

SUMAR:

AUDIOVIZUALUL PUBLIC

- Constantin MARIN*
1 Informarea politică audiovizuală: între sondajul de opinie și monitorizare
Dorin CHIRTOACĂ
4 Transformarea companiei *Teleradio Moldova* – inadvertențe juridice și situație de fapt
Rodica MAHU
6 Mărturia unui jurnalist rebutat

ETICĂ ȘI PROFESIONISM

- Neli HARABARA*
9 “Publiciștii” față cu publicistica
Constantin CHEIANU
11 Noii conjuncturiști

JURNALISMUL ECONOMIC

- Rodica TELEUCĂ*
15 Relatarea economică subordonată responsabilității civice

CÂINELE DE PAZĂ CU OCHI DE STICLĂ

- Nicolae POJOGA*
18 O abordare critică a fotografiei de presă din R.Moldova

SONDAJ

- 20 Probleme actuale ale mass-media din Republica Moldova

STUDIU

- 35 Notorietatea și audiența mass-media din Republica Moldova

INFORMAREA POLITICĂ AUDIOVIZUALĂ: între sondajul de opinie și monitorizare

Fiecăruia dintre noi i s-a întâmplat, cel puțin o dată, să parcurgă un drum necunoscut. În lipsa unor repere clare, acesta, cu siguranță, ne-a produs o anumită neliniște, un anume disconfort: drumul necunoscut pare lung, istovitor, iar informațiile imprecise, confuze sau contradictorii despre felul cum putem ajunge la destinația dorită ne derutează sau chiar ne obligă să facem cale întoarsă...

Timpurile pe care le trăim, marcate de trecerea de la un sistem social la altul, de la unele valori la altele, de la un comportament la altul, de la o mentalitate la alta constituie, metaforic vorbind, și ele un drum. Un drum social, politic, economic, valoric etc. Dacă am pornit pe acest făgaș fără a dispune de busolă, riscăm să ne rătăcim. Necunoscutul ne periclitează existența, ne inhibă, de aceea cautăm cu înfrigurare niște repere care să ne faciliteze viața și mersul pe acest itinerar... Reperele despre care e vorba constituie, în opinia mea, buna informare. Or, un om bine informat, mai lesne trece prin labirinturile societății actuale, iar acțiunile lui sunt mai sigure și mai conștiente.

Ce preferăm?

Partea covârșitoare a populației din Republica Moldova se informează despre lumea înconjurătoare din mass-media. Barometrul de Opinie publică (BOP), realizat în perioada 26 octombrie - 10 noiembrie 2004 de Institutul de Marketing și Sondaje IMAS-Inc. Chișinău, la comanda Institutului de Politici Publice (IPP), confirmă acest fapt. Astfel, el arată că televiziunea este cea mai importantă sursă de informare politică a oamenilor, aceasta fiind preferată de 81 la sută dintre respondenți (68,2 % dintre ei au indicat-o în primul rând, iar 12,8% - în rândul al doilea), iar radioul beneficiază de 47 la sută din opțiuni (14,8 % dintre cei chestionați l-au numit în primul rând, iar 32,2 % - în rândul secund). Aceste mijloace de informare sunt urmate, la mare distanță, de ziare, familie, prieteni, vecini, colegii de serviciu, zvonuri, sondaje de opinie și altele. Ierarhizarea respectivă, potrivit datelor BOP, este una tipică pentru ultimii trei ani. Astfel, între noiembrie 2001 și noiembrie 2004 în medie 71 la sută dintre respondenți au urmărit zilnic programele tv, aproximativ 54% - programele

radio și doar circa 12 la sută au consultat în aceeași măsură ziarele.

Majoritatea respondenților, în special, cei așezați cu traiul în regiunile rurale, au acces limitat la mijloacele de comunicare în general sau dispun de un registru mediatic restrâns, lipsit de relevanța diversității. Cea mai accesibilă sursă autohtonă de informare politică rămâne Compania *Teleradio Moldova*, care, din 8 august 2004, este declarată instituție publică. În consecință, oamenilor nu le rămâne decât să consume ceea ce le este servit sau să se refugieze în segmentul recreativ-distractiv al audiovizualului disponibil.

Ce ni se oferă?

Audiovizualul național în coordonatele actuale de emisie oferă telespectatorilor și radioascultătorilor programe lunare cu durata de 859 ore, inclusiv *TV Moldova 1* - 319 ore, iar *Radio Moldova* - 540 ore. Blocul de emisie social-politică (programele de știri și emisiunile tematice) constituie 218 ore sau 25,39 la sută (noiembrie, 2004). Acesta, potrivit datelor monitorizării efectuate de CIVIS în iunie-noiembrie 2004, a cunoscut o creștere substanțială de îndată ce Compania *Teleradio Moldova* a fost declarată instituție publică.

