



IMPACTUL MASS MEDIA ASUPRA TRANZIȚIEI*)

- Note pe marginea unei culegeri de studii -

PETRU PÂNZARU

Sub titlul "COMUNICAREA DE MASĂ ȘI SPAȚIUL PUBLIC ÎN PERIOADA DE TRANZIȚIE", Institutul Sociologic al Academiei Române a publicat în 1993 un volum de studii și cercetări consacrate impactului mass media asupra procesului de tranziție în România postrevoluționară - analiza devenirii televiziunii române și influenței sale asupra publicului în 1990-1991, analiza sociologică a credibilității acordate diferitelor medii tot în aceeași perioadă, studiul experienței și intenției comunicative în mass media. Având caracterul unei culegeri de studii, volumul mai cuprinde considerații despre manipulare (concept sau slogan?), spațiul public și actorul politic, despre analogie ca premisă a cunoașterii și comunicării și un mic dicționar de neologisme în presa anilor 1990-1991.

Cititorul va fi interesat atât de datele ce au rezultat din cercetarea sociologică a unor corelații dintre public și diferitele mijloace de comunicare în masă (TV, radio, presă scrisă: cote de audiență, credibilitate, aprecierea mesajelor, satisfacție - insatisfacție, anchete în rândul jurnaliștilor etc.) cât și de comentariile făcute de autorii studiilor incluse în culegere.

Astfel prezintă interes și oferă subiecte de discuție, inclusiv critică, considerațiile prof. Ion Drăgan privind devenirea și funcțiile "de stat major catalizator și centru de

*) Comunicarea de masă și spațiul public în perioada de tranziție - culegere de studii, Institutul Sociologic al Academiei Române, 1993



comandă" al televiziunii române în cursul primei etape a revoluției (sau revoltei, spune autorul) din decembrie 1989.

"Mediatizarea revoluției va fi sursa principală a două elemente ale confuzării imaginarului cu realul: explozia populară părea a semnifica victoria totală a revoluției... și iluzia consensului național în schimbarea istorică a societății" (p.6)

Scindarea universului comunicațional, accentuata sa politizare au ca efect asupra publicului confuzia, deruta, incertitudinea, presa scrisă participând "mult mai puțin la procesul integrării economice, sociale și culturale a societății sfâșiata de marile conflicte ale tranziției" (p.16).

Analiza autorului e tributară unei scheme pe care o adoptă necritic, credem noi, alături de Jean Francais, REVEL¹: pe de o parte, televiziunea și în anumită măsură radioul ar fi instrumente docile ale puterii, jucând un rol clasic de "narcotic social" și "unealtă tranchilizantă a evaziunii și descurajării mișcării politice" iar, pe de altă parte, "presa scrisă în marea ei majoritate va fi mai curând exponentul schimbării sociale, exprimând opțiunile opoziției în favoarea unei tranziții anticomuniste" (p.11). Această simplificare la care se adaugă utilizarea în manieră jurnalistică și nu politologică a termenului de PUTERE reduce sensibil altitudinea analizei științifice mai obiective și produce aprecieri (a se vedea p.10-26) din care rezultă că autorul s-a lăsat intimidat de punctele de vedere dominante în presă despre "Putere" ca pol al negativității, ca instrument al manipulării, adversară a democratizării comunicării etc.

Paradoxal, autorul cade victimă unei maniere nesociologice de analiză a locului și rolului mass media, preferată de mulți ziariști în perioada actuală, care constă în a raporta mediile de informare exclusiv la ceea ce generic și nu prea riguros se numește PUTERE și nu la ÎNTREGUL sistem social. Or, mijloacele de comunicare în masă au multiple funcții și îndatoriri și nu doar

misiunea de a fi o "contraputere". Căci, așa cum scria tot Fr. Revel: "Teoria exclusivă a contraputerii și a "câinelui de pază" conduce la ABERAȚIA după care singura mare datorie a ziaristului e de a fi împotriva sau pentru ceva" (lucr.cit.p.274).

