



Mișcări sociale și televiziune în Europa postcomunistă. Cazul României și Bulgariei

Autor: Bianca Marina MITU

Lucrare realizată în cadrul proiectului "Cultura română și modele culturale europene - cercetare, sincronizare, durabilitate", cofinanțat din FONDUL SOCIAL EUROPEAN prin Programul Operațional Sectorial pentru Dezvoltarea Resurselor Umane 2007 – 2013, Contract nr. POSDRU/159/1.5/S/136077.

Titlurile și drepturile de proprietate intelectuală și industrială asupra rezultatelor obținute în cadrul stagiului de cercetare postdoctorală aparțin Academiei Române.

* * *

*Punctele de vedere exprimate în lucrare aparțin autorului și nu angajează
Comisia Europeană și Academia Română, beneficiara proiectului.*

DTP, complexul editorial/redacțional, traducerea și corectura aparțin autorului.

Descărcare gratuită pentru uz personal, în scopuri didactice sau științifice.

Reproducerea publică, fie și parțială și pe orice suport,
este posibilă numai cu acordul prealabil al Academiei Române.



ISBN 978-973-167-331-8

CUPRINS

PARTEA I

INTRODUCERE.....	5
------------------	---

CAPITOLUL I – PERSPECTIVE STRATEGICE ALE CERCETĂRII

1.1. Prezentarea temei, a capitolelor și a contribuției originale a lucrării.....	8
1.2. Obiectivele cercetării.....	11
1.3. Ipoteze.....	14
1.4. Metode de cercetare.....	17

CAPITOLUL II – TEORIILE NORMATIVE ALE MEDIA

2.1. Evoluția teoriilor normative ale media.....	19
2.2. Definirea conceptului de sferă publică.....	27
2.3. Sfera publică în opera lui Jurgen Habermas.....	33
2.4. Critici și evaluări ale modelului habermasian de sferă publică.....	39
2.5. Media și sfera publică.....	43
2.6. Sfera publică și serviciul public de televiziune.....	49

CAPITOLUL III- MIȘCĂRI SOCIALE ȘI TELEVIZIUNE

3.1. Media și mișcările sociale.....	55
3.2. Revoluțiile din 1989: mișcări sociale, revolte sau revoluții?.....	57
3.3. Rolul televiziunilor străine în declanșarea evenimentelor din 1989.....	60
3.4. Revoluția Română în direct?.....	63
3.5. Trecerea de la televiziune de stat la televiziune publică.....	66
3.5.1. Televiziunea Română.....	66
3.5.2. Televiziunea Bulgară.....	73
3.6. Televiziunea publică în era digitală.....	76



UNIUNEA EUROPEANĂ



Fondul Social European
POSDRU 2007-2013



Instrumente Structurale
2007-2013



OIPOS DRU

MINISTERUL
EDUCAȚIEI ȘI
CERCETĂRII
ȘTIINȚIFICE



ACADEMIA ROMÂNĂ

PARTEA A II-A

CAPITOLUL IV – PREZENTAREA PROIECTULUI DE CERCETARE

4.1. Prezentarea metodelor de cercetare.....	79
4.2. Eșantionare.....	81
4.3. Prezentarea instrumentelor de lucru.....	84

CAPITOLUL V – PREZENTAREA REZULTATELOR CERCETĂRII ȘI DISCUȚII PE BAZA REZULTATELOR

5.1. Ancheta pe bază de interviu. Interpretarea datelor.....	91
5.2. Ancheta pe bază de chestionar online. Interpretarea datelor.....	99

CONCLUZII.....	111
----------------	-----

BIBLIOGRAFIE.....	118
-------------------	-----

ANEXE.....	129
------------	-----

TABLE OF CONTENTS

PART ONE

INTRODUCTION.....	5
CHAPTER I – RESEARCH STRATEGY, AIMS AND METHODOLOGY	
1.1. Background of the study, motivation, research contribution and novelties.....	8
1.2. Research aim and objectives	11
1.3. Research hypotheses	14
1.4. Research methodology and methods.....	17
CHAPTER II – THE NORMATIVE THEORIES OF THE MEDIA	
2.1. The evolution of the normative theories of the media	19
2.2. The public sphere.....	27
2.3. Habermas and the public sphere.....	33
2.4. Critics and evaluations of Habermas' theory of public sphere.....	39
2.5. Media and the public sphere.....	43
2.6. Public sphere and public service broadcasting.....	49
CHAPTER III- SOCIAL MOVEMENTS AND TELEVISION	
3.1. Media and social movement.....	55
3.2. The 1989 Revolutions: social movements, protests or revolutions?	57
3.3. Foreign televisions and the beginning of the Romanian revolution.....	60
3.4. Romanian Revolution live.....	63
3.5. From state television to public television.....	66
3.5.1. Romanian Public Television	66
3.5.2. Bulgarian Public Television.....	73
3.6. Public television in the digital era.....	76



PART TWO

CAPITOLUL IV – PRESENTATION OF THE RESEARCH PROJECT

4.1. Research methods.....	79
4.2. Research design.....	81
4.3. Research techniques and tools.....	84

CAPITOLUL V – RESULTS AND DISCUSSION

5.1. The interview. Results and discussion.....	91
5.2. The questionnaire. Results and discussion.....	99

CONCLUSION.....	111
-----------------	-----

BIBLIOGRAPHY.....	118
-------------------	-----

APPENDIXES.....	129
-----------------	-----



REZUMAT

Rolul televiziunii publice în revoluția română este de necontestat, pentru că „dintr-o instituție personală a foștilor dictatori, televiziunea a devenit brusc spațiul inaugural și simbolul eliberării de tiranie, jucând rolul unui catalizator și centru de comandă al revoluției” (I. Drăgan, coord., 1993, p. 3). Televiziunea a devenit purtătorul de cuvânt al românilor și a trebuit să joace și după anul 1989 „un rol eficient, activ în democratizare, contribuind la sociabilizarea și educarea publicului în și pentru noi roluri și valori sociale într-o societate deschisă” (P. Gross, 2004, p. 170). Astfel, Televiziunea Română Liberă (numită așa pe 22 decembrie pentru următoarele patru luni) a avut un rol deosebit de important fiind “un informator și de asemenea un suport (atât pentru producători/comunicatori, cât și pentru consumatori/receptori) pentru catharsis-ul individual și colectiv/național. Au fost ecoul unei anumite unități a tuturor românilor” (P. Gross, 1999, p.84).

Lucrarea *Mișcări sociale și televiziune în Europa postcomunistă. Cazul României și Bulgariei* propune o temă de cercetare provocatoare de actualitate internațională și anume analizarea evoluției și viitorului conceptului de televiziune publică în Europa, urmărind, în special, evoluția televiziunii publice în România și Bulgaria după eliberarea de regimul comunist. Lucrarea este organizată în jurul a trei axe temerale: trecut, prezent și viitor, explorând astfel rolul televiziunii publice în revoluțiile din 1989, în declanșarea evenimentelor din 1989 și în restaurarea democrației, evoluția televiziunii publice după 1989, trecerea de la televiziunea de stat la televiziunea publică și apoi evoluând treptat spre prezent și viitor, prin analizarea problemelor actuale ale televiziunii publice și identificarea unor soluții pentru viitorul acesteia în era digitală. Proiectul propus analizează rolul televiziunii în remodelarea practicilor democratice, în susținerea mișcărilor sociale și în susținerea regimului democratic în Europa postcomunistă (România și Bulgaria), scopul fiind nu doar revigorarea acestei instituții media, ci și găsirea unor soluții pentru un dialog mai bun între guvernanți, televiziune și cei guvernați și identificarea unor noi practici jurnalistice care să sporească participarea cetățenilor.

Ținând cont de dezbaterile actuale cu privire la viitorul serviciului public de televiziune în epoca digitală și pornind de la premiza lui Gulyas (2013, p. ix) conform căreia serviciul public media trece printr-o serie de transformări dramatice ca rezultat al dezvoltărilor tehnologice, al schimbărilor politice, al presiunilor pieței și al modificărilor în consumul de media, lucrarea de față adresează următoarele întrebări dificile: care a fost rolul televiziunii în evenimentele din 1989 din România și Bulgaria și cât de mult sprijină televiziunea publică mișcările sociale actuale? A fost Revoluția Română cu adevărat o revoluție în direct? Care a fost rolul televiziunilor străine în declanșarea evenimentelor din 1989 și cum a fost Revoluția din 1989 din România și Bulgaria percepută de jurnaliștii străini? Mai este televiziunea publică necesară în contextul actual? Care sunt problemele actuale ale televiziunii publice și care este viitorul acestei instituții în era digitală?



Fondul Social European
POSDRU 2007-2013



Instrumente Structurale
2007-2013



OIPOSDRU

MINISTERUL
EDUCAȚIEI ȘI
CERCETĂRII
ȘTIINȚIFICE



ACADEMIA ROMÂNĂ

Lucrarea reprezintă un document istoric prin mărturiile unor oameni importanți (profesori, jurnaliști, oameni politici) care au participat direct la evenimentele din 1989 și care au ghidat dezvoltarea ulterioară a televiziunii publice în România și Bulgaria. De asemenea, lucrarea de față dă voce și oamenilor de rând care au urmărit revoluția la televizor și își propune descoperirea unor soluții pentru viitorul conceptului de televiziune publică în Europa postcomunistă.

Lucrarea *Mișcări sociale și televiziune în Europa postcomunistă. Cazul României și Bulgariei* se bazează pe o documentare minuțioasă (realizată în România, Bulgaria și Franța), propune o bibliografie complexă și este structurată în cinci capitole, la care se adaugă introducerea, concluziile, bibliografia și anexele. Primele capitole ale lucrării sunt dedicate descrierii și analizării temei propuse în literatura de specialitate din mai multe perspective. Astfel, primul capitol al lucrării prezintă originalitatea temei, contextul cercetării, scopul demersului de cercetare și explică noțiunile cheie din perspectivă metodologică. De asemenea, în acest capitol sunt stabilite obiectivele cercetării și sunt conturate ipotezele de bază și ipotezele specifice de la care pornește cercetarea.

Capitolul al doilea analizează evoluția teoriilor normative ale media și explică conceptul de sferă publică, pornind de la ideea că „serviciul public de televiziune este în primul rând o instituție a sferei publice și a societății civile, deși menține adesea, în mod indirect și uneori ambiguu, legături cu statul” (V. Nicolau, 2009, p. 35)

Capitolul al treilea analizează relația dintre televiziune și mișcările sociale și rolul televiziunii în zilele de foc ale revoluției din decembrie 1989 din România. Mai mult, capitolul spulberă câteva mituri despre transmisiunea revoluției în direct și despre rolul televiziunilor străine în declanșarea evenimentelor din 1989 și prezintă evoluția televiziunii publice din România și Bulgaria după 1989.

Partea a doua a lucrării cuprinde capitolele patru și cinci și prezintă metodele de cercetare utilizate, eșantionul și discuțiile pe baza rezultatelor obținute, precum și corelarea obiectivelor și ipotezelor lucrării cu datele empirice obținute.

Capitolul final este dedicat prezentării concluziilor lucrării. Capitolul oferă o interpretare finală a ipotezelor de la care a pornit cercetarea și prezintă aspectele cele mai importante desprinse din analiza întregii lucrări. De asemenea, capitolul lansează noi posibile soluții și provocări care să invite la reflecție și cercetări viitoare.

În plan metodologic lucrarea *Mișcări sociale și televiziune în Europa postcomunistă. Cazul României și Bulgariei* prezintă o opțiune clară. În proiectul de cercetare care a stat la baza lucrării a fost folosită ancheta sociologică cu instrumente de lucru diferite (unul calitativ, interviul și, unul cantitativ, chestionarul), dar și alte seturi de date complementare.



Fondul Social European
POSDRU 2007-2013



Instrumente Structurale
2007-2013



OIPOS DRU



ACADEMIA ROMÂNĂ

ABSTRACT

The emergence of new digital technology has brought significant changes in the television landscape and is still seen as a challenge and constant threat to public service broadcasting. Broadcasters have increasingly turned their attention to multi-platform practices so as to increase their audience and secure their place in the changing media environment (Klein-Shagrir, Keinonen, 2014). Despite the free access to information and the use of digital technology, the Eastern European public service television is still in a shading cone mostly because of the small scale of their broadcasting markets. Based on the ongoing debates regarding the future of public service television in the digital age, the present paper tells the story of the Romanian public service television's path towards the new era of digital technology. Starting from Gulyas' (2013, p. ix) premise that public service media are going through dramatic transformations as a result of technological developments, policy changes, market pressures, and changes in media consumption, this paper aims to address the following challenging questions: what was the television's part in the 1989 revolutions from Romania and Bulgaria and what is the public service television attitude towards social movements today? What was the role of foreign broadcasters in triggering the events of 1989, and how are the Romanian and Bulgarian revolutions seen by foreign media and foreign journalists? Is the public service television model still relevant in the digital era? Is there any need for public service television in Romania? What are the present challenges and what is the future of the Romanian and Bulgarian public service television in the digital era?

Public television's role in the Romanian revolution is indisputable, because 'after being the personal institution of the former dictators, television suddenly became both the inaugural space and the symbol for the liberation from tyranny, playing the role of a catalyst and a command center of the revolution' (Dragan 1993: 3). The public television had to play, after 1989, 'an efficient, proactive role in the process of democratization, thus contributing to the socializing and educating the public in and for new roles and social values in an open society' (Gross, 2004, p. 170). For several months after December 1989, the public television was named the *Free Romanian Television*, thus marking the drive to transform the former television 'of the state' into a public television, according to the model of the European public service television, with the following objectives:

1. A common reference point for all members of the public
2. A forum for broad public discussion
3. Impartial news coverage
4. Pluralistic, innovative and varied programming
5. Programming which is both of wide public interest and attentive to the needs of minorities
6. Reflection of the different ideas and beliefs in pluriethnic and multicultural societies



7. A diversity of national and European cultural heritage
8. Original productions by independent producers
9. Extended viewer and listener choice by offering programmes not provided by the commercial sector (Raboy, 1996, p. 15).

Nonetheless, after the long period of 30 years during which it had functioned under the control of the totalitarian communist regime, it was not easy to perform the transition towards a television which functions independently from the point of view of the editorial contents. The shift from state television—which was politically obedient—to public television which would function according to the European standards, has implied, among other things, a never-ending process of reform and re-organization from the corporative and editorial point of view (Nicolau, 2009).

In the past two decades, the television environment in Romania has undergone great changes. There have been two important developments that brought major changes in television: the establishment of commercial television channels and the emergence of the Internet.

This paper offers an overview of the major changes and challenges of the Romanian and Bulgarian public service television (in terms of remit, purpose, values, and objectives) since the fall of the Communist regime in 1989. The work represents a historical document through the testimonies of some important people (journalists, politicians, academics from Romania, Bulgaria and France) who participated directly in the events of 1989 and guided the further development of the public television in Romania and Bulgaria. Furthermore, the present work gives voice to the public, by employing a large survey that explores people's attitude towards the public television and their reasons to watch public televisions' programmes in Romania and Bulgaria. The overall aim of the research conducted for this study is to explain the past, to explore the actual problems and find solutions for the future of the Romanian and Bulgarian public service television in the digital era.

CUPRINS

PARTEA I

INTRODUCERE.....	5
------------------	---

CAPITOLUL I – PERSPECTIVE STRATEGICE ALE CERCETĂRII

1.1. Prezentarea temei, a capitolelor și a contribuției originale a lucrării.....	8
1.2. Obiectivele cercetării.....	11
1.3. Ipoteze.....	14
1.4. Metode de cercetare.....	17

CAPITOLUL II – TEORIILE NORMATIVE ALE MEDIA

2.1. Evoluția teoriilor normative ale media.....	19
2.2. Definirea conceptului de sferă publică.....	27
2.3. Sfera publică în opera lui Jurgen Habermas.....	33
2.4. Critici și evaluări ale modelului habermasian de sferă publică.....	39
2.5. Media și sfera publică.....	43
2.6. Sfera publică și serviciul public de televiziune.....	49

CAPITOLUL III- MIȘCĂRI SOCIALE ȘI TELEVIZIUNE

3.1. Media și mișcările sociale.....	55
3.2. Revoluțiile din 1989: mișcări sociale, revolte sau revoluții?.....	57
3.3. Rolul televiziunilor străine în declanșarea evenimentelor din 1989.....	60
3.4. Revoluția Română în direct?.....	63
3.5. Trecerea de la televiziune de stat la televiziune publică.....	66
3.5.1. Televiziunea Română.....	66
3.5.2. Televiziunea Bulgară.....	73
3.6. Televiziunea publică în era digitală.....	76

PARTEA A II-A

CAPITOLUL IV – PREZENTAREA PROIECTULUI DE CERCETARE

4.1. Prezentarea metodelor de cercetare.....	79
4.2. Eșantionare.....	81
4.3. Prezentarea instrumentelor de lucru.....	84

CAPITOLUL V – PREZENTAREA REZULTATELOR CERCETĂRII ȘI DISCUȚII PE BAZA REZULTATELOR

5.1. Ancheta pe bază de interviu. Interpretarea datelor.....	91
5.2. Ancheta pe bază de chestionar online. Interpretarea datelor.....	99

CONCLUZII.....	111
----------------	-----

BIBLIOGRAFIE.....	118
-------------------	-----

ANEXE.....	128
------------	-----

INTRODUCERE

„paradoxul nostru era nevoia de a uita totul,
fără a uita nimic”

(Răzvan Theodorescu, 1994)

Aveam doar șapte ani în 1989. Locuiam într-un bloc situat vis a vis de Stadionul Steaua. Nu am multe amintiri de la acea vârstă, dar îmi amintesc foarte clar seara în care s-a tras în blocul nostru și vocea mamei care ne spunea să ne așezăm pe burtă, îmi amintesc imaginile de la televizor cu luptele de stradă din Piața Universității și refrenul cântecului lui Valeriu Sterian: „Doamne, vino Doamne/ Să vezi ce-a mai rămas din oameni”. Bucuria pe care doar copilăria o cunoaște nu mi-a permis să simt atunci lipsurile unui regim atât de dur. Mai târziu am înțeles greutățile pe care părinții mei le îndurau, pericolele, neîncrederea în alți oameni, teama de a fi ascultați, teamă care, de altfel, îi urmărește uneori și astăzi. Tot mai târziu, începând cu anul 1991, am văzut prin intermediul imaginilor, ororile regimului comunist, prezentate în detaliu în serialul *Memorialul durerii* la Televiziunea Română.

Este foarte greu de explicat ce a însemnat regimul comunist pentru români. Doar cei care l-au trăit pot aprecia cu adevărat valoarea evenimentelor din 1989 și a transformărilor produse în societatea românească în urma acestor evenimente. Desigur că rezultatele nu sunt chiar așa cum ne așteptam și mulți identifică astăzi nenumărate neajunsuri, dar asta nu este vina Revoluției și nu ar trebui să știrbească valoarea evenimentelor din 1989. Mulți consideră că visul celor care au luptat în 1989 nu s-a îndeplinit în totalitate, dar uită că visul lor a fost libertatea, cea pe care astăzi o considerăm normalitate. Oricât de greu ar fi astăzi, este mult mai bine ca atunci.

Anul acesta se împlinesc douăzeci și șase de ani de la înfăptuirea Revoluției Române, douăzeci și șase de ani de libertate. Ani care au adus poporului român speranță, entuziasm, bucurie, un alt stil de viață, dar și dezamăgire, uitare și, în final, trezire la realitate. Postcomunismul românesc este adesea considerat o perioadă greu de descris, „o vreme a tuturor exceselor” (Paler, 2011, p. 265). România a fost nevoită într-un timp foarte scurt să uite vechea ordine a lucrurilor, fără a uita însă nimic; să uite trecutul negru al unui regim nedrept, dar să păstreze totuși acele amintiri care îi vor fi de folos în punerea bazelor unui nou regim.

Acest proiect a început din dorința de a nu lăsa să se aștearnă vâlul trist al uitării peste unul dintre cele mai importante evenimente din istoria contemporană a României și din dorința de a reaminti și a stabili rolul crucial al televiziunii în evenimentele din 1989. Revoluția Română este un eveniment atipic în istoria Europei care și astăzi trezește interesul cercetătorilor, cunoscută ca fiind revoluția care s-a petrecut la televizor: “dacă intervenția americană din Vietnam a fost primul război al televiziunii mondiale, evenimentele din România din decembrie 1989 au constituit prima revoluție a televiziunii” (Amelunxen, Ujica, 1990 apud Gross, 1999, p. 83).

În era abundenței informației este greu să ne imaginăm ce a însemnat televiziunea pentru un popor îndoctrinat și uitat pentru prea mult timp în întunericul comunismului. În zilele de foc din decembrie 1989 televiziunea a fost permanent alături de oameni, oferind informații despre evenimentele din țară. Oamenii, obișnuiți cu o anumită ordine a lucrurilor, obișnuiți să fie conduși, se aflau acum în pragul libertății, bucuroși și, în același timp speriați, întrebându-se ce va urma. Astăzi la douăzeci și șase de ani de la acele evenimente poate că a venit momentul să ne întrebăm ce a mai rămas din oameni?

Lucrarea de față reprezintă o continuare a tezei de doctorat și adresează întrebări de cercetare deosebite, neexplorate până acum, și anume: care a fost rolul televiziunii în evenimentele din 1989 din România și Bulgaria și cât de mult sprijină televiziunea publică mișcările sociale actuale? A fost Revoluția Română cu adevărat o revoluție în direct? Care a fost rolul televiziunilor străine în declanșarea evenimentelor din 1989 și cum a fost Revoluția din 1989 din România și Bulgaria percepută de jurnaliștii străini? Mai este televiziunea publică necesară în contextul actual? Care sunt problemele actuale ale televiziunii publice și care este viitorul acestei instituții în era digitală?

Lucrarea reprezintă un document istoric prin mărturiile unor oameni importanți (profesori, jurnaliști, oameni politici) care au participat direct la evenimentele din 1989 și care au ghidat dezvoltarea ulterioară a televiziunii publice în România și Bulgaria. De asemenea, lucrarea de față dă voce și oamenilor de rând care au urmărit revoluția la televizor și își propune descoperirea unor soluții pentru viitorul conceptului de televiziune publică în Europa postcomunistă.

Acest proiect nu ar fi existat fără sprijinul și îndrumarea domnului academician Răzvan Theodorescu. De-a lungul timpului am cunoscut profesori pe care i-am admirat, dar n-am avut niciodată un îndrumător, ceea ce m-a făcut să apreciez fiecare cuvânt, fiecare sfat, fiecare amintire pe care domnul academician a împărtășit-o cu mine în acest an. Se spune că omul îmbătrânește atunci când îmbătrânesc pasiunile sale. Domnul academician Theodorescu este cel mai tânăr academician pe care îl cunosc, pasiunea sa pentru istorie, pentru cercetare, pentru scris și iubirea imensă pentru artă și pentru trecutul poporului român nu vor îmbătrâni niciodată. Nu pot încheia fără a-i mulțumi pentru încrederea pe care a avut-o în mine și în acest proiect încă de la început.

Nu degeaba Octavian Paler spunea că adesea viața îți este adesea schimbată de oameni care nici nu te cunosc. Îmi amintesc și astăzi cu ce emoție așteptam în iunie 2014 afișarea rezultatelor pentru acordarea burselor postdoctorale la Academia Română. Propunerea de proiect pe care o făceam atunci a dus la cea mai frumoasă colaborare științifică pe care am avut-o vreodată.

O emoție deosebită mă leagă de acest proiect, fiind ultimul meu proiect de cercetare despre România. De aceea am vrut să fie unul special, care să aducă la lumină realitățile unei instituții media care mi-a marcat existența. Este, într-un fel, modul meu de a spune 'la revedere' unor amintiri dragi. Chiar dacă vremurile în care intram în casă la oră fixă pentru a urmări *Teleenciclopedia* au apus demult, nu le pot ignora existența. Televiziunea Română a transmis de-a lungul timpului multe emisiuni care mi-au rămas în suflet și în minte. De aceea, vreau să cred cu încăpățănare că se va găsi o soluție pentru salvarea acesteia, pentru că, dacă nu, o dată cu ea va pieri o parte din istoria și tradiția poporului român. În ciuda acestei speranțe care m-a purtat spre identificarea unor soluții pentru televiziunea publică, lucrarea de față se delimitează de orice tendință părtinitoare și își propune să ofere o interpretare analitică, ferită de normativism, optimism sau negativism, care poate reprezenta o bază pentru înțelegerea evoluției televiziunii publice în România postcomunistă și a impactului acesteia asupra societății. Dacă am reușit sau nu să fac din acest proiect unul deosebit ca abordare și ca material pentru cercetări viitoare, o vor spune probabil cititorii și timpul, singurul critic căruia toți ne supunem. Sper ca acest proiect să nu permită generațiilor care s-au născut după 1989 să uite cât de mult s-a luptat pentru libertatea de care astăzi fac abuz.

CAPITOLUL I

PERSPECTIVE STRATEGICE ALE CERCETĂRII

1.1. Prezentarea temei, a capitolelor și a contribuției originale a lucrării

Lucrarea *Mișcări sociale și televiziune în Europa postcomunistă. Cazul României și Bulgariei* propune o temă de cercetare provocatoare de actualitate internațională și anume analizarea evoluției și viitorului conceptului de televiziune publică în Europa, urmărind, în special, evoluția televiziunii publice în România și Bulgaria după eliberarea de regimul comunist. Lucrarea este organizată în jurul a trei axe temerale: trecut, prezent și viitor, explorând astfel rolul televiziunii publice în revoluțiile din 1989, în declanșarea evenimentelor din 1989 și în restaurarea democrației, evoluția televiziunii publice după 1989, trecerea de la televiziunea de stat la televiziunea publică și apoi evoluând treptat spre prezent și viitor, prin analizarea problemelor actuale ale televiziunii publice și identificarea unor soluții pentru viitorul acesteia în era digitală.

Importanța temei este vitală pentru mediul științific românesc datorită perspectivei de abordare a cercetării. Tema propusă se lovește de o lipsă acută de bibliografie în România, lucrarea de față putând constitui un fundament pentru abordarea viitoare a relației dintre televiziune și mișcări sociale, televiziune și internet, dar și un punct de plecare pentru o abordare comparativă a acestor probleme la nivel global. În România nu există studii care să analizeze rolul televiziunii în evenimentele din decembrie 1989, transformarea din televiziune de stat în televiziune publică, atitudinile oamenilor față de televiziunea publică sau viitorul conceptului de televiziune publică în era digitală. O altă carte care a stat la baza prezentului proiect de cercetare este *Cele 900 de zile de manipulare* (Theodorescu, 1994), carte care descrie minuțios primii ani de libertate ai Televiziunii Române și contribuie la înțelegerea deciziilor care au fost luate în anii 1990-1992 de conducerea instituției. Singurul studiu monografic dedicat conceptului de televiziune publică în România a fost publicat de Valentin Nicolau în 2009, în cartea *TVR Mărire și decădere*. Lucrarea relevă în mod deosebit procesele prin care s-a produs degradarea serviciului public de televiziune din România, precum și factorii care au dus la “marea prăbușire” a instituției publice. Modelul ideal al televiziunii publice este conturat prin analiza modului de funcționare a televiziunilor publice din alte țări europene. Totuși, această carte nu analizează rolul deosebit de important al televiziunii în evenimentele din 1989 și în instaurarea regimului democratic, problemele actuale ale televiziunii publice din România sau viitorul acesteia în era digitală. Prin urmare, lucrarea de față

propune o nouă perspectivă originală de analizare a televiziunii publice și a importanței acesteia pentru societatea românească în perioada postcomunistă.

Proiectul de cercetare propus reprezintă o continuare a acestor lucrări și a tezei de doctorat a autoarei (*Media și construcția societății civile postcomuniste*) și se individualizează între lucrările similare prin perspectiva din care este întreprinsă cercetarea, aceea a analizării relației dintre televiziunea publică și mișcările sociale, (începând cu rolul televiziunii în Revoluția din 1989), precum și prin realizarea comparativă a cercetării în România și Bulgaria. Proiectul propus analizează rolul televiziunii în remodelarea practicilor democratice, în susținerea mișcărilor sociale și în susținerea regimului democratic în Europa postcomunistă (România și Bulgaria), scopul fiind nu doar revigorarea acestei instituții media, ci și găsirea unor soluții pentru un dialog mai bun între guvernanți, televiziune și cei guvernați și identificarea unor noi practici jurnalistice care să sporească participarea cetățenilor.

În ceea ce privește viitorul conceptului de televiziune publică, s-au realizat de-a lungul timpului numeroare studii. Apariția noilor tehnologii digitale a adus schimbări majore în peisajul televiziunii, fiind încă văzută ca o provocare și o amenințare constantă pentru serviciul public de televiziune. În acest nou context, după spusele unor autori, de când atenția s-a îndreptat spre abundența digitală, implicit a noilor tehnologii digitale legitimitatea instituțiilor serviciului public de televiziune s-a deteriorat (vezi Tracey 1998, Papathanassopoulos 2002). Analizând viitorul serviciului public de televiziune în epoca digitală, Steemers (1998, p. 196) pune o întrebare pertinentă: „Este serviciul public de difuzare încă necesar?” și continuă prin a afirma că „serviciul public de televiziune nu mai este necesar, fiind doar o simplă relicvă demodată din timpuri apuse”. Foarte multe lucruri s-au schimbat în peisajul media de când Steemers a făcut această afirmație, iar lucrarea de față demonstrează că televiziunea publică este încă o instituție necesară, mai ales în țările în curs de dezvoltare.

Cu toate că majoritatea televiziunilor publice din lume a descoperit noi căi de livrare a conținutului și de interacționare cu audiența, viitorul serviciului public de televiziune în epoca digitală este considerat nesigur. Când analizăm viitorul televiziunii în epoca digitală, în literatura de specialitate întâlnim două perspective contradictorii. Pe de o parte, cercetătorii care prevăd sfârșitul serviciului public de televiziune (Tracey 1998) discută despre felul în care introducerea televiziunii digitale va diminua puterea televiziunilor publice în cadrul pieței de televiziune, aducând încă o amenințare în justificarea existenței acesteia (Papathanassopoulos, 2002). Pe de altă parte, grupul cercetătorilor care susțin că platformele digitale sunt, de fapt, doar o extensie a televiziunii (Klein-Shagrir, Keinonen, 2014) și dezbat faptul că noile tehnologii au adus nu doar provocări și obstacole pentru serviciul public de televiziune, ci și noi oportunități de a captiva audiențele din mediul online, stabilindu-și astfel o nouă poziție în peisajul media. Sintetizând

opiniile contradictorii ale celor două grupuri de cercetători, putem afirma că problema nu este legată de ce cale ar putea televiziunea publică să ia în epoca digitală, ci mai degrabă, despre indentificarea unui nou rol și a unui loc pentru serviciul public de televiziune în noul peisaj media digital. Încercând să stabilească noul rol al televiziunii publice, Jakubowicz (2008, p. 44) consideră că: „principalele căi care ar trebui explorate sunt cele legate de felul în care s-ar putea prezenta un conținut generat de utilizatori în programele serviciului public media, audiențele s-ar putea astfel transforma în „comunități de utilizatori” și o „rețea socială de parteneri”, aflați într-un dialog constant cu organizația serviciului public media. Scopul fiind determinarea direcției în care organizația s-ar putea îndrepta prin responsabilizarea și participarea activă a publicului”. Astfel, serviciul public de televiziune ar continua să aibă un suport considerabil din partea publicului (Debrett, 2009: 807, 2010: 15). Viitorul televiziunii publice depinde, așadar, de dezvoltarea unei strategii multiplatformă, care să permită participarea publică și conținut generat de utilizatori, ipoteză care se confirmă prin rezultatele cercetării.

Ținând cont de dezbaterile actuale cu privire la viitorul serviciului public de televiziune în epoca digitală și pornind de la premiza lui Gulyas (2013, p. ix) conform căreia serviciul public media trece printr-o serie de transformări dramatice ca rezultat al dezvoltărilor tehnologice, al schimbărilor politice, al presiunilor pieței și al modificărilor în consumul de media, lucrarea de față adresează următoarele întrebări dificile: mai este modelul serviciului public de televiziune relevant pentru societatea românească? Care a fost rolul televiziunii în evenimentele din 1989 din România și Bulgaria și cât de mult sprijină televiziunea publică mișcările sociale actuale? Care a fost rolul televiziunilor străine în declanșarea evenimentelor din 1989 și cum a fost Revoluția din 1989 din România și Bulgaria percepută de jurnaliștii străini? Care sunt problemele actuale ale televiziunii publice și care este viitorul acestei instituții în era digitală?

Lucrarea *Mișcări sociale și televiziune în Europa postcomunistă. Cazul României și Bulgariei* se bazează pe o documentare minuțioasă (realizată în România, Bulgaria și Franța), propune o bibliografie complexă și este structurată în cinci capitole, la care se adaugă introducerea, concluziile, bibliografia și anexele. Nucleul tematic al lucrării a fost structurat pentru a clarifica conceptele esențiale și pentru a putea analiza problema în cauză la un nivel superior. Lucrarea este organizată după principii didactice, putând constitui un manual de înțelegere a problemelor televiziunii publice în România și Bulgaria postcomunistă. Primele capitole ale lucrării sunt dedicate descrierii și analizării temei propuse în literatura de specialitate din mai multe perspective. Astfel, **primul capitol** al lucrării prezintă originalitatea temei, contextul cercetării, scopul demersului de cercetare și explică noțiunile cheie din perspectivă metodologică. De asemenea, în acest capitol sunt stabilite obiectivele cercetării și sunt conturate ipotezele de bază și ipotezele specifice de la care pornește cercetarea.

Capitolul al doilea analizează evoluția teoriilor normative ale media și explică conceptul de sferă publică, pornind de la ideea că „serviciul public de televiziune este în primul rând o instituție a sferei publice și a societății civile, deși menține adesea, în mod indirect și uneori ambiguu, legături cu statul” (Nicolau, 2009, p. 35).

Capitolul al treilea analizează relația dintre televiziune și mișcări sociale și rolul televiziunii în zilele de foc ale revoluției din decembrie 1989 din România. Mai mult, capitolul spulberă câteva mituri despre transmisiunea revoluției în direct și despre rolul televiziunilor străine în declanșarea evenimentelor din 1989 și prezintă evoluția televiziunii publice din România și Bulgaria după 1989.

Partea a doua a lucrării cuprinde **capitolele patru și cinci** și prezintă metodele de cercetare utilizate, eșantionul și discuțiile pe baza rezultatelor obținute, precum și corelarea obiectivelor și ipotezelor lucrării cu datele empirice obținute.

Capitolul final este dedicat prezentării concluziilor lucrării. Capitolul oferă o interpretare finală a ipotezelor de la care a pornit cercetarea și prezintă aspectele cele mai importante desprinse din analiza întregii lucrări. De asemenea, capitolul lansează noi posibile soluții și provocări care să invite la reflecție și cercetări viitoare.

Plecând de la această pluralitate a perspectivelor adoptate, lucrarea poate fi citită, date fiind multitudinea de abordări, în modalități diferite. Fundamentale sunt cel teoretic și cel metodologic. Analiza deschide o serie de interogații necesare legate de mecanismele prin care această tematică ar putea să devină prioritară în dezbaterile actuale.

1.2. Obiectivele cercetării

Lucrarea *Mișcări sociale și televiziune în Europa postcomunistă. Cazul României și Bulgariei* analizează rolul televiziunii în remodelarea practicilor democratice, în susținerea mișcărilor sociale și în susținerea regimului democratic în Europa postcomunistă (România și Bulgaria). Scopul principal al lucrării *Televiziune și mișcări sociale în Europa postcomunistă. Cazul României și Bulgariei* este analizarea rolului televiziunii publice în evenimentele care au avut loc în două țări din Europa de Est în 1989. Lucrarea își propune să aducă la lumină detalii încă necunoscute despre Revoluția Română și să analizeze problemele actuale ale serviciului public de televiziune din două țări fost comuniste: România și Bulgaria, scopul fiind nu doar revigorarea acestei instituții media ci și găsirea unor soluții pentru un dialog mai bun între guvernanți, televiziune și cei guvernați și identificarea unor noi practici jurnalistice care să

sporească participarea politică a cetățenilor. Pentru aceasta, lucrarea își propune următoarele obiective:

O1 – analizarea rolului televiziunii publice în Revoluția din 1989 și implicit analizarea relației dintre televiziunea publică și sfera publică, televiziune și mișcări sociale, prin identificarea gradului actual de mediatizare a mișcărilor sociale și realizarea unei tipologii a modalităților de prezentare a mișcărilor sociale.

Rolul televiziunii publice în revoluția română este de necontestat, pentru că „dintr-o instituție personală a foștilor dictatori, televiziunea a devenit brusc spațiul inaugural și simbolul eliberării de tiranie, jucând rolul unui catalizator și centru de comandă al revoluției” (Drăgan, coord., 1993, p. 3). Televiziunea a devenit purtătorul de cuvânt al românilor și a trebuit să joace și după anul 1989 „un rol eficient, activ în democratizare, contribuind la sociabilizarea și educarea publicului în și pentru noi roluri și valori sociale într-o societate deschisă” (Gross, 2004, p. 170). Astfel, Televiziunea Română Liberă (numită așa pe 22 decembrie pentru următoarele patru luni) a avut un rol deosebit de important fiind “un informator și de asemenea un suport (atât pentru producători/comunicatori, cât și pentru consumatori/receptori) pentru catharsis-ul individual și colectiv/național. Au fost ecoul unei anumite unități a tuturor românilor” (Gross, 1999, p.84).

În ciuda lipsurilor și a problemelor cu care s-a confruntat de-a lungul timpului, televiziunea publică a avut un rol semnificativ în viața oamenilor după 1990, conturând într-un fel traiectoria societății românești de astăzi și a reușit să ofere oamenilor, pentru prima dată după 40 de ani, o alternativă, a deschis prin puterea imaginii poarta unei lumi noi, o lume liberă și a “contribuit direct la înființarea și evoluția societății civile și a partidelor politice, fiind locul de manifestare pentru diferite opinii și polemici” (Gross, 1999, p. 87).

Așadar, pentru a înțelege relația atipică dintre televiziunea publică și mișcările sociale am considerat necesar să analizăm mai întâi rolul televiziunii publice în evenimetele din 1989 din România și importanța acesteia pentru dezvoltarea ulterioară a democrației. Vom începe cu analizarea Revoluției din 1989, cu scopul de a găsi un răspuns la întrebarea: a fost Revoluția Română o revoluție în direct? Apoi, vom oferi o analiză comparativă a revoluțiilor din 1989 din România și Bulgaria, cu includerea în analiză a rolului televiziunii publice.

O2 – stabilirea rolului real al televiziunilor străine în declanșarea evenimentelor din 1989 și identificarea reprezentărilor pe care jurnaliștii străini le au despre Revoluția Română.

În analiza revoluțiilor din 1989 din Europa de Est, în mediul academic au existat voci care au susținut că acestea au fost declanșate cu ajutorul mass mediei străine, în special a televiziunii și radioului (vezi Gross, 1999). În încercarea de a afla mai multe despre importanța televiziunii în evenimentele din decembrie 1989, considerăm necesară clarificarea acestei probleme și descoperirea rolului real al televiziunilor străine în declanșarea evenimentelor din 1989 din România și Bulgaria. Mai mult, pentru o analiză completă a evenimentelor din 1989, am considerat că este vital pentru problema cercetată să aflăm reprezentările pe care jurnaliștii străini le au despre Revoluția Română și modul în care aceasta a fost transmisă de televiziunea publică. Pentru clarificarea acestor probleme de cercetare am efectuat două stagii de cercetare în străinătate: unul la University of Sofia, Bulgaria, în luna aprilie 2015 și altul la Universite Sorbonne Nouvelle Paris 3, Franța, în luna mai 2015. Rezultatele vor fi prezentate detaliat în lucrare.

O3 – analiza cursului Televiziunii Române după 1989 și identificarea problemelor actuale ale televiziunii publice din România și Bulgaria.

Pentru a putea găsi soluții pentru viitorul televiziunii publice este necesar să identificăm problemele actuale cu care se confruntă aceste instituții media în România și Bulgaria. Televiziunea publică este o instituție cu tradiție, care „poate juca un rol esențial în protejarea unei societăți pluraliste și poate să-i îndeplinească nevoile culturale și sociale, fiind astfel în centrul sistemelor democratice. Prin faptul că are acces la o masă mare de populație și prin influență, difuzarea publică are capacitatea atât să îmbogățească viața oamenilor la nivel individual, cât și să îmbunătățească calitatea vieții în societate” (Iosifidis, 2007, p. 5).

O4 - investigarea atitudinii oamenilor față de instituția televiziunii publice și descoperirea motivelor pentru care aleg să urmărească sau să nu urmărească programele televiziunii publice în România și Bulgaria, precum și identificarea motivelor de implicare/neimplicare în mișcări sociale mediatizate de televiziunea publică.

În cei douăzeci și șase de ani care au trecut de la Revoluția din 1989 programele televiziunii publice au ajuns să fie cele mai puțin urmărite în România. Televiziunea Română a ajuns din cea mai iubită televiziune, cea mai puțin urmărită televiziune și cea mai criticată. Pentru a înțelege și

pentru a putea evalua problemele actuale ale televiziunii publice, am considerat necesar să explorăm opiniile oamenilor despre televiziunea publică din România și Bulgaria. Situația televiziunii publice din cele două țări este, desigur, diferită. Chiar dacă jurnaliștii de la Televiziunea Publică Bulgară privesc cu respect și admirație către Televiziunea Română, în România televiziunea publică se află la coada topurilor de audiență, pe când în Bulgaria aceasta își păstrează locul în preferințele cetățenilor, ocupând locul trei în topurile de audiență. Așadar, este important pentru proiectul de cercetare propus să identificăm, mai întâi, factorii care îi determină pe oameni să urmărească sau să nu urmărească programele televiziunii publice, pentru ca apoi să identificăm eventuale soluții pentru viitorul acestei instituții media.

O5- stabilirea necesității existenței televiziunii publice și identificarea unor soluții pentru viitorul televiziunii publice în era digitală.

Lucrarea de față contrazice afirmația lui Steemers (1998: 196), conform căreia „serviciul public de televiziune nu mai este necesar, fiind doar o simplă relicvă demodată din timpuri apuse”. Pentru a putea însă discuta despre viitor, este necesar să ne întrebăm: Mai este serviciul public de televiziune relevant în epoca digitală? Care sunt provocările curente și care este viitorul Televiziunii Române în epoca digitală? Rezultatele cercetării prezentate în lucrare oferă răspunsuri complete la aceste întrebări.

1.3. Ipoteze

Având în vedere obiectivele propuse considerăm necesar să conturăm în paginile următoare ipotezele generale și specifice de la care pornim cercetarea.

Ipoteza generală

Analiza rolului pe care media îl are în societate a constituit întotdeauna una dintre preocupările majore ale cercetătorilor mass-media. Televiziunea publică a fost mereu privită cu respect în România, fiind adesea înconjurată în mister; un mister greu de deslușit atât pentru public, cât și pentru literatura de specialitate.

Evoluția societății românești după 1989 imprimă un caracter ambivalent comunicării: pe de o parte, aceasta se definește ca un instrument de emancipare a individului, iar pe de altă parte, comunicarea de masă se autoinvestește cu funcția de instrument de control al autorităților politico-socio-economice și al indivizilor. Internetul creează noi provocări și oportunități pentru cercetarea fenomenului media. Abordarea științifică a rolului noilor tehnici de comunicare în societate este determinată în principal de faptul că presa scrisă și celelalte mijloace mass-media (radio, televiziune, Internet) reprezintă mijloace ce reușesc să construiască imaginea unei probleme sociale și să o acrediteze în spațiul public, devenind astfel o problemă de interes social.

Problemele principale de la care pornim cercetarea sunt următoarele: Este modelul serviciului public de televiziune relevant pentru societatea românească? Care a fost rolul televiziunii în evenimentele din 1989 din România și Bulgaria și cât de mult sprijină televiziunea publică mișcările sociale actuale? Care a fost rolul televiziunilor străine în declanșarea evenimentelor din 1989 și cum a fost Revoluția din 1989 din România și Bulgaria percepută de jurnaliștii străini? Care sunt problemele actuale ale televiziunii publice și care este viitorul acestei instituții în era digitală? Anticipăm un sentiment de dezamăgire, sentiment alimentat de neîncrederea cetățenilor în instituțiile de televiziune publică pe fondul unei neîncrederi generale în politicieni și în instituțiile publice. Trebuie să menționăm faptul că răspunsurile la toate întrebările formulate anterior, cât și rolul pozitiv sau negativ al televiziunii în evenimentele din 1989, sunt în momentul acesta doar o ipoteză, urmând a fi demonstrate, descoperite și analizate sistematic pe parcursul demersului științific propus.

Ipoteze specifice

Lucrarea *Mișcări sociale și televiziune în Europa postcomunistă. Cazul României și Bulgariei*, se împarte în trei axe temporale: trecut, prezent și viitor, oferind o analiză completă a evoluției și problemelor acestei instituții media în perioada postcomunistă. În ansamblul ei, lucrarea se delimitează de orice tendință părtinitoare și își propune să ofere o interpretare analitică, ferită de normativism, optimism sau negativism, care poate reprezenta o bază pentru înțelegerea evenimentelor din 1989 și a rolului televiziunii publice în România și Bulgaria postcomunistă. Mai mult, meritul acestei lucrări este faptul că prezintă atât părerile unor oameni importanți care au participat la evenimentele din 1989, profesori renumiți, cât și ale oamenilor de rând care au urmărit revoluția doar la televizor.

În ciuda faptului că „relația televiziunilor publice cu audiența rămâne puternică și asta asigură propria vizibilitate și relevanță în epoca digitală” (Iosifidis, 2007, p. 184), este ușor de remarcat că

În ultimii ani, televiziunea publică a pierdut mult teren în competiția cu televiziunile particulare. Acest fenomen se manifestă nu doar în fostele țări socialiste, dar și în întreaga Europă. Televiziunea publică nu reușește să țină pasul cu digitalizarea. Acest lucru nu ar trebui să fie însă văzut ca o „strategie de invalidare” (Doyle, 2010) a televiziunii publice, ci ca o nouă strategie care îi poate asigura viitorul în actualul peisaj media.

Analizând cele mai recente lucrări din domeniu, prezentul proiect de cercetare își propune să contribuie la dezbaterea actuală despre viitorul televiziunii publice în era digitală. Ipotezele specifice ale lucrării sunt :

1. Televiziunea publică nu are puterea de a influența în niciun fel evoluția mișcărilor sociale actuale și nici opinia publică datorită audiențelor scăzute și lipsei de legitimitate.
2. Viitorul televiziunii publice depinde de dezvoltarea unei strategii digitale, care să permită participarea directă a publicului. Lipsa de vizibilitate a televiziunilor publice din mediul online și lipsa unei strategii de reînnoire a programelor și de atragere a publicului tânăr duc la scăderea interesului pentru vizionarea programelor televiziunii publice.

Lucrarea Mișcări sociale și televiziune în Europa postcomunistă. Cazul României și Bulgariei oferă o privire de ansamblu asupra schimbărilor majore și a provocărilor cu care se confruntă televiziunea publică după 1989 și își propune să sublinieze problemele actuale ale acestei instituții media și să identifice soluții pentru viitorul serviciului public de televiziune din România și Bulgaria în contextul actual al tehnologiilor digitale. Anticipăm că discrepanța dintre televiziunea publică și public este din ce în ce mai mare, deoarece oamenii au pierdut interes și încredere în instituția publică, iar TVR are nevoie de o strategie de politică publică orientată spre utilizatori, cu noi oameni și noi emisiuni difuzate pe noi platforme. Din moment ce televiziunea publică ar trebui să fie televiziunea tuturor oamenilor, acum mai mult decât oricând, prin intermediul internetului, televiziunea publică ar putea educa publicul și încuraja oamenii să participe la viața culturală și politică. De asemenea, prin atragerea unui număr mai mare de oameni, televiziunea publică ar putea câștiga audiența și ar putea ajuta la alfabetizarea digitală a oamenilor și la revalorizarea experienței vizualizării individuale la televizor, așa cum a făcut BBC-ul (Beckett, 2008).

Este întotdeauna greu de prezis viitorul, așa că, ceea ce vom încerca în această lucrare nu este prezicerea viitorului, ci sublinierea tendințelor actuale ale evoluției televiziunii publice în epoca digitală. Elementele descoperite sunt doar fragmente ale unui viitor probabil ale serviciului public de televiziune în țările postcomuniste, în epoca digitală.

1.4. Metode de cercetare

Lucrarea *Mișcări sociale și televiziune în Europa postcomunistă. Cazul României și Bulgariei* este un proiect de cercetare calitativ, pentru că „va căuta să răspundă la întrebarea „De ce tip?” și va implica evaluarea plus aprecierea legate de calitatea unui element al comunicării. Totodată, o abordare de tip cantitativ va căuta să răspundă la întrebarea: „Cât de mare/mult/mulți?” și va implica utilizarea de numere, mărime și măsurare” (Asa Berger, 2000, apud Marinescu, 2005, p. 13).

În plan metodologic lucrarea *Mișcări sociale și televiziune în Europa postcomunistă. Cazul României și Bulgariei* prezintă o opțiune clară. În proiectul de cercetare care a stat la baza lucrării a fost folosită aceeași metodă de cercetare (ancheta sociologică) cu instrumente de lucru diferite (unul calitativ, interviul și, unul cantitativ, chestionarul), dar și alte seturi de date complementare.