Astfel, dacă în iunie 2004, când Compania mai era formal o structură de stat, durata programelor social-politice la *TV Moldova 1* a înrunit 40,14 ore, atunci în noiembrie - 65,46 ore, iar la *Radio Moldova* - respectiv 112,18 și 152,13 ore. Datele monitorizării mai relevă interesul instituției publice *Teleradio Moldova* față de emisiunea social-politică de opinie din contul restrângerii programelor de știri. Dacă în iunie 2004 ultimele au reprezentat 74,7 % din emisia social-politică tv și 87,46 % din cea radiofonică, atunci în noiembrie indicatorii respectivi au constituit 62,9 și 78,2 la sută.

Serviciul public al audiovizualului național prin registrul tipologic adoptat își focalizează atenția asupra știrii social-politice interne care, potrivit datelor statistice de monitorizare CIVIS, în noiembrie 2004, bunăoară, a acumulat 63,2 %, ca frecvență, și 76,8 %, ca durată, la *TV Moldova 1* și, respectiv, 60 și

75,5 la sută la *Radio Moldova*. Această categorie de știri înglobează informarea socială, politică și economică. Prezențele lor în programele audiovizualului național sunt ierarhizate. Astfel, știrile sociale la *TV Moldova 1* în noiembrie au întrunit 39,5 %, ca frecvență, și 43,6 %, ca durată, iar la *Radio Moldova* – respectiv, 30,9 și 37,4 la sută din totalul de știri social-politice interne. Ele sunt urmate de știrile care tratează evenimentul politic intern (între 20 și 23 la sută ca frecvență și durată) și fenomenele/faptele economice (în proporție medie de 10 la sută la *TV Moldova 1* și 13 la *Radio Moldova*). Despre celelalte evenimente interne se relatează între 1,2 și 0,3 la sută ca frecvență și durată. Compania *Teleradio Moldova* propune beneficiarilor săi un volum important de știri despre relațiile externe și evenimentele internaționale. Acestea cuprind în medie circa 30 la sută ca frecvență și durată din totalul de știri social-politice.

Audiovizualul național din perspectiva tematicii abordate acordă prioritate următoarelor probleme: Transnistria; Educația; Cultura; Ceremoniile, aniversările; Colaborările socio-economice externe; Activitățile guvernamentale și parlamentare; Acțiuni diplomatice; Agricultură; Sportul; Sănătate, asigurări medicale. Aceste zece domenii, cu unele variațiuni, au fost prezente în medie în jurul la 40-50 % din știrile difuzate lunar de *TV Moldova 1* și *Radio Moldova*. Altor 50-60 de probleme înscrise în agenda programelor de știri de la serviciile respective le-a revenit restul timpilor de antenă. *TV Moldova 1* și *Radio Moldova* au relatat cel mai rar despre investițiile locale, societatea civilă, datoriile interne și externe, ordinea publică, salarii, problemele producătorilor agricoli, export, problemele vamale, calitatea produselor, spațiul locativ și altele (datele din lunile octombrie-noiembrie).

Publicul Companiei *Teleradio Moldova* a fost cel mai bine informat despre activitatea agenților și actorilor puterii sau a exponenților acesteia. Astfel, de exemplu, în noiembrie 2004 *TV Moldova 1* a mediatizat instituțiile puterii centrale și ale celei locale (președintele, cadrele prezidențiale, guvernul, primul ministru, parlamentul, președintele parlamentului, justiția, curtea constituțională, poliția, securitatea, garda financiară, poliția economică, armata, administrația publică locală,) în proporție de 46,8 la sută, iar *Radio Moldova* – 50,8 la sută. Mediatizarea consemnată a făcut ca acești agenți politici să dispună în noiembrie de 975 apariții la *TV Moldova 1* sau o medie zilnică de 32 de apariții și de 3287 de prezențe la *Radio Moldova* sau de o medie zilnică de 109 de prezențe. În fiecare zi din luna noiembrie telespectatorii

și radioasculătorii au putut să se întâlnească prin știrile difuzate în medie de 52,5 ori cu actorii politici ce reprezintă puterea.

Ceilalți agenți politici (opозиția parlamentară și partidele neparlamentare) au avut 22 de apariții la *TV Moldova 1* și 56 de apariții la *Radio Moldova* sau câte o medie zilnică de 0,7 apariții la *TV Moldova 1* și de 1,8 apariții – la *Radio Moldova*. Ceva mai frecvent – de 2,5 ori pe zi, consumatorii de informație au fost relaționați cu actorii politici dinafara puterii. Telespectatorii postului *TV Moldova 1* au avut în medie 10,9 cazuri zilnice să audă știri despre patronat, sindicate, biserică, societatea civilă, agenții economici, mass-media, instituțiile educativ-științifice și cele medicale, iar ascultătorii *Radio Moldova* – 41,9 de prilejuri similare.

Compania *Teleradio Moldova* preferă să facă referință la evenimentele uzuale sau ceremoniale. Quantumul lor în programele de știri a crescut de la aproximativ 70 la sută în august până la 85 la sută în noiembrie (în octombrie – 94 %). Evenimentele conflictuale, controversate au nimerit în vizorul *TV Moldova 1* și *Radio Moldova* în cea mai mică măsură. Cota lor a scăzut de la 30 %, în august, până la 15 %, în noiembrie, (în octombrie - 6 %).

