



Analfabetismul media

Dilema Veche 18.19

Ne dorim, în România, o presă făcută profesionist, dar în aceeași măsură ar trebui să ne dorim și un public educat din punctul de vedere al consumului de mass-media. Un public astfel educat poate să sancționeze derapajele jurnaliștilor, poate să determine, prin mecanismul cererii, existența unei prese de calitate și are anticorpii necesari să facă față manipulațiilor. Prin urmare, competențele de consumator mass-media sînt foarte importante pentru bunul mers al unei democrații.

Putem spune chiar că alfabetizarea media a publicului este mai importantă decît profesionalizarea jurnaliștilor. Dacă publicul e competent, exigențele lui în privința calității pot determina existența pe piață a unei prese de calitate. Dimpotrivă, dacă doar jurnaliștii își fac meseria cu responsabilitate și vor să ofere un produs bun, dar publicul nu e interesat de acesta, rezultatul este dezastruos: jurnaliștii își vor agăța profesionalismul în cui și se vor da după gustul publicului.

Este exact situația din România. E adevărat, nici cu responsabilitatea presei nu stăm chiar pe roze, dar fapt este că încercările jurnaliștilor de a face o presă *quality* se lovesc de dezinteresul publicului față de așa ceva. Prin urmare, pentru e rezista pe piață, mass-media de calitate este nevoită să se tabloidizeze. Iar rezultatul este că, la noi, aproape că nu există publicație sau canal audio-vizual neatins de morbul tabloidizării. Printre televiziuni, exemplul cel mai concludent în acest sens este Realitatea TV, un post care, dintru început, și-a propus să fie un CNN românesc. După cîțiva ani de existență pe piața de la noi, cei de la Realitatea și-au dat seama că și-au propus o utopie. Deocamdată, publicul din România nu pare interesat de un CNN, așa cum pe piața presei scrise de la noi nu au avut nici un succes repetatele tentative de a edita un *Newsweek*.

Desigur, peste tot în lume există publicații tabloide, dar în țările cu tradiție democratică mai există și altceva. De exemplu, englezii au *The Sun*, dar și *The Guardian*; germanii au *Bild*, dar și *Frankfurter Allgemeine Zeitung* (iar acesta din urmă vinde foarte bine, fără să fie nevoit să facă nici un compromis jurnalistic).

În străinătate, publicul a fost educat cu timpul, prin practica unei prese care funcționează în condiții normale de sute de ani. La noi, înainte de '89, aveam o presă anormală, un instrument de propagandă. După Revoluție, prima care s-a liberalizat a fost presa scrisă, dar liberalizarea aceasta s-a realizat pe două paliere: cel al senzationalismului de tipul găinilor violat și care nasc pui vii (*Evenimentul zilei*) sau cel al jurnalismului de opinie și umoral politic, de tipul „Jos/Sus Iliescu!” (*România liberă*, *Baricada*, *Expres*, pe de o parte, și *Adevărul*, *Azi*, *Dimineața*, pe de altă parte).

În domeniul televiziunii, adevărata liberalizare a venit mult mai târziu – în decembrie 1995, cînd a început să emită PRO TV. Pînă atunci, Televiziunea Română continua să facă ceea ce învățase înainte de Revoluție, SOTI era vizionat de foarte puțini telespectatori și, oricum, discursul acestui post era calat pe jurnalismul de tip „Jos Iliescu!” (ca reacție la atitudinea dominantă de la TVR, care-l ridica în slăvi pe președinte), Antena 1 transmitea filme de serie B, Tele 7 abc ratase un start bun, iar postul Amerom nu era cu mult diferit de o televiziune de cartier.

