

THE CONSUMPTION OF POLITICAL INFORMATION THROUGH ENTERTAINMENT TV SHOWS: A GLOBAL TREND ALSO PRESENT IN ROMANIA

Elena Adriana Filipescu
PhD Student, University of Bucharest

Abstract: The relation between the TV viewer and political information has changed. More and more people are watching entertainment and comedy shows that present political information. Before, this kind of show mostly referenced political news and featured well-known political characters. In the present, many entertainment shows also present political news, explain political concepts and procedures, and point to relevant issues and discussion topics. This change was an adaptation toward the audience. There are viewers who do not watch news, instead become aware of political development as they are commented by TV anchors on comedy and entertainment shows. Therefore, the function of entertainment and comedy shows with a political approach has changed: now, there are several entertainment and comedy TV shows that have added an educative approach towards politics.

In this paper, we analyse this international mass media tendency from two perspective. First of all, we discuss its evolution in the U.S.A., citing the results of relevant papers. As examples, we discuss shows such as Last Week Tonight, The Daily Show, Late Night Show, or Late Late Night Show. Then, we discuss the present state of affairs, both in the U.S.A., and in Romania, which seems to be following this trend. This paper questions the effects of the consumption of political information through comedy shows and the educative dimension of these shows. Our objective is to identify the impact of these changes, on the viewers as well as on the politicians.

Keywords: politics in mass media, politics and TV shows, politics and entertainment, politics and comedy, politic satire

Urmărind emisiuni de divertisment pe teme politice, telespectatorii intră în contact cu mai multe informații de tip politic, ceea ce poate influența cunoștințele, deciziile și acțiunile politice ale acestor cetățeni. Pe măsură ce numărul acestor emisiuni crește, la fel ca și popularitatea lor, devine din ce în ce mai relevantă întrebarea cu privire la impactul lor asupra telespectatorului pe plan politic.

O parte din emisiunile de divertisment pe teme politice sunt emisiuni de satiră. Acestea folosesc comedia „ca pe o abordare de a reprezenta urâtenia politicii și a politicianilor și de a ridiculiza nebuniile lor prin mimică, exagerare și reprezentare comică” (Hong & Chang, 2015).

Spectacolele de umor târzii, așa cum ne-am putea referi la emisiunile denumite în limba engleză „late night shows”, au câteva caracteristici definitorii. Acestea sunt orientate către comedie, se axează pe știri curente și sunt difuzate seara târziu. Acest format a fost popularizat de Johnny Carson, care realiza emisiunea „The Tonight Show” pe NBC (Kucera, 2015).

Literatura de specialitate

Un studiu realizat în Taiwan pe un eșantion de 839 de cetățeni și-a propus să stabilească dacă există o legătură între vizionarea programelor de satiră politică, pe de o parte, și, pe de altă parte, cunoștințele politice, eficacitatea politică și cinismul politic –

cu alte cuvinte, neîncrederea față de politicieni (Hong & Chang, 2015). Autorii au comparat persoanele care urmăresc cea mai vizionată emisiune politică din Taiwan, „Crazy Pot”, cu cele care nu o urmăresc. Rezultatele studiului arată că cei care urmăresc emisiunea au un nivel mai ridicat de cunoștințe politice (cel puțin legate de campania electorală în desfășurare la acel moment), însă nu s-au observat diferențe în ceea ce privește eficacitatea sau cinismul politic.

Nu toate studiile au avut însă același rezultat în ceea ce privește legătura dintre vizionarea emisiunilor de divertisment cu conținut politic și eficacitatea politică. Un studiu american a corelat pozitiv urmărirea emisiunii *The Daily Show* cu eficacitatea politică internă. Eficacitatea politică se referă la încrederea cetățenilor în guvern (externă), dar totodată și la credința conform căreia aceștia au capacitatea de a înțelege corect politica sau de a o influența, într-un anumit grad (internă).

