social Attributes*, lucrare prezentată la International Communication Association, San Francisco, mai.
- Bell, D., 1973, *The Coming of the Post-Industrial Society*. New York : Basic Books.
- Bell, D., 1979, *The Social Framework of the Information Society*, pp.163-211, in M. Dertouzos & J. Moses (eds.), *The Computer Age : A Twenty-Year View*, Cambridge, MA : MIT Press.
- Deutsch, K., 1966, *The Nerves of Government*, New York : Free Press.
- Gordon Skilling, H., 1989, *Samizdat and an Independent Society in Central and Eastern Europe*, Columbus, OH : Ohio State University Press.
- Jakubowicz, K., 1990, „Media and Culture in the Information Society”, *Gazette* 45 : 71-88.
- Keane, J., 1988, *Democracy and Civil Society*, New York : Verso.
- Kolakowski, L., 1989, „On Total Control and Its Contradictions – The Power of Information”, *Encounter* 2 : 65-71.
- Masuda, Y., 1981, *The Information Society as Post-Industrial Society*, Bethesda. MD : World Future Society.
- Oprescu, D., 1990, „Societate civilă și contract social”, 22 (22 iunie).
- Peterson, T. et al., 1966, *The Mass Media and Modern Society*, New York : Holt, Rinehart & Winston.

România *

Mai mult ca orice altceva, mijloacele de comunicare de masă determină imediat sau pe termen lung efectele anumitor evenimente politice, sociale și culturale, ale anumitor instituții, ideologii și societăți (Hachten, 1981 ; Mowlana & Wilson, 1987).

În Europa Centrală și de Est, mass-media naționale și internaționale au oferit informații și posibilități de comunicare care au alimentat și au facilitat mișcarea populară ai cărei indivizi tânjeau după schimbare (Jakubowicz, 1989a, 1989b ; Szeffkii, 1989). Procesul de schimbare – revoluțiile – s-a petrecut relativ pașnic în Polonia, Ungaria, Cehoslovacia și Germania de Est, nu și în România.

În România, revoluția încă în desfășurare a început cu un incident : lupta sângeroasă dintre cei care doreau o revoluție și cei care încercau să apere *status quo*-ul. Totul a început în 15-17 decembrie, la Timișoara, și s-a sfârșit către Anului Nou. Rezultatele au fost răsturnarea violentă a regimului comunist al lui Nicolae Ceaușescu și începerea procesului revoluționar care poate culmina, cândva, în viitor, cu o reală societate democratică. Care a fost rolul mass-media din România în primul an al revoluției, decembrie 1989-decembrie 1990 ?

Luăm în considerare aici trei tipuri de mijloace de comunicare de masă :

1. Mass-media comuniste românești
2. Mass-media străine
3. Mass-media românești noi, apărute după 22 decembrie

* Apărut în D. Paletz, K. Jakubowicz, P. Novosel (ed.), *Glasnost and After. Media and Change in Central and Eastern Europe*, Hampton Press Inc., New Jersey, 1995.

Fiecare și-a jucat propriul rol și a avut impact asupra publicului său atât înainte, în timpul, cât și după evenimentele din decembrie 1989 sau în toate cele trei faze.

Mass-media comuniste din România

Controlul total exercitat de Partidul Comunist Român, cu precădere de către Ceaușescu și soția sa, a devenit evident pe la mijlocul anilor '70 și a atins proporții patologice în următoarea decadă (Gross, 1989, 1990a ; Lendvai, 1981 ; Manea, 1985, 1986). El a avut șase consecințe majore, legate una de alta. În acest capitol ne vom ocupa de fiecare în parte.

Aspectul mass-media românești s-a caracterizat prin mesaje mobilizatoare anoste și de îndocinare, care întrețineau cultul personalității, dar erau precare din punct de vedere cultural și lipsite de autenticitate în ceea ce privește programele (Gabanyi, 1978 ; Gross, 1989 ; Hazan, 1985 ; Lendvai, 1981 ; Volgyes, 1975). Liberalizarea sumară a societății românești și a mijloacelor ei de comunicare (Fein & Bonnell, 1965 ; Gaspard, 1965), începută în prima parte a anilor '60, a luat sfârșit atunci când Ceaușescu și-a consolidat puterea, în anii '70. Mass-media au intrat din ce în ce mai mult sub controlul lui Ceaușescu, devenind mai puțin informative, mai mult formative în intenție și ideologice prin natură decât în perioada 1947-1965. Teoria marxist-leninistă a presei, deja limitativă, care le fundamenta existența și funcțiile, a devenit mai doctrinară (Gross, 1989, 1990a ; Leonhardt, 1974 ; Volgyes, 1975) și mai defensivă pe măsura introducerii *glasnost*-ului, la mijlocul anilor '80 (Banta, 1988 ; Echikson, 1989 ; Reichman, 1988 ; Shafir, 1983 ; Tagliabue, 1987 ; Willey & Nagorski, 1987). În plus, ea a devenit mult mai lingușitoare la adresa familiei Ceaușescu.

Cercetarea întreprinsă de Câmpeanu în anii '70 arată o mare diferență între românii de la țară și cei de la oraș în folosirea

mass-media : televiziunea a devenit cel mai convingător mijloc în zonele urbane, în vreme ce ziarele și revistele au rămas principalul mijloc de comunicare în cele rurale (Nelson, 1981). Cu toate acestea, pe ansamblu, presa scrisă a ajuns în mai multe case decât radioul sau televiziunea. Către sfârșitul anilor '70, românii au început să descopere că atât presa scrisă, cât și noile mijloace audiovizuale erau irelevante pentru nevoia lor de informare (Nelson, 1981, 1988 ; Paulu, 1974). Nelson (1988, p. 30) a observat că „preferințele cetățenilor pentru mijloacele audiovizuale au plasat emisiunile economice, patriotice și politice pe un jenant loc inferior – mai puțin importante decât oricare alte programe muzicale sau de divertisment, sportive, teatrale sau culturale, chiar și sub buletinele meteorologice”.

În general, Volgyes (1975, p. 20) a observat, spre mijlocul anilor '70, că „cei mai mulți oameni din Europa de Est comunistă preferă să privească la televizor de dragul divertismentului ; puțini recunosc în mesajele transmise altceva decât propagandă, iar cei mai mulți dintre ei, propagandă stupidă”.

În ceea ce privește presa scrisă, numărul cititorilor este mare, în ciuda unei ușoare scăderi a numărului de publicații citite, de la 168 de exemplare la 1 000 de persoane în 1970, la 159 de exemplare la 1 000 de persoane în 1986 (Unesco, 1989). Acest fenomen este posibil să se fi produs mai ales pentru că oamenii au învățat să citească printre rânduri. În plus, ca în oricare altă țară comunistă a Europei Centrale și de Est, „frica de a nu fi «testați» de către liderii locali ai partidului în legătură cu evenimentele petrecute” îi îndemna pe oameni să fie consumatori constanți de presă scrisă (Volgyes, 1975, p. 23).

Informația transmisă de cele câteva posturi de radio și prin programele de televiziune și ziare era din ce în ce mai puțină (Paulu, 1974 ; Short, 1986 ; Quester, 1990). Când, în 1959, Televiziunea Română a inaugurat Programul I, ea transmitea aproximativ 81 de ore pe săptămână. Spre sfârșitul anilor '80, a ajuns să

transmită în jur de 14-30 de ore săptămânal. Emisiunile erau dedicate aproape în exclusivitate mesajelor politice, știrilor despre familia Ceaușescu și conțineau foarte puțin divertisment (Paulu, 1974 ; Short, 1986 ; Quester, 1990).

Nici situația radioului nu era mai bună. În anul 1985, au fost închise cinci studiouri regionale. Numărul cotidianelor a scăzut de la 55, în 1970, la 36, în 1986 (Organizația Internațională a Jurnaliștilor, 1976 ; UNESCO, 1989).

S-a înregistrat absența notabilă a unui răspuns din partea sau prin mijloacele de comunicare de masă românești la pătrunderea din ce în ce mai masivă pe piață, în anii '80, a presei străine (Hickey, 1987a ; Merrill, 1983 ; Quester, 1990). Statul comunist părea incapabil sau lipsit de voința de a da unul. Bruierea posturilor de radio străine încetase din 1963 (Paulu, 1974, p. 217), iar achiziționarea videocasetofoanelor, minoră dar semnificativă, precum și a antenelor de satelit capabile să prindă semnalele audio-video străine nu a putut fi oprită (Gross, 1990c ; Quester, 1990, p. 167).

În ceea ce privește știrile transmise prin canale audio-video sau tipărite, ele erau, așa cum am menționat deja, relevante la nivel politic și ideologic. Acelorași evenimente transmise de mass-media străine publicului din România li se acorda o atenție minoră. Cu toate acestea, mass-media din România și-au pierdut cea mai mare parte din credibilitate (Merrill, 1983, p. 86).

Absența unor mass-media alternative sau de opoziție era aproape totală (Curry, 1983 ; Skilling, 1989) datorită ochilor vigilenți și urechilor Securității. Ea a reușit să împiedice apariția și răspândirea unor mijloace de comunicare de masă alternative sau de opoziție. Cele câteva tentative întreprinse de unele persoane¹ de a publica materiale critice la adresa dictaturii comuniste și a dictatorului, în anii '80, au fost repede înăbușite. Publicațiile românești ilegale au avut o viață scurtă, de numai câteva numere. Cele ale minorității maghiare din România au fost mult mai rezistente, supraviețuind timp de trei ani (Skilling, 1989, pp. 193-195).

S-a încercat prin toate mijloacele împiedicarea apariției presei clandestine, mergându-se până la cele mai meschine interdicții. De exemplu, din 1977 până în decembrie 1989, a fost interzisă deținerea de către cetățeni a mașinilor de scris, acest lucru fiind permis doar cu aprobarea scrisă a autorităților. Răspândirea noilor tehnologii² care ofereau posibilitatea informării clandestine a suferit același tratament, însă în acest caz fără succes (Quester, 1990, p. 143). Casetele audio și video înregistrate de disidenți au pătruns din Ungaria, Iugoslavia și Germania de Vest, mai ales în anul 1989.

Deși a fost împiedicată apariția unei presei alternative sau de opoziție care să spună adevărul, românii s-au descurcat în a-și procura aparate care să primească și să distribuie semnale prin televiziunea prin satelit din vestul, estul și centrul Europei. Ca urmare, România deținea aproximativ 300-500 de antene parabolice, iar videocasetofoanele existente au făcut posibilă distribuirea programelor străine înregistrate pe casete (Gross, 1990c)³.

Ceaușescu și regimul său comunist au cerut ca mass-media să aibă exclusiv menirea de a face educație ideologică, să practice îndoctrinarea, să mobilizeze populația și să sprijine cultul personalității. În consecință, ele s-au transformat în canale de comunicare narcotizante, puține la număr și limitate ca timp de emisie, care operau pe baza unei teorii a presei doctrinare sovietice. În final, au eșuat în a îndeplini chiar rolurile constrângătoare care le erau atribuite în societatea marxist-leninistă. Cu credibilitatea pierdută și cu rolul limitat, nu au mai putut umple golul creat între ele și public. La final, nu și-au mai servit nici publicul, nici pe cei care le manipulau; nu au mai oglindit nici societatea românească, dar nici nu au transformat-o conform intențiilor manipulatorilor (Gilberg, 1981).

Mass-media existente înainte de 22 decembrie 1989 în România nu mai puteau contribui la apărarea *status quo*-ului.

Absența unui spațiu de manevră, controalele stricte și deteriorarea profesionalismului nu le-au permis să contribuie la procesul

de schimbare. *Glasnost*-ul nu a afectat mass-media din România ; mai mult, el a fost respins de către Ceaușescu în termeni lipsiți de echivoc (Banta, 1988 ; Willey & Nagorski, 1987).

A existat o singură contribuție notabilă a mass-media comuniste românești în perioada revoluției. Pe 21 decembrie 1989, Televiziunea Română a transmis ultimul discurs al lui Ceaușescu, în timpul căruia a fost huiduit și obligat să fugă. Transmisiunea în direct a fost întreruptă la un moment dat, dar a fost prins momentul în care dictatorul făcea ultima încercare de a vorbi. Oamenii care urmăreau scena în fața televizoarelor au putut vedea eliberarea de dictatură prezentată de încă cenzurată și controlată Televiziune Română. Au ieșit în stradă, mărinind numărul celor aflați deja acolo. Avea să fie ultima apariție în public a lui Ceaușescu și penultima zi de transmisie a Televiziunii Române comuniste (Binder, 1989).

Singura și cea mai mare contribuție a mass-media din România la evenimentele și atmosfera care au condus la revolta din decembrie a fost că au transmis mass-media străine știri despre majoritatea celor care au pus-o la cale și au participat la ea. Presa străină a avut un rol major de-a lungul timpului și în decembrie 1989 în a ajuta începuturile revoluției.

Jakubowicz (1989a), atunci când vorbește despre Polonia, se poate să aibă în vedere și România lui Ceaușescu, când afirmă că nemulțumirea, sentimentul de nedreptate și de discriminare, alături de lipsa libertății de exprimare și a presei

au ca efect radicalizarea și politizarea grupurilor și indivizilor. Aceste fenomene îi determină fie să se exprime în virtutea propriului drept la opinie, să înființeze mijloace de comunicare cât mai autonome, fie să caute informații în mijloacele de comunicare care dau expresie propriilor idei și experiențe (p. 197-198).

Lipsindu-le mijloacele și libertatea de a se exprima, românii au devenit „căutători de informații”. În cazul României, nevoia de informație a fost fundamentală și mai complexă în orientare decât

dorința de a avea mijloace de comunicare care să dea expresie ideilor și experiențelor lor. Și acest fapt era, de asemenea, important. Dar românii atinseseră un punct, către sfârșitul anilor '80, în care nevoia de orice fel de informație, alta decât cea furnizată de mass-media controlate și care controlau România, a devenit importantă pentru supraviețuirea lor psihologică și emoțională.

Mass-media străine

Satul Global proiectat de Marshall McLuhan încă nu s-a materializat, însă tehnologia modernă a făcut să crească numărul de informații distribuite la nivel global, viteza cu care acestea sunt culese și diseminate, precum și posibilitatea ca ele să ajungă în cele mai izolate colțuri ale lumii (Hachten, 1981). În acest sens, România s-a dovedit a fi un caz particular.

Referitor la acoperirea globală, posturile de radio străine ascultate în România au înregistrat cea mai mare audiență. Într-un sondaj efectuat între 1971-1972, emisiunile în limba română ale Radio Europa Liberă (REL) erau ascultate de 59% dintre români, 22% ascultau BBC, 18% Vocea Americii (VOA), iar 14% Radio Paris (Paulu, 1974, p. 429). Între 1982-1983, audiența pentru REL a crescut la 64% (McIntosh, 1986), iar pentru VOA, la 20 de procente (Mainland, 1986). Românii monitorizau, de asemenea, emisiunile posturilor de radio din Germania, Italia, Iugoslavia, Ungaria, Bulgaria și URSS, deși nu există date care să indice gradul de audiență. Aceste posturi au ajutat la „formarea unei idei despre revoluție în rândul unor oameni care nu îndrăzneau nici măcar să vorbească unul cu celălalt” (Harden, 1989).

Descriind modul în care posturile străine au contribuit la răsturnarea regimului comunist, Harden (1989, p. A1) subliniază că „Tăcerea vizibilă a României, mai ales pe parcursul ultimului an, nu era liniștea lipsită de speranță și plină de durere. Mai degrabă, era încremenirea unui popor atent”.

Rezultate egale, dacă nu chiar mai bune, au obținut televiziunile străine în rândul publicului de la orașe, care a menținut un ritm ascendent al audienței, comparabil cu al telespectatorilor occidentali⁴. Acest public a contribuit într-o mare măsură la producerea revoluției. Se poate trage concluzia că datorită mass-media lui Ceaușescu și a politicii acestuia, către sfârșitul anilor '80, locuitorii orașelor urmăreau unul sau mai multe programe de televiziune ale posturilor din Europa Centrală și de Est.

Televiziunea occidentală a pătruns în România și a câștigat audiență prin Sky News, CNN, posturile austriece – mai ales în rândul celor care au reușit să-și procure antene de satelit (Gross, 1990c). Publicul a început să urmărească din ce în ce mai mult emisiunile posturilor din țările învecinate. În funcție de localizarea geografică în interiorul țării, oamenii urmăreau mai des, în anii '70, programele televiziunilor din Rusia, Bulgaria, Ungaria și Iugoslavia (Gross, 1990c ; Kifner, 1989)⁵.

În regiunile de nord-vest și cele de sud-vest ale României, publicul urmărea posturile de televiziune din Ungaria și Iugoslavia, mai puțin pe cele din Cehoslovacia. Televiziunea bulgară era recepțată mai mult în zona de sud-est și în București. În partea de est a României, care are graniță cu Republica Sovietică Moldova, ai cărei locuitori sunt majoritar români, erau urmărite programele televiziunii sovietice. S-a înregistrat astfel o schimbare, în perioada 1960-1970, când publicul din această regiune urmărea transmisiile posturilor românești mai liberale. Quester (1990, p. 131) a scris că :

Totuși, la sfârșitul anilor '80, s-a putut înregistra o schimbare ciudată în această zonă ; telespectatorii din România aflată sub dictatura lui Ceaușescu puteau privi la televiziunea sovietică ce transmitea emisiuni în propria lor limbă și vedeau emisiuni de știri mai libere și mai bogate în informații. Aceste știri au jucat un rol foarte important în căderea violentă a dictatorului.

România continuă să dezbată dacă televiziunile sovietică, bulgară sau iugoslavă au avut un rol „major” în revoluție. O discuție

și mai aprinsă se poartă în legătură cu televiziunea din Ungaria, dacă într-adevăr ea a contribuit la izbucnirea, în 15-16 decembrie, la Timișoara, a revoluției (Kovács & Tölgyesi, 1991). În 1989, Televiziunea ungară a transmis știri despre situația din România. În luna decembrie, ea a difuzat un interviu filmat și înregistrat clandestin, cu reverendul Laszlo Tökes, un preot ungar care se afla în domiciliu forțat la Timișoara pentru activitățile sale disidente și care i-a alertat pe telespectatori în legătură cu iminenta sa arestare de către Securitate⁶. Acest fapt a scos în stradă mii de cetățeni din Timișoara și din localitățile învecinate, care i-au venit în ajutor în noaptea de 15 spre 16 decembrie. Manifestația s-a transformat, ulterior, într-o revoltă națională împotriva regimului Ceaușescu (Bohlen, 1989a, 1989b; Milin, 1990).

Este unul din rarele cazuri în care mass-media au o relație directă de tip cauză-efect cu un eveniment care produce schimbări radicale în interiorul unei națiuni. Primele care i-au informat pe cetățenii României despre reprimarea violentă a revoltei din Timișoara au fost mass-media străine (BBC și Radio Europa Liberă), începând cu 17 decembrie (Rateș, 1991, p. 35). Aceeași importanță au avut-o posturile străine, de-a lungul vremii, și în ceea ce privește impactul cumulat socio-politic, cultural și psihologic (Viviano, 1991a, 1991b). Acest impact s-a dezvoltat în mod semnificativ pe măsura înrăutățirii situației socio-politice, economice și culturale a țării și o dată cu pierderea completă a legitimității regimului comunist.

Mass-media străine, cu precădere cele audiovizuale, au fost receptate în grade diferite și din rațiuni diferite mai ales de către publicul educat din orașele românești, în perioada celor 42 de ani de regim comunist :

1. În primii 18 ani după ce comuniștii au ajuns la putere, mass-media străine au continuat să aibă publicul lor datorită, pe de o parte, obișnuinței dobândite înainte de 1947 și, pe de altă parte, datorită calității îndoielnice a presei comuniste și în semn de protest față de regimul comunist.

2. După 1965, mass-media românești au devenit ceva mai deschise și mai diversificate, în pofida controlului suportat din partea Guvernului/statului/partidului, iar mijloacele de comunicare străine au devenit ceva mai accesibile publicului. Mulți români urmăreau presa străină întrucât era de mai bună calitate, iar autoritățile păreau mai puțin preocupate de accesul publicului la ea. Situația din România dădea semne de îmbunătățire în a doua jumătate a anilor '60 și în prima parte a anilor '70, mass-media străine înregistrând o scădere a audienței în rândul publicului (Fischer – Galați, 1970 ; Shafir, 1985).
3. Din 1975 până în decembrie 1989, perioada în care accesul la mass-media străine a fost interzis oficial, iar prăpastia dintre publicul român și presa autohtonă era de netrecut, urmărirea emisiunilor televiziunilor din țările vecine, ascultarea posturilor străine de radio și circulația clandestină a casetelor audio și video din și în Ungaria, Iugoslavia, Austria, Italia și Germania au devenit și mai frecvente⁷.

În ultima perioadă de dinaintea revoluției, mulți orașeni au învățat limbi străine, putând astfel beneficia de emisiunile transmise din alte țări. Această adaptabilitate a unei părți semnificative a publicului românesc indica respingerea în totalitate a informațiilor provenind din zona stat/guvern/partid, a izolării și comunicării unidimensionale. Ea ilustrează, de asemenea, nevoia acută de informare care, chiar dacă era bruiată, reprezenta altceva decât mass-media autohtone⁸.

Românii își desfășurau activitatea în România, dar o parte a vieții lor intime era trăită, la modul figurat, în afara granițelor țării, de unde captau informații. Ei și-au însușit *glasnost*-ul interzis de regim și s-au conectat la lumea înconjurătoare.

Nu există date care să indice numărul românilor care urmăreau posturi de televiziune străine, doar cifre neoficiale provenind din cercetări de informare, discuții cu oameni din orașe diferite și estimări

ale jurnaliștilor, universitarilor sau funcționarilor guvernamentali români⁹. Aceste date, precum și beneficiile și efectele pe care le-au avut posturile străine asupra publicului rămân să fie determinate prin intermediul unei cercetări sistematice bine coordonate.

Dovezile existente arată că emisiunile străine de știri au diseminat nu numai informații, ci au avut și rolul de agenți de socializare, asemănător cu cel al programelor de divertisment. Ele au jucat atât un rol informativ, cât și socializator întrucât, așa cum sugerează Dahlgren (1981, pp. 102-103), știrile „au proprietatea de a crea semnificații independente de evenimentele specifice la care se referă”.

Judecând după religiozitatea cu care aceste posturi străine erau monitorizate de români (din orașe), ele au avut o semnificație importantă ce a trecut dincolo de simpla informație pe care o purtau. Se poate presupune că această semnificație era mult dependentă de, sau înrădăcinată în circumstanțele socio-politice, economice și istorice în care a fost consumată și în acele circumstanțe necunoscute, străine, diferite, în care a fost produsă. Ea a oferit sprijin emoțional și psihologic ; le-a dat speranță.

Programele românești de știri n-au reușit să facă din partidul și statul conducător agenți ai „socializării continue a conștiinței telespectatorului”, având, totuși, neintenționat, succes în socializarea conștiinței telespectatorului separat de statul, Guvernul, regimul său, filosofia/ideologia acestuia și politica sa. Astfel, ele nu au servit ca „funcție integrativă” (Dahlgren, 1981, p. A24). În schimb, transmisiunile străine, cu legitimitatea lor și cu marea lor credibilitate în ochii audienței române, au socializat conștiința telespectatorilor, dar au avut și funcția de dezintegratori adiționali. Cu alte cuvinte, în conjuncție cu deteriorarea situației sociale și economice și represiunea politică, ele au contribuit la concretizarea și lărgirea relației negative dintre cetățeni și regim și la dezintegrarea finală a acestei relații.

Programele străine de știri au oferit audienței române sfera publică alternativă, care în Ungaria și Polonia a fost constituită

de mass-media indigene alternative și de opoziție. Ele au oferit informații despre toate aspectele lumii în schimbare de dincolo de granițele României, cele mai importante fiind cele din 1985 în Uniunea Sovietică și celelalte națiuni est și central europene. Ele au semnalat că schimbarea a fost permisă și că ea are loc rapid în aceste țări ; că schimbarea a fost posibilă și a fost cerută cu succes de polonezi, unguri, germanii democrați și chiar sovietici.

Aceste mass-media au relatat de asemenea reacția Vestului la schimbările din Europa Centrală și de Est și din fosta Uniune Sovietică și schimbarea relațiilor celei din urmă cu Statele Unite și cu alte puteri occidentale (Harden, 1989). Aceste mesaje au sporit și au grăbit o reajustare psihologică deja începută, câștigând încet avânt printre români, în 1989 : mulți și-au pierdut frica de regim și organele sale de securitate și chiar își doreau să înfrunte gloanțe și tancuri pe străzile orașelor lor pentru a răsturna regimul. În plus, ele au întărit în mintea audienței ilegitimitatea regimului român și a societății care l-a creat, oferind imagini alternative acceptate ca legitime și, astfel, credibile. Au dovedit că important pentru audiență nu este doar „ce” este transmis, ci, în unele cazuri chiar mai important, „cine” sunt comunicatorii.

Într-un mod mai puțin extins, dar important, transmisiunile străine au „aprovizionat” românii cu informații despre întâmplări din România, despre activitatea și cuvintele disidenților români locuind în alte țări și în România, despre opoziția izolată la regim și despre conducerea regimului lui Ceaușescu înăuntrul și în afara României. Astfel, zvonuri despre evenimentele din România, evenimente care nu au fost prezentate de mass-media naționale, au fost înlocuite de știri credibile despre ce se întâmpla în țară. Ele au întărit perspectiva românilor către o viață mai bună și mai liberă înăuntrul granițelor și au oferit un impuls suplimentar ce i-a împins, dincolo de frică, într-o stare de lipsă de teamă. În plus, așa cum am menționat deja, transmisiunile ungare au ajutat la crearea unui eveniment care a aprins scânteia revoltei. Harden (1989) relatează că :

Românii spun că ascultând transmisiunile posturilor de radio au aflat despre acțiunile disidente ale Doinei Cornea și despre cei șase foști membri ai partidului care au fost pedepsiți pentru scrisoarea lor deschisă prin care cereau o schimbare politică. Românii au urmărit de asemenea evenimentele din țările Europei de Est, în care vechile guverne comuniste au căzut înaintea votului alegătorilor și al demonștrărilor (p. A24).

Într-un sens mai larg, mass-media străine, care au devenit singura alternativă pentru căutătorii români de informație, au satisfăcut nevoi mai complexe ale acestor audiențe prin oferirea unei ferestre spre lumea din afară, care le-a justificat băătălia și suferința tăcută. Semnalele ce au ajuns la români prin această fereastră le-au indicat faptul că ei aparțineau încă rasei umane, că schimbarea era posibilă și că nu erau chiriașii uitați și abandonați ai unui azil de nebuni neglijat de lume.

Programele de divertisment au constituit o parte a acestei ferestre spre lume și le-au furnizat românilor și un alt agent străin de socializare și informare. O întreagă generație de români a fost socializată activ de programele străine de divertisment, pe lângă circumstanțele în care a crescut, agenții lor de socializare indigeni acționând fără succes. Aceste programe au oferit licărirea unei lumi în schimbare : progrese în tehnologie, culturi diferite și schimbătoare, moduri de viață, filosofii, muzică ș.a.m.d. Și acestea i-au distrat pur și simplu, purtându-i zilnic într-o altă lume, fericită sau tristă, amuzantă sau serioasă, departe de propriile vieți. Efectele „imperialismului cultural” căutat, invidiat, rămân să fie determinate. Cât de mult din cultura română lipsește din conștiința generației mai tinere, dată fiind expunerea ei copleșitoare la mesajele culturale non-românești ? Întrebarea este importantă mai ales având în vedere contextul mediului cultural general al generației, în care cultura română autentică lipsea pe scară largă, distrusă de politica socio-culturală și economică a regimului comunist.

După 22 decembrie, când mass-media române și-au aruncat lanțurile, au scăpat de conducătorul unic și au devenit relativ libere,

programele străine de știri erau căutate încă de români, dar au devenit secundare ca importanță. Ele sunt încă monitorizate fiindcă sunt disponibile gratuit, oferă un punct de referință pentru acuratețea și completețea jurnalismului românesc și furnizează audiențelor mai multe informații și știri decât sunt capabile mass-media românești să ofere. Mass-media străine continuă de asemenea să fie vizionate pentru programele lor de divertisment, deși mai puțin acum decât înainte de 22 decembrie.

Presa străină tipărită n-a jucat practic nici un rol în România. Ea pătrundea rareori în interiorul granițelor, iar astăzi românii nu și-o pot permite, timpul alocat lecturii fiind direcționat spre presa indigenă.