Analiza datelor empirice pleacă de la un set distinct de întrebări de cercetare: Este modelul serviciului public de televiziune relevant pentru societatea românească? Care a fost rolul televiziunii în evenimentele din 1989 din România și Bulgaria și cât de mult sprijină televiziunea publică mișcările sociale actuale? Care a fost rolul televiziunilor străine în declanșarea evenimentelor din 1989 și cum a fost Revoluția din 1989 din România și Bulgaria percepută de jurnaliștii străini? Care sunt problemele actuale ale televiziunii publice și care este viitorul acestei instituții media în era digitală?

Urmând tipologia lui Chelcea (2004), interviul realizat este un interviu cu elite și urmărește realizarea obiectivelor unu, doi și parțial trei ale lucrării, respectiv analizarea rolului televiziunii publice în Revoluția din 1989; stabilirea rolului real al televiziunilor străine în declanșarea evenimentelor din 1989 și identificarea reprezentărilor pe care jurnaliștii români le au despre Revoluția Română; analizarea parcursului Televiziunii Române după 1989 și identificarea problemelor actuale ale televiziunii publice din România și Bulgaria. În total au fost realizate nouă interviuri, trei în România, patru în Bulgaria și unul în Franța. Culegerea datelor s-a realizat în perioada aprilie-iulie 2015, după cum urmează:

- Aprilie 2015: **Boyco Stankushev** (Bulgaria) – jurnalist, realizator tv, fost Director de programe la Televiziunea Publică Bulgară; **Nikoleta Daskalova** (Bulgaria), expert media, Fondation Media Democracy; Dr. **Valentina Gueorguieva** (Bulgaria), lector la Universitatea din Sofia și activist cunoscut; Dr. **Dobrinka Peicheva** (Bulgaria), conferențiar, Universitatea Neofit Rilski, Blagoevgrad.

- Mai 2015: Prof. Univ. Dr. **Francois Jost** (Franța) – expert audiovizual și profesor universitar la Universite Sorbonne Nouvelle Paris 3, directorul Laboratoire Communication Information Médias, Responsable du Centre d'Etudes sur les Images et les Sons Médiatiques (CEISME), și director al Revistei Télévision (CNRS éditions).
- Iunie- iulie 2015: **Răzvan Theodorescu** (România) - academician, fost director al Televiziunii Române (1990-1992), fost Ministru al Culturii (2000-2004); **George Radu Serafim** (România) - realizator tv la Televiziunea Română; **Paul Șoloc** (România) - jurnalist, fost prezentator al jurnalului de știri înainte de 1989, coordonator al emisiunilor electorale ale TVR și fost șef al Departamentului de Știri după 1989.

Mai mult, pentru a analiza în amănunt percepția jurnaliștilor francezi despre Revoluția Română din 1989, au fost studiate peste 2000 de știri, reportaje, interviuri și talk-show-uri din perioada 1989-1992, existente în arhiva Institutului Național al Audiovizualului din Franța.

Chestionarul realizat pentru prezentul proiect de cercetare urmărește realizarea obiectivelor trei, patru și cince ale lucrării, respectiv O3- analizarea parcursului Televiziunii Române după 1989 și identificarea problemelor actuale ale televiziunii publice din România și Bulgaria; O4- investigarea atitudinii oamenilor față de instituția televiziunii publice și descoperirea motivelor pentru care aleg să urmărească sau să nu urmărească programele televiziunii publice în România și Bulgaria și O5- stabilirea necesității existenței televiziunii publice și identificarea unor soluții pentru viitorul televiziunii publice în era digitală. Chestionarul a vizat persoane cu vârsta între 18-60 de ani, cu mediul de rezidență urban și rural din România și Bulgaria. Eșantionul a cuprins 444 respondenți (227 români, 217 bulgari), dintre care: sex feminin – 129 respondenți (57 %), sex masculin – 98 respondenți (43 %), în România și sex feminin – 129 respondenți (59 %), sex masculin – 88 respondenți (41 %), în Bulgaria. Culegerea datelor a avut loc în perioada mai - septembrie 2015. Rezultatele vor fi prezentate detaliat în capitolul cinci al lucrării.

CAPITOLUL II

TEORIILE NORMATIVE ALE MEDIA

În acest capitol vom urmări evoluția teoriilor normative ale media și ale conceptului de sferă publică, concept important pentru dezvoltarea și înțelegerea problemelor pe care prezenta lucrarea își propune să le clarifice. Pornind de la ideea că „serviciul public de televiziune este în primul rând o instituție a sferei publice și a societății civile, deși menține adesea, în mod indirect și uneori ambiguu, legături cu statul” (Nicolau, 2009, p. 35), lucrarea *Mișcări sociale și televiziune în Europa Postcomunistă. Cazul României și Bulgariei* antrenează paradigme teoretice specifice, și anume, paradigma teoriilor normative ale media și paradigma teoriilor sferei publice, care aplicate la societățile postcomuniste, se află în ultimul deceniu în căutarea permanentă a unui model funcțional. Capitolul debutează prin analiza teoriilor normative ale media, apoi prezintă modelul de sferă publică propus de Jurgen Habermas și se încheie cu analizarea relației dintre sfera publică și serviciul public de televiziune.

2.1. Evoluția teoriilor normative ale media

Presa, mai ales televiziunea și internetul au devenit, în ultimii ani, elemente vitale atât pentru individ, cât și pentru societate ca ansamblu. Dezvoltarea explozivă a mass-mediei românești după 1989, inovațiile tehnologice, amploarea fenomenului comunicării de masă, au determinat cercetătorii să reanalizeze locul și rolul mass-mediei în societate. Ioan Drăgan (1996) împarte teoriile și criticile privind locul și rolul mass-media în societate în două mari curente: empiric și critic.

Curentul empiric, fondat de Lazarsfeld și cunoscut sub denumirea de „cercetare administrativă”, se distinge prin două trăsături: folosirea metodelor empirice de cercetare a comunicării sub aspectul audienței și al impactului asupra societății și individului și ameliorarea comunicării în sensul creșterii performanțelor în difuzarea și receptarea mesajelor. C. Hovland, F. Stanton, H. Cantril, B. Berelson, H. Lasswell, J. Klapper, W. Schramm, E. Katz, ș.a. fac parte dintre reprezentanții acestui curent. Teoreticienii curentului empiric, exprimau credința că mass-media au o capacitate aproape nelimitată de a influența comportamentele oamenilor în calitatea acestora de alegători sau consumatori. Modelul empiriștilor derivă din paradigma celor „cinci factori” a lui Lasswell. Ioan Drăgan consideră că acest model

„s-a dovedit a fi, până la urmă, un model linear simplificator și mecanist asupra comunicării, insistență asupra efectelor imediate, pe termen scurt ale media, asupra modificării aproape spontane a opiniilor și comportamentelor indivizilor; el suscita repetarea acelorași întrebări simple înscrise într-un cadru conceptual behaviorist- efecte directe și imediate; concentrarea studiilor asupra indivizilor și neglijarea contextului comunicării, a instituțiilor și structurilor sociale în care se integrează actorii comunicării de masă” (1996, p. 86).

Modelului empiric i-a urmat modelul funcționalist, care analizează comunicarea ca pe un proces de folosire a mesajelor, potrivit unor nevoi și exigențe funcționale.

Curentul critic, în antiteză cu cel empiric, promovează abordarea critică a problemelor societății contemporane, cercetând rolul comunicării în societate. Aflându-se de multe ori în antiteză cu toate cercetările empirice, curentul critic reprezintă mai mult o abordare „filosofică și politică asupra societății contemporane și asupra rolului comunicării în această societate” (Drăgan, 1996, p. 81). Teoria critică poate fi rezumată în șase puncte: 1. analizează societatea contemporană, pe care o caracterizează ca fiind capitalistă, chiar dacă nu exclusiv capitalistă; 2. punctul central al investigației este natura ambiguă a progresului; 3. analizează societatea ca întreg și examinează toate zonele societății; 4. este interdisciplinară; 5. combină filosofia și științele sociale empirice; 6. este auto-reflexivă. Acest curent este reprezentat de gânditorii Școlii de la Frankfurt, fondată de Max Horkheimer, în 1923: T. Adorno, L. Lowenthal, E. Fromm, Herbert Marcuse, J. Habermas, ș.a. Analiza teoreticienilor critici ai comunicării se concentrează pe raporturile dintre media, sistemul politic și democrație. Dominique Wolton, sintetizează analizele reprezentanților Școlii de la Frankfurt în patru teme fundamentale:

„- industriile culturale- extinderea logicii profitului, în sfera culturii are ca efect denaturarea creației prin raționalizare și standardizare;

- ideologia dominantă- pentru ce și cum există un fenomen de alienare, în timp ce publicul pare să aleagă liber produsele care îi sunt oferite ;

- masa (societatea de masă)- prin ce anume și cum produc mass-media o evoluție a societății spre masificare și spre omogenizarea valorilor;

- spațiul public – cum actualizează mass-media principiul lucrurilor publice născut în secolul al XVIII-lea și cum îl denaturează ele în societatea contemporană” (Wolton, apud Drăgan, 1996, pp. 88-89).

Cele două modele opuse privind rolul mass-media în societate, critic și empiric, au dominat cercetările media timp de două decenii, până în anii '60. Aceste modele au constituit, de altfel, punctele de referință, unul critic/ ideologic, altul empiric, de la care au pornit toate demersurile științifice ulterioare.

Noile curente de gândire și noile paradigme teoretice dezvoltate după anii '60, vor permite însă abordări diferite ale rolului mass-media în societate. Hanitzsch (2008) descrie patru paradigme care cuprind toate cercetările despre sistemele media din lume, astfel:

- *Statele Unite și restul* – în care cuprinde perioada 1950- 1960 în care Statele Unite dominau discursul intelectualilor din întreaga lume. Aceasta este perioada în care lucrări precum *The Passing of Traditional Society* (Apusul societății tradiționale) (Lerner, 1958) și *Four Theories of the Press* (Patru teorii ale presei) (Siebert et al., 1956) se bucură de atenția totală a cercetătorilor din domeniul Științelor comunicării și Științelor politice. Această perioadă este adesea criticată pentru atenția excesivă pe care o acordă Statelor Unite și pentru ilustrarea valorilor și ideilor țărilor vestice drept modele la care orice națiune ar trebui să aspire.
- *Nordul și Sudul*, este a doua ramă conceptuală în care autorul cuprinde perioada anilor '70, atunci când informațiile încep să circule rapid între Vest și restul lumii, iar discursul intelectual este dominat de studii despre mass-media globală. Această paradigmă a fost adesea criticată de cercetători pentru accentuarea dependenței țărilor în curs de dezvoltare de mass media din țările vestice, impactul negativ al producțiilor media vestice asupra culturii și audiențelor mass-media ale țărilor în curs de dezvoltare și preocuparea mass-mediei din Vest cu raportarea exclusivă a evenimentelor negative din alte țări în curs de dezvoltare (Hachten, 1996).
- *Vestul și Vestul* este a treia paradigmă propusă de Hanitzsch (2008) care cuprinde mijlocul anilor '80. În această perioadă autorul susține că numeroși cercetători au produs studii comparative în care analizau sistemele media din țările europene și din Vest. Un studiu important derulat în această perioadă a fost cel al lui Hallin și Mancini (2004).
- *Vestul și Globalul* este cea de-a patra paradigmă descrisă de Hanitzsch, care cuprinde cele mai recente studii despre sistemele mass-media din întreaga lume. Autorul susține că în această perioadă, interesele academice se axează pe „sistemele media la scală globală” (Hanitzsch, 2008, p. 114).

Cea mai cunoscută și discutată tipologie privind rolul social al mass media rămâne cea publicată în 1956 de Fred S. Siebert, Theodore Peterson și Wilbur Schramm în cartea *Four Theories of the Press* (Patru teorii ale presei). În această carte autorii încearcă să răspundă la întrebarea “de ce media apare în forme diferite și servește interese diferite în țări diferite?” și reflectă asupra diferențelor ideologice care au separat capitalismul de comunism (Obijiofor, Hanusch, 2011, p.15). Ipoteza principală de la care au pornit cei trei autori este că “presa ia întotdeauna forma și coloratura structurilor politice și sociale cu care operează” (Siebert et al., 1976, apud Nordenstreng, 1997, p. 98). Cel mai mare merit al lucrării este conturarea celor patru teorii normative ale presei, și anume: modelul autoritarist, modelul liberal, modelul comunist și modelul responsabilității sociale (sau modelul serviciului public).

Modelul autoritarist consideră presa drept o instituție care se află în slujba statului. Într-un sistem autoritar, presa este obligată să suporte și să îndeplinească ordinele conducerii. Mai mult, media are roluri specifice și este supusă unor constrângeri, considerate esențiale de către stat, pentru ca statul să-și poată atinge scopurile. McQuail (1987, p. 111-112) subliniază următoarele elemente de bază ale teoriei presei autoritare:

- presa nu trebuie să subestimeze puterea și interesele puterii,
- presa ar trebui să fie subordonată puterii și autorității stabilite,
- presa ar trebui să se ferească să încalce valori predominant morale și politice,
- cenzura este justificată în aplicarea acestor principii,
- atacurile editoriale la adresa puterii, deviațiile de la politica oficială și violarea codurilor morale trebuie să fie considerate infracțiuni.

În sistemul liberal, presa are rolul de a verifica guvernul, asemenea unui “câine de pază” al societății. **Teoria liberală** stabilește că „scopul mass-mediei este să ajute la aflarea adevărului, să asiste în procesul rezolvării problemelor politice și sociale prin prezentarea tuturor dovezilor și opiniilor drept bază pentru luarea deciziilor. Caracteristica esențială a acestui proces este libertatea față de controlul sau de stăpânirea guvernului” (Siebert et al., 1956, p. 51). McQuail (1987, p. 115) enumeră elementele de bază ale teoriei presei liberale, astfel:

- presa trebuie să fie liberă de sub orice fel de cenzură externă,
- publicarea și distribuirea trebuie să fie accesibile oricărui individ sau grup de persoane, fără să fie nevoie de un permis sau de o licență,
- atacurile editoriale asupra guvernelor sau partidelor politice nu trebuie să fie pedepsite,
- nu ar trebui să existe coerciție atunci când se pune problema publicării oricărui material,
- chiar și reportajul fals trebuie să fie văzut la fel ca publicarea adevărului,

- nu ar trebui să existe nicio restricție atunci când este vorba de achiziția informației prin canale legale,
- nu trebuie să existe nicio restricție pentru exportul și importul mesajelor de dincolo de frontierele naționale.

În vechiul **sistem comunist sovietic**, presa era doar un instrument al partidului comunist, critica nefiind tolerată sub nicio formă. Presa comunistă era astfel „concepută pentru a interpreta doctrina, pentru a duce la bun sfârșit politicile clasei muncitoare sau ale partidului militant” (Siebert et al., 1956, p. 110).

Teoria responsabilității sociale pune în lumină obligațiile și responsabilitățile pe care presa le are față de societate. Teoria subliniază relația dintre libertatea presei și responsabilitate. Pentru a explica teoria responsabilității sociale McQuail (1987, pp. 1176-117) identifică câteva principii pe care se bazează această teorie, și anume:

- mass-media trebuie să accepte anumite responsabilități față de societate,
- mass-media trebuie să-și îndeplinească responsabilitățile prin stabilirea standardelor profesionale cu privire la stocul informației și adevărului, acurateții, obiectivității și echilibrului reportajelor,
- pentru a fi responsabilă, mass-media trebuie să creeze și să funcționeze după un cadru legislativ bine definit,
- mass-media trebuie să evite publicarea informației care ar putea conduce la crimă, violență și perturbare socială, precum și a informației care ar putea jigni minoritățile etnice sau religioase.

Cartea *Four Theories of the Press* (1956) a fost intens criticată încă de la apariție, numeroși cercetători încercând să impună alte tipologii prin care să conteste sau să îmbunătățească tipologia inițială, considerată clasică. Nordenstreng consideră că astăzi problema cercetătorilor nu mai constă în a stabili dacă această carte clasică e depășită sau nu, ci problema constă în descoperirea unei metode eficiente de a continua ceea ce această carte a început (1997, p. 97).

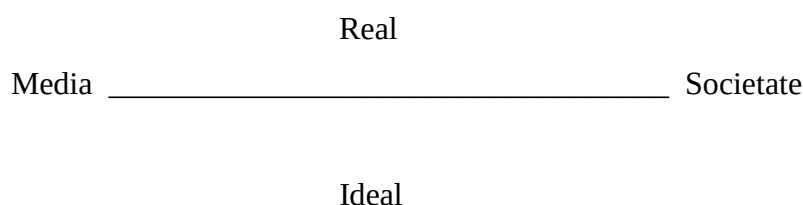
Nordenstreng (1997) face un scurt istoric al tipologiilor privind rolul media în societate, încercând o clasificare a acestora după locul apariției. Astfel, autorul analizează cinci categorii de tipologii apărute ca răspuns la tipologia propusă de Siebert, Peterson și Schramm (1956), și anume: tipologiile autorilor din Statele Unite ale Americii, tipologiile autorilor din Marea Britanie, tipologiile autorilor din Scandinavia (Finlanda, Suedia), tipologiile autorilor din Europa Continentală (Germania, Olanda, Polonia) și tipologiile autorilor din Lumea a treia (Malaezia).

În Statele Unite ale Americii, John Merrill și Ralph Lowenstein (1971 apud K. Nordenstreng, 1997) au rafinat clasificarea inițială propusă de F. Siebert, Theodore Peterson și Wilbur Schramm în 1956, adăugând modelul social-autoritarist. Robert Picard (apud K. Nordenstreng, 1997) a continuat investigarea teoriilor normative ale presei, adăugând un nou model, modelul democratic- socialist, pornind de la observația că în țările scandinave intervenția statului nu avea scopul de a prejudicia, ci de a susține existența unei prese libere.

Raymond Williams (Marea Britanie) propune o altă tipologie a sistemelor media: autoritarian, paternal (sistem autoritarian dotat cu conștiință), comercial și democratic. Autorul consideră că „democrația depinde de participarea activă a tuturor cetățenilor” (Williams, apud Nordenstreng, 1997, p. 101).

W. Hachten (1981, apud Nordenstreng, 1997) a propus cinci teorii normative pentru a înlocui cele *Patru Teorii ale presei*, chiar dacă se poate observa cu ușurință că acestea prezintă anumite asemănări cu cele ale lui Siebert et al. (1956), și anume: modelul autoritarist, modelul occidental, modelul comunist, modelul revoluționar și modelul dezvoltationist. Conceptul presei revoluționare se referă la folosirea presei pentru motive revoluționare, pentru a răsturna sistemele politice deja existente. La mijlocul anilor '90, Hachten (1996) și-a revizuit tipologia inițială și a inclus încă două teorii normative ale presei, și anume: modelul democratic socialist și modelul democratic participant.

Nordenstreng propune, la rândul său, o revitalizare a teoriilor normative ale media. Autorul consideră cele patru teorii clasice propuse de F. Siebert et al. (1956) ca paradigme culturale interconectate și nu ca sisteme existente, concrete (1997, p. 106). Pornind de la această ipoteză, autorul identifică două tipuri de teorii ale media: cele care prescriu sarcinile normative ale media în societate și cele care descriu rolul real al mass-media în societate și impactul acesteia asupra societății (1997, p. 106). Cu alte cuvinte, teoriile ideale și teoriile reale, sau teoriile normative și cele sociologice (Fourie, 2001, p. 275). Astfel, Nordenstreng (1997) își structurează teoriile în jurul acestor doi poli: ideal și real, considerând că relația media-societate și relația media- politică ar trebui întotdeauna analizată între aceste două niveluri, real și ideal.



(1997, p. 106).

Autorul propune cinci paradigme pe care le clasifică din punct de vedere al relevanței pe care acestea o au pentru lumea contemporană:

- paradigma liberal- individualistă - prin care libertatea individuală este considerată piatra de temelie a democrației;
- paradigma responsabilității sociale, caracterizată prin adoptarea normelor menite să faciliteze implicarea democratică a cetățenilor. Media trebuie să fie imparțială, echilibrată și echitabilă pentru a oferi o informare corectă și pentru a permite cititorilor să-și formeze propriile puncte de vedere și să participe la viața politică;
- paradigma critică, care vizează potențial uriaș al media de emancipare a maselor;
- paradigma administrativă, caracterizată prin excelență profesională și tehnocrată și care consideră că rolul de bază al mass mediei este obiectivitatea;
- paradigma negocierii culturale, care subliniază drepturile minorităților și simțul comunității. Mass-media trebuie astfel să servească atât negocierilor comunitare, cât și culturale, fiind îndreptată spre mediere.

În urma analizării celor cinci paradigme expuse anterior, Nordenstreng extrage patru roluri esențiale ale mass-media în lumea contemporană, după cum urmează:

- de colaborare- rolul mass-media atunci când un stat este tânăr și/ sau într-o stare de nesiguranță, în timp de război, situații de urgență, etc.;
- de control – se referă la rolul media de „câine de pază” al democrației;
- de facilitare/intermediere, atunci când jurnaliștii încearcă să creeze și să susțină dezbateră publică;
- rol critic - dialectic - atunci când jurnaliștii emit opinii radicale, construind o imagine despre politică, care nu este întotdeauna reală (Nordenstreng, 1997, pp. 108- 109).

Alte încercări de clasificare a sistemelor mass-media includ analiza globală a mass-mediei a lui Martin și Chaudhary (1983), care împarte sistemele media în modelele vestice, comuniste și cele din lumea a treia. Hallin și Macini (2004) au creat la rândul lor, trei modele pe care le-au numit *modelul liberal* (Marea Britanie, Irlanda și America de Nord), *modelul democratic corporatist* (în partea de nord a Europei continentale) și *modelul pluralist* (în țările mediteraneene ale Europei de Sud).

Modelele și sistemele mass-media, indiferent de criterial luat în calcul, nu sunt omogene. Diferențele istorice, legislative, culturale, politice, economice și religioase influențează natura

diversă a practicilor jurnalistice în fiecare țară în parte. Având în vedere demersul științific inițiat, propunem utilizarea îmbinată a trei tipologii: Siebert, Peterson și Schramm, K. Nordenstreng și W. Hachten. Astfel, ne vom raporta la modelul lui Siebert, Peterson și Schramm, considerat încă unul de referință și bazat pe „jocul opozițiilor control total- libertatea totală a presei (comunist vs. liberal) și lipsa oricărei responsabilități- responsabilitate publică maximă (autoritarist vs serviciu public)” (Coman, 2007, p. 131), dar vom lua în considerare și teoria responsabilității sociale pe care McQual și Nordenstreng o analizează în detaliu, precum și modelul revoluționar propus de W. Hachten (1981, apud Nordenstreng, 1997). De altfel, în tipologiile enumerate mai sus remarcăm puncte comune, unul dintre acestea fiind teoria responsabilității sociale, prezentă aproape în toate tipologiile, care se suprapune cu modelul serviciului public (Siebert et al., 1956). Teoria responsabilității sociale stabilește că: „presa este o formă de serviciu public, în consecință, mass-media de stat sau privată are obligația de a răspunde așteptărilor și cerințelor publicului” (2007, p. 129). Mai mult, Watson (2008) adaugă că baza acestei teorii este responsabilitatea, atât responsabilitatea media față de public, cât și responsabilitatea media ca paznic al democrației, media avînd datoria de a fi onestă și nepărtinitoare (2008, p. 118).

Critica pe care o putem aduce tipologiilor prezentate este că niciuna nu ia în calcul țările din Europa de Est, în care media are roluri specifice. Karol Jakubowicz este singurul autor care, în studiile sale, descrie transformările mass-mediei din Europa de Est din anii '90 (Jakubowicz 1990, 1995). Jakubowicz oferă o analiză interesantă, revoluționară a celor patru teorii normative ale media, și anume, autonomie versus subordonare a media în relația cu structurile puterii și pluralism versus dominare a conținutului media (apud Nordenstreng, 1997). Încă de la început, autorul nu a fost impresionat de perspectivele libertății adevărate și democrației, nici prima dată la auzul cuvîntului „glasnost”, introdus de Mihail Gorbachev la mijlocul anilor '80, nici după căderea comunismului în 1989 - 1990. Studiile sale ilustrează cum oamenii din Europa de Est au trecut destul de repede de la „socialismul imaginat” al ideologiei oficiale, la „capitalismul imaginat” al viselor și speranțelor lor și apoi la „capitalismul real”, prin trezirea bruscă la realitate a oamenilor, atunci când aceștia s-au văzut ca fiind o doar copie fidelă a ordinii sociale din Vest, lipsiți însă de prosperitate și stabilitate (Jakubowicz, 2007).

Teoriile normative ale media încă oferă posibilitatea de extindere a cadrului de analiză. Ar fi interesant ca viitoarele cercetări să stabilească o tipologie specifică Europei de Est, sau a țărilor fost comuniste, deși acest lucru s-ar putea dovedi extrem de dificil dacă luăm în considerare caracteristicile sistemelor media din aceste țări și evoluția diferită a acestora după eliberarea de regimul comunist.

2.2. Definirea conceptului de sferă publică

O altă dimensiune a teoriilor normative este cea oferită de filosoful german Jurgen Habermas prin conceptual de sferă publică. Discuțiile despre conceptul de sferă publică sunt complexe nu doar datorită dificultății identificării unei definiții a conceptului și a nehotărârii în ceea ce privește condițiile ideale pentru un spațiu public sănătos sau a modelului ideal- universal de spațiu public, ci și datorită ambiguității terminologiei. De cele mai multe ori cercetătorii se axează pe analiza modelului teoretic de sferă publică propus de Habermas, pe care încearcă să-l suprapună condițiilor contemporane și să-l actualizeze prin nuanțări, îmbunătățiri, extinderi ale modelului. Se ignoră însă faptul că însuși termenul de sferă publică/ spațiu public, folosit în lucrările de specialitate, nu este în unanimitate acceptat de cercetători ca fiind cel la care face referire Habermas în cartea sa fundamentală *Sfera publică și transformarea ei structurală* (Klainstuber, 2001). Acest lucru ne poate determina, la prima vedere, să presupunem că toate analizele sunt întemeiate pe un concept parțial eronat, sau greșit înțeles, care nu se regăsește întocmai în modelul teoretic propus de Habermas. Această presupunere nu contestă sistemul conceptual propus de Habermas, dar atrage atenția asupra faptului că modelul sferei publice burgheze care oferă baza teoretică pentru atât de multe anchete este posibil să nu fie un model adecvat pentru evaluarea fenomenelor contemporane și mai mult, să nu fie înțeles exact așa cum intenționa Habermas la scrierea lui. Cu toate acestea, nici nu putem afirma că au dispărut în totalitate condițiile pentru o sferă publică ideală, sau că toate caracteristicile descrise de Habermas nu sunt de dorit în societățile contemporane.

Puțini cercetători remarcă faptul că există diferențe majore între dezbaterile științifice anglo-saxone și cele germane despre spațiul public (Klainstuber 2001). Un motiv al acestor diferențe poate fi și faptul că lucrarea lui Habermas a pătruns pe deplin în mediul anglo-saxon abia în 1989, la traducerea sa în limba engleză, pe când în Germania și celelalte țări vorbitoare de limba germană lucrarea era deja cunoscută și intens discutată încă de la apariția sa din 1962. Se poate deci observa o diferență de douăzeci și șapte de ani, o întârziere de douăzeci și șapte de ani a pătrunderii teoriei spațiului public habermasian în dezbaterile științifice din mediul european. În acest timp teoria a fost intens exploatată în mediul german, pe când în mediul european abia se lansa.

Influența majoră a conceptului în numeroase domenii a dus la lansarea unei multitudini de definiții ale acestuia, toate fiind produse ale unui controversat demers științific, început de peste treizeci de ani, privind stabilirea unei definiții care să corespundă tuturor exigențelor academice. În *Key Concepts in Political Communication (Concepte Cheie în Comunicarea Politică)* spațiul public este înțeles de Lilleker ca

„o concepție abstractă a arenei în care se desfășoară dezbaterile; este un spațiu ipotetic pe care îl populăm cu toții, care generează schimbul de idei, unde gândirea socială se formează și unde se naște opinia publică. Este orice loc unde oamenii se întâlnesc, împărtășesc și discută idei și astfel se influențează reciproc. Este locul unde ne facem cunoscuți public” (2008, p.172).

Unele enciclopedii de specialitate propun definirea spațiului public ca un concept de sine stătător, eliberat de orice apartenență la o anumită operă sau autor, în timp ce altele definesc spațiul public ca pe un concept dezvoltat de Jurgen Habermas, legând termenul exclusiv de modelul teoretic propus de acesta. Făcând parte din cea de a doua categorie menționată, în *The Blackwell Companion to Social Theory (Manualul Blackwell de Teorie socială)* este prezentat doar modelul teoretic de spațiu public al lui Habermas, fără a oferi o definiție generală sau actualizată, ci concentrând discuția iremediabil doar asupra modelului ideal propus de Habermas și situat în secolul al XVIII-lea și asupra declinului spațiului public din secolul al XX-lea. În timp ce, în *Communication, Cultural and Media Studies The Key Concepts (Studii culturale, media și de comunicare. Concepte cheie)* spațiul public este introdus ca fiind

„Un concept propus și dezvoltat de neo marxistul Jurgen Habermas, care descrie un spațiu dedicat schimbului liber de idei prin conversație rațională. Astfel, sfera publică este în același timp un spațiu intelectual, un spațiu democratic deliberativ, precum și un spațiu instituțional, centrat pe cafenele, teatre, dezbateri sociale, biblioteci și alte foruri, care se află între sistemul politic și activitățile private ale membrilor unei societăți” (Franklin et al., 2005, p. 220).

Contradicții se remarcă și între condițiile considerate necesare apariției și formării spațiului public. Astfel, fără a face referire la modelul teoretic al lui Habermas, în *Key Concepts in Political Communication* condițiile sociale ale unei sfere publice puternice sunt considerate: libertatea de exprimare ca drept fundamental; media independentă politic și pluralistă, care să fie accesibilă tuturor; nivelul ridicat de alfabetizare a populației, inclusiv utilizarea noilor tehnologii; accesul liber la documente guvernamentale (Lilleker, 2008, p. 175). Rutherford, prezintă alte cinci condiții generale pentru succesul sferei publice, introducând spre deosebire de Lilleker egalitatea de participare a cetățenilor și, asemenea lui Habermas, supremația raționamentului logic :

1. accesul liber la informații (cât mai aproape de universal);
2. gradul de autonomie (cetățenii trebuie să fie liberi de orice constrângere);

3. respingerea ierarhiilor (pentru ca toată lumea să poată participa în condiții de egalitate);
4. cunoașterea și înțelegerea legii (în special pentru a putea emite păreri împotriva deciziilor luate de putere);
5. calitatea participării prin supunerea comună în fața raționamentului logic (2000, p. 18).

Conceptul de *spațiu public* poartă așadar amprenta unei moșteniri istorice particulare, încărcată de imprecizie și contradicție, deși nu este un concept nou și nu apare pentru prima dată în agenda cercetătorilor. În lucrările cercetătorilor care au integrat în sfera lor de preocupări studiul spațiului public se conturează trei modele diferite de spațiu public, care corespund, așa cum precizează Seyla Benhabib celor trei curente principale ale gândirii politice occidentale (1996, p. 73):

1. modelul lui Hannah Arendt sau modelul *polemic* de spațiu public – ideea de spațiu public comun cu tradiția de „virtute republicană” sau „virtute civică”;
2. modelul *legalist* de spațiu public, care este furnizat de tradiția liberală și în special de către acei liberali care, începând cu Kant, au făcut din problema „opinie publice corecte și stabile” nucleul gândirii lor politice;
3. modelul de spațiu public al lui Habermas, numit modelul *discursiv* de spațiu public, care preconizează restructurarea societăților capitalismului târziu.

Habermas, dorind să arate cum s-a schimbat spațiul public în ultimii 200 de ani (Harper, 2011, p. 7), stabilește la rândul său alte trei modele de spațiu public:

1. spațiul public feudal – caracterizat prin „publicitate reprezentativă”;
2. spațiul public burghez - caracterizat prin dezbateri publice informate și raționale;
3. spațiul public modern - în care contradicțiile sferei publice burgheze se manifestă prin înlocuirea dezbaterii critice cu principiile economiei de piață.

Spațiul public este așadar un concept complex ceea ce face dificilă existența unei definiții unanim acceptată chiar și după mai mult de cincizeci de ani de când conceptul este intens discutat în mediile academice. De altfel, chiar aplicabilitatea termenului a fost una dintre principalele cauze ale dificultății definirii sale. De-a lungul timpului conceptul de *spațiu public* a suferit numeroase interpretări și a fost subiectul a nenumărate critici, ceea ce a condus la extinderea teoriei, la propunerea de noi modele normative de spațiu public în concordanță cu schimbările din societățile contemporane. Noile tehnologii de comunicare suscită interesul pentru redefinirea și reevaluarea noțiunii de spațiu public din lucrarea fondatoare a lui Habermas.

Sfera publică a fost concepută ca un spațiu neutru, în care persoanele fizice se puteau întâlni și puteau discuta liber. Habermas susține că acest spațiu public a dispărut în condițiile modernității pentru că „aceleași forțe sociale care au contribuit la apariția sa sunt cele care duc în cele din urmă la declinul și distrugerea sa” (Stevenson, 2005, p. 69).

Habermas vede conceptul de sferă publică burgheză ca însemnând un spațiu social specific, care a apărut pe fondul dezvoltării capitalismului din Europa de Vest. Autorul schițează teoria potrivit căreia clasele burgheze în dezvoltare în Europa de Vest, au reușit să stabilească un nou spațiu social, între stat și societatea civilă, un spațiu care se opune statului absolutist (Dahlgren, Sparks, 1991, p. 3). Pentru că sfera publică burgheză a apărut pe fondul unor condiții istorice specifice, atunci când aceste condiții istorice s-au schimbat și sfera publică s-a schimbat, s-a transformat, a evoluat. Dacă în trecut sfera publică burgheză critica puterea politică, fiind un instrument de mediere între societatea civilă și stat, aceeași sferă publică a ajuns să fie mai puțin folosită ca instrument pentru critică. Habermas numește aceste schimbări **refeudalizarea sferei publice** burgheze în secolul al XX-lea, pentru că autorul consideră că sfera publică modernă generează aceleași forme de publicitate care erau răspândite în feudalism. Prin refeudalizare Habermas atrage atenția asupra faptului că în secolul al XX-lea cetățeanul devine doar un simplu „consumator pasiv de spectacol” (Thomassen, 2010, pp. 36-37). Egalitarismului, deschiderea și dialogul pe care se baza sfera publică burgheză au fost înlocuite prin manipularea publicului, limitarea publicului văzut doar ca o audiență în fața căreia sunt prezentate și impuse informații, opinii și decizii prefabricate de mass-media. Toate aceste schimbări deformează sfera publică, statul fiind cel care impune o „ficțiune instituționalizată a opiniei publice” (Habermas, 1989, p. 236). Mai mult, în viziunea lui Habermas, în această nouă „versiune falsificată de sferă publică”, criteriile de raționalitate lipsesc complet (Habermas, 1989, pp. 214-215).

În nucleul său, noțiunea de sferă publică se bazează pe ideea de a hotărî, susține și delibera în mod comun prin exercitarea rațională a interesului colectiv, care implică de asemenea un grad echitabil de transparență a comunicării între actorii implicați în proces, este așadar „un concept complex care intersectează formarea tradițiilor legale, civice și religioase și apariția și consolidarea noțiunilor moderne de putere” (Salvatore, 2007, p. 7). Brian McNair consideră că „sfera publică, cuprinde în esență instituțiile de comunicare ale unei societăți, prin intermediul cărora sunt puse în circulație fapte și opinii și cu ajutorul cărora se acumulează un fond comun de cunoștințe, care să servească drept bază pentru acțiunea politică colectivă: altfel spus, mass-media, care începând cu secolul al XVIII-lea, s-au transformat în principala sursă și în punctul central al experienței comune a societății” (2007, p. 38). Din aceeași perspectivă, Edgar Andrew definește sfera publică

ca fiind „acele instituții sociale care permit dezbateri raționale între cetățeni cu scopul de a forma opinia publică. Dezbaterile pot avea loc față în față, sau prin scrisori, și pot fi mediate de ziare, jurnale, televiziuni și alte modalități electronice de comunicare. Ideatic, sfera publică ar trebui să fie accesibilă tuturor și diferențierea ar trebui făcută pe baza argumentului cel mai bun” (2006, pp. 124-125). Josef Ernst consideră însă că sfera publică reprezintă un „spațiu discursiv singular, în cadrul căruia indivizii se reunesc pentru a fi în stare să își asume rolul de forță politică redutabilă” (1988, p. 47).

Dacă majoritatea cercetătorilor încearcă să explice ce este spațiul public, Camelia Beciu explică ce nu este spațiul public: „nu este un loc anume, o arie sau o construcție (spațiul fizic poate doar facilita formarea spațiului public). (...) Spațiul public nu se confundă cu spațiul comun. (...) Spațiul comun omogenizează, în timp ce spațiul public alătură practici, stiluri și identități” (2009, p. 98). De asemenea, Camelia Beciu, vorbește despre cele trei faze ale definirii conceptului de spațiu public în demersul științific al lui Habermas: 1. 1972 – Spațiul public – un mod de comunicare și de sociabilitate, 2. 1987- Spațiul public- un cadru de interacțiune, 3. 1998- Spațiul public mediatic- un sistem de mediere (2009, pp. 97-100).

Chambat consideră că modurile de conceptualizare ale sferei publice se împart între doi poli: social și politic. În acest sens, Pierre Chambat menționează trei accepțiuni, care se disting prin gradul de coordonare a acțiunii comune:

- într-o primă accepțiune, sfera publică desemnează „un mediu de simplă observabilitate reciprocă”. Este sensul dat de Richard Sennett, reprezentant al Școlii de la Chicago, care analizează orașul ca pe un loc de întâlnire pentru străini, unde spațiul public este un loc în care „semnele și indiciile sunt puse la dispoziția ocupanților săi pentru a descifra stările lor interne și pentru a face reciproce atribuțiile lor” (2002, pp. 67-68);

- într-un al doilea sens, sfera publică desemnează „constituirea unei intersubiectivități practice, a recunoașterii reciproce drept subiecți, a legăturii dintre persoane și a înlănțuirii acțiunilor lor în cooperarea socială”, fiind vorba deci de comunicare și socializare;

- în al treilea sens, politic, sfera publică desemnează ansamblul scenelor, mai mult sau mai puțin instituționalizate, unde este expus, justificat și hotărât un ansamblu de acțiuni organizate și orientate politic. Fiind orientată către participarea la deliberarea colectivă, acțiunea în comun este reglată aici de modalitățile de ordonare dintre spațiul social și spațiul politic și deci de formele comunicării politice.

Conform lui Habermas (2005) sfera publică s-a constituit ca loc de mediere între societatea civilă și stat, loc în care se formează și se exprimă opinia publică. Sintetizând multiplele definiții

propușe în lucrările de specialitate, Reynie accentuează faptul că „spațiul public desemnează discutarea problemelor de interes public, discutare astfel organizată încât actorii ei sunt obligați să folosească armele argumentației și să se plaseze în perspectiva intereselor generale. Spațiul public este locul participării politice, înțeleasă ca expresie a intereselor și deliberării, al deciziilor și al controlului puterii” (1996, p. 444). Este adevărat că sfera publică a căpătat notorietate datorită modelului teoretic propus de Habermas în cartea sa *Sfera publică și transformarea ei structurală*, dar *Enciclopedia teoriei comunicării*, atestă că „originea ideii de sferă publică se regăsește în timpurile antice, înapoi în Grecia Antică” (Littlejohn, Foss, 2009, p. 815). Primul loc public în care s-au discutat probleme legate de interesul general al societății a fost așadar *agora* Greciei Antice. În cetatea greacă, acest spațiu desemna locul în care se întâlneau cetățenii pentru a schimba opinii cu privire la viața publică, pentru a se consacra afacerilor personale sau vieții economice în general. Habermas arată că la greci *Cetatea* (polis) e lucrul comun tuturor cetățenilor liberi, fiind separată de *sfera privată* (oikos). Agora este deci locul concret unde vin toți cetățenii pentru a dezbate diferite probleme, ea este o „sferă publică dominată de libertate, toți cetățenii liberi având drepturi egale de a participa direct la treburile publice, în timp ce sfera privată e spațiul unde domină stăpânul casei” (Reiffel, 2008, p. 48). Craig Calhoun este teoreticianul care stabilește diferența dintre spațiul public habermasian și spațiul public grec în ceea ce privește delimitarea public-privat, precizând că „sfera publică este definită de Habermas ca fiind alcătuită dintr-un public format din persoane private care se alătură în dezbaterile problemelor care vizează autoritatea statului. Spre deosebire de concepția greacă, indivizii sunt văzuți aici în principal în domeniul privat, incluzând familia. În plus, tărâmul privat este înțeles ca unul al libertății care trebuie apărat împotriva dominației statului” (1996, p. 7).

Apariția sferei publice este contemporană cu apariția politicului, deoarece acesta se bazează pe opoziția public- privat, opoziția dintre sfera privată, care aparține familiilor și sfera publică, care nu aparține practic nimănui, dar prin antiteza cu domeniul privat, se află la dispoziția tuturor cetățenilor, fiind spațiul în care interacționează actanții sociali. În această sferă publică se desfășoară deci practicile, discursurile și activitățile constitutive ale faptului politic. Sfera publică se prezintă totodată ca o oglindă colectivă în care avem posibilitatea să devenim conștienți de propria noastră apartenență și integrare socială, fiind locul în care îi întâlnim pe ceilalți cetățeni și în care această întâlnire capătă pentru noi sensul de eveniment simbolic, de dobândire a conștiinței de apartenență la un grup, la o societate și de cetățenie. Dacă în Grecia Antică oamenii se adunau în agora pentru a schimba informații și tot acolo votau sau luau deciziile cele mai importante pentru cetate, astăzi se adună în fața televizoarelor, pentru că:

„Astăzi, într-o democrație, numărul cetățenilor care iau parte la viața cetății este de ordinul milioanelor. Numai presa, în general, și televiziunea, în special, mai sunt capabile să-i informeze pe toți în privința măsurilor și a schimbărilor importante, pentru ca ei să poată lua în continuare parte la viața statului, să poată vota sau lua atitudine” (Klimowicz, 2006, p. 6).

2.3. Sfera publică în opera lui Jurgen Habermas

Jurgen Habermas aparține celei de a doua generații de cercetători ai Școlii de la Frankfurt (Thomassen 2010), prima generație de teoreticieni fiind reprezentată de Max Horkheimer și Theodor Adorno. În anii '40 cercetările media se împart în două mari curente: critic și empiric. Școala de la Frankfurt aparține curentului critic (Thomassen, 2010, p. 16). Habermas a lucrat ca asistent de cercetare al lui Adorno din 1956 până în 1959, când părăsește Institutul pentru a putea publica *Sfera publică și transformarea ei structurală*. Habermas intenționa inițial să publice *Sfera publică și transformarea ei structurală* în Frankfurt la Institutul de cercetare socială. Cu toate acestea, Horkheimer, directorul de atunci al Institutului, avea o viziune critică total diferită asupra abordării lui Habermas, considerând că Habermas nu este destul de dur, în lucrarea sa, cu industria produselor culturale pe care Horkheimer o criticase intens împreună cu Adorno. Habermas revine la Institutul de cercetare socială din Frankfurt în 1964. Deși Habermas s-a îndepărtat teoretic de unele dintre concluziile politice ale *Școlii de la Frankfurt*, el rămâne totuși fidel metodelor sale de cercetare.

Horkheimer îi reproșa lui Habermas atitudinea pozitivă față de schimbările societății contemporane. Ostilitatea *Școlii de la Frankfurt* față de pozitivism este bine cunoscută. Held (1980, pp. 160-174) susține că pentru Marcuse, Horkheimer și Adorno dezvoltarea pozitivismului a reprezentat ascensiunea Renașterii, manifestarea dominației omenirii asupra omenirii. Habermas critică teoriile lui Horkheimer și Adorno abia după moartea acestora. Diagnosticul lui Habermas privind societatea contemporană nu este nicăieri atât de sumbru ca al celor doi cercetători, chiar dacă este adesea acuzat de pesimism atunci când în partea a-VI-a și a-VII-a din *Sfera publică și transformarea ei structurală* critică sfera publică de după cel de al doilea război mondial și modul în care aceasta e gestionată de marile corporații mass-media. Cu toate acestea, el găsește o soluție tocmai în ceea ce Horkheimer și Adorno considerau a fi o problemă: rațiunea. Așadar, deși Habermas respinge inițial epistemologia kantiană, preia totuși punctul de vedere al lui Kant susținând argumentul rațional. De altfel, „teoria socială a lui Habermas este interpretată ca fiind influențată de teoriile lui Marx, Hegel și Kant, teoriile lui Kant ocupând „un loc central în *Sfera*

publică și transformarea ei structurală, el fiind considerat teoreticianul care a descris complet idealul sferei publice burgheze” (Calhoun, 1996, pp. 1-2). În 50 de ani de la apariție cartea publicată de Habermas a fost mereu un subiect al discuțiilor critice al diferitelor ramuri umaniste și ale științelor sociale. Hannu Nieminen susține că, pe de o parte, cartea a fost foarte apreciată pentru originalitate, fiind sursă de inspirație pentru nenumărate lucrări și deschizând noi direcții de cercetare, iar pe de altă parte, cartea a fost permanent intens criticată (Nieminen, 1997, p. 28). În timp ce sfera publică, ca noțiune generală apare într-o varietate de moduri în scrierile mai multor autori în secolul al XX-lea, cum ar fi Walter Lippman, Hannah Arendt și John Dewey, cei mai mulți cercetători asociază și astăzi conceptul de sfera publică cu versiunea propusă de J. Habermas (Dahlgren, 2001, p. 33).

Modelul de sfera publică burgheză propus de Jurgen Habermas

Studiul propriu-zis, academic al sferei publice începe în 1962 prin modelul impus de filosoful german Jurgen Habermas (1989/2005) în *Sfera publică și transformarea ei structurală*. De altfel, conceptul de sferă publică tinde să se identifice în lucrările de specialitate cu numele lui Jurgen Habermas, considerat, de altfel, „teoreticianul spațiului public” (Thomassen, 2010, p. 33). Deși publicată în Germania în 1962, opera esențială a lui Habermas a devenit cunoscută în Europa abia după traducerea sa în limba engleză, în 1989. Traducerea în limba engleză a asigurat popularizarea sistemului conceptual al lui Habermas. Această popularizare a conceptului de sferă publică la nivel global și înțelegerea sa ca motor al comunicării politice democratice (Calhoun, 1992) a coincis cu deschiderea de noi orizonturi ale democrației în Europa de Est și totodată cu Revoluția Română din 1989.

Habermas propune în lucrarea sa *Sfera publică și transformarea ei structurală* un model ideal de sferă publică (Thussu, 2006). Scopul lucrării *Sfera publică și transformarea ei structurală* poate fi, de altfel, dedus și din subtitlul original al cărții, „studiul unei categorii a societății burgheze”. Așadar, obiectul acestui studiu este apariția, dezvoltarea și declinul unei forme istorice specifice și limitate în timp de sferă publică, pe care Habermas o numește „modelul liberal al sferei publice burgheze”.

Craig Calhoun susține că misiunea lui Habermas în *Sfera publică și transformarea ei structurală* este de a dezvolta o critică a societății burgheze arătând:

1. tensiunile sale interne și factorii care au dus la transformarea și degenerarea parțială a sa;

2. elementul de adevăr și potențialul de emancipare pe care îl conținea în ciuda contradicțiilor și denaturării sale ideologice (1996, p. 2).

Strategia lui Habermas în *Sfera publică și transformarea ei structurală* este așadar de a urmări rădăcinile istorice ale conceptului de opinie publică în relație cu ideea de sferă publică în speranța de a „atinge o înțelegere sistematică a societății noastre din perspectiva uneia dintre categoriile sale centrale” (Habermas, 1989, p. 5). Habermas începe *Sfera publică și transformarea ei structurală* prin a contura modelul a ceea ce el numește „sferă publică burgheză” și apoi, în a doua parte, descrie decăderea principiilor sferei publice burgheze și degradarea acesteia în secolul al XX-lea. Neveu consideră că Habermas a ilustrat în cercetările sale utilizările posibile ale „idealului-tip de spațiu public ca instrument de interogare a lumii sociale” (2002, p. 43). Modelul de sferă publică propus de Habermas rămâne totuși un model de bază pentru interpretarea problemelor contemporane, chiar dacă ceea ce Habermas a conceptualizat este de fapt un model ideal de sferă publică specific Europei de Vest (Hohendahl, 1979). Teza lui Habermas se bazează pe expunerea unei epoci de aur a societății burgheze. Această vârstă de aur a înflorit în paralel în Germania și în toate celelalte țări ale Europei de Vest din secolul al XVII-lea, până la începutul secolului al XIX-lea și a avut un sfârșit brusc, odată cu eșecul, peste tot în Europa, al revoluțiilor din 1848. Sistemul teoretic propus de Habermas se referă nu numai la un element deja existent, deja realizat al societății, ci mai ales la ceva ce trebuie realizat (Mitu, 2011). De aceea, pentru analizarea schimbărilor din societățile contemporane este necesară expunerea și clarificarea modelului de sferă publică descris de Habermas.