Atât *TV Moldova 1*, cât și *Radio Moldova*, de regulă, reflectă evenimentele din perspectiva unei singure surse de documentare. Așa procedează serviciul public tv în 91 la sută de cazuri, iar *Radio Moldova* - în 81 % (datele din noiembrie 2004).

Cum reacționăm și care ne sunt așteptările?

Mijloacele electronice, deși se bucură de preferința vădită din partea publicului telespectator și radioasculător, sunt investite cu diferit grad de încredere. Revenind la rezultatele BOP din 2004, vom constata, că televiziunii îi acordă cea mai mare încredere 58 % dintre cei chestionați, iar radioului - doar 13,2 la sută. Tratarea audiovizualului național este și mai circumspectă, în particular, din perspectiva știrilor prezentate. Televiziunea Națională a Republicii Moldova a întrunit, astfel, 14,3 la sută din opțiunile respondenților care au deplinit încredere și 48,3 la sută – a celor care au oarecare încredere, iar *Radio Moldova* - respectiv, 12,7 și 44,1 procente. Caracterul gradual al încrederii acordate presei electronice locale poate fi explicat prin răspunsul celor chestionați la următoarea întrebare a BOP: „Credeti că azi în Republica Moldova mass-media sunt libere

să prezinte știri și comentarii fără cenzură (fără controlul conținutului) din partea statului?" 48,2 % dintre respondenți au răspuns negativ și doar 26,6 % - afirmativ, restul neștiind ce să răspundă (24%) sau nedorind s-o facă (1,2%).

Discrepanța ce se prefigurează între preferințele mediatică și gradul de încredere a oamenilor în sursele de informație pe care le consultă ne îndeamnă să facem următoarea remarcă. Încrederea substanțială pe care deocamdată o mai nutrește publicul consumator față de informația politică audiovizuală, reprezentând, în fond, o consecință a percepției tradiționaliste, cultivate pe parcursul multor decenii, potrivit căreia mesajul televizat și cel radiofonic oferit exprimă întotdeauna adevărul, poate seca, dacă ea va fi alimentată în manieră partizană. Acest sentiment, constituind, în fapt, un autentic patrimoniu al oricărui serviciu audiovizual, urmează a fi ocrotit prin informarea politică corectă, imparțială și dezinteresată. Alminteri exploatarea lui nemiloasă și neonestă riscă să degenereze la un moment dat în atitudinea refractară a publicului față de presă în general, și cea electronică, în particular. Un atare comportament este absolut contraindicat și contraproductiv pentru o instituție publică în devenire, care, în opinia mea, urmează să-și asume angajamentul social de a servi cetățeanul și de a-i proteja dreptul de a fi informat, echidistant și de a se informa nestingherit de nimeni și de nimic. Audiovizualul public trebuie să fie alături de omul de rând, îngrijorat, după cum arată BOP de referință, de sărăcie, prețurile crescânde, șomaj, criminalitate, corupție și alte intemperii. Omul așteaptă sprijin în depășirea acestor flageluri sociale. I-l oferă oare audiovizualul public autohton?

Ce ne spune monitorizarea?

Datele monitorizării programelor de știri efectuată în perioada iunie-noiembrie, deși relevă unele transformări pozitive ce consună cu valorile audiovizualului public, totuși, nu sunt deocamdată în măsură să probeze atașamentul Companiei *Teleradio Moldova* la valorile instituției audiovizuale publice. Agenda programelor de știri denotă că *TV Moldova 1* și *Radio Moldova* continuă să reflecte viața cotidiană, inclusiv evenimentul social prezentat masiv prin

optica puterii, în detrimentul interesului public. Reducerea potențialului de știri al emisiei social-politice a instituției de referință, implicit, a condus la proliferarea penuriei informative la care a fost expus publicul Companiei. Programele de știri, focalizând atenția publicului asupra unor domenii anume, marginalizând multiple probleme de interes social, scot cetățeanul din terenul preocupărilor sale primordiale. Faptul consemnat ne sugerează tentativa Companiei de a ocoli problemele spinoase pentru a transpune publicul într-o presupusă realitate lipsită de conflicte, ceea ce, în opinia noastră, este egal cu distorsionarea ei.

Mediatizarea prioritară a agenților și actorilor puterii, pe de o parte, iar pe de alta - reflectarea simbolică a altor agenți și actori politici, precum și a agenților și actorilor sociali vădește o politică editorială care reduce simțitor din credibilitatea Companiei publice și nu conferă programelor de știri un pluralism politic autentic. Abordarea neutră, în fond salutară, totuși, nu conferă imparțialitate programelor de știri de la Compania *Teleradio Moldova*, dat fiind faptul că, în temei, aceasta abordează realitatea aplicând preponderent o singură optică și o singură sursă de documentare. Diversificarea surselor, prezentarea punctelor de vedere adverse sau diferite continuă să fie o condiție neîndeplinită pentru transformarea Companiei în instituție publică.

