

RECENZII

Zoltán Rostás și Sorin Stoica
(coord.)

Televizorul în „micul infern”,
București, Editura Tritonic,
2005, 272 p. Colecția
Comunicare/Media

În 2004 s-au raportat frecvente conflicte între jurnaliști și proprietarii companiilor de media, problema cenzurii a fost pe prima pagină a ziarelor centrale, s-au ținut conferințe de presă despre amestecul puterii politice în spațiul editorial, iar demonstrațiile din fața Parlamentului au adunat ONG-uri, asociații profesionale și jurnaliști deopotrivă. Și totuși, agenda media și agenda politicului nu au influențat semnificativ agenda publicului lor – sau cel puțin cu această impresie rămânem după parcurgerea lucrării *Televizorul în „micul infern”* (Editura Tritonic, 2005), coordonată de profesorul Zoltán Rostás și asistentul său, Sorin Stoica.

Cartea prezintă mai curând „micul infern” (metaforă cu care este descris spațiul vieții private) în etape diferite ale raportului său cu agenda media. O primă fotografiere a „micului infern” este de dată recentă, din 2004. A doua presupune o întoarcere în anii 1993-1994. Familia, *celălalt*, „micul infern” sau raporturile de putere din grupul primar sunt surprinse în fața „micului ecran”, mai întâi în perioada sărbătorilor de Paști în 2004 și apoi în zilele de Crăciun din '93-'94.

Modul cum viața privată a românilor în postcomunism intră sau nu sub influența televizorului este redat într-o manieră etnografică. Zoltán Rostás este cunoscut pentru preocupările privind Școala de Sociologie

de la București, iar cercetările sale de istorie orală se bazează pe tehnica interviului (nestructurat) de viață. Cine este familiarizat cu studiile lui Rostás va fi luat prin surprindere de ineditul tipului de proiecție pe care o propune de această dată. Studenții Facultății de Jurnalism și Științele Comunicării din anul II au primit ca temă de seminar să observe în detaliu comportamentul și experiențele membrilor familiei lor în relația cu televizorul. Coordona-torul mărturisește în *Prefață* că studenții au avut această sarcină pentru vacanță.

Studenții fac parte din două generații separate la o distanță de un deceniu. De aceea, și viața publică cu împlinirile sau neajunsurile ei este atât de diferită. Ca să dăm numai un exemplu din agenda politică: 2004 este anul în care România a încheiat negocierea celor 31 de capitole cu Uniunea Europeană și este deja membră a NATO. În decembrie 1994, Consiliul European de la Essen adopta strategia de preaderare, al cărei scop era pregătirea economiei candidaților pentru funcționarea în conformitate cu regulile Pieței Interne a Uniunii Europene, iar Acordul de Asociere a României la Uniunea Europeană urma să intre în vigoare abia la 1 februarie 1995.

Rostás și Stoica își asumă explicit, încă de la început, ipoteza specifică domeniului analizei receptării: în familie, televizorul este mai degrabă un obiect de decor, pe durata în care televizorul este deschis oamenii își continuă viața în mod obișnuit, discutând despre altceva, mâncând, certându-se sau împăcându-se, mai mult sau mai puțin în fața micului ecran. Observațiile studenților din ambele generații

întăresc apoi prezumțiile inițiale : „Rareori privim la TV în timp ce ascultăm știrile. De obicei ne apucăm să facem mâncare sau curățenie în timp ce crainicul vorbește” (Diana Ursachi) ; „Televizorul încă mai merge. De azi de dimineată de când i-a dat tata drumul. Nu îl ascultă nimeni, este un zgomot de fundal” (Paula Sandu) ; „Doar anumite emisiuni sunt urmărite : «Iartă-mă», «Surprize, surprize» și câteodată știrile. În afara acestora, oamenii spun : «Nu este nimic la televizor»” (Ioana Mucenic). Sau confesiunea supremă : „O singură satisfacție am la țară, privitor la televizor – pot să adorm. Televizorul este așezat chiar în fața patului și pot să adorm în timp ce mă uit la televizor. Mi s-a părut că vacanța asta m-am uitat la televizor doar ca să adorm mai repede” (Ioana Mucenic).