Mass-media românești post-decembriste

Situația României în timpul primului an de după 22 decembrie 1989 poate fi caracterizată cel mai bine ca o societate în căutarea propriilor mass-media și ca mass-media în căutarea unei societăți.

În seara zilei de 22 decembrie, Televiziunea Română, radioul și ziarele au prezentat audiențelor lor primele produse mass-media necenzurate, nonconformiste. În următoarele două săptămâni, mass-media s-au ocupat în special de luptele continue ale armatei și civililor împotriva forțelor Securității, de noile hotărâri și de Frontul Salvării Naționale, care și-a asumat conducerea țării. Românii au privit, ascultat și citit încontinuu despre desfășurarea revoltei care semnală începutul revoluției (Binder, 1989; „New Candor in the Coverage”, 1989). Un reporter al *New York Times* (Kifner, 1989) scria despre Televiziunea Română :

Într-un fel era ca și cum ai privi transmiterea în direct a asaltului Bastiliei sau bătălia pentru Yorktown, amestecate cu dezbateri ale Congresului Constituțional. Dar, în acest caz, centrul violențelor era însuși studioul televiziunii. Se părea că puterea de stat era redusă la capacitatea de a transmite ce se întâmpla în afara ușii studioului (p. A12).

Dacă intervenția americană din Vietnam a fost primul război al televiziunii mondiale, evenimentele din România din decembrie 1989 au constituit prima revoluție a televiziunii (Amelunxen & Ujica, 1990). Rateș argumentează că, din momentul în care Televiziunea Română Liberă a început să emită pe 22 decembrie, „Revolta în sine, în toate privințele, s-a terminat” (Rateș, 1991, p. 47). Deși el este corect în punerea semnului de egalitate între sfârșitul revoltei și fuga lui Ceaușescu din București (22 decembrie), revoluția (de exemplu lupta pentru putere, schimbare și sfârșitul comunismului) a continuat și a fost viu prezentată de Televiziunea Română în săptămânile următoare, așa cum chiar Rateș descrie în cartea sa.

Focarul luptei, studiourile televiziunii din București, a indicat clar importanța mass-media în schimbarea socio- și psiho-politică, în controlarea și înființarea unei noi societăți (Alter, 1990 ; Rateș, 1991). Mass-media au rămas centrul luptelor politice cât România și-a trăit primul an post-Ceaușescu (Gross, 1991a ; Gross, 1991b ; Rateș, 1991 ; Ruston, 1990).

În primele câteva săptămâni de după 22 decembrie, noile mass-media s-au focalizat pe reminiscentele revoluției, pe brutalitatea și excesele comuniste din ultimii 42 de ani, pe sprijinul străin pentru revoluție și pe problemele economice pe care le întâmpina națiunea (Binder, 1989 ; „Excerps from”, 1989 ; „New Candor in the Coverage”, 1989)¹⁰. Televiziunea, în special, i-a făcut încredători pe cei încă nesiguri de faptul că regimul urât de ei se sfârșise. Imaginile transmise de aceasta de la procesul și execuția lui Ceaușescu și înființarea unui Guvern nou au fost dovezi pozitive că schimbarea s-a petrecut, în sfârșit. În definitiv, așa cum scria Alter (1990, p. 12) : „Tristul adevăr al erei TV este că dacă nu există imagine, nu s-a întâmplat nimic în realitate”.

A fost o perioadă în care instituțiile mass-media apărute ca ciupercile (Dennis & Vanden Heuvel, 1990 ; Gross, 1991c), în special în presa tipărită, au fost folosite ca suport pentru transmiterea unor informații și a multor opinii și polemici (Gross, 1991a,

1991b). Pentru prima oară de la ocupația fascistă din anii '30, românii au devenit comunicatori pentru ei înșiși, mulți pentru prima dată în viața lor :

1. Contribuții ale indivizilor din toate domeniile vieții au fost incluse în ziare.
2. Mass-media tipărite și audiovizuale au intervievat la întâmplare oameni care, până în decembrie 1989, au fost membri ai „majorității tăcute”. Pentru prima dată ei și-au făcut cunoscute liber punctele lor de vedere și experiențele pentru audiența din întreaga țară.
3. Toate tipurile de indivizi și grupuri au avut dreptul să-și ofere amintirile evenimentelor-cheie din timpul revoltei, să descrie și să recruteze membri pentru partide politice nou organizate și să dezbată viitorul țării.

Televiziunea Română Liberă (numită astfel pe 22 decembrie pentru următoarele patru luni) a fost, în aceste prime câteva săptămâni ale revoluției, un veritabil experiment în televiziunea comunității. În această scurtă perioadă, mass-media românești au fost un informator și de asemenea un suport (atât pentru producători/comunicatori, cât și pentru consumatori/receptori) pentru *catharsis*-ul individual și colectiv/național. Ele au fost ecoul unei anumite unități a tuturor românilor și, deși politizate, făceau doar puțină campanie politică (Gross, 1991a, 1991b).

Mass-media române noi, diversificate, de la simpla existență și în cursul restructurării lor, au început procesul de a învăța oamenii să participe la toate nivelurile schimbării națiunii. Ele au făcut acest lucru, așa cum a observat Lerner (1963, p. 342) în lucrarea sa despre modernizare și mass-media, „descriind pentru ei situații noi și ciudate și prin familiarizarea lor cu o arie de opțiuni din care să poată alege”.

Noi idei și noi tipuri de informații au fost distribuite românilor de propriile mass-media, stimulând oamenii să se comporte diferit.

Astfel, mass-media au jucat un anume rol în emergența societății civile și a partidelor politice : un rol incipient de socializare, deoarece ele au început să recruteze participanți noi la viața socială, politică, economică și culturală.

La sfârșitul lui ianuarie 1990, când națiunea se apropia de alegerile din mai, dată fiind reparația societății civile și a noilor partide politice, liniile de luptă socio-politică și etnică au fost trasate și mass-media, noi și în dezvoltare, au devenit polarizate. Din acest moment, mass-media, care nu aveau nici un *status-quo* de apărut sau de contestat, au început să se opună sau să apere direcția Guvernului interimar și, asemenea societății române, au pornit făurirea unui nou *status-quo* (Gross, 1991a, 1991b).

Mass-media independente sprijinind sau opunându-se Guvernului Frontului Salvării Naționale, mass-media de opoziție înființate de partidele politice și grupurile civice și mass-media controlate de Guvern au fost oferite unui public flămând de informație. Ele au concurat pentru resursele sărace și banii de cheltuială limitați discreționar (Gross, 1991b, 1991c). Multele probleme ale noilor mass-media românești, inclusiv lipsa de principii care să le reglementeze rolul, precum și mașinațiunile Guvernului interimar, au inhibat influența mass-media independente și de opoziție în alegerile din mai 1990 (Gross, 1991b ; Ruston, 1990).

Publicațiile românești erau mori de zvonuri și praștii pentru polemici care imitau jurnaliștii, sau publicații de tip *National Inquirer**, cu multe imagini sexuale adăugate pentru a atrage atenția. Publicațiile cu mesaje religioase, presa etnică și cea răspândită de partidele politice au acaparat o porțiune importantă a pieței mass-media. În general, publicațiile erau mai preocupate de conflictele politice în desfășurare și mai puțin de dezvoltarea politică sau transmiterea știrilor.

* Ziar de scandal din Statele Unite – n.t.

O parte a problemelor cu care s-au confruntat mass-media românești a venit din modul de prezentare a informațiilor pentru public și, astfel, de asemenea, din credibilitatea lor. Deși scena mass-media s-a transformat într-una diversă, liberă de prejudecăți, ea n-a putut să se descurce total în a ajuta procesul social de schimbare a formei, abordării și funcțiilor discursului social. Handicapul ei consta în înclinația celor mai mulți jurnaliști veterani, dar și a multora noi, de a utiliza încă folosirea orwelliană a cuvintelor vechi în sens nou, învățată de-a lungul celor peste patru decenii de comunism. Ei nu s-au descurcat să elimine complet din scrierile lor ceea ce Bauman a numit (1981) comunismele „reguli ale jocului politic ... gramatica limbajului politic... astfel construit încât ele reproduc automat și perpetuează dominația partidului... [Este un] limbaj separat de activitate al partidului comunist” (p. 51).

Mai mult, limbajul schizofrenic adoptat de „noul jurnalism” al României, în special de presa de opoziție/a intelectualității conducătoare în avangarda sprijinirii democratizării, a accentuat separarea elitei intelectuale de populația predominant țărănească. Limbajul este un element definitoriu în societățile în tranziție (Passin, 1963) și, la fel ca într-o societate colonială tranziționară, în România el a deosebit elita de mase și elita tradițională de cea „modernă”. În ultimul caz, distincția este între intelectualii care își protejează locul obținut în societate în timpul vechiului regim și cei care militează pentru o schimbare radicală spre formele democratice.

Audiența română făcea de asemenea parte din ecuația privind eficacitatea mass-media și identificarea rolului lor în societate. Această audiență a devenit și ea polarizată politic, social, etnic și chiar economic, dar era încă în căutarea unui *Weltanschauung*. În plus, după peste 40 de ani de îndoctrinare, mass-media comuniste și-au luat tributul în abilitatea audienței de a avea încredere în mass-media românești, de a fi consumatoare judicioasă de presă și de a fi capabilă să urmărească și să participe la dialogul socio-politic.

Mass-media românești post-comuniste aveau un caracter mult prea politic și polemic pentru a servi o funcție de informare tradițională sau a educa oamenii într-o cultură politică democratică. Ele s-au schimbat puțin după alegerile din mai 1990.

În ciuda lipsurilor lor, rolul mass-media în 1990 a fost semnificativ. Ele au reușit, pe timpul primului an încă revoluționar, urmând căderii regimului, să ofere oamenilor, pentru prima dată din anii '30, alternative mass-media indigene. Ele au contribuit direct la înființarea și evoluția societății civile și a partidelor politice, fiind locul de manifestare pentru diferite opinii și polemici. Și, poate mai important, ele au fost și încă sunt, prin diversitatea lor, simbol al posibilităților și promisiunilor democratice. Doar ca simbol, ele sunt un agent socializator important în viața socio-politică, economică și culturală¹¹.

La sfârșitul anului 1990, expansiunea presei tipărite românești s-a diminuat, deoarece cererea consumatorilor a scăzut și a devenit mai selectivă, iar lipsa de hârtie și tipografiile disponibile persista (Gross, 1991c). Mai important, au fost lansate mai puține publicații noi, fiindcă adevăratul *raison d'être* pentru nașterea multora a fost epuizat, adică exprimarea gândurilor care nu au reprezentat linia partidului comunist nu a fost posibilă din 1947, cu atât mai puțin în ultimii 15 ani.

Extinderea mass-media audiovizuale s-a accelerat spre sfârșitul anului 1990 și, la începutul lui 1991, 16 posturi independente de televiziune funcționau în țară și alte câteva erau gata să se înființeze. Ele reprezentau o foarte mică contrapondere la TVR, care își înmulțise serios orele de program¹². La fel de important, ele sunt simboluri ale unei tendințe către o presă liberă și instituții democratice, pe care orice Guvern va fi imposibil să o reprime sau să o elimine. La începutul anului 1991, se făceau în București planuri de înființare a unui post de televiziune independent național¹³. Rolul și efectele viitoare ale mass-media românești vor fi determinate în parte de funcțiile pe care și le vor asuma, de tipul de cultură

politică națională și de principiile, codurile și legile care îndrumă existența lor. Acum ele își caută direcția într-o societate care și-a pierdut identitatea și care urmărește mass-media pentru a fi ghidată, sfătuită și informată.

Concluzie

Rolul mijloacelor de comunicare de masă în revoluția română a fost și mare, și mic, în funcție de felul cum sunt examinate mass-media pre- și post-revoltă, românești sau străine, atât tipărite, cât și audio-vizuale. În grade diferite și cu succes diferit, ele au servit ca agent informator, socializator, chiar și ca sprijin psihologic și emoțional.

Rolul important jucat de mass-media străine este un indicator al eșecului mass-media românești de a atinge conștiința audiențelor lor, cel puțin nu în modul intenționat de stăpânii lor. Ultimii și-au pierdut justificarea și, ca rezultat, și primele și-au pierdut credibilitatea, răspândind mesaje/informații incongruente cu realitatea vieții națiunii și nereușind să întâlnească nevoile de informare și divertisment ale audienței. Legătura dintre mass-media comuniste și audiența lor a fost aproape total inexistentă. În consecință, într-o dezvoltare unică chiar și între națiunile Europei Centrale și de Est, mass-media străine au devenit singura legătură a românilor cu realitatea, sănătatea spirituală și speranța. În sfârșit, mass-media străine au servit ca furnizor direct de informații, care au fost ca un catalizator pentru începutul revoluției.

Mass-media românești post-revoluționare au încă sarcina, care nu este de invidiat, de a se constitui într-o instituție profesionistă, în același timp în care sunt chemate să fie printre primii agenți ai schimbării. Ele joacă, la momentul scrierii acestui text, un rol de informare și de educare limitat și reușesc ca socializator, în special ca simbol al unei Româнии schimbate. Acesta, de asemenea, este un rol important și poate fi singurul pe care și-l vor putea asuma

pentru moment într-o societate în tranziție, trecând de la un sistem totalitarist extrem de represiv, la unul potențial democratic. Rolul mass-media străine s-a diminuat cumva, deși ele încă joacă un rol semnificativ în oferirea unui echilibru la mass-media indigene, a diversității și a unei ferestre prin care mesajele noi și democratice pot trece și stimula dezvoltarea României și a mass-media sale.

În ciuda problemelor, numărul publicațiilor va rămâne relativ mare atât timp cât continuă criza socio-politică, ele oferind suport pentru diverse opinii. Extinderea mass-media audiovizuale s-a mărit considerabil la sfârșitul anului 1990 și în 1991 și 1992 și promite să continue. Viitorul mass-media românești și al națiunii însăși este plin de speranță, dar imprevizibil. Ceea ce este previzibil este rolul central al mass-media în evoluția națiunii, indiferent ce direcție socio-politică, economică și culturală poate lua aceasta.

Note

1. De exemplu, Petre Mihai Băcanu, directorul cotidianului *România Liberă*, împreună cu alți trei colegi, a publicat un ziar în ilegalitate, la începutul lui 1989. Existența acestuia a fost scurtă, iar cei trei au petrecut mai multe luni în închisoare. La revoluție, pe 22 decembrie 1989, Băcanu a fost eliberat.
2. Este vorba despre o poveste relatată autorului, în ianuarie 1990, la Timișoara : cu prilejul unei vizite efectuate de Ceaușescu în acest oraș, el a observat câteva antene de satelit. Când a întrebat ce sunt, i s-a răspuns că folosesc drept captatoare de energie solară. Mai târziu, când a descoperit adevărata întrebuintăre a antenelor, a ordonat ca acestea să fie date jos. Doar câteva au suferit de pe urma deciziei.
3. După cum i s-a relatat autorului în ianuarie 1991, în Oradea, un inginer din acest oraș a construit o antenă de satelit, a strâns bani de la locatari și, prin rețeaua de cablu existentă, a transmis programe străine pentru 800 de apartamente.
4. Conform *Statistical Yearbook*, editat de UNESCO, în 1998, existau 26 de televizoare la 1000 de locuitori, în 1965 ; în 1986, numărul a crescut la 175 la 1 000 de locuitori. Potrivit acestor statistici, importanța televiziunii a fost accentuată de scăderea deținătorilor de aparate de radio ; în 1965, existau 147 de deținători de radio la 1000 de locuitori ; din 1986, 143 la 1000 de locuitori.
5. Abilitatea românilor de a recepționa semnale ale televiziunilor străine a fost remarcată de autor în timpul celor două săptămâni petrecute la Timișoara și București, începând din 11 ianuarie 1990, la numai 17 zile după executarea lui Ceaușescu.
6. Autorul a discutat cu mulți români care au participat la demonstrațiile din Timișoara, în cursul vizitelor făcute în ianuarie, mai și august 1990. Este clar că principala sursă de informație privind incidentul Tökes care a aprins revolta provine de la mediile maghiare.
7. Din interviurile luate românilor în ianuarie, mai și august 1990.
8. Autorul a întâlnit mulți români, în special tineri, care înțeleg aproape perfect sârba, maghiara, bulgara și rusa și care au învățat aceste limbi

prin intermediul televiziunii, în scopul unic de a înțelege emisiunile posturilor străine.

9. Jurnaliști, profesori universitari, oficialități guvernamentale, studenți, meseriași, țărani și alte categorii profesionale s-au dovedit foarte implicați în obișnuințele colective privind media, în timpul vizitelor efectuate de autor în ianuarie, mai, august și noiembrie 1990 și ianuarie 1991.
10. Din lectura ziarelor și revistelor și vizionarea transmisiunilor TV realizate de autor.
11. De exemplu, *Anunț de la A la Z* este un săptămânal dedicat în întregime publicității. El și-a făcut apariția în iunie 1990 și a devenit un simbol al ideii unui sistem de întreprindere liberă.
12. Din discuțiile cu oficialii Ministerului Comunicațiilor din București, în ianuarie 1991.
13. Din discuțiile, în noiembrie 1990 și ianuarie 1991, cu persoane oficiale din cadrul SOTI. Acestei societăți i s-a permis, în final, să înființeze un post local (București) care și-a început funcționarea în decembrie 1991.

Referințe bibliografice

- Alter, J., 8 ian. 1990, „Prime-time Revolution. How Technology Fueled a year of Change”, *Time*, p. 25.
- Amelunxen, H. von, & Ujica, A., 1990, *Television/revolution. Das Ultimatum des Bildes*, Marburg, Germania : Jonas Verlag.
- Banta, K.W., 5 sept. 1988, „Where Glasnost Is Still a Dirty Word”, *Time*, pp. 31-32.
- Bauman, Z., 1981, „On the Maturation of Socialism”, *Telos*, 47, 48-54.
- Binder, D., 23 dec. 1989, „Ceausescu Flees a Revolt in Romania But Security Forces Fight on”, *The New York Times*, pp. A1, A9.
- Bohlen, C., 20 dec. 1989a, „Visitors Horrified at Protest Scene”, *The New York Times*, p. A17.
- Bohlen, C., 21 dec. 1989b, „Ceausescu Blames Fascists for Uproar in Romanian City”, *The New York Times*, p. A14.
- Curry, J.L., 1983, *Dissent in Eastern Europe*, New York : Praeger.
- Dahlgren, P., 1981, „TV News and the Suppression of Reflexivity”, in E. Katz & T. Szecsko (ed.), *Mass Media and Social Change*, pp. 101-114, London : Sage.
- Dennis, E.E. & Vanden Heuvel, J., 1990, *Emerging voices : East European Media in Transition*, New York : Gannett Center for Media Studies.
- Echikson, W., 31 ian. 1989, „Personality Cult Thrives in Romania. But Economy Withers Under Weight of Grandiose Projects and Rush to Repay Debt”, *The Christian Science Monitor*, p. 6.
- „Excerpts from coverage by the Rumanians and Hungarians”, 23 dec. 1989, *The New York Times*, pp. A8, A9.
- Fein, L. & Bonnell, B., 1965, „Press and Radio in Romania : Some Recent Developments”, *Journalism Quarterly*, 42, 443-449.
- Fischer-Galați, S., 1970, *20th Century Romania*, New York : Columbia University Press.

- Gabanyi, A.U., 1978, „Das Zensursystem Rumanien”, *Wissenschaftlicher Dienst Südosteuropa*, 7, pp. 189-192.
- Gaspard, A., 1965, „Romania – Advertisements and Move to Objectivity”, *IPI Review*, 8, 17.
- Gilberg, T., 1981, „Political Socialization in Romania: Prospects and Performance”, in D.N. Nelson (ed.), *Romania in the 1980s*, Boulder, CO: Westview Press.
- Gross, P., 1989, „Exercises in Cynicism and Propaganda: Law, Legality and Foreign Correspondence in Romania”, *Political Communication and Persuasion*, 6(4), pp. 179-190.
- Gross, P., 1990a, „The Soviet Communist Press Theory – Romanian Style”, in S. Splichal, K. Jakubovicz & J. Hochheimer (ed.). *Democratization and the Media* (pp. 94-107), Ljubljana: Communication and Culture Colloquia.
- Gross, P., 1990b, sept.-oct., „Romania: Retreat from Freedom”, *Columbia Journalism Review*, p. 64.
- Gross, P., 1990c, mai-iunie, „Small Signs of Great Changes... At a Romanian Tv Station”, *Columbia Journalism Review*, pp. 37-39.
- Gross, P., 1991a, „Romania's Poor Orphans: Civil and Information Societies”, *Media, Culture & Society*, 13(3), pp. 407-413.
- Gross, P., 1991b, „Restricting the Free Press in Romania”, *Orbis*, pp. 265-375.
- Gross, P., 1991c, „Rumaniens Massenmedien: Neue Vielzahl un ungewisse Zukunft”, *Media Perspektiven*, 2, pp. 90-95.
- Hachten, W.A., 1981, *The World News Prism. Changing Media, Clashing Ideologies*, Ames: The Iowa State University Press.
- Harden, B., 29 dec. 1989, „Shortwave Radio Shaped the Revolution”, *The Washington Post*, pp. A1, A24.
- Hazan, B.A., 1985, *The East European Political System. Instruments of Power*, Boulder, CO: Westview Press.
- International Organization of Journalists, 1976, *Mass Media in C.M.E.A. Countries*, Praga: Author.
- Jakubovicz, K., 1989a, 8-12 mai, „Musical Chairs? The Three Public Spheres of Poland”, *Media, Culture & Society*, 12(2), 195-212.

- Jakubovicz, K., 1989b, sept., „Between Communism and post-Communism : How Many Varieties of Glasnost?“, lucrare prezentată la *Democratization and the Media : An East-West Dialogue at the Third International Colloquium on Communication and Culture*, Piran, Iugoslavia.
- Jakubovicz, K., 1990, „Musical Chairs? The Three Public Spheres of Poland“, *Media, Culture & Society*, 12(2), pp. 195-212.
- Katz, E. & Szecsko, T., 1981, *Mass Media and the Social Change*, Londra : Sage.
- Kifner, J., 1989, 28 dec., „Romanian Revolt, Live and Uncensored“, *The New York Times*, p. A1.
- Kovacs, I. & Togyesi, J., 1991, „Kontinuität und Wandel bei den ungarischen Pressemedien“, *Media Perspektiven*, 2, pp. 105-110.
- Lendvai, P., 1981, *The Bureaucracy of Truth. How Communists Governments Manage the News*, Boulder, CO : Westview Press.
- Leonhardt, P., 1974, „Das rumanische Presserecht nach dem gesetz vom 28.3.1974“, *Jahrbuch für Ostrecht*, 15, pp. 199-229.
- Lerner, D., 1963, „Toward a Communication Theory of Modernization“, in L.W. Pye (ed.) *Communications and Political Development* (pp. 327-350), Princeton, NJ : Princeton University Press.
- Mainland, E., 1986, „The Voice Present and Future : VOA, The USSR and Communist Europe“, in K.R.M. Short (ed.), *Western Broadcasting Over the Iron Curtain* (pp. 113-138), New York : St. Martin's Press.
- Manea, I., 1985, „The Romanian Press : Does It Exist in Today's Romania?“, *Journal of the American Romanian Academy*, 6/7, pp. 142-147.
- Manea, I., 1986, „Does the Romanian Press Exist in Today's Romania?, Why Are Romanian Foreign Correspondents Nowhere to Be Found?“, *Journal of the American Romanian Academy*, 8/9, pp. 149-155.
- McIntosh, M., 1986, „Public Opinion Assessment and radio Free Europe's Effectiveness in Eastern Europe“, in K.R.M. Short (ed.)

- Western Broadcasting Over the Iron Curtain* (pp. 245-263), New York : St. Martin's Press.
- Merrill, J.C., 1983, *Global Journalism. A Survey of the World's Mass Media*, New York : Longman.
- Milin, M., 1990, *Timișoara – 15-21 decembrie '89*, Timișoara : I.P.B.T.
- Mowlana, H. & Wilson, L.J., 1987, *Communication and Development : A Global Assessment*, Paris : Unesco.
- Nelson, D.N., 1988, *Romanian Politics in the Ceausescu Era*, New York : Gordon and Breach Science Publishers.
- Nelson, D.N., 1981, „Romania”, in W.A. Welsh (ed.) *Survey Research and Public Attitudes in Eastern Europe and Soviet Union*, New York : Pergamon Press.
- „New Candor in the Coverage in Romania and E. Germany”, 24 dec. 1989, *The New York Times*, p. A15.
- Passin, H., 1963, „Writer and Journalist in the Transitional Society”, in L.W. Pye (ed.), *Communication and Political Development* (pp. 82-123), Princeton, NJ : Princeton University Press.
- Paulu, B., 1974, *Radio and Television Broadcasting in Eastern Europe*, Minneapolis : The University of Minnesota Press.
- Quester, G.H., 1990, *The International Politics of Television*, Lexington, KY : Lexington Books.
- Rateș, N., 1991, *Romania : The Entangled Revolution*, Washington, D.C./New York : Center for Strategic and Informational Studies with Praeger.
- Reichman, H., 1988, „The Last Stalinist”, *World Press Review*, 35(11), 22.
- Ruston, U., 25 sept. 1990, *Romania's Battered Press*, A report by Index on Censorship and Reporters Sans Frontières, nr. 354.
- Shafir, M., 1983, „Political Culture, Intellectual Dissent and Intellectual Consent : The Case of Romania”, *Orbis*, 2, pp. 393-420.
- Short, K.R.M., 1986, *Western Broadcasting Over the Iron Curtain*, New York : St. Martin's Press.

- Skilling, H.G., 1989, *Samizdat and an Independent Society in Central and Eastern Europe*, Columbus: Ohio State University Press.
- Szekfu, A., 1989, „Intruders Welcome? The beginnings of Satellite Television in Hungary”, *European Journal of Communication*, 4(2), pp. 161-171.
- Tagliabue, J., 2 dec. 1987, „Romania, Ever the Maverick, Resists Soviet Sprit of Change”, *The New York Times*, p. A34.
- Unesco, 1989, *Statistical Yearbook*, Paris: Unesco.
- Viviano, F., 1991b, 22 aprilie, „Watching the War on the TV’s Front Lines”, *The San Francisco Chronicle*, p. A8.
- Volgyes, I. (ed.), 1975, *Political Socialization in Eastern Europe*, New York: Praeger.
- Willey, F. & Nagorski, A., 1987, „Down with the Dictator – Ceausescu’s Romania: Protests, not Glasnost”, *Newsweek*, pp. 27-29.

Mass-media și jurnalismul românesc în mijlocul tranziției *

Abundența de scrieri referitoare la dezvoltarea mass-media în lumea est și central-europeană de după 1989 și în fosta Uniune Sovietică s-a concentrat mai ales pe evoluția sistemelor mass-media, pe presiunile politice și economice exercitate asupra lor, pe natura jurnalismului practicat și pe relația între mass-media și dezvoltarea societății civile, mai mult chiar, a „democrației”. Tendințe similare și diferite au fost identificate, printre alții, de J.J. Brown (1994), S. Splichal (1994a, 1994b), K. Jakubowicz (1995), J. Aumente, P. Gross, R. Hiebert, O. Johnson și Dean Mills (1997). Majoritatea lucrărilor acoperă integral sau abordează tangențial domeniul dintre evaluarea modului „în care evoluează lucrurile” și criticile pe seama acestor evoluții, în contextul reflecțiilor filosofice înalt idealizate asupra modului „în care lucrurile ar trebui să se dezvolte”. Această din urmă noțiune a fost dezbătută în jurul conceptelor de *autonomie* și *pluralism*, vizând *dezvoltarea* nu numai ca teorie, ci și ca situație practică ce creează premisele unei democrații participative de tip ideal.

Cuvinte ca „societate civilă” „democrație”, „independență”, „autonomie”, „libertate” și „democratizare”, printre numeroase altele, sunt folosite de toți autorii, fără un acord universal referitor la semnificația fiecăruia sau la contextul mai larg în care acestea trebuie să fie înțelese și puse în practică.

* Apărut în D. Paletz, K. Jakubowicz, P. Novosel (eds.), 1998, *Relapse Into Communism? The Media and Socio-Political Consciousness in Central & Eastern Europe*, Hampton Press, 1998.