Să alegem între călăuză și pseudocălăuză

Informarea politică audiovizuală implică doi actori: producătorul de știri și publicul. Interacțiunea lor benefică presupune asumarea de responsabilități reciproce. Primul se va angaja să ofere o informație exhaustivă, echidistantă și polivalentă. Cel de-al doilea o va recepta punând în aplicare spiritul său critic. Producătorul de știri se va strădui să fixeze "clipa istoriei" așa precum este ea, evitând tentația lustruiei sau a distorsionării. Publicul va persevera în dorința de a fi informat complet și onest. Primul va conștientiza că vocația sa socială constă în a servi cetățeanul. Secundul va realiza că doar "cel informat este înarmat" împotriva neadevărului.

... Când parcurgem un drum necunoscut, precum e cel al tranziției de la nelibertate spre libertate, trebuie să alegem între călăuză și pseudocălăuză.

Constantin MARIN

Transformarea companiei *Teleradio Moldova* – inadvertențe juridice și situație de fapt

Transformarea *Teleradio Moldova* din companie de stat în una publică ar fi trebuit să se producă în anii '90. Neefectuarea acestei reforme atunci produce consecințe nedorite în prezent. Cenzura s-a reinstaurat treptat la *Teleradio Moldova*, începând cu 1994. După 2001 aceasta s-a accentuat.

În anul 2002, ca urmare a protestelor a circa 400 de salariați ai companiei de stat *Teleradio Moldova*, reuniți în Comitet de greva, împotriva cenzurii instaurate în compania de stat *Teleradio Moldova* de către actuala putere politică, Adunarea Parlamentară a Consiliului Europei (APCE) a adoptat în aprilie și septembrie 2002 Rezoluțiile 1280 și, respectiv, 1303 cu privire la funcționarea instituțiilor democratice în Republica Moldova, prin care APCE a cerut Republicii Moldova, între altele, să modifice legea audiovizualului și să adopte o lege prin care să fie schimbat statutul Companiei de stat *Teleradio Moldova* în organism public independent (Legea IPNA).

Au fost propuse în Parlament doua proiecte de lege cu privire la compania *Teleradio Moldova*: unul elaborat de APEL¹ și expertizat de Consiliul Europei, precum și un al doilea proiect, din partea Președintelui Republicii Moldova. După ce a fost dezbătut și votat în prima lectură proiectul de lege avizat de Consiliul Europei, Parlamentul (fracțiunea majoritară comunistă) a respins acest proiect și a adoptat, votând în două lectură succesiv, proiectul de lege prezentat de Președintele Republicii. Acest proiect a fost criticat pentru faptul că autoritățile statului păstrau controlul asupra instituției în cauză, iar independența editorială nu putea fi asigurată în aceste condiții. Adoptarea acestei legi reprezintă un precedent negativ în Republica Moldova și a trezit nemulțumiri în rândul breslei jurnalistice, al societății civile și a fost supusă criticii inclusiv din partea organizațiilor internaționale.

Așadar, compania publică *Teleradio Moldova* urma să fie creată pe baza unei legi defectuoase. În plus, contrar acestei legi, persoanele care urmau să formeze noua instituție publică au preluat și conducerea companiei de stat (A. Efremov, I. Teleşcu).

Legea IPNA a fost modificată în două rânduri. Prima modificare din 13 martie 2003 a însemnat îmbunătățirea aparentă a legii. Este vorba despre art. 13 - componența Consiliului de observatori (CO), format din 15 persoane. Până la modificare puterea

politică desemna direct toți membrii CO. În urma modificării puterea politica poate numi direct sau indirect 10 membri ai CO, iar opoziția și societatea civilă - 5 membri.

În același timp însă, prin aceeași modificare a fost prevăzut la alin. 4 al art. 13 că CO "deliberează în prezența a cel puțin 2/3 din membrii săi (ceea ce înseamnă 10 persoane - n.n.). Hotărârile se adoptă cu majoritatea de voturi ale membrilor prezenți la ședință." Ceea ce înseamnă că în cazul în care funcționează "disciplina de partid", cei 10 membri ai CO desemnați de putere pot adopta ("rezolva") orice problemă privind *Teleradio Moldova*, iar ceilalți cinci membri ai CO desemnați de opoziție și societatea civilă nu pot împiedica în nici un fel mersul lucrurilor.

