

BINOMUL „MASS MEDIA – POLITICĂ” DREPT MANIFESTARE CVASIDEMOCRATICĂ

Dumitru ȚURCANU

Catedra Jurnalism

The article approaches the problem of relations among mass-media, society and policy, emphasizing the significance of the natural function of all the elements of this trinity for a democratic society.

When the society is excluded from these relations, mass-media cope or deal only with the politics and in the majority of cases, reducing itself to power enslavement.

So, in these circumstances, as the author stresses, the transparency of the governing process suffers a lot and respectively suffers the entire democratic process of the state.

Realitățile politico-mediatică din spațiul posttotalitar, oricât ar fi de insistente eforturile de a le prezenta într-o lumină atractivă pentru standardele democrației europene, vin să afirme un adevăr, în viziunea noastră, îngrijorător pentru societate. În timp ce sistemele democratice, unde presa, în virtutea funcțiilor sale, tinde să determine acțiunile guvernării prin mecanismul formării opiniei publice, demonstrează viabilitatea trinomului relațional „Mass media – societate – politică”, cele posttotalitare elimină societatea din aceste relații, acceptând și promovând binomul „mass media – politică”.

Într-o democrație afirmată presa nu impune guvernării opiniile proprii, dar nici puterea/politicul, la rândul ei, nu reușește în eforturile de a-și impune opinia presei pentru ca aceasta să o reflecte fidel, influențând opinia publică. În condițiile democrației avansate, mass-media se manifestă prin realizarea mai mult sau mai puțin pregnantă a unor funcții de principiu, formulate concis de D.Pop [1]. Presa efectuează controlul public, al comunității asupra calității guvernării, asupra puterii politice. Deci, mass-media supraveghează ca relația dintre cei conduși și conducători să se dezvolte în limitele constituționale, ale dreptului. Această funcție pornește de la ideea lui Thomas Paine, publicist și om politic american, enunțată la 1792. Ea se reduce la dreptul și puterea rațiunii indivizilor de a lupta împotriva oprimării din partea autorităților. O altă funcție mediatică este cea care vizează relația dintre conducători și cei conduși. Aici presa nu numai mediatizează deciziile, acțiunile, demersurile guvernării, dar și motivează (în condițiile unei democrații mature) cetățenii, contribuie la conștientizarea de către ei a oportunității deciziilor politice și a eforturilor comune pentru materializarea lor. Or, în Republica Moldova această funcție este la fel de derizorie, deoarece „dialogul guvernanti – guvernați este mai mult post-factum, etapele sale fiind adoptarea, aplicarea deciziilor și numai în măsura în care acestea din urmă întâmpină o rezistență deosebită din partea destinatarilor ei are loc o comunicare” [2]. Mass-media în acest caz prezintă corect, operativ și nepărtinitor atât deciziile, ideile relevante, proiectele guvernanților, cât și acțiunile întreprinse, „costul” realizării lor. În sfera publică, fiind prezentate de mass-media, se stimulează discuțiile libere, are loc formarea opiniei publice vis-à-vis de activitățile guvernării. Anume pe această cale guvernării află amănunțit despre doleanțele cetățenilor, anume de aici puterea acumulează idei, opinii, viziuni pentru îmbunătățirea actului guvernării, pentru rectificarea propriilor decizii.