De exemplu, conceptul de „societate civilă” este mult contestat, așa cum arăta pe scurt Dahlgren (1995). În plus, deși subliniază (1995, 2) că „dinamica democrației este strâns legată de practicile comunicării și comunicarea socială are loc din ce în ce mai mult prin mass-media”, el recunoaște de asemenea că ceea ce înseamnă în practică democrația nu se întemeiază pe un acord definitiv. Dar presupunerile idealiste, ideologice vizând noțiunile de „democrație” și „democratizare” sunt chiar mai dăunătoare procesului de fundamentare a unei evaluări și totodată de reglementare a dezvoltării mass-media aflate în serviciul „democrației”. În consecință, numeroși cercetători preocupați de evoluția mass-media în Europa Centrală și de Est își exprimă, implicit sau explicit, nevoia ca cel puțin să „se trateze” la un loc toate elementele considerate fundamentale, dar care lipsesc, sau care dictează atât comportamentul mass-media, cât și al consumatorului de media, prin politică.

Prezenta lucrare intenționează să ofere o abordare diferită de ceea ce pare să prevaleze, atât în spirit, cât și în punctul său de plecare conceptual și contextual. În mare măsură, datorită neprevăzutului, ea este de asemenea o reconsiderare a abordării mele și o evaluare a evoluției mass-media și a jurnalismului după 1989 în Europa Centrală și de Est, în general, și în România, în particular. Această lucrare analizează evoluția mass-media românești în contextul a ceea ce Dahrendorf a numit o „societate deschisă” (1990). Abordarea mi se pare a fi mai cuprinzătoare, mai puțin restrictivă și ideologică și cu o viziune asupra societății mult mai puțin condusă de politică. O societate deschisă, așa cum afirmă el, nu este un sistem, ci constituie „spațiul deschis al unui număr infinit de alternative de viitor”, în care *toate „sistemele”, pe care le etichetează ca non-liberale, trebuie să se înfrunte* (1990, p. 41). Aceasta nu sugerează nicidecum o societate perfectă, ci una ale cărei imperfecțiuni cel puțin nu sunt dictate de ideologie. „Democratizarea” rămâne încă o necesitate a acestei societăți deschise,

dar nu ca *proces* stabilind un sistem democratic, ci mai curând ca *element* ce permite puncte de vedere, stiluri de viață diferite și absența sau continua rezistență la tirania pieței, a majorității, a minorității, a puterii brute a Guvernului, a unei ideologii sau a demagogiei politice.

Nici societatea deschisă, nici democrația ca sistem nu sunt structuri societale în care mass-media și oamenii de rând trebuie să participe cu toții în conformitate cu un scenariu fixat, cum ar sugera unii. O societate deschisă, democratică nu este „o baie de aburi a sentimentelor populare” (Dahrendorf, 1990, 13) așa cum ar fi considerată de cineva care pledează pentru o democrație participativă idealizată și o mass-media într-o stare de mobilizare continuă.

Privind printr-o prismă non-sistemică și conștientizând perioada de tranziție cu încercările, agitația și tatonările sale, evoluția mass-media în România de astăzi nu este nici atât de limitată, nici atât de negativă pe cât am evaluat-o în lucrări anterioare, concluzie care se poate aplica de asemenea și altor țări din Europa Centrală și de Est. Nu înseamnă că neg existența unor atentate anti-democratice la construcția sistemului mass-media, prin politică, legislație, manipulare, sau dezvoltări sau tendințe fătis ostile societății deschise și mass-media servind o astfel de societate. Toate acestea fac parte din tranziție la fel cum fac parte din organismul societăților deschise stabile al căror principal as din mânecă sunt instituțiile lor bine fundamentate, legile și tradițiile.

Împreună cu restul Europei Centrale și de Est, România s-a alăturat luptei generalizate și constante de a defini, a face funcționale și a păstra mass-media libere și eficiente, care pot contribui la înființarea și servirea unei societăți deschise, liberale. Este abia la începutul acestei călătorii. România s-a aliniat unei lumi în care mass-media sunt amenințate constant, de dreapta și de stânga politico-ideologică deopotrivă.

Lumea mass-media românești creată în 1990-1995

O societate deschisă, deși nu se constituie ca „sistem”, are totuși la bază reguli și principii. Unul dintre aceste principii implică libertatea de a comunica și accesul la informație sau, în modelul lui Habermas (1989/1962, 1992), înființarea unei *sfere publice* în cadrul căreia discursul public, schimbul de opinii și discutarea pe larg a problemelor comune și a soluțiilor sunt stabilite. Nu a existat un acord (Dahlgren, 1995, 17-18, 104-112) asupra dilemei dacă sfera publică trebuie definită ca globală, larg pluralistă, sau ca fiind formată dintr-o multitudine de sfere mai mici, sau chiar ca o combinație a celor două posibilități. În mare măsură, alături de problema controlului guvernamental, mi se pare că aceasta este originea continuum-ului pluralism-dominație și autonomie-subordonare, dezvoltat pentru a evalua evoluția mass-media în Europa Centrală și de Est după 1989 (Jakubowicz, 1995).

Structura sferei publice devine importantă pentru modul în care se corelează cu sferele socială, politică, economică și culturală. În consecință, statul, societatea civilă și sfera publică se determină reciproc într-un mod complicat. Natura fiecăreia, modul în care ele interacționează, se afectează reciproc și funcționează împreună vor revela în final natura societății, cât de deschisă, lipsită de interdicții, respectând drepturile individuale, și cât de democratică poate fi.

În lumea Europei Centrale și de Est de după 1989, sfera publică este la fel de neorganizată ca și celelalte sfere cu care ar trebui să fie corelată. Acest lucru îngreunează examinarea evoluției mass-media, deoarece contextul și relațiile nu au un fundament specific și se desfășoară într-un flux continuu. Caracterizarea lui Timothy Garton Ash (11 ianuarie 1996) privind tranziția Poloniei „de la anormalitatea normală la normalitatea anormală” se aplică și României, și

celorlalte foste națiuni comuniste. Cu alte cuvinte, se examinează aici doar dezvoltări într-un anumit stadiu al tranziției.

I. Sistemul – proprietate și structură

În primul trimestru al anului 1996, peisajul mass-media românești cuprindea aproximativ 1 200 de ziare și reviste, conform unor statistici neoficiale, după cum se știe. RODIPET, serviciul de distribuție/abonamente de stat, are doar 636 de publicații care îi folosesc rețeaua. La acest număr trebuie adăugate publicațiile, de diferite formate, tiraje, periodicitate și natură, distribuite de rețele mult mai mici, înființate de trusturile mass-media după 1989. Numărul lor (neverificabil) este estimat la aproximativ 500-600.

Publicațiile românești variază de la revistele înalt intelectuale, literare, de artă și socio-politice, la publicațiile orientate spre economie și afaceri; de la cele satirice și pornografice, la altele specializate pe anumite interese (adresate exclusiv publicului feminin, de sport, purtătoare de cuvânt ale partidelor politice, de hobby etc.); de la cotidiene naționale și locale/regionale informative, la (cele câteva) săptămânale similare. Nu există o contabilitate clară a numărului de publicații noi care au dispărut și au apărut începând cu 1989. Este suficient să spunem că la începutul anului 1996 existau aproximativ de două-trei ori mai multe publicații decât înainte de răsturnarea dictaturii lui Ceaușescu.

Proprietatea acestor publicații se întinde de la partidele politice la consorțiile editoriale, indivizi, familii, grupuri religioase/biserici, uniuni literare, civice, profesionale, academice, culturale, sindicale și alte organizații/instituții, incluzând Guvernul și diferitele instituții de stat (de exemplu, forțele armate).

Ziarele naționale și locale sau regionale, cotidiene și săptămânale, cu excepția publicației Guvernului, *Vocea României*, sunt autonome. Ele sunt independente de Guvern, dar nu și de indivizii,

grupurile, organizațiile și instituțiile care le dețin. Astfel, presa este autonomă și în același timp subordonată intereselor economice, sociale, politice, etnice, religioase și culturale ale proprietarilor. În cazul proprietarilor individuali, ea este de asemenea subordonată capriciilor, preferințelor, ego-urilor personale.

Nu există „autonomie” pură, așa cum nu există un jurnalism obiectiv intrinsec. Pentru a dezvolta această analogie, trebuie să precizez că obiectivitatea este recunoscută ca ideal de neatins pentru orice jurnalist, datorită faptului că lentilele prin care ei văd, înregistrează și analizează evenimentele, ideile și oamenii sunt colorate de către mediul care îi înconjoară, de educație, politică etc. Ca urmare, jurnalismul s-a dezvoltat (cel puțin în SUA) impunând, la bine și la rău, un ansamblu de proceduri: poziția tuturor părților, informație completă, verificarea faptelor, eliminarea opiniilor personale, corectitudine și specificarea surselor utilizate. Aceste proceduri devin „obiectivitate jurnalistică”. S-ar putea pune semnul egalității între adoptarea acestui proces pentru a obține obiectivitate maximă și conceptul de „națiune de legi”, inclusiv un legislativ independent, pus în practică în Statele Unite, tocmai fiindcă americanii au ales să nu se bazeze și să nu creadă în guvernarea indivizilor. Adăugați la acest jurnalism obiectiv prezentarea diferitelor puncte de vedere în cadrul unei singure publicații (și puncte de vedere diferite prezentate în diferite publicații) și, teoretic, există o sferă publică demnă de o societate deschisă, democratică.

Astfel, nici noțiunea de autonomie-subordonare nu poate fi considerată o măsură normativă ce pledează pentru statutul mass-media într-o sau față de o societate deschisă. Ei îi lipsește calitatea necesară de a face față complexității analizelor și nuanțelor pentru a judeca independența unei exprimări mass-media, semnificația sa fundamentală și contribuția acesteia la o societate deschisă.

Este clar că autonomia mass-media în sens ideal nu poate fi înfăptuită, cu excepția celei față de Guvern. În contextul democratizării și, mai important, al consolidării unei societăți deschise,

o abordare tip proces devine crucială, hrănind și fiind hrănită de o societate deschisă. Importante sunt varietatea și volumul surselor de control/influență asupra presei și gradul de subordonare a fiecărei publicații față de acea sursă de control/influență. Testul pentru autonomia presei într-o societate deschisă trebuie să fie dacă (1) presa este subordonată numărului cel mai mare posibil de autorități diferite, (2) gradul ei de subordonare și al jurnaliștilor ei și (3) absența controlului guvernamental.

Presa românească este extrem de diversificată, așa cum au dovedit-o natura presei, proprietarii săi, conținuturile diverse, felurile abordări și prezentările lor :

(a) Citind câteva ziare naționale în orice zi, devine imediat clar că fiecare are o definiție diferită a valorii de informație, în timp ce practică același tip de jurnalism (vezi Secțiunea III) : de ce ar putea fi interesați cititorii lor și ce ar putea fi important sau nu. Cu puține excepții printre ziarele majore, de la o zi la alta, este uneori greu de știut ce se întâmplă cu adevărat în țară sau dacă într-o zi oarecare aceste publicații vorbesc despre aceeași țară. Abordarea „știrilor” și a temelor majore în ziarele românești se poate caracteriza oricum prin lipsă de omogenitate, tratând inegal o largă arie de teme, așa cum demonstrează un studiu recent efectuat de Ioan T. Morar și Mircea Toma de la Institutul de Psihologie din București (1995).

Autonomizarea (Manaev, 1994) a fost obținută în sistem, cel puțin în sensul pe care l-am subliniat mai sus, dar mai puțin în sensul jurnalistic profesionist, unde se mai poate vorbi despre unitate între mentalitățile pre-profesioniste și abordări (vezi Secțiunea III).

(b) Nu a existat nici un ziar sau revistă care să domine în 1996 scena presei tipărite (Gross, 1996) prin tiraj, credibilitate și profesionalismul său. Cu foarte puține excepții, presa românească

nu este nici una de elită, nici una pur populistă. Mai curând este o presă mixtă populistă/specializată, fiecare ziar deservind o audiență relativ redusă (25 000-150 000 de cititori), interesată în mod specific de un anumit punct de vedere politic și de subiectele tratate predominant. Specializarea este și mai pronunțată în presa săptămânală și în numeroasele publicații tip revistă. De exemplu, Coman (22-28 martie 1996) semnaleză ieșirea din cursă a mai multor publicații săptămânale care ofereau informații și discuții politice, în 1996 (*Expres*, *Zig-Zag*, *Tinerama*, *Baricada*). Este de remarcat de asemenea, în perioada 1990-1996, apariția publicațiilor specializate tratând teme economice/de afaceri (*Capital*, *Adevărul economic*, *Bursa*, *Lumea afacerilor*), teme de interes feminin (*Femeia*, *Timpul femeilor în țara bărbaților*, *Actual*), divertisment (*As*, *Academia Cațavencu*, *Prețul succesului*) și alte subiecte diverse (*Infractorul*, *Revista fenomenelor paranormale*, *VIP* etc.).

De fapt, cea care devine treptat o presă populistă este presa locală/regională, tratând în principal teme locale. În 1994, balanța presă locală/regională *versus* națională a înclinat către cea dintâi, o presă cumva mai puțin politică, dacă nu mai puțin partizană, și mult mai preocupată de subiectele locale/regionale de zi cu zi. De exemplu, în decembrie 1994, 37% din cititorii de ziare la nivel național au declarat că urmăresc presa locală, 29% un cotidian național (relativ) mai popular, *Evenimentul Zilei*, iar restul citesc un alt cotidian național sau nici unul (IRSOP, decembrie 1994). Într-un alt sondaj național, un an mai târziu, Centrul pentru Sociologie Urbană și Regională a raportat (în decembrie 1995) că 42% din cei care au răspuns citesc ziarul local și 24% citesc *Evenimentul Zilei*, ceilalți citind un alt ziar național sau nici unul.

Această mare varietate a presei, numărul mare și divers de autorități cărora presa li se subordonează, sau față de care răspunde,

conținutul și natura sa diversă constituie esența unei societăți civile bine dezvoltate, cel puțin în teorie, așa cum au sugerat Splichal (1993, 1994a, 1994b) și alții. Controlul Guvernului lipsește cu siguranță, dar încercările de manipulare sunt permanente (vezi Secțiunea II). Presa scrisă și mass-media audiovizuale nu mai sunt instrumente ale puterii centralizate, forța de durată a Televiziunii Române este atenuată acum de posturile de televiziune independente, devenite naționale, și de nivelul lor de profesionalism, ceva mai ridicat.

Totuși, în mod paradoxal, mass-media *nu* reprezintă o societate civilă bine dezvoltată¹. Societatea civilă este redusă în România, fără îndoială într-un stadiu de evoluție incipient. Mass-media nu reprezintă nici o democrație participativă. Ele reprezintă exact o societate în tranziție, în care numeroase grupuri și indivizi, idei și puncte de vedere, dorințe și nevoi își caută o definiție și un loc în societate. Cel puțin ca formă și intenție, mass-media nu sunt în mod necesar eficiente în a contribui constructiv la creșterea societății civile. Dar, pe de altă parte, ele reprezintă germeii simbolizând promisiunea unei societăți civile bogate, presupunând că nu vor fi distruși sau menținuți într-o perpetuă somnolență. Emanciparea mass-media este doar parțială :

1. Ele sunt independente de stat/Guvern, dar statul/Guvernul controlează o mare parte din distribuția presei naționale și diferite aspecte ale sistemului audiovizual, corpul său de conducere și politica sa. Ele depind în primul rând din punct de vedere economic de instituții noi cu putere mai mare sau mai mică (socio-politice, de afaceri, religioase etc.) și doar în al doilea rând de cititori, care (a) nu au o putere mare de cumpărare și (b) mai curând se retrag, decât să avanseze în implicarea lor în viața civică și politică, fiind mult prea preocupați cu eforturile pentru securitatea și dezvoltarea economică personală și sătui de circuit politic prezent în România. În cazul Televiziunii Române publice (TVR) și al Radio România (RR), dependența economică

provine din abonamente și publicitate, în timp ce televiziunile independente trăiesc aproape exclusiv din venitul din publicitate.

2. Au făcut pași importanți în introducerea noilor tehnologii, dar nu ating încă nivelul profesionalismului în jurnalism (Gross, 1996, capitolele 5 și 6).

Așa cum am menționat deja, presa română este încontinuu supusă impozitelor de către piață, ca și de către puterile politice (vezi Secțiunea II). Cititorii care în 1990 cumpărau zilnic între două și cinci publicații diferite au ajuns în 1996 să cumpere numai una (sau deloc), iar aceasta din urmă le consolidează punctele de vedere și înclinațiile socio-politice și chiar culturale. Scala pluralismului nu este limitată, dar expunerea individului la pluralismul mass-media este.

Într-o societate unde presa scrisă se vinde în cea mai mare parte pe stradă, rata abonamentelor este foarte scăzută. Cumpărarea din impuls, timpul necesar, cheltuirea banilor și alți factori, inclusiv vremea, conduc cele mai multe achiziții. Un raport asupra unui sondaj la nivel național (Centrul pentru Sociologie Urbană și Regională) din decembrie 1995 arată că numai 13% dintre români se abonează la o publicație, 3% la două publicații, 1% la 3-7 publicații și un procent uriaș, de 83%, la nici o publicație. Cele mai bine vândute cotidiene naționale au tiraje între 120 000 și 170 000 de exemplare, substanțial mai puțin decât la începutul lui 1990, când vindeau între 1,5 și 2 milioane de exemplare zilnic.

Fiindcă vânzarea presei scrise este realizată în principal prin vânzătorii de pe stradă, problemele de distribuire (vezi Secțiunea II) a ziarelor naționale pe tot cuprinsul țării diminuează de asemenea accesul cititorilor din toate zonele țării la pluralismul care există în domeniul presei.

Multe dintre ziarele românești mari și mici, deși nu sunt viabile din punct de vedere economic, sunt sprijinite financiar de un partid

politic sau prin sumele provenite dintr-o altă afacere a unui individ sau grup cărui îi aparține ziarul. De exemplu, un cotidian din Iași, „extrem de apropiat de partidul la guvernare, a fost parțial vândut unei companii de produse textile cu capital de stat, pentru a fi salvat” (IPI, 1995, 85); în Timișoara, *Realitatea bănățeană* aparține unui om de afaceri cu interese comerciale variate (discutabile).

Supraviețuirea unor publicații într-un fel de sistem artificial de menținere a vieții este un semn sigur că în acest moment piața nu este suverană. Ziarele sunt ținute în viață pentru că un grup sau un individ dorește propriul suport de răspândire a informației, a punctelor de vedere, a propagandei și/sau divertismentului către un electorat, nu contează cât de redus.

Fără îndoială, presa scrisă ar fi putut face pași mai mari în profesionalizare, în stabilirea unei baze economice mai solide și în dobândirea instrumentelor manageriale și tehnice necesare pentru a-și asigura supraviețuirea și standardele calitative, dacă ar fi fost prezent un quantum mai mare de investiții străine. Doar câteva publicații au beneficiat într-o oarecare măsură de investiție străină (*România Liberă, Capital, Libertatea* ș.a.).

Dar nu numai presa scrisă a proliferat și s-a diversificat din 1989, contribuind la topografia variată a peisajului mass-media. Mass-media audiovizuale, în urma legii audiovizualului din 1992, a cunoscut o creștere spectaculoasă, în special în 1995, datorită unei infuzii mai importante de capital străin (de exemplu, ProTV și Amerom).

La începutul lui 1996, cele 23 de milioane de cetățeni români beneficiau de 107 posturi de radio, 678 de societăți locale de televiziune prin cablu și 44 de posturi de televiziune locale/regionale. Listele Consiliului Național al Audiovizualului (CNA) cu deținătorii de licențe din iulie și august 1995 arată că au fost aprobate 127 de licențe pentru radio, 56 pentru televiziune și 678 pentru televiziunea prin cablu. Unul din posturile de televiziune,

ProTV, un *joint-venture* româno-american², are acoperire națională, primind permisiunea de a transmite prin satelit; la sfârșitul lui 1996, era programat să acopere 55% sau mai mult din teritoriul României. El poate reprezenta concurența mult dorită pentru televiziunea națională publică, TVR, singurul post de televiziune care este încă direct și/sau indirect controlat de stat/Guvern³. Două alte posturi, Antena 1 și Tele7abc încep de asemenea să aibă o distribuire cvasi-națională a programelor lor prin satelit și prin cablu, ca ProTV.

Apariția rapidă și cumva neașteptată (vezi Secțiunea III) a competiției pentru televiziunea publică schimbă scena mass-media, adăugând mai multă concurență la fiecare element al acesteia, cu consecințe ce urmează să fie evaluate. Aceste consecințe depind în mare măsură de natura și profesionalismul programelor de știri și de tipul de divertisment oferit.

Distribuția proprietății posturilor de radio și televiziune nu este tot atât de diversă și nici diferențierea și pluralismul la fel de semnificative ca în presa scrisă. Totuși, pluralismul și diferențierea au crescut în 1996, posturile de televiziune concurente deja menționate devenind naționale. Cea mai importantă diferențiere se produce din punctul de vedere al tehnicii și abia în al doilea rând prin jurnalismul pe care îl practică și modul în care îl abordează.

Un sondaj din martie 1996, efectuat de IRSOP în București (*Evenimentul Zilei*, 18 martie 1996), arată o competiție relativ strânsă pentru audiențele zilnice între 6 posturi de televiziune (60% urmăresc ProTV, 58% TVR 1, 39% TVR 2, 37% Antena 1, 34% Tele7abc și 12% Amerom). Același sondaj arată că în București competiția radiourilor are loc mai ales între primele 8 posturi (Radio România Actualități – 48%, Radio Contact – 29%, ProFM – 19%, Radio România Cultural – 8%, Radio România – Antena Bucureștilor – 7%, Radio Total – 6%, Radio 21 – 4%, Fun Radio – 4%). De asemenea, a crescut concurența la nivel local/regional.

Factorii care au provocat până în 1995 evoluția mai lentă din audiovizual sunt numeroși. Trei dintre cei mai importanți sunt (1) lipsa de bani investiți într-un domeniu care necesită mai multe dotări decât înființarea unei redacții de presă scrisă cu câteva mașini de scris/computere, (2) absența cunoștințelor tehnice corespunzătoare derulării unei activități audiovizuale și (3) controlul și manipularea distribuirii frecvențelor și licențelor de către cei aflați la putere.

Totuși, posturile de radio și televiziune sunt subordonate unei arii de proprietari și interese, iar diferențele în tratarea informației sunt datorate intereselor proprietarilor, abilităților jurnaliștilor, intereselor percepute dinspre audiențe și, în unele cazuri, programelor de știri sau altor emisiuni informative produse de posturile mai importante sau chiar de cele străine (BBC, TF 1, VOA ș.a.). Cele mai multe din programele transmise de posturile de radio și televiziune naționale și locale/regionale sunt orientate către divertisment.

În 1996, la șapte ani de la răsturnarea regimului comunist, concurența dintre posturile de televiziune comerciale private s-a accentuat, ca și cea dintre acestea și televiziunea publică TVR (Holban, 5 ianuarie 1996). Acest lucru este adevărat și pentru radio. Într-adevăr, o economie în creștere lentă și o încă mai incompletă înțelegere a puterii și necesității publicității, într-o economie departe de a fi de piață, facilitează competiția în domeniile tipărit și audiovizual, fără ca ziarele sau posturile de radio și televiziune să dispară definitiv de pe scena mass-media – cel puțin pentru moment (pentru problemele economice ale mass-media, vezi Secțiunea II).

În sfârșit, succesul audiovizualului românesc va depinde mult de privatizarea economiei românești. Aceasta este o concluzie exprimată la începutul lui 1996 de Horia Murgu, șeful Departamentului Multimedia de la Academia de Teatru și Film din București și fost membru al CNA (Ghiu, 15-21 martie 1996). El a arătat de

asemenea că domeniul audiovizual, un tărâm pustiu înainte de 1990, a fost și este larg deschis privatizării, spre deosebire de multe alte sectoare din viața economică și publică a României, care au trebuit *transformate* dintr-un sector public într-unul privat.

În domeniul radio, compania Radio România, deși condusă de stat, a fost considerată mult mai autonomă și profesionistă în jurnalismul pe care l-a practicat decât televiziunea sau presa. Acest lucru se poate schimba după numirea, în 1995, a unui nou colectiv managerial care pare să intenționeze „o revenire la politizarea de tip vechi a jurnalismului” (Ionescu, 1995, 64).

Există aproximativ un post de televiziune (prin cablu sau clasic) pentru fiecare 31 855 de români, un post de radio pentru fiecare 214 953 de români și o publicație pentru fiecare 15 333. Formele mass-media participative, așa cum sugerează Wasko și Mosco (1992) și alții, sunt greu de realizat.

Totuși, dintr-o altă perspectivă, definirea termenului „participativ” ca nivelul cel mai larg posibil al reprezentării sociale în mass-media poate califica România (poate și alte țări din Europa Centrală și de Est) ca fiind mult mai aproape de ideal decât orice țară occidentală democratică – cel puțin pentru moment. Motivul îl reprezintă pregătirea profesională, impresionant de diversă, a numărului copleșitor de jurnaliști (peste 90%) care au optat pentru mass-media după 1989: ingineri, sociologi, psihologi, antropologi, profesori, lingviști, scriitori, avocați, studenți și muncitori. Puțini au o experiență jurnalistică oarecare, lăsând la o parte educația, și ei nu sunt legați de o cultură jurnalistică stabilă în nici un mod sau formă.

Referitor la noțiunea de „mass-media alternative”, sugerată de Wasko, Mosco și alții (1992) se naște întrebarea: alternative la ce? Alternative la mass-media informative pre-profesionale lipsesc într-adevăr. Ele vor apărea în timp. Dar într-o națiune unde cetățenii pot cumpăra *România Mare*, publicație de tip fascist, sau *Tribuna Socialistă*, promovând interesele socialiștilor/comuniștilor, sau publicația deținută de Guvern, *Vocea României*, sau cea

monarhistă, *România Liberă*, sau alte ziare acoperind întreg spectrul socio-politic, inclusiv presa etnică, a vorbi despre „mass-media alternative” pare deplasat.

Există mai multe motive pentru a ne îndrepta atenția către mai mica diversitate de alternative și de proprietari în domeniul audiovizual. Unii văd aria mai restrânsă de alternative și proprietari în audiovizual ca pe o strategie intenționată a coaliției la conducere de a controla, dacă nu a monopoliza acest domeniu (Lăzescu, aprilie 1995). Totuși, dată fiind dezvoltarea rapidă a ceea ce poate constitui concurența TVR în 1995-1996, cercetătorii sunt încă interesați de evoluția televiziunii, de semnificația și efectele sale, de natura și rolul său în societate.

II. Sistemul – legi, control și manipulare

Controlul Guvernului, statului și Partidului Comunist Român asupra presei a luat sfârșit pe 22 decembrie 1989. Ceea ce a urmat în primii șase ani de după revoluție au fost diferite încercări de manipulare a mass-media, a politicii mass-media, a jurnaliștilor și conținuturilor mass-media, demersuri de discreditare a presei (facilitate de chiar pre-profesionalismul presei), ca și presiuni economice și legislative. Aceste încercări directe și indirecte au fost regizate de cele trei guverne care au deținut puterea în 1990-1996, de agenții guvernamentale, de aparatul de stat format mai mult sau mai puțin din aceiași oameni care au avut puterea înainte de 1989, de partidele politice, de politicieni și de proprietarii mass-media.

Legea – nevoia de legi noi, non-comuniste, care să se adreseze noilor mass-media sistemice, structurilor și funcțiilor sociale și politice a fost în parte satisfăcută în perioada 1990-1996 în România. Din 1990, au fost adoptate două legi majore afectând audiovizualul: Legea Audiovizualului și Legea Radioului și Televiziunii Publice. Au existat încercări eșuate de a vota alte două legi, o lege

a presei și un nou Cod penal vizând atât mass-media tipărite, cât și pe cele audiovizuale. În plus, legile referitoare la „secretele de stat” și „secretele de serviciu” au un efect dăunător asupra dezvoltării surselor guvernamentale sau a altor surse de informații și asupra accesului general la informație.

