

Mass-media și democrația în România

Ioan CONDEA¹

Abstract: *A strong press is the first pillar for a strong democracy and quality and integrity journalism can only work in a healthy society with a strong economy in which mass media does not depend on government contracts of publicity and public relations. Romania, as a well-anchored state in European values, must rely on the power of an independent press and not to be afraid of it. In this article I have tried to see some problems the Romanian press is facing, in relation to the democratic values.*

Keywords: *mass-media, democracy, Romanian press*

Orice tratat de științe politice prezintă presa ca fiind cea de-a patra putere într-un stat democratic². Observatorul care are grijă ca toate celelalte puteri să nu derapeze de la valorile democrației este presa, așa numitul „watch-dog” (câinele de pază al democrației)³. Presa monitorizează actul de putere în mod critic și expune opiniei publice toate derapajele de la democrație a celorlalte puteri publice și chiar din interior ei.

Există și o altă viziune a relațiilor de putere într-o societate democratică. John Thomson, în volumul “Media și modernitatea - o teorie socială a mass-media”⁴, arată că într-o societate democratică există puterea politică, puterea economică, puterea coercitivă sau puterea militară (indiferent de culoarea uniformelor) și puterea simbolică (puterea culturală care include și mass-media). Relația de ordine între cele patru puteri în

¹ ¹ Universitatea Hyperion din București, student la Facultatea de Jurnalism

² Pop, Doru, *Mass media și politica. Teorii, structuri, principii*, Editura Institutul European, Iasi, 2000, p.17.

³ *Ibidem*, p. 13.

⁴ Thomson, John, *Media și modernitatea- o teorie socială a mass-media*, Editura Antet, Oradea, 1998, p. 27.

raport cu mass-media este următoarea, conform lui Thomson: puterea politică, puterea coercitivă și puterea economică folosesc puterea simbolică pentru a-și justifica deciziile și opțiunile¹. O evaluare simplă a situației din România arată că modelul lui Thomson se apropie cel mai mult de realitatea din țara noastră.

În România, Revoluția de la 1989 și odată cu ea apariția democrației liberale duce la formarea presei pe principii fundamentale ca: libertate și egalitate. Odată cu dispariția propagandei PCR se implementează conceptul de pluri-partitism, libera exprimare a cetățeanului este stipulată în Constituție iar procesele democratice încep să funcționeze. Piața liberă a dus la formarea de mijloace de informare (ziare, posturi de radio și tv, mai târziu presa online) libere conceptual și/sau puternice financiar pentru a nu fi influențate de către interese obscure individuale.

Cea mai simplă definiție a unei societăți democratice include trei concepte: economie de piață, libertatea presei și pluripartitism.

„Mass-media liberă și pluralistă este vitală pentru societățile noastre democratice. Fără o mass-media de calitate nu poate exista o dezbatere publică pe măsură. Iată de ce trebuie să ne asigurăm că jurnaliștii își pot desfășura activitatea în deplină libertate. Cetățenii Europei trebuie să poată avea încredere în independența presei dacă ne dorim ca democrațiile noastre să funcționeze adecvat.”² a declarat în 2016 vicepreședintele Comisiei Europene, dl Frans Timmermans, la Colocviul anual privind drepturile fundamentale.

Acest lucru trebuie să îl înțeleagă și politicienii de la București, și anume, o democrație puternică nu poate exista fără o presă puternică, iar un jurnalism de calitate și integru poate funcționa doar într-o societate sănătoasă cu o economie de piață în care mass-media nu depinde de contractele guvernamentale de publicitate și relații publice. Internetul, ultimul canal de comunicare apărut ca urmare a dezvoltării tehnologiei digitale, schimbă complet conceptele tradiționale despre mass-media. Regula celor trei surse a devenit – „cine difuzează primul și apoi mai

¹ *Ibidem*, p. 65.

² Comisia Europeană - Comunicat de presă, Bruxelles, 17 noiembrie 2016 – Comisia Europeană găzduiește cel de al doilea Colocviu anual privind drepturile fundamentale, pe tema „Pluralismul mass-media și democrația”.
<https://www.efc.com/efe/english/life/eurobarometer-says-57-percent-of-europeans-think-mass-media-not-independent/50000263-3099917>

vedem”. Acuratețea informației a fost înlocuită de prioritate. Informația este înlocuită din ce în ce mai des de emoție. Nu se mai urmărește informarea cetățeanului ci cucerirea minții acestuia. Se urmărește adeziunea publicului permanent pentru bătălii punctuale. A început astfel să se vorbească din ce în ce mai mult de post-adevăr. Acesta a fost cel mai căutat cuvânt pe Internet în 2016. Știrile pe Internet sunt din ce în ce mai des însoțite de fake news. Știrile false au apărut de la începutul presei, însă scara actuală de difuzare este practic la nivelul întregii societăți umane. O știre falsă difuzată la Sidney poate fi citită, vizionată instantaneu și la București. Scandalul Cambridge Analytica este un exemplu de modul fraudulos în care poate fi folosită tehnologia, împotriva democrației.

Mass-media se află la intersecția a două obiective fundamentale, contradictorii. Unul este cel asumat de a informa cetățenii. Altul este economic, mass-media este o afacere în care se investesc bani și din care se câștigă bani. Unde este limita de la care un obiectiv este anihilat de celălalt obiectiv? Este o întrebare care așteaptă un răspuns. Internetul reclamă un nou model economic pentru mass-media și deocamdată avem doar încercări.

