

Funcția de informare a media în procesul de setare a agendei politice

Julie Sevenans, „The Media’s Informational Function in Political Agenda-Setting Process”, în *The International Journal of Press/Politics*, vol. 22 (2), februarie 2017

Prin articolul de față, autoarea își propune să investigheze dacă media au un rol de informare în cadrul procesului de setare a agendei politice, analizând în ce măsură politicienii acționează sau reacționează ca urmare a subiectelor din media și dacă elitele politice știu sau nu dinainte de subiectele apărute în acest mediu la un moment dat.

Pentru a vedea dacă un astfel de rol informațional al media există, Julie Sevenans recurge la un studiu de caz, incluzând parlamentarii din trei țări: Belgia, Canada și Israel. Rezultatele analizei empirice conduc către concluzia că politicienii cunosc dinainte cele mai multe dintre subiectele apărute în media la un moment dat, dar preferă să acționeze sau să reacționeze atunci când subiectele apar în atenția presei. De asemenea, funcția informațională a media în setarea agendei politice poate avea o valoare mai mare sau mai mică, în funcție de tipurile de actori politici (politicieni de la putere vs. politicieni din opoziție) sau de tipul de acțiune a politicienilor (acțiune simbolică sau acțiune substanțială).

Media îi influențează pe politicieni mai mult sau mai puțin în funcție de mai multe criterii

Înainte de analiza empirică pe cele trei țări, autoarea face o incursiune teoretică cu privire la influența media

asupra agendei politice, urmând ca apoi ipotezele teoretice să fie validate sau invalidate de studiul de caz. Studiile privind rolul media în procesul de setare a agendei politice arată că reacțiile sau acțiunile politicienilor la subiectele din media diferă în funcție de două variabile: tipul de acțiune și tipul de actor politic.

Astfel, rolul de informare pe care îl are media pentru politicieni diferă la partidele de opoziție în raport cu partidele de guvernare. În acest sens, *există o probabilitate mai mare ca partidele de opoziție să reacționeze într-o mai mare măsură la acele subiecte din media despre care nu știau dinainte decât partidele aflate la guvernare*. Aceasta este de fapt și prima ipoteză pe care autoarea o va testa prin analiza empirică.

O altă variație a funcției media, demonstrată de articolele de specialitate și amintită de Julie Sevenans, este dată de distincția dintre partidele care se concentrează pe luptele partizane (atacuri, strategii de ofensivă-defensivă) și cele care urmăresc atingerea obiectivelor și realizarea politicilor publice. De aici rezultă o *a doua ipoteză, potrivit căreia partidele „războinice” (party warriors) tind să acționeze într-o mai mare măsură decât partidele orientate spre politici la acele subiecte din media despre care nu știau dinainte*.

În sfârșit, a treia variație de care ar depinde rolul informativ al media ar fi distincția dintre acțiunile simbolice

ale elitelor politice (audieri parlamentare, interpelări, întrebări parlamentare etc) și acțiunile substanțiale sau de fond (inițiative legislative). Plecând de la observația că agendele politice simbolice sunt mult mai influențate de acoperirea media decât agendele politice substanțiale, autoarea formulează o a treia ipoteză: *politicienii tind să acționeze într-o mai mare măsură simbolic decât substanțial la subiectele din media despre care nu știau dinainte.*

Studiul de caz pe Belgia, Canada și Israel. Metodologie

Pentru a vedea în ce măsură cele trei ipoteze teoretice sunt validate de analiza empirică, Julie Sevenans face un studiu de caz pe trei țări cu sisteme politice diferite (Belgia, Canada, Israel), care include un chestionar adresat membrilor parlamentului din țările menționate. Fiecare parlamentar a primit un chestionar cu întrebări referitoare la șapte știri (știrile au vizat doar subiecte interne) din ultimele cinci săptămâni. Întrebările au fost următoarele: „Ați văzut în media știrea despre subiectul X, în data de...?”; „Dacă ați observat știrea, ați auzit pentru prima dată de subiect, din media sau cunoșteți subiectul dinainte?”; „Ați luat vreă măsură în parlament (simbolică sau substanțială) ca urmare a subiectului apărut în media?”; Care este gradul în care, în comparație cu alți colegi de partid, vă concentrați mai mult pe demonstrarea vulnerabilităților altor partide sau pe politicile publice?”