- O nouă lege a audiovizualului a fost adoptată în 1992 și împreună cu CNA, pe care l-a creat, supraveghează acordarea licențelor de difuzare pentru radio și televiziune și proiectează regulamentele de difuzare. Această lege a generat o controversă imediată (Gross, 1996, capitolul 3). CNA a cunoscut câteva schimbări de componență, dar conflictele create datorită înclinațiilor sale politice, calificărilor profesionale ale membrilor și preferințelor lor politice în favoarea Guvernului și președintelui actual, datorită procesului de numire politizat, a modului de operare în acordarea licențelor, a reglementărilor sale privind publicitatea, tratarea alegerilor și multe alte probleme legate de activitatea audiovizualului au continuat de-a lungul lui 1995 și în anul electoral 1996 (Sultănoiu, 3 martie 1996). În septembrie 1995, CNA a impus TVR sistarea transmiterii unui program de limbă română („Săptămâna la zi”) produs de BBC World Service (Vasilescu, 15-21 septembrie 1995). Indiferent de ce s-a făcut sau nu vinovat CNA în 1992-1995, și nu este nici o îndoială că s-a făcut vinovat de lipsă de profesionalism, de manipulare, favoritism și alte acțiuni dăunătoare dezvoltării audiovizualului independent, acțiunile sale din decembrie 1995 au schimbat și au promis alte modificări ulterioare ale domeniului. Pe 5 decembrie 1995, CNA a făcut publice două hotărâri cu impact pe termen lung: Hotărârea 164 permițând posturilor de televiziune să se afilieze și să creeze rețele, și Hotărârea 165 făcând posibilă, pentru posturile de televiziune, obținerea licențelor de difuzare națională prin satelit – oferind aproape instantaneu o potențială concurență pentru TVR.

- Dispozițiile Legii Radioului și Televiziunii Publice, adoptată în 1994, nu erau încă puse în aplicare la începutul lui 1996, începând cu numirea Consiliilor de Administrație și cu regulile organizaționale și funcționale ale ceea ce se presupune că sunt posturile de radio și televiziune publice, numirea consiliilor care se ocupă de grilele de programe și de aplicarea altor aspecte ale Legii 41 (Alexandru, 27 martie 1996; Alexandrescu, 27 martie 1996; Lupea și Brumariu, 19 martie 1996).

Rezultatul acestui eșec de a adera la noua lege a fost o televiziune publică nu doar condusă arbitrar, ci și, ca urmare, supusă diverselor manipulări politice directe și indirecte ale puterii. De pildă, raportul Departamentului de Stat al SUA în privința drepturilor omului (6 martie 1996) concluzionează că amânarea punerii în aplicare a dispozițiilor noii legi a conferit Parlamentului o capacitate neobișnuită de control asupra televiziunii, deja acuzată de părtinire în favoarea puterii politice conducătoare (Mihai, 26 martie 1996). Această acuzație este sprijinită cel puțin în parte de rezultatele unor cercetări și analize de conținut realizate asupra programelor TVR, Tele7abc și Antena 1 în perioada noiembrie 1995-ianuarie 1996, de Centrul Independent pentru Studii Sociale (raportul nr. 6).

În februarie 1996, Alianța Civică a anunțat că va da în judecată TVR deoarece (1) funcționează ilegal în absența unui Consiliu de Administrație și a președintelui acestuia, (2) deciziile luate de la data de 18 august 1994 sunt ilegale și (3) nu există un contract încheiat între TVR și abonații săi.

Nici Radio România nu a dus-o mai bine, în ciuda numirii unui nou grup managerial instalat pe 4 octombrie 1995 și a numirii lui Tudor Cățineanu ca șef al acestuia, înlocuind conducerea orientată profesional a lui Paul Grigoriu (1994-1995) și Eugen Preda (1990-1994). Ionescu (29 decembrie 1995) scrie că numirea lui Cățineanu ar putea periclita politica Preda – Grigoriu care viza „calitățile profesionale ale jurnaliștilor

mai presus de angajarea politică” și tratamentul echilibrat al evenimentelor curente. Numirea lui Cățineanu ar putea indica o „recrudescență a polarizării de tip vechi”, care ar putea pune în pericol „realizările indiscutabile ale predecesorilor săi în privința jurnalismului independent”.

Manipularea și sistemul politic tovărășesc domină încă radioul și televiziunea publice, totuși, proliferarea posturilor face mai dificil controlul difuzării și, în același timp, deschide calea unei arii mai largi de vederi și capacități de a le exprima. Aceasta în pofida unor argumente (încă neconfirmate) care afirmă că majoritatea proprietarilor de posturi de radio și televiziune simpatizează cu partidul și președintele la conducere în prezent. Rezumând continua manipulare și încercările de manipulare, Jane Perlez (8 iunie 1995) scrie, în *The New York Times* : „...într-o societate care a fost învățată să tacă în epoca lui Ceaușescu, înflorirea recentă a talk-show-urilor radio a fost surprinzătoare... Show-ul Radio Total «Câinele de pază» a prezentat recent doi reporteri din presa scrisă cu documente despre corupția din Departamentul Vămilelor. Spre uimirea reporterilor, unul dintre cei care au telefonat a fost un funcționar al departamentului care dorea un sfat despre cum să facă față tentației”. Pe scurt, în România, nici un partid sau o persoană nu mai deține monopolul televiziunii naționale sau al altor resurse mass-media, deși încercările de control și de manipulare vor continua. De exemplu, într-o situație cumva bizară de la începutul lunii mai 1996, Adrian Năstase, unul din liderii PDSR (Partidul Democrației Sociale din România) și președinte al Parlamentului României, a anunțat că partidul său va cere CNA să reexamineze decizia sa de a permite posturilor de radio să transmită programul în limba română al BBC, având o poziție declarată împotriva PDSR.

Nici un fel de control sau manipulare existente, reale sau imaginare exercitate de PDSR, președintele Ion Iliescu sau

Guvernul său nu au fost suficiente pentru a explica *singure*, cum se pretinde atât de des, succesul lor în alegerile din 1990 și 1992 – așa cum controlul lui Silvio Berlusconi și Gianfranco Fini ar putea explica victoria lor în alegerile italiene din 1994 (Statham, 1996).

- O nouă lege a presei – Câteva versiuni ale unei noi legi a presei au fost propuse de membrii Parlamentului și de Guvern între 1990 și 1994. Nici una dintre propuneri nu a supraviețuit opoziției parlamentare și non-parlamentare față de conținutul acestora și chiar față de însăși ideea de a avea o lege a presei, una care este, în definitiv, o tradiție europeană. În România, cererea pentru o lege a presei, văzută de cei mai mulți jurnaliști ca un preludiv la reîntoarcerea restricțiilor și a cenzurii (Ștefănescu, 3-4 aprilie 1993) are două motive principale : (a) libertatea presei este considerată periculoasă în afara cazului când este strict controlată. Nu doar politicienii și funcționarii guvernamentali, ci și românii de rând sprijină o lege a presei, înțelegând prea puțin sau apreciind rolul mass-media libere într-o societate deschisă și (b) jungla profesională, care permite ca orice și totul să fie transmis prin mass-media respectând puține reguli etice operante, încurajează ideea că legea poate reglementa comportamentul profesional etic în locul profesionalizării și al valorilor sociale general acceptate.

Intrând în primul trimestru al lui 1996, România nu a adoptat încă o lege a presei și, așa cum afirmă Coman (22-28 martie 1996), „Pentru moment se pare că toată lumea împărtășește gândul (sau se resemnează cu el) că este posibil să se trăiască fără o lege a presei”. Dacă problema legii presei va fi revizuită sau nu depinde în mare măsură de politică, dar și de viteza și natura profesionalizării și maturizării jurnalismului și de stabilirea unor reguli etice universal acceptate și aplicate.

Câteva organizații profesionale și instituții mass-media au adoptat coduri etice. Unele dintre aceste organizații s-au coalizat în 1991 („Ziariștii își apără...”, 5 martie 1991) și au căzut de acord asupra unui cod etic. Rezultatul acestuia este descris cel mai bine de Coman (22-28 martie 1996), care scrie : „Nu sunt semne că el [codul] s-a respectat sau că respectarea lui a constituit o preocupare pentru asociațiile profesionale sau pentru liderii instituțiilor de presă”.

World Press Review (IPI Report, noiembrie/decembrie 1995) relatează că „Printre evoluțiile pozitive ale mass-media în acest an a fost înființarea primei Fundații a Tinerilor Jurnaliști... pentru a încuraja standardele etice în jurnalism și practicile democratice în general”.

Fără îndoială, acest lucru se poate dovedi a fi un pas pozitiv pentru viitorul jurnalismului românesc, dar numai dacă tinerii jurnaliști vor fi în măsură să influențeze profesiunea și societatea în mai multe feluri decât au dorit să le schimbe confrății lor mai vârstnici din 1989.

Nu există o lege a presei, dar nu există nici o lege care să garanteze accesul la informație – garanții de acces la „orice tip de informație publică” sunt acordate tuturor românilor în Articolul 31 al Constituției post-comuniste din 1991. Din 1990, s-au efectuat câteva încercări de a stabili o garanție legală pentru accesul jurnalistic la informație și la toate întâlnirile/conferințele guvernamentale. Nici una nu a avut succes. O lege cu privire la dreptul de informare a fost discutată în și în afara Parlamentului, în 1996. Între timp, jurnaliștii luptă împotriva limitărilor directe, dar și mai subtile ale accesului lor la tratarea informațiilor despre Guvern și Parlament, de exemplu birourile de presă și purtătorii de cuvânt interpuși între ei și politicieni, funcționari guvernamentali și întâlnirile lor oficiale (Hriban, 5 martie 1996).

Înghetând în mod egal libertatea presei, Legea Siguranței Naționale, din 29 iulie 1992, definește „secretele de stat” și „securitatea națională” în termeni atât de ambigui, încât oferă puterii o justificare potențială pentru a amenința jurnaliștii cu sancțiuni legale, în mod arbitrar, dacă scriu, să spunem, despre o afacere cu cereale făcută de Guvernul român, despre corupția în rândurile funcționarilor guvernamentali etc. Legea are ca efect descurajarea potențialelor surse care ar dori să discute cu jurnaliștii și, posibil, descurajarea acestora din urmă în a publica orice, mai puțin materiale non-conflictuale și non-critice.

- Un nou Cod penal – președintele Parlamentului român, Adrian Năstase, este de părere⁴ că amendamentele și adăugirile la Codul penal, respinse de Camera Deputaților în noiembrie 1995, sunt la bază întemeiate și acceptabile. Aceasta este versiunea noului Cod penal care a plictisit observatorii români și străini ai evoluției democrației și mass-media din România și care l-a îndemnat pe Robert Menard (27 septembrie-3 octombrie 1995), director al Reporters Sans Frontières din Paris, să-i adreseze o scrisoare deschisă președintelui Ion Iliescu, cerându-i să respingă „articolele 205, 206 și 239 din Codul penal, în spiritul protejării regulilor elementare ale libertății presei”. Dezbaterea cu privire la un nou Cod penal a început în 1993. Vechiul Cod penal comunist este încă în vigoare, deși cu modificările operate în 1991 (Legea 61), pentru a reflecta eliminarea regimului comunist. Protestele vehemente interne și externe împotriva unei versiuni a unui Cod penal revizuit l-au trecut pe planul doi, când Camera Deputaților a respins amendamentele propriei Comisii Juridice, în 1994, după ce Senatul aprobase o versiune similară. Camera a revăzut apoi subiectul la mijlocul lui septembrie 1995 și, după alte presiuni interne și externe și un memorandum semnat de 123 de deputați care cereau

reexaminarea articolelor propuse care afectează jurnaliștii, a votat, pe 24 octombrie, eliminarea oricărei pedepse speciale pentru jurnaliști și mass-media. În luna noiembrie, Camera a respins iar noul Cod penal, iar subiectul nu va mai fi readus în discuție până după alegerile prezidențiale și parlamentare din toamna lui 1996.

Când tema va fi luată din nou în considerare de Parlament, în afara cazului în care există o schimbare drastică în aspectul acestui corp legislativ, nici o modificare semnificativă la amendamentele deja propuse nu este de așteptat, așa cum sugerează aprecierea amendamentelor făcută de Adrian Năstase.

Există șapte articole în Codul penal propus care afectează direct munca jurnaliștilor : articolele 168, 205, 206, 236, 238 și 239. Chiar și fără pedepsele speciale specificate pentru jurnaliștii găsiți vinovați de „defăimare”, „insultă” sau „amenințări”, ultima versiune a Codului penal discutată de Parlament, un punct de pornire pentru viitoare dezbateri, oferă o protecție exagerată politicianilor, funcționarilor guvernamentali și altor funcționari publici. Ea poate „îngheța orice articol care ar constata eșecul sau vinovăția statului și Guvernului prin prisma unuia sau mai multor membri” (Gross, 1996).

De exemplu, articolul 168 pedepsește pe oricine distribuie „știri, date sau informații false... dacă faptele incluse sunt de natură să aducă atingere securității statului sau relațiilor internaționale ale României (sublinierea ne aparține)”. Nici un fel de știri sau date despre relațiile internaționale, distribuite prin mass-media ? Mai mult, termenul „relații internaționale” poate include orice, de la o afacere cu cereale, la un nou acord diplomatic cu Rusia, iar „securitatea statului”, în opoziție cu securitatea națională, constituie un mare avantaj pentru cei tentați să reducă presa la tăcere, oferind o cale de a da în judecată jurnaliștii/mass-media pentru „orice articol publicat,

legat de structura și autoritatea statului” (Gross, 1996). Într-o națiune care nu are încă un legislativ independent, amenințarea unor asemenea procese, pe baza articolului 168, este una de rău augur.

Această amenințare este dublată de articolul 238, care amenință prin sentințe cu închisoarea pe oricine lezează onoarea sau amenință funcționarii publici, de la președinte în jos, inclusiv membrii legislativului, armatei și poliției, „în legătură cu activitatea acelei persoane” și este „pasibil de ofensă adusă autorității...”. Conform acestui articol, orice jurnalist care critică acțiunile unui funcționar public, afirmațiile sale, politica sa etc. poate fi dat în judecată. Articolul 239 sprijină intenția de a ține în frâu criticarea funcționarilor publici, prin interzicerea „insultelor, calomniei sau amenințărilor” împotriva lor, în timp ce îndeplinesc o funcție care implică exercitarea autorității statului. Nu se precizează însă ce anume constituie insultă sau amenințare și, „la fel de semnificativ este faptul că «insulte» au aceeași greutate legală ca și «defăimarea»” (Gross, 1996).

Libertatea presei de limbă străină a minorităților conlocuitoare (maghiară, germană, țigănească sau rromă, bulgară, rusă, sârbă) va fi de asemenea în pericol sau, cel puțin, obligată la o minimă autocenzură prin articolul 236. Printre alte dispoziții, el stipulează sentințe cu închisoarea pentru „defăimare publică prin orice mijloace a țării sau a *națiunii române* (subliniere adăugată)...”. Interpretate subiectiv, aceste dispoziții înseamnă că orice critică la adresa celor care guvernează, reprezentând „națiunea română”, constituie defăimare a țării sau a națiunii. Cu sau fără sancțiuni speciale împotriva jurnaliștilor introduse într-un Cod penal, codul propus, acum doar latent în Parlament, ne ajută să înțelegem mentalitățile și interesele politice dominante în Guvern și în cercurile parlamentare.

Dacă amendamentele deja propuse la Codul penal sunt adoptate, chiar cu ameliorări, Codul va legitima existența unei clase sociale speciale, indivizi exonați de responsabilitate publică, și astfel va restrânge drastic libertatea presei.

Observatorii români și străini ai scenei mass-media și ai dezvoltării națiunii monitorizează de asemenea evoluția unui proces de defăimare împotriva a doi jurnaliști de la *Ziua*, în 1995, directorul Sorin Roșca Stănescu și reporterul Tana Ardeleanu. Ei au publicat articole afirmând că președintele Iliescu a lucrat pentru KGB în timpul studenției sale la Moscova, în anii '50. Cel puțin pentru viitorul apropiat, acesta este un caz cu valoare de test, care va stabili tonul și substanța pentru modul în care articolele despre defăimare relevante ale Codului penal (cel vechi, cu amendamentele din 1991) sunt interpretate, presiunile politice care pot fi exercitate cu succes asupra legislativului și testul adevărului și al importanței sale ca apărare.

Legile, sau alte creații directe precum CNA, n-au reprezentat singura cale prin care s-au făcut încercări de a controla și manipula sau intimida mass-media și jurnaliștii. Alte moduri de manipulare/control/intimidare încercate și realizate au fost vizibile în perioada 1990-1996 :

1. Ignorarea sau lipsa de răspuns la poziția presei față de temele conflictuale majore și față de acelea implicând corupția și încălcarea legii de către funcționarii Guvernului. Aceasta transmite către audiență mesajul subtil că mass-media nu are nici o putere, nici o influență. În același timp, birourile de presă și de *public relations* au răsărit în armată, poliție, justiție, Parlament și principalele birouri guvernamentale, ca și în sectorul non-guvernamental, privat : acest fapt a sporit importanța imaginii instituțiilor publice, precum și funcția de *gatekeeper* a acestor birouri. Se poate afirma de asemenea că opinia publică

dobândește în mod sensibil o importanță din ce în ce mai mare și poate fi un semn că societatea se deschide și oferă mai multor indivizi și grupuri o voce – nu contează cât de puțin sonoră sau chiar ne semnificativă în acest stadiu.

2. Defăimarea directă a mass-media independente la fiecare pas – acțiune înlesnită de pre-profesionalismul său. Directorul ziarului *Adevărul*, Dumitru Tinu, este citat în *World Press Freedom Review* (IPI Report, noiembrie-decembrie 1995) spunând: „Presa nu poate fi liberă fiindcă cercurile puterii sunt încă prizonierele unei mentalități trecute... De trei ori pe zi, un ministru, un funcționar al statului sau președintele Iliescu însuși acuză presa”.
3. Încercări stângace de intimidare a jurnaliștilor și mass-media au început în 1990, cu scandalurile minerilor în București. În ciuda statutului lor de străini de oraș, unii mineri n-au avut probleme în a se descurca în București și a ochi redacțiile ziarelor independente și chiar locuințele directorilor și jurnaliștilor⁵. În perioada 1990-1995, au fost relatate incidente de intimidare fizică sau verbală. De pildă, în 1994, doi jurnaliști de la *Jurnalul Național* au fost amenințați și s-a solicitat oficial protecția Amnesty International (AM Press, 14 mai 1994); în 1995, doi agenți ai Serviciului Român de Informații (vechea Securitate, reorganizată și rebotezată) au fost surprinși filmând doi jurnaliști români, Tana Ardeleanu de la *Ziua*, și George Scutaru de la agenția de presă Mediafax. Amândoi lucrau la articole despre presupusa colaborare a președintelui Ion Iliescu cu KGB. Paranoia cultivată adânc în perioada comunistă, mentalitățile „conducătorilor” și „condușilor” din acea perioadă (și dinainte) și o cultură generală, socială și profesională dominată de egoism, insecuritate, fatalism, de dorința de ascensiune socială, impresia că doar cine deține puterea poate progresa sau cel puțin supraviețui sunt încă utilizate în scopuri de manipulare, dacă nu chiar de control.

4. O altă armă folosită cu abilitate, dar cu mai puțin succes în lupta pentru manipulare și/sau control, este cea economică, de exemplu, disponibilitatea și costul hârtiei de ziar, a rețelilor de tipărire și distribuție și natura și nivelurile de impozitare.

Producerea hârtiei de ziar este încă monopol de stat în România și, astfel, nivelul producției, distribuția și prețurile pot fi utilizate pentru a micșora sau mări presiunea exercitată asupra presei scrise.

Costurile hârtiei au crescut din 1990 datorită liberalizării prețurilor, a inflației care a atins aproape 300%, în 1993 (27,8%, în 1995) și a creșterii prețurilor de către monopolul de stat al fabricării hârtiei. Membrii comunității mass-media tipărite au simțit că aceste salturi au fost, cel puțin în parte, artificiale. Istoria creșterii prețului la hârtia de ziar din 1990 încoace arată (vezi tabelul 1) o mărire de aproape 2000%, în primăvara lui 1996.

Principalul producător de hârtie, Letea SA, și-a închis una din secțiile de hârtie de ziar pe 7 ianuarie 1996, pentru un proiect de modernizare de 25 de milioane de dolari, pe o durată de trei luni. Prim-ministrul Nicolae Văcăroiu a precizat⁶ că planul de modernizare a producției de hârtie de ziar dura deja de doi ani. Reutilarea „va mări capacitatea de producție”, permițând companiei să satisfacă cererea din România și „chiar să permită exportul”, a afirmat el. Totuși, s-a zvonit o nouă creștere de prețuri pentru primăvara/vara lui 1996.

Tabelul 1 – *Prețurile hârtiei de ziar*

1990 (ian.)	1991	1992	1993	1994	1995	1996
	14 000*	70 000	120 000	450 000	1 000 000	2 600 000

* lei pe tonă

În perioada 1990-1996, protestele îndreptate spre Guvern și întâlnirile cu președintele Ion Iliescu și (în 1994-1995), cu prim-ministrul Nicolae Văcăroiu pentru discutarea problemei hârtiei de ziar nu au rezolvat nimic. În ciuda crizei de hârtie și a absenței concurenței în domeniul producției, au fost impuse taxe vamale pe importul de hârtie. Cei mai mulți directori/editori au afirmat că aceste taxe nu sunt necesare și sunt contraproductive într-un moment când, după părerea lor, ar trebui stabilite condiții speciale de import. Cu toate acestea, cele mai multe ziare reușesc să se aprovizioneze din exterior⁷, cu un cost suplimentar și doar după ce obțin o licență de import de la Ministerul Comerțului. În 1995, a fost aprobată o scutire de taxe pentru importul hârtiei de ziar, reducând într-o oarecare măsură cheltuielile publicațiilor.

Directorii ziarelor cotidiene și săptămânale spun că au trebuit să reducă numărul de pagini, să scadă tirajele și să crească prețul publicațiilor din cauza crizei de hârtie. Acest lucru este fără îndoială adevărat – cel puțin în parte. Reducerea tirajelor se datorează de asemenea nivelurilor mai scăzute de credibilitate pe care presa le-a obținut la sfârșitul anului 1990 (Gross, 1996), concentrării interesului audienței pe supraviețuirea economică, pe reușita într-o societate non-comunistă și pe varietatea de distracții și divertisment.

Distribuția ziarelor este încă realizată în principal de RODIPET, o companie de stat care a preluat rețeaua de distribuție de la PTTR în a doua jumătate a lui 1990. Monopolul ei a fost spart de-a lungul primilor șase ani post-revoluționari de rețele de distribuție private, înființate de ziare independente, de la un cotidian național ca *România liberă*, la ziare locale/regionale de limbă română și maghiară, precum *Bihari Naplo*. Presa locală/regională în particular s-a putut dispensa de serviciile RODIPET.

RODIPET pretinde un comision de 35% din vânzări, distribuitorii particulari între 20 și 25% (Armeanu, 24-25 februarie, 1996).

Monopolul de stat asupra echipamentelor de tipărire a fost și el lichidat. Ziare naționale precum *Cotidianul* și *România liberă*, ca

și ziare locale/regionale ca *Renașterea Bănățeană* sau *Monitorul de Iași* au propriile tipografii. Nu există date statistice care să indice procentele de publicații încă tipărite în tipografiile de stat și în cele nou-înființate, particulare. Totuși, costurile de tipărire rămân ridicate, conform declarațiilor directorilor de ziare naționale și locale/regionale⁸.

De asemenea, audiovizualul a trebuit să facă față costurilor de transmisie tot mai mari. De exemplu, în 1994, PTTR impunea posturilor de radio o taxă pe minut și pe kilometru : pe o rază între 0 și 100 de kilometri, fiecare minut costa 750 de lei plus 5 lei/km ; pe o rază mai mare de 100 de kilometri, fiecare minut costa 750 de lei plus 2,5 lei/km.

Economia ca întreg, a cărei privatizare a fost amânată până în 1995/1996, poartă de asemenea principala vină pentru starea precară a mass-media. Economia a afectat achiziționarea de aparate de radio și televizoare – există un televizor și un radio pentru fiecare 4,6 și, respectiv, 7,1 români (Caluschi, februarie 1995). Ea a afectat de asemenea, așa cum am sugerat deja, tirajul ziarelor și, în general, dezvoltarea noilor întreprinderi comerciale care se ocupă cu publicitatea și capacitatea lor de a-și permite costuri ridicate pentru aceasta. Prețurile pentru reclamă impuse de ziare – până la 1.800-5.600 de dolari pe pagină în ziarele naționale – nu sunt eficiente, date fiind tirajele reduse. Publicitatea în radio, conform Caluschi (februarie, 1995), este neglijabilă, iar publicitatea la posturile de televiziune naționale/cvasinaționale este inaccesibilă pentru majoritatea noilor companii românești. Caluschi (februarie 1995) scrie : „În ceea ce privește publicitatea televizată, numai companiile mari – cu capital străin sau *joint-venture*... își pot permite să plătească taxele mari pe care le cer agențiile TV. Asemenea companii precum Coca-Cola, Pepsi-Cola, Computerland, Samsung și Procter & Gamble acoperă bine piața românească, lansând campanii de publicitate excelente pentru a surprinde și copleși consumatorii...”.

Presiunile economice impuse de o economie în dezvoltare și acelea create de un anumit segment guvernamental printr-o diversitate de impozite sau prin politica mass-media vor continua să ridice probleme pentru mass-media românești. Totuși, nici una dintre aceste presiuni nu a blocat existența unor mass-media pluraliste și nu le-a împiedicat dezvoltarea: zierele apar și dispar, tirajele sunt mult mai reduse (dar motivele economice reprezintă doar o parte a problemei), se înființează noi posturi de radio și televiziune. Abundența mass-media ține de rațiuni comerciale, socio-politice, de politici personale. Ele nu constituie marele sistem comercial pe care Splichal și alții (1994a) îl văd ca fiind înființat în Europa Centrală și de Est de la căderea comunismului.

Și, așa argumenta eu, nu se poate considera că mass-media românești ar constitui un sistem paternalist indus de stat/Guvern – de fapt, mult mai puțin decât ar tinde spre comercial. Aceasta nu înseamnă că paternalismul complet sau cel puțin cooptarea mass-media și a jurnaliștilor nu au fost încercate, dar cu un succes limitat, variabil, uneori cu un eșec total. Totuși, paternalisme de alte tipuri există – cel socio-cultural, de exemplu, paternalismul mentalităților ce urmează să fie schimbate și al bagajului cultural moștenit din perioada comunistă.

Nu există un control guvernamental asupra mass-media – singurele excepții consacrate fiind TVR și radioul public. Statul și/sau Guvernul au acordat facilități privind accesul și prețurile la echipamentele de tipărire, distribuirea hârtiei de ziar și a ziarelor, a licențelor și frecvențelor, pentru a încerca să creeze un sistem paternalist cu mai mult sau mai puțin succes. Mai mult, politica mass-media utilizată pentru a controla evoluția audiovizualului s-a dovedit eficientă doar pe termen scurt și în mod fortuit și, în sfârșit, a accentuat deopotrivă dinamica domeniului mass-media și a societății, ca și presiunile străine. Este de remarcat acordarea licențelor pentru satelit pentru trei posturi de televiziune, permițându-le să devină naționale și să concureze TVR. (Ce efect vor

avea asupra TVR ?) În sfârșit, legile restrictive și amenințătoare nu au reușit să se impună – mărturie stă eșecul legii presei și al propunerilor pentru noul Cod penal – în timp ce alte legi generează restricții și un efect de înghețare asupra jurnalismului (de exemplu, legea secretelor de stat, legea secretului de serviciu). Mai mult succes au avut mașinațiile din jurul accesului la informație și rezistența în fața oferirii de garanții legale pentru accesul la informație și protecția jurnaliștilor, ca și manipularea TVR și de către TVR în favoarea puterii și contribuția la scăderea credibilității presei.

În ansamblu, controlul și manipularea exercitate cu succes asupra mass-media din România, în 1990-1996, pot fi considerate o parte a frământării unei tranziții de la comunism spre democrație, a luptei pentru putere și a emergenței lente a unei societăți civile angajate în lupta decisivă dintre forțele liberalismului și autoritarismul de dreapta sau de stânga. Concentrarea pe formele de manipulare sau control încercate și reușite, aș spune, este mai puțin importantă în această perioadă de tranziție decât faptul că există oportunitatea ca mass-media să li se opună deschis și, cum s-a dovedit în 1990-1996, oportunitatea de a câștiga bătălii semnificative împotriva ambelor.

III. Jurnalism sau ceva asemănător

În primii ani postrevoluționari, jurnalismul românesc nu a fost capabil să se despartă de „limbajul de lemn” (Thom, 1989) – cel puțin în structură – cultivat în perioada comunistă, și nici de tendința spre mobilizare, prozelitism și comentariu. Această tendință, caracteristică perioadelor pre-comunistă și comunistă, a fost exprimată prin reflecții super-intelectualizate și printr-o strălucire împachetată în verbozitate.

Jurnalismul de după 1989 a reprezentat mai mult un exercițiu de scriitură a comentariilor și opiniilor decât de informare (Gross,

1996). El oferea informații de neverificat, deseori doar zvonuri, într-un mod partinic, incomplet și dogmatic. Partizanatul politic clar a supraviețuit din 1990 până în 1993, când un proces lent de autoevaluare, învățare și exigențele domeniilor profesional, social, politic, cultural și economic în schimbare au dus la evoluția de la amatorismul de rând și jurnalismul post-comunist, la un pre-profesionalism care promitea o speranță pentru viitor.