Pentru a putea vedea o confruntare liberă de orice manipulare este nevoie de ceea ce numim “talk show”. Doi politicieni, adversari care dezbate un subiect în prezența unui ziarist echidistant și bine documentat. Acest fapt poate fi esența procesului jurnalistic într-o societate democratică. Din păcate, mass-media în România de astăzi este puternic polarizată, ceea ce reclamă o mai mare atenție din partea cetățeanului privind informarea. Și anume: fiecare canal de televiziune propovăduiește adevărul propriu. Această polarizare este vizibilă și în SUA, unde CNN este un canal de știri aflat în sfera de influență a partidului democrat american iar Fox News în zona de influență a partidului republican.

Această polarizare a dus la reducerea încrederii publicului față de presa americană, aspect prezentat în rapoartele anuale “The State of the News media”¹ publicate de Pew Research.

Pentru a te informa, în România este nevoie să urmărești mai multe canale de știri și să compari permanent realitatea reconstruită cu propriile observații.

În ultima vreme se observă o schimbare a strategiilor de alcătuire a programelor, și anume, se urmărește un amalgam de știri, informări și

¹ Pew Research Center, february 16, 2017 <http://www.people-press.org/2017/02/16/in-first-month-views-of-trump-are-already-strongly-felt-deeply-polarized/>

comedie care duce inevitabil la adormirea simțurilor, să numai știi ce e important, sau ce e dăunător, să iei totul ca pe o glumă, să nu mai ai în minte reacția de împotrivire. Pentru a se evita pe viitor derapajele de la democrație și ca presa să devină într-adevăr cea de-a patra putere în stat este nevoie de cultivarea consumatorului de presă în primul rând, cititorul trebuie să își cunoască drepturile și obligațiile în statul democratic. Economia de piață, statul de drept, libertatea presei, etica jurnalistică întăresc faptul jurnalistic.

În această tranziție spre o economie de piață viabilă, care parcă este tot mai departe, actorii implicați în procesul mediatic și-au făcut mai bine sau mai puțin bine datoria. În continuare voi prezenta câțiva factori care au adus atingere libertății de exprimare a presei în România ultimilor ani:

1. Scandalurile legate de existența sau non-existența agenților sub acoperire în redacții. Aceste dispute au slăbit serios încrederea în mass-media.¹

2. Intensificarea acțiunilor de intimidare împotriva unor jurnaliști și activiști civici.²

3. Considerarea mass-media ca o vulnerabilitate la siguranța națională.³ Acest scandal a apărut ca urmare a tentativei de a introduce această idee în strategia de securitate, în primul mandat al președintelui Traian Băsescu.

4. Implicarea jurnaliștilor în activități politice, fără declararea deschisă a acestui fapt.⁴

În piața media se simte nevoia unei reglementări legislative care să dea credibilitate unor surse, unor publicații, care să creeze o autoritate în domeniu. Tot mai des se vehiculează ideea înființării unui nou organism care să poată reglementa tot ce înseamnă traficul de informații în spațiul media. Opinia publică este informată corect sau dirijată de la faptul de interes maxim prin aceste păcăleli care ne duc la pierderea interesului și devierea către altceva.

Sistemul politic din România influențează indiscutabil presa din România, prin metode mai mult sau mai puțin persuasive. Mass-media din România este în primul rând vulnerabilă economic. Piața de publicitate din

¹ Raportul Freeex, Libertatea Presei in Romania
2012 <https://activewatch.ro/ro/freeex/evenimente-si-activitati/lansare-raportul-freeex-2012>

² idem

³ idem

⁴ idem

România este de aprox. 400 de milioane de euro anual.¹ Această piață se împarte la un număr prea mare, consider eu, de canale media. Este important să definim ce vrem: multe canale media, dar vulnerabile economic sau mai puține dar puternice economic, capabile să reziste la șantaj? Poate că a venit timpul ca obținerea licenței pentru un radio sau televiziune să se facă contra unei taxe, așa cum este în Uniunea Europeană. Pentru că obținerea unei licențe de radio sau televiziune nu înseamnă permisiunea de a tipări bani.

Bibliografie

Cărți:

1. Coman, Mihai, *Din culisele celei de-a patra puteri: Introducere în sistemul mass-media*, Editura Caro, 1998.
2. Coman, Mihai, *Manual de jurnalism*, Editura Polirom, Iași, 2016.
3. Gillmor, Dan, *We the media: Grassroots journalism by the people, for the people*, 2004.
4. Meyer, Thomas & Hinchman, Lew *Media Democracy: How the Media Colonize Politics*. Cambridge, Polity Press, 2002.
5. Pop, Doru, *Mass media și politica. Teorii, structuri, principii*, Editura Institutul European, Iasi, 2000.
6. Thomson, John, *Media și modernitatea, o teorie socială a mass-media*, Editura Antet, Oradea, 1998.

Surse online:

1. Agencia EFE <https://www.efe.com/efe/english/life/eurobarometer-says-57-percent-of-europeans-think-mass-media-not-independent/50000263-3099917> accesat in data 3 nov 2018.
2. Pew Research Center, <http://www.pewresearch.org>; accesat in data 4 nov 2018.
3. Raportul Freeex, Libertatea Presei in Romania 2012. <https://activewatch.ro/ro/freeex/evenimente-si-activitati/lansare-raportul-freeex-2012>; accesat in data 3 nov 2018.
4. Media Factbook Romania 2018 <http://www.mediafactbook.ro/preview>; accesat in data 3 nov 2018.

¹ Conform Media Factbook Romania 2018 <http://www.mediafactbook.ro/preview>