IMPLICAȚIILE RADIOULUI ÎN FORMAREA CONVINGERILOR POLITICE

Mariana MARCU

De-a lungul anilor, politicul şi-a intensificat necesitatea de a fi scos în evidenţă, de a fi mai pronunţat, mai conturat, iar această necesitate au impus-o mijloacele de informare în masă, inclusiv radioul.

Uneori aclamat, alteori diminuat, rolul radioului în cadrul unei societăţi rămâne a fi unul deosebit de important, mai cu seamă dacă facem referire la complexitatea funcţiilor pe care le are, sau condiţiile tehnice accesibile majorităţii populaţiei globului pământesc. Deşi specificul mesajului radiofonic, şi aici ne referim la faptul că este efemer, presupune o abordare a subiectelor, temelor, problemelor mai restrânsă, în nici un caz nu poate fi vorba de tratarea superficială a acestora. Tematica politică, deşi nu este preferata prea multor ascultători radio, şi aici facem referire la regula celor 5 P (personalităţi, preţuri/taxe, persoane, politică, putere), necesită o atenţie mai deosebită pentru a determina publicul acestui mijloc de informare să devină parte componentă a realităţii politice. În vederea realizării acestui deziderat, unele posturi de radio autohtone au în grilă emisiuni de analiză politică, dezbateri şi emisiuni interactive, care contribuie la formarea unor convingeri politice.

Potrivit Dicţionarului explicativ al limbii române, „convingerea” este „o părere fermă asupra unui lucru”[1], în timp ce dicţionarul de sinonime ne propune următoarele variante pentru termenul „convingere” – „persuasiune”, în cazul în care avem în vedere puterea de convingere, şi „certitudine, credinţă, încredinţare, sentiment, siguranţă, convicţiune” [1]. Considerăm că noţiunile date sunt bine-venite din punct de vedere al complexităţii, ele abordează termenul într-o manieră deosebită.

Cu referire la provocările prezentului, în ceea ce priveşte comunicarea radiofonică, Gabriela Rusu-Păsărin atrage atenţia asupra forţei persuasive a cuvântului rostit, care are o valoare primordială, şi face referire la citatul din Biblie: „La început a fost cuvântul”, ca mai apoi să argumenteze: „Pe acest ax motivaţional se grefează tehnicile persuasive în jurnalismul radio. Misterul vocii transmise în eter, rezonanţa afectivă a calităţilor vocii radiofonice creează un cadru aperceptiv favorabil persuadării ascultătorului” [2].

Alte aspecte accentuate în literatura de specialitate: descriptarea tehnicilor, delimitarea zonelor de informare, comunicare, persuadare şi manipulare, ca şi definirea suporturilor volitive şi afective uzitate pentru conceperea şi emiterea emisiunilor radiofonice, sunt sarcini editoriale necesare procesului de producţie pentru o comunicare eficientă şi profesională.

În acest context, în ultima perioadă, ponderea emisiunilor radiofonice cu tematică politică a crescut. Problematica pusă în discuţie prin intermediul

emisiunilor informative, analitice, dar şi al celor interactive s-a extins; de asemenea, s-a extins şi diapazonul persoanelor ce participă în cadrul acestor emisiuni.

Dincolo de faptul că orice post de radio care difuzează pe teritoriul Republicii Moldova transmite buletine de ştiri, există şi posturi care acordă o atenţie mai sporită funcţiei de informare a radioului şi difuzează pe parcursul zilei cel puţin două radiojurnale. Mult mai puţine la număr sunt posturile de radio comerciale care difuzează emisiuni de analiză şi interactive cu tematică politică, economică sau socială. De regulă, posturile de radio private se limitează la emisiuni muzicale interactive, fiind invocat specificul postului de radio sau costurile prea mari ce le presupune realizarea unei emisiuni tematice.

Una dintre emisiunile de analiză de la postul de radio „Vocea Basarabiei", „Puncte de reflecţie", este difuzată de la ora 9.00 la 10.00, contrar recomandărilor teoretice de difuzare a acestui tip de emisiune. Potrivit cercetătorului român Vasile Traciuc, „emisiunile care conţin comentarii sau sinteze politice sunt transmise de radio după orele 22.00" [3]. Explicaţia ar fi că cei care ascultă aceste emisiuni sunt de obicei intelectualii şi oamenii politici.