Cea de-a treia funcție, formulată de cercetătorul român, vizează relația dintre cetățeni, indivizi, dintre membrii societății în procesul de comunicare politică și de liberă circulație a ideilor și opiniilor. Adevărul, soluțiile optime în cele mai stringente probleme de ordin social-politic pot fi descoperite numai din discutarea liberă a opțiunilor și în afara oricăror forme și modalități de control din partea puterii. Or, în cazul când mass-media este privată (ori s-a autoprivat) de această funcție de „tribună liberă” a publicului, din trimonul, despre care vorbeam la început, dispare unul dintre elementele lui de bază – societatea [3]. Eliminarea spațiului public din actul comunicațional, fie că această acțiune vine din partea mass-media, fie că în urma inițiativei politicii, reduce din funcțiile de câmp mediatic al presei, fortificându-i cea de actor politic autonom, de sursă de legitimare a politicii. Or, tocmai mass-media constituie pârghiile specifice ale puterii, pe de o parte, și ale opoziției, pe de altă parte, în promovarea viziunilor, pozițiilor și atitudinilor, apărând în calitate fie de agenți ai conservării statu-quo-ului, fie de agenți ai schimbării [4]. La modul ideal, după cum accentuează prof. V.Moraru, pentru partide mass-media „reprezintă surse inerente și, de multe ori, extraordinar de eficiente, utilizate în scopul legitimării și influenței politice” [5].

În cazul Republicii Moldova, presa nu oferă o tribună pentru exprimarea liberă a opiniilor, viziunilor, ideilor. Astfel, mass-media nu contribuie la formarea opiniei publice. Instituțiile mediatică, controlate de putere, nu depun eforturi nici pentru a informa obiectiv, echidistant despre lucrurile care au loc în realitate, nici nu creează posibilități ca cetățenii să se pronunțe liber atât vis-à-vis de deciziile luate de putere, de alternativele propuse de către partidele de opoziție, cât și față de rezultatele guvernării. Oricât s-ar mima democrația, o asemenea situație nu este altceva decât o cenzură transfigurată, mult mai perfidă decât cea ideologizată a regimului totalitar. Puterea, consultând periodic managerii instituțiilor mediatică subordonate sau alinate ei, demonstrează zi de zi că își tratează cetățenii nu ca pe niște indivizi sociali activi, capabili să gândească, să discute, să propună soluții, să participe la dezbateri deschise în societate. În linii mari, guvernarea abordează guvernării doar în calitate de consumatori de mărfuri, contribuabili și alegători [6]. Astfel, guvernarea nu s-a consultat cu cetățenii referitor la patente, ceea ce a trezit proteste din partea unei părți semnificative a populației. În afara dezbaterilor largi încearcă să se promoveze Codul Învățământului, atât de important pentru constituirea sistemului educativ în țară. Cititorului, radioascultătorului și telespectatorului îi este mai ușor să primească aprecieri gata făcute de către politicienii de la putere decât sa-și frământa de sine stătător capul asupra diverselor ipostaze de manifestare a guvernanților. Această posibilitate de contemplare pasivă este impusă zilnic de programele informative și analitice ale posturilor de televiziune subordonate guvernării. Comentatorul, apreciind evenimentele politice, comportamentul reprezentanților puterii, luarea unei anumite decizii, își reprezintă, la prima vedere, propria opinie, considerată ca o autoritate care aduce noi aspecte în privința imaginii politice formate [7]. Menționăm „la prima vedere”, deoarece în realitate nici C.Stariș în *Rezonans*, nici L.Belicencova în *Maxima* nu reprezintă decât expunerea, copia poziției guvernanților în problemele, pe care puterea le consideră oportune la o etapă ori alta. Ei vin cu opinia formată în cabinetele puterii și le sugerează telespectatorilor să nu se mai obosească să-și formeze o proprie viziune asupra lucrurilor, dar s-o accepte pe cea de la ecrane. Astfel, principala sarcină a dezinformatorilor este de a-i face pe guvernați să accepte aceste opinii, și anume – în asemenea mod ca acțiunile ulterioare ale acestora să fie dictate de propriul act volitiv [8]. În lipsa unui câmp mediatic de comunicare și discuții libere, opinia guvernanților eclipsează orice altă manifestare de gândire sau acțiune independentă a guvernanților. În locul realității, publicului i se propune o pseudorealitate, mitul vine să substituie adevărul [9]. Considerăm că ar fi, în acest context, binevenite cuvintele de apel ale cineastului american Iahu Branigan, adresate colegilor de la televiziune: „Să imităm în mod veridic viața în așa fel încât oamenii din public să poată spune că o recunosc”.