În 1996, aflat încă doar la începutul profesionalizării, jurnalismul românesc devine mult politizat. El rămâne de asemenea partizan mai mult sau mai puțin subtil, exprimând punctele de vedere ale celor ce scriu sau ale proprietarilor, adeseori oferind informații incomplete, neverificate, dogmatice și neechilibrate. Mass-media informative, cu excepția Televiziunii Române, „au încercat un minimum de neutralitate și în mare măsură au dat greș. În acest proces, ele au devenit mai deschise și mai orientate spre divertisment și senzațional” (Gross, 1996).

Un anume progres este vizibil: (a) jurnalismul economic mai calitativ, (b) diversitatea temelor și subiectelor tratate, (c) opiniile deschise inserate în știri, diminuate atât ca număr, cât și ca intenții, (d) jurnalismul real cu un statut limitat, (e) un jurnalism de investigație notabil și (f) scriitura însăși de valoare. A existat de asemenea o tendință către sporirea accesului societății civile în formare la mass-media. Raportul din martie 1996 (*Monitorizarea reflectării...*) asupra modului în care este reflectată viața politică în și de către trei posturi principale de televiziune arată că există „o creștere substanțială în mediatizarea organizațiilor aparținând societății civile”.

Totuși, datorită jurnaliștilor, a directorilor de publicații, producătorilor, advertiserilor, politicienilor și funcționarilor guvernamentali, jurnalismul rămâne mai curând un instrument politic decât unul informațional, perpetuând entuziasmul comunist pentru manipulare, și nicidecum familiarizarea cu teme și evenimentele zilei, o unealtă pentru control, mai degrabă decât pentru educare.

De exemplu, precizările Recomandării 1201 a Consiliului Europei în 1995⁹ au fost vaste, dar „Dezbaterile au fost în general bazate mai degrabă pe sentimente decât pe fapte... din lipsa informațiilor corecte, echilibrate la dispoziția publicului” (Andreescu, 1995).

Un studiu al ziarelor naționale de mare tiraj, realizat la sfârșitul lui 1995 de Agenția de Monitorizare a Presei (sprijinită de National Endowment for Democracy, cu sediul în SUA), descrie o puternică tendință de partizanat în redactarea articolelor, ca și în selectarea temelor prezentate, datorită lipsei unei etici profesionale universal acceptate și restrictive și, respectiv, gradului înalt de politizare. Ioan T. Morar și Mircea Toma (1995), coordonatorii studiului, concluzionează: „Tendențiozitatea este... numai unul din instrumentele de manipulare în serviciul jurnaliștilor. Dincolo de aceasta, selecția informațiilor ce urmează a fi prezentate în paginile ziarelor poate deveni un instrument de mare eficiență al manipulării. Absența informației relevante pentru o zonă de existență a societății sau – mult mai frecvent – legată de un anumit eveniment determină o percepție deformată a realității”.

Încă dominantă la nivel național, TVR este acuzată de dezinformarea publicului, de manipulare și de faptul că are un efect anesteziant asupra telespectatorilor. Thomas Corothers (17 septembrie 1995), membru asociat la Carnegie Endowment for International Peace, descrie astfel știrile TVR, într-un articol din *Washington Post*:

Știrile de seară pe canalul de stat au evoluat de la îngrozitoare, la doar proaste. Ele încep în mod invariabil cu scene de întâmpinare – Parlamentul primindu-l pe președintele Iliescu, președintele primind un ministru asiatic, președintele primit într-o altă capitală europeană de europoliticieni fără față. Omagiul slugarnic pentru Marele Conducător a lăsat loc unui minim de profesionalism, mult diluat cu respectul pentru punctul de vedere al Guvernului în orice subiect important. Imaginile sunt totul; conținutul și implicațiile reale ale evenimentelor politice nu sunt niciodată explorate.

O cale de manipulare, a cărei prezență a fost de asemenea identificată în presa tipărită, este „relativismul” importanței evenimentelor selectate pentru transmiterea prin audiovizual. Antonesei scrie (1995): „Urmărind programele de știri de la TVR, ai impresia că România este o țară în care expozițiile și târgurile sunt deschise permanent și se organizează permanent simpozioane. Între o grevă și deschiderea expoziției unui pictor obscur, TVR o va alege întotdeauna pe a doua. De fapt, chiar s-a întâmplat la Iași, în octombrie trecut – studenții erau în grevă generală, iar expoziția aparținea actualului ministru al Culturii”.

Unii observatori mass-media precum Antonesei (1995) afirmă că repercusiunea acestor dezinformări și manipulări este „starea de infantilism civic și politic...” în care românii sunt menținuți. Poate că se exagerează. Dar există suficiente dovezi pentru a arăta că, date fiind natura și calitatea știrilor, ca și afinitățile între audiențe și publicațiile de acest gen, cei mai mulți români au o cunoaștere deformată, foarte selectivă și limitată a temelor și evenimentelor zilnice și de durată, care se petrec în interiorul și în afara țării. Și, ca parte a demersului de manipulare-mobilizare, jurnalismul încearcă să aibă o funcție de *agenda-setting* foarte politizată, așa cum a arătat, printre alții, Coman (1996).

Prin natura jurnalismului încă practicat, discursul public pe teme majore rămâne discordant. El este mai mult un meci de vociferări sau o desfășurare de forțe conflictuale pentru un grup politic sau altul și aderenții săi, desfășurat mai puțin pe baza informațiilor și faptelor, utilizând idei rigide, ambiții, personalități, ideologii, politici și capricii personale.

Se poate spune că acest jurnalism al punctelor de vedere, al diferitelor opinii politizate, al partizanatului reprezintă o societate deschisă. Dezavantajul acestui pluralism de opinii este că nu caută în mod necesar să extindă „aria de argumente”, așa cum afirma Habermas (Navasky, 1995) că este necesar într-o societate deschisă. Acest lucru poate fi obținut numai dacă audiența se expune la o arie

largă de opinii, nu însă și dacă audiența optează pentru mass-media partinice. Mai curând, pluralismul românesc se bazează pe :

- a. existența mass-media, a practicilor și valorilor jurnalistice diverse și
- b. diversitatea concluziilor formulate de jurnaliști, cu o audiență căreia nu i se cere să ajungă la nici o concluzie, ci doar să aleagă dintre acelea oferite și să refuze expunerea la toate celelalte, în afară de cea pentru care își declară afinitatea.

O parte a problemei ține de jurnaliști, o parte de audiență și o parte de politicieni. Jurnaliștii, așa cum arată Coman (1996), se percep pe ei înșiși și sunt percepuți de audiență ca o elită. Și ei acționează ca o elită, scrie Coman (1996), „Definindu-se ca o elită a societății post-totalitare, jurnaliștii își atribuie responsabilitatea, meritele și chiar drepturile tuturor elitelor : exclusivitate în protejarea competențelor, autonomia de acțiune, dreptul de a controla...”.

Pe de altă parte, politicienii, în ciuda declarării contrariului, văd jurnalismul/mass-media ca pe un lucru de manipulat, dacă nu chiar de controlat. Ei determină prea puțin schimbarea percepțiilor în rândul audienței sau al mass-media, neîndeplinindu-și sarcina de a contribui la re-educarea românilor și la prestigiul unui jurnalism impetuos, profesionist, într-o societate deschisă.

Directorii majorității ziarelor, ca și ai multor posturi de radio și televiziune, suportă de asemenea responsabilitatea pentru natura mai puțin informativă a mass-media de după 1989. Alina Mungiu (1995), un observator subtil al scenei mass-media, scrie că, în parte, problema constă în identitatea directorilor și a redactorilor. În ciuda faptului că 90% dintre jurnaliști sunt adaosuri post-revoluționare în mass-media, ea observă că „marea majoritate a oamenilor cu putere de decizie în presă, directori și redactori-șefi, sunt oameni care au lucrat cea mai mare parte a vieții lor pentru presa comunistă. Acesta este unul din motivele principale pentru care presa română

și-a asumat în mare măsură un rol persuasiv – uneori chiar unul de propagandă – în locul celui natural, de a informa publicul”.

Există cinci probleme majore identificate în jurnalismul românesc :

1. absența unui simț clar al valorilor aflate la baza discursului și a discuțiilor pe care trebuie să le faciliteze și să le realizeze în colectarea și răspândirea informațiilor ;
2. lipsa de respect față de audiență ;
3. lipsa de respect față de informația verificabilă și, în această privință, influența puternică a moștenirilor precomuniste, comuniste și postcomuniste și exigențele frământării existente astăzi pe plan social, politic și cultural ;
4. convingerea fermă printre jurnaliști că sunt mai degrabă descoperitorii adevărului decât doar furnizori de informație corectă, verificabilă, echilibrată și completă pentru a ajuta audiența să ajungă la adevăr ;
5. sentimentul, comun în cercurile jurnalistice americane, că jurnaliștii sunt lideri socio-politici și culturali când, de fapt, ei sunt doar cei care facilitează conducerea, implicarea publicului, discursul, educația și procesele democratice într-o și pentru o societate deschisă.

Tipul de jurnalism „Îți voi spune la ce să te gândești și cum să gândești pentru că eu cunosc adevărul” nu este instructiv și nici nu ajută la schimbarea mentalităților, la încurajarea unei audiențe care pune întrebări și la înălțarea simplilor alegători la rangul de cetățeni. Aceasta necesită informație de tipul celei sugerate de Lippmann (1927, 1965), și nu doar o diversitate de opinii. Mai mult, necesită un tip special de informație, corectă, accesibilă, deoarece, așa cum afirmă Revel (1991, 247), când informația cu care este alimentat publicul este falsă, „însuși procesul luării deciziilor în mod democratic este falsificat”.

Părtinirea jurnalistică, manipularea și pre-profesionalismul general nu au reușit să educe sau să informeze românii în această

perioadă de tranziție. Părtinirea însăși, politizarea excesivă, insulta, tratarea doctrinară și încărcată de opinii a știrilor, abordarea de tip „noi împotriva lor” pentru majoritatea temelor și evenimentelor, ca și modul de prezentare nu au reușit să transmită audienței prin exemple sau conținuturi principiile și practica de bază ale unei societăți deschise, democratice : cinstea, toleranța, respectul pentru punctele de vedere opuse, verificare și echilibru, scepticismul sănătos, analizele și concluziile informate, non-partizane. Deficiențele jurnalismului pot fi atribuite manipulării și intimidării dinăuntru și din afara mass-media, lipsei de acces și sprijin legal al acestuia, pre-profesionalismului general. Jurnalismul românesc în perioada 1990-1995 a acționat mai mult ca un câine de atac decât ca unul de pază și mai mult ca un avocat în opoziție decât ca instrument informațional/educațional. În plus, cererea pieței a obligat revenirea jurnalismului către genul tabloid, în căutarea senzaționalului, lipsit de substanță și din ce în ce mai puțin relevant.

Pre-profesionalismul mass-media, manipularea încercată și realizată a mass-media și a jurnaliștilor săi, ignorarea intenționată a descoperirilor din munca de investigare, uneori de bună credință, și devalorizarea continuă a mass-media au avut un efect dezastruos asupra credibilității acesteia (Mungiu, 1995 ; Gross, 1996).

În 1996, câteva măsuri selective, autocorective au evoluat în jurnalismul tipărit și difuzat la nivel național. Varietatea locală/regională a cunoscut de asemenea o îmbunătățire minoră. Și, în general, politizarea a depășit partizanatul încă masiv, cu excepția TVR, unde ambele decid produsul jurnalistic. Se poate afirma că evoluția în sine sugerează valori profesionale împărtășite aplicate în evaluarea informațiilor, dacă nu chiar în prezentarea lor.

Poate că adevărata poveste este aceasta : oricât de nesemnificativă, o realizare rămâne, totuși, un pas înainte. În definitiv, s-a așteptat prea mult în urma decesului regimului comunist și, în consecință, când îmbunătățirea rapidă, radicală, nu s-a materializat, prea puțin a mai contat dacă se va mai petrece. Optimismul

înflăcărat al perioadei imediat următoare revoluției a fost la fel de nepotrivit ca și pesimismul excesiv care a urmat. Este nevoie de timp pentru ca orice societate să se vindece și apoi să evolueze și același lucru poate fi spus pentru instituțiile ei, printre care mass-media și jurnalismul lor.

Roluri, nevoi, expectații și prescripții nu prea înțelepte

Rolul jucat de mass-media post-revoluționare în România și jurnalismul pre-profesionist corespunzător practicat de ele explică dintr-o dată nevoile și expectanțele într-o societate aspirând să devină mai deschisă și mai democratică.

Până în ianuarie 1990, mass-media au reprezentat în principal o forță pentru eliberarea națională și individuală, așa cum am descris deja jurnalismul lor. Ele au fost de asemenea o forță majoră în procesul de recuperare a istoriei României de dinainte și de după 1947 și a reconectării directe și deschise a țării la restul lumii. În sfârșit, dar nu mai puțin important, mass-media au simbolizat (a) decesul comunismului și saltul brusc de la totalitarismul post-comunist la (cvasi-) pluralismul post-comunist, sărind peste stadiul autoritarist post-comunist pe care l-au tranzitat aliații Pactului de la Varșovia și (b) o posibilă, dar incipientă societate civilă, prin diversitatea sa.

După ianuarie 1990, contractul social cu viață scurtă între Frontul Salvării Naționale, nou înființat, și populație a fost abrogat¹⁰, abrogarea lui fiind „formalizată” după alegerile din mai 1990. Mass-media au devenit imediat înalt politizate și partizane, oglindind și alimentând ceea ce a devenit, în absența unei societăți civile, „o societate politică”, așa cum Korbonski (1994) a descris Polonia după 1989. În acest punct, mass-media și-au asumat roluri

non-media. Mungiu (1995) descrie mass-media ca fiind „...mai mult în 1990 și mai puțin după, *dar continuu până astăzi* (s.n.), un substitut pentru toate structurile absente în societatea românească : pentru putere și pentru opoziție, pentru o clasă politică recentă (înființată) și cultivată, pentru un legislativ deseori slab și ineficient, ca și pentru organele investigatoare ezitante”. Descrierea schițată de Alina Mungiu este valabilă doar cu titlu general până în 1992-1993, când partizanatul mass-media a devenit cumva mai silențios și mai subtil, iar mass-media au devenit numai parțial un substitut pentru toate cele pentru care se pretinde a fi un substitut (în orice caz, fără succes) și presa a intrat într-o fază în care i s-au adăugat următoarele roluri : a devenit mai populistă și a oferit mai multe materiale senzaționaliste și de scandal și s-a orientat către știrile ca divertisment. Cea din urmă tendință constituie, poate, prima recunoaștere din partea mass-media a semnificației opiniei publice și a sprijinului pentru creșterea rolului presei în viața publică. În orice caz, mass-media nu au reușit să își asume rolul educațional, informativ și deliberator existent în societățile democratice stabile și necesar în cele de tranziție.

Într-o societate în tranziție precum România, care nu a beneficiat de faza autoritaristă post-comunistă și de prezența unei prese alternative sau *underground*, se pare că mass-media sunt purtate de vârtejul creat de căderea aproape perfectului stăvilar. Mass-media nu și-au proiectat intenționat rolurile și rațiunea lor de a fi. Ele au fost pur și simplu prinse în frământarea socială și politică și i-au răspuns acesteia, pilotate de directori și redactori scoși din rândurile jurnaliștilor de dinainte de 1989. La propensiunea lor spre propagandă și prozelitism pentru acest război s-a adăugat nevoia percepută de a exprima în munca lor imaginea liderilor politici, sociali și culturali. Forța mass-media audiovizuale a fost *în plus* inhibată în tranziție de către Guvernul la putere și de cabinetul președintelui, așa cum am precizat deja în secțiunea a II-a.

Pe scurt, începutul mass-media în 1990-1996 a reprezentat o forță :

1. de divizare, mai curând decât de unitate (se poate argumenta că acesta a fost un proces necesar de selecție, prin care societatea, ajutată de mass-media, a trebuit să sufere pentru a se redefini politic și social, după o lungă perioadă de unitate artificială, forțată, ea însăși ajutată de predecesorii noii mass-media). Mass-media au servit ca o forță pentru identificarea și separarea elitelor politice vechi, reformate, de cele noi, a elitelor socio-culturale de restul populației și, începând din 1993, a celor interesați de politică de cei interesați de senzational și divertisment, a intelectualilor de muncitori și, într-o anumită măsură, a majorității naționale de minoritățile etnice ;
2. pentru introducerea vechilor și noilor actori politici, a ideilor și structurilor – mass-media nu au acționat întotdeauna în mod direct, îndeplinind un rol informațional și educațional clar, ci doar ca un element al polemicii sale politice. Acest proces a oglindit societatea politică prezentă, dar a și facilitat neintenționat procesul lent de reintroducere a societății civile, prezentând direct instituțiile non-guvernamentale nou formate și indivizii dorind să înființeze o varietate de noi asociații și identificând implicit sau explicit poziții și idei sociale și politice, sursele lor și greutatea lor posibilă în noua lume socio-politică a României ;
3. pentru încurajarea, facilitarea și apărarea luptei decisive dintre elitele vechi, noi și în formare. În absența regulilor și structurilor, mass-media au dat tonul și au prescris natura competițiilor politice ;
4. pentru facilitarea aspirațiilor de carieră ale jurnaliștilor și începutul reconstruirii procesului pentru profesiunea însăși. Pe de o parte, mass-media au fost platforma de lansare a

- „starurilor” și, pe de altă parte, a dezbatărilor și controverselor publice mediatizate cu privire la presă, au pus bazele unui proces de construire a profesiei ;
5. pentru introducerea unei societăți a pieței libere – mass-media au jucat acest rol mai întâi prin includerea unei oferte (restrânse) de publicitate/reclame și, apoi, furnizând informații economice. Acesta a fost, probabil, singurul domeniu în care mass-media au îndeplinit un rol educativ și au ajutat direct procesul de tranziție.

În timp ce societatea românească își consolidează structurile, regulile și cultura socio-politică, mass-media vor fi în măsură să-și proiecteze în mod deliberat rolurile.

În România trebuie să se impună mass-media profesioniste bazate pe informație, formând o patra putere în stat și parte a unui sistem de verificare și echilibru ; mass-media ce vor încorpora în propriul profesionalism elementele unei societăți deschise (toleranță, cinste, obiectivitate etc.) și, astfel, vor servi ca model pentru o societate în evoluție, așa cum sperăm cu toții. Natura produsului jurnalistic este la fel de importantă ca și pluralismul și autonomizarea mass-media, primul fiind, la modul ideal, independent de celelalte două.

Mass-media românești trebuie să se profesionalizeze și să-și definească propriul ethos. Ele trebuie de asemenea să-și proiecteze roluri definitive. Până în prezent, așa cum am menționat, aceste roluri nu au fost definite și a dominat o abordare de tip „dincotro bate vântul”. În situațiile în care mass-media au servit ca o forță pozitivă, efectele nu au fost premeditate, ca urmare a pre-profesionalismului specialiștilor, mai degrabă instinctiv decât deliberat. Mass-media românești trebuie să își recâștige credibilitatea și încrederea audienței. În schimb, dacă încrederea și credibilitatea nu sunt restabilite, cel puțin la nivelurile prezente în prima jumătate

a anului 1990, mass-media nu vor fi capabile să îndeplinească un rol salutar într-o societate deschisă.

Mass-media ideale într-o și pentru o societate deschisă ar trebui să combine viziunile lui Lippmann (1927, 1965) și Dewey (1927) : să ofere, pe de o parte, o varietate de opinii și oportunitatea unei „adunări populare” și, pe de altă parte, informații bazate pe fapte ; să fie autonome în cel mai înalt grad și lipsite de mercantilism ; să implice pe toată lumea în jurnalismul lor și, prin jurnalism, în autogovernare. Dar acest lucru este mult prea idealist, o Nirvana locuită de cetățeni ideali care se autoguvernează, afișând inteligență, rațiune, maturitate, educație, independență, interes în viața publică și autogovernare și timp liber pentru a i se dedica. Mass-media ideale și cetățeni ideali nu există nici chiar în societatea deschisă, stabilă, democratică.

Nimeni nu a construit încă un proiect teoretic referitor la felul cum ar trebui să arate jurnalismul practic, rațional, și ce rol ar trebui să joace mass-media într-o societate *în tranziție*. Nici nu a arătat nimeni cum ar trebui să se desfășoare tranziția mass-media și a jurnalismului de la forma lor comunistă la una care să ajute modificările sociale de amploarea celor existente în Europa Centrală și de Est.

Câte faze se disting în această tranziție paralelă și care e natura lor ? Într-o societate non-totalitară, cum definim dinamismul social, politic și economic la nivel macro și care sunt rolul și efectul la fiecare nivel al fiecărei instituții, inclusiv al mass-media ? Nu există răspunsuri la aceste întrebări. În plus, în România, labirintul întretesut al acestei societăți cu elemente privind tranzițiile sociale și ale mass-media¹¹ și combinația dintre ele fac dificilă construirea unui model.

Deși bine conceput, punctul de vedere al lui Jakubowicz (1995) despre domeniile vieții sociale care afectează diferitele procese ale schimbărilor mass-media nu posedă cuprinderea, profunzimea, complexitatea de labirint necesare pentru a fi aplicat României.

Mai important, nu răspunde la problema centrală a cercetătorilor mass-media : care sunt efectele simultane ale mass-media și ale jurnalismului lor, sau ce-ar trebui să fie ele, sau dacă pot exista în circumstanțele post-comuniste ale domeniilor vieții sociale ?

Mai departe, schema lui Jakubowicz (1995), a „tendințelor așa cum este probabil să se întâmple în fiecare etapă” (el proiectează trei) poate fi mult prea înșelătoare pentru cazul României, chiar dacă în termeni generali ea ar putea fi aplicată și altor foste țări comuniste. În orice caz, este prea devreme să abordăm asemenea exerciții. Ele se potrivesc mai bine unei perioade când beneficiul lipsei de previziune și examinarea totalității schimbărilor într-un tipar fix pot fi realizate.

Mass-media în această țară latină care este România nu au experimentat „italienizarea”, în sensul lui Splichal (1994b), chiar dacă există elemente care par să corespundă criteriilor pentru acest proces. Și, de fapt, câteva din elementele „italienizării” lui Splichal, prezente în mass-media românești, pierd teren. Mass-media din România *nu se află* sub un control puternic al statului, deși încercările stabilirii unui asemenea control continuă ; dimensiunea partizanatului mass-media *este* puternică, dar poate *slăbi* (politizarea nu trebuie confundată cu partizanatul) ; măsura integrării mass-media în elitele politice *este variabilă*, în ciuda partizanatului în scădere al mass-media ; și *nu există* o etică profesională împărtășită și consolidată în rândul jurnaliștilor, dar timpul poate schimba acest lucru. În plus, ultima problemă nu constituie un punct de referință solid pentru evaluarea unei tranziții de la jurnalismul comunist. Este doar un punct de plecare în evoluția jurnalismului de-a lungul perioadei de tranziție.

Pe scurt, afirmația lui Splichal (1993, 1994a, 1994b), că primii șase ani de post-comunism au produs un sistem „paternalist-comercial”, nu trece testul în România. Deși, să admitem, aspectele comerciale ale dezvoltării mass-media au devenit elemente foarte importante, ele nu au înlăturat aspectele socio-politice și culturale.

În orice caz, în România, nu există încă o economie de piață, privatizarea a fost accelerată abia în 1995 și chiar dacă sistemul mass-media devine unul „comercial”, mai e drum lung până să obțină acest statut. În plus, chiar dacă și când sistemul mass-media românesc devine unul comercial, nu suntem convingși că un astfel de sistem va afecta prin definiție, în sens negativ, jurnalismul practicat și produsul său.

La fel de important, pluralismul și autonomizarea sunt prezente. Autonomizarea față de Guvern este singurul obiectiv posibil de obținut, așa cum recunoaște Manaev (1994). Cât despre pluralism, deși este fără îndoială bogat reprezentat, așa spune că este insuficient pentru creșterea și menținerea societății civile și a unei societăți deschise. Pluralismul servește prea puțin scopului, dacă cetățenii nu sunt expuși la el. În România, pluralismul a dat viață unei audiențe atomizate, care accesează numai mass-media înclinate către reîntărire și autosatisfacție socio-politică și culturală și care ignoră ofertele celorlalte produse mediatice. Pentru a reitera o idee formulată anterior : pluralismul mass-media în România este reprezentantul unei societăți civile care, de fapt, nu există. Aceasta nu înseamnă că, împreună cu evoluția în alte sfere ale vieții publice și private, noile mass-media nu contribuie la creșterea societății civile. Mai mult, nu înseamnă că cetățenii obișnuiți nu sunt beneficiarii acestor mass-media post-comuniste nou înființate și că doar politicienii beneficiază de ele, cum au sugerat Sparks și Reading (1994). Procesul de tranziție, cu moștenirile, frământarea lui, absența valorilor și scopurile tranzitorii bazate pe consens național, absența instituțiilor stabile și calitatea „lumii noi”, asigură contextul pentru identificarea beneficiarilor mass-media. În acest context, suntem cu toții beneficiari.

Sfera publică din România este formată dintr-o multitudine de sfere mai mici, imperfecte, care trebuie încă să-și găsească drumul și să se vindece după 42 de ani petrecuți sub socialismul marxist-leninist condimentat cu o aromă specifică românească. Această

sferă publică, atunci când este asociată cu o putere manipulatorie, cu absența valorilor și conducerii democratice, liberale și a instituțiilor independente stabile, se îndreaptă către un vârtej socio-politic și cultural, numit în acest caz perioadă de tranziție, ale cărei singure caracteristici clare sunt bulele de aer.

De aceea, graba de a trage concluzii despre modul cum s-au dezvoltat/se dezvoltă mass-media și care sunt influențele jurnalismului practicat, ca și despre efectele asupra lui, poate fi o greșeală. Se pot doar descrie, însuma și evalua dezvoltările în fiecare din diferitele faze ale tranziției și formula concluzii pentru fiecare fază, dar nu pentru perioada de tranziție ca întreg. Greșeala de a condamna produsul evoluției mass-media înainte de completarea tranziției este complexă atunci când dezvoltările sunt evaluate în contextul creațiilor ideologice ale diversității de stânga sau de dreapta. Aceste creații se ocupă invariabil cu munca de cosmetizare desemnată să ofere imaginea unei societăți perfecte în ochii creatorului lor angajat ideologic. Prin contrast, o societate deschisă necesită derularea unui proces natural de evoluție, cu toate imperfecțiunile pe care le implică și cel mai sigur le creează, dar cu valorile de bază liberale, democratice ca esență.

Note

1. Pentru o analiză comprehensivă și totodată concisă a diferitelor definiții sau abordări în definirea societăților civile, precum și a problemelor asociate unui astfel de demers, vezi Capitolul 6, P. Dahlgren, *Television and the Public Sphere*, 1995.
2. Central European Media Enterprises, o companie americană cu sediul în insulele Bermude, a investit 20 de milioane de dolari în parteneriatul cu fostul jucător de tenis de talie internațională, Ion Țiriac, și cu Adrian Sârbu, editor și fost director de film la Media Pro International, cu sediul în București. Această facilitate oferită ProTV-ului la sfârșitul anului 1995 reprezintă trăsătura cea mai marcantă la această dată și se speră extinderea ei la nivel național.
3. TVR este considerat postul de televiziune publică organizat, conform Legii de organizare și funcționare a Companiei de Radio și Televiziune, din 1994. Politica a dominat numirile în conducerea TVR, politicile editoriale și fiecare aspect al funcționării sale, de la începutul anilor 1990.
4. Din interviul cu Adrian Năstase, 10 ianuarie 1996.
5. Directori și jurnaliști au relatat autorului în 1990 și 1991 faptul că mineri sau civili deghizați în mineri au pătruns atât în birourile, cât și în locuințele lor. Majoritatea acestora lucrau în regiunea minieră Valea Jiului.
6. Intervi cu prim-ministrul Nicolae Văcăroiu, 10 ianuarie 1996.
7. Autorul a discutat, în aprilie 1996, despre criza de hârtie de tipar și modul în care ziarele s-au aprovizionat cu hârtie din străinătate. Aproape toți, inclusiv directorii de presă editată într-o limbă străină, au afirmat că s-au aprovizionat din Ungaria, Bulgaria, Austria sau alte țări europene.
8. Din discuțiile cu directorii de presă, aprilie 1996.
9. În 1992, Comitetul de Miniștri al Consiliului Europei a adoptat Carta Limbilor Regionale și Minoritare și un proiect de protocol cunoscut sub denumirea de Recomandarea 1201.
10. Clarificarea contractului social, stabilit în mod spontan în decembrie 1989, a început, la sfârșitul lui ianuarie 1990, odată cu anunțul făcut

de Frontul Salvării Naționale că revine asupra promisiunii sale anterioare, aceea de a nu se constitui ca partid politic, și că reprezintă o opțiune la alegerile din mai 1990. Au urmat invazia minerilor la București, considerată a fi rezultatul instigării biroului prezidențial și FSN-ului, manipularea deliberată a tensiunilor sociale și distrugerea deliberată a solidarității naționale, atât de vremelnice, prin readoptarea politicii comuniste de asmuțire a muncitorilor împotriva intelectualilor, a majorității naționale împotriva minorităților etnice și, în contextul spațiului religios reconstituit, a creștinilor ortodocși împotriva catolicilor etc.

