

NewsIn

Specialiștii media și antropologii privesc creșterea audienței OTV ca pe un fenomen

Specialiștii media și antropologii privesc creșterea audienței postului OTV, în prima jumătate a acestui an, într-o perioadă în care audiențele altor posturi au scăzut constant, ca pe un fenomen pe care îl explică prin apetitul pe care telespectatorii îl au pentru subiecte cu implicații morale. Profesorul Mihai Coman, decanul Facultății de Jurnalism și Științele Comunicării din București, vede creșterea de audiență a postului OTV nu ca pe o evoluție a acestui canal de televiziune, ci ca pe o involuție a celorlalte canale TV. "Nu cred că e vorba de o evoluție a postului OTV, mai degrabă mi se confirmă involuția celorlalte posturi, care, din mimetism și lipsă de viziune profesională, au ajuns să-și satureze publicul propriu și posibilele publicuri migratoare cu același tip de produse - fapt care, evident, duce la scăderile amintite. La aceasta se adaugă incapacitatea posturilor apărute în anul 2006 de a veni cu o ofertă specifică: 'răsădirea' sau imitarea formulelor de succes a posturilor deja fixate în conștiința publică nu poate atrage segmente majore de audiență", a explicat, pentru NewsIn, profesorul Mihai Coman.

Cercetătorul media își explică succesul OTV prin subiectele pe care unele emisiuni le tratează și spune că acesta oferă o versiune mai crudă a "jurnalului de la ora 5". "Unele programe sunt de neurmărit și, probabil, fără audiență. Altele, cele despre care se discută mereu, au audiențe foarte mari. Aceste produse care exploatează sentimentele primare, și le exploatează fără mănuși și jenă, oferă o versiune mai crudă a celebrului 'jurnal de la ora 5', iar etalarea ororilor sufetului omenesc are publicul ei!", a mai spus profesorul.

"Acest gen de punere în spectacol a suferințelor, conflictelor și micimii omenesci nu reprezintă decât o versiune 'din studio' a jurnalismului tabloid - ultimul se face cu trudă, zile în șir, prin căutarea și surprinderea unor aspecte dure, ascunse, surprinzătoare ale vieții de către jurnaliști de teren versași, primul se face fără niciun cost, din platou, prin instigarea victimelor, acuzațiilor, martorilor etc.", a explicat Mihai Coman. "Dacă jurnalism înseamnă informare - și pentru mine asta înseamnă în primul rând - OTV nu face jurnalism!", a adăugat profesorul Mihai Coman. Liviu Chelcea, antropolog și director al Centrului de Studii și Cercetări în Domeniul Culturii, este de părere că succesul OTV se explică prin subiectele abordate, care au puternice conotații morale și care atrag interesul spectatorilor. "Majoritatea programelor OTV discută subiecte abominabile, precum moartea și adulterul, sau subiecte situate la limita dintre ceea ce este normal și ceea ce este șocant, cum sunt experiențele paranormale, bogăția și exorcizarea. Fiind puse în discuție la OTV, ele recreează o solidaritate morală a audienței, reface granițele dintre ce este acceptabil și ce este blamabil în societate. Audiența este 'forțată' să ia o poziție și să își definească poziția în raport cu subiecte de asemenea natură. Aceasta se poate vedea în discuțiile care au loc a doua zi, după emisiune, în care mulți oameni se simt nevoiți să 'ia poziție' și să condamne ceea ce au văzut la televizor, reafirmând astfel granițele morale ale societății", a explicat, pentru NewsIn, antropologul Liviu Chelcea.

Antropologul a mai observat că limbajul folosit pe postul OTV este unul cu care se identifică publicul postului. "Un alt element care contribuie la această evoluție a audienței este 'intimitatea culturală' a realizatorilor cu audiența postului, adică familiaritatea cu repertoriul mediu lingvistic și de explicații. Realizatorii nu se sfiesc să reia cele mai cunoscute mostre de 'înțelepciune populară', să analizeze și să amplifice orice suspiciune în conspirație, să reface opoziția dintre 'ei' - cei care conspiră și ascund adevărul - și 'noi' - cei care nu îi credem și 'ne luăm de ei'", a mai spus antropologul Liviu Chelcea.

Președintele interimar al Consiliului Național al Audiovizualului (CNA), jurnalistul Răsvan Popescu, a explicat că nu se poate ignora faptul că există un public pentru tipul de subiecte pe care le abordează postul OTV. "Anumite teme de interes public, precum relația profesor - elev, au fost ignorate sau expediate de celelalte posturi și astfel au putut fi monopolizate de OTV", a declarat, pentru NewsIn, Răsvan Popescu.

