

Adina POPESCU

Cine se uită la televizor?

Dintr-un recent studiu realizat de Agenția de Monitorizare a Presei cu sprijinul IMAS, intitulat „Evaluarea nivelului de competență în mass-media” reiese, așa cum era de altfel de așteptat, că educația reduce pofta de televizor. Una dintre concluziile studiului afirmă că „persoanele cu un nivel educațional superior sînt mai puțin interesate de televiziune, ele preferă radioul și, mai ales, presa scrisă”. Cu toate acestea, televiziunea încă se plasează pe primul loc în topul încrederii acordate celor patru tipuri de mass-media pe care studiul le ia în calcul (65% dintre respondenți nu se îndoiesc de faptul că televizorul spune numai și numai adevărul, iar acest fenomen poate fi comparabil cu încrederea neștirbită de-a lungul anilor a majorității populației în instituții precum Biserica sau Armata, conform dictonului „Crede și nu cerceta!”). Pe locul 2 în topul încrederii se situează radioul, iar locul 3 este disputat de către presa scrisă și Internet. În ciuda faptului că tinerii încearcă să răstoarne ierarhia, căci pentru ei Internetul a devenit mai credibil chiar decît televiziunea, această sursă de informare încă ocupă ultimul loc. Îngrijorătoare mi se pare poziția a treia, ocupată de presa scrisă, sau poate fi doar o dovadă că cititorii de *Libertatea*, de pildă, nu iau în serios publicația pe care o frunzăresc zilnic în metrou și conștientizează într-un fel faptul că sînt seduși de o formă de *entertainment* situat la granița realității.

În ceea ce privește consumul de televiziune, 56% dintre respondenții studiului se uită la televizor 1-3 ore pe zi. În zilele de lucru, 10% se uită la televizor peste șase ore pe zi (și mă întreb cînd mai au timp să muncească) și doar 1% nu se uită deloc. În week-end, acel procent de 1% dispare (din nefericire, au cedat ispitici), iar cei 10% se dublează: 20% dintre respondenți se uită la TV peste șase ore zilnic și asta ne poate da o informație destul de clară despre cum își ocupă timpul liber compatrioții noștri. Femeile se uită mai mult la televizor decît bărbații (37%, în comparație cu 34%, urmăresc programe de televiziune cel puțin patru ore pe zi). Dacă vorbim despre categorii de vîrstă, recordul îl dețin adolescenții și pensionarii (40% dintre tinerii între 15 și 17 ani și 48% dintre adulții între 60 și 65 de ani fac *zapping* timp cel puțin patru ore pe zi). Cei care aparent se pot lipsi cel mai ușor de televizor sînt adulții cu vîrste cuprinse între 30 și 44 de ani. O cauză logică poate fi lipsa de timp. Doar 20% dintre respondenții cu studii superioare se uită patru ore pe zi la televizor, în timp ce procentul celor cu doar opt clase este de 44%.

Principalele motive pentru care respondenții studiului deschid televizorul sînt: pentru a se informa (69%), pentru a se relaxa (54%) și pentru a-și umple timpul (41%). Totodată, nu contează foarte mult conținutul și calitatea programelor TV. Procentul mare al celor care nu au altceva mai bun de făcut decît să se uite la televizor constituie adevărata problemă. Ei sînt așa-ziii „bizoni” sau cel puțin așa îi denumesc ironic oamenii de televiziune. Din cauza lor, a celor care „înghit” aproape orice, chiar dacă de cele mai multe ori nu e „comestibil”, posturile comerciale de la noi sînt așa cum sînt și nu se depun eforturi pentru o îmbunătățire a programelor. Dacă „bizonii” se plictisesc la ei acasă și pot urmări ore în șir programe de tipul celor de pe OTV, de ce s-ar investi timp, bani și creativitate pentru realizarea unor programe de calitate?