În trecut (Baym, 2005), înainte de apariția fenomenului „fake news”, acest termen a fost folosit pentru a trasa o linie de demarcație între știrile „reale” și cele din cadrul unor emisiuni de divertisment, care nu au la bază surse jurnalistice solide. În acest context, autorii observă atât avantaje, cât și pericole. Pe de o parte, emisiunile de divertisment pe teme politice devin un fel de poartă de intrare în domeniul actualităților politice. Pe de altă parte, există o responsabilitate în răspândirea mesajelor cu impact sociopolitic către o audiență atât de largă. Așa cum explică Kucera (2015), „aceste emisiuni depășesc simpla batjocură a politicii și au început să devină participanți și activiști în cadrul politicii.”

Totodată, aceste emisiuni reflectă două tendințe care se dezvoltă în paralel. Pe de o parte, cultura populară devine mai politică. Referințe și glume politice au pătruns adânc în producții de cultură populară, de la seriale televizate, la muzică și emisiuni de divertisment pe teme generaliste. Pe de altă parte, a apărut și tendința numită în limba engleză „*entertainmentisation*” în raport cu politica, care se referă la procesul prin care politica a început să fie pătrunsă de diferite elemente ale divertismentului. La o primă vedere, cele două domenii au fost din punct de vedere istoric separate, însă Kolehmainen (2006) argumentează că au mai multe în comun decât pare.

În acest context, un alt concept important este cel cunoscut drept „*infotainment*”: un mix între informare și divertisment. Emisiunile de divertisment pe teme politice se încadrează perfect în această categorie. Hoffman (2015) a observat că tendința este ca separația dintre divertisment și știri se estompează, iar dacă această tendință continuă, într-un viitor mai îndepărtat aceasta ar putea dispărea cu totul, consideră autorul.

Compton (2011, *apud* You, 2014) a cercetat studiile realizate pe tema emisiunilor televizate de divertisment politic și a identificat trei categorii principale. Acestea pot privi:

- educația politică și procesarea informației;
- atitudinile orientate către politica și actualitățile și comportamentele asociate cu aceasta;
- ideologia politică și partidele politice.

Totodată, am putea completa că majoritatea autorilor iau o poziție clară față de fenomenul acestor emisiuni: fie le scot în evidență avantajele, fie avertizează cu privire la pericolele acestora. De exemplu, Postman (2005) consideră că problema se află la mediul de difuzare, televiziunea fiind părtinitoare în favoarea divertismentului, sacrificând conținutul mai serios. Acesta afirmă că televiziunea ar trebui privită ca o dezinformare și că, în această nouă realitate, oamenii „se amuză până la moarte”. Postman (2005) caracterizează S.U.A., locul de plecare al fenomenului de *infotainment*

și al acestui format de emisiune, drept țara cu cetățenii cei mai amuzați, dar și cel mai puțin informați.

Această atitudine este destul de elitistă, subestimând nevoia democrațiilor solide de a-și păstra cât mai mulți cetățeni informați pe teme politice. Așa cum am putut observa în trecut, informațiile într-o formă sobră, prezentate într-un format care să permită atât seriozitate, cât și rigurozitate, nu ajung decât la un procent redus din populație.

La polul opus, există persoane care sesizează oportunități. Modul în care emisiunile de divertisment politic captează interesul publicului larg poate fi studiat astfel încât pedagogii să aibă rezultate mai bune la sala de clasă.

Din acest punct de vedere, umorul nu compromite latura educativă și informativă, ci o poate chiar încuraja. Există deja numeroase studii care scot în evidență beneficiile umorului în raport cu învățarea. De la o forță de motivare, la contribuții în construirea unor relații interumane care să faciliteze învățarea (de exemplu, între studenții care participă la un curs) și un mod de îmbunătățire a retenției materialelor citite, umorul poate fi foarte util pe plan pedagogic, prin urmare nu ar trebui eliminat.

Consumul de informații politice prin emisiuni televizate de divertisment în S.U.A.