El a mai spus că explică această creștere a audienței OTV prin accesul tot mai mare la rețelele prin cablu și la serviciile în sistem DTH (direct-to-home, televiziune digitală prin satelit), precum și prin migrația publicului tânăr din fața televizorului înspre alte mijloace de divertisment. "În același timp, oamenii activi, publicul tânăr, au acum și alte opțiuni, respectiv, în loc de televizor, au sportul, internetul, turismul, restaurantele sau cluburile și, astfel, se schimbă structura publicului de televiziune din România. În fața televizorului, rămâne mai ales publicul cu mai puține posibilități materiale, mai puțin informat, mai puțin exigent și insensibil la deontologia jurnaliștilor și, deci, ușor de atras către programe îndoielnice", a mai declarat Răsvan Popescu.

Reporter Elena Stancu

Editor Bogdan Oprea

7 Plus Fenomenul OTV

Specialistii media si antropologii privesc cresterea audientei postului OTV, in prima jumatate a acestui an, intr-o perioada in care audientele altor posturi au scazut constant, ca pe un fenomen pe care il explica prin apetitul pe care telespectatorii il au pentru subiecte cu implicatii morale. Profesorul Mihai Coman, decanul Facultatii de Jurnalism si Stiintele Comunicarii din Bucuresti, vede cresterea de audienta a postului OTV nu ca pe o evolutie a acestui canal de televiziune, ci ca pe o involutie a celorlalte canale TV. "Nu cred ca e vorba de o evolutie a postului OTV, mai degraba mi se confirma involutia celorlalte posturi, care, din mimetism si lipsa de viziune profesionala, au ajuns sa-si satureze publicul propriu si posibilele publicuri migratoare cu acelasi tip de produse - fapt care, evident, duce la scaderile amintite. La aceasta se adauga incapacitatea posturilor aparute in anul 2006 de a veni cu o oferta specifica: «rasadirea» sau imitarea formulelor de succes a posturilor deja fixate in constiinta publica nu poate atrage segmente majore de audienta", a explicat, pentru NewsIn, profesorul Mihai Coman. Cercetatorul media isi explica succesul OTV prin subiectele pe care unele emisiuni le trateaza si spune ca acesta ofera o versiune mai cruda a "jurnalului de la ora 5". "Unele programe sint de neurmarit si, probabil, fara audienta. Altele, cele despre care se discuta mereu, au audiente foarte mari. Aceste produse care exploateaza sentimentele primare, si le exploateaza fara manusi si jena, ofera o versiune mai cruda a celebrului «jurnal de la ora 5», iar etalarea ororilor sufletului omenesc are publicul ei!", a mai spus profesorul. "Acest gen de punere in spectacol a suferintelor, conflictelor si micimii omenesti nu reprezinta decit o versiune «din studio» a jurnalismului tabloid - ultimul se face cu truda, zile in sir, prin cautarea si surprinderea unor aspecte dure, ascunse, surprinzatoare ale vietii de catre jurnalisti de teren versati, primul se face fara niciun cost, din platou, prin instigarea victimelor, acuuzatiilor, martorilor etc.", a explicat Mihai Coman. "Daca jurnalism inseamna informare - si pentru mine asta inseamna in primul rind - OTV nu face jurnalism!", a adaugat profesorul Mihai Coman.

Solidaritatea morala a audientei

Liviu Chelcea, antropolog si director al Centrului de Studii si Cercetari in Domeniul Culturii, este de parere ca succesul OTV se explica prin subiectele abordate, care au puternice conotatii morale si care atrag interesul spectatorilor. "Majoritatea programelor OTV discuta subiecte abominabile, precum moartea si adulterul, sau subiecte situate la limita dintre ceea ce este normal si ceea ce este socant, cum sint experientele paranormale, bogatia si exorcizarea. Fiind puse in discutie la OTV, ele recreeaza o solidaritate morala a audientei, reface granitele dintre ce este acceptabil si ce este blamabil in societate. Audienta este «fortata» sa ia o pozitie si sa isi defineasca pozitia in raport cu subiecte de asemenea natura. Aceasta se poate vedea in discutiile care au loc a doua zi, dupa emisiune, in care multi oameni se simt nevoiti sa «ia pozitie» si sa condamne ceea ce au vazut la televizor, reafirmind astfel granitele morale ale societatii", a explicat antropologul Liviu Chelcea. Acesta a mai observat ca limbajul folosit pe postul OTV este unul cu care se identifica publicul postului. "Un alt element care contribuie la aceasta evolutie a audientei este «intimitatea culturala» a realizatorilor cu audienta postului, adica familiaritatea cu repertoriul mediu lingvistic si de explicatii. Realizatorii nu se sfiesc sa reia cele mai cunoscute mostre de «intelepciune populara», sa analizeze si sa amplifice orice suspiciune in conspiratie, sa reface opozitia dintre «ei» - cei care conspira si ascund adevarul - si «noi» - cei care nu ii credem si «ne luam de ei»", a mai spus antropologul Liviu Chelcea.

OTV discuta subiecte expediate de alte televiziuni

Presedintele interimar al CNA, jurnalistul Rasvan Popescu, a explicat ca nu se poate ignora faptul ca exista un public pentru tipul de subiecte pe care le abordeaza postul OTV. "Anumite teme de interes public, precum relatia profesor - elev, au fost ignorate sau expediate de celelalte posturi si astfel au putut fi monopolizate de OTV", a declarat Rasvan Popescu. El a mai spus ca explica aceasta crestere a audientei OTV prin accesul tot mai mare la retelele prin cablu si la serviciile in sistem DTH (direct-to-home, televiziune digitala prin satelit), precum si prin migratia publicului tinar din fata televizorului inspre alte mijloace de divertisment.