Schimbările politice provocate de sfârșitul monarhiei absolutiste favorizează apariția unei sfere publice, pe care Habermas o numește „sferă publică burgheză” și îi stabilește apariția la mijlocul secolului al XVIII-lea, în Anglia. Sfera publică burgheză trebuie înțeleasă ca fiind rezultatul unor schimbări economice și social-structurale care au dus la o mai mare independență economică a unui număr mai mare de oameni, care în acest fel și-au câștigat accesul la cultură, dar și timpul necesar pentru a se angaja în dezbateri publice asupra unor probleme de interes comun. Mai mult, potrivit lui Habermas, sfera publică burgheză a favorizat formarea dialogului, a opiniei și voinței, care au constituit baza ideologică a procesului de luare a deciziilor legitime într-o democrație. În încercarea de a clarifica ce înseamnă de fapt sfera publică, Habermas consideră că „sfera publică burgheză poate fi înțeleasă ca sfera persoanelor particulare reunite în public. Ele revendică această sferă publică, reglementată de autorități, dar orientată împotriva Puterii, pentru a fi în măsură să discute cu ea regulile generale ale schimburilor. (...) Mediul în care se exercită această opoziție între sfera publică și putere este original și fără precedent în istorie: raționamentul” (1978, p. 38). Prin urmare, sfera publică burgheză, așa cum o descrie Habermas, este un spațiu în care persoanele își folosesc rațiunea și inițiază un schimb de idei. De asemenea, ea este și un spațiu

omogen, unde se stabilește o egalitate între indivizi, ei fiind diferențiați doar de coerența sau incoerența argumentelor. Aceste adunări fizice ale sferei publice burgheze au fost identificate de Habermas în secolul al-XVIII-lea și al-XIX-lea în cafenelele din Marea Britanie, saloanele din Franța și în “*tischgesellschaften*” din Germania, în care domeniile supuse dezbaterilor critice erau, în primul rând literatura, arta și cultura, și apoi politica și legea.

Cafenelele din Marea Britanie și Franța furnizau un spațiu în care membrii burgheziei, unii aristocrați și chiar și un număr mic de oameni fără vreun rang anume se puteau întâlni pentru a discuta mai mult sau mai puțin de la egal la egal problemele societății/comunității. Potrivit lui Habermas, în sfera publică burgheză, „rațiunea nu era în serviciul unui patron, ideile circulau liber, publicul fiind lipsit de constrângeri” (Habermas, 1989, pp. 33-34). În sfera publică, „dezbaterile critice are loc fără legătură cu categoriile sociale și politice preexistente și în acord cu normele universale”. Așadar „opinia publică se naște din puterea argumentului cel mai bun” (Habermas, 1989, pp. 54-55).

Sfera publică burgheză era complet deschisă, sau cel puțin nu era formal supusă niciunei constrângeri privind statutul social sau economic. Problemele discutate „au devenit *generale*, nu doar în ceea ce privește semnificația lor, dar și în ceea ce privește accesibilitatea lor, toată lumea trebuia să fie capabilă să participe” (Habermas, 1989, p. 35). Habermas înțelege prin sfera publică, spațiul dintre sfera privată a cetățenilor și stat, caracterizat prin posibilitatea de acces liber la acest gen de comunicare. Așadar, „gradul de acces liber la comunicarea publică este unul dintre barometrele gradului de democratizare ale unei societăți” (Balaban, 2009, p. 148). Tot Habermas este cel care observă că Hegel dezamorsează ideea sferei publice burgheze, „pentru că societatea anarhică și antagonică nu reprezintă sfera, emancipată de sub dominație și neutră în raport cu puterea, a schimbului de persoane autonome private și pe baza căreia publicul alcătuit din persoane private ar putea converti autoritatea politică într-una rațională. Nici societatea civilă nu se poate lipsi de dominație; într-adevăr, pe măsura tendinței ei firești spre dezorganizare, ea are efectiv nevoie de a se integra cu ajutorul forței politice” (Habermas, 2005, p. 171).

Habermas consideră că în sfera publică oamenii ar trebui să se adune pentru a își exercita calitatea de cetățeni, și pentru a discuta probleme de interes comun importante pentru societate. Habermas clarifică apoi această afirmație prin adăugarea a două condiții :

1. oamenii care se adună în acest fel în sfera publică pot fi considerați “public” doar dacă părăsesc rolurile lor private, personale, de oameni de afaceri sau membri ai unei comunități profesionale, acționând astfel doar în calitate cetățeni atunci când se implică în aceste dezbateri;
2. „public” sau „organism public” nu înseamnă doar o mulțime de oameni, ci și o „instituție” care impune drepturile și responsabilitățile individuale ale cetățenilor.

Habermas asociază ideologia sferei publice burgheze cu ideologia capitalismului timpuriu. În acest sens, apariția sferei publice burgheze s-a produs în același timp cu dereglementarea producției, schimbului și consumului, pe baza cărora a apărut ideologia economiei de piață.

Definiția pe care Habermas o dă sferei publice burgheze, este însă considerată incompletă, pentru că ea contrazice principiul accesului general, exclude anumite clase sociale defavorizate, care nu puteau lua parte la discuțiile din mediul burghez. Pentru Habermas modelul de sferă publică este însă o tehnică pentru evaluarea structurilor media și a practicilor discursive și pentru a măsura progresul spre o societate democratică.

În secolul al XVII-lea, în Europa, locul discuțiilor se mută în cafenelele literare, cluburi literare și, mai târziu, în presă. Apariția unor noi locuri publice de dezbatere l-a determinat pe Habermas să constate apariția sferei publice literare, „care își va afla propriile instituții în cafenele, în saloane și în reuniunile de comeseni” (Habermas, 2005, p. 80). Habermas atribuie sferei publice literare un rol ușor ambiguu, fiind văzută ca pregătitoare pentru dezvoltarea ulterioară a sferei publice politice. Așadar, Habermas distinge două tipuri de sferă publică: sfera publică literară și sfera publică politică. Începând cu prima parte a secolului al-XVIII-lea, a devenit ceva obișnuit pentru paginile de ziar să prezinte nu doar informații economice, ci și editoriale, articole critice, dogmatice, „raționamentul critic și-a făcut astfel apariția în presa zilnică” (Habermas, 1989, p. 25). O sferă publică în măsură să funcționeze în plan politic apare pentru prima dată în Anglia, în secolul al XVIII-lea. Analizând evoluția acestui spațiu, Habermas constată denaturarea sa progresivă, începând cu secolul al XIX-lea, dar mai ales în secolul al XX-lea, prin transformarea evidentă a publicului dintr-un „public care discută cultura într-unul care doar o consumă” (Habermas, 1978, p. 180).

Refeudalizarea sferei publice

Transformarea sferei publice burgheze, începând din secolul al XIX-lea, dar mai ales din secolul al XX-lea, este examinată atent de Habermas (1989). Sfera publică a fost concepută ca un spațiu neutru, în care persoanele fizice se puteau întâlni și puteau discuta liber. Habermas vede conceptul de sferă publică burgheză ca însemnând un spațiu social specific, care a apărut pe fondul dezvoltării capitalismului din Europa de Vest. El schițează teoria potrivit căreia clasele burgheze în dezvoltare în Europa de Vest, au reușit să stabilească un nou spațiu social, între stat și societatea civilă, un spațiu care se opune statului absolutist (Dahlgren, Sparks, 1991, p. 3). Pentru că sfera publică burgheză a apărut pe fondul unor condiții istorice specifice, atunci când aceste condiții istorice s-au schimbat și sfera publică s-a transformat. Habermas numește aceste schimbări

refeudalizarea sferei publice burgheze în secolul al XX-lea, pentru că el consideră că sfera publică modernă generează forme de publicitate care erau răspândite în feudalism. Prin refeudalizare Habermas atrage atenția asupra faptului că în secolul al XX-lea cetățeanul devine doar un simplu „consumator pasiv de spectacol” (Thomassen, 2010, p. 36-37). Egalitarismul, deschiderea și dialogul pe care se baza sfera publică burgheză au fost înlocuite prin manipularea publicului, limitarea publicului văzut doar ca o audiență în fața căreia sunt prezentate și impuse informații, opinii și decizii prefabricate de mass-media. Toate aceste schimbări deformează sfera publică, statul fiind cel care impune o „ficțiune instituționalizată a opiniei publice” (Habermas, 1989: 236). Mai mult, în viziunea lui Habermas, în această nouă „versiune falsificată de sferă publică”, criteriile de raționalitate lipsesc complet (1989, p. 214-215).

Habermas susține că principalele caracteristici ale transformării structurale ale sferei publice sunt:

1. penetrarea domeniului public de domeniul privat;
2. polarizarea sferei sociale și sferei intime (deprivatizarea sferei private);
3. depolitizarea sferei publice prin trecerea de la o cultură a discuțiilor la o cultură a consumului de masă.

Funcția esențială a sferei publice burgheze, așa cum a fost ea concepută inițial de Habermas, era aceea de a genera opinia publică prin participare și dezbateri. În prezent, această funcție a sferei publice pare să se fi alterat. Comercializarea, trivializarea și personalizarea excesivă sunt procesele care au distrus autenticitatea participării și implicării în spațiul public. De altfel, „alterarea spațiului public ideal habermasian este rezultatul trecerii de la o cultură comercială la o cultură comercializată. Mai mult decât atât, în timp ce jurnalismul tradițional stimula dezbaterile publice, media zilelor noastre tratează publicul ca pe o singură parte integrantă a pieții media, și de cele mai multe ori, îi regizează dezbaterile” (Cordoneanu, 2008, p. 109).

Transformarea publicului, dezvoltarea mercantilismului, dezvoltarea rețelelor de comunicare modernă, a televiziunilor și a Internetului, care sunt bazate pe interactivitate, au modificat radical spectrul de analiză al spațiului public și influența media asupra lui. Transformarea structurală despre care vorbește Habermas, „se realizează prin trecerea de la sfera publică de tip salon literar, caracteristică secolului al XVIII-lea, la opinia publică politică și la cea de tip mediatic” (Balaban, 2009, p. 151). În acest nou spațiu public, scopul și rolul mass-media ar trebui să fie consolidarea dezbaterilor, dar, în realitate, de cele mai multe ori nu se întâmplă așa. Dacă la începuturile sale, acest spațiu public, a fost burghez, în zilele noastre, spațiul public desemnează „toate scenele și arenele mai mult sau mai puțin instituționalizate, unde sunt dezbătute subiectele importante ale momentului. Presa, radioul, televiziunea, dar și internetul constituie

canale și filtre esențiale ale acestui schimb de păreri. Așadar, spațiul public nu este numai simbolic, ci și material: suporturile și rețelele de comunicare moderne sunt, desigur, elemente-cheie ale structurii sale actuale” (Reiffel, 2008, p. 50).

Prin urmare, Habermas identifică două obstacole principale în reconstruirea sferei publice ideale:

- dominația birocratică, care ar putea fi depășită prin mijloace democratice prevăzute în Constituție;
- diferitele interese ale claselor sociale. Sfera publică poate exista doar în absența oricărui interes sau câștig. Habermas propune o democrație bazată pe participarea activă a cetățenilor și în care puterea trebuie să răspundă permanent dorințelor cetățenilor (Nieminen, 1997, p. 35).

2.4. Critici și evaluări ale modelului habermasian de sferă publică

Gradul de interes față de problematica lansată de cartea fondatoare a lui Habermas a foarte ridicat încă de la apariția acesteia din 1962. *Sfera publică și transformarea ei structurală* a declanșat dezbateri științifice controversate, cartea a fost și este intens criticată, chiar și astăzi, la cincizeci de ani de la publicare. Deși foarte numeroase și parțial justificate, criticile nu aduc atingere valorii cărții. *Sfera publică și transformarea ei structurală* continuă să rămână în atenția cercetătorilor ca un important punct de plecare pentru analiza problemelor contemporane, mai ales în studiul relației dintre mass-media și democrație. Analizând numeroasele evaluări pe care se fundamentează demersurile științifice recente ale celor mai importanți cercetători, prezentăm în continuare o sinteză ale principalelor linii de dezbateri critică (Mitu, 2013):

- **Oscilarea între modul de analiză normativ și descriptiv.** În conformitate cu cei care susțin această linie critică, în prima parte a cărții Habermas construiește un model ideal de sferă publică burgheză, pe care în a doua parte a cărții îl folosește ca etalon normativ pentru a descrie prăbușirea, decăderea aceleiași sfere publice (Baker, 1992; Calhoun, 1992; Curran, 1991; Dahlgren, 1991; Eley, 1992; Holub, 1991; Nieminen, 1997). Craig Calhoun consideră că meritul cel mai mare al lui Jurgen Habermas este de a încadra noțiunea de sferă publică într-un sistem normativ, cea mai importantă parte a cărții fiind considerată partea întâi, în care Habermas „reconstituie istoria spațiului public și încearcă să extragă un ideal normativ” (1992, p. 39). În aceeași linie critică se integrează și acei autori care contestă faptul că Habermas acceptă fără a

contesta și își fundamentează construcția întregului sistem teoretic doar pe versiunea britanică de sferă publică a secolului al-XIX-lea (Curran, 1991; Eley, 1992). După ce modelul de sferă publică al lui Habermas a devenit cunoscut, au urmat și o serie de critici din partea cercetătorilor din Orientul Mijlociu care îi reproșau, printre altele, că nu reflectă practicile și instituțiile istorice și ale celorlalte state din afara Europei (Asad, 1993, Ayubi, 1995 apud Salvatore, 2007).

- **Idealizarea sferei publice burgheze** (Garnham, 1992, p. 359, 360; Thomassen, 2010, p. 46-56). Teoria lui Habermas se bazează pe o imagine idealizată a condițiilor sferei publice din secolul al XVIII-lea și pe o lectură și o viziune pesimistă a declinului său din secolul al XX-lea (Manning, 2001, p. 8). Chiar dacă sfera publică este deschisă tuturor, este îndoielnic că „situația ideală de discurs” ar fi fost vreodată realizată, având în vedere că relațiile de putere permit implicarea tuturor oamenilor în toate procesele prin care cunoașterea sau comunicarea sunt generate (Simon, 1995, apud Manning, 2001, p. 6). Chiar idealurile de raționalitate și universalitate nu implică nici o egalitate de fond, având în vedere că într-o arenă în care operează principiul egalității de procedură, unii indivizi sunt excluși în mod automat din cauza lipsei de „cultură”, necesară, în viziunea lui Habermas, pentru a participa la dezbaterile din sfera publică (Wahl-Jorgensen, apud Manning, 2001). În realitate politica democratică și discursul public rareori se supun regulilor dezbaterii raționale. Sfera publică este de obicei dominată de mișcări sociale care aduc în prim-plan probleme care implică retorica, emoția și acțiunea directă. Așadar, sistemul conceptual al lui Habermas este considerat „prea restrictiv” (Bhargave, Reifeld, 2005, p. 23). Numeroși cercetători susțin necesitatea extinderii teoriei sferei publice, astfel încât să includă forța și acțiunea, la fel cum include rațiunea și discursul (Butsch, 2009, p. 6). O altă problemă semnalată de critici în modelul lui Habermas este idealizarea coeziunii interne și unității burgheze. Potrivit criticilor nu a existat niciodată o identitate sau omogenitate a intereselor în clasa de mijloc. Au existat conflicte interne în clasa de mijloc între cei care doreau să impună propriile interese în locul interesului general al societății în ansamblu. Prin urmare, dezbaterile publice se bazau mai mult pe conflict și competiție decât pe dezbateri rațională și corectă, cum susține Habermas (Baker, 1992; Curran, 1991; Eley, 1992; Garnham, 1992; Holub, 1991; Keane, 1984, 1991; Nieminen, 1997). I se reproșează lui Habermas și importanța exagerată pe care o atribuie dialogului și discuțiilor de idei, făcând din aceste discuții punctul central al modelului său de sferă publică. Inițiatorii acestei linii critice privind „idealizarea vârstei de aur a spațiului public”, se numără și Michael Schudson (1999) care a analizat atent datele istorice pe care se bazează sistemul teoretic propus de Habermas și a încercat să demonstreze că de fapt sfera publică nici nu a existat vreodată. Autorul își sprijină teoria pe date precise care arată caracterul marginal al politicului în presa americană din secolele al XVIII-lea și al XIX-lea.

- O altă linie critică este cea care vizează **tratarea asimetrică a spațiului public burghez și a spațiului public al capitalismului târziu și exagerarea degradării sferei publice a secolului al-XX-lea**. Habermas descrie sfera publică burgheză prin prisma scrierilor marilor filosofi și sfera publică a secolului al-XX-lea prin prisma telespectatorului (Bahargava, Reifeld, 2005, p. 23). Așa cum observă și Calhoun, „Habermas are tendința de a judeca secolul al-XVIII-lea după Locke și Kant, secolul al-XIX-lea după Marx și Mill și secolul al-XX-lea după tiparul telespectatorului suburban” (Calhoun, 1992, p. 33). Rezultatul acestei abordări asimetrice duce la o supraevaluare a degradării sferei publice și o viziune pesimistă a sferei publice contemporane (Thomassen, 2010, p. 46-56). Potrivit criticilor conceptul de sferă publică al lui Habermas rămâne indiferent la potențialul de emancipare oferit de sferele publice alternative și contradictorii pe fondul profunde neîncrederi pe care Habermas o manifestă în capacitatea audiențelor de a formula judecăți pe baza propriei gândiri. Această linie critică restabilește modelul formal al sferei publice ca fiind lipsit de orice bază populară (Calhoun, 1992; Dahlgren, 1991; Eley, 1992; Fraser, 1992; Garnham, 1992; Holub, 1991; Keane, 1991; Peters, 1993; Thompson, 1993; Nieminen, 1997). În viziunile contemporane, jurnalismul popular și tabloidele contribuie la crearea sferelor publice alternative (Ornebring, 2006, p. 851). După modelul propus de Ornebring, Henrik și Jonsson, Anna Maria (2004), sfera publică alternativă poate avea patru dimensiuni:

- în primul rând, poate însemna că discursul însuși are loc altundeva decât în sfera publică mediată și anume în mass-media alternative;

- în al doilea rând, sferă publică alternativă poate însemna că alți participanți, pe lângă cei care domină în mod obișnuit discursul mass-media au acces la dezbaterile publice;

- în al treilea rând, o sferă publică alternativă poate fi cea în care sunt supuse dezbaterilor alte domenii sau subiecte care, de obicei, nu sunt dezbătute niciodată în sfera publică „principală”;

- în al patrulea rând, sfera publică alternativă poate însemna folosirea altor moduri sau forme de dezbateri a problemelor comune decât care cele sunt utilizate în sfera publică „principală” (2004, p. 286). Peter Dahlgren (2004) consideră că Internetul ajută la promovarea și crearea a ceea ce numim spațiu public alternativ, pentru că Internetul poate oferi mai multă putere voinței cetățenilor și are capacitatea de a oferi un nou concept pentru ceea ce înseamnă statutul de cetățean.

- **Neglijarea, excluderea altor forme de sferă publică în afara sferei publice burgheze** (Negt, Kluge, 1972/1993; Calhoun, 1992). În încercarea de a surprinde rolul istoric progresiv al burgheziei, Habermas neglijează potențialul iminent al variantelor de sferă publică non-burgheză. Criticii care susțin această teorie consideră că sfera publică ar trebui analizată ca fiind alcătuită din

sfere publice multiple și că prin excluderea sferei publice a oamenilor obișnuiți, a clasei muncitoare, Habermas privilegiază și universalizează doar o formă de discurs public în detrimentul altora (Calhoun, 1992; Curran, 1991; Dahlgren, 1991; Eley, 1992; Fraser, 1992; Garnham, 1992; Keane, 1991; Ryan, 1992; Thompson, 1993; Butsch, 2009). Baharva și Reifeld consideră concepția lui Habermas prea plată și unitară, imposibil de a găzdui alte tipuri diferite de sferă publică (2005: 23). Alți critici introduc noțiunea de public multiplu și sferă publică multiplă (Fraser, 1997; Ryan, 1992), sau și mai radical de sferă publică contrară/opusă (counterpublics). În debaterile științifice actuale, talk-show-urile sunt considerate sursa sferelor publice multiple, care se opun modelului normativ singular al sferei publice unice. Acestea amintesc că viața publică a societăților multiculturale nu poate consta exclusiv într-o sferă publică singulară, televiziunea oferind un mod specific de discuție publică prin talk-show-uri (Gamson, 1999, p. 192).

- **Caracterul exclusiv al sferei publice.** O altă linie critică foarte influentă este cea inițiată de Nancy Fraser care a observat absența grupurilor inferioare sau vulnerabile, inclusiv femeile și clasele sociale inferioare din instituțiile sferei publice burgheze (Fraser, 1992). Pentru unii critici excluderea femeilor din sfera publică burgheză este considerată ca fiind sugerată chiar prin conceptul de bază *publicness* (viața publică), aflat în opoziție cu *privateness* (viața privată). Bărbații, în calitate de conducători ai familiei, reprezentau în public toate proprietățile lor, inclusiv familia, astfel, femeile nu aveau dreptul de a se reprezenta singure în public sau de a participa la dezbateri, ele fiind considerate ca aparținând domeniului privat, situat în intimitatea casei, a familiei (Baker, 1992; Benhabib, 1992; Calhoun, 1992; Dahlgren, 1991; Eley, 1992; Fraser, 1992; Garnham, 1992; Peters, 1993; Ryan, 1992; Thompson, 1993; Nieminen, 1997; Butsch, 2009). Această linie de dezbateri critică este adesea numită *critica feministă*.

- O altă slăbiciune remarcată de critici în cartea clasică a lui Habermas, este **absența naționalismului din modelul teoretic de sferă publică** propus de Habermas, dar și **neglijarea religiei** (Calhoun, 1992, p. 34, 36; Bhargava, Reifeld, 2005, p. 23).

- **Subestimarea rolului mass- mediilor.** Concepția despre comunicare a lui Habermas este non-mediată și non-reprezentativă, promovând comunicarea interpersonală, dialogul. Această concepție limitează mass-media la un simplu rol tehnic și subminează funcția sa de reprezentare, ceea ce îl conduce pe Habermas la formularea unor concluzii mult prea pesimiste despre viitorul relației dintre democrație și mass-media (Calhoun, 1992; Garnham, 1992; Keane, 1991; Peters, 1993; Thompson, 1993; Nieminen, 1997). Habermas omite un fapt esențial, acela că „mass media, inclusiv mediile audiovizuale, vor juca un rol esențial în instituirea și democratizarea spațiului

public, ele contribuind masiv la restrângerea și limitarea < tendinței naturale > a puterii de a devaloriza și minimaliza opinia publică” (Drăgan, 1996, p. 100).

- Altă obiecție a cercetătorilor media se referă la **rolul culturii populare în sfera publică**, subliniind „modul de integrare a practicilor populare în cadrul analitic. Modurile populare de participare la politică, raportarea populară la cultură sunt prea adesea polarizate asupra comportamentelor aclamative, a unei culturi reduse la statutul de obiect de divertisment sau de consum pasiv.

Această critică adusă spațiului public ideal al lui Habermas, este susținută de istoricul britanic Edward P. Thompson care investighează posibila existență a unui spațiu public popular specific, precum și de alți autori, cum ar fi, Peter Dahlgren (2009), care analizează posibilitatea existenței unui spațiu public popular și intersectarea culturii populare cu politica și Liesbet van Zoonen (2005), care explorează modul în care divertismentul influențează deciziile politice ale omului modern.

2.5. Media și sfera publică

Conform teoriei lui Bernard Mieghe (2002), încă din secolul al XVIII-lea, s-au manifestat patru modele de comunicare care au influențat și reorganizat spațiul public.

Primul model se datorează apariției presei de opinie care se bazează pe un stil polemic (de cele mai multe ori) și amestecă discursul politic cu abordarea literară, stabilindu-se astfel o legătură puternică între ziare și cititorii lor, ceea ce a permis burghezilor educați să practice utilizarea publică a rațiunii. Acesta este modelul spațiului public descris de Habermas, pe care însă Mieghe îl contestă și-l consideră un ideal-tip, îndoindu-se că ar fi existat vreodată ca atare, așa cum e descris de filosoful german.

Al doilea model (secolul al XIX-lea) este cel al presei de masă, organizată pe o bază industrială și orientată asupra profitului. O dată cu apariția presei de masă se formează genurile jurnalistice, departamentul de publicitate devine un compartiment diferit al redacției, producându-se în același timp și o separare mult mai clară, distantă, un raport comercial între ziare și cititori.

Al treilea model corespunde perioadei secolului al XX-lea, când se impun mass-media audiovizuale și efectele acestora. Mass-media audiovizuală dezvoltă tehnicile de marketing cu scopul de a crește audiența, pun accentul pe divertisment, privilegiază spectacolul și reprezentarea în detrimentul argumentării, “mass-media audiovizuale încă și mai clar decât presa comercială, pun accentul pe divertisment, incluzând aici și divertismentul care însoțește, în ultimul timp,

difuzarea informației sau producției artistice (talk-show-uri). Ele asigură primatul normelor spectacolului și ale reprezentării în detrimentul argumentării și al “exprimării” (B. Mieke, 2002, p. 171).

Cel de-al patrulea model, care apare la începutul anilor '70, este cel al relațiilor publice generalizate care afectează întreprinderile, administrațiile publice, asociațiile, punând în practică strategii de seducere a cetățenilor- consumatori.

În prezent, spațiul public resimte influența, nu numai a unui singur model, ci a tuturor celor patru modele prezentate. Cu alte cuvinte, putem afirma că elementele constitutive ale spațiului public în societatea modernă, sunt dispozitivele comunicaționale gestionate de mediatori (jurnaliști) care scapă, puțin câte puțin, de sub controlul publicului.

Dezvoltarea continuă a mijloacelor mass-media a determinat schimbări majore ale spațiului public, creând „un nou tip de caracter public, caracterul public mediat, spațiu nonlocalizat, nondialogic, deschis al vizibilului, în care formele simbolice mediate pot fi exprimate și primite de o pluralitate de alți indivizi nonprezenți” (Stănciugelu, 2009, p. 145).

Studiul impactului mass-media asupra publicului a început din anii '50, când se urmărea interacțiunea dintre receptori și mesajele primite, precum și modul în care aceștia înțeleg și filtrează conținutul mesajelor. Conform lui Habermas,

„o sfera publică ia naștere atunci când cetățenii comunică, fie față în față sau prin scrisori, reviste, ziare și alte mijloace mass-media, pentru a exprima opiniile lor despre problemele de interes general, și pentru a supune aceste opinii unor discuții raționale” (Habermas, 1989, p. 27).

Pentru Habermas, este esențial ca acest proces este fie deschis pentru toată lumea și tuturor opiniilor în mod egal, o condiție care la rândul său necesită o presă care să funcționeze liber, o presă deschisă la diversitatea punctelor de vedere, care să propună subiecte spre dezbateră rațională și care este pregătită să reprezinte părerile publicului despre o anumită problemă atunci când acestea sunt cristalizate (Habermas, 1989, pp. 37, 181, 184). După cum demonstrează Croteau și Hoynes, modelul ideal al „sferei publice se referă la oameni ca cetățeni, mai degrabă decât consumatori” și presupune că „mass-media ar trebui să se afle în serviciul cetățenilor, nu doar să țintească potențialii consumatori” (2001, pp. 20, 21). În primul rând, pentru ca oamenii să-și exercite drepturile lor ca cetățeni, aceștia trebuie să aibă acces liber la informații, sfaturi și analize, care să le permită să își cunoască și să-și exercite drepturile. În al doilea rând, cetățenii trebuie să aibă acces la o gamă largă de informații, interpretări și dezbateri din diferite domenii care implică alegerile politice publice și trebuie să aibă posibilitatea de a utiliza mijloacele de comunicare

pentru a înregistra critici și pentru a propune metode alternative de acțiune. În al treilea rând, oamenii trebuie să se cunoască și recunoască ei înșiși și să își cunoască aspirațiile lor în oferta mijloacelor mass-media (2001, p. 21).

Cea mai importantă cauză a declinului sferei publice burgheze este considerată comercializarea ziarelor (Habermas, 1989, pp. 168-185) și mai târziu a întregii mass-media (Habermas, 1989, p. 170). În societatea contemporană, cea mai mare parte a comunicării este de natură publică. Presa constituie un factor de influență asupra sferei publice. Pe lângă rolul de „câine de pază” al societății, mass-media, în special televiziunea și internetul, au capacitatea de a crea și susține o nouă sferă publică. Oamenii trăiesc realitatea pe ecranele televiziunii sau în paginile ziarelor și de aceea există pericolul ca diferența dintre realitate și imaginea prezentată să dispară. Din această perspectivă, televiziunea se manifestă ca „actor principal al unui spațiu public care fuzionează, de fapt, reprezentările individuale și colective. (...) Televiziunea propune telespectatorilor un mesaj de tip ordine-dezordine. Televiziunea face ordine, substituindu-se instituțiilor, într-un context de dezordine socială; departe de a se pune în serviciul instituțiilor, ea utilizează slăbiciunea acestora, făcând demonstrația propriei sale puteri” (Haineș, 2000, p. 171).

Majoritatea cercetătorilor care au studiat sfera publică pornind de la modelul teoretic al lui Habermas, consideră că aceasta cuprinde un set de mijloace mass-media prin care anumite grupuri de indivizi sunt alimentate cu informațiile de care au nevoie pentru a putea participa la procesele politice care le afectează viața, media și mai ales televiziunea fiind „unul dintre actorii spațiului public care participă la construcția simbolică și, în același timp, concurențială a problemelor publice. Apelând la diverse strategii discursive jurnaliștii definesc relevanța evenimentului pentru comunitate sau dimensiunea „de interes general”. Media concură astfel (alături de actorii politici, opinia publică, liderii de opinie, etc.) la producerea unei anumite „versiuni” a interesului general, delimitând totodată un cadru de dezbatere” (Beciu, 2007, pp. 30-31).

Dahlgren consideră că sfera publică „este un concept care, în contextul societății actuale se referă la problemele de cum și în ce măsură mass-media, poate ajuta cetățenii să învețe despre lume, dezbate răspunsurile lor la aceasta, și ia decizii responsabile despre ce cursuri de acțiune să adopte” (1991, p. 1). Rolul mass-mediei în sfera publică este esențial, evoluția mijloacelor mass-media determină cercetătorii să sublinieze că:

- mijloacele mass-media creează un nou tip de caracter public mediat „în care formele simbolice mediate pot fi exprimate și primite de o pluralitate de alți indivizi nonprezenți” (Stănciugelu, 2009, p. 145);

- mijloacele mass-media contribuie la extinderea spațiului public în sfera privată. De asemenea, în orice analiză care implică mass-media și sfera publică este necesar să avem în vedere

faptul că „mass- media reprezintă un „releu” esențial între sfera publică și cea privată sau, mai general, între lumea fenomenală și interpretarea ei” (Frumușani, 2012, p. 18).

Pe fondul acestor dezbateri teoretice privind invadarea sferei publice de mass-media, apare conceptul de sferă publică mediatică, sau noul spațiu public, văzut de unii cercetători ca o extindere a spațiului public ideal definit de Habermas, iar de alții ca un concept de sine stătător, care exclude condițiile de formare ale spațiului public tradițional. Teoreticienii atribuie un rol major televiziunii în noua configurație a spațiului public. Noile abordări ale conceptului de sferă publică se întemeiază însă pe rolul pozitiv al televiziunii în viața publică, aceasta fiind uneori văzută ca „mediator al dialogului public, televiziunea are o logică a influențării care îi este proprie, devenind o instituție mai influentă decât puterea” (Drăgan, 1996, p. 109).

Sintetizând părerile cercetătorilor, Werner Faustich, identifică mai multe tipuri de sferă publică mediatică :

- „- sfera publică mediatică reprezentativă, care este constituită de cotidiene, de emisiunile politice cu o largă audiență, principalele buletine de știri;
- sfera publică mediatică critică, se referă la acele publicații care se poziționează mai mereu critic față de punctele de vedere oficiale;
- sfera publică mediatică largă este reprezentată de publicațiile de tip tabloid care se bucură de o audiență largă;
- sfera publică locală/ regională este reprezentată de publicațiile locale și totodată de emisiunile informative transmise de posturile de radio locale” (Faustich 2002, apud Balaban, 2009, p. 160).

Prin acapararea spațiului public de către presă se observă alterarea severă a modelului tradițional de sferă publică propus de Habermas. În condițiile revoluției tehnologice, ale dezvoltării permanente a mijloacelor de comunicare, sfera publică necesită un nou spectru de analiză. Acest lucru nu trebuie însă tradus ca o alterare, o degradare, ci poate însemna mai degrabă o evoluție, o adaptare a conceptului și a întregului sistem teoretic, la condițiile de comunicare și la condițiile sociale actuale. Continuând această idee, Bernard Miege consideră că spațiul public contemporan nu mai are nimic din condițiile care au dus la formarea sa în societățile europene din secolele al XVII-lea și al XVIII-lea (2010, p. 54). Cu toate acestea, cercetătorii continuă să dea o imagine unificată sferei publice, ca și cum practicile comunicaționale și condițiile care au dus la formarea ei, stabilită de Habermas în secolul al XVIII-lea, ar fi aceleași.

În ceea ce privește sfera publică modernă, Bernard Miese identifică trei greșeli majore pe care cercetătorii contemporani le fac în analiza acesteia, și anume:

1. prezentarea sferei publice actuale doar prin expunerea normelor și modalităților de funcționare de la apariția sa;
2. confirmarea că sferă publică se menține ca spațiu politic construit de media;
3. tendința de diminuare a profundelor transformări ale sferei publice din prezent. Datorită acestor transformări recente sfera publică este lărgită, diversificată și fragmentată (2010, p. 55).

Analizând caracteristicile sferei publice moderne, evidențiate deja în context, putem conchide următoarele:

- sfera publică se perpetuează (chiar dacă astăzi este adesea subestimată funcția sa de generator al dezbaterei și al schimbului de opinii);

- sfera publică se lărgeste (toate clasele și categoriile sociale putând lua parte la dezbateri, dar în moduri diferite); funcțiile spațiului public se extind regulat, iar logicile sociale care îl „modelează” se află la originea acestei extinderi. Tendința de fragmentare a sferei publice este caracterizată de :

- asimetrie crescândă, în virtutea căreia cetățenii au de-a face cu dispozitive comunicaționale administrate, de cele mai multe ori, de instituțiile sociale, ce generează interacțiuni parțiale și planificate, provocate;

- inegalitatea participării și a accesului la mijloacele moderne de comunicare, în contextul în care dezvoltarea noilor tehnologii accentuează diferențele dintre o minoritate a celor care au posibilitatea să cumpere și să folosească echipamente tehnice de ultimă generație și o majoritate a celor excluși, care se mulțumesc cu mijloacele tradiționale oferite de mass-media;

- apariția de noi modalități de exercitare a interacțiunilor sociale, având în vedere că discursul argumentativ pierde teren în fața altor tipuri de discurs, cum ar fi discursul vizual;

- posibilitatea de gestionare din ce în ce mai dificilă a consensului social și cultural.

John Keane vorbește despre o puternică reconceptualizare a sferei publice în contextul modernității, pornind de la ideea că „trăim în vremuri în care cadrele spațiale de comunicare sunt în stare să genereze revolte” și că aceste procese „fragmentează ceea ce anterior seamăna cu o sferă publică unică” (Keane, 1998, p. 169). În loc de o singură sferă publică unică, Keane distinge între:

- *micro-sfere publice*, care se referă la sferele publice ale mișcărilor sociale, profesionale etc.;

- *meso-sfere publice*, care sunt „acele spații controversate care înglobează milioane de oameni care privesc, ascultă sau citesc de la distanțe mari”, în care Keane (1998) include talk-

show-urile. Un argument similar aduc în discuție și Lunt și Stermer (2005) în raport cu talk-show-ul *Jerry Springer*, pe care îl analizează ca sferă publică emoțională;

- *macro-sfere publice*, care sunt alcătuite din sute de milioane de oameni și sunt consecința „concentrației internaționale de firme care comercializează formate media” (Keane, 1998, pp. 171-179), deasupra cărora se află Internetul, pentru că „trăim în lumea mass-media electronice și ceasul istoric nu mai poate fi întors” (Brants, Hermes, van Zoonen, 1998, p. 4).

În ceea ce privește rolul media în spațiul public, analiza continuă a acestuia a deschis drumul către alte controverse în mediul academic, împărțind discuțiile în două mari categorii: categoria autorilor care consideră că evoluția mass-media și a noilor media ale secolului al XX-lea subminează spațiul public și democrația, oferind mai multă informație, dar contribuind la scăderea accesului la spațiul public (Butsch, 2009) și categoria autorilor care, în antiteză, susțin că media contribuie la menținerea unei sfere publice sănătoase, active, prin informarea maselor de oameni care înțeleg astfel mai bine ceea ce se întâmplă în societate și pot contribui eficient la dezbaterile problemelor importante pentru societate sau la contestarea deciziilor politice. Având în vedere că o condiție a participării cetățenilor la dezbaterile din spațiul public și la activitățile societății civile presupune o bună informare, rolul presei devine covârșitor. Rolul presei, așa cum susține John Keane, este de a facilita

„o comunicare autentică de forme de viață, gusturi și opinii, pentru a da putere unei mulțimi de cetățeni ce nu sunt guvernați nici de state despotice și nici de forțe de piață. (...) trebuie să le furnizeze o gamă largă de opinii. (...) trebuie să le permită să trăiască democratic, într-un cadru de state constituționale dispuse pe mai multe niveluri, responsabilizare față de cetățenii lor, care muncesc și consumă, trăiesc și iubesc, se află în conflict și recurg la compromisuri în cadrul unor societăți civile, independente, autoorganizate, ce sprijină și depășesc limitele înguste ale instituțiilor de stat” (2000, p. 128).

Televiziunea este astăzi cea care poartă mesajele dinspre sfera politică spre sfera civilă, atunci când modelul democratic funcționează corect, televiziunea este „purtătoarea de mesaje a societății civile către gestionarii treburilor publice” (Runcan, 2002, p. 72). Așadar, relația mass-media- spațiu public este deosebit de complexă pentru că, în contemporaneitate, funcția de bază a mass-media, aceea de informare, pare să se fi alterat, prin pătrunderea divertismentului în discursul media. Mesajul televizat devine din ce în ce mai des un spectacol și acționează nu numai asupra capacității umane de a afla și înțelege rațional, ci (mai ales) asupra palierului afectiv, stârnind o gamă largă de sentimente. Cunoscut fiind faptul că televiziunea este principala sursă de informare și divertisment a societății actuale, putem afirma că media este astăzi baza unei societăți

democratice, ea oferă cetățenilor acces la viața politică, îi informează, “este unul dintre actorii spațiului public care participă la construcția simbolică și, în același timp, concurențială a problemelor publice. Apelând la diverse strategii discursive jurnaliștii definesc relevanța evenimentului pentru comunitate sau dimensiunea de *interes general*. Media concură astfel (alături de actorii politici, opinia publică, liderii de opinie, etc.) la producerea unei anumite “versiuni” a interesului general, delimitând totodată un cadru de dezbatere” (Beciu, 2007, p. 30-31).

În prezent se consideră că spațiul public desemnează „toate scenele și arenele mai mult sau mai puțin instituționalizate, unde sunt dezbătute subiectele importante ale momentului. Presa, radioul, televiziunea și internetul constituie canale și filtre esențiale ale acestui schimb de păreri” (Reiffel, 2008, p. 49). Price, Capella și Nir (2002) consideră că expunerea și participarea cetățenilor la dezbateri publice contribuie la formarea abilității acestora de a genera raționamente și le îmbogățește capacitatea de argumentare și gradul de înțelegere și anticipare a problemelor politice, precum și gradul de implicare în problemele politice sau civice. Viziune împărtășită de Peter Dahlgren (2004) care subliniază că discuțiile dintre cetățeni sunt considerate elementul de bază pentru participarea lor la funcționarea sferei publice. Participarea activă presupune a fi implicat în mod activ, efectiv în treburile din comunitatea locală, din societate și, în cele din urmă, în problemele întregii lumi. Participarea activă poate include o gamă diversă de activități, precum: participarea la vot și la campaniile electorale; voluntariatul sau donarea unor sume de bani pentru a susține o cauză, organizație sau o acțiune caritabilă; demonstrațiile și protestele (Verba, Schlozman, Brady 1995). Implicarea cetățenilor în astfel de activități este o chestiune strâns legată de democrație, pentru că demonstrează că cetățenii îi pot trage la răspundere pe reprezentanții lor, au puterea de a influența cursul guvernării și, în cele din urmă, dețin controlul asupra existenței lor colective.

2.6. Sfera publică și serviciul public de televiziune

Regăsim serviciul public de televiziune în toate țările din Europa, dar fiecare are propriul specific. Diferențele provin din tradiții diferite, culturi politice sau sisteme de reglementare diferite. Instituția televiziunii publice există însă și funcționează după aproximativ aceleași principii în toate țările din Europa, chiar dacă, conceptul în sine este greu de definit. Valentin Nicolau (2009, p. 47) subliniază dificultatea cercetătorilor de a găsi o definiție general acceptată pentru serviciul public de televiziune, afirmând că “Serviciul public de televiziune s-a confruntat dintotdeauna cu o serie de inconveniente de natură deopotrivă conceptuală și contextuală. Pe de o parte, dificultățile legate de definirea serviciului public de radiodifuziune au făcut ca acest concept

să fie interpretat în nenumărate feluri. Pe de altă parte, schimbarea contextului de funcționare a serviciului public de televiziune a afectat întotdeauna menirea acestei instituții media, poziționând-o în societate și pe scena mass-media în moduri diverse.”

În ceea ce privește problema definiției, Collins (1998, p. 53) menționează două abordări întâlnite în literatura de specialitate atunci când se încearcă definirea serviciului public de televiziune: una inductivă, alta deductivă. Abordarea inductivă presupune analiza evoluției istorice și a performanței serviciului public de televiziune pentru a înțelege ce este și ce presupune serviciul public de televiziune. Pe de altă parte, abordarea deductivă folosește dezbateri teoretice pentru a stabili ce ar trebui să fie serviciul public de televiziune. Susținătorii acestei abordări au adoptat conceptul lui Habermas de sferă publică și au avansat ideea că serviciul public de televiziune este o manifestare a sferei publice (Collins, 1998, p. 68).

Bunurile media “joacă un rol esențial în organizarea imaginilor și discursurilor prin care oamenii înțeleg lumea” (Murdock, Golding, 2005, p. 60). Conform celor doi autori, oamenii înțeleg lumea prin media. Această înțelegere se referă la politică, economie și cultură. În general, discuția despre sfera publică se concentrează mai ales asupra politicului și democrației, dar sfera publică nu este doar o sferă publică politică. Conform lui Habermas, alfabetizarea a fost un subiect de bază în sfera publică, atunci când sfera publică burgheză s-a format (Goode, 2005, p. 7). Dezbateră din sfera publică nu este însă limitată la un singur domeniu de discuție, ci este discursivă. Prin urmare, sfera publică nu este doar un loc pentru dezbateri politice, ci este și o zonă pentru formarea identității culturale. Televiziunea publică are, de asemenea, anumite obiective culturale, pentru că, conform tradiției, serviciul public de televiziune este văzut, în primul rând, ca o instituție culturală (Raboy, 1997, p. 4). Serviciul public de televiziune joacă încă un rol important ca instituție culturală în societățile contemporane, chiar dacă cultura și societatea noastră s-au schimbat.

Dacă în privința definiției există numeroase contradicții în literatura de specialitate, atunci când ne îndreptăm atenția către caracteristicile serviciului public de televiziune, cercetătorii par să ajungă cumva la un consens. De exemplu, Collins (1998, p. 62) stabilește trei caracteristici de bază ale televiziunii publice: diversitate, universalitate și imparțialitate. Televiziunea publică trebuie să se adreseze tuturor oamenilor, să furnizeze programe și servicii pentru toți oamenii, indiferent de vârstă, sex, rasă, venit sau zonă rezidențială. Scannell (1990) consideră că cele mai importante atribute ale televiziunii publice sunt combinația de programe și universalitatea. Autorul leagă instituția televiziunii publice de cultură, menționând că “accesul, în aceeași măsură pentru toți, la o gamă largă de informație, divertisment și programe culturale difuzate de canalele publice este un drept al cetățeanului în societățile democratice de masă” (Scannell, 1990, p. 26).

Studiile recente (Van Dijk, Nahuys și Waagmeester, 2006, p. 254) arată că obiectivele serviciului public de televiziune ar trebui să fie următoarele: diversitatea, independența, calitatea și accesibilitatea. Mai mult, Heap (2005, p. 116) studiind obiectivele televiziunilor publice din Uniunea Europeană, remarcă patru mari motive prin care existența televiziunii publice se justifică în contemporaneitate. Potrivit autorului serviciul public de televiziune este necesar pentru că:

- ajută cetățenii să fie corect informați prin transmiterea de știri, informații și comentarii imparțiale și independente;
- sprijină valorile democratice prin încurajarea de dezbateri publice, care implică și respectă drepturile omului și ale tuturor grupurilor din societate;
- oferă o gamă largă de programe de calitate de toate tipurile;
- promovează coeziunea socială și vitalitatea culturilor naționale.

Spre deosebire de Heap (2005), Papathanassopoulos (2002, p. 11) include printre caracteristicile televiziunii publice și independența financiară, stabilind astfel că televiziunea publică ar trebui să ofere: 1. serviciu universal valabil pentru toți, indiferent de venit sau locație geografică, 2. producție echilibrată și programe alcătuite în funcție de tipurile de emisiune, 3. politică editorială echilibrată și imparțială, 4. independența financiară atât față de guvern, cât și față de alte puteri comerciale. Hujanen (2005, p. 58) identifică, la rândul său, șapte misiuni ale serviciului public de televiziune: accesibilitatea universală, diversitatea programelor, distribuirea informațiilor, asigurarea educației, promovarea culturii și dezvoltarea aspectelor democratice. În timp ce Hastings (2004, p. 301) propune doar cinci principii ale serviciului public de televiziune, și anume: 1. universalitatea serviciilor, 2. diversitatea programelor, 3. includerea unor programe pentru minorități și alte grupuri sociale minoritare, 4. menținerea unui corp electoral informat și 5. îmbogățirea culturală și educațională.

Analizând studiile autorilor menționați, trebuie să subliniem că fiecare dintre acești autori au pus accentul pe probleme diferite pe care ei le consideră importante în definirea serviciului public de televiziune. Toți aduc însă în discuție universalitatea, importanța accesibilității, calitatea și diversitatea programelor. Mai mult, televiziunea este considerată un agent de socializare. Asta înseamnă că televiziunea ajută oamenii să înțeleagă lumea și să se integreze în societate (Schaefer, Lamm, 1995). Este așadar esențial ca televiziunea să ofere informații obiective și nepărtinitoare oamenilor și aici se remarcă rolul deosebit al televiziunii publice, care ar trebui să difuzeze știri care sunt mai aproape de realitate (Curran, 2002, p. 207). Televiziunea publică difuzează sau ar trebui să difuzeze informații mai echilibrate în comparație cu cele oferite de televiziunile particulare. De asemenea, cercetătorii consideră că televiziunea publică este televiziunea care ar

trebui să fie un model de imparțialitate în peisajul media al oricărei țări. Cetățenii ar trebui să identifice imparțialitatea cu televiziunea publică, pentru că aceasta, spre deosebire de televiziunile particulare, aparține publicului și prin urmare nu ar trebui să fi supusă altor interese, instituții sau persoane. În plus, televiziunea publică ar trebui să analizeze evenimentele prezentate din mai multe perspective și să reprezinte toate grupurile dintr-o societate, lucru care contribuie la promovarea democrației.

Conceptul de televiziune publică se dovedește așadar unul dinamic, mai ales de când în societățile contemporane au avut și au loc schimbări în ceea ce privește condițiile sociale, culturale, economie, tehnologice și politice. În timp, sfera publică a devenit un cadru teoretic important pentru justificarea și reglementarea serviciului public de televiziune. Sfera publică este un spațiu unde oamenii discută și dezbate probleme publice. Astăzi acest spațiu pentru dezbateră este oferit de televiziune și internet, care oferă forum pentru discuții publice. Funcția de informare și dezbateră a televiziunii este mult mai evident legată de sfera publică, deoarece sfera publică este un loc în care oamenii se întâlnesc pentru a schimba informații și a împărtăși opinii. Mai mult, televiziunea publică a fost mereu considerată vocea poporului. Această funcție de voce a poporului este, de asemenea, legată de conceptul sferei publice, pentru că oamenii se adună în sfera publică pentru a-și face auzite opiniile cu scopul de a schimba ceva la nivel de comunitate/societate. Dezbateră din sfera publică formează un consens, care, de cele mai multe ori, exprimă opinia critică a cetățenilor la adresa acțiunilor guvernului (Price, 1995, p. 25). În plus, așa cum am menționat anterior, televiziunea publică ar trebui să fie independentă față de stat și de presiunile comerciale (Curran, 2005; Papathanassopoulos, 2002), deoarece doar fiind o instituție independentă poate atinge obiectivul imparțialității. Conceptul sferei publice furnizează un argument similar, acela că sferă publică ar trebui să fie liberă de influențele statului și de cele ale economiei (Price, 1995, p. 24).

În teoria sferei publice informația (sau discuția) are un rol cheie. Informația este un element fundamental al sferei publice pentru că fără informație dezbateră este imposibilă. Teoria lui Habermas se bazează pe comunicarea față în față, dar în societățile moderne “mass-media a devenit instituția de bază a sferei publice, mai ales de când balanța societății moderne nu mai permite decât unui număr relativ mic de cetățeni să participe direct la discuțiile publice” (Dahlgren, 1995, p. 7-8). Într-o societate modernă complexă este greu să te bazezi pe comunicarea față în față pentru a aduna sau schimba informații și idei. Circulația informației se realizează, în primul rând, prin mass-media și, în special, prin intermediul televiziunii care are adresabilitate generală și poate pătrunde ușor în casele tuturor. Furnizorii de informație au un rol crucial în sfera publică. Televiziunea însă nu mai reprezintă doar un furnizor de informație, ci oferă și forum pentru dezbateră prin acele emisiuni în care se discută problemele publice, cum ar fi emisiunea *Question Time* (BBC). Mai

mult, câteodată televiziunea prin emisiunile sale asigură dialogul între popor și guvern și astfel, televiziunea nu mai este doar un furnizor neutru de informații, ci este chiar manifestarea sferei publice.