Cea de-a doua modificare, din 13 noiembrie 2003 a însemnat îndepărtarea transformării companiei *Teleradio Moldova* de recomandările Consiliului Europei. Noua procedură aleasă de guvernanți nu a fost cea de reorganizare a companiei de stat în companie publică, ci de lichidare a companiei de stat, înființarea companiei publice și desfășurarea unui concurs pentru ocuparea posturilor vacante la compania publică. Această procedură s-a dovedit a fi una dintre cele mai greoaie proceduri posibile de transformare a companiei de stat în companie publică. În același timp, procedura aleasă de guvernanți presupunea respectarea unor serii de rigori prevăzute de legislația în vigoare, care pornesc de la existența în paralel pentru o perioadă a celor doua companii și care să aiba la bază distincția clară între cele doua companii, inclusiv în ceea ce privește management-ul și bugetele celor doua companii, ceea ce nu a fost respectat în cazul transformării companiei de stat în companie publică.

Legea adoptată în anul 2002 și cele două modificări care au urmat au deturnat scopul pentru care a fost lansată inițiativa schimbării statutului companiei *Teleradio Moldova*. Ultima modificare, cea din 13 noiembrie 2003 a fost criticată și de expertul Consiliului Europei Karol Jakubowicz, vicepreședinte al comisiei mass-media a Consiliului Europei. Centrul Independent de Jurnalism în expertiza sa pe marginea aceluiași amendamente vorbește despre pericolul ca în baza unor principii arbitrare să fie angajate doar persoane loiale puterii și că adoptarea acestui proiect

de lege lasă spațiu nelimitat pentru concedierea salariilor în baza unor criterii străine profesionalismului.

Jurnaliști de la Compania de stat, reuniți în Comitetul anticenzură din presa electronică (succesorul Comitetului de greva), precum și jurnaliști de la alte instituții de presă scrisă și electronică, societatea civilă din Republica Moldova, organizații internaționale de profil media, partidele politice de opoziție și-au exprimat, în nenumărate rânduri, de-a lungul celor doi ani de la adoptarea legii, îngrijorarea în legătură cu modul îndoielnic și neconform cu standardele europene în care a fost concepută și mai târziu realizată transformarea Companiei de stat *Teleradio Moldova*. Pe parcursul anului 2004, au fost făcute mai multe zeci de declarații în legătură cu înrăutățirea situației presei în Republica Moldova și, în special, în legătură cu tendința de menținere a controlului puterii politice asupra Companiei de stat, pericolul eliminării jurnaliștilor incomozi și lipsa de transparență în procesul de transformare a Companiei de stat într-un organism public independent. Aceste declarații au căpătat o frecvență săptămânală în timpul desfășurării așa-zisului concurs de suplینire a posturilor vacante la Compania publică.

În ciuda tuturor atenționărilor făcute de jurnaliști și de societatea civilă, lucrurile nu s-au schimbat în nici un fel. La 27 iulie 2004 jurnaliștii au demarat proteste non-stop împotriva abuzurilor comise de administrația companiei *Teleradio*, precum și împotriva modului de transformare a ei în una publică.

În acest demers jurnaliștii au fost susținuți de societatea civilă, de celelalte instituții mass-media etc. Pe parcursul următoarelor săptămâni și luni au urmat reacții ale organizațiilor internaționale de presă: "Articolul 19", "Reporteri fără frontiere", "Federația internațională a jurnaliștilor", "Organizația de media de sud-estul Europei" (SEEMO). Aceste exprimări de atitudine vorbesc despre necesitatea reluării procesului de transformare a *Teleradio Moldova*, și că acest lucru trebuie să se desfășoare într-un mod transparent.

Șefii misiunilor diplomatice ale SUA, UE, Consiliului Europei și OSCE au făcut o declarație

comună, la 1 octombrie 2004, în care este relevat faptul că „procesul de transformare a companiei *Teleradio Moldova* într-o companie publică nu a fost desfășurat în conformitate cu instrucțiunile prezentate în luna martie de către Misiunea OSCE în R.Moldova și de către Reprezentantul Special al secretarului General al Consiliului Europei, și susținute de inițiativa Președintelui Voronin din 5 iulie cu privire la "Garanțiile proceselor democratice și libertatea mijloacelor de informare în masă", că "Monitorizarea companiei *Teleradio Moldova* din ultimele luni a scos la iveală neajunsuri considerabile", că "o companie publică a audiovizualului poate și trebuie să joace un rol-cheie în pregătirea terenului pentru desfășurarea alegerilor într-un mod liber și corect" și că "favorizarea unor puncte de vedere sau lipsa acestei favorizări din programele puse pe post de *Teleradio Moldova* va fi unul din factorii luați în considerare în estimarea faptului dacă alegerile parlamentare au fost desfășurate într-un mod liber și corect."

Astfel, pot fi constatate următoarele: în Republica Moldova există necesitatea transformării *Teleradio Moldova* în companie publică, acest lucru nu a fost făcut la timp, iar cenzura a sporit. Din această cauză au fost declanșate proteste. În urma protestelor, Consiliul Europei a recomandat un pachet legislativ care să soluționeze problema. Legislația națională adoptată s-a dovedit a fi necorespunzătoare recomandărilor europene. Modificările legislative, în special ultima, au înrăutățit situația. Aplicarea legii a fost efectuată defectuos. Au izbucnit din nou proteste. Organizațiile internaționale de media au atras atenția autorităților privind neregulile comise și necesitatea reluării procesului de transformare. Misiunile diplomatice străine au atras atenția că această evoluție a lucrurilor se poate răsfrînge asupra caracterului liber și corect al alegerilor parlamentare.