În această secțiune, vom prezenta pe scurt câteva emisiuni influente de divertisment pe teme politice din S.U.A., cum ar fi *Last Week Tonight*, *The Daily Show*, *Late Night Show* și *Late Late Night Show*, pe măsură ce analizăm impactul acestora asupra telespectatorilor și, în general, asupra consumului de informații politice. De asemenea, este de interes echilibrul dintre informație și comedie, dintre metodele jurnalistice și cele ale spectacolului.

The Daily Show este o emisiune difuzată pe canalul american Comedy Central, care a început în anul 1996 și care i-a avut drept prezentatori pe Jon Stewart, Stephen Colbert și, în prezent, Trevor Noah.

În 2010, pe site-ul oficial al emisiunii, aceasta era prezentată drept „lipsită de povara obiectivității, a integrității jurnalistice sau a preciziei” (Beavers, 2011). Această afirmație a fost interpretată negativ de unii cercetători, care au subliniat faptul că nu se poate avea încredere în informațiile prezentate în cadrul emisiunii. Urmărind emisiunile, afirmația poate fi plasată mai bine în context: nu este vorba de o lipsă de etică, ci de o libertate semnificativ mai mare în prezentarea informației. Lipsa obiectivității se referă la faptul că prezentatorul emisiunii nu prezintă informațiile într-un stil imparțial și echidistant, ci mai mult într-un stil editorial, de opinie. Faptele sunt folosite pentru a face un punct de vedere, pentru a informa și pentru a distra publicul. Astfel, prezentatorii emisiunii au libertatea de a critica în mod liber politicienii sau autoritățile care sunt găsite responsabile de derapaje, prin acțiuni sau declarații.

Integritatea jurnalistică este un termen larg, care include o gamă largă de practici, a căror respectare ar îngădi latura de comedie și divertisment. Spre exemplu, un jurnalist este obligat să prezinte un politician corupt drept nevinovat până o instanță de judecată îl condamnă, iar orice faptă este presupusă până la acel moment, chiar și în cazul în care există probe suficiente și clare (cum ar fi înregistrări video și martori). Pe de altă parte, prezentatorul unei emisiuni de divertisment pe teme politice poate comenta subiectul într-o manieră mai liberă, ghidându-se după logică și dovezi și, în același timp, încurajându-l în mod indirect pe spectator să facă același lucru.

Nu în ultimul rând, precizia reprezintă de asemenea o piedică în fața umorului. În cadrul acestor emisiuni, se folosesc în mod frecvent exagerări în scop comic.

Last Week Tonight a fost lansată în 2014 pe canalul HBO și îl are ca prezentator pe John Oliver. În cei patru ani în care a fost difuzată, emisiunea a primit numeroase premii și distincții: de la Premiile Emmy, la Peabody, la premii pentru scenariu sau producători. Dintre emisiunile în acest format, cea a lui John Oliver este de altfel una dintre cele mai bine documentate, care are de asemenea meritul să expună probleme complexe într-un mod ușor accesibil maselor.

O discuție frecventă cu privire la această emisiune este legată de încadrarea profesională a lui John Oliver. Acesta a fost numit jurnalist, comedian, comedian de investigație și chiar subsidiar de informație, însă acesta a respins ferm eticheta de jurnalist:

„Facem glume despre știri și, uneori, trebuie să cercetăm lucrurile adânc pentru a le înțelege, dar este întotdeauna în slujba unei glume. Dacă faci glume despre animale, asta nu te face zoolog. Cu siguranță avem așteptări ridicate de la noi și verificăm totul, însă termenul corect pentru ceea ce facem este comedie.” (John Oliver, 2014)