Analiza structurii conținutului intenționalității mesajelor și campaniilor de presă, procedeele de tratare a informațiilor² precum și limbajul folosit de numeroase publicații învederează CORESPONSA-BILITATEA mass media privind stările de lucruri și stările de spirit din România post-revoluționară, ritmul Reformei și zig-zagurile Tranziției. Numai analiza multiplă a ceea ce a făcut și face efectiv presa prin atitudinea adoptată față de problemele reale, dificile cu care s-a confruntat și se confruntă țara, populația, statul în curs de transformare se poate răspunde la întrebarea majoră: în ce măsură mass media în ansamblu și elementele ei componente concrete contribuie la resorbția sau dimpotrivă la adâncirea crizei politice, economice, culturale, organizaționale, de autoritate și morale din România contemporană?³

Cercetarea științifică ar trebui să avanseze de la recoltarea și comentarea opiniilor (publicului, jurnaliștilor) despre presă și mesajele ei către evaluarea impactului psihologic și psihosocial al acestora asupra populației, pornind de la premisa că performanțele sau absența lor, anomaliile, disfuncționalitățile sunt efectul unei constelații de factori între care se înscrie și factorul mass media, ce își revendică statutul de "a patra putere în stat"

În buna și, de acum, vechea tradiție a cercetărilor (anchetelor) sociologice pe tema raporturilor dintre mass media și public, este realizat studiul amplu și de substanță semnat de Valentina Marinescu și consacrat prezentării și comentării datelor rezultate din investigația întreprinsă de Institutul de Sociologie, în iulie 1991.

Înclinăm să credem că nu atât prin proporții (p.72-140), cât mai ales prin



acuratețea analizelor, interpretărilor și concluziilor, acest studiu rămâne unul de referință pentru cei ce doresc să cunoască evoluția credibilității mass media de la noi în anii 1990-1991, expresie a evoluției unor fenomene psihosociale și psihopolitice cu determinări obiective venite din direcția particularităților tranziției și reformei din România.

Dintr-o altă perspectivă teoretică și metodologică interesantă, folosește o parte din datele anchetei sociologice Perpelea Nicolae în studiul "Experiențe și intenții comunicative", explorând "efectele de teorie" ale sociologiei mass media. Pentru autor, "datele empirice" ale anchetei nu sunt doar indici ai intenționalității diferitelor atitudini și intenții de comunicare prealabile interacțiunii cercetător-cercetat, ci și "măsură" a intențiilor emergente chiar în actul anchetei. "Dar în această interacțiune - conchide autorul - se creează un "spațiu public" sui-generis, rezultat al "publicizării" tacite a "efectelor de teorie". Realitatea analizabilă se asociază ea însăși unui discurs; în spatele indicilor nu trebuie să căutăm o realitate empirică, ci o realitate socio-lingvistică" (p.148).

În timp ce studiile "Manipularea - concept sau slogan" de Miorița Cosmescu și "Actorul politic în noul spațiu public" de Cornelia Beciu oferă informații, idei, puncte de vedere și perspective interesante asupra subiectelor abordate - centrate în fond pe problema "marketing-ului politic" în condițiile unei intense și derutante mediatizări - în schimb microprezentarea unui număr din revista "Hermes" pe tema "Spațiu politic" (M. Cosmescu), precum și studiul "Analiza: premisă a cunoașterii și comunicării" (Daniela Rusu) nu-și aveau locul în volum, chiar dacă acesta a fost conceput ca o culegere de studii relativ eterogene. "Efemeridele" din final puteau și ele să rămână în stadiul de "laborator", urmând a fi publicate după o reflecție și o prelucrare mai temeinice.

În "Muzeul neimaginar" al rezultatelor analizei fenomenelor specifice tranziției din România, cartea recenzată va ocupa desigur un loc semnificativ, exprimând stările de lucruri și de spirit dintr-o perioadă de început a acestei tranziții îndelungate și complicate, precum și un anumit stadiu al înțelegerii societății românești postrevoluționare.

MODUL DE A PUNE PROBLEMELE

Conținutul tranziției și mersul reformei în România sunt într-o puternică interacțiune cu autoritatea și funcțiile mass media care se cer studiate cât mai obiectiv posibil.

Una din premisele (și criteriile) acestei studii și evaluări este faptul indubitabil că orice tip de instituție și activitate socială are caracter bivalent. Explozia informațională post-decembriștă, evoluția și impactul social al mass media de la noi din ultimii patru-cinci ani, au remarcabile aspecte și efecte pozitive, marcând și chiar generând trecerea de la un sistem totalitar caracterizat prin sărăcie, unilateralitate și monotonie informațională la un sistem democratic, caracterizat prin libertatea de expresie, pluralism, varietate și atractivitate în mediile de informare și de masă. Este o cucerire fundamentală și ireversibilă a revoluției din decembrie.