Contrastul este mai mult decât puternic atât din punct de vedere al legislației, cât și din punct de vedere al situației de fapt. Cu toate acestea, nu se schimbă nimic în problema *Teleradio Moldova*, iar guvernarea nu se abate de la linia trasată în 2002, odată cu adoptarea legii IPNA. Să vedem unde ne va aduce această linie.

Dorin CHIRTOACĂ

¹ Asociația Presei Electronice

Mărturia unui jurnalist rebutat

Din activitatea mea de ziarist (oricât aş dori, nu pot să-i zic "carieră"), 20 de ani i-am dedicat muncii în Radio Moldova. Venisem la Comitetul de Stat pentru Teleradiodifuziune (aşa s-a chemat până în 1994) în decembrie 1981, imediat după Facultatea de Jurnalistică, fiind angajată în Redacţia Muzică Radio. Aici mi-am făcut stagiul ca tânăr specialist exact trei ani, după care am plecat, din proprie iniţiativă, din Radio. Am lucrat doi ani la *Tinerimea Moldovei* de unde iarăşi am plecat, în 1986, de data aceasta iniţiativa nu mi-a mai aparţinut. În 1987, am revenit la Radio, pentru alţi 17 ani, şi am fost dată afară cu tam-tamul pe care cred că l-aţi auzit şi dvs. În toţi aceşti ani am fost angajată în Redacţia Tineret Radio, continuând să colaborez cu ziarele şi revistele cele mai reprezentative, după 1995 chiar am cumulat munca în Radio cu cea la ziarele *Mesagerul* (1995-1997), *Flux* (1998-2000), *Jurnal de Chişinău* (2000-2001), *Gazeta românească* (2001-2002).

Cu mici probleme intermitente, am fost lăsată să-mi continuu "dubla activitate", chiar dacă semnam în presă articole ce nu consunau cu linia oficioasă de la Radio. Chiar şi atunci când se deteriorase cu totul starea de lucruri de acolo, după ce au plecat de la Actualităţi nonconformistele Luminiţa Dumbrăveanu, Vera Tăbăcaru, Raisa Belicov, Emilia Gheţu şi toată lumea critica din ce în ce mai mult calitatea tot mai proastă a emisiunilor radiofonice, continuam să afirm că nu trebuie să te plângi pe cenzură, din moment ce nu încerci să prezinţi ceea ce crezi de cuviinţă, totul depinzând de curajul tău de jurnalist. Mi se obiecta că Redacţia Tineret nu e chiar "la vedere" şi de aceea încă nu deranjez. Un prim semnal a venit în iulie 2002, când am fost somată să aleg între Radio şi "Gazeta românească" ("Nu se poate tolera faptul că figurezi în caseta tehnică drept redactor-şef adjunct! Decide-te!"). Am ales Radio, chiar dacă în aceeaşi săptămână s-a închis ziarul în cauză.

Şi după aceea, până la venirea zeusului politikulturnik Ilie Teleşcu în fruntea Radioului, am dat pe post tot ce mi-am propus, fără a încălca deontologia profesională, fără a mă autocenzura şi fără a cere voie "de la palat" pentru un subiect sau altul. După instalarea lui Teleşcu, însă, starea în Radio a degradat complet. Începuse ultima mare răfuială cu indezirabilii. Eram criticată pentru te miri ce fleacuri, mi se transmitea permanent prin şefuleţi fără putere de decizie "să nu mă mai dau cu sapa la avioane",

adică, să nu încerc de una singură să lupt cu "sistemul", că "oricum, n-o să-l schimb". N-am ascultat. După o "monitorizare" a emisiunilor redacţiei de tineret, s-a găsit pretextul pentru care trebuia să fiu înlăturată de la microfoane – vezi Doamne, eram prea înaintată în vârstă (la 44 de ani)!

Cu toate acestea, am luat în serios participarea la concursul organizat pentru suplinirea locurilor în preconizata companie publică. Dacă e concurs, concurs să fie! Mi-am zis să încep de "foarte sus", dar postul de director de Radio nu era "prezidenţiabil". Atunci, am aplicat pentru locul de coordonator (patru redactori-prezentatori în subordine) al – întregului! - segment literar-artistic în viitorul radio public. Mi s-a explicat că dosarul trebuie să conţină motivaţia mea pentru postul dorit şi proiectul unei emisiuni de autor (presupunându-se, pesemne, nu doar "coordonarea", ci şi realizarea unor emisiuni de autor). Bine, zic, dar dacă pic, cum am s-o ştiu – următorul concurs ce m-ar interesa se suprapune cu anunţarea rezultatelor din primul? Întrebări retorice la care nimeni nu-ţi dădea un răspuns (dar îl avea oare cineva, în afară de tartorul cel mare?).