11. Astfel de elemente includ mentalitățile și reminiscențele pre-comuniste și comuniste, structurile sociale, de Guvern și de stat, legislația, economia, politica, ideologia tradițională vs. tendințele moderne, tensiuni între urban și rural, influențe din exterior, amenințări reale sau doar percepute, ambiții personale sau naționale, temeri, expectații, speranțe etc.

Referințe bibliografice

- Agencia pentru Monitorizarea Presei, dec. 1995, „Monitorul presei”, București : *Academia Cațavencu*, nr. 2-3.
- Agencia pentru Monitorizarea Presei, ian. 1995, „Monitorul presei”, București : *Academia Cațavencu*, nr. 1.
- Alexandrescu, Horia, 27 martie 1996, „Bătaia pe Televiziune”, *Cronica Română*.
- Alexandru, Andrei, 27 martie 1996, „Un membru al Consiliului de Administrație al Radioului acuză...”, *Adevărul*.
- AM Press, 14 mai 1994, „Doi ziariști români solicită protecția Amnesty International”, *România Liberă*.
- Andreescu, Gabriel, 1 dec. 1995, „Romania. Political Manipulation at Its Best”, *Transition*, 1 (22): 46-49.
- Andronic, Dan, 18 martie 1996, „Investigare”, *Evenimentul Zilei*.
- Antonesei, Liviu, 1995, „Puterea politică și «crimele»” televiziunilor, *Monitorul presei*, 2-3 : 9-13.
- Armeanu, Oana, 24-25 febr. 1996, „Care sunt dificultățile de ordin economic cu care se confruntă presa scrisă. Modalități de menținere a independenței politice și financiare a presei”, București, 22 (microproiect Phare pentru Democrație).
- Ash, Timothy Garton, 11 ian. 1996, „Neo-Pagan Poland”, *The New York Review of Books*, 10-14.
- Aumente, J., Gross, P., Hiebert, R., Johnson, O. & Mills, D., 1997, (titlu de lucru) „Before, During and After. Journalism and Journalism Education in East/Central Europe and in the Former Soviet Union”, *Cresskill*, NJ : Hampton Press.
- Caluschi, Cezar, febr. 1995, „Romanian Advertising Style – Far from Spelling Success”, *Times – Romanian Monitor*.
- Centrul pentru Sociologie Urbană și Regională, dec. 1995, „Barometru de opinie publică”, București.

- Centrul Independent de Studii Sociale și Sondaje, martie 1996, „Monitorizarea reflectării vieții politice în emisiunile posturilor TV TVR 1, Tele7abc și Antena 1”, București, CIS, Raport nr. 7.
- Centrul Independent de Studii Sociale și Sondaje, nov. 1995-ian. 1996, „Monitorizarea reflectării vieții politice în emisiunile posturilor TV TVR1, Tele7abc și Antena 1”, București, CIS, Raport nr. 6.
- Coman, Mihai, 24-25 febr. 1996, „Starea mass-media în România. Modalități de menținere a independenței politice și financiare a presei”, București, microproiect Phare pentru democrație 1-8.
- Coman, Mihai, 22-28 martie, „Dimensiunea economică a mass-media române”, *Reforma*, 12 : 17.
- Coman, Mihai, febr. 1996, „Fabricare și metamorfoză”, *Sfera politicii*, 5(35) : 8-12.
- Cornea, Andrei, 4-10 oct. 1995, „Deriva antidemocratică”, 22, 6(40) : 3.
- Corothers, Thomas, 17 sept. 1995, „Romania’s TVolution”, *The Washington Post*.
- Dahlgren, Peter, 1995, *Television and the Public Sphere*, Thousand Oaks, CA : Sage Publications.
- Dahrendorf, Ralf, 1990, *Reflections on the Revolution in Europe*, NY : Random House.
- Dragomirescu, Adrian, aprilie 1995, „Ruling Power’s Fight for Keeping Control over Public Television”, *Times – Romanian Monitor*, 16.
- Martie 1995, „Freedom of Expression and the Printed Press”, *Times – Romanian Monitor*, 12.
- Ghiu, Bogdan, 15-21 martie 1996, „Audiovizualul românesc depinde de reușita privatizării”, *Dilema*.
- Gross, Peter, 1996, „Mass Media in Revolution and National Development. The Romanian Laboratory”, *Ames*, IA : Iowa State University Press.

- Gross, Peter & Hiebert, Ray, 1996, „A Comparative Glimpse at New East/Central European Broadcasting Laws: Poland, Romania and the Czech Republic”, *The Global Network*.
- Habermas, J., 1989/1962, *Structural Transformation of the Public Sphere*, Cambridge: Polity Press.
- Habermas, J., 1992, „Further Reflections on the Public Sphere”, in C. Calhoun (ed.), *Habermas and the Public Sphere*, Londra: MIT Press.
- Holban, Ovidiu, 5 ian. 1996, „Războiul între televiziunile private se ascute”, *Ziua*, 12.
- Hriban, Anca, 5 martie 1996, „Ziariștii vor fi izolați de deputați”, *Ziua*.
- Ionescu, Dan, 29 dec. 1995, „Changing the Guard at National Radio”, *Transition*, 1(24): 64-65.
- International Press Institute, nov.-dec. 1995, *World Press Review*, IPI Report, 84-85.
- IRSOP, dec. 1994, *Barometru de opinie publică*, București.
- Jakubovicz, Karol, 1995, „Lovebirds? The Media, the State and Politics in Central and Eastern Europe”, *The Public* (2) 1: 75-91.
- Korbonski, Andrzej, 1994, „Civil Society and Democracy in Poland: Problems and Prospects”, in A. Bibic, G. Graziano (ed.) *Civil Society, Political Society, Democracy*, Ljubljana: Slovenian Political Science Association, 215-230.
- Lăzescu, Alexandru, aprilie 1995, „Media Control: A Critical Battlefield in the '96 Elections”, *Times – Romanian Monitor*, 6.
- Leca, Cristina, sept.-oct. 1995, „CNA vs. BBC”, *Times – Romanian Monitor* 1.
- Lupea, Ioana & Stroe-Brumariu, Raluca, 19 martie 1996, „Actualul CA al TVR funcționează ilegal”, *Cotidianul*.
- Maneav, Oleg, 1994, „Media Autonomy and the State in post-Communist Society”, cum este citat în K. Jakubovicz, „Lovebirds? The Media, the State and Politics in Central and Eastern Europe”, *The Public*, 2 (1): 75-88.

- Mihai, Tudor, 26 martie 1996, „Cine a spus că TVR nu e cu puterea?”, *Azi*.
- Morar, I.T. & Toma, Mircea, 1995, *Monitorul presei 2-3*, București : Institutul de Psihologie.
- Mungiu, Alina, 1995b, *Românii după '89*, București, Humanitas.
- Navaski, Victor, 1995, „Scoping Out Habermas”, *Media Studies Journal*, 117-124.
- (Aprilie 1995), „PDSR's Strife (sic) for Political Power Already Started”, *Times - Romanian Monitor*, 1.
- Perlez, Jane, 8 iun. 1995, „Bucharest Journal. With Old Tricks, Romania's Old Reds Curb Press”, *The New York Times*.
- Revel, Jean François, 1991, *The Flight from Truth. The Reign of Deceit in the Age of Information*, NY: Random House.
- Sparks, Colin & Reading, Anna, 1994, „Understanding Media Change in East Central Europe”, *Media, Culture and Society*, 16 (2): 170-243.
- Splichal, Slavko, 1994a, *Media Beyond Socialism. Theory and Practice in East-Central Europe*, Boulder, Colo. : Westview Press.
- Splichal, Slavko, 1994b, „Civil Society and Media Democratization in East-Central Europe : Dilemmas in the Evolution of the New Model”, in A. Bibic and G. Graziano (ed.), *Civil Society, Political Society, Democracy*, 305-324, Ljubljana: The Slovenian Political Science Association.
- Splichal, Slavko, 1993, „The Civil Society Paradox and the Media in Central and Eastern Europe”, *Research on Democracy and Society*, 1 : 85-109, Greenwich : JAI Press.
- Statham, Paul, 1996, „Berlusconi, the Media and the New Right in Italy”, *The Harvard International Journal of Press/Politics*, pp. 87-105.
- Ștefănescu, Manuela, 3-4 aprilie 1993, „Lege a presei sau cod deontologic?”, *Alianța Civică*.
- Stroe-Brumariu, Raluca & Chiriac, Marian, 4-10 oct. 1995, „Parlamentul la zi”, 22, 6(40): 5.

- Stroe-Brumariu, Raluca, 27 sept.-3 oct. 1995, „În Parlament”, 22, 6(39) : 7.
- Sultănoiu, Marian, 3 martie 1996, „CNA dă licențe pe criterii politice”, *Cotidianul*.
- Thom, Françoise, 1989, *Newspeak: The Language of Soviet Communism*, Londra : Claridge Press.
- Vasilescu, Mircea, 15-21 sept. 1995, „Spre Europa, fără BBC!”, *Dilema*, 5.
- Velcu, Mona, 13 ian. 1996, „A fost stabilit minutajul acordat săptămânal partidelor la TVR”, *Evenimentul Zilei*, 8.
- Wasco, J. & Mosco, V. (ed.), 1992, *Democratic Communications in the Information Age*, Toronto : Garamond Press and Norwood, NJ : Ablex.
- 5 martie 1991, „Ziariștii își apără și vor apăra onoarea”, *România Liberă*.

Giganții mitici. Mass-media în alegerile naționale din România – 1996

De la colapsul comunismului în 1989, mass-media românești au trecut repede prin câteva etape de dezvoltare (Gross, 1996). Când a început campania electorală din 1996, prezența și influența lor s-au schimbat în comparație cu alegerile generale din 1990 și 1992, datorită evoluției sistemului și a practicilor sale, a audienței și a societății.

De exemplu, în comparație cu 1990 și 1992, românii aveau (1) o scenă a televiziunii care includea posturi cvasi-naționale private, comerciale¹, (2) o presă cu o distribuție chiar mai puțin națională din cauza tirajelor mici și a dominației crescânde a ziarelor locale² și (3) partide politice și candidați ale căror campanii erau orientate mai mult spre mass-media.

Și, cel mai important lucru, audiența mass-media/alegătorii au început să se transforme datorită :

- (1) intereselor și loialităților schimbate produse de o modificare a păturilor sociale, a locurilor de muncă (de la industria deținută de stat și instituțiile de stat, la cele private) și aspirațiilor generale,
- (2) unei insatisfacții crescânde privind evoluția societății, a guvernării și a economiei și
- (3) apariției schimbărilor de mentalitate, până atunci obișnuită cu noțiunea de lideri ca figuri părintești cu autoritate absolută, cărora oamenii trebuiau să li se supună și care erau responsabili de bunăstarea cetățenilor.

De asemenea, a fost izbitoare americanizarea campaniei electorale din 1996. Aceasta nu a fost o evoluție surprinzătoare pentru Europa de Est, în general, România, în particular. Americanizarea politicii, care avea deja loc în Europa Occidentală (Negrine și Papathanassopoulos, 1996), s-a mutat către est odată cu mulțimea de programe de ajutor americane în statele din regiune. În România, președintele în exercițiu, Ion Iliescu, a angajat un grup de consultanți politici americani ; sondajele erau *de rigueur** pentru candidați și partide, așa cum era răspândirea rezultatelor pentru mass-media ; spoturile electorale de televiziune, cel puțin ale celor trei principali candidați la președinție (Iliescu, Constantinescu și Roman), aveau o aromă americană, ca și stilul campaniilor, iar „politica murdară” a campaniei se aseamăna cu descrierea făcută de Kathleen Hall Jamieson (1992) celei din alegerile americane.

Una din cele mai pronunțate similarități între politica și alegerile americane și cele din România, în 1996, confirmând de asemenea impresia că mass-media au efecte directe copleșitoare, a fost dată de plângerile despre faptul că mass-media sunt vinovate când un candidat sau un partid a pierdut, sau că mass-media au tot creditul când a câștigat. Era o impresie încurajată parțial chiar de jurnaliști. Jurnaliștii români s-au considerat angajați să realizeze campania din 1996 pentru politicieni și partide politice. Motivul pentru importanța lor crescută, au argumentat ei, a fost acela că managerii campaniilor și angajații lor nu aveau încă experiență în campaniile moderne și în utilizarea mijloacelor de comunicare în masă³, chiar dacă erau mai orientați către mass-media în 1996.

La o ceremonie de premiere ținută în București, în decembrie 1996, la doar câteva săptămâni după alegerile prezidențiale din 17 noiembrie, redactorul-șef al ziarului național cu cel mai mare tiraj, *Evenimentul Zilei*, a spus audienței : „S-a afirmat că presa a câștigat alegerile (pentru președintele Emil Constantinescu și

* De rigoare (în franceză, în original – n.t.).

Convenția Democrată din România)... Acesta este un prilej să anunț... că următoarele alegeri vor fi de asemenea câștigate de presă” („Telegrama”, 4 decembrie 1996). Și, în același spirit, un articol din săptămânalul 22 arăta : „Se știe că presa independentă a avut o contribuție considerabilă la succesul fostei opoziții în alegerile din noiembrie” (Orescu, 20 ianuarie 1997).

Acest articol explorează natura mass-media românești, rolul și influența lor în alegerile generale din 1996, bazându-se în principal pe sondajele românești și străine și pe rezultatele cercetărilor, pe interviurile cu jurnaliști, pe observații și pe analize ale conținuturilor mass-media legate de alegeri.

I. Contextul teoretic

Eric Hobsbawn, eminentul istoric britanic, a recunoscut (1996) că pe cât secolul se apropia de sfârșit, „mass-media sunt o componentă mai importantă a procesului politic decât partidele și sistemele electorale” în societățile democratice. El se alătură unei multitudini de istorici, sociologi, politologi, cercetători ai mass-media, politicieni, jurnaliști și, judecând după sondaje și cercetări, consumatori de mass-media, care afirmă în mod unanim rolul central și puterea mass-media în societățile democratice, chiar dacă nu cad de acord asupra naturii aceluși rol și a dimensiunii puterii mijloacelor de comunicare.

Când Bernard Cohen a afirmat (1963) că presa „are un succes amețitor când spune cititorilor la ce să se gândească” (p. 13), fraza sa era, cel puțin în parte, un ecou al ideii lui Walter Lippmann (1922) că publicul de masă este dependent de jurnalism când observă lumea și ia decizii care îl privesc. Astfel, a fost stabilit conceptul de *agenda-setting* a mass-media ca direcție fundamentală pentru cercetarea celor mai multe efecte imediate. Agenda mass-media, combinată cu agenda publicului (ce dorește publicul, ce

percepe și ce gândește el) și agenda politică (ce este propus și realizat de cei de la putere sau de cei care doresc să obțină puterea) și relațiile dintre ele constituie procesul de *agenda-setting* într-o societate. Dearing și Rogers (1996) definesc *agenda-setting* ca pe

...o explicație a motivului pentru care informațiile despre anumite subiecte, și nu alte subiecte, sunt disponibile publicului într-o democrație; cum este modelată opinia publică și de ce anumite subiecte sunt exprimate prin acțiuni politice, pe când altele nu. Studiul *agenda-setting* este studiul schimbării sociale și al stabilității sociale (p. 2).

Trei alte elemente afectează agenda mass-media, a publicului și pe cea politică: (a) experiența personală, (b) comunicarea interpersonală și (c) indicatorii reali ai importanței unui subiect sau eveniment de agendă⁴.

Deși cercetătorii au descoperit o corelație între subiectele tratate sau accentuate de mass-media și cele percepute ca importante de public, relația cauzală nu a fost rezolvată. Klapper, în urma reverderii exhaustive a rezultatelor cercetărilor, a ajuns la concluzia (1960) că mass-media au „consecințe minime în politică”. Lucrarea sa a fost precursora unui mare număr de studii, cele mai notabile fiind lucrările lui McCombs și Shaw din anii '70 (1972, 1976, 1977), care au descoperit că mass-media au efecte limitate, dar arătând că ele afectează totuși agenda politică a alegătorilor.

Această funcție de *agenda-setting* ia două forme diferite. Iyengar și Kinder (1987) au demonstrat că *agenda-setting* a mass-media influențează opinia publică și atitudinile prin „întâietate” (p. 63). Ei au definit întâietatea ca „atragerea atenției asupra unor probleme, în timp ce altele sunt ignorate” și, astfel, influențarea „standardelor prin care guvernele, președinții, politica și candidații la posturi publice sunt evaluați”. În continuare, Iyengar a schițat (1987, 1991) un al doilea aspect al *agenda-setting*, „încadrarea”, care reprezintă

indicațiile contextuale încorporate într-o știre și influențând de asemenea opinia și atitudinile publicului.

Chiar și în cele mai bune condiții, când poate fi arătat un efect direct, este clar că agenda mass-media poate să nu aibă influență, dacă (a) mass-media au o credibilitate scăzută, (b) dacă există evidențe ce intră în conflict cu experiența personală sau din alte canale de comunicare despre „proeminența subiectului sau a evenimentului” și (c) dacă consumatorul mass-media „are alte valori pentru știri decât cele reflectate” în presă (Rogers și Dearing, 1994, pp. 86-87).

În orice caz, există suficiente dovezi că efectele mass-media sunt predominant indirecte. În anii '80, Doris Graber (1989) a ajuns la concluzia că nu există efecte directe ale mass-media în politică, recunoscând totuși importanța mass-media în afectarea indirectă a alegătorilor, prin procese multi-etapă, implicând contacte interpersonale. Descoperirile lui Lenart (1994) în urma unor experiențe efectuate în Statele Unite întăresc concluziile lui Graber și afirmă din nou că efectele fluxului informațiilor politice trebuie să includă atât mass-media, cât și sursele interpersonale de informație :

...dovezile experimentale și ale cercetărilor arată că mass-media și sursele interpersonale, când sunt combinate, au o influență interactivă semnificativă asupra cunoașterii și preferințelor pentru candidați și, prin extensie, asupra formării opiniei publice în general (p. 116).

Aceste contacte interpersonale sau de comunicare, împreună cu experiențele personale, informează agenda publicului și constituie climatul general în care se desfășoară procesul de *agenda-setting*. În mod specific, un aspect al comunicării interpersonale care include și chiar depinde de comunicarea de masă este proeminența, în special într-o societate ca România, care încă se străduie să înlăture psihologia de masă instalată în peste 45 de ani de comunism : efectul partidei învingătoare, identificat de Patterson (1980)

și înainte de el de Berelson, Lazarsfeld și McPhee (1954). Efectul părții câștigătoare este detectat pe baza studiilor care arată că intențiile de vot sunt corelate cu așteptarea ca un candidat să câștige. Aceasta înseamnă că opiniile individuale despre unele subiecte sunt influențate de cunoașterea opiniei publice privitoare la aceleași subiecte.

Lucrarea testează teoriile americane în contextul românesc. Ea postulează că efectele mass-media românești în alegerile din 1996 au fost indirecte ; climatul, opinia publică și agenda publicului, la care au contribuit prin încadrarea și oferirea cu prioritate a subiecților, evenimentelor și opiniilor care au avut mai degrabă rol de consolidare decât de informare. Agenda publicului, informată prin comunicare interpersonală și experiență personală, care a instituit un climat și o opinie publică de respingere a vechiului și nerăbdarea de a încerca noul, a fost congruentă în 1996 cu agenda mass-media, spre deosebire de situația din 1992. Astfel, mass-media au jucat un rol important în a da expresie sentimentelor/opiniilor existente, oferind informații care au întărit și, poate, au sporit aceste sentimente. Mai mult, ele au răspândit rezultatele sondajelor publice, care, în contextul opiniei publice și în climatul existent, se poate spune că au contribuit la efectul părții câștigătoare.

II. Utilitatea și semnificația mass-media ca sursă pentru informația politică/de campanie

Cu trei luni înainte de alegerile locale din iunie 1996, s-a produs o „înviorare” în vederea alegerilor naționale care urmau să aibă loc aproximativ cinci luni mai târziu. Un studiu la nivel național realizat de Institutul de Cercetare a Calității Vieții din București – ICCV (cf. Centrul pentru Sociologie Urbană și Regională – CSUR, 9-15 octombrie 1996) a arătat că televiziunea este principala sursă de informații politice. În octombrie 1996, chiar înainte de alegerile

generale, două studii naționale separate, unul realizat de CSUR (9-15 octombrie) și celălalt de Centrul de Studii Independente – CSI (31 octombrie), au arătat că televiziunea, în grade diferite, a devenit ceva mai puțin importantă în meniul de surse al audiențelor pentru informații politice/de campanie. Concomitent, ziarele au părut să câștige puțin din aprecierea audiențelor, cel puțin într-unul dintre studii, ca și discuțiile cu persoanele cunoscute de fiecare. Chiar și așa, ziarele erau pe locul trei ca importanță în căutarea de informații politice/de campanie a audiențelor (vezi tabelul 1).

Tabelul 1 – *Surse de informații politice (în procente)*

	Martie 1996	Octombrie 1996	Octombrie 1996
	ICCV	CURS	CIS
Televiziune	67	64	58
Radio	16	15	15
Ziare	7	7	12
Comunicare interpersonală	4	6	9

Sursă: *Barometrul de opinie publică*, Centrul de Sociologie Urbană și Regională, 9-15 octombrie 1996; datele CIS din „În ultima zi a campaniei electorale curg sondajele de opinie”, în *Evenimentul Zilei*, 31 oct. 1996, p. 7.

O serie mai detaliată de studii naționale ale Institutului de Sociologie, în timpul campaniei electorale parlamentare și prezidențiale care a început oficial pe 4 septembrie 1996⁵, sugerează că o varietate de surse de informare suprapuse a contribuit la formarea opiniei și a unui climat general, în care trebuie analizată importanța mass-media în politică/alegeri (vezi tabelul 2). Mass-media audiovizuale, crescând rapid ca număr și arie de acoperire⁶, au fost cel mai larg utilizate, comunicarea interpersonală și ziarele

servind ca al treilea, respectiv al patrulea mijloc de informare politică/de campanie.

Cu cât ziua alegerilor parlamentare (3 noiembrie) și cea a alegerilor prezidențiale (17 noiembrie) se apropiau, a existat o creștere semnificativă în obținerea informațiilor de către alegători de la televiziune, radio, postere, comunicate de presă și declarații electorale, din studiile de opinie publică și discuțiile cu alți oameni (vezi tabelul 2).

Se pare că frecvența și publicitatea făcută sondajelor/studiilor au crescut în 1996 comparativ cu 1992⁷. De asemenea, acestea par să fi câștigat audiență și au atras o atenție sporită în timpul campaniei electorale. Totuși, influența lor directă globală, judecând după rezultatele sondajelor/studiilor, pare să fi fost slabă. Un studiu al IS (5-15 octombrie 1996) arată că 16,4% dintre cei care au răspuns pretindeau că au dat atenție rezultatelor sondajelor înainte de a se hotărî cum să voteze. Într-un al doilea studiu IS anterior zilei alegerilor (21-30 octombrie 1996), 28,8% spuneau că vor lua în considerare rezultatele sondajelor înainte de a vota, acest lucru arătând o mai mare atenție acordată sondajelor pe măsură ce se apropia ziua alegerilor.

Coman (decembrie 1996) observă că rezultatele sondajelor/studiilor au fost prezentate fără explicații sau analize ale specialiștilor, „fără de care cifrele (prezentate în aceste sondaje/studii)... seamănă... cu cititul în ceai slab”. Cu toate acestea, jurnaliștii au interpretat efectele sondajelor/studiilor asupra audienței ca fiind semnificative, fiindcă „ei (audiența) iau sondajele drept ceva care determină rezultatul (curselor politice)”⁸. Aceasta sugerează că mediatizarea rezultatelor sondajelor/studiilor a contribuit la crearea efectului părții învingătoare.

Se poate bănuși, pe de o parte, că și oferta electorală/politică a devenit mai bazată sub toate aspectele și/sau interesul alegătorilor s-a ascuțit pe măsură ce se apropia ziua alegerilor. Pe de altă

	Deseori			Uneori			Niciodată			Foarte rar		
	(1)	(2)	(3)	(1)	(2)	(3)	(1)	(2)	(3)	(1)	(2)	(3)
Televiziune	42,4	49,6	50,8	31,7	30,4	28,6	22,5	17,1	18,0	3,5	2,9	2,6
Radio	25,0	30,9	30,6	36,3	34,8	30,8	34,9	31,4	35,9	3,8	3,0	2,7
Comunicare interpersonală	19,7	18,7	24,8	43,2	45,3	41,4	32,5	32,6	31,4	4,6	3,5	2,3
Ziare	17,5	18,8	17,1	30,2	31,5	25,8	47,9	46,5	54,5	4,4	3,3	2,6
Sondaje	7,4	10,8	9,8	17,9	28,2	22,6	69,0	56,4	63,8	5,8	4,6	3,8
Postere	3,8	6,1	7,5	17,1	28,0	24,2	75,1	62,5	66,0	4,0	3,4	2,3
Citirea mesajelor electorale	2,8	4,3	5,3	14,6	24,6	19,6	78,5	67,7	72,7	4,1	3,5	2,3
Întâlniri cu politicieni	1,1	0,7	0,6	6,7	8,6	4,8	87,9	87,3	92,3	4,4	3,5	2,3
Evenimente electorale	1,0	0,3	0,6	4,8	4,8	3,6	89,9	91,5	93,4	4,2	3,4	2,4

Sursă: *Ancheta asupra Comportamentului Electoral*, Institutul de Sociologie, (1) 5-15 oct., (2) 21-30 oct., (3) 6-14 nov. 1996.

parte, utilizarea relativ constantă, dar de nivel scăzut, a ziarelor ca surse de informații politice/electorale, un canal bogat în astfel de oferte pe timpul campaniei, sugerează că arbitrul a fost mai degrabă (a) timpul alegătorilor, cheltuirea banilor alocați cumpărării de mass-media și preferințele pentru mass-media și/sau (b) credibilitatea ziarelor, decât disponibilitatea lor sau cantitatea de informație prezentată de ele.

Merită să notăm de asemenea că puțini oameni, și odată cu apropierea zilei alegerilor chiar mai puțini, au fost lămuriți și au primit informații direct de la politicieni, din întâlniri electorale și evenimente electorale (vezi tabelul 2). Politica/alegerile în România, imitându-le pe cele din Occident, au devenit evenimentele mass-media principale, confirmând importanța mass-media în acest context, dar nu în mod necesar și influența lor.

Indiciul puternic al faptului că opinia publică și formarea agendei publicului au fost realizate pe baza informațiilor primite din sau prin discuții cu alți oameni merită o examinare mai atentă, dacă este să testăm teza lui Graber (1989) despre efectele indirecte ale mass-media în contextul României.

III. Comunicarea interpersonală

Câteva femei ieșind din cabinele de votare într-o comunitate rurală mică de lângă București, în ziua alegerilor din 1992⁹, au spus că ele citesc regulat *România Liberă*, principalul cotidian de opoziție, discută despre modul în care este tratată politica și totuși au votat pentru președintele Ion Iliescu și Frontul Salvării Naționale de atunci¹⁰. Ele au făcut acest lucru deoarece „vecinii au spus că îl vor vota pe Iliescu”, sau pentru că soții lor le-au spus că așa ar trebui. O asemenea realitate anecdotică nu este, poate, o dovadă

concludentă pentru a susține puterea mass-media sau a comunicării interpersonale în afectarea modului de votare.

Totuși, laolaltă cu rezultatele sondajelor (studiilor), ea întărește teoria lui Graber (1989) că mass-media servesc ca sursă originală de informație, iar mesajele „sunt transmise în procese în mai mulți pași, așa cum se întâmplă deseori atunci când ele sunt răspândite prin contacte interpersonale” (p.10).