Există multiple forme de raportare individuală, de grup, colectivă și instituțional-organizațională, la locul și rolul jucat de mass media în sinuosul mers al tranziției și reformei. Există, firesc, percepții și aprecieri diferite. Dat fiind procesul generalizat de politizare a tuturor aspectelor și atitudinilor sociale, dar și faptul obiectiv că în comunicațiile de masă, ca și în cele interpersonale sau intergrupale nu există neutralitate psihologică și axiologică formularea



unor aprecieri cu înalt grad de detașare și obiectivitate este imposibilă.

Prin intermediul anchetelor sociologice și mai ales al sondajelor de opinie profesionale, periodic se obțin cunoștințe despre audiența și aprecierile publicului despre emisiunile RTV, despre prestația presei scrise, ca și despre evoluția orientărilor politice ale populației, despre structura opiniei publice în diferite chestiuni de interes major.

Prin intermediul a numeroase colocvii, simpozioane, dezbateri interne și internaționale, mese rotunde televizate, organizate de profesioniștii mass media, de organisme guvernamentale sau neguvernamentale, de partide politice se cunosc pozițiile și punctele de vedere ale jurnaliștilor și reprezentanților respectivelor organizații și organisme⁶. De regulă jurnaliștii sunt foarte sensibili și "vigilenți" cu statutul lor social și foarte reticenți la critici venite din afară, asimilând sau identificând chiar orice critică drept "atac la libertatea presei". Jean Fr. Revel a diagnosticat fenomenul: "Când un gazetar e atacat pentru lipsă de probitate, o întregă breaslă iese la atac și zbiară că e atacată libertatea de expresie... Cenzura guvernului poate fi denunțată, contracarată. A presei nu. Ea dezvăluie greșelile responsabililor politici, dar tresare violent la cea mai mică atingere a ei, refuzând să-și recunoască greșelile"⁷.

Dincolo de polemica dintre jurnaliști, care continuă să ocupe un spațiu extrem de mare în coloanele presei, în dauna tratării unor chestiuni de ordin social major, sunt foarte numeroase cazurile de reacție la criticile ("atacurile") adresate calității informaționale a presei, denaturărilor sau campaniilor de "dezvăluiri senzaționale" de "demascări" înaintea unor riguroase verificări a faptelor. Nu numai o ipoteză și puțin probabilă lege a presei este văzută ca o știrbire a libertății de expresie și de opinie dar chiar Codul deontologic adoptat de

Consiliul Europei e privit cu suspiciune sau ignorat⁸.

Pe fondul climatului general de intoleranță care s-a instalat în societatea noastră, parțial și cu concursul mijloacelor de informare (influențare) în masă se manifestă intoleranță față de cel mai sfios gest critic la adresa modului cum se face presa la noi, cu atât mai mult la adresa analizelor critice mai ample, mai profunde, bazate pe argumente sociale care evidențiază curenți de fond, efecte nocive și sugerează alternative preferabile în favoarea depășirii crizei sociale din România.

Acest climat și această atitudine nu pot timora și interzice pe cercetătorii științifici să întreprindă analize și evaluări de pe platforma unei viziuni intelectuale, teoretice, psihologice, sociologice mai largi. El va greși mai puțin decât aceia care resping de plano orice aprecieri critice argumentate despre structura, conținutul, forma și efectele mesajelor mass media și, în orice caz va oferi teme de reflecție și de dezbateri necesare.

După opinia noastră, rezultată din cercetările efectuate în ultimii doi ani în cadrul Institutului de Cercetare a Calității Vieții, multe aprecieri eronate și neînțelegeri se datorează din capul locului, pe de o parte, modului de a pune problemele, iar pe de altă parte, ignorării concluziilor unor analize pertinente făcute de oameni competenți în materie (politologi, sociologi, psihosociologi, jurnaliști de mare prestigiu și cu multă experiență)⁹.