În situația ideală de vorbire al lui Habermas, informația ideală ar trebui să respecte patru caracteristici: inteligibilitate, adevăr, necesitate și sinceritate (Price, 1995, p. 25). Cu toate acestea, cele patru caracteristici sunt greu de atins simultan. Chiar dacă inițial Habermas condamnă efectul mass-mediei asupra sferei publice, el a recunoscut că întoarcerea la modelul de sferă publică ideal (sfera publică burgheză) este imposibilă (Calhoun, 1992, p. 3). În condițiile democrațiilor contemporane, întrebarea care ar trebui să ne preocupe cercetătorii este: poate mass-media să joace rolul de sferă publică în societatea contemporană?

Din dezbaterile științifice actuale rezultă că, în prezent, televiziunea publică este instituția care poate juca rolul de sferă publică dacă îndeplinește câteva condiții:

- să fie independentă față de stat și alte companii private. Independența este o condiție esențială a sferei publice conturată de Habermas. Principiul de bază, atât al sferei publice, cât și al serviciului public de televiziune, este formarea unei zone publice, independentă de toate influențele statului și alte influențe economice și care să servească interesului public. Dahlgren (1995, p. 13) susține această linie teoretică și consideră că serviciul public de televiziune poate contribui la menținerea sănătății sferei publice dacă îndeplinește condiția independenței față de stat. Cu toate acestea, ca și în cazul sferei publice ideale descrise de Habermas, serviciul public de televiziune nu poate fi total independent pentru că guvernul deține controlul (la anumite niveluri) asupra alocării și aprobării fondurilor sau angajării de personal (de exemplu, directorul Televiziunii Române este numit de Parlament).
- să devină o sferă publică culturală. Așa cum am menționat anterior, serviciul public de televiziune este perceput ca o instituție culturală (Tracey 1998), ceea ce îi oferă o identitate aparte în peisajul audiovizual.

Acest capitol a prezentat o analiză elaborată a teoriilor normative ale media și a conceptului de sferă publică, pornind de la ideea că modelul de sferă publică propus de Habermas rămâne totuși un model de bază pentru interpretarea problemelor contemporane, chiar dacă ceea ce Habermas a conceptualizat este, de fapt, un model ideal de spațiu public (Hohendahl, 1979, p. 105). De când Habermas a adus în lumina reflectoarelor conceptul de sferă publică, argumentele și criticile nu au

încetat (Calhoun, 1992). În ciuda criticilor, conceptul sferei publice oferă cadru teoretic pentru studierea problemelor legate de serviciul public de televiziune. Chiar dacă idealul propus de Habermas nu a fost niciodată atins, „sfera publică servește teoreticienilor ca ideal-tip, care este un construct cu ajutorul căruia lumea reală poate fi evaluată” (Bennett, Entman, 2001, p. 3). Considerăm, aşadar, utilă analizarea conceptului de spaţiu public, un element important pentru dezvoltarea şi înţelegerea ulterioară a problemelor pe care lucrarea de faţă intenţionează să le clarifice.

CAPITOLUL III

MIȘCĂRI SOCIALE ȘI TELEVIZIUNE

Avansând de la teoria sferei publice mutăm discuția teoretică în altă direcție necesară pentru dezvoltarea proiectului de cercetare propus. Acest capitol va analiza relația dintre media și mișcările sociale și va analiza evenimentele care au avut loc în 1989 în România și Bulgaria, precum și rolul televiziunii în aceste evenimente.

3.1. Media și mișcările sociale

Mișcările sociale au loc de sute de ani și au fost, cel mai adesea, legate de schimbările politice și economice dintr-o societate. Așa cum arată Blumer (1939, p. 199) în definiția dată mișcărilor sociale, acestea presupun efortul unei colectivități de a stabili o nouă ordine politică cu scopul îmbunătățirii vieții oamenilor de rând. Revoluția Franceză, care a avut loc în secolul al XVIII-lea, este una dintre cele mai cunoscute mișcări sociale din istoria omenirii. A avut loc într-o perioadă dominată de monarhii, de legea feudală, de stăpânirea exercitată din partea unei aristocrații reprezentate de clasele superioare, precum și de autoritatea religioasă. Oamenii din clasa muncitoare se săturaseră de sărăcia în care trăiau în timpul domniei regelui Ludovic al XVI-lea și au început să lupte pentru principiile iluministe ale egalității și fraternității între toți cetățenii, precum și ale drepturilor inalienabile ale oricărui om. A izbucnit astfel un întreg șir de revolte sociale, printre care cea mai cunoscută este cea care a culminat cu căderea Bastiliei, urmată curând de prăbușirea monarhiei și de încetarea stăpânirii exercitate de clasa formată din elita aristocrației. O dată cu prăbușirea monarhiei, impozitarea injustă a veniturilor clasei muncitoare a fost temperată (Davies, 1962). În mod similar, mișcările clasei muncitoare și mișcările sociale ce au avut loc la sfârșitul secolului al XIX-lea, în perioada Revoluției Industriale, au fost, de asemenea, văzute ca fiind începutul proeminent a ceea ce a ajuns să fie clasificat ulterior drept mișcare socială. Schimbarea gândirii politice și schimbarea sistemului au fost componentele-cheie ale acestor mișcări, în condițiile în care protestele oamenilor erau, în general, legate de accesul la standarde de viață mai bune. Drepturi precum weekendul de 2 zile, salariul minim garantat și ziua de muncă de 8 ore au devenit principalele revendicări ale multor sindicate ale muncitorilor din acea vreme.

În urma atenuării efectelor celui de-al Doilea Război Mondial și a tranziției spre epoca postbelică, în societatea occidentală au început să apară noi mișcări sociale. Aceste mișcări nu mai

aveau legătură doar cu drepturile unor anumite clase sociale, ci și cu drepturile fiecărui cetățean. David West (2004) descrie aceste mișcări prin termenul noi mișcări sociale și subliniază că acestea se referă la grupuri de mișcări sociale contemporane (sau recente) care au jucat un rol semnificativ în societățile occidentale de la sfârșitul anilor '60. Identificarea acestor noi valuri de activism cu termenul de „noi” mișcări sociale se referă în mod tipic la preocuparea lor față de alte probleme decât cele legate de clasele sociale. Această categorie include mișcările pentru pace și cele anti-nucleare; mișcările ecologice lansate pentru protecția și conservarea mediului sau mișcările „verzi”; mișcările pentru drepturile lesbienelelor și ale homosexualilor; cel de-al doilea val al mișcării feministe; mișcările antirasiste și cele pentru dreptul la un stil de viață alternativ.

Gamson și Wolfsfeld (1993) explică de ce au mișcările sociale nevoie de media. Astfel, autorii susțin că media este utilă pentru: 1. mobilizarea oamenilor, 2. validare și 3. extinderea ariei de influență a mișcărilor sociale. În ceea ce privește mobilizarea, este vorba nu doar despre mobilizarea participanților înșiși, ci și despre mesajul lor și despre ce anume este lucrul împotriva căruia se revoltă colectiv oamenii din acel grup. Obținerea de „acoperire” în media, prin articolele scrise de jurnaliști – mai ales atunci când mijloacele de comunicare în masă tradiționale erau singura sursă – a fost și este văzută drept o validare a mișcărilor sociale, protestelor sau revoltelor de orice fel, chiar dacă mesajul prezentat de media este uneori eronat, incomplet sau este încadrat într-un context nepotrivit. Simplul fapt al relatării evenimentului de către mass media, atrage atenția asupra acelei mișcări sociale și îi conferă astfel validare, fiindcă se consideră că dacă este suficient de relevantă pentru a se scrie un articol sau mai multe despre ea, asta înseamnă că mesajul, acțiunile sau revendicările mișcării sunt importante. Această validare media va duce evident la extinderea impactului mișcării respective în sfera publică, fiindcă oamenii care nu știau până atunci de acțiunile sau de motivele aflate în spatele mișcării, vor deveni conștienți de aceste acțiuni și motive datorită consumului lor de media și poate chiar vor împărtăși părerile activiștilor și își vor dori să se alăture acestora.

Ducând mai departe ideea lansată în lucrarea lor, autorii Gamson și Wolsfeld arată că mișcările sociale depind de media pentru a face cunoscute publicului larg problemele și revendicările lor (1993, p.116) și pentru a câștiga simpatia publicului și astfel a sensibiliza persoanele care pot produce schimbarea pe care activiștii și-o doresc. În analiza relației dintre media și mișcările sociale, Gamson și Wolfsfeld (1993) avansează două ipoteze:

- cu cât sunt mai mari resursele unei mișcări sociale, cu atât este mai importantă poziția sa în relația cu media și cu atât vor fi mai proeminente modul și amplitudinea în care media va relata evenimentele și aspectele relevante (1993, p. 121);

- cu cât un jurnalist difuzează imagini incluse în știri și articole, cu atât este mai probabil ca acest obicei să determine – pentru a atrage atenția și a obține o „acoperire” mai bună prin

articolele sau materialele difuzate – niște strategii de acțiune care pun accent pe spectacol, dramă și confruntare (1993, p. 124).

În timp ce Gamson și Wolfsfeld (1993) evidențiază varietatea de moduri în care sunt interconectate mișcările sociale și media și arată cum se adaptează mișcările sociale la media prin intermediul furnizării de imagini, Michael Schudson (1989, p. 173) remarcă modul în care mișcările sociale acționează adesea cu intenția de a ajunge subiect de știri, de multe ori jurnaliștii fiind cei care fabrică indirect evenimente generate inițial de către aceste grupuri, jurnaliștii le dau formă, dar forma nu este la alegerea activiștilor.

Mișcările sociale contemporane sunt un fenomen în sine și nu ar trebui să acționeze cu scopul de a ajunge subiect de știri sau de prima pagină, fiindcă persoanele din jurul acestor mișcări, tehnologia și instrumentele oferite de site-urile de socializare vor face oricum din aceste acțiuni subiect de știri, indiferent de intențiile inițiale ale protestatarilor. Platformele de socializare populare au capacitatea de a conecta publicul la ceea ce se întâmplă acolo unde are loc un protest, în timp real sau la scurt timp de la inițiere.

3.2.Revoluțiile 1989: mișcări sociale, revolte, sau revoluții?

Evenimentele care au avut loc în 1989 în Europa Centrală și de Est ridică încă multe probleme cercetătorilor. Una dintre întrebările rămase fără răspuns este legată de natura evenimentelor, mai precis, este corect să le numim mișcări sociale, revolte, tranziții, proteste, sau revoluții? Ce anume s-a întâmplat în Europa de Est în 1989? Este o coincidență că schimbările de regim s-au produs aproape simultan în mai multe țări? Probabil că, așa cum consideră Jakubowicz (1989) și Szeffkii (1989) mass-media a fost cea care a alimentat populația cu informații și a unit astfel oamenii dornici de schimbare din mai multe țări, îndemnându-i să acționeze. Sau, probabil că, așa cum s-a zvonit, nu o dată după 1989, revoluțiile au fost atent planificate. Oricum ar fi fost, așa cum consideră și jurnalistul George Radu Serafim (2015), în România, “chiar dacă a fost provocată, ieșirea oamenilor în stradă a făcut ca ceea ce ar fi putut fi o simplă diversiune, un atac, sau o revoltă, să se transforme într-o revoluție în care evenimentele s-au desfășurat în gradăție. Ceea ce însă este uitat, este că un popor care se ridică din genunchi în picioare este greu să-l mai cobori în genunchi”.

Indiferent de motivele care au dus la declanșarea evenimentelor din 1989, acest subcapitol își propune să clarifice o problemă terminologică și să stabilească cum ar trebui numite acestea: revoluții, revolte, sau mișcări sociale? Problema nu este chiar atât de simplă, pentru că fenomenul care a avut loc în Europa de Est în 1989 nu se potrivește perfect cu definiția clasică a niciunuia

dintre acești termeni. Pentru a putea oferi un răspuns la această problemă, ne vom referi la revoluțiile din două țări vecine: România și Bulgaria.

Fr. Chazel (1997, p. 305) definește mișcările sociale ca „acțiuni colective de protest și contestare ce urmăresc să impună schimbări în structura socială și/sau politică, apelând frecvent, dar nu exclusiv, la mijloace neinstituționalizate”. Toate studiile care au ca scop analizarea mișcărilor sociale relevă următoarele caracteristici ale acestora: mișcări care au caracter colectiv, de protest sau revendicativ; mișcări care vizează o schimbare la nivel social sau politic; mișcări care, de obicei, nu sunt violente, dar au o manieră mai puțin convențională de acțiune. Prin definiție, mișcările sociale nu sunt mișcări spontane, fiind de cele mai multe ori organizate de unul sau mai mulți lideri. Prin urmare, având în vedere caracterul spontan al evenimentelor care au avut loc în 1989 în Europa de Est, nu le putem descrie ca fiind mișcări sociale. Revoluțiile din România și Bulgaria nu au avut lideri dinainte stabiliți, ci liderii au fost aleși spontan în cursul evenimentelor, iar mai târziu au fost aleși de popor prin alegeri democratice.

Kis (1998) consideră că evenimentele care au avut loc în Europa Centrală și de Est în anii 1989-1990 au avut atât caracteristicile unei reforme, cât și pe cele ale unei revoluții. Considerând criza de legitimitate drept cauza principală a prăbușirii regimului comunist, autorul propune un al treilea concept pentru a descrie aceste evenimente, pe care îl numește „tranziție coordonată”, concept care descrie doar schimbarea elitelor politice, ci și procesul de negociere implicat în schimbare.

Revoluția este un termen controversat și, la fel ca în cazul oricărui alt concept, nu există o definiție unanim acceptată. Spre deosebire de mișcările sociale, care nu presupun utilizarea violenței, revoluția este definită, de cele mai multe ori, ca o „schimbare, influențată de utilizarea violenței, intervenită în guvern, și/sau regim, și/sau societate” (Brinton, 1965 p. 27). Dacă în ceea ce privește definiția revoluției există contradicții între cercetători, atunci când sunt analizați factorii care ar trebui incluși în definiția revoluției există un oarecare acord asupra următoarelor caracteristici: violența, implicarea populară și schimbarea instituției de guvernământ.

Deși la prima vedere România și Bulgaria par să împărtășească aceeași realitate istorică, analizând cu atenție definițiile conceptelor prezentate, remarcăm faptul că Revoluția Română se încadrează în definiția revoluției, fiind un eveniment atipic în istorie, care a inclus manifestări violente, implicare populară și a dus la schimbarea regimului comunist. Revoluția din Bulgaria este însă foarte diferită ca formă de manifestare, putând fi mai degrabă încadrată în conceptul propus de Kis (1998) de “tranziție coordonată”.

Corupția și dominația unei singure persoane asupra întregii țări au fost caracteristice pentru ambele regimuri din Bulgaria și România. În România, Ceaușescu a dus stăpânirea personală și clientelismul până la extrem. În ciuda faptului că lăuda virtuțile conducerii colective în primii ani

în care s-a aflat la conducere, faptul că și-a recrutat o echipă hegemonică pentru a-și consolida puterea i-a asigurat baza pentru o stăpânire exclusiv personală. El s-a plasat în fruntea partidului și a statului în 1974 ca președinte al Republicii Socialiste România. Ceaușescu a inițiat frecvent reorganizări ale ministerelor și rotații ale personalului de conducere din ministere, pentru a-i împiedica pe potențialii săi rivali să-și creeze și să-și consolideze o bază pentru putere în opoziție. Astfel, începând cu cea de-a doua parte a anilor 1970 a avut loc o reorganizare a ministerelor pe o bază ce amintea de era stalinistă. Treptat, membrii propriei sale familii și asociații săi apropiați au fost numiți în poziții înalte. A apărut o nouă elită politică, formată doar din oameni apropiați lui Ceaușescu și soției sale, Elena. Ceaușescu a preluat astfel controlul asupra politicilor de partid și de stat, iar miniștrii îi erau direct subordonați. În interiorul structurilor de stat, Securitatea a jucat un rol important. Departamentul Securității de stat din Ministerul de Interne era responsabil de asigurarea securității interne împotriva „teroriștilor” și de propagarea cultului personalității. În calitate de comandant suprem al forțelor armate, Ceaușescu și-a păstrat controlul direct asupra Securității, iar loialitatea față de el era menținută prin salarii mari și privilegii înalte. Prin abuz de putere Ceaușescu a reușit să pralizeze partidul din care făcea parte și a împiedicat, cu ajutorul securității, opoziția atât din interiorul structurii de stat, cât și din întreaga societate.

În Bulgaria, puterea deținută de organizația regională de partid era sacrosanctă. Baronii regionali datorau puterea pe care o dețineau lui Teodor Jivkov, iar el a beneficiat de susținerea lor timp de 35 de ani. Jivkov a devenit Prim-secretarul partidului, imitându-l pe Hrușciiov, iar în 1962 a preluat controlul guvernului. Pe tot parcursul mandatului său, el a imitat politica sovietică. În 1971 a fost adoptată o nouă Constituție, în baza căreia a fost creat un Consiliu de Stat drept principal organ de stabilire a politicilor. Ca președinte al acestui consiliu, Jivkov a devenit șeful statului, fiind eliberat de sarcinile ce țineau de conducerea de fiecare zi a țării, dar păstrându-și dreptul de a stabili linia politică. Implementarea politicilor era sarcina Consiliului de Miniștri, condus de o serie de prim-miniștri maleabili și supuși lui Jivkov. Corupția și necinstea au pătruns în mare parte din societatea bulgară. Opoziția față de regim a fost mai întâi înăbușită cu brutalitate. Cât timp Uniunea Sovietică a fost condusă de Brejnev, politicile lui Jivkov au fost acceptate. Au existat unele tentative de reformă în economie, dar structurile politice au fost, în general, menținute. Pe parcursul anilor, instituțiile au stagnat, iar elita de partid a devenit din ce în ce mai ruptă de realitățile lumii din afara ei și de realitățile cu care era nevoită să se confrunte populația.

Atât în Bulgaria, cât și în România, în timp ce Ceaușescu și Jivkov își păstrau controlul, formarea oricăror organizații care ar fi putut să reprezinte o opoziție unită a fost suprimată cu succes timp de foarte mulți ani. Schimbarea avea să se producă însă în 1989, prin prăbușirea regimului comunist în ambele țări, la diferență de doar o lună. Deși la prima vedere evenimentele care s-au produs în 1989 în România și Bulgaria par asemănătoare, având același scop final, și

anume îndepărtarea comuniștilor de la putere, în realitate acestea sunt foarte diferite ca formă de manifestare. Revoluția Română a fost cu adevărat o revoluție, pentru că, ea corespunde cel mai bine definiției acestui termen. Folosirea violenței este un element central în majoritatea definițiilor date revoluției. Genul de revoluție care a avut loc România și Bulgaria a inclus prăbușirea și reconstruirea sistemelor politice și economice, fapt ce a avut consecințe asupra societății din aceste țări. În România, evenimentele din 1989 au inclus violența, în Bulgaria s-a produs doar o schimbare radicală a sistemului politic, economic și social, în mod pașnic, fără violență. Revoluția Bulgară a fost o revoluție negociată, liniștită. Jurnalistul Boyco Stankushev (2015) susține această idee în interviul acordat pentru realizarea acestui proiect, subliniind că “în Bulgaria, așa-zisa revoluție a fost mai mult o tranziție, a fost liniștită, fără vărsare de sânge, fără foarte mulți oameni în stradă. Oamenii și-au dorit schimbarea, dar schimbarea s-a petrecut în liniște, comuniștii s-au lăsat înlăturați de la putere”. Mai mult, comparând Revoluția Română cu Revoluția Bulgară, expertul media Nikoleta Daskalova (2015) susține că “ceea ce s-a petrecut în Bulgaria n-aș numi-o revoluție, pentru că în comparație cu România, nu a fost revoluție. Noi o numim tranziție sau schimbare” (Daskalova, 2015).

Chiar dacă în literatura de specialitate nu există un consens asupra a ce anume înseamnă conceptul de revoluție și nu există un consens nici asupra modului în care ar trebui descrise evenimentele din Europa Centrală și de Est, alegem să folosim termenul de *revoluție* pentru evenimentele care s-au produs în România în 1989 și termenul lui Kis (1998) de *tranziție coordonată* pentru cele din Bulgaria. În cele din urmă, indiferent cum le-am numi sau defini, nu putem nega faptul că evenimentele care au avut loc în Europa de Est și, mai ales în România, în cea de-a doua jumătate a anului 1989 au constituit niște fenomene politice rare, atipice, greu de încadrat în tipologiile existente.

3.3.Revoluția Română în direct?

Revoluția din 1989 a fost intens analizată și dezbătută în ultimii 26 de ani. S-a vorbit mult despre rolul important al televiziunii în informarea populației despre evenimentele care se petreceau în stradă în decembrie 1989, dar multe probleme încă ridică semne de întrebare și cu toate acestea au rămas nestudiate în literatura de specialitate. Una dintre aceste întrebări este: a fost revoluția din 1989 într-adevăr o revoluție în direct? Revoluția Română este cunoscută ca prima revoluție televizată, evenimentul fiind transmis de toate televiziunile din lume și ocupând prima pagină a ziarelor din întreaga lume. Părerile cercetătorilor și ale jurnaliștilor sunt însă împărțite atunci când vine vorba de analizarea transmisiunii live a Revoluției. Astfel, jurnaliștii și cercetătorii români

consideră că Revoluția Română a fost transmisă în direct din Studioul 4 al Televiziunii Române, fiind integral o revoluție care s-a petrecut la televizor, în timp ce jurnaliștii străini, în special cei din Franța, care au acoperit integral evenimentele din 1989, consideră că Revoluția Română a dat doar impresia că a fost în direct, fiind, de fapt, un exemplu excelent de manipulare prin televiziune.

În interviul acordat pentru realizarea acestui proiect, Răzvan Theodorescu, fostul director al TVR explică: “Evident a fost o transmisiune în direct și ideea montajului este absurd iar uneori tendențioasă. Mă refer aici la ceea ce s-a transmis din Studioul 4. Ceea ce a fost în stradă, a fost filmat de oamenii televiziunii și ulterior transmisiunile live au fost combinate cu reportajele din stradă și incluse în buletinele de știri. Numai din acest punct de vedere se poate vorbi de un montaj” (Theodorescu, 2015). Această opinie este împărtășită de jurnalistul George Radu Serafim care susține că, de fapt, Revoluția Română a avut loc la televizor, dar nu totul a putut fi transmis în direct: “Revoluția Română, dincolo de ceea ce s-a întâmplat în stradă, a fost la televizor. Într-un fel a fost o revoluție în direct, dar nu totul a putut fi transmis în direct, știrile au fost montate” (Serafim, 2015). În schimb, fostul prezentator al jurnalului de știri, Paul Șoloc, susține, fără să dea mai multe detalii că: “totul a fost live” (Șoloc, 2015).

Urmând logica evenimentelor și analizând obiectiv părerile celor care au participat direct la evenimentele din 1989, putem afirma că Revoluția Română a avut loc într-adevăr în Studioul 4 al Televiziunii Române, devenit după 24 de ani de regim Ceaușescu, locul de manifestare a sferei publice, locul în care oamenii s-au adunat pentru a-și exprima opiniile și a produce o schimbare. Putem astfel considera că Studioul 4 este prima manifestare a sferei publice din istoria postcomunistă a României. Cu toate acestea, nu putem să nu constatăm că transmisiunile din stradă nu au fost toate în direct, în parte și datorită tehnologiei de care dispunea atunci Televiziunea Română, pentru o transmisiune live fiind nevoie de cel puțin cinci ore de pregătire a cernelor de transmisie. Evenimentele din decembrie 1989 au fost însă spontane, nimeni nu putea alcătui un program de emisie pentru că nimeni nu știa ce se va întâmpla a doua zi (Serafim, 2015). Situația a fost similară în Bulgaria, unde, de asemenea, nu exista un program de emisie zilnică, acesta fiind stabilit de la o oră la alta (Stankushev, 2015).

Pentru a analiza în profunzime această problemă și pentru a descoperi cum s-a văzut Revoluția Română din afara granițelor, am efectuat un stadiu de cercetare în Bulgaria și în Franța. Rezultatele arată că în România și Bulgaria situația a fost asemănătoare în ceea ce privește transmisiunea evenimentelor din 1989, și asta pentru că în aceste țări „exista doar o singură televiziune, nu era altă televiziune care să transmită evenimentele și jurnaliștii erau foarte motivați. Oamenii și-au dorit schimbarea” (Stankushev, 2015). În schimb, urmărind toate jurnalele de știri și reportajele din perioada respectivă existente în arhiva Institutului Național al Audiovizualului, în Franța, se remarcă o diferență radicală de opinie în rândul jurnaliștilor francezi, față de cei

români sau bulgari. În reportajul *Roumanie: une revolution dans l'oeil des medias*, jurnaliștii susțin că în România revoluția a fost doar o producție tv, s-a dorit să se arate lumii că revoluția a fost spontană iar cine urmărește cu atenție poate observa că imaginile sunt lipite prin montaj pentru a asigura un impact cât mai mare. Mai mult, România fiind o țară închisă până în 1989 a reușit să producă un spectacol mediatic global și, în opinia jurnaliștilor francezi, dovada o reprezintă un scurt filmuleț transmis în cadrul buletinului de știri al TF1 în data de 2 ianuarie 1990 și preluat de Antenne2 în data 3 ianuarie 1990, în care generalul Militarul spune clar că Frontul Salvării Naționale funcționa deja de 6 luni, ceea ce a dat de înțeles străinătății că totul a fost un complot atent pregătit împotriva lui Ceaușescu. Pentru jurnaliștii francezi, acest scurt filmuleț reprezintă dovada că revoluția nu a fost chiar un hazard al istoriei, ci doar o etapă în planul unei echipe care era pregătită să preia puterea. Așadar, jurnaliștii francezi consideră că Revoluția Română nu a fost deloc o revoluție în direct, casetele care ajungeau de la TVR în străinătate fiind atent montate pentru a da impresia de live. Părerea jurnaliștilor este împărtășită de mediul academic francez, profesorul Francois Jost de la Universite Sorbonne Nouvelle Paris 3, considerând, de asemenea, că:

„Revoluția Română nu a fost live, nici nu s-a petrecut în direct. Mulți istorici și profesori universitari sunt surprinși când le spun că nu a fost o revoluție live așa cum toți am crezut atunci, dar asta este realitatea. Se vede clar în unele știri transmise de Televiziunea Română televiziunilor franceze că au existat părți montate. Chiar dacă în colțul din stânga al imaginii apare cuvântul live, dacă privești cu atenție, adesea poți observa cum se schimbă cadrul, iar asta nu se poate întâmpla într-o transmisiune în direct” (Jost, 2015).

Sigur că, realitatea românească văzută din Franța nu coincide cu cea de la București nici astăzi în cazul anumitor evenimente, televiziunea fiind cunoscută prin capacitatea de a genera înțelesuri multiple ale aceluiași eveniment. Analizând însă obiectiv reportajele din arhiva Institutului Național al Audiovizualului din Franța și părerile celor intervievați, considerăm că o părere corectă cu privire la această problemă este cea exprimată de jurnalistul George Radu Serafim, care susține că: “un popor care se ridică din genunchi în picioare este greu să-l mai cobori în genunchi” (Serafim, 2015), iar faptul că poporul s-a îndreptat în acele zile tulburi către televiziune, nu dovedește decât încrederea pe care aceștia o aveau în această instituție și dorința fără margini a unui popor asuprit de a arăta semenilor lor că regimul comunist s-a sfârșit și, lumii întregi, că România, în sfârșit, este liberă. Prin urmare, până la urmă, accentul nu ar trebui pus pe cât a fost live și cât nu, ci pe rezultatele generate de revoluția din 1989, și anume eliberarea unei națiuni asuprite de regimul comunist, oferirea șansei oamenilor care aproape că își pierduseră

speranța de a lupta pentru o viață mai bună, pentru libertate, pentru acces liber la informații, pentru o viață normală.

3.4. Rolul televiziunilor străine în declanșarea evenimentelor din Decembrie 1989

O altă problemă intens dezbătută atunci când sunt analizate evenimentele care au avut loc în 1989 în România este rolul televiziunilor străine în declanșarea acestor evenimente cu impact major asupra societății românești. Este cunoscut faptul că înainte de 1989 după încetarea programului Televiziunii Române (care era uneori de doar 2 sau 5 ore pe zi), românii urmăreau programele televiziunilor străine, mai ales pe cele ale televiziunii bulgare, maghiare, iugoslave sau rusești, care se puteau recepționa ușor cu ajutorul unei antene de apartament. După cum atestă Peter Gross (1999), distribuirea pe zone era următoarea:

“În regiunile de nord-vest și cele de sud-vest ale României, publicul urmărea posturile de televiziune din Ungaria și Iugoslavia, mai puțin pe cele din Cehoslovacia. Televiziunea bulgară era receptată mai mult în zona de sud-est și în București. În partea de Est a României, care are granița cu Republica Sovietică Moldova, ai cărei locuitori sunt majoritar români, erau urmărite programele televiziunii sovietice” (Gross, 1999, p. 76).

Poate părea surprinzător faptul că, deși România era la vremea respectivă o țară închisă, fără corespondenți străini, în care nu se transmiteau știri din țările libere ca Franța, Anglia sau Statele Unite ale Americii, în 1989 majoritatea românilor vorbea cel puțin o limbă străină, franceză sau engleză, pe lângă rusă sau bulgară, pe care unii români le învățaseră doar pentru a înțelege mai bine emisiunile de la televiziunile țărilor respective. Mihai Tatulici (1990) notează în cartea *Revoluția Română în direct* că în decembrie 1989 „fără niciun anunț prealabil la radio, postul de televiziune se deschide la o oră la care telespectatorii nu erau obișnuiți. Dar după evenimentele de la Timișoara, după cele din ziua precedentă de la București, această emisiune devenise previzibilă. O țară întreagă o aștepta” (Tatulici, 1990, p. 19). Nu putem să nu ne întrebăm cum a fost posibil ca românii să aștepte confirmarea unor evenimente petrecute în țară deși Televiziunea Română nu transmisese nimic despre evenimentele de la Timișoara. Rateș (1991, p. 35) susține că mass-media străine au fost cele care i-au informat detaliat pe cetățenii români despre reprimarea violentă a revoltei de la Timișoara. Prin intermediul ecranelor televiziunilor străine, românii au putut urmări ce se întâmpla în țările vecine în care guvernele comuniste fuseseră învinse și astfel, probabil

românii au căpătat curaj și au început să creadă în schimbare și să își dorească să lupte pentru libertate, așa cum făcuseră vecinii lor.

Peter Gross (1999) consideră că rolul presei străine a fost deosebit de important în menținerea moralului ridicat al națiunii, în informarea oamenilor despre evenimentele care se petreceau în țările vecine și în declanșarea evenimentelor din 1989, și atrage atenția că „avem de-a face cu unul dintre rarele cazuri în care mass-media au o relație directă de tip cauză-efect cu un eveniment care produce schimbări radicale în interiorul unei națiuni” (Gross, 1999, p. 84). Mai mult, Gross (1999) susține că rolul important atribuit mass-mediei străine este o consecință și un indicator al eșecului mass-media românești de “a atinge conștiința audiențelor lor. În consecință, într-o dezvoltare unică chiar și între națiunile Europei Centrale și de Est, mass-media străine au devenit singura legătură a românilor cu realitatea, sănătatea spirituală și speranța. În sfârșit, mass-media străine au servit ca furnizor direct de informații, care au fost ca un catalizator pentru începutul revoluției” (Gross, 1999, p. 88).

Rezultatele interviurilor realizate contrazic parțial teoria lui Gross (1999), jurnaliștii și oamenii de știință români considerând că rolul televiziunilor străine (din Ungaria, Bulgaria, Iugoslavia) a fost unul minor în declanșarea evenimentelor din 1989. Academicianul Răzvan Theodorescu fostul director al Televiziunii Române subliniază importanța radioului, care în opinia domniei sale, a contribuit mai mult la construirea ideii de revoltă printre români:

“Televiziunea maghiară și bulgară au fost importante pentru români prin transmiterea unor programe mai “Europene”. Nu se poate spune însă că acestea au avut un rol în declanșarea evenimentelor din 1989. Televiziunea iugoslavă a fost cu mult mai importantă din acest punct de vedere. A existat însă un episod care a fost prezentat de toate cele trei televiziuni; este vorba despre mutarea din Timișoara a lui Lazbo Tokesi. Nu se poate spune însă, după părerea mea, că aceste televiziuni au avut un rol direct. Rolul cel mai important, paradoxal, nu l-au jucat televiziunile, care nu au avut cum să prezinte imagini dramatice de la Timișoara, ci radiourile. Se poate vorbi de o difuzare a informațiilor radio în chip concentric, de la radiourile și agențiile iugoslave și maghiare, către Europa liberă și BBC. Acestea au transmis înregistrări audio cu împușcăturile și strigătele de la Timișoara. Și tot acestea au catalizat atenția publicului românesc spre Timișoara. Așadar, televiziunile străine au menținut un anumit climat, dar radiourile au fost cele care au transmis mai pregnant drama de la Timișoara. Adaug că tot televiziunile din Iugoslavia și Ungaria sunt cele care au transmis imaginile din cimitirul de la Timișoara cu interpretările eronate ale unor masacre barbare (este vorba de femeia care avea pe piept fătul care îi fusese omorât). S-a limpezit în timp faptul că acele imagini nu țineau de un

evemenient legat de Revoluția din 1989; se pare că este vorba de niște imagini ale înhumărilor din cimitirul săracilor din Timișoara. De asemenea, este adevărat că locuitorii Timișoarei, poate și cei din alte orașe din Transilvania, au avut acces încă din noiembrie la imagini legate de caderea zidului Berlinului prin televiziunea iugoslavă” (Theodorescu, 2015).

Chiar dacă este recunoscut meritul televiziunilor străine de a informa poporul roman în lunile dinaintea declanșării revoluției din decembrie 1989, rolul televiziunilor străine este totuși considerat unul minor și de jurnalistul George Radu Serafim, care apreciază că:

„influența altor televiziuni în declanșarea evenimentelor din decembrie 1989 este minoră din două motive: 1. televiziunile străine acopereau doar zonele de graniță, nu întreaga țară pentru că posturile de televiziune străine puteau fi recepționate doar în apropierea granițelor și 2. publicul nu urmărea programele informative ale televiziunilor străine, ci, mai ales, programele de divertisment, filme, sau desene animate. Pentru informare publicul avea alte surse, cum ar fi: Europa Liberă sau Vocea Americii” (Serafim, 2015).

Cu toate acestea, mass media străină este văzută în literatura de specialitate ca un factor care a ajutat cel puțin moral poporul român deoarece se consideră că prin transmiterea evenimentelor care se desfășurau în alte țări, românii au început să speră că și în România regimul poate fi schimbat. Mass-media străină a contribuit astfel la păstrarea speranței în schimbare și la unirea în gândire a poporului român sătul de abuzurile comunismului. Media a dat voce gândurilor românilor cărora regimul le insuflase teama de a-și exprima opinia. Asemenea lui Răzvan Theodorescu (2015), Harden consideră că mai mult decât posturile de televiziune, posturile de radio din Germania, Italia, Iugoslavia, Ungaria, Bulgaria și URSS, au ajutat la formarea unei idei despre revoluție în rândul unor oameni care nu îndrăzneau nici măcar să vorbească unul cu celălalt de teama regimului (Harden, 1989). Sigur că nu se poate stabili exact dacă acestea au avut un rol precis în declanșarea evenimentelor din 1989, pentru că de la a privi sau asculta până la a acționa este întotdeauna un drum lung de parcurs, dar ceea ce merită cu siguranță subliniat este că prin intermediul acestor emisiuni, românii aveau ocazia să vadă cum decurge viața în țările libere. Posturile de radio și televiziune străine erau singura oază de libertate și de informare corectă pentru români înainte de 1989 și asta a contribuit probabil la ceea ce Peter Gross numește “un impuls suplimentar ce i-a împins pe oameni dincolo de frică, într-o stare de lipsă de teamă” (Gross, 1999, p. 80).

3.5.Transformarea din televiziune de stat în televiziune publică

3.5.1. Televiziunea Română

Timp de 27 de ani după 1947, când partidul comunist a venit la putere, România nu a avut legi care să poată reglementa activitatea serviciului public media. În 1974 a fost emisă prima lege românească a presei, formulată de Partidul Comunist Român și de președintele Nicolae Ceaușescu. Cu toate acestea, libertatea presei a continuat să fie inexistentă în România, deoarece, precum atestă Peter Gross, în acea perioadă, jurnalismul românesc a fost „controlat din toate punctele de vedere, dirijat și manipulat în funcție de nevoile partidului conducător, de mofturile șefilor lui și de nevoile cauzate de cultul personalității, care a fost constituit în jurul lui Ceaușescu și a soției acestuia” (Gross, 1999: 30). Presa comunistă a fost caracterizată de cenzură, manipulare, dezinformare, pseudojurnalism și de promovarea unei metarealități false, inventate. Analizând media românească în epoca comunistă, Peter Gross (1996: 3) subliniază trei perioade distincte:

- 1. 1821-1918, când au apărut primele publicații românești,
- 2. anii '20, când presa și jurnalismul au atins cele mai mari stadii de dezvoltare, libertate și profesionalism, în comparație cu ceea ce au devenit acestea în ultimele decenii ale secolului XX,
- 3. anii comunismului, 1947-1989, când presa nu a mai îndeplinit parametrii și standardele profesionale recunoscute și respectate în lumea liberă.

Apariția televiziunii în România, în 1955, a avut loc în timpul regimul comunist, a cărui perspectivă generală despre presă și mass-media a fost, în esență, totalitaristă (Bucheru, 1997, p. 147). Astfel, până în 1989, televiziunea română nu a fost niciodată independentă, întrucât s-a aflat încă de la înființare sub controlul partidului comunist. Desigur că Revoluția nu a putut schimba mentalitățile peste noapte, precum și observă Jean Francois Revel: „Nu este de ajuns ca o națiune postcomunistă să se elibereze de comunism pentru a putea scăpa de acesta, trebuie, de asemenea, să se elibereze de consecințele comunismului” (1993, p. 137). Umberto Eco atrage atenția asupra aceleiași probleme atunci când face următoarea afirmație: „Chiar dacă regimurile politice pot fi detronate sau ideologiile criticate și abandonate, în spatele regimului și ideologiei acestuia se află mereu un mod de a gândi și a simți, o serie de obiceiuri culturale, de instincte obscure și porniri incomprehensibile” (1995, p. 12). Prin urmare, chiar dacă s-au produs schimbări majore de necontestat după Revoluția din 1989, totuși nu totul a putut fi schimbat, mentalitățile au rămas

aceleași, iar jurnaliștii care până atunci fuseseră învățați să fie conduși s-au aflat pentru prima dată în situația de a se exprima liber, fără teamă. Noul regim s-a construit cu oamenii fostului regim.

În România, imediat după ce au venit la putere, comuniștii au distrus societatea civilă, manipulând și îndoctrinând restul populației, redusă la starea de masă. Regimul comunist nu accepta niciun fel de asociere liberă, necontrolată a cetățenilor. Lipsa unui spirit civic exersat a privat România de singura formă posibilă de opoziție organizată, din moment ce elitele politice și culturale au fost eliminate. Partidul comunist dicta felul și conținutul programelor TV - lucru care reprezenta, alături de alte instituții ale presei, moduri excelente de îndoctrinare a poporului (Rad, 2002, p. 5). Pentru TVR toate acestea au dus, desigur, la pierderea oricărui fel de legitimitate. Poate că tot din această cauză, poporul român avea mai multă încredere în posturile de televiziune străine (din Bulgaria, Ungaria, Iugoslavia), pe care le vizionau în mod ilegal la vremea respectivă.

Serviciul public de televiziune a fost văzut dintotdeauna de alte națiuni ca un fenomen britanic, precum afirmă și Buscombe (2000): „ceea ce deosebește televiziunea britanică de restul lumii este modelul structural pe care l-a adoptat într-un stadiu foarte timpuriu al dezvoltării sale” (2000, p. 2). Drept consecință, de-a lungul anilor, Televiziunea Română (TVR) a încercat de câteva ori să colaboreze cu BBC. Poate cea mai prosperă perioadă a colaborării româno-britanice a fost în anii '60 când Silviu Brucan, atunci vice-președintele Televiziunii Române, a decis să modeleze evoluția serviciului public de televiziune adoptând modelul televiziunii publice britanice. Conform spuselor lui Mustață (2012, p. 134), Brucan a vizitat BBC-ul de câteva ori pentru a învăța modul în care programele de televiziune erau realizate în Marea Britanie și a înțeles felul în care un serviciu public de televiziune de succes funcționează.

Până la sfârșitul anilor '70, televiziunea română a fost relativ deschisă la importurile străine. După 1970, lucrurile aveau să devină și mai sumbre, iar între anii 1985-1989 orarul Televiziunii Române a fost drastic redus la două ore pe zi în timpul săptămânii și la cinci ore pe zi în weekend. Acest lucru determina oamenii să fie consumatori constanți de presă scrisă (Volgyes, 1975, p. 23). Mai mult, Nelson (1988, p. 30) observă că preferințele cetățenilor pentru mijloacele audiovizuale au plasat emisiunile economice, patriotice și politice pe un jenant loc inferior și mai puțin importante decât oricare alte programe musicale sau de divertisment, sportive, teatrale sau culturale, chiar și sub buletinele meteorologice.

Ca o consecință a restricțiilor impuse jurnaliștilor, jurnalismul românesc, ca profesie, a dispărut complet la sfârșitul anilor '70 (Gross, 1996, p. 20). Ceva trebuia să se schimbe și tocmai acest lucru a avut loc prin Revoluția din 1989. Prin evenimentele din 1989 instituția televiziunii primește rolul deosebit de important de a fi în serviciul public și de a avea obligații în ceea ce privește educația și informarea cetățenilor. După 1989 a urmat o explozie de informații, oamenii își doreau parcă să recupereze cât mai repede anii petrecuți în întunericul comunist și astfel,

milioane de oameni au fost conectați brusc la aceeași realitate, cea prezentată de Televiziunea Română.

După Revoluția din 1989 în România are loc o explozie a aparițiilor mass-media. Extinderea mass-media audiovizuale s-a accelerat spre sfârșitul anului 1990 și, la începutul lui 1991, când 16 posturi independente de televiziune funcționau deja în țară și alte câteva erau gata să se înființeze (Gross, 1999, p. 87). Ele reprezentau însă la vremea respectivă o foarte mică amenințare penru Televiziunea Română, care își sporise considerabil orele de program și calitatea acestora. Treptat însă după 1997 televiziunea publică își pierde constant popularitatea și credibilitatea și începe să nu mai dețină cote semnificative de piață. Pentru un timp, canalele Televiziunii Române (TVR1 și TVR2) reușesc să se mențină, dar declinul lor era inevitabil pentru că după 1989 apar televiziunile comerciale. Astfel, prima televiziune privată a fost SOTI și a emis până în 1992, dar programele acestia nu erau de calitate și televiziunea nu a reușit să devanseze în audiență televiziunea publică. A urmat apoi Antena 1, în 1992, Tele 7 abc, în 1994, ProTv în 1996 și Prima Tv în 1997. În intervalul 2001-2002 apar OTV, RealitateaTV, B1TV. Dinamica televiziunilor private de după 1989 este complexă, multe televiziuni au dispărut, alte s-au menținut, unele au avut o dezvoltare impresionantă, altele doar una constantă. În ultimul timp se observă o tendință de evoluție a televiziunilor de nișă: AcasăTv, Antena 3, Antena 2, EuforiaTv, Romantica, Vox News, GSP Tv, Sport.ro, 1 Channel Music, U Tv, ș.a. Trebuie însă subliniat că rolul televiziunii, al mass-mediei în general a fost unul extrem de dificil în societatea românească de tranziție, pentru că au fost nevoite să „joace un rol central în remodelarea culturii politice a națiunii și a mentalităților clasei politice” (Gross, 1999, p. 40). Peisajul media românesc s-a schimbat considerabil în doar câțiva ani, marcând cumva dorința oamenilor de libertate, de cunoaștere, de nou, iar concurența în peisajul audiovizual a crescut, așa cum remarcă și Holban, în 1996, la șapte ani de la răsturnarea regimului comunist, concurența dintre posturile de televiziune comerciale s-a accentuat ca și cea dintre acestea și televiziunea publică TVR (Holban, 5 ianuarie 1996 apud Gross, 1999).

În ultimele două decenii, peisajul televiziunii în România s-a confruntat cu numeroase schimbări. Au existat două dezvoltări importante care au adus schimbări majore în televiziune: apariția televiziunilor particulare și apariția internetului. Ioan Drăgan și J.P. Lafrance (1994) au împărțit evoluția presei postcomuniste în trei stadii:

- stadiul în care revoluția a fost difuzată „live” (1989-1990),
- stadiul dezamăgirilor (1991-1992) și
- stadiul reconstruirii sferei publice (după 1992).

Pe de altă parte, Peter Gross (1994) consideră că 1990-1995 a fost primul și cel mai important stadiu al presei postcomuniste, atunci când media românească și-a triplat rapid numărul prin apariția unor publicații noi, iar presa s-a eliberat de sub jugul cenzurii. Cu toate acestea, studiind media românească postcomunistă în intervalul următor, 2005-2006, Gross (2008) a identificat atât progres, cât și regres.

TVR a fost martorul prăbușirii comunismului și tocmai de aceea, pentru un timp îndelungat, a fost cunoscută ca „televiziunea revoluției”. Rolul televiziunii publice în Revoluția românească este incontestabil, deoarece „după ce a fost instituția personală a foștilor dictatori, televiziunea a devenit brusc atât un spațiu inagural, cât și simbolul eliberării de sub tiranie, având un rol catalizator și acționând ca un centru de comandă al revoluției” (Drăgan, 1993, p. 3). Cunoscut fiind faptul că acțiunile colective cresc sau descresc în ochii opiniei publice în funcție de importanța acordată evenimentului de către posturile de televiziune, fiind singura televiziune din România la momentul respectiv, Televiziunea Română a devenit „purătorul de cuvânt” al României în timpul Revoluției și câțiva ani după 1989. Televiziunea Română a fost un factor direct de putere, așa cum explică Bucheru (2004, p. 89): “în anumite condiții, canalul audiovizual poate deveni un factor direct de putere (de exemplu, TVR a funcționat pe parcursul primelor zile ale evenimentelor din decembrie 1989 ca factor de putere). În condiții de confuzie sau de vid politic temporar, televizorul poate fi un element coordonator, chiar dacă există pericolul de a induce panică și confuzie (în mod voit sau neintenționat)”. În acele momente tulburi din istoria contemporană a României, Televiziunea Română a fost într-adevăr televiziunea poporului, pentru că “grație Televiziunii Române, populația României a aflat de căderea lui Ceaușescu, de principalele înfruntări care aveau loc în București, de ecoul imediat pe plan internațional. Mai mult decât atât, transmiterea evenimentelor a fost o premieră mondială, precedând cu puțin alte două “transmisiuni mondiale”, și anume Războiul din Golf și Puciul de la Moscova” (Theodorescu, 2015).

Cu toate acestea, după o perioadă lungă de 30 de ani, în timpul căreia a activat sub controlul regimului totalitarist comunist, nu a fost ușor să realizeze tranziția înspre o televiziune care funcționează independent, din punctul de vedere al conținutului redacțional. În primele câteva săptămâni de după 22 decembrie, noile mass-media s-au focalizat pe reminiscențele revoluției, pe brutalitatea și excesele comuniste din ultimii 42 de ani, pe sprijinul străin pentru revoluție și pe problemele economice pe care le întâmpina națiunea (Binder, 1989). Televiziunea, în special, i-a făcut încrezători pe cei încă nesiguri de faptul că regimul urât de ei se sfârșise. Imaginile transmise de Televiziunea Română de la procesul și execuția lui Ceaușescu și înființarea unui Guvern nou au fost dovezi positive că schimbarea s-a petrecut, în sfârșit (Gross, 1999, p. 83).

Schimbarea dintr-o televiziune de stat – care era supusă și controlată politic – într-o televiziune publică, care să funcționeze respectând standarde europene, a însemnat, printre alte lucruri, un proces, fără sfârșit, de reforme și reorganizări, din punct de vedere managerial și editorial. Răzvan Theodorescu (2015), fost director al TVR, consideră că:

„lansarea conceptului de televiziune publică în România a avut loc în perioada 1990-1992. După 1993 a început o perioadă de scădere drastică în audiențe din cauza unei politizări excesive în perioada 96-2000. S-au lansat primele televiziuni particulare cu capital străin (anglo-american). În 90-92 au considerat că genul proxim al televiziunii publice este televiziunea publică franzeză, spaniolă și italiană pentru că ele reprezintă o structură de televiziune publică care îmbină știrea cu comentariul, în timp ce formula BBC este formula less is more, news fără comments. Porind de la acest principiu, am stabilit legături cu aceste televiziunile și am dat pe programul 2 și știri italiene și spaniole, în timp ce presiunea cea mare era presiunea BBC, pentru că BBC a oferise tehnologie, sprijin logistic micilor televiziuni din diferite orașe”.