Rolul moderatorului în asemenea tip de emisiune este unul major, or, accentele logice şi unghiul de abordare pe care îl alege jurnalistul generează anumite efecte sociale. Putem spune că jurnalistul, intervievând invitatul din studio, devine un exemplu atât pentru interlocutor, cât şi pentru radioascultători şi, la fel ca şi interlocutorul său, schiţează comportamente şi atitudini, iar aceasta îi permite să se plaseze ca şi component al societăţii, însă unul standardizat. Explicăm prin faptul că interlocutorul se schimbă, iar moderatorul rămâne mereu acelaşi: obiectiv şi echidistant. Pe lângă aceste calităţi, el trebuie să posede la perfecţie limba în care se exprimă. Or, moderatorul emisiunii „Puncte de reflecţie", şi al altor emisiuni, obişnuieşte să facă uz de expresia „pe final de…", urmată de cuvinte: „emisiune", „sesiune", „mandat" etc. Şi mai condamnabilă este situaţia în care unele greşeli comise de jurnalişti sunt repetate de către interlocutori sau radioascultători. E şi situaţia din 24 iulie 2014, când moderatorul emisiunii, Vitalie Enache, a spus că „legea trebuie executată", în loc de „aplicată", iar invitatul acelei emisiuni, Vlad Filat, a repetat formularea greşită.

Drept modele de gândire şi exprimare sunt şi invitaţii din cadrul emisiunilor. În ediţia emisiunii sus-menţionate, din 23 iulie, profesorul universitar Mihai Cernenco a opinat: „Problemele apărute vor fi «precăutate» de către Rada Supremă de la Kiev".

Efectul emisiunilor informative, analitice şi de sinteză politică poate fi lesne urmărit în cadrul emisiunilor interactive. Analizând mai multe ediţii ale

emisiunii „Forum” de la postul de radio „Vocea Basarabiei”, în cadrul cărora au fost puse în discuție anumite aspecte, probleme din domeniul politic, pot fi identificate cu ușurință două categorii de radioascultători: în prima se încadrează cei cu anumite prejudecăți, iar din a doua fac parte cei cu anumite viziuni şi convingeri, de regulă, liberale.

Posibilitatea de a se exprima în emisie directă, dar şi comunicarea moderatorului emisiunii cu forumiştii unui post de radio constituie, de fapt, unul dintre câmpurile în care pot fi sesizate resursele pe care le are fiecare vorbitor. De asemenea, avem posibilitatea să observăm nu doar idei, ci şi atitudini, înțelesuri noi, opțiuni, iar aceasta se consideră a fi cheia spre o dezvoltare reciprocă şi o cunoaştere familiară între indivizii unei societăți. Totodată şi radioascultătorii care se limitează doar la audierea emisiunii pot fi influențați de către opiniile celor care s-au expus. Mulți oameni care ascultă în acelaşi timp mesajul radiofonic se simt emoționați sau rămân pe gânduri când descoperă aceleaşi idei sau idei asemănătoare cu ale lor, astfel încât pe această bază se creează o relație de sociabilitate.

Pe lângă funcțiile de informare şi de divertisment, considerate de bază în literatura de specialitate cu privire la rolul şi locul radioului în societatea contemporană, în vederea realizării funcției de formare, care presupune educația şi formarea opiniei publice, Vasile Traciuc, în lucrarea sa *Jurnalism radio* indică şi asupra funcției de interpretare: „Munca jurnalistului presupune prezentarea faptelor după o selectare atentă şi o ierarhizare coerentă după care acestea pot fi şi explicate” [3]. În acelaşi context, Mihai Coman susține că: „Dacă selectarea şi ierarhizarea reprezintă forme indirecte (dar la fel de puternice) de interceptare, punerea în context şi comentarea ştirilor constituie forme directe, asumate, de semnificare a evenimentelor ” [4].

În concluzie, putem afirma că, pe piața radiofonică din Republica Moldova poate fi observat cu ușurință faptul că sunt posturi de radio care neglijează totalmente funcția de formare a opiniei, neavând în grile emisiuni de analiză şi sinteză, dar şi posturi care exagerează prin abundența de emisiuni cu caracter politic sau se face politică şi în cadrul emisiunilor muzicale.

La fel ca orice factor esențial în existența umană, comunicarea politică, realizată prin intermediul mass-media, constituie o necesitate continuă. Datorită acestei capacități, emisiunile radiofonice devin canalul prin care se pun în circulație şi se valorifică idei şi comportamente.

Referințe:

1. http://dexonline.ro/definitie/convingere
2. RUSU-PĂSĂRIN, Gabriela. *Comunicarea radiofonică. Provocările prezentului*. București: Tritonic, 2012, p.185.
3. TRACIUC, Vasile. *Jurnalism radio*. Bucureşti: Tritonic, 2003, p.159.
4. COMAN, Mihai. *Manual de jurnalism*. Iaşi: Polirom, 1996, p.111.