Ipoteza coordonatorilor este confirmată de fiecare nouă cercetare : mass-media au o influență neglijabilă în viața de zi cu zi a publicului. „Paradoxal la mine este că, deși sunt studentă la FJSC, nu m-am mai uitat la știri din clasa a VIII-a, de când am înțeles că în România nu se întâmplă nimic extraordinar peste noapte și nu vezi decât aceleași imagini deprimante și promisiuni deșarte în fiecare zi.” (Irina Mihăilescu) Și doar „pentru că a fost Paștele, am petrecut ceva mai mult timp în fața televizorului, în restul timpului televizorul este un simplu somnifer. Mama întotdeauna adoarme în fața televizorului. [...] Televizorul a înlocuit o vază cu flori și nimic mai mult” (Anița Oltețeanu). Perspectiva generală asupra media este aceea a efectelor slabe, modelul *uses and gratification*.

Apar și păreri în contra curentului majoritar : efectele media nu sunt puternice, nu este schema liniară a „glonțului magic” (Melvin DeFleur) și nici teoria „stimul-răspuns” fondată pe credința în uniformitatea reacțiilor umane la aceiași stimuli.

(Modelul hegemonic a fost schițat de Antonio Gramsci și reluat de reprezentanții Școlii de la Frankfurt : Adorno și Habermas.) Efectele sunt recunoscute ca subtile, deși limitate. Modelul este *agenda setting* (Shaw și McCombs) sau *uses and gratifications*. Mass-media nu ne determină să gândim într-un fel anume, dar ne determină să ne gândim la ceva anume : „Știu că atunci când a fost prima dată «Basic Instinct» (mama) nu m-a lăsat să mă uit pentru că «este pentru oameni mari», iar eu am tras cu ochiul la TV de pe geamul din baie, care dă în balcon, de unde se vede oblic ecranul TV-ului. Ce face curiozitatea din oameni...”. Sau „Mi-aduc aminte că mama, astă-vară, când a cântat Ricky Martin la Cerbul de Aur, m-a sunat să mă întrebe dacă mă uit la recitalul lui. Ceea ce și făceam, deși era unu noaptea și eu eram la mare” (Irina Mihăilescu). Altcineva observă că „din una în alta, am ajuns la un subiect în mare vogă : Big Brother. Și dacă tot a venit vorba, am dat și drumul la TV, că tocmai trebuia să începă” (Diana Ursachi).

Timpul petrecut în fața televizorului este perceput de unii receptori și ca o tentativă de anulare a libertății de alegere și de consum : „Este interesant că mama vede uneori televizorul ca pe un mic viciu : «Am stat aseară la televizor până la două când am atâta treabă de dimineată»” (Ioana Mucenic) sau „Pentru mine TV-ul nu constituie «zgomot de fond» ; nici chiar radioul. Eu mă implic foarte tare în receptarea acestor media. De aceea, nici nu pot sta toată ziua cu TV-ul deschis, pentru că mă absoarbe și mă întrerupe din celelalte activități” (Irina Mihăilescu).

Instruiți de profesorii lor, studenții au ca puncte de reper în observarea relației dintre familie și televizor : vorbitul la telefon, perioada de funcționare a televizorului în timpul zilei, mâncatul în fața ecranului, poziția televizorului în cameră,