Misiunea Televiziunii Române după 1989 nu a fost una simplă, întrucât „trebuia să joace un rol eficient, proactiv în procesul democratizării, prin aducerea propriei contribuții în procesul de socializare, prin educarea publicului în, și pentru, noi roluri și valori sociale într-o societate deschisă” (Gross, 2004: 170). Diferența în opinii este poate unul dintre motivele principale pentru care evoluția TVR-ului după 1989 a fost una înceată. Nu a existat și nu există o viziune clară pentru această instituție publică, iar cei care aveau o viziune clară, au fost în mod constant alungați datorită intereselor politice. Timp de câțiva ani după Revoluție, TVR a avut o influență uriașă asupra audienței și o mare responsabilitate pentru educarea oamenilor, pentru expansiune și pentru evoluția democrației în România postcomunistă și “pentru vindecarea unui popor trecut prin grele încercări” (Theodorescu, 2015). De altfel, timp de câteva luni după decembrie 1989, TVR a fost numită *Televiziunea Română Liberă* – astfel marcând intenția de transformare a fostei televiziuni „de stat” într-o televiziune publică.

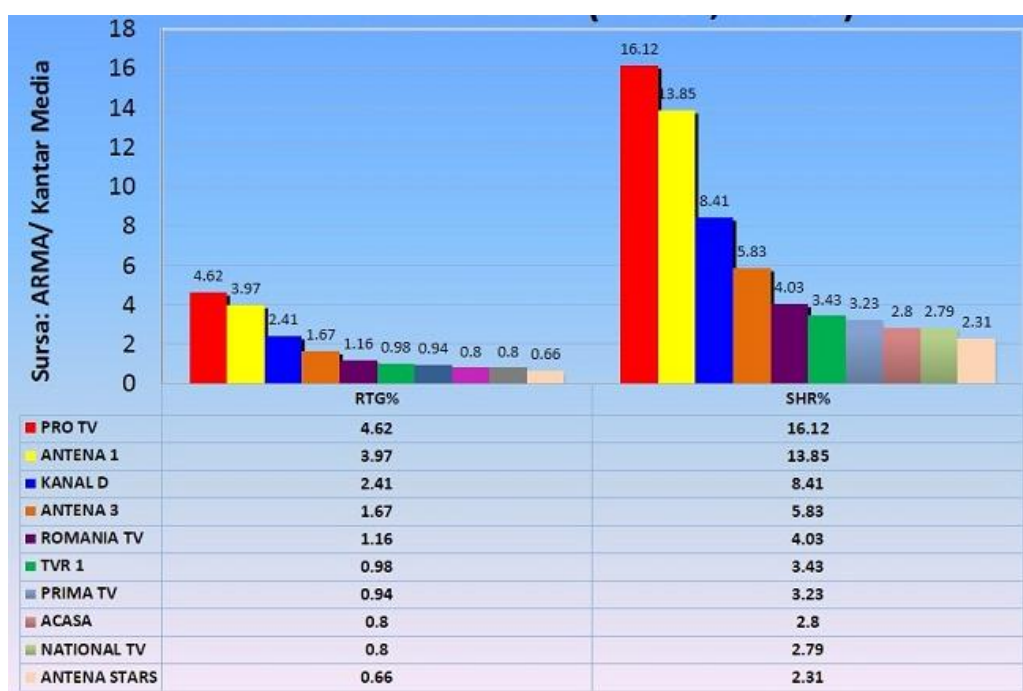
După 1989, TVR își pierde însă în mod constant credibilitatea și popularitatea. Răzvan Theodorescu (2015), directorul Televiziunii Române din perioada 1990-1992, consideră că

„doi ani și jumătate cât am condus TVR socotesc că rolul său a fost fundamental (mai ales în Campania electorală din 1990) din motivul foarte simplu că era unica televiziune. Ideea mea a fost aceea de a privatiza canalul doi și începusem tratative în acest sens cu o companie canadiană. După plecarea mea însă (în iulie 1992), aceste tratative au fost sistate, în schimb, luând ființă CAN-ul unde eu eram membru a început fenomenul privatizării generale în

audiovizual. Perioada de după 1993 a însemnat începutul unei concurențe puternice și al scăderii accelerate a cifrelor de audiență pentru TVR”.

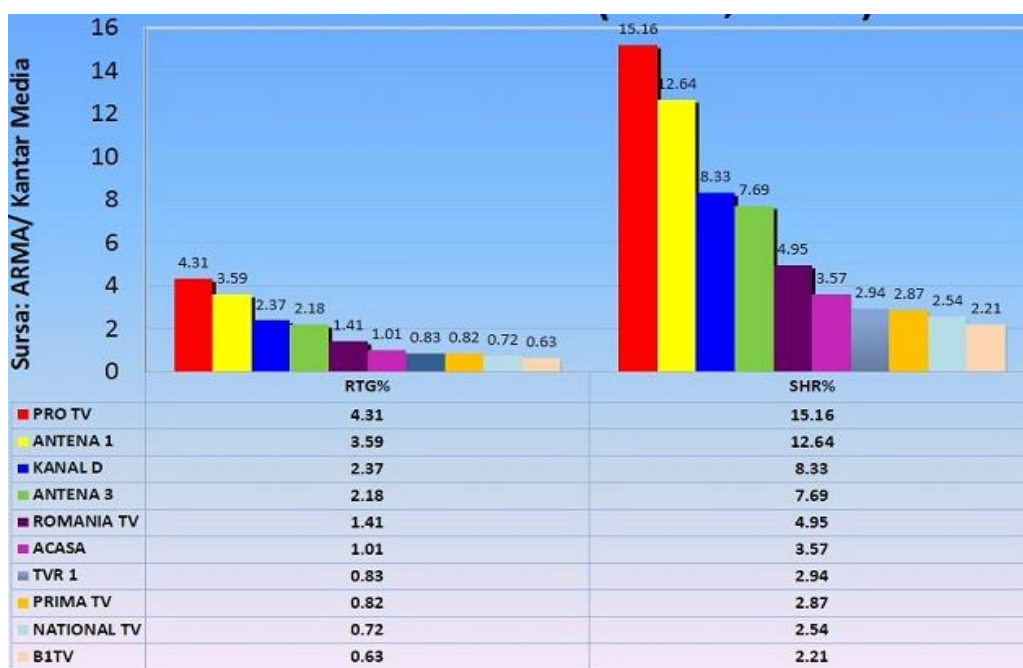
Continuând această idee, Paul Șoloc (2015) consideră că „până în 1997 a fost un drum ascendent, gradual, spre profesionalizare, echilibru și înlăturarea tarelor din perioada comunistă. A urmat o perioadă de evidentă subordonare politică și de epurări exact ca în comunism. Cred – și nu numai eu, că cea mai fastă perioadă pentru TVR a fost între anii 2000 și 2005. Începând cu anul 2006 “drumul TVR” a fost numai spre imensa groapă în care a ajuns astăzi”. Astăzi, audiența TVR este foarte scăzută și în continuu declin, putându-se observa diferențe majore chiar de la o lună la alta (vezi Figura 1 și 2).

Figura 1 – Cifrele audiențelor TV – National Public – Ianuarie 2015 (RTG%, SHR%)



Sursa: ARMA/ Kantar Media

Figura 2 – Cifrele audiențelor TV – National Public – Februarie 2015 (RTG%, SHR%)



Sursa: ARMA/ Kantar Media

Datorită cifrelor scăzute de audiență, existența Televiziunii Române este contestată astăzi de politicieni, jurnaliști și de audiența generală. Libertatea, adevărul și acuratețea, imparțialitatea și corectitudinea Televiziunii Române sunt mereu puse sub semnul întrebării. TVR a fost acuzată, nu de puține ori, că nu a putut să-ți controleze bugetul, că nu a putut să se adapteze la noile timpuri, că are aceeași angajați incapabili să se reinventeze și că nu poate îndeplini obiectivele serviciului public de televiziune. Mai mult, previziunile pentru viitorul Televiziunii Române sunt sumbre. Răzvan Theodorescu, fostul director al Televiziunii Române susține că

“televiziunea publică nu are viitor în România pentru că publicul nostru este, din punct de vedere politic, extrem de segregat; nu există o comunitate națională, un public amator de o viziune cât de cât unitară. Publicul este împărțit politic, televiziunile particulare sunt și ele împărțite politic. Televiziunea publică este televiziunea care corespunde nevoilor diferite ale publicului, televiziunea publică nu trebuie să răspundă nevoilor politice, ci celor culturale și educative. Ar trebui să educe publicul. Nu există public cultivat” (Theodorescu, 2015).

3.5.2. Televiziunea Bulgară

Imediat după eliberarea de regimul comunist mass-media a devenit sursa principală de informație pentru oamenii din România și Bulgaria. Dornici de informație, de libertate de exprimare și dorind să recupereze cât mai repede anii pierduți în cel mai negru regim din istoria acestor țări, oamenii și-au îndreptat atenția către televiziune, care prin fascinația imaginii le putea arăta ceea ce nu mai văzuseră niciodată. Chiar dacă niciun regim postcomunist nu a reușit să evite conflictele politice din interiorul sistemului care se schimba, și nici nu au putut ignora problemele care s-au ivit, oamenii erau fericiți pentru că aveau televiziune, aveau emisiuni noi, aveau o presă liberă. Buletinele de știri, emisiunile de divertisment, filmele au captat rapid oamenii, obișnuii până atunci cu doar câteva ore de program pe zi. Televiziunea a devenit astfel modul preferat de petrecere a timpului liber. Pe fondul acestei dorințe de nou, de vizual a publicului, au apărut noi televiziuni. După 1989 lucrurile s-au liniștit treptat și peisajul mediatic a început să se diversifice, iar televiziunea a funcționat ca instrument de alinare a unor suflete rănite și minți confuze. Media și, în special televiziunea, a avut un rol deosebit de important în 1989 și după 1989, îndeplinind o funcție dublă de tranmițător și catalizator al schimbării politice (Raycheva, 2009, p. 166).

Evoluția Televiziunii Publice Bulgare este, în mare parte, asemănătoare cu cea a Televiziunii Române. Dominată puternic (deși nu chiar atât de puternic ca Televiziunea Română) în timpul regimului comunist, televiziunea publică din Bulgaria și-a recâștigat libertatea după plecarea pașnică de la putere a liderilor comuniști în 1989. Ca și în România, înainte de 1989 televiziunea bulgară era subordonată și subjugată de Partidul Comunist. Timp de 40 de ani emisiunile au fost monotone, cenzurate și ideologice. După 45 de ani de comunism, televiziunea publică a transmis primele alegeri democratice bulgare în luna mai 1990. O nouă Constituție a fost adoptată în 1991.

Televiziunea publică în Bulgaria a fost lansată în anul 1959 când erau doar transmise trei ore de program de două ori pe săptămână (Raycheva, 2009, p. 1971). A durat aproximativ zece ani până când întreaga țară a fost conectată la programele televiziunii publice. Televiziunea în culori a fost introdusă în 1972 și în 1974 a fost creat al doilea canal al televiziunii publice. Pe lângă programele televiziunii bulgare, erau transmise și programe din Uniunea Sovietică (Raycheva, 2009).

După anul 1989 în Bulgaria are loc o explozie a aparițiilor mass-media. În comparație cu România, schimbările în peisajul televizual s-au produs însă mult mai lent în Bulgaria, în mare parte datorită lipsei de fonduri. Prima televiziune particulară bulgară, *Nova Televizia* (Noua televiziune) a fost lansată în iulie 1994 (an în care, în România, se lansa *Tele7abc*, iar *Antena 1*

avea deja 2 ani de emisie), dar datorită problemelor financiare programul acesteia era destul de limitat și calitativ mult mai slab decât cel al televiziunii publice. Astăzi însă se află pe locul al doilea în topul preferințelor telespectatorilor bulgari, și a lansat în timp alte două canale: *Kino Nova* (lansat în 2003) și *Nova Sport* (lansat în 2010). Competiția televiziunii publice cu televiziunile particulare a început în Bulgaria cu adevărat abia în 1995, când a fost lansată televiziunea particulară *7Dni* (7 zile). Astfel, încet-încet prin apariția televiziunilor particulare s-a diversificat oferta de programe în Bulgaria (Raycheva, 2009, p. 172) iar televiziunea publică și-a pierdut monopolul. *bTV*, televiziunea bulgară care se află astăzi pe locul întâi în topul audiențelor, a fost lansată abia în iunie 2000. Mult mai târziu au urmat alte patru canale: *bTV Comedy*, *bTV Cinema* (ambele lansate în 2009), *bTV Action* (lansat în 2011), *bTV Lady* (lansat în 2012).

Chiar și așa, unii cercetători bulgari consideră că noile instituții media au păstrat stilul și mentalitatea vechilui regim (Raycheva, 2009, p. 165) și au fost nevoite să facă față atât lipsurilor financiare și tehnologice, cât și lipsei standardelor profesionale (Raycheva, 2008, p. 73). Interesat de remarcat este faptul că în Bulgaria nu există nici astăzi o lege a presei scrise, ci doar o lege a presei electronice (pentru radio și televiziune) (Stankushev, 2015). Cele două instituții care răspund de media electronică, acordă licențe și monitorizează posturile de televiziune sunt Consiliul pentru media electronică (Council for Electronic Media) și Communications Regulation Commission.

În Bulgaria, ca și în România, după 1989 televiziunea publică a parcurs un drum dificil de trecere de la televiziunea de stat la televiziunea publică, urmând aceleași obiective universale conform modelului european al serviciului public de televiziune, și anume:

1. Un punct comun de referință pentru toți membrii publicului,
2. Un forum pentru discuții publice.
3. Știri imparțiale.
4. Programe pluraliste, inovatoare și variate,
5. Programe care sunt atât de larg interes public, cât și atente la nevoile minorităților,
6. Ilustrări ale diferitelor idei și religii, plurietnicitate și multiculturalitate,
7. Producții originale ale producătorilor independenți,
8. Extinderea ofertei prin programe care nu fac parte din sfera sectorului comercial (Raboy 1996, p. 15).

Spre deosebire de Televiziunea Română, chiar dacă apariția televiziunilor particulare a diversificat oferta de programe, Televiziunea Publică Bulgară se menține pe locul al treilea în topul audiențelor. Conform statisticilor recente, în Bulgaria, primele trei televiziuni în funcție de

audiență sunt: bTV, NOVA, BNT1 (Index 2015, p. 32). Televiziunea publică bulgară are, de asemenea, o ofertă bogată și patru canale: BNT 1 (lansat în 1959), BNT2 (lansat în 1974), BNT World (lansat în 1999), și BNT HD (lansat în 2014). Alte canale de televiziune, de nișă între care se împarte audiența în Bulgaria sunt: *Bulgaria On Air* (lansat în 1994), *Ring* (lansat în 1998), *Diema* (lansat în 1999), *Diema Family* (lansat în 1999), *TV7* (lansat în 2013), *Diema Sport* (lansat în 2015). Pe lângă acestea, publicul bulgar se bucură de o varietate de programe prin cablu și satelit, precum și cele digitale. De asemenea, mai mult de 57% din populație are acces la internet (Spasov, 2012, p. 8).

Canelele de televiziune se împart între câteva grupuri media care domină peisajul televizual bulgar, după cum urmează:

- Televiziunea publică bulgară- BNT 1, BNT2, BNT HD, BNT World
- bTV Media Group: bTV, bTV Comedy, bTV Cinem, bTV Action, bTV Lady, RING
- Nova Broadcasting Group: Nova television, Kino Nova, Nova Sport, Diema, Diema Family, Diema Sport, Diema Sport 2
- 7 Media Group: TV7, News7, Super7
- Fen TV television group: Fen TV, Balkanika TV, BG Music Channel, Fen Folk
- Planeta Payner television Group: Planeta TV, Planeta Folk, PlanetaHD.

Nu putem ignora faptul că în peisajul media bulgar există un post de televiziune atipic, *Alfa TV*, lansat în octombrie 2011, post deținut de un partid politic, Ataka. Postul de televiziune transmite programe politice și dezbateri care reflectă în mod direct părerile partidului.

La douăzeci și șase de ani de la evenimentele din 1989, televiziunea publică bulgară (BNT) se menține pe locul al treilea în topul audiențelor în timp ce, în România televiziunea publică se află la coada clasamentului. Publicul bulgar (așa cum arată și rezultatele chestionarului, prezentate în capitolul 5 al lucrării) urmărește constant emisiunile televiziunii publice, iar unii jurnaliști consideră că televiziunea publică este de multe ori mai critică la adresa guvernului decât televiziunile particulare (Daskalova, 2015). Mai mult, televiziunea publică este văzută ca un forum de discuții și, spre deosebire de Televiziunea Română pentru care previziunile specialiștilor sunt sumbre, televiziunea publică bulgară este văzută ca o televiziune care își va păstra locul trei în topul audiențelor și în era digitală (Peicheva, 2015).

3.6. Televiziunea publică în era digitală

Odată cu apariția internetului și cu rapida schimbare în peisajul media, atunci când vine vorba de competiție, reorganizarea instituțiilor serviciului public de televiziune a devenit o problemă importantă. Conform spuselor lui Steemers (1998) serviciile publice de televiziune și-au perfecționat strategiile, ca răspuns la apariția și dezvoltarea televiziunilor comerciale. Chiar dacă în majoritatea țărilor europene oprirea difuzării analogice este aproape completă, în România, după multe promisiuni, trecerea de la sistemul analog la cel digital se va realiza începând cu data de 17 iunie 2015. De altfel, România este singura țară din Uniunea Europeană care nu a implementat încă digitalizarea. Odată cu trecerea la sistemul digital în iulie 2015, concurența între televiziuni se va accentua în România, și astfel trebuie să ne întrebăm: este serviciul public de televiziune necesar în această piață competitivă?

În primul rând, discuția despre viitorul serviciului public de televiziune constă în poziția sa pe piața media. În România, serviciului public de televiziune a fost odată un monopol. Totul s-a schimbat însă o dată cu apariția televiziunilor particulare. Astfel, competiția pentru telespectatori a devenit acută în timp. Mai mult, odată cu apariția televiziunii digitale, competiția se va accentua. Cu toate acestea, serviciul public de televiziune va continua să existe în epoca digitală, dar are nevoie să își adapteze rolurile și să își revizuiască scopurile existențiale. Profesorul Francois Jost susține această idee, subliniind că “televiziunea publică nu este moartă. Internetul nu este sfârșitul televiziunii, ci poate fi un nou început” (Jost, 2015). Blumler și Hoffmann-Riem (1992, p. 206-207) consideră că serviciile publice de televiziune nu ar trebui să concureze cu rivalii lor comerciali, ci ar trebui să aibă și un rol complementar, specific, care, în ochii publicului, să le diferențieze clar de celelalte televiziuni. Desigur, competiția este inevitabilă, pentru că vremurile în care în România exista o singură televiziune au apus demult. Serviciul public de televiziune ar trebui să aibă o strategie diferită de celelalte televiziuni și să ofere o combinație de programe pentru toate tipurile de public, adică toate tipurile de programe pentru toate tipurile de audiență.

Este cunoscut faptul că televiziunea publică este diferită de cele comerciale în ceea ce privește scopurile și modalitățile de finanțare. Televiziunile particulare sunt organizații axate pe profit, care elimină imediat din grilă programele care nu aduc profit sau care pierd bani. Din această cauză, serviciile publice de difuzare ar trebui să ofere programe, pe care difuzorii comerciali nu le-ar oferi în mod normal. Televiziunea Română urmărește să se diferențieze de televiziunile particulare, însă în același timp, încearcă să ofere o combinație de programe pentru toate audiențele. Spre deosebire de televiziunea publică, televiziunile comerciale sunt organizații care urmăresc exclusiv profitul. Televiziunea publică are scopuri sociale, culturale și educaționale și, pentru că are un buget limitat, nu poate să ofere programe sofisticate sau să cumpere formate de televiziune foarte scumpe din

alte țări. Întrucât nu generează venit, ar trebui să se concentreze pe realizarea unor programe de calitate, care nu se regăsesc în grila televiziunilor particulare, cum ar fi: programe de televiziune care promovează arta, cultura sau educația, dar realizate în așa fel încât să fie atractive pentru public. Cu toate acestea, în loc să se concentreze pe aceste tipuri de programe și să găsească noi modalități de prezentare și realizare a acestora, în ultimul deceniu, televiziunea publică a adoptat o altă strategie, aceea de a oferi programe comerciale pentru a putea concura cu televiziunile particulare.

Cercetătorii avansează două strategii posibile atunci când discută viitorul televiziunilor publice în era digitală, după cum urmează: strategia comprehensivă și strategia complementară (Bardoel, d'Haenens, 2008, p. 340). Strategia comprehensivă presupune ca televiziunea publică să devină mai comercială, dar asta înseamnă că televiziunea publică va fi confundată cu televiziunile particulare, cu care, cel puțin în România, nu poate concura din lipsa resurselor. În plus, acest lucru ar submina legitimitatea televiziunii publice (Papathanassopoulos, 2002, p. 83). În contrast, strategia complementară, propune ca serviciile publice de televiziune să se axeze pe programele pe care televiziunea comercială nu le oferă. Avantajul adoptării acestei strategii este că televiziunea publică poate respecta principiile și poate funcționa după standardele unui serviciu public de televiziune, oferind programe pentru toate tipurile de public și pentru minorități. Pornind de la această idee, canalele televiziunii publice ar putea deveni canale de specialitate care să difuzeze numai anumite genuri de programe, considerate de calitate și anume: știri, documentare și emisiuni de cultură/artă. Dezavantajul adoptării acestei strategii este că astfel serviciul public de televiziune ar putea deveni mult mai izolat de public și deloc competitiv pe piața media. Bardoel și d'Haenens (2008, p. 340) folosesc, de asemenea, termenul “strategie compensatoare” pentru a descrie adaptarea serviciilor publice de televiziune la actualul peisaj media. Majoritatea televiziunilor publice a adoptat strategia compensatoare pentru a face față provocărilor televiziunilor comerciale și schimbărilor produse de apariția și dezvoltarea tehnologiilor digitale (Bardoel, d'Haenens, 2008, p. 344). Odată ce audiențele devin mai fragmentate, serviciul public de televiziune trebuie să găsească însă o nouă cale de a satisface publicul.

Un alt aspect intens discutat atunci când se analizează viitorul televiziunii publice este alegerea între calitatea și popularitatea programelor de televiziune. Calitatea este greu de apreciat și măsurat. Sigur că legea precizează ca emisiunile televiziunii publice să fie de calitate, dar nicăieri în lege nu se explică ce anume înseamnă calitatea unei emisiuni de televiziune. Tracey (1998, p. 21) consideră că “esența serviciului public de televiziune este de a face programele populare bune și programele bune populare”, așadar alegerea între calitate sau popularitate nu se justifică, publicul ar trebui să beneficieze de ambele, întrucât calitatea și popularitatea nu se exclud

reciproc. Calitatea programelor este o caracteristică principală a serviciului public de televiziune (Tracey, 1998) și în timp s-a creat impresia că televiziunile comerciale nu se preocupă de calitatea emisiunilor transmise, ci sunt preocupate mai mult de profitul pe care îl aduc aceste emisiuni. În România această ipoteză este pe jumătate adevărată. Este adevărat că televiziunile particulare din România, având un buget mai mare își permit să importe formate de emisiuni din alte țări, emisiuni care nu sunt considerate de calitate (de exemplu, reality-show-uri, talent show-uri etc), dar sunt și televiziuni particulare ale căror emisiuni sunt premiate de organizațiile internaționale de media, cum ar fi, de exemplu, emisiunea de reportaj *În premieră* de la Antena 3.

Odată cu rapida modificare a peisajului media, reorganizarea instituțiilor serviciului public de televiziune a devenit o problemă semnificativă. Este clar că în viitor televiziunile publice nu se vor baza doar pe serviciile convenționale de televiziune pentru a-și difuza emisiunile în era digitală, ci vor trebui să găsească alte platforme de transmitere. Există nenumărate platforme pe care serviciile publice de televiziune le pot folosi pentru a-și furniza propriul conținut. Televiziunile publice pot deveni furnizor de conținut de platforme multiple. Astfel, discuția despre viitorul serviciului public de televiziune nu ar trebui să se axeze pe “difuzare”, ci pe felul în care serviciul public de televiziune își oferă serviciile prin intermediul diferitelor platforme de livrare.

Cu toate că audiențele televiziunilor publice de pretutindeni sunt în scădere, ca instituție, televiziunea publică este încă iubită de public. În România este chiar necesară, întrucât este încă singura televiziune care oferă acoperire universală. Acest lucru se va schimba, desigur, odată cu trecerea la sistemul digital, când Televiziunea Română va trebui cu adevărat să treacă printr-un proces drastic de reorganizare și să se reinventeze, sau să dispară. Soluția pentru Televiziunea Română este de a deveni un furnizor de conținut multiplatformă. TVR nu trebuie să se axeze doar pe conținut și funcții de difuzare tradiționale, precum serviciile radio și de televiziune, ci și pe noile platforme de comunicare online prin care să ofere publicului un forum de discuții, îndeplinind astfel cu adevărat rolul de sferă publică. TVR trebuie să redevină televiziunea publicului, să asculte problemele oamenilor obișnuiți și să fie mai puțin rigidă în realizarea programelor. Desigur nimeni nu poate garanta succesul acestor demersuri, pentru că, este nevoie de sprijinul financiar al statului, de specialiști și de dezbateri publice pentru o astfel de reorganizare. Chiar dacă TVR manifestă deja unele inițiative digitale palide, cum ar fi portalul TVR+ (tvrplus.ro este o platformă care permite oamenilor să vizualizeze emisiuni TV online și să urmărească emisiuni în direct), în acest moment, redefinirea ideii de serviciu public de televiziune încă nu reprezintă o grijă prioritară în România, iar jurnaliștii, cercetătorii și politicienii români nu au reușit să identifice o nouă strategie digitală pentru televiziunea publică.

CAPITOLUL IV

PREZENTAREA PROIECTULUI DE CERCETARE

Acest capitol prezintă metodele de cercetare utilizate pentru realizarea obiectivelor propuse, eşantionul şi instrumentele de lucru utilizate.

4.1. Prezentarea metodelor de cercetare

Lucrarea *Mişcări sociale şi televiziune în Europa postcomunistă. Cazul României şi Bulgariei*, analizează rolul televiziunii în evenimentele din 1989 şi relaţia dintre televiziunea publică şi mişcările sociale, pornind de la următorul set de întrebări de cercetare: Este modelul serviciului public de televiziune relevant pentru societatea românească? Care a fost rolul televiziunii în evenimentele din 1989 din România şi Bulgaria şi cât de mult sprijină televiziunea publică mişcările sociale actuale? Care a fost rolul televiziunilor străine în declanşarea evenimentelor din 1989 şi cum a fost Revoluţia din 1989 din România şi Bulgaria percepută de jurnaliştii străini? Care sunt problemele actuale ale televiziunii publice şi care este viitorul pentru aceste instituţii în era digitală?

Pentru realizarea obiectivelor lucrării propuse considerăm că ancheta este cea mai potrivită metodă de cercetare cu două instrumente de lucru: unul calitativ (interviul) şi unul cantitativ (chestionarul). Ca metodă de cercetare frecvent utilizată în studiul comunicării, “ancheta caută, de obicei, să furnizeze date empirice adunate dintr-o populaţie de subiecţi asupra unui întreg număr de probleme sau teme. [...] Este o metodă utilă pentru a descoperi opiniile, atitudinile, comportamentul şi alte aspecte la nivel individual legate de o diversitate de subiecte şi teme” (Hansen, Cottle, Negrine, Newbold, 1998, p. 225). G.R. Sedlack şi J. Stanley (1992, p. 214) observă că “astăzi, ancheta este predominantă în culegerea datelor. Există două tipuri principale de anchete: pe bază de chestionar şi prin interviu”. Ancheta pe bază de interviu este o metodă de factură calitativă (Marinescu, 2007, p. 82) des întâlnită în proiectele de cercetare din domeniul media şi comunicare, definită ca „o conversaţie – interacţiune între un cercetător (cineva/o persoană care doreşte să obţină informaţii) şi un informant (cineva/o persoană care probabil are informaţiile importante şi necesare pentru a găsi răspunsul la problema de cercetare)” (Asa Berger, 2000, p. 111).

Cercetătorii consideră că, de cele mai multe ori, în studiul comunicării, ancheta este folosită pentru a răspunde la următoarele întrebări de cercetare:

- | | |
|---|---------------------------------------|
| (a). Ce știu oamenii? | (g). Care sunt atitudinile oamenilor? |
| (b). Ce gândesc oamenii? | (h). Care sunt gusturile oamenilor? |
| (c). Ce au oamenii (ca proprietate, bunuri etc.)? | (i). Care sunt ideile oamenilor? |
| (d). Ce fac oamenii? | (j). Care sunt credințele oamenilor? |
| (e). Ce au făcut oamenii? | (k). Care sunt valorile oamenilor? . |
| (f). Ce intenționează oamenii să facă? (Asa Berger, 2000, p.187). | |

Proiectul de cercetare propus urmărește să obțină un răspuns la întrebări de tipul: Ce știu oamenii despre rolul televiziunii române și rolul televiziunilor străine în Revoluția din 1989? Ce gândesc oamenii despre Televiziunea Română și despre problemele actuale ale acesteia? Care sunt atitudinile oamenilor în raport cu problema vizată? Care sunt ideile oamenilor în ceea ce privește viitorul televiziunii publice? Mai mult, Margaret Stacey (1970, p. 70) consideră că ancheta prin interviu trebuie utilizată atunci când sunt studiate „comportamente dificil de observat pentru că se desfășoară în locuri private, când se cercetează credințele și atitudinile, neexistând documente scrise despre acestea.” Prin urmare, considerăm că ancheta este cea mai potrivită metodă de cercetare pentru a răspunde la întrebările propuse de lucrarea de față și pentru îndeplinirea obiectivelor de cercetare propuse. Dintre avantajele acestei metode de cercetare, cea mai importantă este, evident, capacitatea de a obține informații cu o mare valoare explicativă. Mai exact, datele rezultate din utilizarea metodei anchetei permit generalizări despre relațiile dintre „faptele” sociale care stabilesc conexiuni fundamentale între cauză și efect pentru întreg ansamblul populației studiate (Marinescu, 2007, p. 72).

Prezentarea datelor empirice se va realiza în etape corespunzătoare celor cinci obiective propuse. Astfel, interviul ne va furniza date pentru analiza rolului televiziunii publice în Revoluția din 1989 (obiectivul 1 al lucrării), stabilirea rolului real al televiziunilor străine în declanșarea evenimentelor din 1989 și identificarea reprezentărilor pe care jurnaliștii români le au despre Revoluția Română (obiectivul 2 al lucrării), precum și pentru analiza parcursului Televiziunii Române după 1989 și identificarea problemelor actuale ale televiziunii publice (obiectivul 3 al lucrării) . Datele empirice obținute arată că problemele actuale ale televiziunii publice sunt competiția cu televiziunile particulare și lipsa audienței, date care coincid, de altfel,

cu datele obținute în urma aplicării chestionarului. Chestionarul va oferi o amplă evaluare a atitudinilor românilor și bulgarilor față de televiziunea publică, va stabilit necesitatea existenței televiziunii publice și va identifica posibile soluții pentru viitorul acesteia (obiectivul 5 al lucrării). Tot prin intermediul chestionarului online am aflat și care sunt factorii care îi determină pe oameni să urmărească sau să nu urmărească programele televiziunii publice (obiectivul 4).

4.2. Eșantionare

Eșantionarea este o etapă importantă pentru un proiect de cercetare în domeniul comunicării. Într-o astfel de cercetare, populația din care este extras eșantionul poate include: „oameni, grupuri sociale, evenimente, activități, instituții și texte” (Deacon, Golding, 1999, apud Marinescu, 2005, p. 39). Eșantionul se stabilește în funcție de obiectivele cercetării și de metodologia adoptată. Conform literaturii de specialitate, condiția cea mai importantă pe care un eșantion proiectat și realizat pentru o anchetă trebuie să o îndeplinească, este cea a „reprezentativității” (Marinescu, 2009). Analizând problema reprezentativității în cazul anchetei, T. Rotariu și P. Iluț (1997, p. 129) explică:

1. Reprezentativitatea unui eșantion nu este determinată de mărimea eșantionului;
2. În practica de cercetare se utilizează eșantioane mari pentru a satisface cerința reprezentativității atât la nivelul eșantionului ca întreg cât și la nivelul sub-eșantioanelor componente ale acestuia (Marinescu, 2009, pp. 70-71).

În literatura de specialitate sunt prezentate două tipuri de eșantioane: eșantioane probabiliste, folosite de obicei pentru proiectele de cercetare care aleg o metodologie cantitativă și eșantioane non-probablistice, pentru proiectele de cercetare cu metodologie calitativă.

Tabel 4.1. - Scop și caracteristici ale eșantionării probabiliste versus non-probabiliste (Masse, 1992; Agabrian, 2004, apud Marinescu, 2005, p. 40).

Eșantion probabilist	Eșantion non-probabilist
Scopuri: 1. Generalizarea rezultatelor la ansamblul populației din care a fost extras; 2. Reprezentarea acesteia cât se poate de fidel.	Scopuri: 1. A răspunde la o întrebare de cercetare specifică; suscitarea ideilor; verificarea unor ipoteze; 2. Alimentarea studiilor exploratorii.
Caracteristici	
Extensia populației de bază este cunoscută dinainte.	Extensia populației de bază nu este cunoscută dinainte.
Distribuția caracteristicilor în populația de bază poate fi estimată.	Caracteristicile populației de bază nu sunt cunoscute dinainte.
Extragerea o singură dată a eșantionului după un plan stabilit anterior.	Extragerea repetată a elementelor eșantionului după anumite criterii va fi definită mereu în fiecare etapă.
Dimensiunea eșantionului este stabilită dinainte.	Dimensiunea eșantionării nu este definită dinainte.
Permite precizarea erorii de eșantionare prin calcul statistic, deci, este posibil să se realizeze generalizări la ansamblul populației, plecând de la eșantion.	Nu permite precizarea erorii de eșantionare prin calcul statistic, astfel încât generalizările extrase rămân ipotetice.
Avantaje: Calitate, precizie și reprezentativitate.	Avantaje: Facilitate, rapiditate și economie.
Inconveniente: Tehnici greoaie, scumpe și dificil de pus în practică.	Inconveniente: Calitate inegală și nesigură a datelor.

Proiectul de cercetare propus se bazează pe o metodologie de factură calitativă și cantitativă, prin urmare, utilizează ambele tipuri de eșantioane descrise în tabelul anterior. D. Sandu (1992) stabilește mai multe tipuri de eșantionare statistică, prezentate în următorul tabel:

Tabel 4.2. - Tipuri de eșantionare statistică (Sandu, 1992, apud Marinescu, 2005, pp. 41-42).

Tip de eșantionare	Caracteristici
Eșantionarea simplă aleatoare și cvasi-aleatoare	Selecție simplă aleatoare: alege din totalul unităților numărul prestabilit, folosind un procedeu de tip „loterie”. Fiecare unitate de eșantionare are în acest fel o șansă egală de a fi inclusă în eșantion.
Eșantionarea stratificată	Elementele populației de bază sunt clasificate în funcție de criterii care se consideră a fi semnificative pentru problematica- obiect de cercetare în cadrul anchetei. Eșantionul este construit respectând configurația distribuției din populație.
Eșantionarea pe cote	La nivelul întregului univers de selecție se realizează o stratificare în funcție de obiectivele cercetării și informațiile disponibile. Alegerea finală a unităților de anchetă nu se mai face în baza unei proceduri standardizate de selecție aleatorie, ci este lăsată la latitudinea anchetatorului. Acesta trebuie să respecte doar cotele sau proporțiile care i-au fost prestabilite în baza stratificării pe totalul populației de bază.
Eșantionarea de tip <i>cluster</i>	Selectarea prealabilă a unei grupări de unități (localități, cartier etc.) în cadrul cărora se aleg ulterior unitățile ultime pentru investigație.

Având în vedere că lucrarea *Mișcări sociale și televiziune în Europa postcomunistă. Cazul României și Bulgariei* analizează rolul televiziunii în remodelarea practicilor democratice, în susținerea mișcărilor sociale și în susținerea regimului democratic în Europa postcomunistă (România și Bulgaria), scopul principal fiind nu doar revigorarea acestei instituții media, ci și găsirea unor soluții pentru un dialog mai bun între guvernanți, televiziune și cei guvernați și identificarea unor noi practici jurnalistice care să sporească participarea politică a cetățenilor, am ales eșantionarea stratificată, în cazul interviurilor, întrucât am clasificat respondenții în funcție de criterii semnificative pentru problematica studiată, (și anume, foști directori ai Televiziunii Române, jurnaliști și directori de programe ai Televiziunii Bulgare și cercetători ai fenomenului media din România, Bulgaria și Franța) și eșantionarea aleatoare și cvasi-aleatoare în cazul chestionarului.

4.3. Instrumente de lucru

Ghidul de interviu

Chelcea (2004, p. 150) definește interviul de cercetare ca “o tehnică de obținere, prin întrebări și răspunsuri, a informațiilor verbale de la indivizi și grupuri umane în vederea verificării ipotezelor sau pentru descrierea științifică a fenomenelor socioumane.”

Roger Daval et al. (1967, p. 121) stabilesc caracteristicile interviului după cum urmează:

- orice interviu presupune întrevvedere, dar asta nu înseamnă că orice întrevvedere este un interviu. De multe ori oamenii se întâlnesc și schimbă informații de plăcere, interviul presupune o întrevvedere cu scopul obținerii unor informații despre o temă de cercetare.
- orice interviu implică o conversație, dar nu orice conversație constituie un interviu, ci doar acele conversații în care există un conducător al discuției, iar informația este direcționată într-un sens precis.
- interviul nu este doar un simplu dialog și nu trebuie confundat cu interogatoriul, pentru că interviul nu implică obligația de a răspunde, ci presupune libertatea de expresie, opțiunea oamenilor de a-și face cunoscută opinia (apud Chelcea, 2004, p. 150).

În ceea ce privește tipurile de interviu, de-a lungul timpului, numeroși autori au propus criterii de clasificare diferită și tipologii diferite. Având în vedere ca proiectul de cercetare propus se înscrie în sfera studiilor media și comunicării, vom prezenta pe scurt caracteristicile tipurilor de interviu utilizate în studiul comunicării (vezi Tabel 4.3)

Tabelul 4.3 - Caracteristicile tipurilor de interviu utilizate în studiul comunicării (Marinescu, 2009, p. 84)

1. Interviuurile informale	2. Interviuurile nestructurate	3. Interviuurile semi-structurate	4. Interviuurile structurate
Controlul situației de interviu este minim. Gradul de libertate al răspunsului este foarte mare pentru cercetător și pentru persoana care este interviuată. Interviuurile nu sunt organizate sau centrate pe obținerea de informații legate de o anumită problemă. În esență lor, seamănă cu un dialog obișnuit. Singura restricție este tema – acest tip de interviu urmărind obținerea de informații despre fapte cunoscute nemijlocit de	Controlul situației de interviu este mai ridicat. Cercetătorul este concentrat asupra obținerii de informații referitoare la o problemă dar exercită un control redus asupra răspunsurilor persoanelor interviuate. Pentru a obține informațiile relevante pentru tema de cercetare se realizează o „listă de întrebări deschisă” formulate astfel încât interviuatul are o mare libertate în oferirea de informații.	Controlul situației de interviu este mediu. Cercetătorul este interesat de aprofundarea unui domeniu dat sau de a identifica etapele din evoluția unui domeniu deja cunoscut, prin intermediul unei „liste de întrebări”. În cadrul acestei „liste” temele mari ale interviului sunt definite dinainte dar ordinea în care ele pot fi abordate este liberă și categoriile din interiorul acestor teme funcționează în mod liber. Ceea ce contează în acest caz este nivelul mult mai ridicat de structurare a secvențelor de răspuns la întrebări.	Controlul situației de interviu este ridicat. Cercetătorul dorește să obțină informații despre probleme clar delimitate, extrem de bine delimitate. Pentru aceasta el structurează temele, ordinea și progresul întrebărilor și diferitele categorii de răspunsuri, variantele de răspuns în cadrul unei „grile de interviu” – aceasta având o formă destul de asemănătoare cu cea a chestionarului precodificat. „Grila de interviu” trebuie aplicată extrem de strict subiecților incluși în studiu, fiecare întrebare având mai multe variante de răspuns, din care cel

persoana interviuată.		Rolul cercetătorului de această dată este de a propune teme specifice de discuție, care nu sunt abordate liber, spontan, ci dirijat.	intervievat o alege pe cea care îi convine.
-----------------------	--	--	---

Interviul realizat pentru prezentul proiect de cercetare face parte din categoria interviurilor semi-structurate, ordinea abordării întrebărilor a fost liberă, dar temele de discuție au fost dirijate cu atenție de cercetător pentru a corespunde obiectivelor de cercetare propuse. De asemenea, conform tipologiei lui Chelcea (2004), interviul realizat se încadrează în categoria interviurilor cu elite, înțelegând prin elite categoria social formată din indivizii cu cea mai mare reputație din ramura lor de activitate (marii savanți, artiști, sportive, oameni politici, reprezentanți de vârf ai armatei și ai cercurilor economice (Chelcea, 2004, p. 164).

Instrumentul de lucru folosit pentru realizarea proiectului de cercetare este ghidul de interviu (Anexa 1) definit ca „un instrument de investigație, care utilizează un proces de comunicare verbală, pentru a aduna informații, în relație cu un scop fixat” (Massé, 1992, p. 107). Ghidul de interviu a fost realizat pentru a conține cele trei tipuri de întrebări stabilite de B. Crabtree, W. L. Miller (1992, p. 71), după cum urmează:

1. Întrebări descriptive, care vizează prezentarea de către subiect a unor aspecte și evenimente legate de tema de cercetare. Aceste întrebări sunt: (a). Întrebări de deschidere a conversației; (b). Întrebări „mini-tur”; (c). Întrebări pur descriptive.

2. Întrebări structurate, care se referă la identificarea de către subiect a unor aspecte esențiale din cadrul temei de cercetare și a relațiilor existente între ele. Întrebările de acest tip sunt: (a). Întrebări specifice subiectului analizat; (b). Întrebări de verificare; (c). Întrebări care adâncesc cunoașterea termenilor și a relațiilor; (d). Întrebări de verificare a termenilor și a înțelesului lor pentru subiect; (e). Întrebări de relaționare inter-grupală.

3. Întrebări de contrast, care accentuează unele aspecte contradictorii legate de tema de cercetare și de proiecția lor în plan pur subiectiv (personal): (a). Întrebări care folosesc termeni din vocabularul subiectului; (b). Întrebări proporționale.

Chestionarul

Chelcea (2001, p. 177) descrie chestionarul ca fiind „un instrument de investigație constând dintr-un ansamblu de întrebări scrise și, eventual, imagini grafice care, prin administrarea de către operatorii de anchetă sau prin autoadministrare, determină din partea persoanelor anchetate răspunsuri care urmează a fi înregistrate în scris”. În cazul anchetei pe bază de chestionar forma finală a chestionarului este dependentă de:

1. Scopul anchetei;
2. Modalitatea de administrare a chestionarului;
3. Durata de aplicare a anchetei;
4. Realizarea unui proiect de cercetare unitar (Marinescu, 2009, p. 70).

De-a lungul timpului tehnica chestionarului a fost perfecționată în mod continuu, fiind considerată astăzi una dintre metodele de bază pentru investigarea fenomenelor sociale. Dezvoltarea internetului și a noilor tehnici de comunicare a contribuit la includerea și utilizarea mediului online în cercetare. Această oportunitate este justificată atât prin creșterea volumului de date disponibile în mediul online, cât și prin creșterea numărului de indivizi care au acces la aceste informații. Cercetarea realizată în mediul online prezintă avantaje evidente față de cercetarea de tip tradițional, și anume:

- cercetătorii au posibilitatea să contacteze segmente de populație aflate la mari distanțe, internetul oferind astfel posibilitatea realizării unor cercetări care adesea depășesc granițele naționale;
- prin intermediul internetului cercetătorii pot contacta persoane care altfel ar fi imposibil de contactat din diverse motive, cum ar fi starea de sănătate (persoane imobilizate) sau izolarea socială în zone de conflict, etc.;
- costurile cercetării online sunt foarte reduse, eliminând astfel deplasările;
- timpul realizării cercetării este semnificativ redus.

Cu toate acestea folosirea chestionarului online este încă destul de redusă în parte datorită competențelor tehnice reduse ale cercetătorilor. În cazul proiectului de cercetare ales, chestionarul

online este considerat cea mai potrivită metodă pentru scopul cercetării. Chestionarul a permis nu doar aflarea motivelor pentru care românii și bulgarii aleg sau nu să urmărească programele televiziunii publice, ci și identificarea unor soluții pentru viitorul televiziunii publice în aceste două țări.

Ca orice altă metodă de cercetare, utilizarea metodei chestionarului online prezintă avantaje și dezavantaje. Dintre avantajele chestionarelor online putem enumera:

- viteza rapidă de colectare a datelor și volumul uriaș de stocare a datelor. Prin utilizarea chestionarelor online cercetătorii au posibilitatea de a colecta în timp rapid, volume mari de date, care pot fi analizate direct și continuu. De asemenea, pe parcursul desfășurării chestionarelor online cercetătorii au posibilitatea de a actualiza cu ușurință chestionarul, de a corecta, adăuga sau șterge întrebări, etc.
- realizarea chestionarelor online presupune costuri minime față de pregătirea chestionarelor pe hârtie și deplasarea la posibili respondenți. Singurele costuri suportate de cercetători și respondenți în cazul chestionarelor online sunt cele care privesc accesul la Internet. De cele mai multe ori chestionarele online sunt realizate gratuit pe site-uri specializate, cum ar fi www.kwiksurveys.com, sau freeonlinesurveys.com site ales pentru realizarea chestionarului pentru lucrarea de față. Pe lângă găzduirea chestionarului, aceste tipuri de site-uri oferă și o interpretare a datelor, stocarea respondenților, vizualizarea zonelor de redizență a respondenților și download-area rezultatelor obținute în format pdf sau word.
- chestionarele online permit atât răspunsuri fixe, cât și deschise. Designul chestionarelor online este flexibil față de alte tipuri de chestionare, ele putând fi construite în așa fel încât să atragă respondenții și să încurajeze rata răspunsurilor prin adăugare de fotografii, citate sau logo-uri.
- claritatea datelor obținute. Răspunsurile obținute în urma aplicării unui chestionar online pot fi direct introduse de cercetători în cadrul foilor de calcul. Chestionarele online sunt deosebit de utile în ceea ce privește selectarea populației. De multe ori chestionarul împiedică sau stopează respondenții care nu fac parte din grupul țintă și elimină răspunsurile care nu folosesc cercetării propuse. Astfel, procesarea datelor este ușurată fiind adesea automată, realizată de site-urile specializate care găzduiesc chestionarul.
- chestionarele online permit respondenților să rămână anonimi, respondenții pot astfel să fie mai puțin intimidați de întrebări pentru că prezența fizică a cercetătorului este eliminată. Acest avantaj poate uneori fi un dezavantaj pentru că datorită anonimității unii respondenți nu iau în serios chestionarul oferind răspunsuri doar pentru propriul amuzament.
- chestionarele online sunt proiectate pentru a fi completate cât mai ușor și rapid, diminuând timpul de răspuns, ceea ce face ca numărul de respondenți să fie adesea mai mare.

Cu toate că prezintă numeroase avantaje pentru cercetare prin ușurarea colectării datelor, a contactării respondenților, sau analizării rezultatelor, chestionarele online prezintă totuși câteva dezavantaje, după cum urmează:

- având în vedere că nu toate persoanele au acces nelimitat la internet chestionarele online presupun adesea inegalități economice sau culturale în alegerea participanților. O altă problemă este identificarea respondenților. De cele mai multe ori această identificare se face în funcție de IP și există riscul ca un singur respondent să utilizeze mai multe calculatoare sau să aibă adrese IP variabile;
- uneori, în cazul chestionarelor online se observă o tendință de superficialitate a respondenților, o tendință crescută de non-răspunsuri;
- chestionarele online pot fi ușor ignorate sau șterse, mai ales atunci când sunt prea lungi sau implică eforturi de formulare a răspunsurilor;
- la toate acestea se pot adăuga diferite probleme tehnice ale site-urilor platformă care găzduiesc chestionarul sau ale conexiunii la Internet a respondenților.

Chestionarele online sunt de mai multe tipuri, cele mai frecvent utilizate fiind chestionarele bazate pe web, chestionarele prin e-mail sau chestionarele trimise ca atașamente la un e-mail. Chestionarele bazate pe web sunt cele proiectate ca pagini web, de obicei găzduite de un site. Acestea sunt distribuite sub forma unui link pe care respondenții îl pot accesa rapid, timpul de distribuire și de colectare a datelor fiind semnificativ redus. Acest tip de chestionar permite utilizarea tuturor tipurilor de întrebări: cu răspunsuri închise, deschise, răspunsuri multiple, răspunsuri la alegere etc. Potențialul chestionarelor online pe web este uriaș, gradul de sinceritate al respondenților este mult mai mare datorită nivelului de anonimitate implicat, dar uneori respondenții refuză completarea chestionarului, dacă nu sunt furnizate mai multe date despre cercetarea din care face parte chestionarul respectiv.

Chestionarele prin e-mail sunt acele chestionare incluse în corpul unui mesaj trimis prin e-mail sau acele chestionare în format word sau pdf care sunt atașate unui e-mail. Spre deosebire de chestionarele bazate pe web aceste chestionare prezintă dezavantajul că de foarte multe ori respondenții nu știu cum să completeze chestionarul și de aceea este indicat ca aceștia să fie instruiți înainte.