Cercetătorul științific nu poate adopta și accepta modalitatea jurnalistică de raportare a mass media exclusiv și obsesiv la Putere și de înțelegere nediferențiată a acesteia sau de identificare a ei exclusiv cu negativitatea. Mass media este un element constitutiv fundamental al fiecărui sistem social, raportându-se la toate celelalte componente ale vieții sociale de unde își trage seva, de care depinde și pe care le relaționează și influențează. Deci raportarea la un singur element constitutiv al sistemului



social - Puterea și înțelegerea acesteia ca un tot unitar, unic și universal responsabil pentru evoluția (involuția) socială este nelegitim. Așa cum s-a arătat în prima parte a recenziei noastre, citându-l pe J. Fr. Revel, Puterea nu se limitează la Legislativ, Executiv și Judecătore, ci coexistă și interacționează cu puterea financiară, cu puterea sindicală, cu puterea culturală, cu puterea religioasă, cu puterea presei inclusiv. Ca și celelalte "puteri", aceasta din urmă nu este mai presus de critică și nici nu e mai presus de CORESPONSABILITATE pentru evoluția evenimentelor și destinul națiunii.

Dacă mass media își atribuie - și are realmente - un rol atât de important în viața oamenilor - atunci pentru starea actuală a națiunii, a societății românești și criza în care se zbate o coresponsabilitate trebuie să-și asume și mijloacele de comunicare în masă, care s-au bucurat și se bucură de o libertate absolută în îndeplinirea sau abandonarea misiunii lor. Exact în măsura în care, în afară de servituți și limite, mass media are și considerabile virtuți, posibilități și drepturi, poartă și ea răspunderi pentru situația economico-socială, politică și morală a țării, pentru imaginea României în lume. Dacă această situație nu este cea dorită, dacă dificultățile sunt extrem de mari, singura atitudine firească și corespunzătoare intereselor naționale a mass media este participarea activă, constructivă la învingerea lor. Or, introducerea unor stări de spirit în masă de expectativă și cu atât mai mult de defetism, neîncredere, disperare nu se înscrie în ceea ce se numește răspundere pentru destinele națiunii române.

E o constatare comună că, prin mesaje dominante adresate publicului atât pe teme interne, cât și externe, organe ale mass media induc NELINIȘTEA, ÎNGRIJORAREA, TEAMA, NEÎNCREDEREA, DEZAMĂGIREA, CONFUZIA, NERVOSITATEA, INTOLERANȚA⁸. Aceste stări de spirit generalizate, fixate prin repetiție și insistență au instaurat un CLIMAT (PSIHO)

SOCIAL predominant NEGATIV și DISIPATIV. Un puternic sentiment de NEPUTINȚĂ, ZĂDĂRNICIE și prin el de INUTILITATE A EFORTULUI (constructiv), de paralizare a voinței, de "închidere a orizontului".

Aceste imagini terifiante, acest tablou dominat de negru și cenușiu, combinate cu cascada de conflicte și tensiuni sociale grave împinse adesea până în pragul războiului civil, cu stimularea clivajelor, conflictelor și nemulțumirilor sociale, politice, economice, interetnice de tot felul, cu revendicările greviste ultimative au creat stări de spirit colective nefavorabile normalizării vieții sociale, dar favorabile declinului economic, corupției, actelor antisociale și antinaționale, subminării autorității statale, suspiciunii, favorabile adâncirii și generalizării crizei.

Deși, riguros vorbind, fenomenele istorice petrecute nu pot fi judecate cu DACA, totuși ne putem IMAGINA lesne cum s-ar fi desfășurat lucrurile în ultimii patru ani DACĂ s-ar fi recurs și ar fi dominat un ALT CLIMAT indus de mass media. DACĂ ar fi prevalat încrederea în locul suspiciunii, toleranța în locul intoleranței, respectul reciproc în locul insolentei, invectivei, calomnicii, cooperarea în locul conflictului, răbdarea în locul irascibilității și grabei, cinstea, demnitatea și caracterul în locul lipsei acestora etc. Evident starea economico-socială, politică și morală a societății românești de astăzi și IMAGINEA externă ar fi fost incomparabil mai bune.

Punând problema exclusiv din unghi de vedere psihosociologic și nu politic sau ideologic, întrebăm: de ce ar fi valori negative climatul de calm și conlucrare socială, de încredere și stimă în raporturile social-politice, toleranța și dialogul sincer, amical, liniștea și normalitatea în viața socială, limbajul politicos și urban chiar în disputele cele mai aprinse, respectul față de instituțiile fundamentale ale statului chiar când sau, mai ales, când constatându-se



nereguli, ilegalități sau disfuncționalități ele sunt supuse unei severe critici publice în numele nu al unui grup sau altuia, ci al intereselor majore ale comunității naționale?