Faptul că, în noiembrie 1996, 66,2% dintre cei care au răspuns sondajului efectuat de IS (6-14 noiembrie 1996) indică faptul că discută teme politice/electorale „deseori” și „uneori” cu alții, sugerează că efectele mass-media nu pot fi examinate fără a lua în considerare interacțiunea lor cu audiența, așa cum a arătat Lenart (1994). Deoarece o majoritate copleșitoare de oameni a fost expusă la mass-media, se poate presupune că aceste discuții se învârtesc în jurul problemelor prezentate prin sau de către mass-media sau a celor legate de experiențele oamenilor/vieților lor, care de asemenea au fost reflectate sau nu de mass-media.

Studiile IS (vezi tabelul 3) arată că problemele politice și sociale au fost discutate cel mai adesea cu familia, prietenii, rudele, vecinii sau colegii de serviciu.

Cele trei studii IS indică de asemenea că opiniile politice care au contat cel mai mult au fost, în ordinea importanței, cele ale (1) soților, (2) prietenilor sau copiilor, (3) copiilor sau prietenilor sau rudelor, (4) copiilor sau rudelor, (5) părinților, (6) șefilor sau vecinilor sau colegilor de serviciu, (7) colegilor de serviciu sau vecinilor și (8) șefilor sau vecinilor.

Astfel, procesul comunicării interpersonale în alegerile generale din România din 1996 a fost un aspect important al formării opiniei și agendei publicului. În plus, așa cum sugerează acea realitate anecdotică, el a jucat un rol important în alegerea făcută de indivizi în cabinele de votare.

Probleme politice	Deseori			Uneori			Niciodată		
	(1)	(2)	(3)	(1)	(2)	(3)	(1)	(2)	(3)
	1. la serviciu	20,5	12,8	17,6	20,4	23,0	18,2	52,2	53,0
2. cu vecinii	14,5	9,0	11,0	31,9	30,7	33,0	50,2	56,8	52,9
3. cu prietenii	24,9	16,3	20,4	35,9	40,2	33,3	35,9	39,0	43,4
4. cu rudele	20,7	12,3	16,1	33,8	33,3	31,6	41,7	49,5	49,4
5. cu familia	49,9	28,6	39,1	25,7	35,2	31,1	22,6	32,3	27,1
Probleme sociale									
1. la serviciu	17,4	17,9	19,9	21,9	20,3	16,7	54,1	50,5	58,7
2. cu vecinii	13,1	12,4	13,6	31,6	30,3	29,2	50,8	52,5	54,6
3. cu prietenii	21,2	19,9	21,5	30,0	38,4	30,6	38,5	36,7	45,0
4. cu rudele	16,3	20,3	18,5	33,7	33,3	28,8	44,4	40,8	50,0
5. cu familia	33,8	43,0	41,9	30,6	28,5	29,5	27,5	23,8	25,9

Sursă: *Ancheta asupra Comportamentului Electoral*, Institutul de Sociologie, (1) 5-15 octombrie,

O perspectivă asupra stării de spirit și a sentimentelor audiențelor privitor la mediul lor social, economic și politic, de exemplu, climatul, este oferită aici fiindcă arată cum pot fi prezise rezultatele alegerilor și servește drept context pentru examinarea rolului mass-media și al gradului efectelor. Ea oferă o licărire de lumină asupra rezultatelor experienței personale care afectează formarea publicului și, teoretic, a agendei publicului și mass-media.

IV. Starea de spirit și sentimentele audienței/alegătorilor

Românii au abordat alegerile generale foarte nesatisfăcuți de toate aspectele vieții. Majoritatea erau, într-un grad sau altul, nemulțumiți de modul de viață (60%) și de venitul lor (71%). 41% considerau că standardul lor de viață era mai coborât decât în 1995 și jumătate din cei care au răspuns simțeau că țara se îndreaptă într-o direcție greșită (CSUR, 9-15 octombrie 1996). Un studiu al CSI (31 octombrie 1996) arată că 78% dintre români sunt nemulțumiți de situația lor generală.

O majoritate mare de români (CSUR, 9-15 octombrie 1996) considerau că politica Guvernului a eșuat în cultură (58%), educație (59%), sănătate (72%), agricultură (84%), lupta împotriva criminalității (79%) și lupta împotriva corupției (87%). În plus, în octombrie 1996, 62% și 63% dintre români considerau activitățile Guvernului și, respectiv, Parlamentului ca fiind negative (CSUR, 9-15 octombrie 1996).

Tabelul 4 – Nivelurile de satisfacție „negativă”
privind standardul de viață

	Martie 1996	Iulie 1996	Octombrie 1996
	ICCV	CURS	CURS
Nu prea satisfăcuți	45%	46%	46%
Complet nesatisfăcuți	14%	17%	14%
Venituri doar pentru nevoile de bază	38%	38%	39%
Venituri care nu ajung nici pentru nevoile de bază	33%	34%	32%
Viața puțin mai rea decât cu un an înainte	36%	37%	32%
Viața mult mai rea decât cu un an înainte	10%	12%	9%
Țara merge într-o direcție greșită	52%	51%	50%

Sursă: *Barometrul de Opinie Publică*, Centrul de Sociologie Urbană și Regională, 9-15 octombrie 1996.

Românii și-au exprimat o încredere sporită în partidele de opoziție, conduse de grupul de partide reunite în Convenția Democrată Română (CDR) și o mai mică încredere în Partidul Democrației Sociale din România (PDSR), aflat la conducere, și în aliații sau foștii săi aliați (vezi tabelul 5). Studiul IS din 21-30 octombrie 1996 a arătat că CDR se află înaintea PDSR, cu 27,5% față de 22%. Sondajul CSUR (9-15 octombrie 1996) a arătat același lucru, 31,4% față de 27,2%.

În ziua alegerilor, CDR a obținut 30,70% din voturi, față de PDSR – 23,08% în cursa pentru Senat și 30,17% vs. 21,52% în

cursa pentru Camera Deputaților, dovedind că rezultatele sondajelor realizate înaintea alegerilor au fost corecte.

Bazându-ne numai pe sondaje, victoria partidelor de opoziție în competiția parlamentară era previzibilă înainte chiar și de începerea campaniei electorale și pe timpul desfășurării ei.

Tabelul 5 – *Încrederea în partidele politice/alianțe în 1996*

	Martie	Iunie	Octombrie
Coaliția la conducere :			
PDSR	17	17	20
PUNR	3	1	2
PSM	1	2	2
PRM	4	2	4
Opoziția :			
Alianța CDR	18	18,5	24
USD	–	4	13
UDMR	3	2	3

Sursă : *Barometrul de Opinie Publică*, CSUR, 9-15 octombrie 1996.

Mai puțin clar a fost rezultatul cursei prezidențiale. Diferența de 18 procente din martie 1995 dintre principalii doi candidați, Ion Iliescu și Emil Constantinescu (36% vs. 18%), descoperită de ICCV (CSUR, 9-15 octombrie 1996), s-a apropiat în octombrie 1996 la 33,5% vs. 27%. Un al treilea candidat posibil a apărut când Petre Roman, prim-ministrul post-comunist (1990-1992), a câștigat peste 19 puncte între martie 1995 și octombrie 1996, deplasându-se de la 3% la 22,5% în sondaje (CSUR, 9-15

octombrie 1996). Chiar înainte de prima rundă a competiției prezidențiale de pe 3 noiembrie, un studiu IS (21-30 octombrie 1996) a arătat că Iliescu l-a devansat pe Constantinescu cu 4 puncte, 26,4% la 22,6%. Într-adevăr, nici unul din cei doi candidați nu a obținut cele 50% din voturi pe 3 noiembrie, fiind necesar un al doilea tur de scrutin pe 17 noiembrie. Atunci, al treilea și ultimul din studiile IS (6-14 noiembrie 1996) a arătat că Emil Constantinescu se plasează înaintea lui Iliescu, cu 47,6%, față de 34,7%. Constantinescu a câștigat cu 53,5% din voturi *vs.* cele 46,5% ale lui Iliescu.

Merită notat că în a doua jumătate a celor 60 de zile de campanie, 52,3% dintre cei chestionați de IS (5-15 octombrie 1996) se decisese deja ce candidat la președinție vor vota și 26,1% erau nedeciși; 44,8% se decisese asupra alegerii unui partid, iar 29,2% erau nehotărâți. Studiul CSUR (9-15 octombrie 1996) arată rezultate similare, 26% dintre cei chestionați fiind nehotărâți. În mare măsură, efectele directe sau indirecte ale mass-media gravitează în jurul succesului sau eșecului lor de a înclina balanța celor 24-26% de alegători nedeciși în favoarea sau împotriva puterii sau opoziției.

În acest climat de insatisfacție generală, cu înclinarea publicului către partidele de opoziție și dorința aparentă de a schimba președintele, un climat diferit de cel din timpul alegerilor generale din 1990 și 1992, trebuie examinate rolul și influența mass-media.

V. Natura, rolul și efectele mass-media audiovizuale

Comparativ cu alegerile generale din 1990 și 1992, politicienii, partidele politice și publicul au avut o gamă mai largă de posturi de radio și televiziune care să le ofere știri, opinii, programe politice speciale și spoturi publicitare electorale. Monopolul deținut de televiziunea publică, TVR 1, a dispărut o dată cu introducerea televiziunii private, comerciale, cvasi-naționale.

Cel mai semnificativ adăos pe scena televiziunii a fost ProTV. În octombrie 1996, el acoperea 61 % din teritoriul României, având o audiență potențială de 11 milioane de oameni¹¹, acest lucru făcându-l să devină cel mai important dintre posturile private, comerciale din România. Conform unui sondaj al Gallup International realizat în București și în orașe cu peste 100 000 de locuitori în care putea fi urmărit ProTV, între 7-20 octombrie, postul a înregistrat un segment de piață de 33 %, urmat de TVR 1 cu 29 %, Antena 1 cu 13 %, TVR 2 (postul local din București al televiziunii publice) cu 10 %, Tele7abc cu 4 % și Amerom cu 1 %¹².

La nivel național, TVR 1 încă deținea locul principal în toate sondajele, rămânând suportul cel mai penetrant pentru mesajele de campanie electorală/politice. De exemplu, sondajul CSUR (9-15 octombrie 1996) a arătat că TVR 1 era urmărit de 74 % dintre români, în timp ce numai 48 % urmăreau unul din posturile private ; un studiu IS între 5-15 octombrie 1996 arată TVR 1 ca fiind urmărită de la o dată pe săptămână, la zilnic, de 65,40 % dintre români, ProTV de 33,30 %, Antena 1 de 25,60 % și Tele7abc de 11,50 % dintre români.

Deși lumea radioului se diversificase deja înainte de 1995-1996, și ea era dominată de postul public (Radio România Actualități), conform celor trei studii IS (5-15 octombrie, 21-30 octombrie și 6-14 noiembrie 1996) cu o audiență de la zilnică la săptămânală de 25,20 % la 36 %, urmat de posturile sale regionale (7-9,6 %) și posturile locale private (8,20- 12,8 %). Studiul CSUR (9-15 octombrie 1996) arată de asemenea radioul public deținând 54 % din audiență, posturile locale private pe locul doi, cu 29 %, și posturile publice regionale, cu 17 % din audiență.

Transmiterea de către audiovizual a campaniei electorale, a știrilor și emisiunilor politice speciale a fost reglementată de Decizia 88 a CNA. Printre alte reguli specifice și orare, aceasta sfătuia canalele prin cablu să retransmită programele politice emise de alte posturi de televiziune (Decizia nr. 88, 3 septembrie 1996).

Televiziunea, în particular, și mass-media, în general, au devenit un *campo di battaglia** în campania din 1996. Pentru mass-media, campania însăși a devenit un câmp de bătaie economic și (partizan) jurnalistic, în care produsele mass-media se luptau pentru o parte din banii de campanie și jurnaliștii erau fățiș partizani.

De fapt, jurnaliștii din presa scrisă și din audiovizual au sugerat mai degrabă, în mod bombastic, că dacă n-ar fi fost mass-media n-ar fi existat campanie electorală în 1996. Personalul mass-media a sugerat de asemenea că banii candidaților și ai partidelor politice au fost cheia pentru a avea acces la televiziune, radio și ziare. Profesionalismul jurnalismului de televiziune, obiectivitatea sa, au fost îndoielnice. În același timp în care prezentau campania, jurnaliștii erau implicați în pregătirea mesajelor pentru candidați și partide politice, majoritatea acestora nefiind încă pricepuți în arta campaniilor prin mass-media¹³.

Comparativ cu 1990 și 1992, cantitatea de programe de televiziune legate de campanie a fost mult mai bogată și variată, în special în acele părți ale țării unde era accesibilă televiziunea cvasi-națională privată, comercială. Pe lângă prezentarea informațiilor, programele electorale speciale care prezentau partidele politice și candidații, programele de divertisment cu teme electorale¹⁴, spoturile publicitare electorale, dezbaterile, emisiunile tip „talk-show” și spoturile care încurajau oamenii să voteze, au contribuit la meniul de televiziune informativ și de divertisment.

Dezbaterile prezidențiale au permis telespectatorilor să observe cei 16 candidați și, în absența unui tratament critic al acestor candidați și al partidelor politice pe care le reprezentau, ele au fost o oportunitate de a-i evalua și a le cântări pozițiile. Unele emisiuni de „analiză”, având ca invitați observatori politici (de exemplu, Silviu Brucan, Vladimir Pasti, Alina Mungiu, Stelian Tănase și

* Câmp de bătaie (în italiană, în original – n.t.).

alții) au oferit cel puțin un minim de analiză critică a candidaților, a partidelor și platformelor lor. De asemenea, televiziunea, în 1996, s-a înscris în „curșa de cai” a prezentării campaniei electorale, atât de familiară audienței americane, cu furnizarea rezultatelor studiilor și sondajelor despre „cine este înaintea cui”.

Studiile indică faptul că prezentarea în știri și programe electorale speciale a fost, în grade diferite, departe de a fi neutră. Excepția este un studiu al Agenției de Monitorizare a Presei, care arată că frecvența relatărilor neutre este superioară celor partinice (AMP, 17 septembrie-18 octombrie 1996).

Într-un raport preliminar asupra tratării generale a campaniei din 1996, Institutul European pentru Mass-media (IEM, 4 noiembrie 1996) dezvăluie faptul că au existat „numeroase incidente de evaluare subiectivă din partea prezentatorilor în timpul transmisiunilor electorale ale canalelor private”. Raportul face aluzie la lipsa generală de neutralitate în televiziune și spune că în televiziunea publică, TVR, au existat :

- o absență aproape totală a emisiunilor de analiză și a comentariilor ;
- o atitudine general pasivă a jurnaliștilor care așteptau declarații, comunicate de presă, materiale și date de la partide și o lipsă de materiale de investigare și cercetare, abundența evenimentelor ceremoniale, precum primirea unor vizitatori străini, călătorii prin țară și în străinătate, care erau considerate cu valoare informativă ;
- evenimente de campanie evidente incluse în știri¹⁵ și preponderența vizibilă a reprezentanților Guvernului în comparație cu liderii opoziției în subiectele de știri menționate mai sus ;
- lipsa de evaluare din partea redactorilor care trebuiau să fie conștienți de rolul lor important de *gatekeepers* pentru înțelegerea procesului democratic uneori neclar. Acesta este în special

important pentru populația din zonele rurale unde mass-media audiovizuale publice sunt aproape singura sursă de informare.

Televiziunile private „și-au folosit programele de știri obișnuite pentru a informa electoratul despre campanie și mișcările politice ale partidelor și candidaților... emisiuni electorale speciale au fost incluse în grilele de programe...”, a spus raportul IEM (4 noiembrie 1996).

Datele preliminare ale IEM arată că PDSR a obținut mai mult spațiu de emisie atât la televiziunea publică, cât și la cele private. În prima jumătate a campaniei, „prezentarea a arătat o tendință a posturilor publice favorabilă clar PDSR-ului și această tendință... a avut un impact asupra alegătorilor”. Studiul IEM nu explică ce fel de impact a avut această prezentare asupra alegătorilor. „Abordarea neutră” a fost dominantă în a doua jumătate a campaniei, „tendențele negative” fiind minime, iar „părtinirea pozitivă” fiind „aproape inexistentă”. Această prezentare non-conflictuală a partidelor politice principale în special la televiziunea și radioul publice „a avut un efect protector asupra instituției politice”. Printre candidații la președinție, președintele în exercițiu a primit mai multă atenție din partea televiziunii decât oricare dintre rivalii săi.

Un studiu CSI (septembrie 1996) referitor la prima jumătate a campaniei de 60 de zile arată de asemenea că ProTV și TVR 1, primele două posturi din punct de vedere al ariei de acoperire și al audienței, au dat mai multă atenție celor aflați la putere, în special Guvernului¹⁶. Antena 1 și Tele7abc au dat mai multă atenție grupărilor din opoziție. Același studiu arată că PDSR a căpătat mai multă atenție din partea televiziunii, în general, decât CDR și USD împreună. Pe perioada cercetării, TVR 1 l-a prezentat mai mult pe președintele în exercițiu, Ion Iliescu, iar dintre oponenții săi, Emil Constantinescu și Gheorghe Funar au fost mediatizați mai mult decât ceilalți candidați; iar actorii politici asociați cu regimul la putere, în virtutea pozițiilor lor oficiale, au obținut de asemenea o

mai mare atenție decât actorii politici aparținând opoziției – acest lucru fiind adevărat mai ales la TVR 1.

În cercetarea sa ulterioară, CSI (7-11 octombrie 1996) a descoperit de asemenea că :

- actorii politici aparținând opoziției au fost arătați cel mai frecvent în context ceremonial în transmisiunile TVR 1. Posturile de televiziune private au arătat opoziția și actorii politici ai regimului în contexte non-ceremoniale ;
- prezentarea actorilor politici aparținând puterii în exercițiu a fost făcută în contextul știrilor în care era descrisă activitatea Guvernului. Actorii politici din opoziție erau prezentați în contextul oferirii propriilor programe electorale sau discutând „performanța slabă” a adversarilor lor politici ;
- știrile despre actorii politici ai puterii conțineau multe „promisiuni” ;
- în programele de știri ale televiziunilor private, prioritatea era acordată evaluării neutre a agenților politici, în timp ce în televiziunea publică erau dominante evaluările pozitive. Același lucru este adevărat pentru prezentarea partidelor, a alianțelor de partide și a actorilor politici ;
- dintre candidați, președintele Iliescu a beneficiat de prezentarea în mai multe știri într-un context care îl evalua pozitiv (exclusiv la TVR 1).

În săptămâna de dinaintea celui de-al doilea tur de scrutin, CDR, care câștigase cursa parlamentară, a fost mai mediatizată decât PDSR, iar candidatul la președinție, Emil Constantinescu, a fost menționat mai des decât Ion Iliescu (Coman, decembrie 1996).

În timpul campaniei electorale, principalele posturi de televiziune au arătat șase teme majore, direct sau indirect legate de competiția politică (CSI, septembrie 1996) : (1) inflația și salariile,

(2) protecția socială, (3) corupția, (4) activitatea întreprinderilor de stat, (5) integrarea în NATO și (6) relațiile cu Ungaria. Se pare că prioritățile de *agenda-setting* ale televiziunii nu au coincis integral cu agenda publicului. Al doilea studiu IS (21-30 octombrie 1996) arată că cei care au răspuns, când li s-a cerut să identifice principalele probleme pe care trebuie să le soluționeze liderii țării, au avut șase priorități, cumva diferite de cele din agenda mass-media/televiziunii: (1) inflația și prețurile, (2) siguranța locului de muncă și combaterea șomajului, (3) sprijinul pentru agricultură și țărani, (4) corupția, (5) protecția socială pentru bătrâni și (6) problemele legate de tineret.

Fără studii care să constate ce au învățat telespectatorii/ascultătorii din informațiile campaniei electorale și transmisiunile legate de aceasta, în special cei 24-26% care erau nedeciși, și cum și de ce aceste transmisiuni i-au putut înclina într-o parte sau alta, este dificil să tragem concluzii definitive privind efectele mass-media audiovizuale. Totuși, există dovezi circumstanțiale pentru a permite speculații:

1. Prezentarea superior cantitativă a actorilor politici din clasa conducătoare înainte de alegerile generale din 3 noiembrie pare să nu fi avut un efect favorabil pentru ei, din cauza stării de spirit și a sentimentelor în general negative ale audienței privitor la toate aspectele vieții, direcția societății și regimul aflat la putere. Se poate ca această prezentare, dat fiind atmosfera în care ea s-a produs și agenda publicului, să fi avut un efect negativ, reamintind audienței de cei pe care îi socotea deja vinovați de mizeria resimțită.
2. Orice părținare ar fi existat în prezentare și tratare, indiferent că a fost în favoarea partidului conducător și a președintelui în exercițiu sau a partidelor de opoziție și a principalilor candidați, ea pare să fi avut doar un efect minim sau chiar nici un efect, deoarece:

- a. partidul conducător și membrii coaliției aflate la putere au pierdut alegerile parlamentare în ciuda oricărei părtiniri în prezentare și tratare în favoarea lor. Un studiu IS de după 3 noiembrie (6-14 noiembrie 1996), a arătat că această înfrângere s-a datorat în principal alegătorilor dezamăgiți de conducerea post-1992 (vezi tabelul 6) ;
- b. partidele de opoziție și candidatul opoziției la președinție au câștigat alegerile, dar victoria lor în sondaje nu pare să fie explicată prin părtinirea în prezentare și tratare în favoarea lor. Din cei care au votat pentru opoziție, puțini au fost cei care au făcut-o fiindcă au crezut că opoziția oferea un program care să le dea mai multă încredere în viitor (vezi tabelul 6). Altfel spus, prezentarea și părtinirea n-au făcut decât să întărească victoria lor așteptată (vezi secțiunea IV) ;
- c. deși campania electorală din 1996 a fost una aproape exclusiv mediatică, eficacitatea sa este îndoielnică : ea a slăbit credibilitatea politicianilor și a partidelor politice (34,9%) mai mult decât a întărit-o (32,8%), conform unui sondaj IS (21-30 octombrie 1996).

Tabelul 6 – *Motivele pentru a vota în favoarea opoziției
în 3 noiembrie 1996*

1. Opoziția a oferit un program care a dat oamenilor mai multă încredere în viitor	15,90%
2. Oamenii sunt dezamăgiți de regimul post-1992	35,30%
3. Ambele motive de mai sus	28,70%
4. Nu știu/fără răspuns	19,80%

Sursă: *Ancheta asupra Comportamentului Electoral*, IS, 6-14 noiembrie 1996.

3. Poate fiindcă majoritatea oamenilor se hotărâseră deja ce partid și ce candidat să aleagă, televiziunea, ca mijloc de comunicare dominant și mass-media în general par să nu fi făcut o impresie serioasă în tratarea campaniei. Datele studiilor (IS, 21-30 octombrie 1996) sugerează că această campanie a atras atenția a numai 18,7% dintre alegători ; campania locală a unui candidat la președinție, doar la 9,7% dintre alegători ; aspectele negative ale campaniei, doar la 1,6%.
4. Totuși, dezbaterile televizate ale candidaților la președinție au fost urmărite îndeaproape. Ultimul sondaj IS (6-14 noiembrie 1996) a arătat că 58,5% dintre cei chestionați au urmărit dezbaterile din 31 octombrie 1996. Dintre telespectatori, 30,8% au spus că le-a reîntărit decizia de a-și vota candidatul ; 1,3% și-au schimbat opțiunea în urma dezbaterii ; pentru 3,6%, ea a servit ca o posibilitate de a se hotărî ; pentru 17,9%, dezbaterile nu a avut nici o influență ; și 43,2% n-au avut nici o opinie sau nu au răspuns privitor la influența dezbaterii.
5. În sfârșit, date fiind starea de spirit și sentimentele audienței/alegătorilor, care erau pregătiți să facă o schimbare, mass-media audiovizuale par să fi avut o influență sporită și au contribuit la informarea publicului. Patru argumente sprijină această concluzie :
 - a. rezultatele alegerilor : partidele din opoziție au câștigat competiția parlamentară, așa cum s-a prevăzut în sondajele pre-electorale și de la mijlocul campaniei ; un candidat al opoziției a învins președintele în exercițiu, așa cum sondajele pre-electorale și de la jumătatea campaniei, care indicau o cursă strânsă între Iliescu și cei doi principali contracandidați, Constantinescu și Roman, au sugerat că se poate întâmpla ;
 - b. rezultatele sondajelor și studiilor arată că majoritatea alegătorilor s-au hotărât înainte de campanie, în special în

competiția parlamentară. Ultimul studiu IS (6-14 noiembrie 1996) arată că 61 % s-au decis ce partid vor vota în alegerile parlamentare înainte de campanie ; 60,6% s-au hotărât asupra alegerii președintelui înainte de campanie. Același studiu arată că 22,4% s-au decis pentru alegerile parlamentare în timpul campaniei și 3,7% în ziua alegerilor ; 22,5% s-au hotărât asupra președintelui în timpul campaniei și 4,6% în ziua alegerilor. Aceste cifre sunt asemănătoare în cele mai multe sondaje, arătând că 24-26% din electorat era nedecis la începutul și la jumătatea campaniei (vezi Secțiunea IV) ;

- c. un sondaj IS din 21-30 octombrie 1996 a arătat că televiziunea avea **o mare influență (politică)** pentru 23,60% dintre români, **o mică influență** pentru 34,60% și **nici o influență** pentru 34,50%. Radioul a avut **o mare influență** pentru 16,30% dintre români, **o mică influență** pentru 31,90% și **nici o influență** pentru 44,20% ;
- d. din temele difuzate, legate direct sau indirect de competiția politică, doar două s-au potrivit priorităților generale ale agendei publicului.

VI. Natura, rolul și influențele presei scrise

Ziarele românești nu s-au schimbat mult din 1992-1993, când jurnalismul lor a intrat într-o perioadă de modificări experimentale, limitate. În primul rând, presa rămâne înalt politizată și partizană. În al doilea rând, a fost doar o mică schimbare de atitudine printre grupurile liliputane de jurnaliști și directori în prezentarea *versus* discutarea sau polemizarea asupra oricărui lucru de interes pentru ei, atribuirea articolelor unor surse, verificarea și echilibrarea tratamentului informațiilor.

Deficiențele tratării campaniei din 1996 au fost rezumate de jurnaliști astfel¹⁷ :

- presa nu a conceptualizat tratarea campaniei – „n-am găsit un mod de a prezenta alegerile” ;
- accesul la informațiile politice și cele legate de politică a fost limitat – „în ultimii patru ani, ușile au fost închise sau doar întredeschise” ;
- a existat o prea mare concentrare asupra conferințelor de presă ;
- jurnaliștii au colaborat la construirea și editarea mesajelor partidelor politice și ale candidaților ;
- jurnaliștii au compensat cu comentarii lipsa de interes a cititorilor pentru articolele politice ;
- candidații și partidele politice nu au avut cunoștințele sau mijloacele profesionale de a-și explica platformele și candidatura ;
- prezentarea campaniei s-a transformat într-un joc de atragere a cititorilor/alegătorilor pe motive economice și partizan politice ;
- jurnaliștii au avut propriile simpatii și tendințe politice și „s-au luptat” în numele credințelor lor politice, al partidului și al candidatului lor, ca și unul împotriva altuia (Cristoiu, 18 septembrie 1996 ; Cionoff, 12 și 17 septembrie 1996 ; Helman, 14 septembrie 1996 ; Preisz, 5 august 1996) ;
- nu a existat o presă independentă în timpul campaniei electorale din 1996, fiecare ziar militând pentru un partid sau un grup de partide favorit și un candidat (Uncu, 14 august și 21 septembrie 1996).

Întrând în campanie, presa națională și locală a oferit o diversitate de teme tratate și prezentate într-un mod pre-profesionist. Acesta include prezentări unilaterale, informații neverificate,

absența surselor și inserția directă și indirectă a opiniilor jurnaliștilor și alegerea subiectelor făcută pe baza intereselor/înclinațiilor politice¹⁸. Credibilitatea presei (Gross, 1996) a scăzut de la începutul anului 1990 din cauza partizanatului său, a prezențelor slabe și a ineficienței de a determina răspunsuri importante, semnificative din partea audienței sau a celorlalte trei „puteri”. Reacțiile și acțiunile continue ale Guvernului, ale funcționarilor de stat și ale politicianilor împotriva presei au contribuit de asemenea la umbrirea credibilității sale (Gross, 1996). Presa a fost una dintre cele mai puțin influente mass-media în timpul campaniei electorale (vezi tabelele 1 și 2).