controlul asupra telecomenzii și, pe deasupra, jurnalul zilnic de observare participativă. Transferate din studiile de kinezică și proxemică, observațiile despre controlul asupra telecomenzii sunt analize fine ale luptei continue pentru putere în interiorul familiei, dar și asupra tipului de cultură politică specifică unui grup primar sau altuia: sunt culturile paternaliste, familii în care tatăl decide care este canalul care poate fi urmărit de ceilalți. „Singurul motiv real de dispută între noi rămânea televizorul: el voia să se uite mereu la Discovery și mai ales la emisiunile despre pescuit, eu la MTV” (Irina Mihăilescu); ori sunt culturile care acceptă contestarea autorității între generații, dar care au totuși o tentă parohială: „Între mine și tata este o continuă luptă pentru telecomandă. Amândoi suntem foarte încăpățânați, nici unul nu cedează. [...] Tata: «Auzi, da' tu n-ai nimic mai bun de făcut? O temă, un... ceva de citit? Vezi, dacă ai prea mult timp liber! Tu trebuia să fi trăit colo, la țară, să te fi văzut eu atunci dacă ai mai fi avut gura la fel de mare după ce veneai moartă de oboseală de la câmp... N-ai fi știut cum să te duci mai repede la culcare...». Imediat după asta urmează partea în care îmi povestește cât de isteț și silitor la învățătură era el și cum ducea vaca la păscut, de-l târa prin porumb, și el tot nu dădea drumul la carte: «Cu cartea într-o mână și cu funia de la vacă în cealaltă» (am citat)” (Paula Sandu). Dar sunt și culturile politice mai deschise, familii mai democratice, unde majoritatea sau cei mai mulți decid ce trebuie vizionat: „Atunci când mama, tata și Subsemnata privesc împreună la televizor, telecomanda se află la tata. Iar dacă mama și Subsemnata cad de acord asupra unui program, tata pleacă la televizorul din dormitor, unde se uită la ce vrea el” (Andreea Stan).

Ceea ce ni se confirmă este rolul, uneori primar, pe care televizorul îl are

în socializare: „Când eram mică, TV-ul era într-adevăr un *prieten* pentru mine. Dacă nu îl deschideam, mă simțeam foarte singură, mai ales dacă mama ajungea mai târziu seara. Și recent, când am mai rămas singură noaptea, am ținut TV-ul deschis până m-am culcat” (Irina Mihăilescu).

Televizorul poate face din micul infern un infern și mai mare sau, ca să parafrazăm un sociolog al mass-media, televizorul este dovada cea mai bună că oamenii preferă să se uite la orice altceva decât unii la alții: „În cazul cuplurilor, nu sunt de acord cu opțiunea de a avea două televizoare în camere diferite și să se uite fiecare la ce vrea: îndepărtează oamenii. Doar în cazul generațiilor diferite (părinți, copii) sunt de acord cu TV-uri diferite. Deși acum moda la tineret este mai degrabă să ai un computer bun cu TV tuner” (Irina Mihăilescu). Și tot în vacanța de Paști din 2004, televizorul este motiv de conflict: „Tata o ponegrea pe mama că este nesimțită, că și de Înviere ea se uită la telenovela aia imbecilă, în timp ce pe TVR2 era Iisus din Nazareth: «Uită-te și tu la mă-ta, se uită la porcăria aia și acum, de Înviere. Am plecat din cameră, că nu mai suportam»” (Anița Oltețeanu).

Lectura cărții coordonate de Zoltán Rostás și Sorin Stoica nu este fascinantă doar pentru perspectiva antropologiei politice. Ea poate fi citită și ca o lucrare de istorie a presei postcomuniste în raportul cu obișnuințele de consum media.

Peisajul mediatic românesc în vacanța de Crăciun din 1994 este radical diferit de cel surprins în vacanța de Paști din 2004. Presa scrisă se individualizează între 1990 și 1992 prin creșterea rapidă și haotică a titlurilor și a tirajelor, iar partizanatul era politică redacțională între 1990 și 1993. Interesul publicului pentru ziare era mult mai ridicat decât urma să ajungă cel pentru televiziune. Apariția *Evenimentului zilei* a