Un bun cunoscător și analist al mass media românească constată: "Deși se simte o nevoie imperioasă ca mediile de informare să joace un rol normativ și de integrare socio-politică, ele nu îl îndeplinesc. Ele reprezintă forțele de dispersare și individualizare, nereușind să devină o forță de integrare, de realizare a unui consens". Și în continuare: "lipsa consensului național privind principalele probleme sau a unui puternic curent de opinie (în acest sens) se reflectă și este încurajată de mass media".

Imaginea unui popor care se solidarizează în lupta pentru stoparea declinului și dezordinei economice, pentru normalizarea proceselor vitale de producție, de muncă, disciplină, legalitate, pentru eradicarea corupției, furturilor, actelor antisociale, imaginea neidilică a unui popor pentru care demnitatea și nu servilismul, forțele proprii și nu "ajutorul" fie el și "umanitar" din afară, coeziunea și nu antagonismele sunt valori supreme, imaginea unui popor care muncește nu cerșește, e realmente capabil de mari eforturi în lupta cu greutățile, de mari și solide performanțe în câmpul creației sociale de toate genurile - de la economie la știință și artă - iată **IMAGINEA DESPRE ROMÂNI ȘI ROMÂNIA** pe care ar fi **NORMAL** s-o propună și s-o "impună" mass media națională, fără a-și pierde sau estompa funcțiile critice la adresa faptelor și fenomenelor cu adevărat negative din întreaga societate.

În ordinea de idei de a pune în mod adecvat, corect problema acțiunii mass media în societatea noastră, în genere în societatea contemporană, mai trebuie clarificată chestiunea: în ce constă și de unde provine "puterea" mediilor de informare?

Mass media nu sunt - cum se pretinde în mod curent - mijloace de (pură)

INFORMARE în masă, ci mijloace puternice de **INFLUENȚARE** în masă ce se bazează pe particularitățile și funcțiile limbajului, pe acelea ale psihologiei general-umane și ale fenomenelor psihosociale.

Remarcând marea putere a mass media de a influența, de a forma (sau deforma) opinia publică, de a "crea" chiar evenimente ("predicția creatoare de evenimente"), de a fi un redutabil instrument al politici (politicienilor) de a (putea) juca un important rol de control social al instituțiilor puterii și administrației, considerăm - ca și Jean Fr. Revel - că aserțiunea "presa este a patra putere în stat" e mai degrabă o orgolioasă "figură de stil" decât o realitate efectivă de gradul I, este produsul unui mod greșit de a pune problema.

Faptul de a avea putere de **INFLUENȚARE** asupra unei părți a populației și chiar asupra organelor puterii, asupra reprezentanților ei, nu e identic cu acela de a avea puterea de **DECIZIE** asupra întregii populații în chestiuni vitale, motiv pentru care trebuie ieșit din ambiguitate, din capcana unui slogan care atribuie unui serviciu public atribute ce nu-i aparțin. Prin aceasta nu se diminuează rolul extrem de important, bivalent - pozitiv și/sau negativ - jucat de organele mass media, nici nu se coboară în rang această instituție, acest **SERVICIU** social.

În plus - și faptul ni se pare extrem de semnificativ - "puterea" mass media nu rezidă în particularități, calități sau virtuți proprii, respectiv nu rezidă în ea însăși, ci provine de la alte "puteri" și anume de la:

- "puterea" evenimentelor-fapt, asupra vieții oamenilor, publicului, fără acestea presa **NU ARE DE CE ȘI DESPRE CE SCRIE!**;

- "puterea" limbajului (cuvintelor, imaginilor) asupra comportamentului uman; atât agenții mass media, cât și publicul se află **ÎN CAPTIVITATEA CUVINTELOR!**;



- "puterea" psihologiei individuale și colective asupra orientării relațiilor și activităților socio-umane;

- "puterea" extraordinară a mijloacelor tehnice de difuzare - conservare - retransmitere a mesajelor

Fără aceste "puteri", mass media NU are nici o putere în societate, n-are suport de existență și manifestare. Mediile de informare-influențare n-ar avea nici un efect dacă n-ar exista limbajul cu natura sa (simbolică), cu funcțiile sale (bivalente), dacă n-ar exista particularitățile psihologiei umane (atitudinea față de cuvinte), caracteristicile psihologiei general-umane malaxate prin și de către cuvinte: curiozitatea, credulitatea etc. și procesele psihosociale dependente de limbaj-comunicare, între care se înscrie și procesele formării și schimbării opiniei publice.