Ei bine, PRO TV a încercat, într-o primă fază, să facă un jurnalism de calitate. Avea, să ne amintim, și emisiuni de dezbatere politică, economică sau culturală, s-a implicat și în campanii responsabile, cum a fost campania PRO-NATO, iar Andreea Esca nu prezenta atîtea știri despre accidente, violuri și hăcuiri. Din păcate însă, publicul era deja format de presa scrisă care funcționase pînă atunci cu motoarele turate la maximum așa că, pentru a avea profit, Adrian Sîrbu a trebuit să se repleze. Acum, emisiunile de analiză serioasă au dispărut de mult timp de la PRO TV, iar postul din Pache Protopopescu a devenit cel mai de seamă promotor al jurnalismului de tip tabloid.

2,9 miliarde de dolari sînt suficienți pentru o știre?

Ce ați zice dacă am scoate o revistă care să vă învețe cum să trișați ca să cuceriti, cu un monstru virtual pe care ați plătit 20 de dolari, o cetate din World of Warcraft? Dar dacă ne-am apuca de multe alte tipuri de presă?

Știrea e asta (proaspătă, de pe 9 iulie, dată la unison de ziarele britanice și franceze, însă trecută lejer cu vederea de toată presa românească): Vivendi devine cel mai mare jucător din industria jocurilor video după ce a cumpărat 52% din Activision. Noul grup are o cifră de afaceri cumulată de 2,9 miliarde de dolari și depășește în acest fel concurența numită Electronic Arts. Întrebarea mea în redacție, la ziarul la care lucrez, e asta (pregătită de mai multă vreme, e drept, scoasă numai bine de la naftalină acum): „Nu vreți voi să dăm în pagina generic numită «Glorie și televiziune» și subiecte care țin de industria jocurilor video?” (n-am primit un răspuns pînă la predarea articolului). Pînă să primesc un răspuns pozitiv de la ziar, fac, ca de obicei, pasul avangardist în *Dilema veche* și mă înham să scriu un articol despre necesitatea unui anumit tip de jurnalism dedicat fenomenului jocurilor video.

M-am amuzat greutatea cu care o struțo-cămilă precum jocurile video își găsește o categorisire clară în presa de la noi. Două dintre articolele mele pe acest subiect au fost îndosariate fiecare după imaginația și spațiul de manevră ale celor care le-au indexat pe pagina web a ziarului. Un interviu cu șeful celei mai mari ligi europene de jocuri video, Electronic Sports League, a intrat la categoria „Timp liber”, altul cu un tînăr român, Sorin Lupu, care face design de personaje pentru jocurile video realizate de către companii precum Microsoft, a intrat la paragraful „Tehnologie”.

Jocurile cîștigă teren

Argumentația, dincolo de cei aproape 3 miliarde de dolari pe care tocmai i-am pomenit, este după cum urmează. Unele studii indică un trend mondial în creștere: doar în SUA, 28% dintre americani joacă cel puțin o dată pe lună un joc video – arată un sondaj recent realizat de *Pew Internet & American Life Project*. Alte studii spun că televizorul americanilor își împarte tot mai greu timpul de emisie între programele TV și consolele Play Station, Xbox sau Wii.

Studiile în care se vorbește despre violența dezvoltată de jocurile video în rîndul tinerilor sînt puse în oglindă de toată presa serioasă cu studiile care arată rolul de liant social pe care îl reprezintă cu succes comunitățile de gameri.

Mai e isteria care cuprinde capitalele vestice în ajunul lansării unui nou joc din seria World of Warcraft sau Grand Theft Auto. Pasionații fac cozi în fața magazinelor, jurnaliștii se întrec în cronici după lansare ca și cînd ar fi vorba de un blockbuster hollywoodian, iar *box-office*-urile cu cele mai vîndute titluri sînt indicatoare prețioase ale unei piețe extrem de concurențiale. I se spune pe bună dreptate