Cotidianul

Tatal nostru“ de la radio va fi analizat in Consiliul Director

Alexandra Badicioiu

Radioul public va analiza cererea de a nu mai difuza rugaciunea la inceputul programelor, venita de la o asociatie formata din profesori, scriitori, jurnalisti si fosti disidenti.

Asociatia Solidaritatea pentru libertatea de constiinta a solicitat miercuri conducerii Societatii Romane de Radiodifuziune (SRR) sa nu mai difuzeze rugaciunea „Tatal nostru“ la inceputul si la

finalul programelor. Din aceasta asociatie fac parte Gabriel Andreescu, militant pentru drepturile omului la APADOR-CH, profesorul universitar Liviu Antonesei, Smaranda Enache, copresedinta Liga Pro Europa si fosta ambasadoare a Romaniei in Finlanda si Estonia, istoricul Ovidiu Pecican, jurnalistul Mircea Toma, William Totok, istoric, scriitor si fost jurnalist la Europa Libera sau Daniel Vighi, scriitor si profesor la Universitatea de Vest din Timisoara. Asociatia e cunoscuta si pentru protestele ei privind construirea „Catedralei Mintuirii Neamului“ in Parcul Carol, legea cultelor sau icoanele din scoli.

„Situatia va fi analizata in Comitetul Director si se va lua o decizie in acest sens, dupa ce primim punctele de vedere ale Departamentului Editorial, juristilor SRR si dupa consultarea opiniei publice“, a fost raspunsul serviciului de comunicare al radioului public. Oficialii postului declara ca in prezent rugaciunea este difuzata pe posturile Radio Romania Actualitati si Antena Satelor, „o data pe zi, la ora 5 dimineata, in deschiderea emisiei“.

Membrii asociatiei cred ca difuzarea rugaciunii contravine legii nr. 489 din 2006 privind libertatea religioasa si regimul general al cultelor, care spune, la articolul 9, ca: „statul este neutru fata de orice credinta religioasa sau ideologie atee“ si „cultele sint egale in fata legii si a autoritatilor publice. Statul, prin autoritatile sale, nu va promova si nu va favoriza acordarea de privilegii sau crearea de discriminari fata de vreun cult“.

„Daca radioul public nu va da nici un raspuns cererii noastre, o sa ii dam in judecata si o sa cistigam. Este evident. Incalca legile clar“, declara pentru Cotidianul Remus Cernea, directorul executiv al asociatiei. El povesteste ca a auzit prima data rugaciunea pe Romania Cultural, prin 1999. „Am avut pe agenda tema asta demult. Dar de cind ne-am infiintat noi, de la sfirsitul anului 2003, am avut alte prioritati: Parcul Carol, legea cultelor, icoanele in scoli, care ne-au luat toata energia si tot timpul. Subiectele se discuta cu toti membri asociatiei. Daca in privinta altor subiecte au mai existat si puncte de vedere diferite, acum, cu radioul public, toata lumea a avut aceeasi opinie“, a spus Cernea.

„Radioul public este platit de toti cetatenii Romaniei si nu toti sint crestin-ortodocsi. Eu lupt, alaturi de colegii mei, si pentru dreptul lor. Mai luptam pentru pastrarea spatiului public in formula unui spatiu in care religia isi pastreaza rolul ei, dar nu isi depaseste limitele. Fiind o institutie publica, trebuie sa fie o institutie laica, care sa arate o educatie moderna, civica in primul rind, servind toate categoriile de populatie, pe cit posibil“, isi explica pozitia in aceasta privinta si Ovidiu Pecican.

Cit priveste pozitia Consiliului National al Audiovizualului, presedintele interimar al institutiei, Rasvan Popescu, a declarat pentru Cotidianul ca „nu se va amesteca“ in politica editoriala a posturilor. „Momentul rugaciunii face parte din grila de programe a postului public, hotarita de conducerea editoriala a radioului. Scoaterea sau mentinerea momentului de rugaciune este responsabilitatea conducerii radioului public. CNA nu poate influenta aceasta decizie tocmai pentru ca respecta libertatea editoriala“, a mai explicat Rasvan Popescu.

Potrivit informatiilor oferite de radioul public, rugaciunea „Tatal Nostru“ s-a difuzat inca din anii 1930 pe post, iar difuzarea rugaciunii a fost intrerupta in 1944, cind in Romania s-a instaurat regimul comunist. „Dupa revolutie, la scurta vreme, au existat numeroase cereri din partea ascultatorilor, pentru a se relua difuzarea rugaciunii, iar conducerea SRR de atunci a luat hotarirea ca programul radioului sa reinceapa cu rugaciunea „Tatal Nostru“, au declarat oficialii postului.