La chestionar au participat, în Belgia – 256 de membri ai Parlamentului (din totalul de 370), în Canada – 76 de parlamentari (din totalul de 286 contactați și 425 existenți), în Israel – 44 de membri (din totalul de 120).

Studiul de caz. Rezultate și testarea ipotezelor

Urmărind întrebările de mai sus, studiul de caz arată că 75% din totalul

parlamentarilor care au participat la studiu în cele trei țări au observat în media subiectele din chestionar, atunci când ele au apărut. De asemenea, 40% dintre ei au auzit (25% nu au auzit, 35% nu au răspuns) de un anumit subiect dinainte de a apărea în presă, în timp ce 15% au formulat întrebări parlamentare (acțiuni simbolice) și 6% s-au implicat legislativ (acțiuni substanțiale).

Ca un rezultat general, **studiul arată că o treime dintre parlamentari au acționat simbolic sau substanțial la știrile din media, deci valoarea informativă a media se confirmă într-o anumită măsură.** Vom vedea în cele ce urmează variațiile în funcție de tipul acțiunilor politicianilor și în funcție de tipul de actor politic.

1) Variațiile în funcție de tipul acțiunii politicianilor: acțiuni substanțiale vs. acțiuni simbolice

Datele empirice arată că, în toate cele trei țări, nivelul acțiunilor simbolice este mai ridicat decât nivelul acțiunilor substanțiale, iar politicienii tind să acționeze într-o mai mare măsură la acele subiecte din media pe care le cunosc înainte de a apărea în media decât la cele care sunt noi pentru ei. Astfel, în Belgia, 48% dintre parlamentari au răspuns că au acționat simbolic la subiecte despre care știau dinainte, în raport cu 27% care au spus că au acționat în același mod la subiecte despre care nu știau dinainte. În Canada, 29% dintre parlamentari au recurs la măsuri simbolice cu privire la subiecte cunoscute înainte de apariția în media, în raport cu numai 8%, care au acționat asemănător la subiecte noi pentru ei. În Israel, 21% au acționat simbolic la subiecte cunoscute, în comparație cu doar 6% care au acționat similar la subiecte noi.

În ceea ce privește acțiunile substanțiale, doar 21% de parlamentari au acționat substanțial, în Belgia, la subiectele cunoscute dinainte de apariția lor în media, în comparație cu 4% care au luat măsuri substanțiale la subiectele despre care nu știau dinainte. În Israel, doar 10% au adoptat astfel de măsuri la subiectele cunoscute dinainte și doar

2% au acționat la subiectele noi. Similar, doar 9% dintre parlamentarii canadieni au acționat substanțial la subiectele cunoscute și doar 3% au luat măsuri la subiectele noi.

Rezultatele de mai sus confirmă ipoteza numărul 3, potrivit căreia **politicienii tind să acționeze într-o mai mare măsură simbolic decât substanțial la subiectele din media despre care nu știau dinainte.**

2) Variațiile în funcție de tipul de actor politic: parlamentari aflați la guvernare vs parlamentari din opoziție; parlamentari „războinici” vs. parlamentari orientați către politici publice

Datele empirice arată că probabilitatea de acțiune a parlamentarilor din opoziție scade de numai trei ori (de la 23% la 8%) în cazul subiectelor despre care nu se știa dinainte spre deosebire de parlamentarii partidelor de guvernare la care probabilitatea de acțiune scade de 6 ori (de la 12% la 2%). Se confirmă în acest fel prima ipoteză a studiului care spune că *există o probabilitate mai mare ca parlamentarii din opoziție să reacționeze într-o mai mare măsură la acele subiecte din media despre care nu știau dinainte decât partidele aflate la guvernare.* Ipoteza se confirmă însă doar la nivelul acțiunilor simbolice.

În ceea ce privește distincția parlamentari „războinici” vs. parlamentari orientați către politici publice, rezultatele studiului confirmă cea de-a doua ipoteză a articolului, potrivit căreia parlamentarii „războinici” (party warriors) *tind să acționeze într-o mai mare măsură decât partidele orientate spre politici la acele subiecte din media despre care nu știau dinainte:* 4% dintre parlamentarii „războinici” acționează simbolic la subiecte noi, spre deosebire de 1% dintre parlamentarii orientați spre politici. Și în acest caz, ipoteza este confirmată doar în cazul măsurilor simbolice.