însemnat impunerea presei de scandal (tabloidă), deși în continuare se abuza de vechiul limbaj ceaușist și de readucerea în actualitate a temelor vechiului regim. În '93-'94 asistăm în media la monopolul de stat al audiovizualului. La puțin timp după Revoluție, Societatea Română de Radiodifuziune și Televiziunea Română erau cele mai mari și mai puternice instituții din audiovizual: „A devenit aproape un ritual: seară de seară, părinții mei se uită la *Actualități* la TVR” (Bianca Iuga) sau „Bunicii sunt fideli emisiunii de *Actualități* a Televiziunii Române. De asemenea, ei urmăresc săptămânal «Dallas» și în fiecare joi «Ceiul de la ora 5»” (Andreia Radici). O concurență anemică făceau instituțiile media private în '93-'94: televiziunea SOTI ori Radio Contact și ProFM.

Notițele studenților din 1993-1994 sunt fișe de observare, de fapt, descrieri amănunțite, unele pe ore, ale vieții private și sociale ale subiecților, note informative referitoare la tabieturi, loisir, consum de presă etc. Generația '93-'94 manifestă un interes mai mare pentru informațiile politice culese prin TV. Dacă în 2004 studenții urmăresc TV mai ales pentru MTV și Atomic/TVKlumea, în 1993-1994 studenții observă oameni citind ziare în metrou, la serviciu sau acasă. Informația politică și mai ales disputele din Parlament stârnesc interesul în 1993-1994: „Se anunță respingerea moțiunii la TV. Eu și Iulian comentăm că era de așteptat, dar că totuși exista o șansă să fie aprobată, deoarece diferența de voturi a fost mică. Părerea mea a fost că PUNR a jucat un rol decisiv, Iulian m-a aprobat” (Andreia Radici). În magazine, vânzătorii deschid televizorul sport pentru a urmări programele TV private sau pentru a asculta vreun post de radio: „Imediat după Revoluție, ai mei cumpărau zilnic *Adevărul*, care avea o orientare progubernamentală. Încetul cu încetul, orientarea ziarului *Adevărul* s-a schimbat. Odată cu aceasta, s-au schimbat și opiniile alor

mei. [...] De la Revoluție încoace s-a produs o schimbare în atitudinea oamenilor față de media. Am observat că sunt mult mai deschiși altor păreri decât acum 2-3 ani. Persoane care la începutul televiziunii SOTI nici nu voiau să audă de aceasta, pentru că era de «Opoziție», acum o acceptă și o apreciază” (Andreia Radici).

Absența sau prezența televizorului color din gospodărie, abonamentul la cablu sau antena parabolică sunt în 1994 indicii ale statutului social și indici ai nivelului de trai: „Bogdan ne întreabă când vrem să ne abonăm și noi la TV prin cablu, spunând că ei se vor abona prin ianuarie; ne povestește despre un prieten de-al lui care are televizor color și este deja abonat; ne povestește ce frumos se văd programele la televizorul acestuia și ce programe frumoase sunt. [...] Eu și cu Iulian îi spunem că avem de gând să ne abonăm și noi dacă vom avea cei 50.000 necesari; eu le povesteam că am văzut și eu programele TV prin cablu la o prietenă, dar pe TV alb-negru; în final, îi spun soțului meu să cumpărăm un TV color mic, că la cel alb-negru nu au farmec programele străine; Iulian și Bogdan încep să râdă, spunându-mi că n-au știut că am atâtia bani”. Sau în același sens: „Mătușa mea îmi povestește cum și-a plătit prima rată pentru instalarea cablului la televizor (12.000 lei din totalul de 46.000) și cum așteaptă acum, dintr-o clipă în alta, să vină să-i instaleze cablul: «Îmi cumpăr televizor color și pe-ăsta aștept să mi-l aducă de vreo două zile». «Serios, îți iei televizor color?» «Păi, da, dacă cu banii de la Caritas – adio, am vorbit cu Ghiciulescu, directorul meu, să-mi facă rost de unul, știi, adus de la nemți, numai să fie așa, mai ieftin»” (Camelia Cușnir).