„Internetul nu e mijloc de comunicare în masă” – afirmă niște voci autorizate din Rusia. De exemplu, Maria Gaidar, care a dus o campanie anti-Kremlin pe Internet înainte de alegerile legislative din decembrie 2007, a considerat o absurditate ideea de a crede că Internetul este presă. „Este o prostie să consideri Internetul un mijloc de comunicare în masă, dar cine spune că autoritățile nu sînt în stare să facă prostii?” – a declarat și Aleksei Simonov, de la Fondul de apărare a Glasnost. Toată discuția aceasta a pornit de la condamnarea unui blogger rus, Savva Terentiev, și de la cererea ministrului rus de Interne, Rașid Nurgaliev, ca deputații să amendeze legea presei, pentru ca Internetul să intre în această categorie (ceea ce ar permite sancționarea bloggerilor pentru comentarii „extremiste”). Parlamentul rus a adoptat definitiv în urmă cu un an amendamentele la legea extremismului, prin care au introdus în Codul Penal noțiunea de infracțiuni și delict comise din „motive de ură politică și ideologică”. Aici intră și opiniile „tari” exprimate în presă. Savva Terentiev a fost condamnat la un an de închisoare cu suspendare pentru că a afirmat pe blogul lui că detestă poliția și a cerut ca polițiștii să fie arși de vii „ca la Auschwitz”.



industrie, iar presa de afară o încadrează, adesea, atunci cînd vorbește despre banii din jurul ei, la rubrica „economic”. Adaugi cei 16 milioane de jucători care plătesc cîteva zeci de euro pe an ca să joace în MMORPG (jocuri video de rol cu *multiplayer* online în masă) și ai o imagine de ansamblu destul de bună. Iar studiile în care se vorbește despre violența dezvoltată de aceste jocuri în rîndul tinerilor sînt puse în oglindă de toată presa serioasă cu studiile care arată rolul de liant social pe care îl reprezintă cu succes comunitățile de gameri.

În România, fenomenul e mai greu de estimat, din mai multe cauze. O ligă care să îi reunească pe pasionați, la fel cum se întîmplă la nivel mondial, e înființată de abia șase luni și numără puțin peste 4000 de jucători. O evaluare a numărului jucătorilor de World of Warcraft, unul dintre cele mai populare MMORPG inclusiv la noi în țară, bate spre 10.000 de români înregistrați pe serverele cu pasionați din toată lumea. Mai e, se știe, imensa piață ncăgră a jocurilor video, care nu mai trece pe la casele de marcat și care scutește magazinele de profil de cozile din afara țării. Situația se va schimba în mod sigur, iar oferta pe care i-am făcut-o lui Sorin Lupu de a scrie o cronică în ziar, atunci cînd se lansează un joc video cu potențial de blockbuster, va fi acceptată nu doar de ei, ci și de șefii de la ziar, și preluată la nivel de concept și de restul presei *quality* din România.

Pentru o presă de nișă

A fost un preambul generos și un studiu de caz totodată pentru un subiect mai larg, care îmi revine și îmi tot revine în cap ori de cîte ori vād ce prost se nișează mass-media din România. O presă de specialitate, așadar. Există presă „de externe”, dar nu avem presă „de Europa”, cu suficienți jurnaliști care să știe pe de rost ce dosare se învîrt la Bruxelles și Strasbourg, ce lobby și unde trebuie dus pentru afacerile interne care ne sînt prioritare. Și cu atît mai puțin presă de proximitate, fie ea cu tentacule în țările vecine (chiar trist să nu ai știri în permanență venite din Ungaria, Ucraina, Bulgaria, Moldova), presă destinată minorităților sau presă de cartier la obiect și dedicată comunității. Există presă de mediu doar atunci cînd se aruncă cianuri la Roșia Montană, cînd merg vedetele în Delta să adune peturi și cînd mor peștii asfixiați vara pe Dunăre, dar nu una care să fie pur adresată fenomenului, să-l urmărească și să-l raporteze atunci cînd ONG-urile nu au destule resurse.

