

Încrederea se prăbușește, Radioul rămâne

Flavia VOINEA*

Tema prezentei conferinței de astăzi este, în egală măsură, generoasă și copleșitoare. Conține termeni esențiali pentru o societate civilizată, evoluată (*democrația*) și pentru instituția¹ din care fac parte (*interesul public*).

În era digitală, încrederea în instituții, în general, s-a erodat. Oamenii nu mai au încredere în politicieni, în partide, în ONG-uri, în elite. Și consideră că „sistemul” i-a trădat! După ce, ani de-a rândul, presa a cerut socoteală diferitelor instituții, acum a ajuns să fie considerată ea însăși o „instituție” și să plătească pentru asta!

Aceasta a fost una din cele mai clare și dure concluzii ale unui studiu semnat Reuters Institute² și prezentat acum un an, la Conferința internațională a difuzorilor publici (radiouri și televiziuni deopotrivă), organizat de Radio România.

Barometrul Edelman al Încrederii³ arată că, în ultimii doi ani, încrederea publicului a scăzut sub 50% în două treimi din țările analizate. Și vorbim aici de încrederea generală în companii, guverne, media și ONG-uri.

De ce s-a întâmplat asta? Din mai multe motive:

1. Globalizarea și împrăștierea informației, în special a celei „negative”;
2. Creșterea exacerbată a individualismului;
3. Așa numita „înțelepciune a mulțimii” – prietenii și familia au parte de o rată a încrederii cel puțin egală (dacă nu mai mare) comparativ cu elitele din acel domeniu;
4. Și, nu în ultimul rând, din pricina unui sistem care tinde să favorizeze senzaționalul, exagerarea, titlurile înșelătoare.

Ce anume face ca publicul să aibă încredere într-un brand? Într-un anume trust de presă?

* Redactor șef, Radio România București FM

¹ Societatea Română de Radiodifuziune

² <http://www.digitalnewsreport.org/survey/2017/>

³ <https://www.edelman.com/trust-barometer>

5. În primul rând, faptul că jurnalistul relatează ceea ce vede! Publicul face diferența între știre și comentariu, iar ”penalizarea” se face în zona de ”încredere”;

6. Apoi, reputația – asociată strâns cu credibilitatea. Nu în ultimul rând, ajută mult ideea de pregătire, de instruire a jurnaliștilor.

Dacă am judeca într-un top, am observa o schimbare a primelor trei poziții, dar acestea se regăsesc în top, în toate țările analizate.

În 2017, Reuters Institute a derulat un studiu¹ privind obiceiurile de consum media. Au răspuns 70 000 de persoane din 36 de țări de pe 5 continente.

Studiul a relevat ceva ce multă lume simțea deja: cu cât este mai mică vârsta publicului, cu atât mai ridicat este consumul lor de social media. O treime din publicul cu vârste între 18 și 24 de ani consideră social media drept principala sursă de știri!

Conform aceleiași surse, este în creștere procentul de public care evită constant știrile. În 2017, acesta era 29%. Jumătate dintre aceștia spun că știrile au un impact negativ asupra stării lor de spirit.

Cum se traduce, de fapt, această afirmație? Oamenii se simt neputincioși în fața unor situații sau decizii prezentate; nu au siguranța că cele prezentate sunt adevărate (din cauza volumului mare de *fake* și *false news*); au alte priorități.

În raportul său din 2018, *Pricewaterhouse Coopers*² susține că, pe viitor, vor rezista și vor fi puternice acele instituții de presă care vor avea abilitatea de a câștiga și de a menține încrederea consumatorilor.

Ideea de încredere se definește prin:

1. Este conținutul livrat demn de încredere? Are credibilitate?
2. Compania are grijă de datele personale / individuale ale consumatorului/utilizatorului? (celebrul GDPR)
3. Este compania utilă societății?

Da, încrederea și corectitudinea sunt mai importante, în 2018, decât viteza de livrare a unei informații.

Conform *EuroBarometrului*, publicat de Comisia Europeană în decembrie 2017,³ radioul rămâne cel mai de încredere mijloc de comunicare în masă, din Europa. **59% dintre cetățenii UE tind să aibă încredere în**

¹ <http://www.digitalnewsreport.org/survey/2017/>

² <https://www.pwc.com/gx/en/industries/tmt/media/outlook.html>

³ <http://ec.europa.eu/commfrontoffice/publicopinionmobile/index.cfm/Survey/getSurveyDetail/surveyKy/2143>

radio, față de 51% în televiziune, 47% în presa scrisă, 34% în internet și 20% în rețelele de socializare.

Pe de altă parte, un studiu¹ făcut în aceeași perioadă pe un eșantion de 2000 de persoane din țări din vestul Europei arată că gradul de încredere în știrile furnizate de media publice este, în continuare, mare! Vorbim de 90% în Suedia, de 89% în Olanda, de 80% în Germania, Marea Britanie, Danemarca, de 73% Franța, 65% Italia, 57% Spania.

Iar dacă vorbim de cât de util este Radioul public în societatea românească, aș alege să subliniez numai rolul său de creator al unor produse culturale de excepție. Și de tradiție! De la târgul de carte *Gaudeamus*, ajuns la a 25-a ediție, și până la Festivalul Orchestrelor Radio. De la proiectele de muzică clasică din spațiile neconvenționale până la concursuri de proză scurtă dedicate liceenilor.

Și, desigur, aș vrea să subliniez datoria pe care și-a respectat-o Radioul public și oportunitatea pe care a valorificat-o prin studiourile sale regionale – aceea de a vorbi despre Centenarul Marii Uniri încă de acum 5 ani într-un proiect care s-a extins în *on-air*, online și, în cel din urmă, în *off-air*: *Eu Aleg România*².

La cei 90 de ani pe care Radio România i-a împlinit la 1 noiembrie, dați-mi voie să vă spun câteva cuvinte rostite în 1930 de Dimitrie Gusti, membru în primul Consiliu de Administrație al Radioului Public:

„Menirea înaltă a radiofoniei constă tocmai în totalitatea condițiilor ce o determină a transforma și crea în noi trebuințe spirituale, pe care ea singură are calitatea de a le satisface... Organizarea programelor de radio nu poate fi deci un product întâmplător, arbitrar, capricios și subiectiv, ci ea trebuie să fie o bine chibzuită instituție, căci programul radiofonic trebuie să corespundă întocmai satisfacerii necesităților sociale și naționale ale vieții noastre românești...”

¹ <http://www.journalism.org/2018/05/14/in-western-europe-public-attitudes-toward-news-media-more-divided-by-populist-views-than-left-right-ideology/>

² <http://www.eualegromania.ro/>