Cercetătorul francez B.Miège constată schimbările, prin care trece individul incluzându-se în câmpul mediatic, respectiv, modificările intereselor și ale comportamentului lui. El nu mai este doar cetățean și persoană privată. El este în același timp subiect social (în calitate de consumator mediatic) și persoană privată [10]. Coștient de existența acestui „loc deschis”, care își asumă un rol politic, cel de mediere [11], individul este gata să polemizeze ca subiect sacral, în orice problemă – de interes privat, de grup sau general. El vine având o anumită experiență de viață, anumite viziuni și convingeri, criterii și modele de acțiuni, principii și valori, dar din momentul când este supus presiunii puternice a lumii mediatică, mai ales în condițiile atotputerniciei presei guvernante, în special a televiziunii, individul acceptă valorile și principiile ce-i sunt oferite la ecran. Consumatorul acceptă însăși realitatea falsă (fostul primar general interimar al mun. Chișinău V.Ursu este un bun gospodar, deși după transferarea lui la alt loc de lucru s-a descoperit că este vinovat de sustragerea banilor publici în temeiul construirii și restabilirii unor obiecte sociale; prețurile la gazele naturale au crescut, chipurile, doar din cauza poziției ostile a Rusiei etc.), pe care i-o propune televiziunea [12].

Datorită efectului de „simultaneitate despațializată” (sintagmă utilizată de I.B. Thompson în *Media și modernitatea*) [13] mediile electronice televizate fac posibilă interacțiunea umană la distanțe mari, mijlocii și relativ mici, ceea ce imprimă un comportament aparte individului – telespectatorului. Chiar venit în fața ecranului cu anumite concepții, idei, valori, interese, el, în urma acestor contacte virtuale, își poate reevalua, modifica, substitui propriile interese cu cele care îi par mai atractive, mai motivate, mai „la modă”. Realitatea este dispersată – cea pe care o are el în imagini, cea pe care o cunoaște din experiență și cea formată ca rezultat al comunicării televizuale. Dat fiind faptul că în procesul raportului interpersonal televizat de „partea cealaltă a ecranului” sunt prezente, ca regulă, figuri, personalități cunoscute, individul este copleșit de această influență și pseudorelația dintre el și imaginea televizuală lasă ampente puternice asupra sistemului de valori ale telespectatorului. Deci, în lipsa posibilității de a participa personal la discuții cu reprezentanți ai comunității, care i-ar transmite propriile viziuni pentru a fi confruntate cu ale altor indivizi, cetățeanului nu-i rămâne decât să accepte valorile elaborate de putere și propuse de mass-media.

Dezbaterile televizate întotdeauna au fost arena mediatică unde cetățenii furnizează adevăruri despre calitatea guvernării. Aici se controlează difuzarea interpretărilor, opiniilor. De această tribună, într-o societate cu democrație avansată, au nevoie cetățenii pentru a-și exprima liber opiniile, dar ea este absolut necesară și politicii. În acest caz, societatea cu toate problemele ei devine cu adevărat un obiect al presei și subiect al politicii. Dezbaterile libere duc la formarea opiniei publice, care, la rândul ei, contribuie la continuarea legitimerii politicii ori la dezaprobarea publică a puterii.

Un exemplu strălucit de o asemenea dezbatere de longevitate la televiziunea NBC a fost *Tonight*, reralizată pe parcursul a peste trei decenii de Johnny Carson, cel care a inventat talk-show-ul politic. Meritul incontestabil al acestei emisiuni și al prezentatorului ei a fost că în program era prezentată starea de spirit a publicului, aspirațiile și interesele lui. Prezentatorul intuia când o opinie sau alta devenea dominantă în societate, cucerea atenția a milioane și milioane de cetățeni, fie că era vorba de opoziția în masă față de războiul în Vietnam sau de indignarea provocată de scandalul electoral Watergate, care a dus la demisia președintelui Richard Nixon. Emisiunea critica la fel de vehement atât puterea, cât și opoziția [14].