Mass media produce și difuzează IMAGINEA despre realitate. Puterea mass media rezidă în faptul că ea poate manipula informația despre realitate, poate fabrica cele mai diverse și contradictorii imagini despre ea: nu realitatea ca atare (de gradul 1) ci imaginea despre ea poate fi deformată - falsificată.

Ca SERVICII PUBLICE, diferitele organe ale mass media își îndeplinesc cu responsabilitate (sau fără), cu profesionalism (sau fără), cu bună credință (sau cu rea

credință) misiunea de a transforma evenimentele-fapt în informații, în mesaje, în imagini (veridice, ambigui sau false) despre realitate. La fel ca orice serviciu public, organele mass media pot fi realmente de folos publicului, satisfăcând onest și cinstit variate trebuințe ale acestuia, așa cum pot leza uneori grav interesele acestuia¹⁰, chiar interesele unei țări, unui stat, cum se petrec atât de frecvent lucrurile în epoca și societatea contemporană.

Rolul mass media, al componentelor ei (presa, RTV, filmul, discul, cartea de mare tiraj etc.) nu trebuie nici exagerat, nici minimizat. Nu considerăm (așa cum adesea se socotesc, implicit sau explicit) organele mass media ca factori AUTONOMI în societate, cu grad ridicat de INDEPENDENTĂ, ci ca elemente constitutive integrate ale unui sistem social-cultural, politico-economic, tehnic, juridic și psihosocial, ca un SERVICIU SOCIAL specific, Mass media, ca instituție și personalul său, ca profesioniști, ocupând un anume loc specific sau comun în diviziunea socială a muncii, DEPIND de toate elementele constitutive ale sistemului social de apartenență, de stadiul și direcția sa de evoluție. Atât la INPUT, cât și la OUTPUT, subsistemul social numit Mass media depinde de legile comunicării sociale, de legile psihologiei sociale.

Note și bibliografie

1. J. Fr. REVEL în Cunoașterea inutilă scrie: "Dacă presa își arogă un fel de magistratură, atunci ea nu are de ce să se declare APRIORI, pentru sau contra puterii", cu atât mai mult, cu cât "PUTEREA E NU NUMAI A GUVERNULUI, ci și a partidelor de opo-

ziție, a finanțelor, a sindicatelor, puterea culturală, religioasă și chiar puterea presei... În cele mai multe cazuri presa NU constituie o contrapondere puterii sau antidotul malversațiunilor politice. EA face parte din acestea, este un INSTRUMENT al lor" (p. 262 și 279).