Am încercat să descălcesc chichiţele administrative încurcate, e limpede, cu bună ştiinţă. Trebuia să le smulg condiţiile şi criteriile de participare la concurs secretarului comisiei de concurs, Tabunşic, directorului Radioului, Batog, şi secretarelor lor (înfipte doar să răspundă în doi peri la telefoane), care însă nu-ţi dădeau un răspuns clar, exhaustiv şi în timp util – unde mai pui că erau obligaţi din oficiu să facă aceste anunţuri de interes public - aşa încât competitorului nu îi erau limpezi datele problemei. Prevăzător, am depus două dosare de participare deodată – în afară de postul de coordonator, mai concuram pentru dreptul de a realiza o emisiune de o jumătate de oră, săptămânală, de cultură (dacă l-aş fi obţinut, ar fi trebuit să trec şi prin probele de redactor pentru respectiva emisiune!).

La primul concurs am fost ținută o oră, făcându-mi-se un examen amănunţit. Andon, preşedintele comisiei de concurs, m-a întrebat (având probabil în vedere "specificitatea" muncii pe care urma să o prestez) ce cred despre expresia "Scriitorul este inginerul sufletelor omeneşti". I-am spus că este un slogan perimat din perioada proletkultistă, dar că, lustruit şi reformulat, poate fi folosit cu succes în orice campanie propagandistică. Cel mai "tare" însă a fost

răspunsul meu la întrebarea lui Batog privind cazurile în care compania nu acordă dreptul la replică (conform statutului viitoarei companii). Crezând că mă înfundă ca pe o elevă ce nu și-a învățat lecția, directorul se ridicase în picioare. Citisem toate actele elaborate de Teleșcu și i-am spus imediat cuvânt cu cuvânt toate prevederile, după care Batog, dând să se așeze la loc, căzu alături de scaun... Dintre cei cinci concurenți, postul i-a fost dat tovarășei Elena Hăbășescu-Mațievski (65 de ani, mulți înainte!), zeloasa propagatoare a „istoriei integrate” și a unui moldovenism agresiv în stil suburban.

Peste câteva zile, la a doua „înfățișare”, m-am prezentat la fel de încrezătoare în propriile forțe. A urmat iarăși expunerea orală a proiectului, întrebări de „cultură generală” și tot felul de provocări. Numita tovarășă, deși nicăieri în statutele lor nu era stipulată prezența în concurs a „asistenților” proaspăt-angajați, o făcea și dânsa pe examinatoarea, deja în calitate de șefă. Cu a sa pronunție de „Radio Moscova pentru România”, dorea să-i spun ce diferențe „de program” ar exista între Teatrul Național din Chișinău și cel din Bălți.

Picată și de data asta! Când ratați de două ori la rând ceva important, ce faceți Dvs., stimați cititori ai acestor rânduri, insistați? Eu una am zis că merg până la capăt, să văd de câte ori o să mă pice. Adevărul însă e că nu am mai avut pentru ce aplica, iar posturile cu „dusul mapelor” (în Compania *Teleradio-Moldova* doar un procent infim din angajați lucra pe calculator) nu mă tentau nici măcar din interes sportiv. A treia oară tot ce am putut alege a fost un post la Actualități. N-am mai lungit-o cu proiectele, pe care am înțeles că nimeni oricum nu le citea, și am depus următoarea cerere: „Pretind la funcția de redactor stilist - corect: stilizator -, Departamentul Programe de actualități. Am calificarea și experiența de care e nevoie. Și chiar mai mult decât atât. Este a treia și ultima încercare pe care o fac pentru a prinde un post la *Radio Moldova*”. Atât de lapidar îmi formulasem doar cele două contestații depuse la comisia de concurs.

Metempsihoză cu feți-frumoși dezirabili

Acum mă examinau nou-aleșii directori de la Actualități Radio – Sandu Sâtnic și Rodica Rusu. Ultima m-a întrebat ce *viteză la redactare* am. Tupeul politologăi-politoloagei de serviciu a lui Teleșcu întrecea orice măsură. Barem să-mi fi spus în ce unități

se măsoară respectiva viteză! A urmat un test ale cărui sarcini, formulate de altfel prolix (cazuri de stil defectuos, de pronunțare ad-hoc a unor nume străine din diferite limbi, descifrarea unor abrevieri, scrierea unei știri), nu știu cine și în ce laboratoare „stiliste” le-o fi ticluit. Redactorii prezentatori au dat și probe fonetice. De aceea, probabil, s-a umplut Radioul de noi peltici, ca și când nu erau suficienți cei care fuseseră „admiși fără examene”, cum ar veni „peste concurs”. Apropo de „apropo”, multe emisiuni care n-au fost prezentate la concurs își continuă „searbăda viață” din existența anterioară – un fel de metempsihoză a companiei de stat reincarnată în cea publică, cu aceiași feți-frumoși, bineînțeles, dezirabili.