Pentru lucrarea *Mișcări sociale și televiziune în Europa postcomunistă. Cazul României și Bulgariei* am ales aplicarea unui chestionar online bazat pe web (Anexa 2). Eșantionul pe care am aplicat chestionarul a avut un volum de 600 de participanți (300 români și 300 bulgari), cu mediul de rezidență atât urban, cât și rural, din care au răspuns 470 cu vârste cuprinse între 18 și 50 de ani, dar doar 444 răspunsuri sunt considerate relevante pentru cercetarea propusă (227 români, 217 bulgari) deoarece, așa cum susține Denscombe (2003), înainte de analizarea și interpretarea rezultatelor chestionarului, trebuie să avem în vedere: furnizarea de informații complete; cererea și receptarea de informații clare; obținerea unei rate decente de răspuns și respectarea principiilor etice. Abia după ce toate aceste aspecte au fost evaluate, rezultatele chestionarului online pot fi analizate și pot fi considerate relevante pentru cercetarea propusă. Chestionarul a fost distribuit atât indivizilor născuți înainte de 1989, cât și indivizilor născuți după 1989, sau cu câțiva ani înainte, tineri care au crescut cu calculatorul în casă și care nu-și pot aminti un singur moment din viața lor fără internet. Dintre cei 444 respondenți, cei mai mulți au vârste cuprinse între 21-25 de ani (96 de respondenți), 26-30 de ani (114 de respondenți) și 31-40 de ani (82 de respondenți). Această selecție automată a participanților poate avea ca explicație diviziunea digitală, concept care „surprinde inegalitățile privind accesibilitatea noilor tehnologii informaționale atât la nivel individual, cât și la nivel macrosocial, între țări și regiuni” (Tufă, 2010, p. 71).

Chestionarul propus utilizează tehnica pâlniei (funnelling) care presupune trecerea de la general la particular. Astfel subiecții răspund mai întâi la întrebări generale despre televiziune și orele petrecute în fața televizorului și apoi întâlnesc întrebări particulare despre televiziunea publică.

Structura chestionarului este următoarea:

1. Întrebări de clasificare (identificare). Vârsta, ocupație, etc.
2. Întrebări de trecere spre problema esențială.
3. Întrebări filtru care controlează calitatea răspunsurilor oferite. Întrebările „de ce?” sau „din ce motiv?” sunt folosite pentru a stimula persoanele implicate să ofere explicații în raport cu opiniile exprimate
4. Întrebări de control, care asigură faptul că subiecții au înțeles sensul întrebărilor.

CAPITOLUL V

DISCUȚII PE BAZA REZULTATELOR

Acest capitol își propune prezentarea și interpretarea datelor obținute în urma aplicării metodelor de cercetare alese pentru îndeplinirea obiectivelor lucrării de față. Astfel, capitolul începe cu interpretarea datelor obținute în urma interviurilor realizate în România, Bulgaria și Franța și se finalizează cu interpretarea rezultatelor obținute în urma aplicării chestionarului online.

5. 1. Ancheta pe bază de interviu. Interpretarea datelor

Interviurile realizate au urmărit realizarea obiectivelor unu, doi și parțial trei ale lucrării, și anume:

- analizarea rolului televiziunii publice în Revoluția din 1989;
- stabilirea rolului real al televiziunilor străine în declanșarea evenimentelor din 1989 și identificarea reprezentărilor pe care jurnaliștii români le au despre Revoluția Română
- analizarea parcursului Televiziunii Române după 1989 și identificarea problemelor actuale ale televiziunii publice din România și Bulgaria.

În total au fost realizate nouă interviuri (Anexa 3): trei în România, patru în Bulgaria și unul în Franța. Culegerea datelor s-a realizat în perioada aprilie-iulie 2015, după cum urmează:

- aprilie 2015: **Boyco Stankushev** (Bulgaria)– jurnalist, realizator tv, fost Director de programe la Televiziunea Publică Bulgară; **Nikoleta Daskalova** (Bulgaria), expert media, Fondation Media Democracy; Dr. **Valentina Gueorguieva** (Bulgaria), lector la Universitatea din Sofia și activist cunoscut; Dr. **Dobrinka Peicheva** (Bulgaria), conferențiar, Universitatea Neofit Rilski, Blagoevgrad.
- mai 2015: Prof. Univ. Dr. **Francois Jost** (Franța) – expert audiovizual și profesor universitar la Universite Sorbonne Nouvelle Paris 3, directorul Laboratoire Communication Information Médias, Responsable du Centre d'Etudes sur les Images et les Sons Médiatiques (CEISME), și director al Revistei Télévision (CNRS éditions);

- iunie- iulie 2015: **Răzvan Theodorescu** (România) - academician, fost director al Televiziunii Române (1990-1992), fost Ministru al Culturii (2000-2004); **George Radu Serafim** (România) - realizator tv la Televiziunea Română; **Paul Șoloc** (România) - jurnalist, fost prezentator al jurnalului de știri înainte de 1989, coordonator al emisiunilor electorale ale TVR și fost șef al Departamentului de Știri după 1989.

Rezultatele interviurilor realizate în perioada aprilie- iulie 2015 în România, Bulgaria și Franța, pot fi structurate în jurul următoarelor axe principale:

- **Rolul televiziunii publice în evenimentele din 1989** este considerat în unanimitate unul foarte important. Fiind singura televiziune din România și, respectiv, Bulgaria, televiziunea publică a captat atenția tuturor cetățenilor celor două țări care așteptau cu nerăbdare să afle ce va urma. rolul televiziunii în trezirea la realitate a maselor și în construirea identității naționale. Asta a marcat comportamentul de consumatori de informație al oamenilor în perioada următoare, mulți având și astăzi așteptări foarte mari de la televiziune, obișnuiți fiind să aștepte răspunsuri de la televizor. Se remarcă așadar un consens în declarații în ceea ce privește rolul televiziunii publice în evenimentele din 1989:

“Televiziunea Română a fost factorul hotărâtor și catalizator în evenimente. Grație televiziunii publice populația României a aflat de căderea lui Ceaușescu, de principalele înfruntări din București, de ecoul imediat al acestora pe plan internațional. Mai mult decât atât, transmiterea evenimentelor a fost o premieră mondială precedând cu puțin alte două “transmisiuni mondiale”, anume Războiul din Golf și Puciul de la Moscova” (Theodorescu, 2015).

“Revoluția Română, dincolo de ceea ce s-a întâmplat în stradă a fost la televizor” (Serafim, 2015).

“A avut un rol important pentru că și-a îndeplinit rolul informativ al unei televiziuni publice” (Șoloc, 2015).

„Toată lumea stătea lipită de televizor în acele zile și toți se întrebau ce va urma. A urmat însă o perioadă de confuzie totală, perioadă în care televiziunea era considerată principala sursă de informație imediată” (Gueorguieva, 2015)

„Televiziunea publică a fost singura sursă de informație în acele zile. Toți discutam ceea ce vedeam la televizor. După foarte mulți ani, televiziunea își recâștiga publicul pierdut și locul în rândul mijloacelor de comunicare în masă. De altfel, rezultatele unui studiu pe care l-am realizat în 2001 arată că mulți și-au schimbat părerea despre perioada comunistă datorită televiziunii” (Peicheva, 2015).

“Mulți n-au crezut în schimbare. Televiziunea publică, prin puterea imaginii, a fost cea care le-a arătat oamenilor realitatea, i-a făcut să creadă că ceea ce auziseră de la radio sau de la prieteni chiar se întâmpla. Câteva luni, televiziunea publică nu a avut deloc o listă de programe pentru că în fiecare zi se întâmpla ceva nou, era imposibil să planifici ceva în acele zile. Mai mult, nu exista un format anume. Se transmiteau evenimentele pe măsură ce se petreceau (Stankushev, 2015).

- Consens în declarații în ceea ce privește tranziția pașnică de la comunism la democrație în Bulgaria:

„În Bulgaria televiziunea nu prea a avut ce să transmită live. A transmis doar jocurile partidelor politice și masele de oameni ieșiți în stradă pentru un protest pașnic. Revoluția în Bulgaria a fost liniștită” (Gueorguieva, 2015).

„N-aș numi-o revoluție, pentru că în comparație cu România nu a fost revoluție. Noi o numim tranziție sau schimbare” (Daskalova, 2015).

„Revoluția bulgară a fost liniștită, fără vărsare de sânge, fără prea mulți oameni în stradă” (Stankushev, 2015).

- Consens în declarații în ceea ce privește rolul puțin important al televiziunilor străine în declanșarea Revoluției Române:

“Televiziunea maghiară și bulgară au fost importante pentru români prin transmiterea unor programe mai “Europene”. Nu se poate spune însă că acestea au avut un rol în declanșarea evenimentelor din 1989. Televiziunea iugoslavă a fost cu mult mai importantă din acest punct de

vedere. A existat însă un episod care a fost prezentat de toate cele trei televiziuni, este vorba despre mutarea din Timișoara a lui Lazbo Tokesi. Nu se poate spune însă, după părerea mea, că aceste televiziuni au avut un rol direct. Rolul cel mai important, paradoxal, nu l-au jucat televiziunile care nu au avut cum să prezinte imagini dramatice de la Timișoara, ci radiourile. Se poate vorbi de o difuzare a informațiilor radio în chip concentric, de la radiourile și agențiile iugoslave și maghiare, către Europa liberă și BBC. Acestea au transmis înregistrări cu împușcăturile și strigătele de la Timișoara. Și tot acestea au catalizat atenția publicului românesc spre Timișoara. Așadar, televiziunile străine au menținut un anumit climat, dar radiourile au fost cele care au transmis mai pregnant drama de la Timișoara. Adaug că tot televiziunile din Iugoslavia și Ungaria sunt cele care au transmis imaginile din cimitirul de la Timișoara cu interpretările eronate ale unor masacre barbare (este vorba de femeia care avea pe piept fătul care îi fusese omorât). S-a limpezit faptul că acele imagini nu țineau de un eveniment legat de Revoluția din 1989; se pare că este vorba de niște imagini ale înhumărilor din cimitirul săracilor din Timișoara. De asemenea, este adevărat că locuitorii Timișoarei poate și cei din alte orașe din Transilvania au avut acces încă din noiembrie la imagini legate de caderea zidului Berlinului prin televiziunea iugoslavă” (Theodorescu, 2015).

„influența altor televiziuni în declanșarea evenimentelor din decembrie 1989 este minoră din două motive: 1. televiziunile străine doar zonele de graniță, nu întreaga țară pentru că posturile de televiziune străine puteau fi recepționate doar în apropierea granițelor și 2. publicul nu urmărea programele informative ale televiziunilor străine, ci programele de divertisment, filme, sau desene animate. Pentru informare publicul avea alte surse, cum ar fi: Europa Liberă sau Vocea Americii” (Serafim, 2015).

- Consens în declarații în ceea ce privește transmisiunea în direct a evenimentelor din 1989 din România:

“Evident a fost o transmisiune în direct și ideea montajului este absurdă iar uneori tendențioasă. Mă refer aici la ceea ce s-a transmis din studioul 4, ceea ce a fost în stradă a fost filmat de oamenii televiziunii și ulterior transmisiunile live au fost combinate cu reportajele din stradă și numai din acest punct de vedere se poate vorbi de un montaj. Montaj care a fost transmis în emisiunile ulterioare” (Theodorescu, 2015).

“Totul a fost live” (Șoloc, 2015).

“Într-un fel a fost o revoluție în direct, în studioul 4. Ceea ce s-a întâmplat în stradă nici nu putea fi transmis live pentru că în acele vremuri era nevoie de o pregătire de 4-5 ore pentru o transmisiune în direct, iar evenimentele au fost spontane, în fiecare zi se întâmpla ceva, nimic nu era programat astfel încât să se poată realiza o transmisiune live organizată” (Serafim, 2015).

- Răspunsul la declarațiile jurnaliștilor francezi care consideră transmisiunea în direct a procesului lui Ceaușescu ca fiind un exemplu de mascare a unui proces stalinist:

“Procesul a fost transmis în două etape: cea din 25 decembrie, în care, din motive de Securitate, au fost eliminate figurile participanților și, cea de a doua din 22 aprilie 1990, care a fost transmisă înainte de începutul campaniei electorale și în care pentru prima dată au fost văzuți participanții. În legătură cu aceasta în presa occidentală și mai ales în cea franceză a existat idea cel puțin bizară că Ceaușescu a fost executat de fapt în altă parte și că totul a fost un montaj. Discuțiile pe care le-am avut cu doi dintre participanții la proces, Gelu Voican Voiculescu și colonelul Baiu, singurul care a filmat, m-au lămurit asupra unor aspecte neclare. De fapt, singurul aspect neclar pentru mine era acela că între ieșirea condamnaților din încăpere și moartea lor nu a existat nicio fază intermediară (de pildă, punerea lor la zid). Explicația pe care mi-a dat-o colonelul Baiu este foarte simplă. Cei trei soldați care au format plutonul de execuție au ieșit cu condamnații înainte ca operatorii să poată ieși și ei pe coridor, iar execuția s-a făcut într-un mod extrem de spontan, începându-se tragerea fără ordin” (Theodorescu, 2015).

“Televiziunea a transmis o casetă înregistrată și montată de armată, care a filmat și editat imaginile” (Șoloc, 2015).

„Procesul a fost filmat de armată și transmis de televiziunea publică. Bineînțeles că, având în vedere condițiile în care a fost filmat, înregistrarea prezintă unele probleme tehnice” (Serafim, 2015).

- **Problema regalității în România și Bulgaria după 1989:**

“În 1992, eu având sentimente republican, am oglindit totuși venirea regelui în țară, FSN m-a acuzat ca sunt regalist, restul m-au acuzat că sunt FSN-ist” (Theodorescu, 2015).

„Bulgarii au fost foarte entuziaști, și-au primit regele cu brațele deschise în 1996 când a fost prima vizită a regelui în Bulgaria. În ceea ce privește acoperirea evenimentului, lucrurile se schimbaseră, în 1996 era deja o lege a presei electronice în Bulgaria, așa că televiziunea publică a transmis evenimentul obișnuit, ca pe orice alt eveniment, nefiind permis prin lege să acorde mai mult spațiu unui eveniment în defavoarea altora” (Stankushev, 2015).

„Televiziunea publică nu a sprijinit ideea regalității. Chiar îmi amintesc că regalitatea nu s-a aflat aproape deloc în agenda publică a televiziunii publice, în ciuda prezentării sumare a vizitei regelui în 1996” (Peicheva, 2015).

„Televiziunea publică este cu siguranță republicană. Chiar și după câștigarea alegerilor și în cei patru ani de mandat regele a fost tratat de televiziunea publică cu o oarecare răceală, a fost tratat ca oricare alt prim-ministru” (Gueorguieva, 2015).

- **Televiziunea publică este o televiziune controlată politic în țările fost comuniste:**

“Orice televiziune publică este controlată politic, mai subtil sau mai direct. În momentul în care primește bani de la guvern ea nu poate să contrazică guvernul, poate eventual să evite anumite lucruri” (Theodorescu, 2015).

“Există o anumită influență politică inerentă legat de legislația în vigoare” (Șoloc, 2015).

„Televiziunea publică este controlată politic, însă nu mereu, doar atunci când puterea se simte amenințată. De exemplu, nu există presiune dacă nu există proteste. Conform legii, televiziunea publică este dependentă de guvern” (Stankushev, 2015).

- **Televiziunea publică este controlată politic în ceea ce privește transmiterea mișcărilor sociale prin excluderea voită din program a unor evenimente importante pentru populație, fenomen care se manifestă atât în România, cât și în Bulgaria:**

“Televiziunea publică neavând o rată de audiență foarte mare nu poate influența. Protestele care au fost în România în 2012 au fost transmise amplu de televiziunile de știri particulare. Nu am văzut, dar mi s-a spus că povestea cu Raed Aferat nici nu a fost transmisă la TVR” (Theodorescu, 2015).

“Pentru Bulgaria 2013 a fost turning point. Mișcările sociale nu au fost deloc acoperite de televiziunea publică înainte de 2012, sau dacă erau acoperite erau încadrate ca fiind violente, protestatarii fiind mereu prezentați drept huligani. Primul protest care s-a bucurat de atenția televiziunii publice a fost protestul pentru protecția mediului din 2012, dar, din nou, a fost prezentat ca fiind violent. Televiziunea publică s-a axat pe unele incidente minore produse în timpul protestelor și nu pe cauza și obiectivele protestelor. Mai mult, televiziunea publică a difuzat imagini de la protest abia în a treia zi ca și cum primele zile de protest nici nu ar fi existat. În timpul protestelor din 2013, televiziunea publică a acoperit evenimentele fără a da însă nicio interpretare acestora, în afară bineînțeles de nelipsitul slogan un grup de huligani care au invadat străzile și au blocat traficul. Excepția este protestul din noiembrie 2013, ocuparea Sofiei de către studenți. Acesta a fost singurul protest excesiv mediatizat de televiziunea publică” (Gueorguieva, 2015).

La aceste opinii se adaugă și părerile oamenilor care au răspuns la chestionarul realizat pentru lucrarea de față, păreri care pot fi consultate în subcapitolul următor al lucrării.

- **Problemele actuale ale televiziunii publice: legislația după care funcționează, finanțarea, organizarea, calitatea emisiunilor:**

“Televiziunea publică trebuie să meargă spre educație, cultură și să aibă un sprijin material care să o dispenseze de publicitate, după modelul BBC și al televiziunilor scandinave. Știu însă că acest lucru e utopic într-o televiziune care are două “defecte”: reprezintă un public sărac și un public care nu e doritor de prea multă educație” (Theodorescu, 2015).

“Deprofesionalizarea și imensele datorii financiare, coroborate cu lipsa de interes și absența sprijinului autorităților publice” (Șoloc, 2015).

„Televiziunea publică este considerată televiziunea elitelor anti-comuniste și a oamenilor vârstnici. Sunt emisiuni care au rămas nechimbate timp de 25 de ani. Televiziunea publică este adesea criticată pentru că deși e finanțată de stat nu oferă nimic în schimb publicului. Emisiunile sunt învechite, personalul de asemenea, iar ca să fii angajat este practic imposibil dacă nu ești fiul cuiva sau soția cuiva” (Gueorguieva, 2015).

„Televiziunea publică nu învață din greșeli” (Serafim, 2015).

- Viitorul este sumbru pentru televiziunea publică:

“Televiziunea publică nu are viitor în România pentru că din punct de vedere politic publicul nostru este extrem de segregat. Nu există o comunitate națională, un public amator de o viziune cât de cât unitară. Publicul este împărțit politic, televiziunile particulare sunt împărțite politic. Televiziunea publică este televiziunea care corespunde nevoilor diferite ale publicului, ea nu trebuie să răspundă nevoilor politice, ci celor culturale și educative. Ar trebui să educe publicul. În România nu există însă public cultivat” (Theodorescu, 2015).

“Ar trebui să aibă, dar numai dacă urmează modelele editoriale ale televiziunilor europene din Germania, Franța și Marea Britanie” (Șoloc, 2015).

„Nu cred că există viitor. Chiar dacă se bucură de audiență, audiența este foarte îmbătrânită. Nu cred că vor schimba ceva. E pur și simplu o instituție eternă și atât” (Gueorguieva, 2015).

- **Cu toate acestea, respondenții au identificat câteva soluții pentru viitorul televiziunii publice din România:**

“Televiziunea publică va fi la coada televiziunilor. Convingerea mea este că în România o televiziune care să reprezinte întregul public nu e posibilă, publicul românesc e atât de fragmentat, de latin, de exuberant, de pasional, încât își caută refugiul pe diferite segmente în diferite forme de expresie audiovizuală” (Theodorescu, 2015).

“Dezvoltarea interactivității cu publicul, identificarea mai exactă a nevoilor publicului” (Șoloc, 2015).

5.2. Ancheta pe bază de chestionar. Interpretarea datelor

Chestionarul a urmărit să ofere un răspuns la următoarele întrebări: care este viitorul televiziunii publice în România și Bulgaria? De ce nu mai urmăresc românii programele televiziunii publice TVR? Ce soluții identifică oamenii pentru viitorul televiziunii publice? Chestionarul a vizat persoane cu vârsta între 18-60 de ani, cu mediul de rezidență urban și rural din România și Bulgaria. Eșantionul a cuprins 444 respondenți (227 români, 217 bulgari), dintre care: sex feminin – 129 respondenți (57 %), sex masculin – 98 respondenți (43 %), în România și sex feminin – 129 respondenți (59 %), sex masculin – 88 respondenți (41 %), în Bulgaria. Culegerea datelor a avut loc în perioada mai - septembrie 2015. Structura eșantionului în ceea ce privește vârsta, ocupația și mediul de rezidență al respondenților poate fi analizată în figura 5.1. Prezentarea rezultatelor obținute se va face comparativ pentru cele două țări analizate.

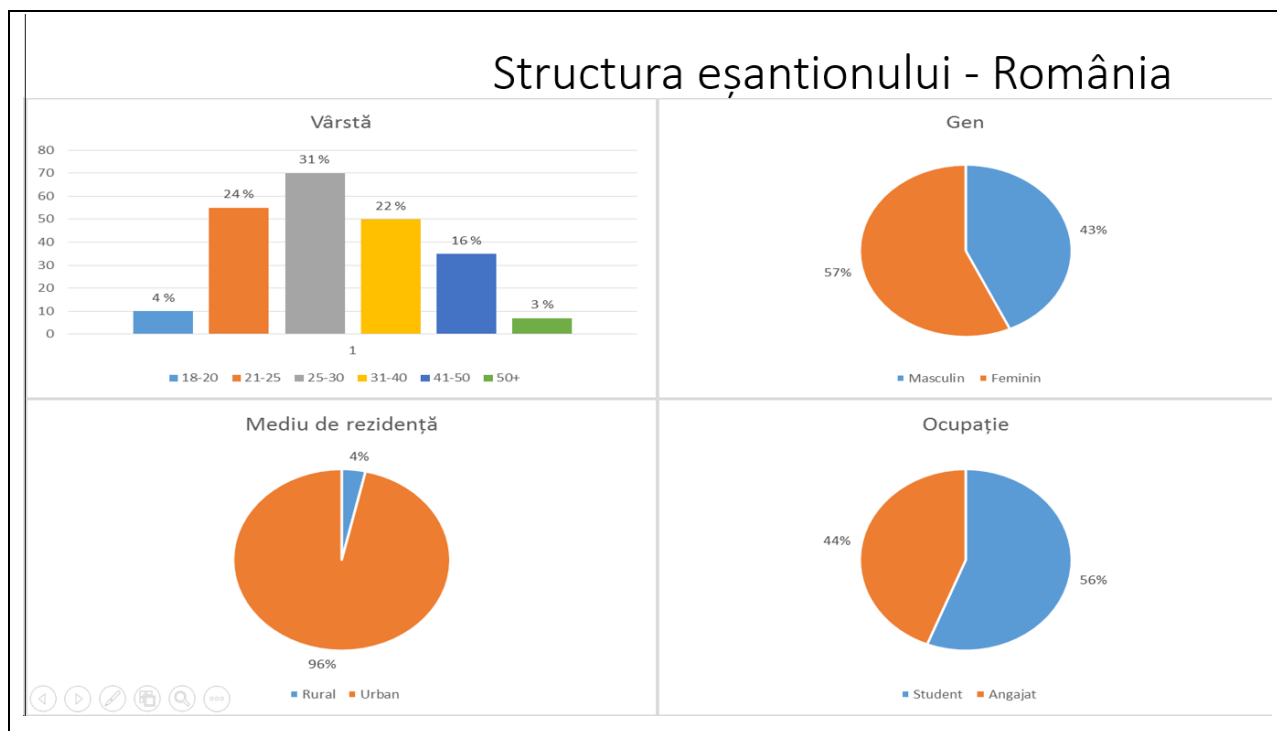


Figura 5.1 - Structură eșantion chestionar online România

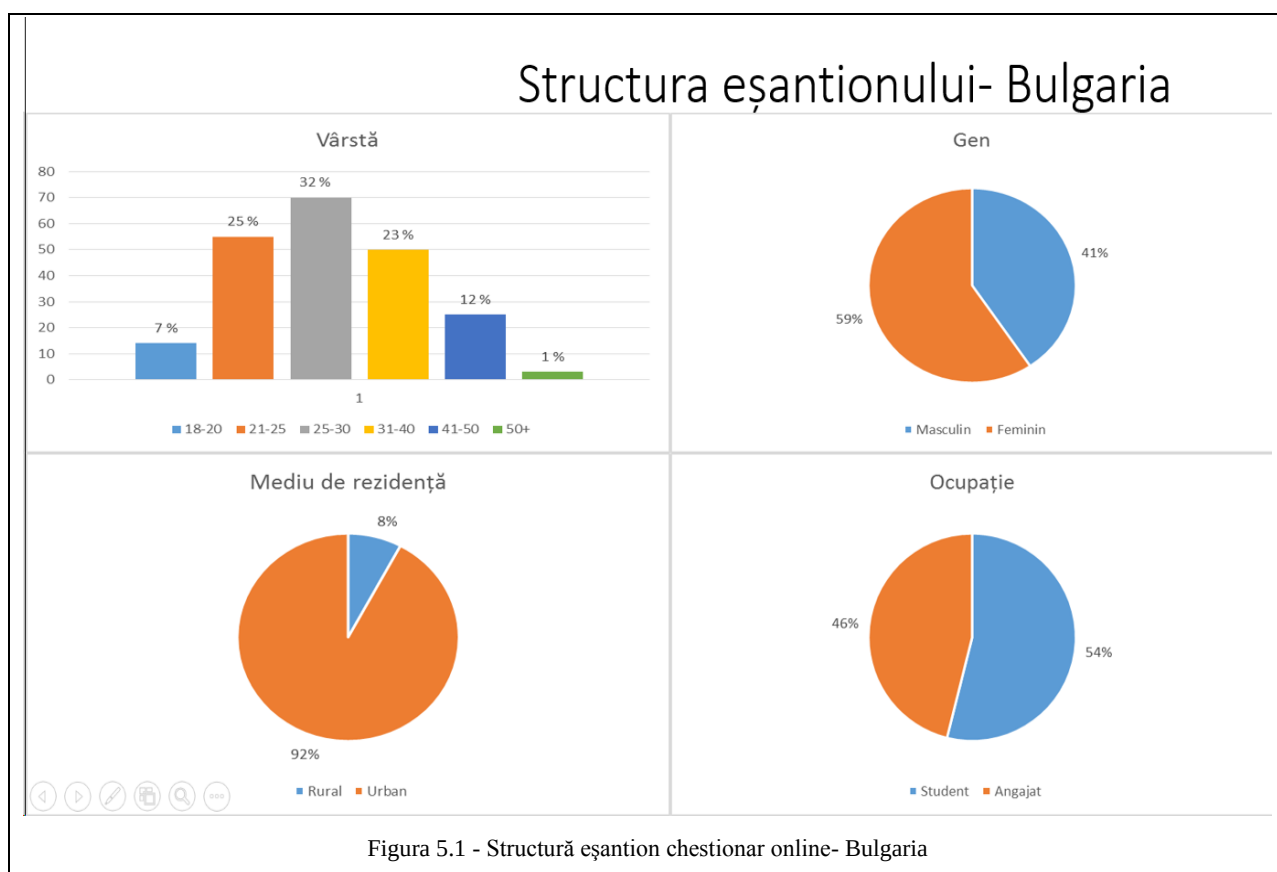


Figura 5.1 - Structură eșantion chestionar online- Bulgaria

Din rezultatele obținute în urma aplicării chestionarului rezultă că principala sursă de informații a respondenților români este internetul și televiziunea, în timp ce principala sursă de informații a respondenților bulgari este televiziunea și apoi internetul (Figura 5.2).

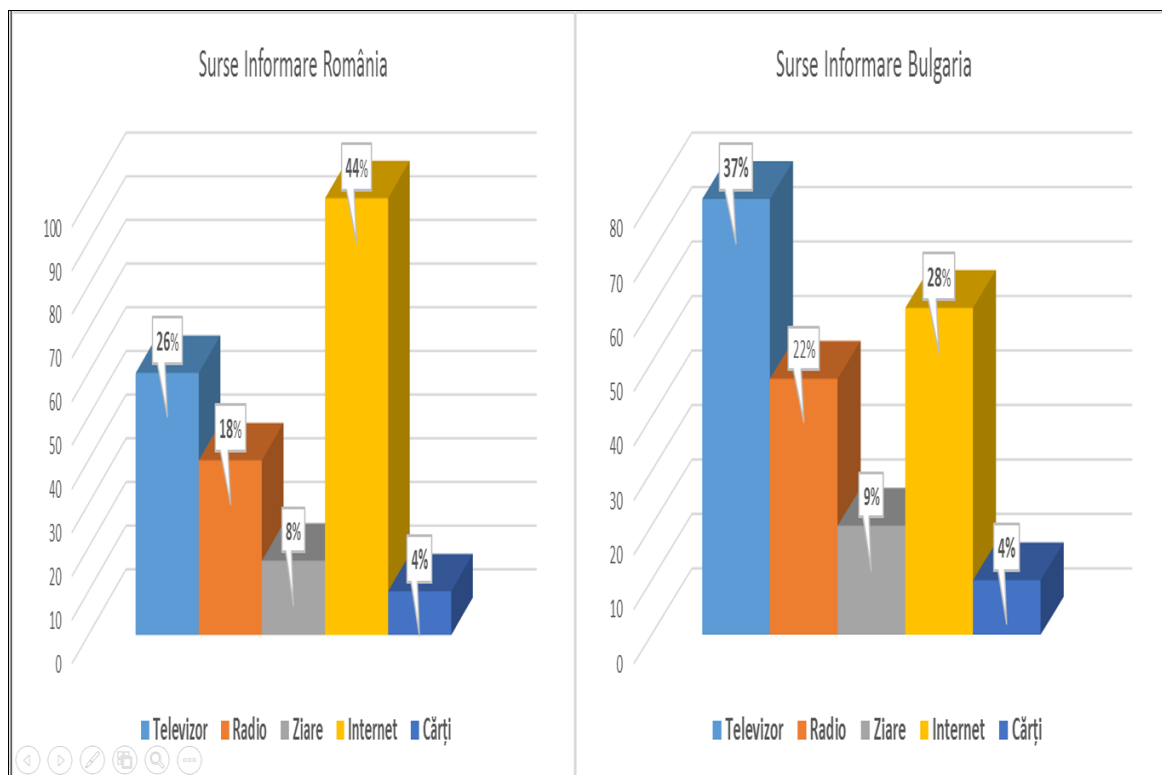


Figura 5.2- Surse de informare

Deși declară că folosesc mai multe internetul pentru a se informa, respondenții dețin mai mult de un televizor în casă. În România, majoritatea a declarat că deține două (46 %) sau trei (22 %) televizoare. În Bulgaria situația este puțin diferită, majoritatea respondenților declarând că deține unul (37 %) sau două (43 %) televizoare. Mai mult, așa cum se poate observa în Figura 5.3, numărul celor care dețin un televizor în fiecare cameră este mai mare în România (18 %) decât în Bulgaria (2 %).

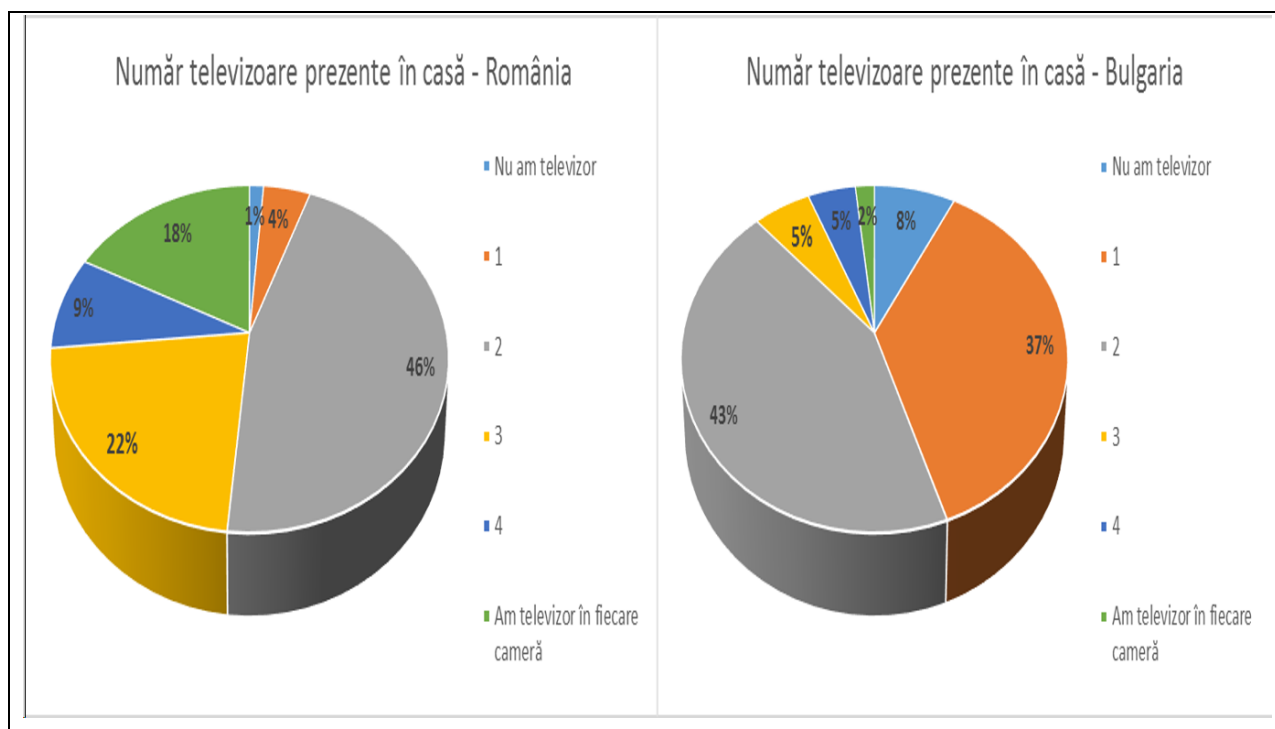


Figura 5.3- Număr televizoare per gospodărie

Cu toate că au mai multe televizoare în casă, respondenții români petrec mai puțin timp în fața televizorului pe săptămână, decât respondenții bulgari. Astfel, 40% petrec în jur de 0-10 ore pe săptămână, 20 % petrec 11-20 de ore pe săptămână și 16 % petrec 21-30 de ore pe săptămână vizionând programe tv, în comparație cu respondenții bulgari care petrec în jur de 11-20 de ore pe săptămână (30 %), 21- 30 de ore pe săptămână (24 %), iar 32% se uită la televizor în fiecare zi (Figura 5.4).

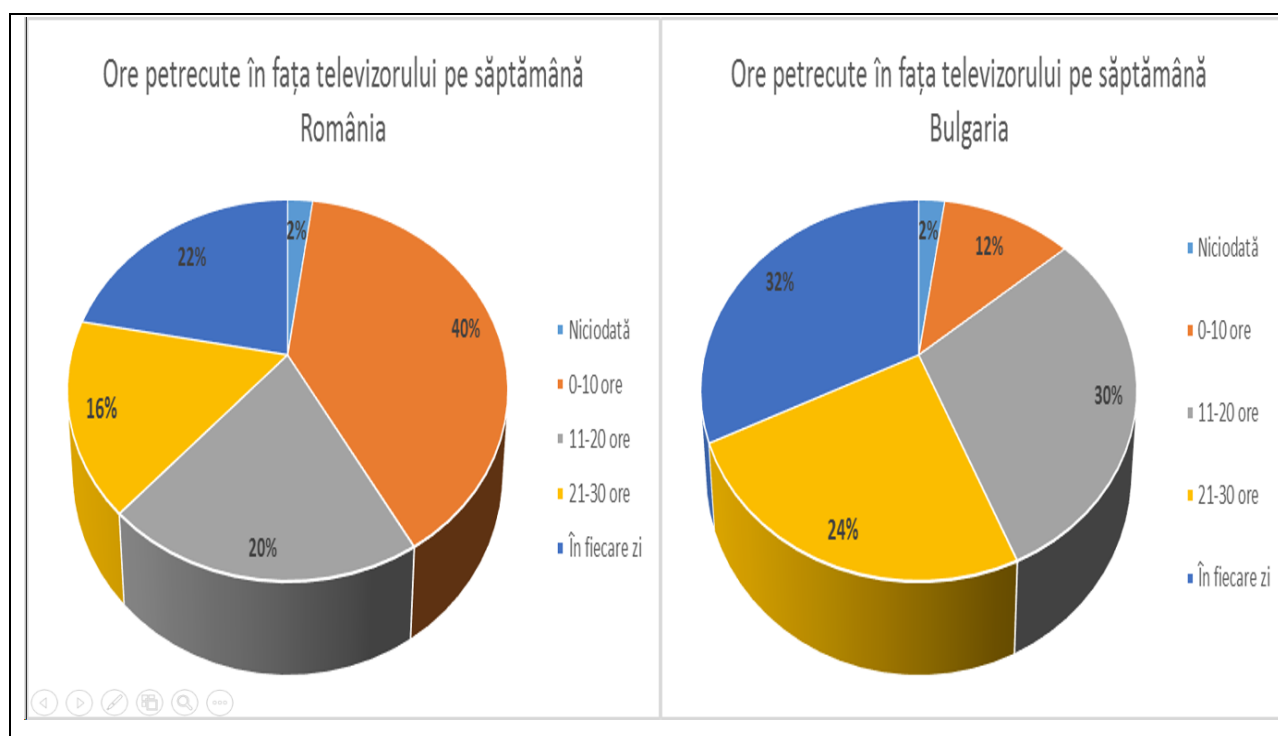


Figura 5.4 – Ore petrecute în fața televizorului pe săptămână

Deși petrec mult timp în fața televizorului, respondenții români nu urmăresc programele televiziunii publice decât ocazional, când sunt transmise evenimente speciale sau când, din întâmplare, găsesc o emisiune care le place (55 %), spre deosebire de bulgari care urmăresc programele televiziunii publice în fiecare zi (51 %) sau de cel puțin 2-3 ori pe săptămână (27 %). Astfel, observăm că deși din interviurile realizate jurnaliștii bulgari privesc cu admirație spre Televiziunea Română, telespectatorii români nu preferă programele oferite de televiziune publică (Figura 5.5).

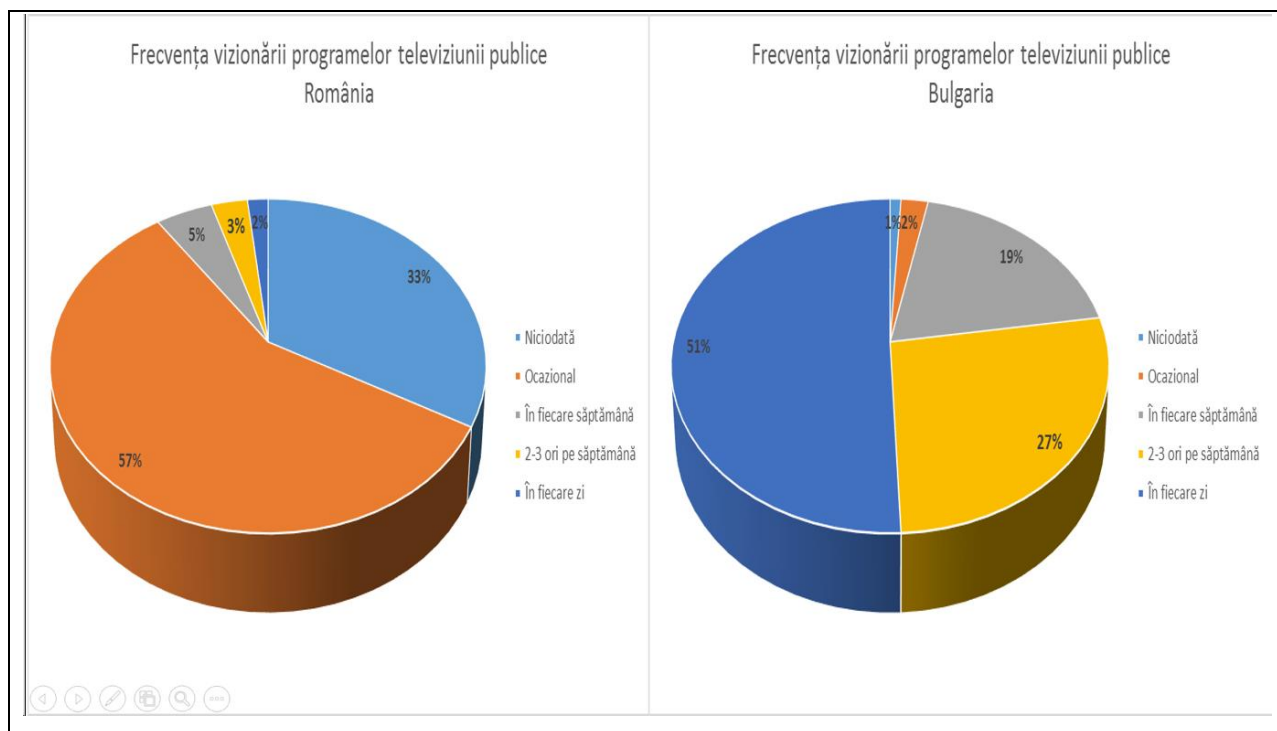


Figura 5.5- Frecvența vizionării programelor televiziunii publice

Se spune că Televiziunea Română a fost întotdeauna judecată după *Jurnalul de Știri*, fapt confirmat de jurnalistul George Radu Serafim în interviul acordat pentru realizarea acestui proiect. Cu toate acestea cei care au declarat că urmăresc programele Televiziunii Române regulat sau ocazional, nu urmăresc niciodată buletinul de știri, ci preferă următoarele emisiuni: *Starea nației*, *Politică și delicatețuri*, *O dată-n viață*, *Profesioniștii*, *D-ale lui Mitică*, *Gala umorului*, *Grantat 100%*. Fie că urmăresc sau nu programele televiziunii publice, respondenții români consideră în proporție de 79% că este nevoie de televiziune publică în România (Figura 5.6).

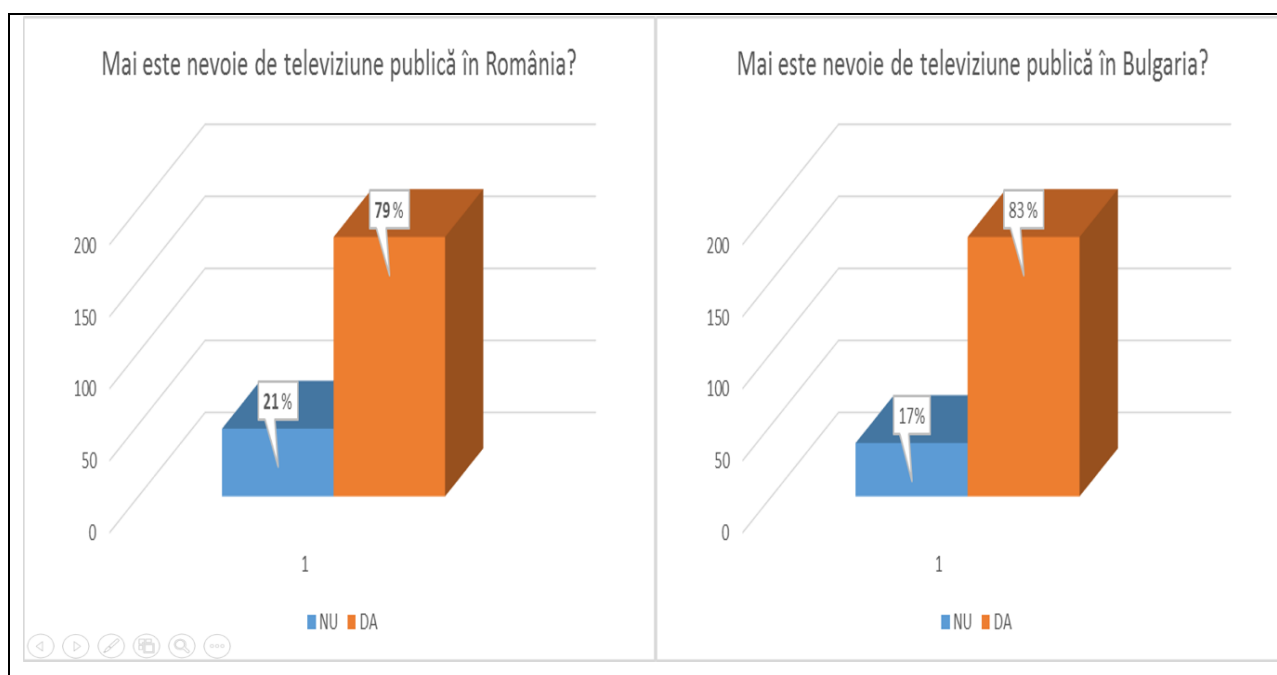


Figura 5.6 – Necesitatea existenței televiziunii publice

Respondenții și-au motivat alegerea astfel: “Consider că este nevoie de televiziune publică în România pentru emisiunile care acoperă teme de discuție pe care celelalte televiziuni le tratează superficial sau deloc (de exemplu agricultura, viața culturală, educația) și pentru că unele filme difuzate de TVR sunt de calitate”, “Pentru că sunt multe localități rupte de lume în care doar televiziunea publică se poate recepționa”, “Trebuie să existe o televiziune publică care să fie imparțială”, “Este nevoie de televiziune publică pentru că România are nevoie de o televiziune publică neutră din punct de vedere politic, cu oameni profesioniști, care să își facă meseria cu seriozitate și care să lucreze în favoarea cetățenilor, nu a intereselor politice”, “Televiziunea publică trebuie să fie cea care asigură standarde profesionale înalte prin emisiuni de calitate”, “Televiziunea publică este necesară în măsura în care postul ar fi imparțial, ar difuza evenimente cu adevărat importante și ar prezenta emisiuni culturale care promovează valori”, “Trebuie să existe pentru că este un fel de tradiție”, “În mod normal, o televiziune publică ar trebui să reprezinte un standard de obiectivitate pentru celelalte televiziuni și să difuzeze programe cu teme de interes general”, “Este nevoie de o televiziune publică care să promoveze valori, modele ce îți conferă direcția dezvoltării unei societăți, dar și pentru întărirea spiritului național (civic)”. De asemenea, respondenții au declarat că și-ar dori ca televiziunea publică să acționeze în sprijinul publicului și să nu mai prezinte o realitate construită, ci să prezinte realitatea așa cum este, să prezinte viața oamenilor obișnuiți.

Analizând răspunsurile obținute, remarcăm faptul că oamenii apreciază următoarele valori ale televiziunii publice: diversitatea, imparțialitatea și identifică televiziunea publică cu calitatea. Sunt însă și păreri total opuse, cele mai multe urmând următoarele direcții: “Consider că nu este nevoie de televiziune publică, deoarece nu aduce nimic nou față de celelalte televiziuni. Întotdeauna am avut așteptări mari de la televiziunea publică și am fost dezamăgit de fiecare dată. Fianciar nu rentează și nu se justifică sumele enorme cheltuite pentru supraviețuirea acestui mamut”, “Faptul că are atât de multe canale și niciunul nu are audiență, nu spune decât că oamenii de acolo trebuie schimbați”, “Televiziunea publică nu este necesară în România și nu are viitor pentru că viitorul televiziunii este în online, iar televiziunea publică este perimată”, “Nu este nevoie de televiziune publică în România pentru că televiziunea publică deși este finanțată public, nu oferă nimic publicului”.

Chiar dacă nu există doar “o singură” definiție pentru serviciul public de televiziune, există anumite concepte care sunt amintite adesea în câteva documente și studii de specialitate. Acestea includ universalitatea, independența (atât din constrângerea politică, cât și comercială), diversitatea programelor și calitatea superioară a programelor. În ceea ce privește calitatea programelor televiziunii publice, se poate observa că respondenții bulgari sunt mai nemulțumiți

de calitatea programelor televiziunii publice bulgare decât sunt respondenții români de cele ale Televiziunii Române, ceea ce înseamnă că, deși au declarat anterior că urmăresc programele televiziunii publice foarte rar, totuși la consideră de calitate. Întrebați care sunt problemele actuale ale televiziunii publice, respondenții au identificat competiția cu televiziunile particulare ca fiind cea mai serioasă problemă a televiziunii publice atât în România, cât și în Bulgaria, urmată de lipsa unei strategii digitale pentru atragerea publicului tânăr și pentru a da voce cetățenilor, precum și administrarea defectuoasă a bugetului (Figura 5.7).