O parte interesantă a studiului pe care l-am citat este

cea dedicată funcției de socializare a televiziunii. Televizorul nu îi mai adună în jurul său pe toți membrii familiei sau chiar ai unei comunități, așa cum se întîmpla în urmă cu mai bine de 20 de ani. Astăzi, aproape fiecare încăpere a unei locuințe are cîte un televizor, așa că de ce mai multe ori uitatul la televizor devine o acțiune solitară. În schimb, comentarea știrilor și a emisiunilor TV încă poate fi un subiect de discuție, în lipsa altora, dar și un pretext pentru comunicare. Cu membrii familiei se comentează în mod special știrile, talk-show-urile politice și... emisiunile pentru copii (59% dintre respondenți comentează în familie acest tip de emisiuni, ceea ce denotă faptul că există o comunicare reală între părinți și copii). Cu prietenii se comentează emisiunile sportive (un procent uriaș față de celelalte: 49%), însă motivul principal nu e greu de ghicit: se discută în special despre meciurile de fotbal, iar acestea nu pot fi văzute altundeva decît la televizor. Tot cu prietenii analizăm ce se întîmplă la știri, dar ne și povestim filmul sau serialul pe care l-am văzut aseară (29%). Cu vecinii tot despre știri și despre fotbal comunicăm în fața blocului, iar cu colegii de serviciu stăm de vorbă despre aceleași emisiuni sportive, dar și despre talk-show-uri politice (parcă și aud replica care deschide un astfel de dialog: „Te-ai uitat aseară la Turcescu?”). Desenele animate sînt comentate în familie, dar nu cu vecinii sau cu colegii de serviciu (îmi imaginez o scenă nostimă, la coada de la butic: „Ai văzut ieri ce i-a făcut Tom lui Jerry?”). Iar emisiunile religioase pot naște dispute tot în familie, dar nu între străini, semn că de spritualitate îți vezi doar la tine acasă. Despre cultură doar 4% discută cu vecinii. Concluzia generală ar fi că televizorul este prezent în mod direct în viața noastră, dar și indirect, în discuțiile de zi cu zi. Totuși, majoritatea comentariilor și analizelor se fac tot în preajma celor apropiați.

Ce facem în timp ce ne uităm, de pildă, la un program de știri? Surprinzător, dar doar 35% dintre respondenți stau țepeni în fața televizorului și urmăresc știrile. Cei mai mulți mănîncă (30%), alții gătesc (21%), fac curățenie (19%) sau lucrează la calculator (12%). De aici putem înțelege că impactul imaginii nu e esențial. Știrile devin doar un fundal sonor în timp ce ne ocupăm timpul cu alte activități. Moda de „a lăsa televizorul să meargă” este prezentă aproape în fiecare casă. Astfel, știrile TV sînt mai mult auzite, decît văzute.

Răspunzînd unei întrebări referitoare la conținutul de la televizor care deranjează, cei mai mulți dintre respondenți au indicat reclamele (23%), apoi violența și agresiunea (12%) și doar 5% au spus că nu mai suportă știrile despre crime. Să înțelegem că telespectatorii români consideră marmotele Milka mai nocive decît pe presupusul criminal al Elodiei? Marmotele le devin antipatice prin faptul că apar prea des, în schimb criminalul le e simpatic prin faptul că nu a fost descoperit încă. Iată, în sfîrșit, un indiciu clar despre cît de mult poate deforma televizorul percepția asupra realității.

Dilema Veche pg. 19

Studiul „Evaluarea nivelului de competență în mass-media” a fost dat publicității în iunie 2008 și face parte din programul de Educație Media al Agenției de Monitorizare a Presei. Autori: Nicoleta Fotiade și Mihai Popa.

Sport și... bășcălie

Se știe că vara „consumul” de televiziune scade, audiențele coboară deoarece telespectatorii își permit concedii. Televiziunile nu s-au ostenit să investească într-o grilă de vară mai atractivă. Un sprijin substanțial l-au găsit unele doar în manifestările sportive de prestigiu ale verii, Campionatul European de Fotbal și acum, Jocurile Olimpice. Sportul și... bășcălia emisiunilor de divertisment rămân punctele forte ale programelor TV în acest sezon.

pg. 50

Ileana Lucaciu ileana.lucaciu@romanalibera.ro

Timp
Liber



Din nou sportul salvează programele televiziunii publice, angajată să ne prezinte Jocurile

Olimpice de la Beijing. Numai că departamentul sport al TVR e în mare suferință prin emigrarea la alte televiziuni a cinci specialiști. Cei rămași se luptă să ne acopere cele 320 de ore de emisie promise și dedicate Olimpiadei. Peste toate, diferențele de fus orar dintre noi și „locația” Olimpiadei a cam bulversat transmisiile „live”, în direct. Spectacolul Olimpiadei atrage mulți oameni activi care însă nu pot urmări competițiile dimineața și la prânz când sunt la lucru sau când crapă de ziua. Postul public nu și-a permis reluări la ore de maximă audiență, unde programul curge ca înainte, cu același profil cenușiu și confuz. Noroc că există Eurosport care și-a dedicat întregul program numai Olimpiadei. Abonații la cablu interesați de ce se întâmplă la Beijing vor ignora televiziunea publică, vor folosi telecomanda pentru a recepta Eurosport.