Presa locală era citită mai mult (34,38%), cel puțin o dată pe săptămână, decât presa așa numită „națională”, din care conduceau *Evenimentul Zilei* (23,78%), *România Liberă* (12,50%), *Adevărul* (10,94%), *Jurnalul Național* (4,25%), *Ziua* (3,99%), *Curierul Național* (2,52%) și *Tineretul Liber* (2,08%) – IS, 5-15 octombrie 1996. Șase alte ziare naționale erau citite de mai puțin de 2% dintre români. Fiecare a pretins că este „independent” în timpul campaniei din 1996, dar fiecare avea un partid politic, un politician (sau un grup de politicieni) preferat sau o direcție politică definită exprimată în editoriale, comentarii și în maniera și natura jurnalismului practicat.

IEM, care a inclus în studiul său *Evenimentul Zilei*, *Adevărul* și *România Liberă*, a recunoscut natura înalt politizată a ziarelor și a afirmat-o în raportul său preliminar :

... cele trei ... cotidiene au tratat mai mult PDSR decât celelalte două alianțe politice principale... În termeni calitativi, echipa a observat că presa a fost singurul mijloc de comunicare de masă în care toate produsele monitorizate au arătat tendințe negative notabile către PDSR.

Un studiu ROMEDIA („Viața partidelor...”, 1996) asupra a 15 cotidiene naționale spune o poveste ușor diferită. Cercetările sale

indică o înclinație generală neutră în toate ziarele. El arată că de la 1 aprilie la 1 octombrie 1996 (numai o mostră este oferită aici) :

1. PDSR a obținut 7807 mențiuni, din care 74,54% au fost neutre și 26,70% critice ;
2. CDR a obținut 5441 de mențiuni, din care 87,30% neutre și 12,69% critice ;
3. PUNR a obținut 2430 de mențiuni, din care 87,36% neutre și 12,88% critice ;
4. PNȚCD a obținut 2483 de mențiuni, din care 91,38% neutre și 0,08% critice ;
5. USD a obținut 2695 de mențiuni, din care 93,09% neutre și 0,06% critice ;
6. UDMR a obținut 1901 de mențiuni, din care 81,90% neutre și 18,09% critice ;
7. PSM a obținut 1949 de mențiuni, din care 89,12% neutre și 10,87% critice ;
8. PRM a obținut 1391 de mențiuni, din care 85,40% neutre și 14,59% critice ;
9. PD a obținut 2149 de mențiuni, din care 83,06% neutre și 16,19% critice ;
10. PAC a obținut 2031 mențiuni, din care 94,33% neutre și 0,05% critice.

Conform studiului ROMEDIA (octombrie 1996), PDSR a fost cel mai criticat partid în ziarele cu cel mai mare tiraj, *Evenimentul Zilei*, *România Liberă* și *Adevărul*.

Un alt studiu despre modul de tratare al partidelor politice și candidaților în mass-media (Agenția pentru Monitorizarea Presei, 17 septembrie-18 octombrie 1996) arată că marile ziare independente „naționale”, *Ziua*, *România Liberă*, *Vremea* și *Cotidianul* au publicat mai des articole partizane (pozitive sau negative), pe

când *Adevărul*, *Cronica Română*, *Evenimentul Zilei* și *Jurnalul Național* au publicat mai frecvent articole neutre.

În alt tip de jurnalism legat de campania electorală/politică, presa națională era ocupată să publice, să încurajeze și să alimenteze speculații diferite despre „absenteismul” și „fraudele” așteptate în ziua alegerilor și în timpul celui de-al doilea tur de scrutin al competiției prezidențiale. A făcut acest lucru fără multe informații verificabile care să le sprijine afirmațiile și insinuările. Cu aceeași abordare pre-profesională, ea a încurajat de asemenea speculațiile privind o înclinație americană către președintele în exercițiu și a contribuit la ofensiva campaniei asupra și în spatele răutății generate de politicianii înșiși¹⁹. Aceste tipuri de articole pot fi considerate un bun exemplu de „întâietate”. „Încadrarea” a fost de asemenea o parte identificabilă în tratarea campaniei în presă. De pildă, articolele despre un grup de consultanți politici americani angajați de Ion Iliescu, articolele despre procesul și, în continuare, despre verdictul de vinovat dat celor doi jurnaliști de la cotidianul *Ziua*, inclusiv reacțiile presei străine, au fost împănate cu replici îndreptate clar împotriva pretenției de a fi reales a președintelui în exercițiu.

De fapt, presa nu a tratat cazuri justificate și documentate de infracțiuni în timpul campaniei²⁰ și a prezentat volumul sporit de comunicate de la partidele politice și candidați la cititorii lor. Chiar mai mult decât televiziunea, ziarele au copleșit cititorii cu rezultatele sondajelor și cercetărilor, concentrându-se de obicei asupra aceluși candidat care a câștigat sau a pierdut teren în diferitele studii. Utilizarea ca atare a acestor sondaje sau ca parte a comentariilor și știrilor a fost o schimbare vizibilă în mass-media românești în 1996, comparativ cu 1992.

Într-o încercare de a da o replică dezbaterilor prezidențiale televizate, cotidianul *Adevărul* a invitat nouă candidați la redacție, pe 25 octombrie 1996, pentru un interviu/masă rotundă și a publicat un raport integral al evenimentului, a doua zi.

Datorită stării de spirit și a sentimentelor negative ale audienței privitor la toate aspectele vieții și ale regimului guvernant, aceasta a fost mult mai receptivă în 1996 la :

- natura negativistă, senzaționalistă, zvonistică a presei și la articolele despre corupție. Aceste tipuri de articole nu au avut o rezonanță mare în 1990 și 1992, dar și-au găsit audiență în 1996, una mult mai interesată și mai dornică să le accepte când erau îndreptate împotriva regimului la putere. Funcția de *agenda-setting*, neîndeplinită în alegerile din 1992, a fost încercată din nou în 1996. Ea a reușit numai în acele situații în care teme din agenda mass-media s-au potrivit cu cele din agenda publicului. Cele care nu s-au regăsit în agenda publicului nu au devenit parte a acesteia ;
- natura partizană a presei, favorizând în general partidele de opoziție. Toate sondajele pre-electorale au arătat că românii favorizau opoziția și că presa pro-opoziție a devenit partenerul sau oglinda audienței, roluri care nu au fost prezente în 1992. Audiența a fost în centrul acestei schimbări a relevanței agendei ziarelor. Credibilitatea ziarelor a fost mai puțin un subiect, decât poziția pe care au împărtășit-o acestea cu audiența. Și în 1992, majoritatea presei naționale a favorizat opoziția, dar nu a avut o influență asupra rezultatelor alegerilor sau în *agenda-setting*, în principal fiindcă impresiile audienței despre regimul în exercițiu păreau să nu fie legate de aspectele negative ale vieții personale și naționale. În plus, credibilitatea presei era scăzută și tirajele în declin ;
- printre temele majore extra-campanie tratate de ziare, legate direct sau indirect de cursa politică, erau inflația și prețurile, siguranța locurilor de muncă și combaterea șomajului, corupția, protecția socială, relațiile cu străinătatea/ imaginea României și extinderea economiei de piață sau lipsa ei²¹. Aceste teme s-au potrivit doar parțial cu agenda publicului, așa cum a reieșit din studiul IS din 21-30 octombrie 1996

(vezi Secțiunea V). În majoritatea cazurilor, indicațiile contextuale din articole, „încadrarea”, au fost de natură partizană ;

- în sfârșit, creșterea ponderii temelor politice/de campanie în 1996 comparativ cu 1992 (Coman și Gross, 1994) poate să fi prezentat de asemenea o mai mare atracție pentru cititori. Ziarele au reflectat campaniile relativ mai mari, mai bine organizate și mai orientate către mass-media în 1996 și numărul sporit de candidați la președinție. Ele nu au înlocuit „lipsa de discuție politică substanțială din campanie” (EIM, 4 noiembrie 1996), dar au contribuit la o creștere a capitalului politic.

Ele au devenit chiar componente ușor mai importante ale sferei publice decât înainte de campania electorală. Rolul lor partizan a fost unul de întărire și confirmare, dar este de asemenea posibil ca stilul lor senzationalist și anchetele de bună-credință despre corupție și infracțiunile din campanie să fi câștigat atenția publicului și să fi contribuit la a-i hotărî pe cei nedeciși.

În ciuda unei atenții ușor sporite date ziarelor în timpul campaniei, ziarele **nu au avut influență** asupra a 54,20% dintre cei chestionați, **puțină influență** pentru 26,40% și **o mare influență** pentru doar 10,70% dintre cititori, conform studiului IS (21-30 octombrie 1996). Influența limitată poate fi atribuită (1) credibilității scăzute a ziarelor și (2) valorilor informative diferite deținute de cititori față de cele exprimate prin și de presă. Este puțin probabil să credem că influența agendei mass-media a fost diminuată din cauza faptului că era în conflict cu experiența personală a cititorilor sau cu cea din alte canale de comunicare, referitor la proeminența temelor sau a evenimentelor tratate. De asemenea, există o dovadă copleșitoare că presa scrisă nu a fost atât de căutată de public precum televiziunea, astfel diminuându-i-se influența potențială.

VII. Concluzie

Mass-media românești în timpul anului electoral 1996 au reflectat natura altor instituții ale națiunii, scena politică în formare și evoluția post-comunistă: valorile lor profesionale erau instabile, partizanatul fățiș, căutarea unui rol nu avea o direcție definită, reprezentarea sau oglindirea societății uneori marginală, subțire și întâmplătoare și efectele lor mai mult indirecte și legate de o mulțime de alți factori.

Deși această examinare a rolurilor și efectelor mass-media în alegerile generale din 1996 în România nu este decisivă, ea permite unele concluzii preliminare.

Experiența personală a multor români, întărită de comunicarea interpersonală, a stabilit un climat anti-regim, unul care a privit în mod negativ partidul politic aflat la putere și pe aliații săi, ca și pe candidatul lor la președinție. Astfel, climatul public pare să fi fost stabilit în momentul începerii campaniei electorale. Climatul public/politic (a) a fost receptiv la climatul pe care mass-media partizane, majoritatea în favoarea opoziției, au încercat să-l stabilească pe timpul campaniei; (b) nu și-a avut originea în prezentarea prin mass-media a societății, politicii și campaniei, deși pare să fi fost informat și întărit de aceasta și a servit ca un test de turnesol pentru climatul pe care mass-media partizane au încercat să-l stabilească, pentru valabilitatea lui și, în consecință, pentru capacitatea de a contribui la procesul politic/electoral în 1996.

Climatul dominant stabilit de majoritatea mass-media, potrivit-vându-se cu climatul social (anti-putere), a fost intensificat de mulțimea de rezultate din sondaje/studii care au spus audienței/alegătorilor că opoziția era favorită. El poate să fi avut „cel mai tare” efect asupra celor 24-26% de alegători nedeciși. Un caz și mai relevant pentru acest efect poate fi plasat în competiția prezidențială

din al doilea tur de scrutin. Unele semnale pot să fi avut un punct de convergență în contribuția la acest efect : o cursă aproape egală în prima rundă, victoria opoziției în alegerile parlamentare, rezultatele sondajelor arătând un ușor avans al candidatului opoziției înainte de cel de-al doilea tur de scrutin din 17 noiembrie și, în sfârșit, climatul social general și agenda publicului, întărite de mass-media. Prin mediatizarea rezultatelor sondajelor/studiilor, mass-media au jucat cel mai semnificativ și eficient rol în 1996.

Deși mass-media nu au spus audienței/alegătorilor cum să gândească, ele nu le-au spus nici la ce să se gândească, fiindcă și acest lucru era deja stabilit de experiența personală și comunicarea interpersonală. În general, la fel ca în cazul climatului public/politic, agenda politică a publicului pentru competiția din 1996 pare să fi fost deja fixată în momentul începerii campaniei : (a) respingerea vechiului regim și (b) sprijinirea partidelor de opoziție. Mass-media nu au fixat agenda alegătorilor în 1996 mai mult decât au făcut-o în 1990 și 1992.

În tratarea politicii și a campaniei electorale în presa națională, favorabilă în totalitate opoziției, au selectat și au adunat teme de campanie care s-au întâmplat să se potrivească agendei politice a publicului. Tratarea în audiovizual a fost mai mult una amestecată (în favoarea celor de la putere, în favoarea opoziției sau neutră). Ea a avut un efect similar celui al presei scrise, fiindcă atunci când s-a potrivit cu agenda politică a publicului, date fiind rezultatele alegerilor, se poate spune că a înclinat să întărească agenda publicului, amintindu-i acestuia de motivele agendei sale. Televiziunea, în special prin prezența televiziunii private, comerciale, și prin varietatea programelor de campanie, a făcut o treabă bună, încercând să rețină și să sporească interesul pentru campanie, să implice alegătorii.

Se pare că temele principale ale mass-media, legate direct sau indirect de competiția politică, sau subiectele din agenda socio-politică a mass-media, au mers doar parțial în paralel cu cele din

agenda publicului. Acele subiecte din agenda publicului care nu s-au regăsit în agenda mass-media și invers nu au fost neglijate complet, dar par să fi fost doar de importanță secundară pentru public și pentru mass-media. Se pot trage două concluzii pe baza divergenței clare dintre așezarea principală a temelor în agendele publicului și mass-media : (1) agenda publicului nu a fost afectată direct de agenda mass-media, (2) mass-media au dat prea puțină atenție și au oglindit doar parțial sau deloc agenda publicului, de exemplu, nu există nici o dovadă că agenda publicului a fost influențată semnificativ de agenda mass-media.

Fiindcă agenda publicului și agenda generală a mass-media referitor la campanie/competiție politică au avut aceeași tendință, iar temele similare socio-politice au avut doar parțial aceeași tendință, mass-media au putut să joace un rol de întărire și confirmare prin prezentările de informații și opinii. Ele au contribuit mai mult la închegarea opiniei publice decât la formarea sa *per se*.

Examinarea naturii, rolului și efectelor mass-media în alegerile din România din 1996 sugerează în primul rând că agenda publicului a fost arbitrul final al rolului mass-media, al naturii sale și al gradului de efect. În schimb, aceasta sugerează și o altă teză necesitând o cercetare ulterioară : agenda publicului și climatul, starea de spirit și sentimentele alegătorilor, în situația de revoluție socială, restriște economică și restructurare politică sunt mai puțin afectate de mass-media, în special de cele cu credibilitate slabă și fără definiere profesională, ca în cazul democrațiilor abia înființate. În cel mai bun caz, mass-media pot confirma, întări, alimenta un climat existent și o agendă a publicului deja existentă și pot ajuta la crearea unui efect de „cel mai tare”. În sfârșit, ele sugerează că în această tranziție de la comunism la democrație, rolul mass-media nu e bine definit, relația lor cu audiența este nesigură, partizanatul dăunând efectelor lor parțiale asupra audienței, iar audiența este deconectată de la ele și caută moduri de a le încorpora în propriul proces de *agenda-setting*.

Articolul din săptămânalul 22 (Orăscu, 20 ianuarie 1997) care a conferit în mod greșit un asemenea rol important presei („presa și-a îndeplinit rolul său ca lider de opinie”) în victoria opoziției din noiembrie 1996, ajunge de asemenea la concluzia că în viitor presa trebuie să facă un progres calitativ, dezvoltând un jurnalism responsabil față de cititor și cu respect față de adversari. Până atunci, mass-media din România vor rămâne doar un gigant mitic.

Note

1. Televiziunea independentă comercială nu a obținut încă o arie de acoperire națională. ProTV, postul de televiziune comercial cu cel mai mare succes, ajungea, în toamna lui 1996, la doar 61% din audiența potențială. Cu toate acestea, comparativ cu 1990 și 1992, când TVR 1 monopoliza transmisiunile, românii au avut o posibilitate mai mare de alegere în ceea ce privește televiziunea.
2. Institutul de Sociologie (IS), Academia Română, *Cercetare pre-electorală*, 5-15 octombrie 1996. Ziarele cel mai frecvent citite sunt mai degrabă cele locale, decât cele „naționale”. Tirajele în 1992 au scăzut la o fracțiune din ce au fost în 1990. Ziarele naționale au tiraje de la 7000 la 130000 de exemplare. În 1990, ziare naționale ca *România Liberă* și *Adevărul* aveau tiraje de 1,2 și, respectiv, 2 milioane de exemplare.
3. Autorul a realizat interviuri cu grupuri de jurnaliști în Timișoara, Sibiu și Iași, ca și cu jurnaliști individuali în București, în octombrie-noiembrie 1996.
4. Un indicator real este definit de Dearing și Rogers (1996, p. 7) ca „o variabilă care măsoară mai mult sau mai puțin obiectiv gradul de severitate sau de risc al unei probleme sociale”.
5. Institutul de Sociologie al Academiei Române a realizat trei studii naționale (5-15 octombrie, 21-30 octombrie, 6-14 noiembrie 1996). Le sunt recunoscător lui Ion Drăgan, directorul Institutului, Valentinei Marinescu și restului echipei de cercetare pentru includerea în studiul lor a unor întrebări/arii de investigare specifice, de interes pentru mine.
6. În momentul când a început campania electorală, existau 222 de posturi de radio și 141 de televiziune, majoritatea locale.
7. Nu există date exacte pe care să le ofer. Este doar observația mea în alegerile generale din 1990, 1992 și 1996. Asemenea instituții de investigare/sondaj ca Institutul pentru Cercetarea Calității Vieții, Centrul Independent pentru Studii Sociale și Investigări și Centrul pentru Sociologie Urbană și Regională nu existau în 1990 și 1992.

8. Din interviuri cu jurnaliști în Timișoara, octombrie-noiembrie 1996.
9. Am fost invitat să mă alătur delegației internaționale de observatori în alegerile generale din 1992, delegație organizată de Institutul Național Democratic și Institutul Republican Internațional, care a vizitat centre de votare în ziua alegerilor.
10. FSN s-a împărțit în două partide diferite, în 1992.
11. ProTV este un *joint-venture* româno-american care a început să emită în 1995. Autorul a realizat interviuri cu personalul din conducerea ProTV, în ianuarie și noiembrie 1996.
12. Sondajul Gallup International a fost oferit în formă mimeo de ProTV.
13. Din interviuri cu jurnaliști, octombrie-noiembrie 1996.
14. Cele mai bune exemple sunt de la ProTV. Postul a prezentat câteva programe legate de alegeri, desemnate atât să informeze, cât și să distreze și să promoveze postul, de exemplu „Caravana” și „Cabina ProTV”, printre altele.
15. Decizia 88 a Consiliului Național al Audiovizualului interzicea ca evenimentele de campanie să fie incluse în programele de știri.
16. În studiul său din 7-11 octombrie, CSI a descoperit că TVR 1 „Actualități” a oferit 29 de minute și 32 de secunde lui Constantinescu, 29 de minute și 11 secunde lui Roman și 27 de minute și 52 de secunde lui Iliescu. Prezentarea partidelor politice a fost clar înclinată spre PDSR, care a ocupat 40% din timpul alocat prezentării partidelor. CDR și USD, la un loc, au primit numai puțin peste o treime din timpul acordat PDSR. În programele electorale speciale ale TVR 1, PDSR a primit mai mult timp de antenă (56 de minute și 25 de secunde) decât celelalte partide de opoziție (CDR, 43 de minute și 7 secunde ; USD, 41 de minute și 10 secunde). Vezi „Monitorizarea emisiunilor politice ale TVR”, în 22, 22 octombrie 1996.
17. Din interviuri cu jurnaliști în Timișoara, Sibiu, Iași și București, în octombrie-noiembrie 1996.
18. Un asemenea exemplu este un articol despre regimul la putere care cumpără influența Washington-ului și a jurnaliștilor americani (Ardeleanu, 1 noiembrie 1996). Sursele nu erau menționate, principalii protagoniști ai articolului nu erau intervievați, zvonurile erau tratate ca fapte.
19. De exemplu, au existat articole despre trecutul etnic al lui Petre Roman și Ion Iliescu, care erau desemnate să speculeze atitudinile xenofobe din anumite straturi ale societății. Articolele anticipate despre fraude în

timpul alegerilor aveau prea puțină substanță, dovezi sau surse, bazându-se pe zvonuri, speculații și o mare cantitate de imaginație. Observatorii străini au fost de acord că nu a existat nici o fraudă organizată, vizibilă în alegerile din 1996.

20. Cea mai mare lovitură jurnalistică a fost descoperirea unui telefon electoral fraudulos presupus a fi folosit de PDSR.
21. Autorul a examinat patru cotidiene de largă circulație (*Adevărul*, *România Liberă*, *Ziua* și *Evenimentul Zilei*), în perioada 24 octombrie-8 noiembrie 1996.

Referințe bibliografice

- Agenția de Monitorizare a Presei, 17 sept.-18 oct. 1996, „Adevărul – campion al obiectivității în campania electorală”, *Adevărul*, 30 oct. 1996, p. 2.
- Ardeleanu, Tana, 1 nov. 1996, „Regimul Iliescu a încercat să mituiască ziariști americani pentru a-și spăla imaginea”, *Ziua*, p. 3.
- Berelson, B., Lazarsfeld, P. & McPhee, W., 1954, *Voting*, Chicago : University of Chicago Press.
- Centrul pentru Sociologie Urbană și Regională, 9-15 oct. 1996, *Barometrul de opinie publică*, București.
- Centrul Independent de Studii Sociale și Sondaje, 31 oct. 1996, „În ultima zi a campaniei electorale curg sondajele de opinii”, *Evenimentul zilei*, p. 7.
- Centrul Independent de Studii Sociale și Sondaje, 16-22 oct. 1996, „Monitorizarea emisiunilor politice ale TVR”, în 22, p. 6.
- Centrul Independent de Studii Sociale și Sondaje, sept. 1996, *Monitorizarea reflectării vieții politice în emisiunile posturilor TV TVR1, Tele7abc, Antena 1 și ProTV*, București, Mimeo.
- Cionoff, Șerban, 17 sept. 1996, „Mass-media română: între angajare politică și mercenariat”, *Dimineața*.
- Cionoff, Șerban, 12 sept. 1996, „Presa – «câinele de pază» sau «cățelul de budoar» al campaniei electorale?”, *Dimineața*.
- Cohen, Bernard, 1963, *The Press and Foreign Policy*, Princeton, NJ : Princeton University Press.
- Coman, Mihai, dec. 1996, „«Câinele de pază» al presei”, *Curierul Românesc*, 9(12), 7.
- Coman, Mihai & Gross, Peter, 1994, „The 1992 Presidential/Parliamentary Elections in Romania’s Largest Circulation Dailies and Weeklies”, in *Gazette*, 52(3), 223-240.

- Cristoiu, Ion, 18 sept. 1996, „O somație pentru Cornel Nistorescu”, *Evenimentul Zilei*, p. 1.
- Dearing, James & Rogers, Everett M., 1996, *Agenda-Setting*, Londra, New Delhi & Thousand Oaks, CA : Sage.
- European Institute for the Media, 4 nov. 1996, *Monitoring of the Media Coverage of the Presidential and Parliamentary Elections in Romania – A Preliminary Report*, București & Düsseldorf.
- Graber, Doris, 1989, *Media And Politics : A Theme Paper*, lucrare prezentată la conferința anuală a Midwest Political Science Association, Chicago.
- Gross, Peter, 1996, *Mass Media in Revolution and National Development. The Romanian Laboratory*, Ames : Iowa University Press.
- Helman, Arnold, sept. 1996, „S-a pus un punct mare pe «i»”, *Dimineața*, pp. 1, 7.
- Hobsbawm, Eric, 1996, *The Age of Extremes. A History of the World, 1914-1991*, NY: Vintage Books.
- Institutul de Sociologie, 5-15 oct ; 21-30 oct ; 6-14 nov. 1996, *Ancheta Panel asupra comportamentului electoral*, București, Academia Română.
- Institutul pentru Cercetarea Calității Vieții, studiul din martie 1996, în *Barometrul de opinie publică*, oct. 1996, București : Centrul pentru Sociologie Urbană și Regională.
- Iyengar, S. & Kinder, D.R., 1987, *News that Matters : Television and American Opinion*, Chicago : University of Chicago Press.
- Jamieson, Hathleen Hall, 1992, *Dirty Politics. Deception, Distraction and Democracy*, Oxford & N.Y. : Oxford University Press.
- Klaper, Joseph, 1960, *The Effects of Mass Communication*, N.Y. : Free Press.
- Lenart, Silvo, 1994, *Shaping Political Attitudes. The Impact of Interpersonal Communication and Mass Media*, Londra, New Delhi & Thousand Oaks, CA : Sage.

- Lippmann, Walter, 1922, *Public Opinion*, N.Y. : Harcourt Brace Jovanovich.
- McCombs, Maxwell & Shaw, Donald, 1972, „The Agenda-Setting Function of the Mass Media”, *Public Opinion Quarterly*, 36, pp. 176-187.
- McCombs, Maxwell & Shaw, Donald, 1976, „Structuring the Unseen Environment”, *Journal of Communication*, 26(2), 18-22.
- McCombs, Maxwell & Shaw, Donald, 1977, „Agenda-Setting and the Political Process”, in D. Shaw & M. McCombs (ed.), *The Emergence of the American Political Issues: The Agenda-Setting Function of the Press* (pp. 149-156), St. Paul, MN : West.
- Negrine, Ralph & Papathanassopoulos, Stylianos, 1996, „The «Americanization» of Political Communication : A Critique”, *Harvard International Journal of Press/Politics*, 1(2), 45-62.
- Noelle-Neumann, Elizabeth, 1974, „The Spiral of Silence”, *Journal of Communication*, 24, 43-51.
- Orăscu, Șerban, 14-20 ian. 1997, „Rostul presei independente după schimbarea de guvern”, 22, p. 3.
- Patterson, T.E., 1980, *The Mass Media Election*, N.Y. : Praeger.
- Preisz, Dan, 5 aug. 1996, „«Vocea României» inventează un fals subiect pentru a ataca Secția Politică a «României Libere»”, *România Liberă*, p. 3.
- Rogers, Everett M. & Dearing, James W., 1994, „Agenda-Setting Research : Where Has It Been, Where Is It Going ?”, in Doris A. Graber, *Media Power in Politics* (pp. 77-95), Washington, D.C. : CQ Press.
- Romedia, oct. 1996, *Viața partidelor în presa cotidiană a trimestrului III 1996*, București : Agenția de știri și analize, Mimeo.
- Selznick, Philip, 1992, *The Moral Commonwealth*, California University Press.
- „Telegrama”, 4 dec. 1996, *Revista Presei*, nr. 377 (Telegrama este un serviciu cotidian de știri pe Internet cu sediul în București și distribuit de California State University, Chico).

- Tully, James, 1995, *Strange Multiplicities*, Cambridge University Press.
- Uncu, Anton, 14 aug. 1996, „A patra putere”, *România Liberă*, p. 1.
- Uncu, Anton, 21 sept. 1996, „Independența presei”, *România Liberă*, p. 1.
- Waldren, Jeremy, 1992, *Liberal Arts*.
- Webber, Jeremy, *Reimagining Canada*, McGill.
- Webber, Jeremy, *Postethnic Politics*.

Seria : **Media**

au apărut :

Mihai Coman (coord.) – *Manual de jurnalism. Tehnici fundamentale de redactare* (vol. I, vol. II)

David Randall – *Jurnalismul universal*

Norbert Bakenhus – *Radioul local. Ghid practic pentru jurnaliști*

Melvin L. DeFleur, Sandra Ball-Rokeach – *Teorii ale comunicării de masă*

Patrice Flichy – *O istorie a comunicării moderne. Spațiu public și viață privată*

Marian Petcu – *Puterea și cultura – o istorie a cenzurii*

Paul Marinescu (coord.) – *Managementul instituțiilor de presă din România*

Peter Gross – *Colosul cu picioare de lut. Aspecte ale presei române post-comuniste*

în pregătire :

Roger Silverstone – *Televizorul și viața de zi cu zi*

John Hartley – *Discursul știrilor*

Bun de tipar : august 1999. Apărut : 1999
Editura Polirom, B-dul Copou nr. 4 • P.O. Box 266, 6600, Iași
Tel. & Fax (032) 214100 ; (032) 214111 ;
(032) 217440 (difuzare); E-mail : polirom@mail.dntis.ro
București, B-dul I.C. Brătianu nr. 6, et. 7 ;
Tel. : (01) 3138978 ; E-mail : polirom@dnt.ro



Tiparul executat la Polirom S.A., 6600, Iași
Calea Chișinăului nr. 32
Tel. : (032) 230323 ; Fax : (032) 230485