La întrebarea articolului (este receptivitatea politicianilor la media o consecință a funcției informaționale a acesteia sau media este un provider nesemnificativ de informație pentru politicieni și procesul de setare a agendei

politice este rezultatul unor alte mecanisme), autoarea ajunge la concluzia că, deși politicienii își iau o bună parte din informații (două treimi) din alte surse (din interior), media are totuși un rol de informare pentru politicieni (o treime din informații este din media). De asemenea, studiul empiric conduce și la o concluzie suplimentară: având în vedere că cele mai multe măsuri ale politicianilor sunt luate ca urmare a subiectelor din media cunoscute dinainte, acest lucru înseamnă că media mai curând îi presează pe politicieni să ia măsuri la un moment dat decât îi informează pe aceștia cu privire la subiectele respective (despre care politicienii știau dinainte). Ar rezulta astfel și un rol de presiune a media asupra politicianilor.

O serie de elemente rămân totuși nelămurite în articolul de față. Autoarea nu definește termenul de agendă politică, punând semnul egal între aceasta și agenda parlamentară. Prin această opțiune, putem deduce că autoarea îmbrățișează teoria instituționalistă a procesului de agenda setting, care spune că doar instituțiile birocratice și comisiile parlamentare sunt cele care controlează agenda. Nemotivând opțiunea pentru o astfel de teorie, nu știm de exemplu de ce nu sunt luați în calcul și membrii guvernului, care ar putea fi considerați mai apropiați de luarea deciziilor decât parlamentarii.

Un alt punct nelămurit este legat de numărul de parlamentari chestionați în fiecare țară. De exemplu, în Canada, au participat la studiu doar 76 din totalul de 425 de parlamentari, adică un procent de doar 17%. De asemenea, concluziile studiului se bazează pe răspunsuri la un set de întrebări, neștiind în ce măsură răspunsurile sunt cele conforme cu măsurile luate efectiv de parlamentari. De exemplu, parlamentarii sunt întrebați în ce măsură au luat măsuri (întrebări parlamentare, inițiative legislative etc) ca urmare a informațiilor din media, dar nu putem ști care este valoarea de adevăr a afirmațiilor lor.

Prin analiza empirică, articolul lui Julie Sevenans aduce o contribuție

importantă la studiul privind agenda politică și la influența agendei media asupra procesului de setare a agendei, politice stabilind o serie de concluzii care ar putea fi testate și pe alte state. Aflăm din studiul empiric faptul că politicienii preferă să acționeze într-o mai mare măsură simbolic (interpelări și întrebări parlamentare, audieri la parlament, intervenții în dezbaterile parlamentare etc) decât substanțial (inițiative legislative). Explicația pentru acest gen de comportament pare coerentă, dacă ne gândim că acțiunile simbolice precum cele enumerate mai sus se bucură de o vizibilitate mai mare decât cele substanțiale. Iar politicienii sunt interesați ei înșiși să devină mai vizibili și să-și construiască o mai bună imagine prin astfel de măsuri. Această concluzie poate fi testată și pe alte state, pentru a vedea în ce măsură poate dobândi un caracter de generalitate. De asemenea, concluziile cu privire la tendința parlamentarilor de opoziție

și a celor din partidele războinice de acțiune într-o mai mare măsură decât parlamentarii de la putere sau decât cei din partidele orientate către politici la subiectele din media despre care nu știau dinainte ar putea fi verificate și pe alte studii de caz. O eventuală explicație pentru această tendință ar putea consta în folosirea de către parlamentarii din opoziție a subiectelor noi din media ca ferestre de oportunitate pentru a ataca puterea.

Nu în ultimul rând, cercetarea de față poate constitui un punct de plecare pentru aprofundarea studiului despre setarea agendei politice, un tip de agendă care nu se bucură de un la fel de mare interes în literatura de specialitate precum agenda media sau agenda cetățeanului.

Ionela Gavril

[Independent Researcher]