Problema transmisilor sportive a ajuns să preocupe până și CNA care a descoperit că meciurile de fotbal din Liga întâi nu se pot viziona decât pe o anumite firmă de cablu. CNA se pare că vrea să declare fotbalul drept obiectiv de interes național și să intervină pentru reglementarea acestei grave situații, cum o consideră dânsul. CNA însă nu se implică în „genocidul informațional și cultural” practicat de mai toate televiziunile ale căror programe și mai ales buletine informative sunt cu mult sub standardele europene și manipulează opina publică.

• **Margareta Ionescu** (e-mail): „(...) Nu sunteți bine informată. SMS-urile nu sunt doar o păcăleală de 0,59 euro. La acea televiziune garsonieră, OTV, un SMS costă 1,19 euro și sunt unii care chiar îi plătesc să-și

spună opiniile despre Elodia, Magda și evident, crimele cică «dezbătute» (...) CNA dă sancțiuni postului, dar câte s-au plătit oare din ele? CNA ar trebui să întreprindă ceva să-i protejeze pe acei nenorociți și (...) păcăliți care privesc la emisiunile acestei așa-zise televiziuni (...) chiar se intenționează prin televiziune să devenim o țară de imbecili lăsați pe mâna unor șmecheri care ne jecmănesc, își bat joc de naivitatea uno-

*„Bine că a venit
Olimpiada să salveze
audiența postului
public”.*

Margareta Ionescu

ra? Este o rușine pentru presă tolerarea acestei televiziuni, OTV? (...) O rușine este să plătim obligatoriu și taxa pentru TVR ale cărui programe, cu foarte mici excepții, sunt de la o zi la alta jalnice (...) Selecția la Cerbul de Aur este un ultim exemplu. Cu SMS-uri a ajuns în finală o duduică reprezentativă pentru starea proastă în care se află muzica ușoară. Până și muzica ușoară s-a degradat la TVR! (...)”. Postul public ne-a anunțat că și-a reorganizat Direcția Programe. Să vedem partea plină a paharului și să așteptăm cum a definitivat Consiliul de Administrație al TVR noua Direcție și ce rezultate se vor ivi. Nu Direcția Programe este însă de vină pentru grila cenușie a postului public, ci legea care n-a precizat statutul postului public ce este condus conform algoritmului politic, beleaua cea mare din audiovizual.

În programele de divertisment ale verii, printre puținele noutăți, s-a strecurat la

Antena 1 și „Mistok Swo”, în fiecare luni, la ora 20.30. Telespectatorilor înrăiți nu le-a scăpat acest divertisment, care îl are în centru pe Viorel Gaiță, cunoscut și apreciat în urmă cu vreo opt ani pentru inventivitatea sa, manifestată atunci, la alte canale minoritice. A emigrat în Canada, a revenit acasă și declara că a constatat că televiziunile sunt „mai manelizate, mai bagatelizate și mai becalizate” decât pe vremea când activa și dânsul la diferite posturi tv. Constată pe care o facem cu toții de la un timp încoace, dar cădem în plasa „manelizării” și tabloidizării programelor, cum a căzut și Viorel Gaiță. Numai că telespectatorii au posibilitatea să apeleze la telecomandă și să se refugieze la Discovery, dar Viorel Gaiță a acceptat să practice însă vulgaritatea „manelizării”, alături de partenerul său Ovidiu Iancu. Acesta se pare că l-a învățat stilul actual al divertismentului în care divertismentul AP - emisiunea nu poate fi urmărită decât cu acordul părinților! -, presupune aluzii deșănțate la sex și vulgaritate cât încap în cele o sută de minute de emisie. Dl Bebe, Ovidiu Iancu, la fiecare ediție încearcă a fi un alt personaj vulgar. Invitații miros de la o poștă a comandă politică. Să-l vezi de pildă pe Radu Mazăre într-un astfel de divertisment dându-și aere de macho, e penibil. Pe „croll”, pe „burtieră” curg tot felul de așa-zise intervenții demne de televiziunea garsonieră. Testele cu cei de pe stradă despre „bărbații scrupuloși” sau despre „futuriști” ne întristează arătând nivelul cultural la care au ajuns concetățenii privind la televizor. Emisiunea este o bășcălie grosieră, specifică divertismentului din ultima vreme, în care, păcat, îl regăsim pe Viorel Gaiță, un moderator ce promitea altceva, cândva...