- 2 Așa cum se remarcă în volum, "în ceea ce privește mass media, îndeosebi presa scrisă, nu logica informării este definitorie, ci exprimarea fără rezerve a partizantului politic" (p.201-202)
- 3 Observatorii și cercetătorii străini ai "modului de a se face presă" în România post-decembristă - între care și prof. Peter Gross - fac aprecieri critice pertinente între care și următoarele: "presa românească e o fabrică de zvonuri, plină de polemici, opinii și, cu câteva excepții, partizană, lipsită de profesionalism... Informațiile transmise sunt neadevărate sau pe jumătate reale, incomplete și unilaterale, contradictorii și nefondate. Mediile de informare și mesajele ei în loc să lămurească audiența o mențin într-o stare de confuzie generalizată... Deși se simte o nevoie imperioasă ca mediile de informare să joace un rol normativ de integrare sociopolitică, ele nu îl îndeplinesc" (Peter Gross **Mediile de informare - catalizatori, predici și promotori în formarea opiniei publice din România de azi** în revista **SOCIOLOGIA ROMÂNEASCĂ** Nr.2 /1993, p.187-198).
- 4 Menționăm aici câteva din aceste manifestări organizate în România: **Publicul-Presa-Puterea - colocviu internațional**, ed. a II-a - Costinești, iunie 1993; **Rolul informației și libertatea presei**, iulie 1993 - colocviu internațional organizat de ziarul "Cotidianul", Radiodifuziunea Română și Fundația Hans Seidel; **Tranziția în România, comunicarea și calitatea vieții** - iunie 1993, Simpozion româno-canadian; dezbateri la TV pe teme cum sunt **Limbajul presei; Este mass media a patra putere în stat?** etc.
- 5 J. Fr. REVEL, **Cunoașterea inutilă**, Editura Humanitas, 1933, pag. 234 și 270
- 6 Rămâne de întreprins o analiză comparativă între "modul cum se face" presa la noi și cerințele formulate în acest Cod deontologic formulat de un organism internațional.
- 7 În afara unei imense și semnificative literaturi științifice, sociologice, politologice, datorate unor adevărați clasici în materie de studiu al mijloacelor de informare în masă (H. Laswell, Elihn Katz, Jean Stroetzel, Elisabeth Noelle - Neuman, Jurgen Hobemas, E.Feldmann, Abraham Moles, Edgar Morin, și mulți alții), în afara monografiei editată de UNESCO în 1980 **Voix multiple un seul monde**, vom menționa aici lucrarea de excepțională valoare a lui Jean Fr. Revel, "**CUNOAȘTEREA INUTILĂ**" tradusă și publicată de Editura "Humanitas" în 1993, care clarifică numeroase probleme controversate și aduce argumente serioase privind deopotrivă virtuțile și servituțile mass media; este de amintit și o lucrare mai veche a lui J. Lowis Servan - Schreiber **Le pouvoir d'informer**, ca și studiul critic despre sondajele de opinie publică, de o extremă actualitate pentru noi azi, datorat lui Pierre Bourdieu: **L'Opinion publique n'existe pas** (1973) în care, reamintim, se demonstrează că : "sondajele pot aduce o contribuție utilă științelor sociale cu condiția de a fi tratate în mod riguros", luându-se în considerație trei postulate implicite:
1/ orice anchetă presupune că orice om poate avea o opinie sau că exprimarea unei opinii ar fi la îndemâna tuturor, postulat contestat cu riscul de a se atinge sentimente naiv democratice;
2/ se presupune că toate opiniile au aceeași valoare, aceeași forță reală în viața socială, ceea ce conduce la o distorsiune foarte profundă;

3/ a pune aceeași chestiune (întrebare) tuturor înseamnă a presupune că ar exista un consens public asupra problemelor care merită să fie puse.

"Pe scurt, conchide Bourdieu, spun că opinia publică nu există sub forma pe care i-o atribuie cei care au interes să afirme existența ei" (Les temps modernes nr.318/1973, p.309).

8 Intr-adevăr, e lesne de înțeles ce efecte psihosociale produce lectura zilnică a unor sintagme devenite cu o mare frecvență titluri de articole sau grupaje publicistice: Radiografia dezastrului - concluzii, cifre și idei prezentate de Cartelul 'ALFA'; "Frica la români", "Frica se întoarce", "Absurdistan", "Haosul românesc", "Un timp bolnav", "Sfârșit de speranță", "Nu sperăm nimic, dar...", "Dacă nici speranță nu mai e...", "Nu sperăm nimic", "Tragedii rău prevestitoare", "Marile dezamăgiri", "Lipsa sentimentului de siguranță personală", "Starea de lehamite", "Bilanțul unui eșec total", "Bate vântul pustietății".

9 Peter Gross, **Mediile de informare - catalizatori, predici și promotori în formarea opiniei publice din România de azi**, în revista **SOCIOLOGIA ROMÂNESCĂ** nr. 2/1993, pag.180. "

10 Paul Johnson, în ziarul britanic **The Spectator** din 16 ianuarie 1993, (reprodus de revista **DILEMA** nr. 13/1993, caracterizează astfel "cele 7 păcate" ale presei majore:

- 1/ **DISTORSIUNE** deliberată sau nu a faptelor, **SELECȚIE TENDENȚIOASĂ** - redare necorectă;
- 2/ **Cultul IMAGINII FALSE**, de preferință violente, al **STEREOTIPURILOR** și **CLIȘELOR**;
- 3/ **INTRUZIUNE ÎN INTIMITATE**, **VIOLAREA VIETII PERSONALE**;
- 4/ **CRIMA ÎMPOTRIVA REPUTAȚIEI**;
- 5/ **EXPLOATAREA SEXULUI**;
- 6/ **OTRĂVIREA PSIHICULUI COPIILOR**;
- 7/ **Folosirea ABUZIVĂ** a enormei **puteri** pe care o posedă presa. "Acest **abuz capital**, **ABUZUL DE PUTERE**, le sublimează pe toate celelalte".