Zece ani mai târziu, în 2004, cu preponderență în mediul urban, este izbitoare înmulțirea televizoarelor în gospodării, înlocuirea televizorului alb-negru cu cel

color, apariția TV tunerului, cearta pe telecomandă, generalizarea cablului: „În cazul lui Andrei (fratele mai mic, de 15 ani, elev într-a noua), pot să spun că televizorul a fost înlocuit de calculator. În medie, petrece cam 5-6 ore zilnic pe internet, uitându-se la filme pe DVD sau jucându-se pe calculator” (Paula Sandu, 2004). Studenții sunt conștienți de contrastele de consum media dintre generații: „N-am văzut oameni mai conservatori decât bunicii mei. Înainte de Goldstar, au avut un televizor cu lămpi. Ca să te poți uita la el trebuie să-l deschizi cu jumătate de oră înainte ca să se încălzească lămpile și să apară treptat imaginea. Cred că de atunci păstrează ritualul cu pusul și scosul din priză și ideea că TV-ul nu este ceva așa accesibil. Că nu poți să apeși direct pe buton și gata: apare imaginea; este mai complicat, trebuie să te pregătești înainte, să te gândești dacă chiar vrei să te uiți la televizor” (Roxana Moroșanu, 2004).

Consumul ridicat de televiziune în rândul românilor nu este o noutate nici în opinia publică, nici în cercetare. Ca regulă generală însă, sondajul de opinie (formă a anchetei sociologice bazată pe tehnica chestionarului) nu face apel la itemi referitori la viața privată a subiecților. Cei chestionați nu vor fi întrebați cât de satisfăcuți sunt de viața sexuală, dacă sunt sau nu homosexuali, cum se înțeleg cu soția/soțul, cum se simt în biserică la sărbătorile religioase etc. Tehnicile de investigație la care apelează studenții FJSC în ancheta din *Televizorul în „micul infern”* sunt observația directă (participativă/neparticipativă) și jurnalul. Cercetarea calitativă, în genul temei pentru acasă, își permite o serie de intruziuni în viața privată a subiecților, altfel imposibile. Vrând-nevrând, studenții sunt ei înșiși subiecți atunci când aplică tehnica observației și a jurnalului intim. Cercetarea s-a efectuat acasă la studenții

de anul 2 de la FJSC, iar acordul autorilor de a face publice observațiile lor îi exonerază pe coordonatori de o eventuală acuză malițioasă de amestec în viața privată.

Și totuși, metoda folosită poate fi atacabilă și se înscrie în polemica academică cu privire la măsura în care cercetările cu pronunțat caracter etnografic pot conduce la rezultate verificabile și cuantificabile. Coordonatorii lucrării nu spun nimic despre eșantionare și nu-și pun problema reprezentativității. Știm doar că au fost selectate 11 teme din 2004 și 9 teme din 1993-1994. Nu știm în baza căror criterii, cum și de ce s-a făcut selecția așa, și nu altfel. Suntem siguri că Zoltán Rostás și Sorin Stoica vor reveni în studiile următoare cu teoretizări asupra tehnicilor demersului lor. Până atunci, volumul *Televizorul în „micul infern”* rămâne un document valoros de istorie a vieții private post-comuniste, iar lectura lui ne ajută să privim cu alți ochi familia medie românească, obișnuită deja cu infernul tranziției.

Antonio Momoc

**Lynette Šikić-Mićanović și
Mária Mátéffy (eds.)**

*New Countryside. Culture,
Local Governance and
Sustainability in Rural
Development*, Miercurea Ciuc,
Sapientia, Universitatea
maghiară din Transilvania,
Departamentul de Științe
sociale, 2005, 236 p.

Volumul *New Countryside. Culture, Local Governance and Sustainability in Rural Development*, editat de Lynette Šikić-Mićanović și Mária Mátéffy, reprezintă rezultatul cercetărilor și al discuțiilor care