În contextul în care statisticile arată o scădere a intervalului de atenție la adulți, iar conținutul foarte scurt, de aproximativ 2 minute, este cea mai consumată formă de conținut video online, John Oliver pare să meargă împotriva curentului. Fragmente de peste 15 minute din emisiunea sa au devenit virale de-a lungul timpului, cum ar fi investigația originală cu privire la declarațiile false cu privire la finanțarea burselor pentru concursul de frumusețe Miss America, burse care erau în realitate mult mai mici (Purcell, 2017). Nici chiar realizatorii emisiunii nu se așteptau la acest apetit al spectatorilor pentru conținut lung și bine documentat: „am fost destul de surprins de măsura în care oamenii voiau să urmărească conținut lung despre lucruri care par plictisitoare în mod obiectiv, cum ar fi neutralitatea internetului sau unele în mod obiectiv neliniștitoare, cum ar fi subiectul traducătorilor irakieni și afgani” (Oliver, *apud* Purcell, 2017).

Odată cu câștigarea alegerilor de către Trump, John Oliver a declarat că emisiunea va fi chiar mai orientată către acțiune și activism decât înainte, iar aceasta nu este singura emisiune de divertisment care și-a modificat abordarea din cauza unor modificări pe scena politică. John Oliver a explicat în 2016:

„În ultimii opt ani, am avut un președinte despre care am putea presupune că, în general, a apărut drepturile tuturor americanilor. Dar asta se va schimba acum. Așa că trebuie să ne susținem în mod activ unul pe celălalt. Și asta nu poate consta doar în a ne plânge pe internet sau în a distribui conținut video precum acesta care au ecou doar în jurul bulei fiecăruia. Vorbesc despre sacrificiu real pentru a susține oamenii care sunt acum amenințați.” (John Oliver, 2016)

Alte emisiuni de acest format sunt *Late Night Show*, *Late Late Night Show* sau producții mai recente, cum ar fi *Full Frontal*. Aceasta din urmă a avut primul episod în 2016 și este una din puținele (dacă nu chiar singura) emisiune de acest tip care e prezentată de o femeie, Samantha Bee. Chiar dacă scopul principal al emisiunii este comedia, aceasta a adus în atenția publică o serie de subiecte pe teme politice și sociale, iar în 2016 a primit premiul „Outstanding Achievement in News and Information”, de la Premiile TCA. De altfel, nu a fost singura emisiune de acest tip care să primească un astfel de premiu.

Simplul fapt că premiile din domeniu, care înainte erau oferite doar jurnaliștilor, se adresează și emisiunilor de divertisment politic pe formatul „late night show”, arată o schimbare în domeniu și o schimbare în percepția publică cu privire la jurnalism și comedie. Dacă încrederea în jurnaliști a scăzut (în special în ultimii ani, pe

baza fenomenului fake news și a mediatizării manipulărilor din presă), cea în comediantii care realizează astfel de emisiuni a crescut.

Consumul de informații politice prin emisiuni televizate de divertisment în România

În România, emisiunile de satiră politică cu accent pe actualități au apărut relativ devreme. Un prim exemplu este „Cronica cârcotașilor”, al cărui prim episod a fost difuzat în anul 2000. Cercetătorii au recunoscut meritele emisiunii, cu toate că în ultimii ani, aceasta a pierdut semnificativ din popularitatea pe care o avea în trecut: „poziționând românii ca pe spectatori activi de televiziune și ca pe portari împotriva practicilor de manipulare și a utilizărilor incorecte ale limbii române, spectacolul promovează contestarea prin discurs și activează dorința de implicare politică” (Bardan, 2012).

Un exemplu mai recent și mai potrivit pentru discuția de față este cel al emisiunii lui Dragoș Pătraru, *Starea Nației*, care se prezintă astfel: „Starea Nației este în același timp un late night show serios dar și unul plin de umor”. De asemenea, o emisiune recentă, pe format foarte asemănător cu cel american, este *Show de seară* cu Viorel Dragu pe canalul Comedy Central. Cu toate că formatul este unul foarte modern, emisiunii îi lipsește substanța pe care o au echivalentele sale americane, iar recepția sa a rămas modestă.