Cât privește dezbaterile de la noi, ele pot fi caracterizate prin aprecierea făcută de Pierre Bourdieu unor asemenea emisiuni. „Există dezbateri televizate, – spune cercetătorul francez, – la care participanții se comportă într-o manieră convenită, mimând conflictul de idei și opinii, contradicțiile de interes și soluții, atrăgând, volens-nolens și publicul în aceste cvasidiscuții, aparent reale, fals reale. Potrivit unui asemenea model, consumatorul poate să nu perceapă jocul subtil al producătorilor de programe, dar, de cele mai multe ori, devine „complice” al acestora, lăsându-se copleșit de falsul realității. O asemenea practică este folosită și în scopurile unei cenzuri invizibile din partea televiziunii” [15]. Considerăm că cititorul va depista cu ușurință exemple de programe de acest fel la mai multe posturi autohtone.

Societatea practic este absentă și în presa opoziției. Aici la fel foarte rar poți întâlni discuții, schimb de opinii, care ar modela anumite comportamente ale societății, ar putea dicta concepte și soluții politicii. O cauză ar fi, după cum explică cercetătorii, nivelul scăzut de participare politică a cetățenilor. Populația Republicii Moldova este caracterizată de un nivel scăzut (la maximum) al culturii politice civice, al valorilor pro-democratice [16]. Autorul intuiește, pe bună dreptate, că în Republica Moldova există grupuri politice importante (în primul rând, este vorba de PCRM de la guvernare – *n. a.*), care au tendința de a transforma democrația într-o pseudo-democrație [17], ori, mai degrabă, de a mima, după cum am menționat mai sus, procesele democratice.

O a doua cauză rezidă în evitarea de către jurnalismul de opoziție a comentariului, a analizei, a implicării societății în discuții. Or, aceasta nu este în folosul formării opiniei publice, sensibilizării societății, mai ales pentru acțiunile politice. Într-o democrație matură, jurnaliștii stau mereu cu ochii pe transformările și modificările social-politice și economice din societate. Ei veghează cu atenție evenimentele și fenomenele, le apreciază, le valorifică, le relatează și le comentează. Și toate acestea ca membrii societății să cunoască și să înțeleagă modificările realității [18]. Informarea nu poate substitui discuțiile, schimbul de opinii, dezbaterile. Pentru a forma indivizi sociali din guvernanți este necesar ca câmpul mediatic să nu fie numai prerogativa jurnaliștilor. Iar jurnaliștii urmează să prezinte în acest câmp meditații, analize, comentarii. Jurnalismul fără meditații este un nonsens, practic în acest caz nici nu putem vorbi de jurnalism [19].

O situație aparte este atunci când jurnalistul, mass-media încearcă să substituie opinia publică, manifestându-se ca actor politic autonom. Astfel, teleastul, de exemplu, comentează, prin materialele dufuzate, politica, luând parte la „facerea ei”. Pe parcursul a mai multor săptămâni jurnaliștii din România, atât din presa scrisă, cât și de la televiziune, „au luat cu asalt” conflictul dintre președintele T. Băsescu și premierul C.P. Tărăceanu și l-au transformat într-un spectacol mediatic-politic. Jurnaliștii, mai ales cei de la televiziune, erau și actori, și public, și regizori. Ei erau și procurori, și judecători. Ei făceau politică cot la cot cu politicienii, eliminând societatea, opinia publică, electoratul din această discuție. Dar, ei nu întotdeauna reprezentau opiniile, interesele, viziunile, concepțiile și dispozițiile guvernaților. Fiind doar numiți de patron, fiind simpli angajați ai unor posturi de televiziune, ei pretindeau a decide din numele întregului public. Or, politicienii sunt aleși de cetățeni, de electorat și pot fi revocați în termenul stabilit ori înainte de expirarea mandatului. În timp ce jurnaliștii, „scăldându-se” în răsuflarea libertății și democrației, uită de elementarul principiu al responsabilității sociale. În același timp, și puterea nu a manifestat interes ca problemele ce au apărut să fie puse în discuție. Ea a încercat să ascundă de societate, de alegători esența celor ce se întâmplă în politică, considerând că acest lucru nu este „de nasul electoratului”. Astfel, trinomialul „mass-media – societate – politică” degradează la banalul și deloc prielnic proceselor democratice binomialul „presă – politică”. Atestând esența fenomenului, concluzionăm că, în anumite condiții, sursa legitimității politicii poate deveni doar presa, iar a presei – doar politica, societatea încetând a mai fi obiectul presei și subiectul politicii. Dar acesta este deja un pas evident înapoi în procesul democratic.