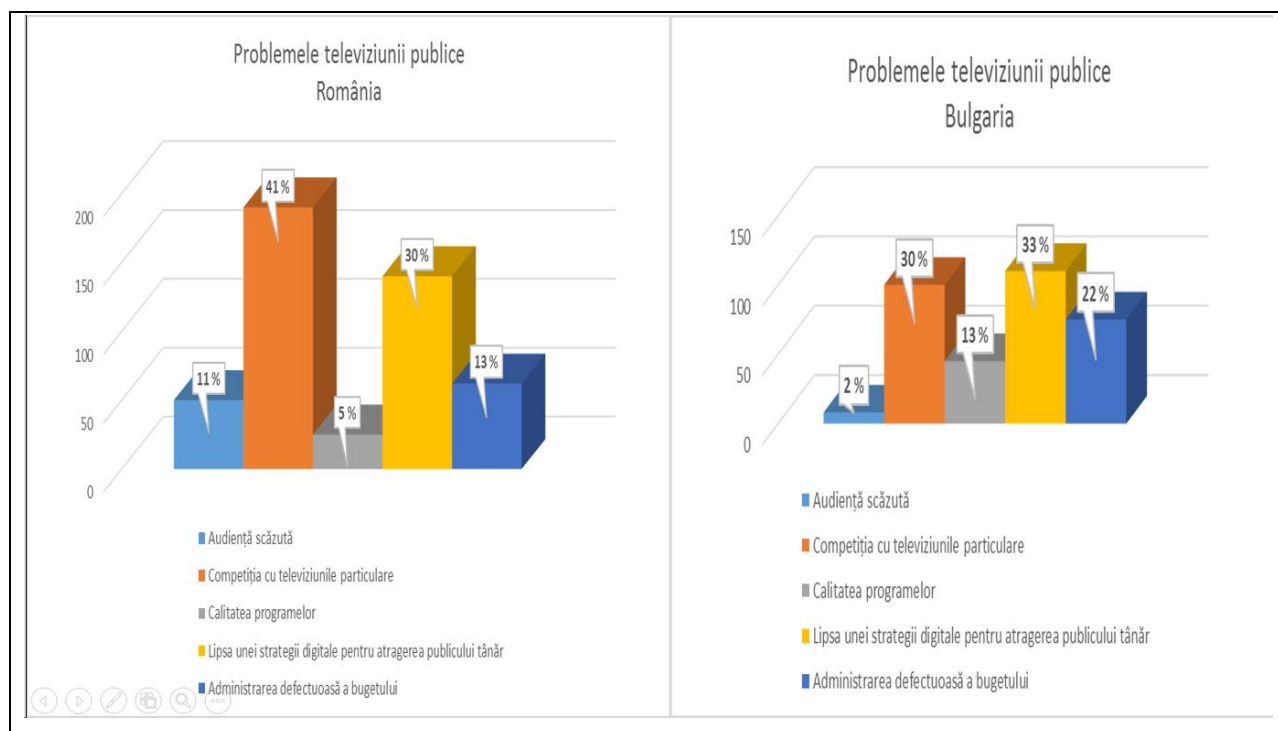


Figura 5.7- Problemele actuale ale televiziunii publice

Fiind rugați să identifice care dintre valorile televiziunii publice sunt respectate în România, respondenții consideră în proporție de 47 % că Televiziunea Română respectă și promovează cultura, educația, arta și cultura națională și oferă programe pentru toate tipurile de public (25 %). În schimb, respondenții bulgari consideră că televiziunea publică bulgară oferă în primul rând un forum pentru discuții publice (Figura 5.8).

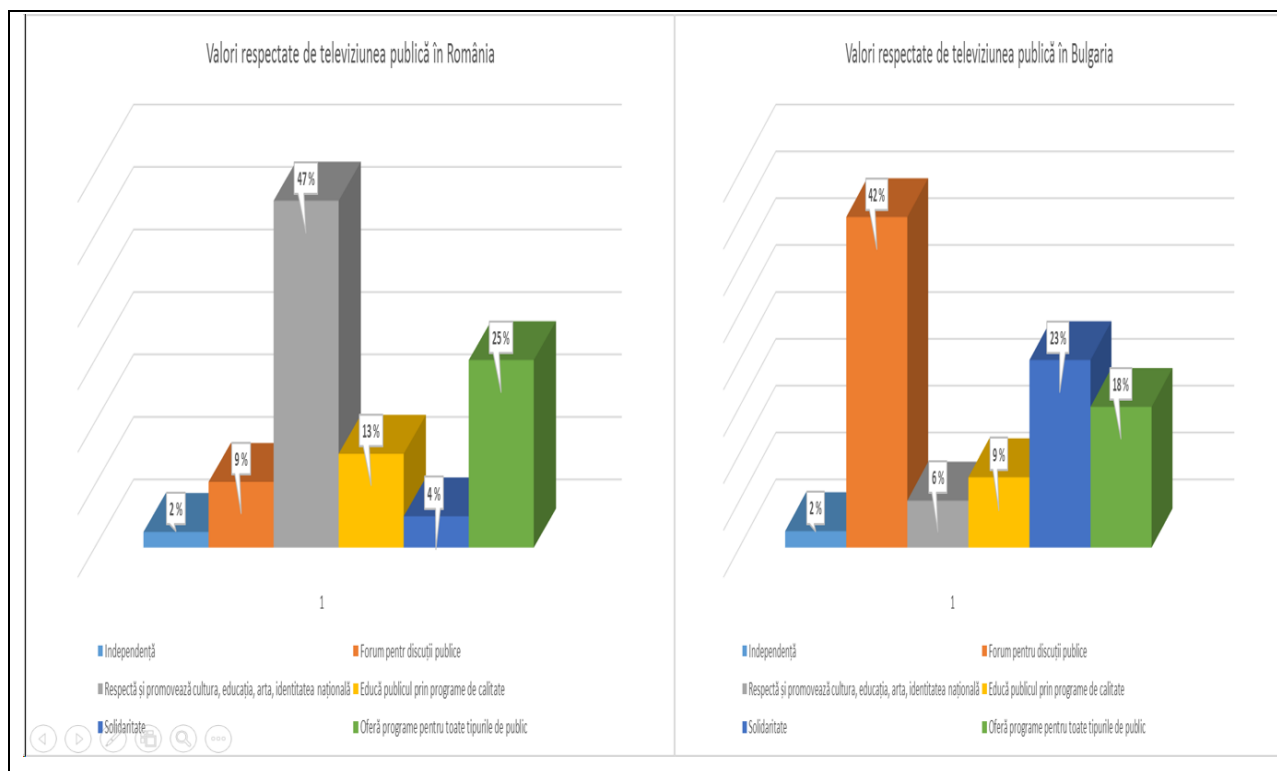


Figura 5.8- Valorile televiziunii publice

99% dintre cei care au răspuns la chestionar utilizează internetul, acesta fiind accesat în principal de acasă și folosit de aproape jumătate din respondenți pentru 28 de ore sau mai mult pe săptămână (Figura 5.9).

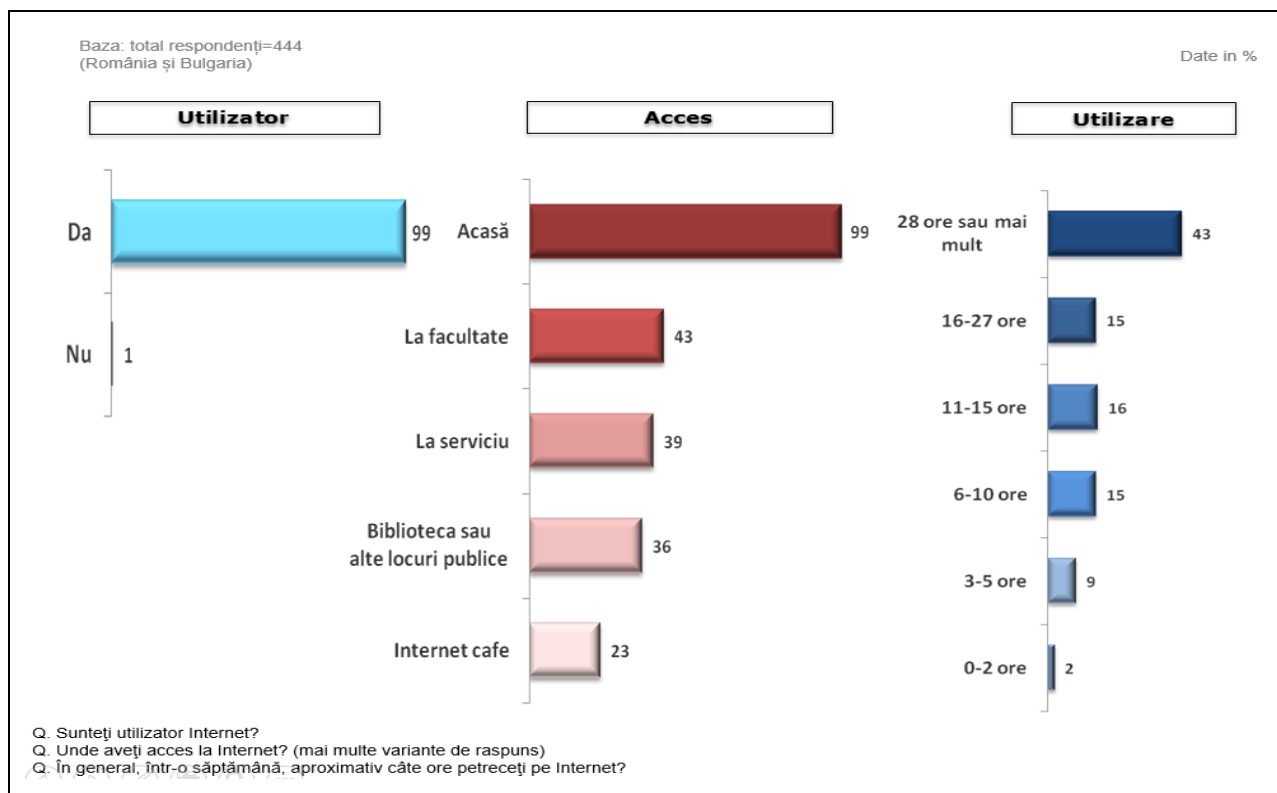


Figura 5.9. Utilizare internet

Motivele principale pentru care respondenții aleg să utilizeze internetul sunt diverse, cele mai frecvente fiind necesitatea (84%) și informarea (83%), așa cum putem observa și din figura 5.10.

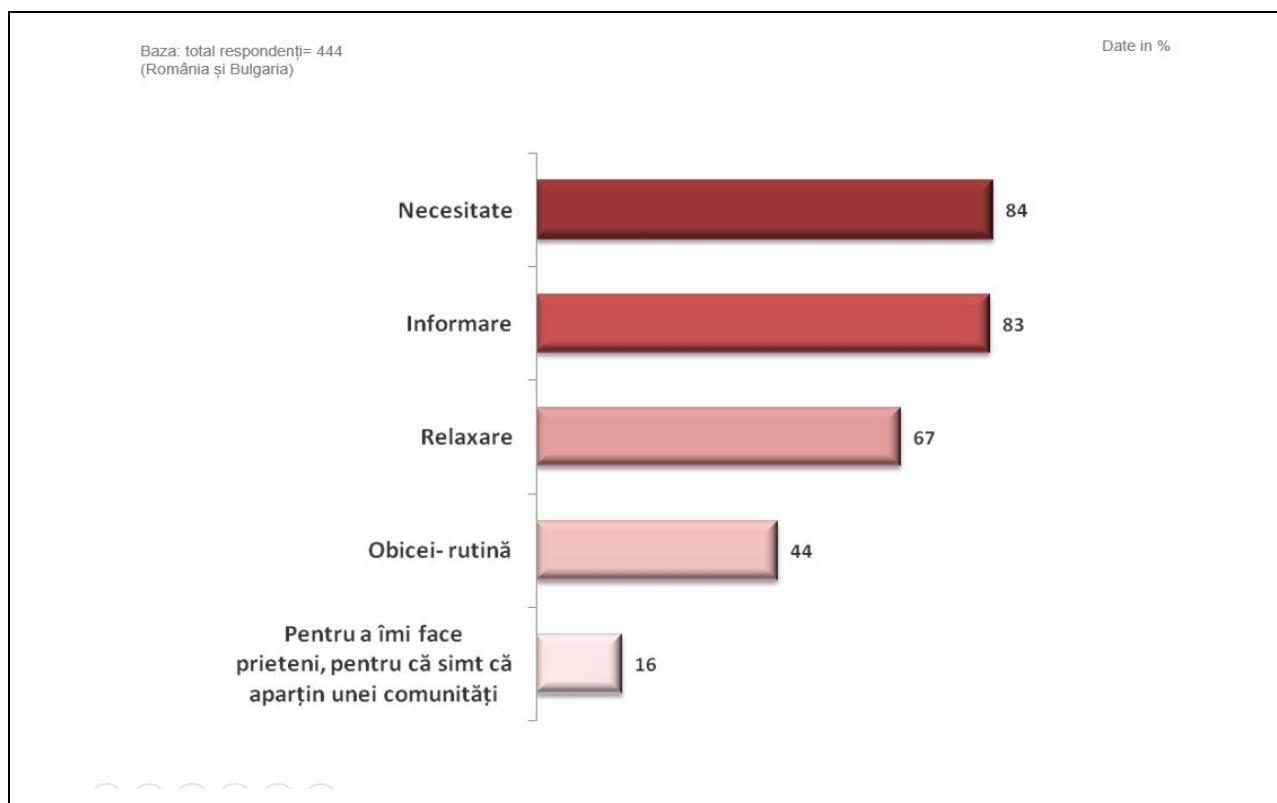


Figura 5.10. Motivele utilizării internetului

Cu toate că 84% din respondenți susțin că utilizează internetul pentru a se informa, doar 29% din respondenți urmăresc știrile online de mai multe ori pe zi, în timp ce 22% le urmăresc doar o dată pe zi (figura 5.11).

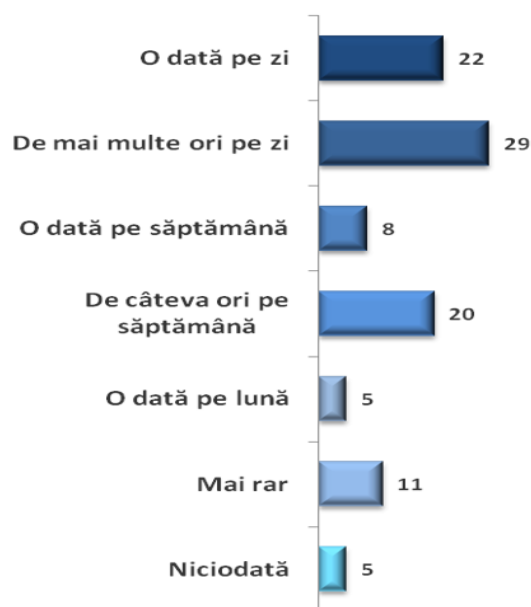
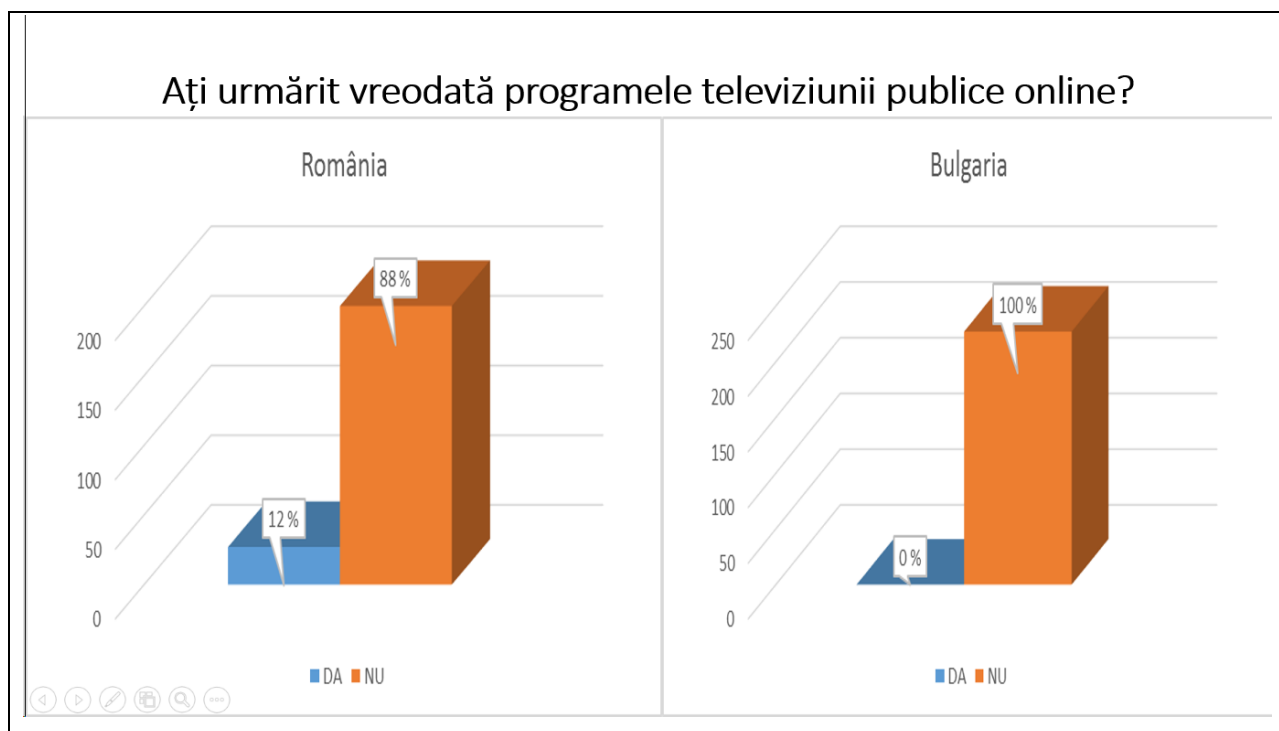


Figura 5.11. Frecvența urmării știrilor online

Mai mult, dintre cei care folosesc internetul pentru informare, doar 12% urmăresc programele televiziunii publice online. Situația este similară în Bulgaria, unde niciun respondent dintre cei 217 care au răspuns la chestionar nu vizionează știri sau alte programe ale televiziunii publice online, ci doar la televizor. Rezultatele comparative pentru cele două țări analizate pot fi observate cu ușurință în figura 5.12.



În ceea ce privește mișcările sociale, respondenții consideră că televiziunea publică nu influențează opinia publică în România, dar ar putea influența opinia publică în Bulgaria (Figura 5.13).

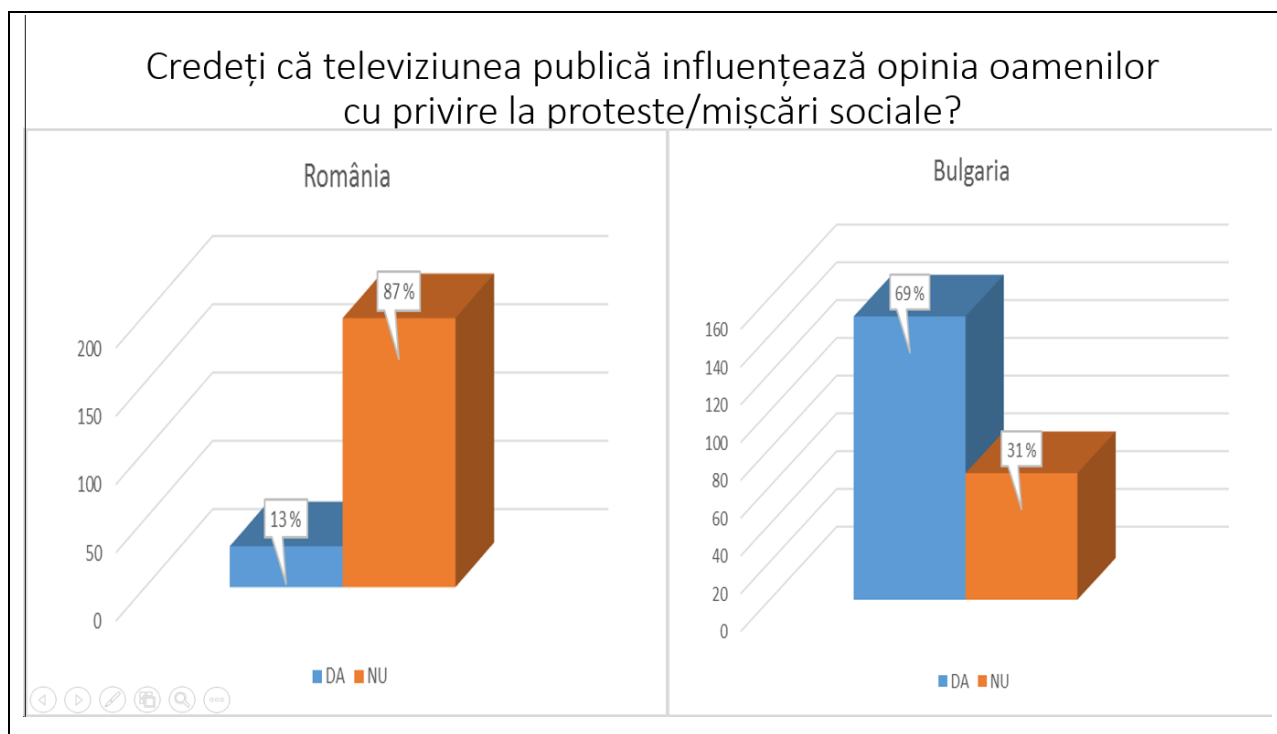


Figura 5.13- Televiziunea publică și mișcările sociale

Cum se explică însă faptul că deși efectul televiziunii în formare curentelor de opinie este mare Televiziunea Română nu este considerată ca posibil formator de opinie, explică chiar respondenții: “Oamenii nu au încredere în Televiziunea Română pentru că dă impresia ca ar fi guvernată politic”, “Nu se adresează publicului tânăr”, “Nu are audiență, nu prea este urmărită de nimeni, avem programe de știri”, “Este Televiziunea Română, cea la care s-au dus revoluționarii în 1989, ea nu vine la revoluționari, așteaptă să fie chemată”.

Mai mult, atât respondenții români, cât și cei bulgari consideră că televiziunea publică este influențată politic atunci când vine vorba de mediatizarea mișcărilor sociale (Figura 5.14).

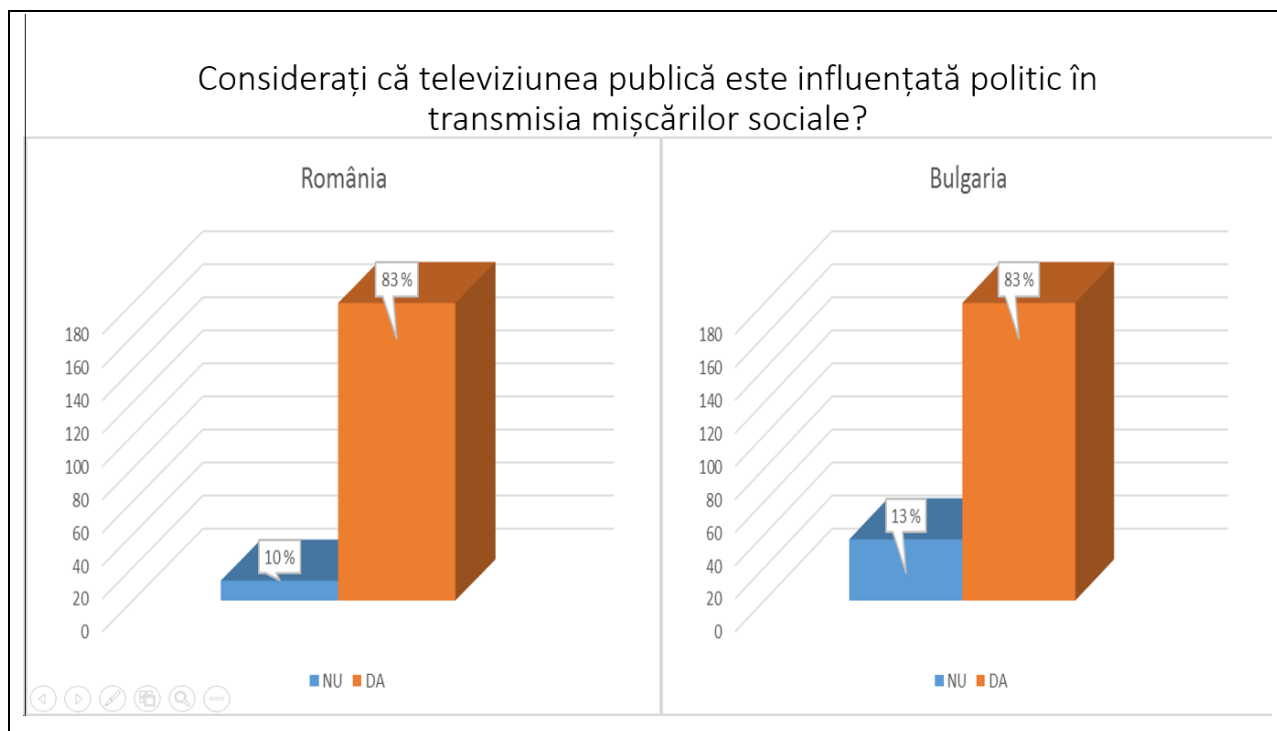


Figura 5.14 – Televiziunea publică și influența politică

Chestionarul online a urmărit realizarea obiectivelor trei, patru și cinci ale lucrării. Prin urmare, chestionarul a identificat problemele actuale ale televiziunii publice din România și Bulgaria, a investigat atitudinea oamenilor față de instituția televiziunii publice și a descoperit motivele pentru care aleg să urmărească sau să nu urmărească programele televiziunii publice în România și Bulgaria. De asemenea, rezultatele obținute în urma aplicării chestionarului au stabilit necesitatea existenței televiziunii publice în cele două țări studiate și au identificat probleme cu care se confruntă instanța publică, oferind în același timp, și soluții pentru viitorul televiziunii publice în era digitală.

CONCLUZII

Lucrarea *Mișcări sociale și televiziune în Europa postcomunistă. Cazul Românie și Bulgariei* a examinat rolul televiziunii în Revoluția din 1989, evoluția acesteia în perioada postcomunistă și problemele actuale ale televiziunii publice în două țări fost comuniste: România și Bulgaria. Lucrarea reprezintă un document istoric important prin includerea mărturiilor unor oameni importanți (profesori, jurnaliști, oameni politici) care au participat direct la evenimentele din 1989 și care au ghidat dezvoltarea ulterioară a televiziunii publice în România și Bulgaria. De asemenea, lucrarea de față dă voce și oamenilor de rând care au urmărit revoluția la televizor și a descoperit soluții pentru viitorul conceptului de televiziune publică în Europa postcomunistă, scopul principal al lucrării fiind nu doar revigorarea acestei instituții media, ci și găsirea unor soluții pentru un dialog mai bun între guvernanți, televiziune și cei guvernați și identificarea unor noi practici jurnalistice care să sporească participarea cetățenilor. Pornind de la premiza lui Gulyas (2013, p. ix) conform căreia serviciul public media trece printr-o serie de transformări dramatice ca rezultat al dezvoltărilor tehnologice, al schimbărilor politice, al presiunilor pieței și al modificărilor în consumul de media, lucrarea de față contribuie la clarificarea unor probleme rămase, până acum, fără răspuns în literatura de specialitate postdecembristă, și anume: „Mai este modelul serviciului public de televiziune relevant pentru societatea românească? Care a fost rolul televiziunii în evenimentele din 1989 din România și Bulgaria și cât de mult sprijină televiziunea publică mișcările sociale actuale? Care a fost rolul televiziunilor străine în declanșarea evenimentelor din 1989 și cum a fost Revoluția din 1989 din România și Bulgaria percepută de jurnaliștii străini? Care sunt problemele actuale ale televiziunii publice și care este viitorul acestei instituții media în era digitală?”

Lucrarea *Mișcări sociale și televiziune în Europa postcomunistă. Cazul Românie și Bulgariei* a fost structurată în cinci capitole, la care se adaugă introducerea, concluziile, bibliografia și anexele și se individualizează între lucrările similare prin perspectiva din care a fost întreprinsă cercetarea, aceea a analizării relației dintre televiziunea publică și mișcările sociale, (începând cu rolul televiziunii în Revoluția din 1989), precum și prin realizarea comparativă a cercetării în România și Bulgaria, fiind prezentate rezultate comparative atât între cele două țări, cât și între cetățenii aceleiași țări, prin prezentarea comparativă a răspunsurilor oferite de profesori universitari, jurnaliști, oameni politici și a oamenilor de rând, publicului consumator de televiziune. De asemenea, lucrarea a prezentat interesul actual al oamenilor față de programele

televiziunii publice și a identificat motivele pentru care aceștia aleg să urmărească sau să nu urmărească programele televiziunii publice, precum și puterea televiziunii publice de a influența opinia publică în legătură cu actualele mișcări sociale.

Lucrarea a fost organizată în jurul a trei axe temerale: trecut, prezent și viitor, explorând astfel rolul televiziunii publice în revoluțiile din 1989, în declanșarea evenimentelor din 1989 și în restaurarea democrației; evoluția televiziunii publice după 1989, trecerea de la televiziunea de stat la televiziunea publică și apoi evoluând treptat spre prezent și viitor, prin analizarea problemelor actuale ale televiziunii publice și identificarea unor soluții pentru viitorul acesteia în era digitală.

Prezentarea datelor empirice s-a realizat în etape corespunzătoare celor cinci obiective propuse. Astfel, interviurile au furnizat date pentru analiza rolului televiziunii publice în Revoluția din 1989 (obiectivul 1 al lucrării), stabilirea rolului real al televiziunilor străine în declanșarea evenimentelor din 1989 și identificarea reprezentărilor pe care jurnaliștii români le au despre Revoluția Română (obiectivul 2 al lucrării), precum și pentru analiza parcursului Televiziunii Române după 1989 și identificarea problemelor actuale ale televiziunii publice (obiectivul 3 al lucrării). Datele empirice obținute arată că problemele actuale ale televiziunii publice sunt competiția cu televiziunile particulare și lipsa audienței, date care coincid, de altfel, și cu rezultatele obținute în urma aplicării chestionarului. Chestionarul a oferit o amplă evaluare a atitudinilor românilor și bulgarilor față de televiziunea publică, a stabilit necesitatea existenței televiziunii publice și a identificat posibile soluții pentru viitorul acesteia (obiectivul 5 al lucrării). Tot prin intermediul rezultatelor chestionarului online am aflat și care sunt factorii care îi determină pe oameni să urmărească sau să nu urmărească programele televiziunii publice, precum și identificarea motivelor de implicare/neimplicare în mișcări sociale mediatizate de televiziunea publică (obiectivul 4).

Lucrarea de față și-a propus să clarifice mai întâi o problemă terminologică și să stabilească cum ar trebui numite evenimentele care s-au produs în România și Bulgaria în 1989: revoluții, revolte, sau mișcări sociale? Chiar dacă în literatura de specialitate nu există un consens asupra a ce anume înseamnă conceptul de revoluție și nu există un consens nici asupra modului în care ar trebui descrise evenimentele din Europa Centrală și de Est, considerăm termenul de *revoluție* ca fiind cel adecvat pentru evenimentele care s-au produs în România în 1989 și termenul lui Kis (1998) de *tranziție coordonată* pentru cele din Bulgaria. Rezultatele interviurilor realizate arată că acestea sunt cele mai potrivite concepte pentru a descrie evenimentele din 1989 din România și Bulgaria. În cele din urmă, indiferent cum le-am numi sau defini, nu putem nega faptul că evenimentele care au avut loc în Europa de Est și, mai ales în România, în cea de-a doua jumătate a anului 1989 au constituit niște fenomene politice rare, atipice, greu de încadrat în tipologiile existente.

Revoluția din 1989 a fost intens analizată și dezbătută în ultimii 26 de ani. S-a vorbit mult despre rolul important al televiziunii în informarea populației despre evenimentele care se petreceau în stradă în decembrie 1989, dar multe probleme încă ridică semne de întrebare și cu toate acestea au rămas nestudiate în literatura de specialitate. Una dintre aceste întrebări este: a fost revoluția din 1989 într-adevăr o revoluție în direct? Revoluția Română este cunoscută ca prima revoluție televizată, evenimentul fiind transmis de toate televiziunile din lume și ocupând prima pagină a ziarelor din întreaga lume. Părerile cercetătorilor și ale jurnaliștilor sunt însă împărțite atunci când vine vorba de analizarea transmisiunii în direct a Revoluției. Astfel, jurnaliștii și cercetătorii români consideră că Revoluția Română a fost transmisă în direct din Studioul 4 al Televiziunii Române, fiind integral o revoluție care s-a petrecut la televizor, în timp ce jurnaliștii străini, în special cei din Franța, care au acoperit integral evenimentele din 1989, consideră că Revoluția Română a dat doar impresia că a fost în direct, fiind, de fapt, un exemplu excelent de manipulare prin televiziune.

Urmând logica evenimentelor și analizând obiectiv părerile celor care au participat direct la evenimentele din 1989, putem afirma cu încredere că Revoluția Română a avut loc într-adevăr în Studioul 4 al Televiziunii Române, devenit după 24 de ani de regim Ceaușescu, locul de manifestare a sferei publice, locul în care oamenii s-au adunat pentru a-și exprima opiniile și a produce o schimbare. Putem astfel considera că Studioul 4 este prima manifestare a sferei publice din istoria postcomunistă a României. Cu toate acestea, nu putem să nu constatăm că transmisiunile din stradă nu au fost toate în direct, în parte și datorită tehnologiei de care dispunea atunci Televiziunea Română, pentru o transmisiune live fiind nevoie de cel puțin cinci ore de pregătire a carelor de transmisie. Evenimentele din decembrie 1989 au fost însă spontane, nimeni nu putea alcătui un program de emisie pentru că nimeni nu știa ce se va întâmpla a doua zi (Serafim, 2015). Situația a fost similară în Bulgaria, unde, de asemenea, nu exista un program de emisie zilnică, acesta fiind stabilit de la o oră la alta (Stankushev, 2015). Jurnalistul George Radu Serafim susține că: “un popor care se ridică din genunchi în picioare este greu să-l mai cobori în genunchi” (Serafim, 2015), iar faptul că poporul s-a îndreptat în acele zile tulburi către televiziune, nu dovedește decât încrederea pe care aceștia o aveau în această instituție și dorința fără margini a unui popor asuprit de a arăta semenilor lor că regimul comunist s-a sfârșit și, lumii întregi, că România, în sfârșit, este liberă. Prin urmare, până la urmă, accentul nu ar trebui pus pe cât a fost live și cât nu, ci pe rezultatele generate de revoluția din 1989, și anume eliberarea unei națiuni asuprite de regimul comunist, oferirea șansei oamenilor care aproape că își pierduseră speranța de a lupta pentru o viață mai bună, pentru libertate, pentru acces liber la informații, pentru o viață normală.

Încrederea în televiziunea publică s-a diminuat însă considerabil în anii de după 1989, ajungând astăzi la coada clasamentelor de audiență. Rezultatele cercetării confirmă ipotezele de la

care a porinit cercetarea. Așa cum anticipam la începutul acestei lucrări, principalul motiv al declinului instituției televiziunii publice este neîncrederea cetățenilor în instituțiile de televiziune publică alimentată de o neîncredere generală în clasa politică. Deoarece televiziunea publică este finanțată din bani publici, oamenii consideră că aceasta ar trebui să fie televiziunea poporului, așa cum a fost la revoluția din 1989. Principalul motiv care alimentează neîncrederea oamenilor în televiziunea publică este faptul că aceasta este controlată politic, fiind ușor de șantajat având în vedere că este exclusiv finanțată de stat. Această tendință este subliniată și de Nicolau (2009), care afirmă că: “În România, subordonarea politică a televiziunii naționale a fost gestul reflex al oricărei clase conducătoare, indiferent de orientarea ideologică a partidului sau a coaliției de partide aflate la putere.” Toate astea au dus, bineînțeles, la pierderea oricărui tip de legitimitate. Mai mult, modificarea frecventă a contextului de funcționare a televiziunii publice, prin schimbarea șefilor și aparenta influență politică, au afectat drastic forma, natura, și obiectivele acestei instituții de media. Prin urmare, avem de-a face cu un cerc vicios care nu se poate distruge decât dacă televiziunea publică ar avea alte surse de finanțare.

În ultimii ani, televiziunea publică a pierdut mult teren în competiția cu posturile de televiziune particulare. Este o tendință care se manifestă nu doar în fostele țări socialiste, ci în întreaga Europă. Totuși, rezultatele acestui proiect de cercetare arată că „relația serviciilor publice de televiziune cu audiența rămâne puternică și le asigură propria vizibilitate și relevanță în epoca digitală” (Iosifidis, 2007, p. 184). Rezultatele au demonstrat că românii, deși declară că nu preferă programele televiziunii publice, consideră că existența televiziunii publice este importantă pentru România, aceasta făcând parte din tradiția poporului român, chiar dacă nu mai reprezintă problemele actuale ale acestuia. Cu toate că audiențele televiziunii publice sunt în scădere, ca instituție, aceasta este necesară în societatea românească, întrucât este încă singura televiziune care oferă acoperire universală în România. Desigur acest lucru se va schimba o dată cu trecerea la sistemul digital, iar atunci televiziunea publică va trebui să se reinventeze sau să dispară. O soluție posibilă pentru televiziunea publică este de a deveni un furnizor de conținut multiplatformă. Televiziunea publică nu trebuie să se axeze doar pe conținut și pe funcții de difuzare tradiționale, precum serviciile radio și de televiziune, ci și pe noile platforme de comunicare online prin care să ofere publicului un forum de discuții. Televiziunea publică ar putea redeveni astfel televiziunea publicului, reușind să asculte problemele oamenilor obișnuiți și să fie mai puțin rigidă în realizarea programelor.

Este limpede că televiziunea publică se află sub asediu, monopolul său este demult apus, legitimitatea sa este erodată și mandatul său public este pus constant sub semnul întrebării. Mai mult, utilizarea preponderentă a internetului a adus o serie de noi provocări pentru sistemul serviciului public de televiziune din întreaga lume. În ciuda accesului liber la informație și la

folosirea tehnologiei digitale, serviciul public de televiziune nu reușește să țină pasul cu digitalizarea. Noile tehnologii de comunicare nu ar trebui să fie considerate de televiziunile publice drept o „strategie de invalidare” (Doyle, 2010), ci, mai degrabă, o strategie care le poate asigura un loc stabil în viitorul peisaj media. Noile tehnologii de comunicare nu avantajează însă televiziunile publice mai ales în țările sărace, pentru că acestea au nevoie de o sumă foarte mare de bani pentru a-și schimba echipamentele. Chiar dacă și televiziunile concurente trebuie să cheltuiască permanent bani pentru a ține pasul cu schimbările tehnologice din era digitală, serviciile publice de televiziune încă sunt într-o situație mai dificilă, fiind finanțate de stat.

Cunoscut fiind faptul că acțiunile colective cresc sau descresc în ochii opiniei publice în funcție de importanța acordată evenimentului de către posturile de televiziune, “în anumite condiții, canalul audiovizual poate deveni un factor direct de putere (de exemplu : TVR a funcționat pe parcursul primelor zile ale evenimentelor din decembrie 1989 ca factor de putere). În condiții de confuzie sau de vid politic temporar, televizorul poate fi un element coordonator, chair dacă există pericolul de a induce panică și confuzie (în mod voit sau neintenționat) (Bucheru, 2007, p. 89). Rezultatele cercetării arată că televiziunea publică nu mai este astăzi un factor de putere, confirmând astfel și ipotezele specifice de la care am pornit cercetarea. Cetățenii români consideră că televiziunea publică nu are puterea de a influența în niciun fel evoluția mișcărilor sociale actuale și nici opinia publică datorită audiențelor scăzute și lipsei de legitimitate. Tot ceea ce poate astăzi să facă televiziunea publică este să nu ofere spațiu de emisie unei mișcări sociale, fapt care va fi observat de foarte puțini oameni și care contribuie la adâncirea prăpastiei dintre public și această instituție de media.

Mai mult, prezentul studiu a demonstrat că problema majoră cu care se confruntă televiziunea publică în prezent este lipsa perspectivei digitale, care să ducă spre o strategie de difuzare a conținutului pe mai multe platforme. Așadar, una din strategiile legitimize, adoptată de serviciul public de televiziune, ar trebui să fie utilizarea noilor media pentru încurajarea participării publice și pentru a da voce oamenilor obișnuiți, întrucât televiziunea publică ar trebui să fie o televiziune pentru toți. De altfel, aceasta este una dintre soluțiile oferite și de Iosifidis (2007, p. 72), care îndeamnă la urmarea modelului BBC: „BBC vede adoptarea serviciilor digitale drept o ofertă de beneficii reale, tangibile, făcută audienței.” Prin urmare, se confirmă faptul că viitorul televiziunii publice depinde de dezvoltarea unei strategii digitale, care să permită participarea directă a publicului. Lipsa de vizibilitate a televiziunilor publice din mediul online și lipsa unei strategii de reînnoire a programelor și de atragere a publicului tânăr duce la scăderea interesului pentru vizionarea programelor televiziunii publice.

Serviciul public de televiziune ar trebui să aibă o strategie diferită de celelalte televiziuni și să ofere o combinație de programe pentru toate tipurile de public, adică toate tipurile de

programe pentru toate tipurile de audiență. Televiziunea Română urmărește să se diferențieze de televiziunile particulare, însă în același timp, încearcă să ofere o combinație de programe pentru toate audiențele. Televiziunea publică are scopuri sociale, culturale și educaționale și, pentru că are un buget limitat, nu poate să ofere programe sofisticate sau să cumpere formate de televiziune foarte scumpe din alte țări. Întrucât nu generează venit, ar trebui să se concentreze pe realizarea unor programe de calitate, care nu se regăsesc în grila televiziunilor particulare, cum ar fi: programe de televiziune care promovează arta, cultura sau educația, dar realizate în așa fel încât să fie atractive pentru public. Cu toate acestea, în loc să se concentreze pe aceste tipuri de programe și să găsească noi modalități de prezentare și realizare a acestora, în ultimul deceniu, televiziunea publică a adoptat o altă strategie, aceea de a oferi programe comerciale pentru a putea concura cu televiziunile particulare. Evident că, în concurența cu televiziunile particulare, televiziunea publică este cea care a pierdut, și-a pierdut specificul și a pierdut audiență.

Televiziunea publică nu trebuie să se axeze doar pe conținut și funcții de difuzare tradiționale, precum serviciile radio și de televiziune, ci și pe noile platforme de comunicare online prin care să ofere publicului un forum de discuții, îndeplinindu-și astfel, cu adevărat, rolul de sferă publică. Televiziunea Română trebuie să redevină televiziunea publicului, să asculte problemele oamenilor obișnuiți și să fie mai puțin rigidă în realizarea programelor. Televiziunea publică ar trebui să folosească tehnologia digitală drept o unealtă prin care să-și justifice existența, remodelându-și obiceiurile pentru a captiva audiența. În schimb, discrepanța dintre televiziunea publică și public este în prezent din ce în ce mai mare în România, deoarece oamenii și-au pierdut demult încrederea în instituția publică, iar Televiziunea Română are nevoie de o strategie de politică publică orientată spre utilizatori, cu noi oameni și noi emisiuni, transmise pe noi platforme de difuzare. O astfel de politică orientată spre utilizatori ar putea mări valoarea publică a Televiziunii Române, continuând astfel rolul tradițional al acestei instituții, de promotor al culturii, educației, artei în viitorul digital. De asemenea, prin atragerea unui număr mai mare de oameni, televiziunea publică nu ar putea câștiga doar audiență, ci ar și contribui la alfabetizarea digitală a oamenilor și la revalorizarea experienței privitului la televizor, după modelul BBC (Beckett, 2008). Mai mult, utilizarea creativă a tehnologiilor digitale, ar putea ajuta Televiziunea Română prin reconectarea cu cetățenii. Desigur, nimeni nu poate garanta succesul acestor demersuri, pentru că, este nevoie de sprijinul financiar al statului, de specialiști și de dezbatere publică pentru o astfel de reorganizare. Chiar dacă TVR manifestă deja unele inițiative digitale palide, cum ar fi portalul TVR+ (tvrplus.ro este o platformă care permite oamenilor să vizualizeze emisiuni TV online și să urmărească emisiuni în direct), în acest moment, redefinirea ideii de serviciu public de televiziune încă nu reprezintă o grijă prioritară în România, iar jurnaliștii,

cercetătorii și politicienii români nu au reușit să identifice o nouă strategie digitală pentru televiziunea publică.

Sintetizând, televiziunea publică se confruntă cu următoarele probleme:

- nevoia de noi programe, noi strategii competitive de programare – televiziunile publice trebuie să emisiuni de calitate, pe care nu le oferă televiziunile comerciale;
- problema finanțării – ar trebui să se găsească mai multe metode eficiente și raționale de a finanța televiziunea în contextul actual al platformelor digitale
- necesitatea unei strategii digitale pentru a îndeplini principiul universalității și pentru a oferi un forum de dezbatere pentru toată lumea;
- restructurarea – angajarea unor oameni noi;
- manageri noi care să administreze eficient bugetul.

Viitorul este întotdeauna greu de prezis, așa că, această lucrare nu și-a propus să ghicească viitorului, ci a reușit să sublinieze tendințele actuale ale evoluției televiziunii publice în era digitală. Elementele descoperite sunt doar fragmente ale unui viitor probabil al televiziunii publice din țările postcomuniste în contextual actual al tehnologiilor digitale. Succesul tranziției către digital constă, desigur, în comunicarea dintre guvern, televiziune și consumatori. Prin problemele de cercetare expuse, devine evident că este nevoie de mult mai multe studii și analize pentru a putea oferi o înțelegere aprofundată a rolului televiziunii publice în societatea actuală și pentru a putea descoperi noi posibilități de câștigare a audienței. Lucrarea de față constituie un fundament pentru abordarea viitoare a relației dintre televiziune și mișcări sociale, televiziune publică și internet, dar și un punct de plecare pentru o abordare comparativă a acestor probleme la nivel global și pentru identificarea unor soluții viabile pentru viitorul acestei instituții de media în contextual actual al tehnologiilor digitale.

BIBLIOGRAFIE

- Axford, B., Huggins, R. (eds.), 2001. *New Media and Politics*. London: Sage Publications.
- Balaban, D., 2009, *Comunicare mediatică*. București: Tritonic.
- Bardoel, J., d'Haenens, L., 2008. Public Service Broadcasting in Converging Media Modalities: Practices and reflections from the Netherlands. *Convergence: The International Journal of Research into New Media Technologies*, 14 (3), pp. 351-360.
- Baker, K., 1992, Defining the Public Sphere in Eighteenth Century France: Variations on a Theme by Habermas. In Calhoun, Craig (ed.) *Habermas and the Public Sphere*, Cambridge MA: MIT Press, pp. 181-211.
- Beciu, C., Perpelea, N. (coord.), 2007. *Europa și spațiul public*, București: Editura Academiei Române.
- Beciu, C., 2009. *Comunicare și discurs mediatic. O lectură sociologică*. București: Comunicare.ro.
- Beckett, C., 2008. *SuperMedia: Saving Journalism So That It Can Save the World*. Oxford: Wiley-Blackwell.
- Benhabib, S., 1992/ 1996. Models of Public Sphere: Hannah Arendt, the Liberal Tradition and Jurgen Habermas. In Calhoun, Craig (ed.), *Habermas and the Public Sphere*, Cambridge, MA: MIT Press, pp. 73- 95.
- Benhabib, S., 1996. *Democracy and Difference: Contesting the Boundaries of the Political*. Princeton, NJ: Princeton University Press.
- Bennett, W. L., Entman, R. M., 2001. Mediated Politics: An Introduction. In W. Lance, Entman, Robert M. (eds.), *Mediated Politics: Communication in the Future of Democracy*, Cambridge: Cambridge University Press, pp. 1-32.
- Bennett, J.; Strange, N. (eds.), 2011. *Television as Digital Media*. Durham & London: Duke University Press.
- Berger, A. A., 2000. *Media and Communication Research Methods – An Introduction to Qualitative and Quantitative Approaches*, Sage Pbl.
- Bhargava, R., Reifeld, H. (eds.), 2005. *Civil Society, Public Sphere and Citizenship: Dialogues and Perceptions*. London: Sage.
- Brinton, C., 1965. *The Anatomy of Revolution*. New York: Vintage Books.
- Bucheru, I., 1997. *Fenomenul televiziune*. Bucharest: Fundatia Romania de Maine.
- Burke, E., 1986. *Reflections on the Revolution in France*. New York: Penguin.
- Buscombe, E. 2000. *British Television: A Reader*. London: Orion Publishing.

- Butsch, R. (ed.), 2009. *Media and Public Spheres*. London & New York: Palgrave Macmillan.
- Calhoun, C. (ed.), 1992. *Habermas and the Public Sphere*. Massachusetts: Massachusetts Institute of Technology.
- Chambat, P., 2002. Spațiu public, spațiu privat: rolul medierii tehnice. In Pailliat, Isabelle, (coord.) *Spațiul public și comunicarea*. Iași: Polirom, pp. 67-99.
- Chelcea, S., 2004. *Inițiere în cercetarea sociologică*. București: Comunicare.ro.
- Clerwall, C., 2014. Enter the Robot Journalist: Users' Participations of Automated Content. *Journalism Practice*, 8 (5), pp. 519-531.
- Clifford, G. C., Glasser, T. L., McQuail, D., Nordenstreng, K., While R. A., 2009. Normative theories of the media: Journalism in Democratic Societies. Urbana&Chicago: Univeristy of Illinois Press.
- Coman, M., 2007. *Introducere în sistemul mass-media*. Iași: Polirom.
- Couldry, N., Livingstone, S., Markham, T., 2009. Connection or Disconnection? Tracking the Mediated Public Sphere in Everyday Life. In Butsch, R. (ed.), *Media and Public Spheres*, New York: Palgrave Macmillan, pp. 28-42.
- Crossley, N., Roberts, J. M. (eds.), 2004. *After Habermas: New perspectives on the public sphere*. Oxford: Blackwell Publishing.
- Curran, J., 1991. Rethinking the Media as a Public Sphere. In Dahlgren, P., Sparks, C. (eds.), *Communication and Citizenship: Journalism and the Public Sphere*, London: Sage, pp. 27-57.
- Dahl, R. A., 1983. *Dilemmas of Pluralist Democracy: Autonomy vs. Control*, New Haven: Yale University Press.
- Dahlgren, P., Sparks, C. (eds.), 1991. *Communication and Citizenship: Journalism and the Public Sphere*. London, New York: Routledge.
- Dahlgren, P., 1995. *Television and the Public Sphere: Citizenship, Democracy and the Media*. London: Sage.
- Dahlgren, P., 2000. *Television and the public sphere: citizenship, democracy and the media*. London: Sage Publications.
- Dahlgren, P., 2001. The Public Sphere and the Net: Structure, Space and Communication> In Bennett, W. L., Entman, R. M. (eds.), *Mediated Politics: Communication in the Future of Democracy*, Cambridge: Cambridge University Press, pp. 33-35.
- Dahlgren, P., 2004. Foreword. In van de Donk, Wim, Loader, Brian D., Nixon, Paul G., Rucht, Dieter (eds.), *Cyberprotest, New Media, Citizens and Social movements*, London: Routledge, pp. XI-XVI.