Luând în considerare aspectele menționate, putem concluziona că cel mai probabil tendința de politicizare a divertismentului și popularitatea formatului de tip „late night show” va crește în viitor. Chiar dacă momentan această tendință este relativ redusă în România, iar spațiul de difuzare este ocupat cu multe emisiuni de tip politic (cum ar fi emisiuni în format de talk show-uri sau one-man show-uri), cu siguranță consumul de emisiuni de tip *late night* va crește și pe plan național, ceea ce ar putea ajuta cu informarea pe o scară mai largă a populației cu anumite subiecte complexe, care pot fi făcute mai accesibile cu ajutorul umorului, potrivit literaturii de specialitate.

Prin urmare, emisiunile de acest tip nu ar trebui considerate un înlocuitor sau un concurent pentru știrile tradiționale, ci un ajutor în înțelegerea acestora, care este îngreunată de volumul imens de informație din prezent.

BIBLIOGRAPHY

Bardan, A. (2012). „*The Tattlers’ Tattle: Fake News, Linguistic National Intimacy, and New Media in Romania*”, *Popular Communication*. 10:1. 145-157.

Beavers, S. (2011). „Getting Political Science in on the Joke: Using *The Daily Show* and Other Comedy to Teach Politics”, în *PS: Political Science & Politics*, 44(2), pp. 415-419.

Duerst, L., Koloen, G., Peterson, G. (2001). *It May be Funny, But Is It True: The Political Content of Late-Night Talk Show Monologues or Everything I Learned About Politics I Learned From Jay Leno*. Accesat online în noiembrie 2018. URL: <https://people.uwec.edu/petersgd/research/latenight.pdf>

Hoffman, A. (2015). *The John Oliver Effect: Political Satire and Political Participation Through Social Networks*. Teză înscrisă la *Kent State University Honors College*. Kent: Kent State University Honors College.

Hong, Y., Chang, R. (2015). „The impact of political satire show on people's political knowledge, political efficacy, and political cynicism—viewers vs. non-viewers

in the 2014 Taipei mayor election”, *Proceedings of 28th TheIIER International Conference*. Paris.

Jones, J. (2010). *Entertaining Politics. Satiric Television and Political Engagement*. Second Edition. Lanham: Rowman & Littlefield Publishers.

Kolehmainen, M. (2006). *Politics as confections? Political humour and humour as a political weapon in Finnish popular publicity*. MA – Media Culture, University of Tampere.

Kucera, E. (2015). *Late Night Comedy and its Effects on the Public’s Political Opinion*. A Senior Project presented to The Faculty of the Journalism Department, California Polytechnic State University, San Luis Obispo.

Matsa, K. (2010). „Laughing at politics: effects of television satire on political engagement in Greece”. Teză înscrisă la *Faculty of the Graduate School of Arts and Sciences of Georgetown University*. Washington, D.C.: Georgetown University.

Postman, N. (2005). *Amusing ourselves to death: Public discourse in the age of show business*. New York: Penguin Press.

Nazir, F., Bhatti, M.B. (2016). „Impact of Political Satirical Shows on Political Socialization: An Analysis”. *Global Media Journal*. 9(2). pp. 1-9.

Oliver, J., *apud* Carr, D.(2014) „John Oliver’s Complicated Fun Connects for HBO”, *The New York Times*. Accesat online în decembrie 2018. URL: <https://www.nytimes.com/2014/11/17/business/media/john-olivers-complicated-fun-connects-for-hbo.html>

Rahal, E. (2016). „Good Cynicism: The Civic Potentials of Political Comedy and the Reasons for Its Absence on Colombian Television”. Teză înscrisă la *Faculty of Social Sciences, Lund University – Sweden*.

Tsakona, V., Popa, D.E. (2011) *Studies in Political Humour. In between political critique and public entertainment*. Amsterdam: John Benjamins Publishing Company.

You, K.H. (2014). *Entertaining politics: exploring historical transformation of production, distribution, and consumption of political entertainment in Korea*. The Pennsylvania State University, The Graduate School, College of Communications.