Referințe:

1. Pop D. Democrația și mass media. - Iași: Polirom, 2001, p.217.
2. Cujbă V., Anghel E. Realizarea puterii politice asupra maselor: de la intervenție la controlul lor // Analele Științifice ale USM. Seria „Științe socioumanistice”. Vol.II. – Chișinău: CEP USM, 2005, p.51.
3. Patopievici H.-R. Presa și politica // Evenimentul zilei, 15 februarie 2007.
4. Moraru V. Relația dintre putere și opoziție în Republica Moldova din perspectiva mediatică // Puterea și opoziția în contextul managementului politic / Coord. V.Moșneaga, Gh.Rusnac, Gh.Mohammadifard. - Iași: Pan Europe, 2005, p.88.
5. Ibidem.
6. Дондурей Д.Б. Право на интерпретацию реальности // Общественные науки и современность. - 2003. - №.4. - С.167.
7. Hodoroja V. Mass media ca mecanism al formării imaginii politice // Analele Științifice ale USM. Seria „Științe socioumanistice”. Vol.II. - Chișinău: CEP USM, 2004, p.106.
8. Жириновский В. Восстань, Россия! Издание 3. - Москва: Изд-во либерально-демократической партии России, 2003, с.134.
9. Rusu R. Ideologia politică între mit și utopie // Analele Științifice ale USM. Seria „Științe socioumanistice”. Vol.II. - Chișinău: CEP USM, 2005, p.4.
10. Miège B. Spațiul public: perpetuat, lărgit și fragmentat / Is. Paillart (coord.). Spațiul public și comunicarea. - Iași: Polirom, 2002, p.67.
11. Moraru V. Comunicarea politică și știința politică: raporturi și interferențe // Analele Științifice ale USM. Seria „Științe socioumanistice”. Vol.III. - Chișinău: CEP USM, 2001, p.32.
12. Дондурей Д.Б. Право на интерпретацию реальности // Общественные науки и современность. - 2003. - №.4. - С.167.
13. *Apud* Haineș R. Televiziunea și reconfigurarea politicului. - Iași: Polirom, 2002, p.30.
14. Semenciuc V. O legendă a televiziunii americane // Curierul economic, nr.23 (58), 4 noiembrie 2005.
15. Bourdieu P. Sur la télévision suivi de L'emprise du journalisme. - Paris: Raisons d'Agir, Liber, 1996, p.52.
16. Vareaghin I. Modele ale tranziției spre democrație // Analele Științifice ale USM. Seria „Științe socioumanistice”. Vol.II. - Chișinău: CEP USM, 2006, p.147.
17. Ibidem, p.148.
18. Stepanov G. Responsabilitatea socială a jurnalistului: valori și atitudini // Analele Științifice ale USM. Seria „Științe socioumanistice”. Vol.II. - Chișinău: CEP USM, 2005, p.23.
19. Бовин А. Хорошо, что я сменил профессию // Журналист. - 1994. - №10. - С.2.

Prezentat la 20.03.2007