- Dahlgren, P., 2009. *Media and Political Engagement: Citizens, Communication and Democracy*. New York: Cambridge University Press.
- Dahlgren, P., Olsson, T., 2009. From Public Sphere to Civic Culture: Young Citizens' Internet Use. In Butsch, R. (ed.), *Media and Public Spheres*, Hampshire & New York: Palgrave Macmillan, pp. 198-211.
- Dahrendorf, R., 1992. *Conflictul social modern*. București: Humanitas.
- Dahrendorf, R., 2001. *După 1989- Morală, revoluție și societate civilă*. București: Humanitas.
- Daskalova, N., 2015. Interviu cu autoarea. Sofia.
- Diamond, L., 1994, "Rethinking Civil Society: Towards Democratic consolidation", în *Journal of Democracy*, vol 5, no. 3, pp. 4-17.
- Dinu, M., 2007. *Comunicarea. Repere fundamentale*. București: Editura Orizonturi.
- Drăgan, I. (ed.), 1993. *Comunicarea de masă și spațiul public în perioada de tranziție*. Bucharest: Institutul de Sociologie.
- Drăgan, I., Lafrance, J. P., 1994. Les transformations rapides et contradictoires des medias roumaines. *Communication (Quebec)*. No. 2.
- Drăgan, I., 1996. *Paradigme ale comunicării de masă*. București: Șansa.
- Drăgan, I., 2007. *Comunicarea- paradigme și teorii*. București: Rao.
- Debrett, M., 2009. Riding the wave: public service television in the multi-platform era. *Media, Culture & Society*. 31 (5), pp. 807-827.
- Debrett, M., 2010. *Reinventing Public Service Television for the Digital Future*. Chicago: Intellect.
- Doyle, G., 2010. From Television to Multi-Platform: Less from More or More from Less?. *Convergence*, 16 (4), pp. 1-19.
- Eco, U., 1995. Ur-Fascism. *The New York Review of Books*. June 22.
- Edgar, A., 2006. *Habermas: the Key Concepts*. London, New York: Routledge.
- Edgell, S., Walklate, S., Williams, G. (eds.), 1995, *Debating the Future of the Public Sphere. Transforming the public and private domains in free market societies*. Hants: Ashgate Publishing Limited.
- Ellis, J., 2002. *Seeing things: Television in the age of Uncertainty*. London: I.B.Tauris&Co Ltd.
- Eley, G., 1992/1996. Nations, Publics and Political Cultures: Placing Habermas in the Nineteenth Century. In Calhoun, Craig (ed.), *Habermas and the Public Sphere*, Cambridge, MA: MIT Press, pp. 289-331.

- Ernst, J., 1988. *The Structure of political communication*. Frankfurt: European University Studies.
- Esquenazi, J. P., 1999. *Television et democratie. Le politique a la television francaise, 1958-1990*. Paris: PUF.
- Evens, T., Verdegem, P., De Marez, L., 2010. Balancing Public and Private Value for the Digital Television Era. *Javnost- The Public: Journal of the European Institute for Communication and Culture*, 17 (1), pp. 37-54.
- Ferenc H., F., Gulyas, A., 2013. Introduction: Public Service Media at Crossroads?, Ferenc, H. & Gulyas, A. (eds.), *Public Service Media in the Digital Age: International Perspectives*, Newcastle upon Tyne: Cambridge Scholars Publishing, pp. viii.
- Fourie, P. J. (ed), 2001. *Media Studies: Institutions, Theories and Issues*. South Africa: Juta Education.
- Franklin, B., Hamer, M., Hanna, M., Kinsey, M., Richardson, J. E., 2005. *Key Concepts in Journalism Studies*. London: Sage.
- Fraser, N., 1992/ 1996. Rethinking the Public Sphere: A Contribution to the Critique of Actually Existing Democracy. In Calhoun, Craig (ed.), *Habermas and the Public Sphere*, Cambridge, MA: MIT Press, pp. 109-140.
- Gamson, J., 1999. Taking the Talk Show Challenge: Television, Emotion and Public Spheres. *Constellations*. 6 (2), pp. 190-205.
- Garnham, N., 1992/ 1996. The Media and the Public Sphere. In Calhoun, Craig (ed.), *Habermas and the Public Sphere*. Cambridge MA: MIT Press, pp. 359-377.
- Gavin, N. T., 2007. *Press and Television in British Politics: Media, Money and Mediated Democracy*. New York: Palgrave Macmillan.
- Goodwin, A., Whannel, G., 2004. *Televiziunea pe înțelesul tuturor*. Iași: Institutul European.
- Gross, P., 1996. *Mass-media in Revolution and National development. The Romanian Laboratory*. Iowa: Iowa University Press.
- Gross, P., 1999. *Colosul cu picioare de lut: aspecte ale presei romanesti post-comuniste*. Iași: Polirom.
- Gross, P., 2004. *Mass media și democrația în țările Europei de Est*. Iași: Polirom.
- Gross, P., 2008. Forward to the Past: The Intractable Problems of Romania's Media System. *The International Journal of Press/Politics*, 13 (2), pp. 141-152.
- Habermas, J., 1962/1989. *The Structural Transformation of the Public Sphere: An Inquiry into a Category of a Bourgeois Society*. Cambridge, MA: MIT Press.
- Habermas, J., 1978. *L Espace public*. Paris: Payot.

- Habermas, J., 1996. *Between Facts and Norms: Contributions to a Discourse Theory of Law and Democracy*. Cambridge: MIT Press.
- Habermas, J., 2005. *Sfera publică și transformarea ei structurală*. București: Comunicare.ro.
- Haineș, R., 2000. *Comunicarea televizuală*. București: Editura Eficient.
- Hall, J., 1995. *Civil Society: Theory, History, Comparison*. Cambridge: Polity Press.
- Hallin, D. C., 1994. *We keep America on Top of the World: Television Journalism and the Public Sphere*. London & New York: Routledge.
- Hallin, D., Mancini, P., 2004. *Comparing media systems: Three models of media and politics*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Hanitzsch, T., 2008. Comparing Journalism across Cultural Boundaries: State of the Art, Strategies, Problems and Solutions. In Martin Löffelholz & David Weaver (eds.), *Global Journalism Research: Theories, Methods, Findings, Future*. Oxford: Blackwell, pp. 93- 105.
- Hachten, W. A., 1996. *The world news prism: Changing media of international communication*. Ames: Iowa University Press.
- Held, D., 1980. *Introduction to Critical theory: Horkheimer to Habermas*. London: Polity Press.
- Held, D., 1989. *Political Theory and the Modern State: Essays on State, Power and Democracy*. Cambridge: Polity Press.
- Hohendahl, P. U, 1979. Critical Theory, Public Sphere and Culture: Jurgen Habermas and his Critics. In *New German Critique*, 16, pp. 89-118.
- Iosifidis, P., 2007. *Public Television in the Digital Era: Technological Challenges and New Strategies for Europe*. Hampshire: Palgrave.
- Jakubowicz, K., 2007. *Public Service Broadcasting: a new beginning, or the beginning of the end?*. London: Knowledge Politics.
- Jost, F. (2015). Interviu cu autoarea. Paris.
- Klainstuber, H. J., 2001. Habermas and the Public Sphere: From German to a European Perspective. In *The Public*, 8 (1), pp. 95-108.
- Klimowicz, G., 2006. *Agora vremurilor moderne. Introducere în tainele televiziunii de știri*. București: C.H. Beck.
- Kis, J., 1998. Between Reform and Revolution. *East European Politics and Societies*. 12 (2). pp. 300- 333.
- Klein-Shagrir, O., Keinonen, H., 2014. Public Service Television in a Multi-Platform Environment: A Comparative Study in Finland and Israel. *VIEW Journal of European Television History and Culture*. 03 (06), pp. 14- 23.

- Lerner, D., 1958. *The passing of traditional society: modernizing Middle East*, New York: Free Press of Glencoe.
- Lilleker, D. G., 2008. *Key Concepts in Political Communication*. London: Sage Publications.
- Littlejohn, S. W., Foss, K. A. (eds.), 2009. *Encyclopedia of Communication Theory*. LA: Sage Publications.
- Livingstone, S. M., Lunt, P. K., 1994. *Talk on television: audience participation and public debate*. London: Routledge.
- Livingstone, S., Couldry, N., Markham, T., 2007. Youthful steps towards participation: does Internet help?. In Brian Loader (ed.), *Young Citizens in the Digital Age: Political Engagement, Young People and New Media*, London: Routledge, pp. 21-34.
- Lunt, P., Stenner, P., 2005. The Jerry Springer Show as an Emotional Public Sphere. In *Media, Culture and Society*, 27 (1), pp. 59-81.
- Malina, A., 1999. Perspectives on citizen democratization and alienation in the Virtual Public Sphere. In Hague, Barry N., Loader, Brian D. (eds.), *Digital Democracy: Discourse and Decision Making in the Information Age*, London: Routledge, pp. 23-39.
- Marinescu, V., 2005. *Metode de studiu în comunicare*. București: Niculescu.
- Marinescu, V., 2009. *Cercetarea în comunicare. Metode și tehnici*. București: C.H. Beck.
- McQuail, D., 1987. *Mass communication theory: An introduction*. London: Sage.
- McNair, B., 2000. *Journalism and Democracy, An evaluation of the political public sphere*. London & New York: Routledge.
- Miege, B., 1998. *Gândirea comunicățională*. București: Editura Cartea Românească.
- Miege, B., 2000. *Societatea cucerită de comunicare*. Iași: Polirom.
- Miege, B., 2002. Spațiul public: perpetuat, lărgit și fragmentat. In Pailliant, Isabelle, (coord.), *Spațiul public și comunicarea*, Iași: Polirom, pp. 168-178.
- Miege, B., 2010. *L'Espace Public Contemporain*. Grenoble: Presses universitaires de Grenoble.
- Mitu, B., 2011. Social Movements, Leaders and the Public Sphere. In De Blasio, Emiliana, Hibberd, Matthew, Sorice, Michele (eds.), *Leadership and New Trends in Political Communication*. Rome: Centre for Media and Communication Studies Massimo Baldini, pp. 517-533.
- Mitu, B., 2013. *Media și societatea civilă*. București: Editura Ars Docendi- Universitatea din București.

- Mitu, B. 2015. Romanian Public Service Television: Struggle for Existence in the Digital Era. *Media Watch An International Peer Reviewed Research Journal in Communication and Media*, 6 (3), pp. 365- 373.
- Mouffe, C., 1993. *The Return of the Political*. London: Verso.
- Mustata, D., 2012. Television in the Age of (Post) Communism. *Journal of Popular Film and Television*, 40 (3), pp. 131-140.
- Negt, O., Kluge, A., 1993. *Public Sphere and Experience*. Minnesota USA: University of Minnesota Press.
- Nerone, J.C. (ed.) 1995. Revisiting *Four Theories of the Press*, in *Last Rights: Revisiting Four Theories of the Press*, Urbana, IL: University of Illinois Press, 1–30.
- Nerone, J., 2006. Critical Forum: The Future of Communication History. In *Critical Studies in Media Communication*, 23 (3), pp.254-262.
- Nicolau, V., 2009. *TVR mărire și decădere: Televiziunea publică în România și modelele europene*. Bucharest: Nemira.
- Nieminen, H., 1997. *Communication and Democracy: Habermas, Williams and the British Case*. Saarjarvi: Academica scientiarum Fennica.
- Nordenstreng, K., 1997. Beyond the Four Theories of the press. In Servaes Jan, Rico Lie (eds.), *Media & Politics in Transition: Cultural Identity in the Age of Globalization*, Leuven: Acco, pp. 97-109.
- Obijiofor, L., Hausch, F., 2011. *Journalism across Cultures: An Introduction*. London&NY: Palgrave.
- Ornebring, H., Jonsson, A. M., 2004. Tabloid Journalism and the Public Sphere: a historical perspective on tabloid journalism. *Journalism Studies*, 5 (3), pp.283-295.
- Ornebring, H., 2006. The Maiden Tribute and the Naming of Monsters: Two case studies of Tabloid Journalism as Alternative Public Sphere. *Journalism Studies*, 7 (6), pp. 851-868.
- Pailliar, I., (coord.), 2002. *Spațiul public și comunicarea*. Iași: Polirom.
- Papacharissi, Z. A., 2010. *A Private Sphere: Democracy in a Digital Age*. Cambridge: Polity Press.
- Pasti, V., 1995. *România în tranziție*. București: Nemira.
- Papathanassopoulos, S., 2002. *European Television in the Digital Age*. Cambridge: Polity Press.
- Pattie, C., Patrick, S., Whiteley, P., 2004. *Citizenship in Britain: Values, Participation and Democracy*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Peicheva, D. (2015). Interviu cu autoarea, Sofia.

- Peters, J. D., 1993. Distrust of Representation: Habermas on the Public Sphere. *Media, Culture and Society*, 15 (4), pp. 541-571.
- Price, M. E., 1995. *Television, the Public Sphere, and National Identity*. New York: Oxford University Press.
- Raboy, M. (ed.), 1996. *Public Broadcasting for the 21st Century*. Luton: University of Luton Press.
- Rad, I., 2002. *The Intrusion of the Political Factor in the Programs of the Romanian Television*. Frankfurt (Oder): Europa Universitat Viadrina.
- Raycheva, L., 2008. The Parchwork of Bulgarian Media. *Global Media Journal – Polish Edition*, 1 (4), pp. 69-89.
- Raycheva, L., 2009. Mass media developments in Bulgaria. In Czepek, A., Hellwig, M., Nowak, E. *Press Freedom and Pluralism in Europe: Concepts & Conditions*. UK & USA: Intellect Ltd, pp. 165- 176.
- Revel, J.F., 1993. *Revirimentul democrației*. Bucharest: Humanitas.
- Reiffel, R., 2008. *Sociologia mass-media*. Iași: Polirom.
- Revel, J. F., 1993. *Revirimentul democrației*. București: Humanitas.
- Rumphorst, W., 2004. *The Position of Public Broadcasting in Europe: An Essential Territory for Cohesion*. Geneve: EBU.
- Ryan, M. P., 1992. Gender and public Access: Womens Politics in Nineteenth-Century America. In Calhoun, Craig (ed.), *Habermas and the Public Sphere*, Cambridge MA: MIT Press, pp. 259-289.
- Salvatore, A., 2007. *The Public Sphere. Liberal Modernity, Catholocism, Islam*. New York: Palgrave MacMillan.
- Serafim, G. R., 2015. Interviu cu autoarea, București.
- Siebert, F.S., Peterson, T. and Schramm, W. 1956. *Four Theories of the Press: The Authoritarian, Libertarian, Social Responsibility and Soviet Communist Concepts of What the Press Should Be and Do*. Urbana, IL: University of Illinois Press.
- Silverstone, R., 1999. *Televiziunea în viața cotidiană*. București, Polirom.
- Somers, M. R., 1995. Whats Political or Cultural about Political Culture and the public Sphere? Toward an Historical Sociology of Concept Formation. *Sociological Theory*, 13 (2), pp. 113-144.
- Sparks, C., 1998. *Communism, Capitalism and the Mass Media*. London: Sage Publications.
- Stankushev, B., 2015. Interviu cu autoarea. Sofia

Steemers, J., 1998, On the Threshold of the 'Digital Age': Prospects for Public Service Broadcasting. In Steemers, J. (ed.). *Changing Channels: The Prospects for Television in a Digital World*, Luton: John Libbey Media, pp. 97-124.

Steemers, J., 1999, Between Culture and Commerce: The Problem of Redefining Public Service Broadcasting for the Digital Age. *Convergence: The International Journal of Research into New Media Technologies*, 5 (3), pp. 44-66.

Stevenson, N., 2005. Media, Cultural citizenship and the Global Public Sphere. In Randall D. Germain, Michael Kenny (eds), *The Idea of Global Society: Politics and Ethics in a Globalizing Era*, London: Routledge, pp. 67-98.

Stevenson, R. L., 2003. Freedom of the Press Around the World. In A. Debeer & J. Merrill. (eds.), *Global Journalism: Survey of International Communication*, New York: Longman.

Sparks, C., 2013. What is the "Digital Divide" and why is it important?. *Javnost- The Public: Journal of the European Institute for Communication and Culture*, 20 (2), pp. 27-46.

Spasov, O., 2012. *Balkan Media Barometer: Bulgaria 2012*. Bulgaria: Friedrich-Ebert-Stiftung.

Șoloc, P., 2015. Interviu cu autoarea, București.

Tatulici, M., 1990. (coord.), *Revoluția Română în direct: vol.1*, București: Televiziunea Română.

Terranova, T., 2008. Cyberculture and New Media. In Bennett, T., Frow, J., *The Sage Handbook of Cultural Analysis*, London: Sage.

Theodorescu, R., 1994. *Cele 900 de zile ale manipulării*. București: Editura Tinerama.

Theodorescu, R., 2015. Interviu cu autoarea

Thomassen, L., 2010. *Habermas: A Guide for the Perplexed*. London&New York: Continuum International Publishing Group.

Thompson, J., 2000. *Media și modernitatea*. București: Antet.

Thussu, D. K., 2006. *International Communication: Continuity and Change*. London: Hoddler Arnold.

Thumim, N., Chouliaraki, L., 2010. Legitimising the BBC in the Digital Cultural Sphere. *Javnost- The Public: Journal of the European Institute for Communication and Culture*, 17 (2), pp. 83-100.

Tocqueville, de A., 1956. *Democracy in America*. New York: New Amercian Library.

Tracey. M., 1998. *The Decline and Fall of Public Service Broadcasting*. New York: Oxford University Press.

Tufă, Laura, 2010, „Diviziunea digitală. Accesul și utilizarea Internetului în România, comparative cu țările Uniunii Europene”, în *Calitatea Vieții*, vol. XXI, no. 1-2, pp. 71-86.

Verdegem, P, Hautekeete, L, De Marez, L., 2009. The Analogue Switch-Off in a Cable of the Flemish PSB Management Contract Renewal from an International Perspective. *Convergence: The International Journal of Research into New Media Technologies*, 14 (3), pp. 335-350.

Ward, D., 2002. *The European Union Democratic Deficit and the Public Sphere: An Evaluation of EU Media Policy*. Amsterdam: IOS Press.

Westlund, O., 2013. Mobile News: A Review and Model of Journalism in an Age of Mobile Media. *Digital Journalism*, 1 (1), pp. 6-26.

A N E X E

ANEXA 1

GHIDURI DE INTERVIU

GHID DE INTERVIU (România)

1. Considerați că televiziunea publică a avut un rol important în evenimentele din 1989? De ce?
2. Având în vedere că unii jurnaliști și profesori universitari străini consideră că Revoluția Română a fost un montaj destinat străinătății, considerați că a fost într-adevăr o revoluție transmisă în direct în România? Cât a fost live și cât a fost montaj?
3. De asemenea, jurnaliștii francezi consideră procesul Ceaușescu un exemplu de manipulare televizuală pentru că nu a fost niciodată transmis în întregime și ce a fost transmis este de fapt rezultatul unui montaj și nu o transmisiune în direct. Ce îmi puteți spune despre procesul Ceaușescu?
4. Numeroase lucrări științifice consideră că televiziunea maghiară și bulgară au avut un rol important în declanșarea evenimentelor din 1989. Care credeți că a fost rolul televiziunilor străine în declanșarea Revoluției Române?
5. Cum vedeți drumul televiziunii publice după Revoluție?
6. De câte ori pe săptămână vă uitați la programele Televiziunii Române? Aveți emisiuni preferate?
7. Are conceptul de televiziune publică viitor în România?
8. Care credeți că sunt actualele problemele ale televiziunii publice?
9. Este televiziunea publică influențată/controlată politic?
10. Poate astăzi televiziunea publică să influențeze opinia publică în ceea ce privește anumite proteste/mișcări sociale? Cum?
11. Ce soluții identificați pentru recâștigarea publicului în era digitală?

GHID DE INTERVIU (Bulgaria)

1. Do you consider that the Bulgarian public service television played a major part in the Bulgarian revolution (1989)? Why? What was its attitude back then (for or against the revolution)?
2. How did the Bulgarian public service television support the revolution and how important do you think the broadcasting of the 89 revolution was for the public opinion?
3. In your opinion, what's the Bulgarian public service television story after the revolution? What is its place today in the media landscape?
4. Were the communists contested by the Bulgarian public service television after the revolution?
5. How did Bulgaria receive its king after the revolution? How did the Bulgarian public service television approach the royalty problem?
6. Is the Bulgarian public service television important for the Bulgarian people today? Is it still setting the public agenda?
7. What is the Bulgarian public service television attitude towards the actual social movements? Are they covered and how?
8. Are the public service broadcasters reinventing themselves in the digital era?
9. Is the relevance of the public service television being questioned? Do you think the concept is undergoing any changes?
10. In your opinion, what is the future of the Bulgarian public service television?

ANEXA 2

CHESTIONAR

CHESTIONAR (ROMÂNIA)

1 Vârsta

- ☐ 18-25
- ☐ 26-30
- ☐ 31-40
- ☐ 41-50
- ☐ 51-60
- ☐ 60+

2 Genul

- ☐ Masculin
- ☐ Feminin

3 Mediul de rezidență

- ☐ Rural
- ☐ Urban

4 Care este ultima instituție de învățământ absolvită?

- ☐ Liceu
- ☐ Facultate
- ☐ Master
- ☐ Doctorat

5 Ce surse folosiți pentru a vă informa? (mai multe răspunsuri posibile)

- ☐ Televizor
- ☐ Radio
- ☐ Ziare
- ☐ Internet
- ☐ Social Media (Facebook, Twitter etc)

6 Câte televizoare aveți în casă?

- ☐ nu am televizor
- ☐ 1
- ☐ 2
- ☐ 3
- ☐ 4
- ☐ 5+

7 Aproximativ câte ore pe săptămână vă uitați la televizor?

- ☐ Nu mă uit la televizor niciodată
- ☐ 0-10 ore
- ☐ 10-20 ore
- ☐ 21-30 ore
- ☐ În fiecare zi
- ☐ Toată ziua
- ☐ Other (Please Specify)

8 Cum alegeți să vizionați programe tv?

- ☐ La televizor
- ☐ Online
- ☐ Other (Please Specify)

9 Cât de des urmăriți programele televiziunii publice TVR?

- ☐ niciodată
- ☐ uneori, când sunt transmise evenimente speciale sau când descopăr o emisiune interesantă
- ☐ în fiecare săptămână
- ☐ de 2-3 ori pe săptămână
- ☐ în fiecare zi
- ☐ urmăresc doar programele TVR
- ☐ Other (Please Specify)

10 Ce canale ale televiziunii publice urmăriți cel mai des?

- ☐ TVR1
- ☐ TVR2
- ☐ TVR3
- ☐ TVR HD
- ☐ TVR News
- ☐ Other (Please Specify)

11 Ce emisiuni transmise de TVR cunoașteți/preferăți?



12 Ce tipuri de emisiuni ați dori să vedeți la TVR?



13 Având în vedere numărul mare de posturi tv disponibile, considerați că în România mai este nevoie de televiziune publică?

- ☐ Da
- ☐ Nu
- ☐ Other (Please Specify)

14 Dacă da/nu, de ce?



15 Care credeți că sunt problemele actuale ale TVR? (mai multe răspunsuri posibile)

- ☐ audiență scăzută
- ☐ competiția cu televiziunile particulare
- ☐ calitatea precară a programelor
- ☐ angajați care nu se adaptează vremurilor
- ☐ lipsa din mediul online, lipsa unei strategii digitale pentru atragerea publicului tânăr
- ☐ conducerea/administrarea defectuoasă a bugetului
- ☐ nu se adresează tuturor tipurilor de public

Other (Please Specify)

16 Sunteți utilizator de internet?

- ☐ Da
- ☐ Nu

17 Aproximativ câte ore pe săptămână folosiți internetul

- ☐ 0-5
- ☐ 6-10
- ☐ 11-20
- ☐ 21-29
- ☐ 30+
- ☐ În fiecare zi
- ☐ Sunt online tot timpul

18 Unde aveți acces la internet? (mai multe răspunsuri posibile)

- ☐ Acasă
- ☐ La serviciu
- ☐ La facultate
- ☐ Bibliotecă și alte instituții publice

19 Care dintre principiile serviciului public de televiziune considerați că respectă TVR (mai multe răspunsuri posibile)

- ☐ solidaritate
- ☐ egalitate
- ☐ independență
- ☐ autonomie
- ☐ calitate
- ☐ diversitate
- ☐ creativitate
- ☐ inovație
- ☐ forum pentru discuții publice
- ☐ oferă programe adecvate tuturor tipurilor de public
- ☐ respectă și promovează cultura, educația, arta, identitatea națională
- ☐ educă publicul prin oferirea unor programe de calitate care nu se regăsesc în grilele televiziunilor particulare

Other (Please Specify)

20 Cu care dintre următoarele afirmații sunteți de acord

Prin interactivitate înțeleg

- ☐ vot cu telefonul mobil în timpul emisiunilor tv
- ☐ posibilitatea telespectatorilor de a comunica cu producătorii, de a sugera invitați și subiecte de discuție, sau de a își exprima opinia în legătură cu o emisiune sau subiect
- ☐ Other (Please Specify)

21 Ați urmărit vreodată programele TVR live online?

- ☐ Da
- ☐ Nu

22 Ce soluții vedeți pentru viitorul TVR, pentru recăștigarea publicului în era digitală?

- ☐ reorganizarea, angajați noi, emisiuni noi
- ☐ folosirea mediului online pentru promovare și implicarea publicului
- ☐ să ofere publicului ceva diferit, să lupte pentru cauzele oamenilor, să le asculte opiniile
- ☐ să crească taxele pentru a își spori bugetul
- ☐ să aibă o strategie virtuală, să ofere oamenilor acces la programele sale oriunde și oricând
- ☐ să fie o instituție deschisă cu deschidere spre interactivitatea
- ☐ să folosească social media pentru a afla problemele și poveștile oamenilor de rând

Other (Please Specify)

23 Credeți că TVR influențează opinia oamenilor cu privire la proteste/mișcări sociale?

- ☐ Da
- ☐ Nu
- ☐ Other (Please Specify)

24 Dacă da/nu, de ce?

25 Considerați că în România televiziunea publică este influențată politic în transmisia mișcărilor sociale?

- ☐ Da
- ☐ Nu
- ☐ Other (Please Specify)

26 Dacă da/nu, de ce?

27 Ați participat vreodată la un protest după ce ați urmărit transmisiunea în direct la televizor?

- ☐ Da
- ☐ Nu

28 Ce canal TV din România preferați să urmăriți atunci când au loc proteste în țară sau în lume?

Finish Survey

CHESTIONAR (BULGARIA)

1 Age

- ☐ 18-25
- ☐ 26-30
- ☐ 31-40
- ☐ 41-50
- ☐ 51-60
- ☐ 60+

2 Gender

- ☐ Male
- ☐ Female

3 Residency

- ☐ Urban
- ☐ Rural

4 What is the highest level of education you have completed?

- ☐ High school
- ☐ University
- ☐ Master studies
- ☐ PhD
- ☐ Post-doc
- ☐ Other (Please Specify)

5 Approximately how many hours per week you spend watching tv in an average week?

- ☐ I don't watch tv shows on tv or online
- ☐ 0-5
- ☐ 6-10
- ☐ 11-20
- ☐ 21 or more
- ☐ Everyday

6 How many TV sets do you have in the house?

- ☐ I don't have a tv set
- ☐ 1
- ☐ 2
- ☐ 3
- ☐ 4
- ☐ 5+

7 What platform do you use for watching tv programmes?

- ☐ TV set
- ☐ Internet
- ☐ Other (Please Specify)

8 What TV programmes do you prefer to watch?

- ☐ News
- ☐ Reality shows
- ☐ Drama
- ☐ Sports
- ☐ Music shows
- ☐ Documentary
- ☐ Animated sit-coms (Family guy, The Simpsons etc)
- ☐ Stand-up comedy shows

9 How many hours per week you watch Bulgarian public television's programmes?

- ☐ Never
- ☐ Sometimes, on special occasions
- ☐ 1-5
- ☐ 6-10
- ☐ 11-20
- ☐ Daily
- ☐ More than 2 hours per day

10 What do you think the problems of public service television are?

- ☐ Low audiences
- ☐ Competence with the private tv channels
- ☐ Quality of programmes
- ☐ Not able to control its budget- poor management
- ☐ No digital strategy- not using digital technologies to attract audiences

Other (Please Specify)

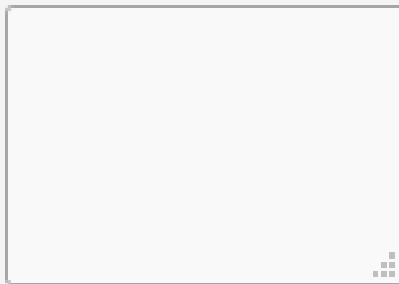
11 Please identify solutions for the future of public television

- ☐ Reorganisation and excellent managers
- ☐ Use new media tool to increase public participation
- ☐ Regain people's trust by supplying accurate and reliable information
- ☐ Represent ordinary people
- ☐ Increase taxes to increase its budget

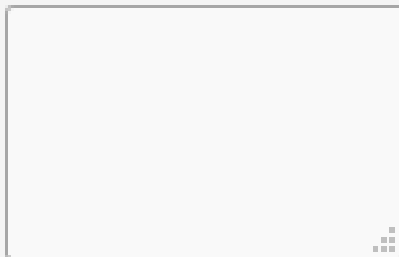
Other (Please Specify)

12 Considering the number of commercial tv channels available do you consider that public television is still necessary? If yes/no, why?

12 Considering the number of commercial tv channels available do you consider that public television is still necessary? If yes/no, why?



13 What tv shows would you like to see on the Bulgarian public television?



14 Are you an internet user?

- ☐ Yes
- ☐ No

15 Approximately how many hours do you spend online in an average week in total?

- ☐ 0-5
- ☐ 6-10
- ☐ 11-20
- ☐ 21-29
- ☐ 30 or more
- ☐ I'm online all the time
- ☐ Other (Please Specify)

16 Please select the location of your internet access

- ☐ Home
- ☐ Work
- ☐ School/University
- ☐ Public library
- ☐ Everywhere/ Smartphone

Other (Please Specify)

17 Do you ever watch public service television's programmes online

- ☐ Yes
- ☐ No

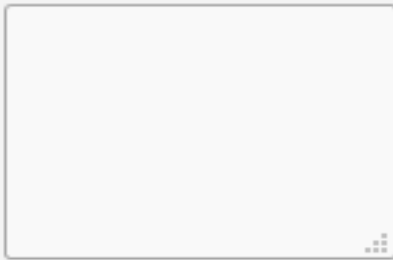
18 Which of the following values do you consider that the Bulgarian public television still respects?

- ☐ solidarity
- ☐ equality
- ☐ editorial independence
- ☐ creativity, quality
- ☐ forum for public discussion
- ☐ tv programmes for all the people
- ☐ promotes art, education, culture, national identity

Other (Please Specify)

19 Do you consider that Bulgarian public television influences people's opinion on social movements? If yes/no, why?

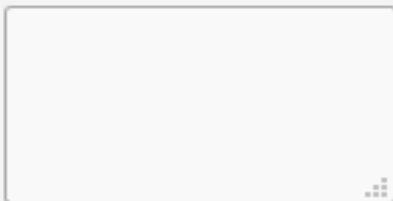
20 Do you think that the public service television is politically controlled when broadcasting social movements? If yes/no, why?



21 Have you ever decided to participate to a protest after seeing it broadcast on television?

- ☐ Yes
- ☐ No

22 What Bulgarian TV channel do you prefer to watch when there are protests in your country or in the world?



Finish Survey

ANEXA 3

INTERVIURI

1. Considerați că televiziunea publică a avut un rol important în evenimentele din 1989? De ce?

Televiziunea publică a fost factorul hotărâtor și catalizator în evenimentele din 1989. Grație televiziunii populația României a aflat de căderea lui Ceaușescu, de principalele înfruntări din București și de ecoul imediat al acestora pe plan internațional. Mai mult decât atât, transmiterea evenimentelor de televiziunea publică a fost o premieră mondială, precedând cu puțin alte două “transmisiuni mondiale” anume Războiul din Golf și Puciul de la Moscova.

2. Având în vedere că unii jurnaliști și profesori universitari străini consideră că Revoluția Română a fost un montaj destinat străinătății, considerați că a fost într-adevăr o revoluție transmisă în direct în România? Cât a fost live și cât a fost montaj?

Evident a fost o transmisiune în direct și idea montajului este absurdă iar uneori tendențioasă. Mă refer aici la ceea ce s-a transmis din studioul 4, ceea ce a fost în stradă a fost filmat de oamenii televiziunii și ulterior transmisiunile live au fost combinate cu reportajele din stardă și numai din acest punct de vedere se poate vorbi de un montaj. Montaj transmis ulterior în jurnalele de știri.

3. De asemenea, jurnaliștii francezi consideră procesul Ceaușescu un exemplu de manipulare televizuală pentru că nu a fost niciodată transmis în întregime și ce a fost transmis este de fapt rezultatul unui montaj și nu o transmisiune în direct. Ce îmi puteți spune despre procesul Ceaușescu?

Procesul a fost transmis în două etape: cea din 25 decembrie în care din motive de securitate au fost eliminate figurile participanților și cea de a doua din 22 aprilie 1990 care a fost dată înainte de începutul campaniei electorale și în care pentru prima dată au fost văzuți participanții. În legătură cu aceasta presa occidentală și, mai ales în cea franceză a existat idea cel puțin bizară că Ceaușescu a fost executat în altă parte și că totul a fost un montaj. Discuțiile pe care le-am avut cu doi dintre participanți direcți Gelu Voican Voiculescu și colonelul Baiu, singurul care a filmat, m-au lămurit asupra unor aspecte neclare. De fapt, singurul aspect neclar pentru mine era acela că între ieșirea condamnaților din încăpere și moartea lor nu a existat nicio fază intermediară (de pildă, punerea lor la zid). Explicația pe care mi-a dat-o col. Baiu este foarte simplă. Din cauza busculadei create, cei trei soldați care au format plutonul de execuție au ieșit cu condamnații înainte ca operatorii să poată ieși și ei pe coridor, iar execuția s-a făcut într-un mod extrem de spontan, începându-se tragerea fără ordin.

4. Numeroase lucrări științifice consideră că televiziunea maghiară și bulgară au avut un rol important în declanșarea evenimentelor din 1989. Care credeți că a fost rolul televiziunilor străine în declanșarea Revoluției Române?

Televiziunea maghiară și bulgară au fost importante prin transmiterea pentru români a unor programe mai “Europene”. Nu se poate spune însă că ele au avut un rol în evenimente. Televiziunea iugoslavaă a fost cu mult mai importantă din acest punct de vedere. A fost un episod prezentat de toate televiziunile, este vorba de mutarea din Timișoara a lui Lazbo Tokesi. Nu se poate spune însă, după parerea mea că ele au avut un rol direct. Rolul cel mai important, paradoxal, nu l-au jucat televiziunile care nu au avut imagini dramatice de la Timisoara, ci radiourile. Se poate

vorbi de o difuzare a informațiilor radio în chip concentric, de la radiourile și agențiile de știri iugoslave și maghiare către Europa liberă și BBC. Acestea au transmis înregistrări audio cu împușcăturile și strigătele de la Timișoara. Și acestea au catalizat atenția publicului românesc spre Timișoara. Așadar, televiziunile străine au menținut un anumit climat, dar radiourile au fost cele care au transmis mai pregnant drama de la Timișoara. Adaug ca tot televiziunea din Iugoslavia și Ungaria sunt cele care au dat imaginile din cimitirul de la Timișoara cu interpretările eronate ale unor masacre barbare (este vorba de femeia care avea pe piept fătul care îi fusese omorât). S-a limpezit faptul că lucrul acela nu ținea de un eveniment legat de revoluție; se pare că este vorba de un aspect care ține de înhumările din cimitirul săracilor din Timișoara. Este adevărat că locuitorii din Timișoara poate și ale unor alte orașe din Transilvania, au avut acces încă din luna noiembrie la imagini legate de căderea zidului Berlinului prin televiziunea iugoslavă.

5. Cum vedeți drumul televiziunii publice după Revoluție?

Aici sunt subiectiv, doi ani și jumătate cât am condus Televiziunea Română socotesc că rolul sau a fost fundamental (de exemplu, în campania electorală) mai ales din motivul foarte simplu că era unica televiziune. Ideea mea a fost aceea de a privatiza canalul doi și începusem tratative în acest sens cu o companie canadiană. După plecarea mea (iulie 1992) aceste tratative au fost sistate, dar luând ființă CAN-ul, unde eu eram membru din toamna lui 1992 a început fenomenul privatizării în audiovizual. Perioada de după 1993 a însemnat începutul unei concurențe și al scăderii accelerate a rolului TVR. În vremea mea conceptul de televiziune publică s-a înființat în 90-92. După 93 a început o perioadă de scădere drastică în audiențe din cauza unei politizări excesive în perioada 96-2000. S-au lansat primele televiziuni particulare cu capital străin (anglo-american). În 90-92 au considerat că genul proximal al televiziunii publice este televiziunea publică franceză, spaniolă și italiană pentru că ele reprezintă o structură de televiziune publică care îmbină știrea cu comentariul, în timp ce formula BBC este formula *less is more*, news fără comments. Pornind de la acest principiu am stabilit legături cu televiziunile acestea și am dat pe programul 2 și știrile italiene și spaniole, în timp ce presiunea cea mare era presiunea BBC, BBC-ul a dat tehnologie, sprijin logistic micilor televiziuni și programe unor stații din micile orașe.

6. De câte ori pe săptămână vă uitați la programele Televiziunii Române? Aveți emisiuni preferate?

În momentul de față emisiunea preferată este cea la care am stabilit un record de participare pentru că din 1966 particip la ea Teleenciclopedia cu o singură întrerupere în cei 10 ani în care am fost interzis, în rest mă mai uit la Digi, B1, România Tv, Antenă.

7. Are conceptul de televiziune publică viitor în România?

Nu are viitor în România pentru că publicul nostru este din punct de vedere politic extrem de segregat, nu există o comunitate națională, un public amator de o viziune cât de cât unitară. Publicul este împărțit politic, televiziunile particulare sunt împărțite politic. Televiziunea publică este televiziunea care corespunde nevoilor diferite ale publicului, ea nu trebuie să răspundă nevoilor politice, ci culturale și educative. Ar trebui să educe publicul. Nu există public cultivat. Ar trebui ca statul să dea bani ca să nu existe publicitate.

8. Care credeți că sunt actualele problemele ale televiziunii publice?

Televiziunea publică trebuie să meargă spre educație, cultură și să aibă un sprijin material care să o dispenseze de publicitate după modelul BBC și al televiziunilor scandinave. Știu însă că acest lucru e utopic într-o televiziune care are două "defecte": reprezintă un public sărac și un public care nu e doritor de prea multă educație.

9. Este televiziunea publică influențată/controlată politic?

Da, orice televiziune publică este controlată politic, mai subtil sau mai direct. În momentul în care primește bani de la guvern, ea nu poate să contrazică guvernul, poate eventual doar să evite anumite lucruri. Eu sunt partizanul manipulării, dar manipularea trebuie să fie inteligentă, manipularea este o navigare și eu am făcut-o în momente grele. În '92, eu având sentimente republican, am oglindit totuși venirea regelui în România. Ca urmare, FSN m-a acuzat că sunt regalist, restul m-au acuzat că sunt FSN-ist.

10. Poate astăzi televiziunea publică să influențeze opinia publică în ceea ce privește anumite proteste/mișcări sociale? Cum?

Nu, Televiziunea Română neavând o rată de audiență foarte mare nu poate influența. Protestele care au avut loc în România în 2012 au fost transmise amplu de televiziunile de știri particulare. Nu am văzut, dar mi s-a spus că povestea cu Raed Afarat nici nu a fost transmisă la TVR.

11. Ce soluții identificați pentru recâștigarea publicului în era digitală?

Televiziunea publică va fi la coada televiziunilor pentru că, convingerea mea este că în România o televiziune care să reprezinte întregul public nu e posibilă, publicul românesc e atât de fragmentat, de latin, de exuberant, pasional, încât își caută refugiul pe diferite segmente în diferite forme de expresie audiovizuală.

INTERVIU PAUL ȘOLOC (România)

1. Considerați că televiziunea publică a avut un rol important în evenimentele din 1989? De ce?

A avut pentru că și-a îndeplinit rolul informativ al unei televiziuni publice.

2. Având în vedere că unii jurnaliști și profesori universitari străini consideră că Revoluția Română a fost un montaj destinat străinătății, considerați că a fost într-adevăr o revoluție transmisă în direct în România? Cât a fost live și cât a fost montaj?

Totul a fost live.

3. De asemenea, jurnaliștii francezi consideră procesul Ceaușescu un exemplu de manipulare televizuală pentru că nu a fost niciodată transmis în întregime și ce a fost transmis este de fapt rezultatul unui montaj și nu o transmisiune în direct. Ce îmi puteți spune despre procesul Ceaușescu?

Televiziunea a transmis o casetă înregistrată și montată de armată, care a filmat și editat imaginile. Personal, n-am auzit de nicio execuție transmisă direct de vreo televiziune.

4. Numeroase lucrări științifice consideră că televiziunile străine, televiziunea maghiară și bulgară au avut un rol important în declanșarea evenimentelor din 1989. Care credeți că a fost rolul televiziunilor străine în declanșarea Revoluției Române?

Nu am date despre vreun asemenea “rol”.

5. Cum vedeți drumul televiziunii publice după Revoluție?

Până în 1997 a fost un drum ascendent, gradual, spre profesionalizare, echilibru și înlăturarea tarelor din perioada comunistă. A urmat o perioadă de evidentă subordonare politică și de epurări exact ca în comunism. Cred – și nu numai eu, că cea mai fastă perioadă pentru TVR a fost între anii 2000 și 2005. Începând cu 2006 “drumul TVR” a fost numai spre imensa groapă în care a ajuns astăzi.

6. De câte ori pe săptămână vă uitați la programele televiziunii publice? Aveți emisiuni preferate?

Niciodată. Deprofesionalizarea este atât de evidentă, încât nu am la ce să mă uit.

7. Are conceptul de televiziune publică viitor în România?

Ar trebui să aibă, dar numai dacă urmează modelele editoriale ale televiziunilor europene din Germania, Franța și Marea Britanie.

8. Care credeți că sunt actualele problemele ale televiziunii publice?

Deprofesionalizarea și imensele datorii financiare, coroborate cu lipsa de interes și absența sprijinului autorităților publice.

9. Este televiziunea publică influențată/controlată politic?

Există o anumită influență politică inerentă legată de legislația în vigoare.

10. Poate astăzi televiziunea publică să influențeze opinia publică în ceea ce privește anumite proteste/mișcări sociale? Cum?

Cred că întrebarea excede menirea unei televiziuni publice. Nicio televiziune nu-și propune să influențeze mișcări de stradă, doar informarea publicului.

11. Ce soluții identificați pentru recâștigarea publicului în era digitală?

Dezvoltarea interactivității cu publicul, identificarea mai exactă a nevoilor publicului.

INTERVIU VALENTINA GUEORGUIEVA (Bulgaria)

1. Do you consider that the Bulgarian public service television played a major part in the Bulgarian revolution (1989)? What was its attitude back then (for or against the revolution)?

I cannot remember the events from 89-90 in detail. What I clearly remember is the announcement on the 10 of November that Todor Zhivkov is no longer secretary general. It was in the evening news. And the emotions it created around me. We were somehow confused and did not know what to expect. We somehow still waited for the next decision of the party - who comes next? So on the next days we were stuck to the TV, but I lost patience very soon. It did not turn out to be an easy solution and the confusion continued for a while. Then came the demonstrations. I do not remember quite well. But we learned from them on the TV, because at that time I was not an active protester yet, you know :) So I assume that the coverage was sufficient, I had no other source of information but BNT (the public television). Also, at that time, in my family we listened to the radio very much, we had a favorite Sunday show (with Western pop music) in the family, which was just the same before and after the changes, we still listened to it. That's again on the public service radio. And there was a daily emission from 12 to 15 with political content (news and comments) that we listened very much. As you know already, there was this strike with "Let it be", that I have very bright memories about. So yes, public television played a very important part after November 1989, in spreading the new ideas, political comments, news about demonstration and so on. I think I could read it already back then that they were rather pro-democratic and anti-communist. Though I cannot base this on an analysis - It was in my teen-age years.

2. How did the Bulgarian public service television support the revolution and how important do you think the broadcasting of the 89 revolution was for the public opinion?

Well, there was no revolution, no events to broadcast :) Just the games of the party elite within themselves. And also the masses of people in peaceful protest on the streets, from later dates (starting in December 1989, as far as I can remember). Then came the elections, and that was the huge event - how to present the candidates, the regulation of airing time for their campaign, that was all very new. But I remember that there were public debates on national TV between the political candidates. Also, the public radio broadcasted live the sessions of the so-called 'Round table' where dissidents, intellectuals and politicians debated how to organize the elections, should it be a general assembly for new constitution, with what rules, etc. I cannot clearly remember. The public opinion, uh. Of course it was important. There was no other media back then. It's the media who create public opinion, so I guess it was crucial. Just for reference, NOVA started in 1994 and bTV in 2000.

3. In your opinion, what's the Bulgarian public service television story after the revolution? What is its place today in the media landscape?

I cannot really tell you the whole story, because I left in 1999 for 6 years to do a PhD abroad. When I returned I did not really watch TV anymore. But the overall picture is that it is stable, the funding goes quite fluently from the national budget. There was a time when every journalist in a corporate TV complained about all those in BNT who receive the highest salaries and do nothing. But I guess that's professional envy. It is very hard to get in as a journalist. Today - it has a rather conservative programme policy. As I told you, the same emissions remain untouched for more than 25 years. Niki also mentioned some programmes that are ridiculously untouched by time. I

can give you the example with Panorama - the emission on politics from Friday night - very conservative, elitist, serious news. In general, it is the channel of the anti-communist elites and of the old people. Their attempts at attracting younger audience are ridiculous (hiring the sons and daughters of the artistic elites to do a talk show, or whatever they can just to have a job).

4. Were the communists contested by the Bulgarian public service television after the revolution?

Cannot remember. Probably. But not openly, I suppose.

5. How did Bulgaria receive its king after the revolution? How did the Bulgarian public service television approach the royalty problem?

Well this guy is still a problem!!! Now, the church has decided that he is the right honourable king of Bulgaria and will insert his name in the official text of the religious service ... Of course, it was covered by the media, and with criticism. BNT is critical also. I cannot tell you the story of his 4 years in office as prime-minister and the coverage of the public television of all that he did, it is huge. In short, they treated him as a regular prime minister. They are definitely republican, I would say.

6. Is the Bulgarian public service television important for the Bulgarian people today? Is it still setting the public agenda?

I do not believe that it is setting the public agenda. Corporate media are more influential. And still they are not setting the public agenda, because the public opinion is aware of the dependencies they have, with economic and political elites involved. They are setting the agenda of entertainment. And since 2013 they have (all TV channels, not only BNT) started to clear a bit their image by covering the protests, but still not very successfully.

7. What is the Bulgarian public service television attitude towards the actual social movements? Are they covered and how?

I can say that 2013 is a turning point. Social movements were not covered at all before 2012, or covered in the framework of (police) violence, protesters being presented as football hools and so ... The first environmental protest to be covered by national media was in June 2012, and again in the framework of violence. One of the channels insisted mainly on a sort of dogfight (there was no huge fight of course) between one of the protesters and a reporter. Nothing to do with the cause of the protest. The public television covered the protest only on the third day, as if nothing happened on the previous two. And a third one framed it under the title 'the environmentalists destroyed/trampled? the flowers at Orlov most'.

During the winter protests 2013 they covered but they did not know what to say - they offered no interpretation (apart from the usual 'football hools' invade the streets and block traffic). And in fact nobody was able to offer a valid interpretation back then, because nobody knew what is happening. So in a way they tried. And then in the summer 2013 it was an overflow of coverage of protests. I think the peak was reached with the student occupation of Sofia University in October and November 2013. They were all the time in the news, we got sick of them. And when the students were off, then came their professors with comments and interpretations of what the students did, you know, the style of the TV intellectuals who are all the time on TV. It was overexposed.

8. Are the public service broadcasters reinventing themselves in the digital era?

They have this channel Bulgaria on air, it is via internet, I am not sure though ...

9. Is the relevance of the public service television being questioned? Do you think the concept is undergoing any changes?

There was a debate at a certain point about the contracts with advertisers. There were those who think that since it is public TV, then the amount of publicity should be restricted. but I am not sure that this debate was not launched by concurrent corporate agents. So I did not really understand as happened. And also, it was directed personally against Viara Ankova... But she is now still the director, so I guess that was a marginal black PR campaign. Not sure.

10. In your opinion, what is the future of the Bulgarian public service television?

Well its audience is quite old... I do not know. A lot of people simply do not watch TV in Bulgaria. I do not think they will do something to become more adequate, they are simply eternal.

Restul interviurilor se găsesc în format audio pe CD