Declinările sînt nesfîrșite. Începînd cu presa de festival de muzică, neobișnuită încă să scrie pertinent și avizat de față cu Kaiser Chiefs, Alanis Morissette și Manu Chao. Și continuînd cu un subiect pe care-l am la inimă din considerente personale: presa ciclistă. Poate vi se pare ciudat, dar vreau să știu ce pot alege de pe piața românească atunci cînd decid să-mi cumpăr o bicicletă. Pe care tot mai mulți și-o doresc în orașele aglomerate și întortocheate ale României. De cîte ori merg în Franța (e fraza mea preferată atunci cînd pun două lucruri în balanță), îmi iau reviste de specialitate. Acasă am un teanc cu vreo șapte titluri. Eu zic că nimic nu-i imposibil.

Se întâmplă la... postul public

Cu manifestări gen „Mamaia copiilor” de la Constanța, postul public are șansa să treacă în coada cozii topului audienței, chiar dacă unii profesioniști mai încearcă lansarea de emisiuni originale.

Timpul liber
pg. 50

Ilena Lucaci ilena.lucaci@romanioliberal.ro



Marti, la ora 21.10, Marina Almășan a lansat o nouă emisiune, „S-a întâmplat în România”, un altfel de talk-show, suficient de estival, dar și suficient de serios în comentarea știrilor de tot felul care au animat într-o săptămână presa scrisă. Scenariul său are mai multe ținte, să popularizeze personalitățile televiziunii publice active în diverse compartimente - știri, economie, sport, divertisment -, dar și să dezbată cu firească, fără patimă, informațiile vehiculate în mass-media. Prima ediție i-a reunit la o masă ovală pe Mihai Constantin de la Jurnalul TVR, alături de Horia Moculescu, de Sorin Burtea economist, Alina Alexoi de la sport și Marina Almășan, cărora li s-a alăturat și Mădălin Voicu, politicianul preferat de toate televiziunile. N-au lipsit nici momente muzicale, în centru fiind Gianina Corondan și Mădălin Voicu - politicianul a cântat cu șarm nici sondaje de opinie amuzante și, evident, nici concursul, punct forte de atragere a privitorilor. Concursul, de astă dată, era dibaci selectat, și promitea o excursie în Portugalia. Moderator de bază a fost ales **Claudiu Bleont**, stimatul actor al Teatrului Național din București. S-a descurcat bine în rolul primit, chiar mult mai bine decât în cel de jurat de la „Noaptea erorilor”, emisiunea Antenei 1, revenită ca trufanda în grila de vară. „S-a întâmplat în România” a debutat promițător, anunțând o emisiune căreia merită să-i acorzi atenție, chiar dacă va avea de fiecare dată câte un politician invitat. În genere, prezența politicianilor în emisiunile de divertisment sunt dizgrațioase, indiferent cărui partid aparțin.

TVR nu va reuși totuși, cu două, trei emisiuni originale, cum este și cea recomandată, să-și scuture praful care o sufocă, o lipsește de un statut public bine consolidat. Patru zile, TVR 1 a prezentat „Mamaia copiilor” de la Casa de Cultură a sindicatelor din Constanța, un fel de concurs de muzică ușoară, care seară ne-a amintit prin format și expresie vizuală de spectacolele omagiale, de „Cântarea României” de pe timpuri de tristă amintire. Culmea este că acest, să-i zicem, festival, a beneficiat de implicarea unor foruri importante, pe lângă televiziunea și radioul public, ministerele Culturii, Educației și Cercetării, Autoritatea Națională pentru Tineret, toate și-au trimis la mare reprezentanți într-un juriu al dinozaurilor al cărui președinte era nimeni altul decât senatorul **Adrian Păunescu**, specialist în educarea copiilor și muzică ușoară. Serile au fost ocupate de această manifestare cu pretenții culturale și educație, un kitsch, care a implicat o puzderie de copii între 5 și 18 ani reprezentând județe, orașe sau municipii. Tânăra generație, prin numeroșii săi reprezentanți, cânta și dansa aliniată pe scena din Constanța a concursului de creație și interpretare „Mamaia copiilor”, în vreme ce altă echipă a sa se lupta cu disperare să copieze la un bacalaureat rușinos, mănjit de fraude. „Cântăreții” siguri că visau să devină „vedete” și să scape de bacalaureat, stimulați de ministerele noastre pentru care educație și cul-

„Mamaia devine o stare de spirit, Mamaia copiilor va exista unde există tataia copiilor!”
Adrian Păunescu

tură înseamnă să o imiți pe Loredana sau pe Trăistariu. Copilașii înveșmântați și machiați strident concureau pe grupe de vârste și cântau, fiecare cum îl ducea auzul muzical, diverse melodii, de la bătrâna „Lalele, lalele” la cântări cu iz patriotic, uitând de vârsta lor. Firește, fiecare concurent își avea și o echipă de dansatori ce ar fi vrut să le illustreze cânticelele, numai

că din punct de vedere coregrafic momentele erau jalnice. Fetele de la o școală de balet, cu părul strâns ca balerinele, mai dădeau din buric, mai ridicau câte un picioruș, ignorând ritmul melodiei. Am putut vedea copilele de

cinci anișori cărora li se înroșiseră urechile de greutatea cerceilor și fetele de 16 ani cu decolteuri adânci, vrând să illustreze farmecul copilăriei. S-au dat găleți de diplome și premii, iar în final, aproape un sfert de oră a ținut un discurs, după modelul declarațiilor politice de la Senat, „poetul președinte al juriului Adrian Păunescu”. A considerat că nivelul calitativ al acestui concurs e mult mai ridicat decât cel al celor șapte ediții anterioare și s-a revoltat că „Mamaia copiilor” a fost „interzisă la Mamaia” și s-a desfășurat la Constanța. N-a uitat să precizeze că în curând dansul va împlini 65 de ani și copii i-au cântat „La mulți ani!”. „Astăpărați-vă calibani, țara nu e a voastră, ci a acestor copii” a mai zis cu înconștiență dansul. E vremea să se astâmpere „calibanii” și să lase copilăria copiilor în pace!

Jurnalul Național pg. 22
PREMIAT. Constantin Dușu, membru CNA, a primit Marele Premiu al Festivalului de Balet de la Varna (Bulgaria) chiar de la primul orașului, Kiril Yordanov. „Distincția mi-a fost oferită pentru meritele pe care le-am avut de-a lungul carierei mele, pentru ceea ce am făcut pentru arta baletului”, a declarat pentru Mediafax Constantin Dușu. El a precizat că distincția i-a fost conferită marți în cadrul unei ceremonii la care a participat și Zorka Pirvanova, soția președintelui bulgar. (A.V.)

Cotidianul pg. 24 Programe românești pe Discovery

Ada Rosetti, Channel Manager al Discovery Networks în România, declară, într-un interviu pentru MEDIAFAX că postul va difuza programe de scurt-metraj realizate în România, până la sfârșitul acestui an. Cu toate acestea, Rosetti nu poate confirma, deocamdată, realizarea unui astfel de program la Castelul Bánffy de la Bonțida, așa cum s-a spus în presă. Strategia de localizare a televiziunii Discovery Channel va continua, mai spune aceasta, în toamnă urmând să se deruleze o „campanie puternică” de comunicare, în mai multe medii.

Cerbul de Aur, în semifinală

După doi ani de pauză, Cerbul de Aur revine pe TVR, cu cea de-a 16-a ediție. Duminică, 20 iulie, în cadrul emisiunii „Taverna estival”, are loc prima semifinală în urma căreia se vor afla primii doi români ce ar putea ajunge pe scena festivalului de la Brașov. Vor concura pentru acest titlu Rafael & Co., Annamari Dancs, Tavi Colen Band, Romeo Zaharia, Jasmine, Provincialii, respectiv Dragoș Chircu. În acest an, reprezentanții României trebuie să treacă prin mai multe jurizări. Din totalul celor 56 de interpreți români înscriși la Cerb, 21 au depășit preselecția organizată în perioada 20-25 iunie. În total, la festival vor participa 30 de concurenți, 27 din străinătate și trei *Cotidianul* din România. pg. 24