Culmea e că, a treia oară, postul mi-a fost dat. Deși exista un singur loc vacant, urma să-l împart cu Rodica Graur, care într-o lună a și murit, biata de ea.

Știu că e inutil să polemizezi cu oamenii care nu recunosc argumentele, chiar cele de netăgăduit, când au de executat comanda politică. Și totuși permiteți-mi să vă aduc la cunoștință cel puțin un fragment din motivația mea pentru primul concurs. Textul este identic cu cel pe care l-am depus la comisie. Ar fi echitabil – și argumentat, nu? - ca cea care a câștigat postul să facă, de asemenea, publică pledoaria pentru care a fost preferată de comisia ce se încăpățânează să se creadă competentă. Noi, expulzații, fiind taxați drept niște „ratați”.

Argument

Așadar, de ce, totuși, radio, radio cultural? Cred că am căderea de a compara după ce am făcut rondul presei democratice din R. Moldova. Radioul îți oferă o tribună incomparabil mai largă, dar și un public foarte pestriț, ceea ce reclamă, pe de o parte, exigențe sporite, iar pe de alta, motivează enorm realizatorul – el știe că nu lucrează la/pentru un ipotetic patron, ci pentru fiecare contribuabil, în fața lui trebuind să dea seama.

Tematica pentru care pledez îmi este familiară, cunosc personalitățile din domeniul literaturii și al artelor de la noi. Am și scris, pentru diferite media, abordând întreg spectrul literar-artistic – de la interviul elaborat (care diferă de cel „de dictafon”), reportaj, cronică de artă (teatru, arte plastice, literatură, muzica de toate genurile etc.) până la tabletă. Am norocul și privilegiul să fi crescut profesional alături de mulți dintre artiștii, generic vorbind, optzeciști cu care am colaborat, iată, întreaga mea activitate conștientă.

Dar i-am prins și pe mulți dintre monștrii sacri ai culturii de la noi – un Alexandru Cosmescu, Paul Mihnea, Mihai Greco, Ion și Petre Aldea Teodorovici, Andrei Sârbu și alții, cunoscându-i acasă la ei, realizând în repetate rânduri secvențe radiofonice sau/și articole de ziar. Ca să nu vorbesc și despre notorietățile ce fac faima culturii dintre Nistru și Prut – un Vasile Vasilache, Vladimir Beșleagă sau Mihai Cimpoi ș.a., cu care am colaborat mult și care, consider, sunt destul de umbriți la Radio de alte subiecte, mai puțin meritorii.

Drept principii de activitate, voi avea adevărul istoric (care coincide cu cel literar și artistic), informarea promptă, corectă, echidistantă și profesionistă, eleganța și prospețimea limbajului, deschiderile culturale (printr-o revistă a revistelor literare din R. Moldova, România și a celor internaționale, cel puțin o dată pe lună).

În segmentul radiofonic pe care aș dori să-l coordonez văd emisiuni ce ar reflecta obiectiv procesul literar de la noi. Pentru asta, ar trebui să se organizeze mese rotunde la care s-ar dezbate evoluția literaturii de la noi, a prozei, poeziei, dramaturgiei, fenomenului de debut, a condiției - atât de controversate - de scriitor, la care ar participa critici literari, prozatori, poeți, dramaturgi din toate generațiile și "taberele". Emisiunile de critică literară trebuie să depășească cadrul de gășcă și închistările în monosubiecte în serial, existând o cât mai bună reprezentativitate a breslei criticilor de la noi. Bogata literatură interbelică trebuie să fie prezentă în diferite forme – evocări, comemorări, antologia poemului românesc în lectura autorilor sau în cea a marilor actori, dar și pagini din romane consacrate, care ar impune și promova valoarea.

Ascultătorul unui post de radio public e în drept să le ceară realizatorilor segmentului de literatură universală o informare cât mai la zi asupra noutăților editoriale din lume. Atunci când nu există, din oficiu, redactori docti, se apelează la colaborări din afară, urmărindu-se o reflectare cât mai plenară a procesului literar de pe glob.

Teatrul, actorii, regizorii, evenimentul teatral cer o cronică profesionistă de cursă lungă, cu toate abordările cerute de viața rampei. La fel și artele simezelor. Am suficiente idei la fiecare compartiment din cele cuprinse în segmentul de grilă la care mă re-

fer. Cum, însă, nu există chiar grila însăși, una exactă, pot reveni cu sugestii concrete pentru fiecare emisiune în parte, imediat după precizarea tuturor parametrilor. De altfel, aș face cu plăcere una din ele, fie de literatură, fie de teatru, fie de arte plastice, în paralel cu "Modele" (proiectul propus de mine la primul concurs), bineînțeles, în cazul în care aș fi acceptată pentru postul scos la concurs, pentru a putea face dovada loialității față de public și față de binele comunității. Căci, în definitiv, este pentru prima dată când am posibilitatea să încerc o autopromovare, din moment ce în această instituție n-am fost promovată niciodată".

P.S. Sunt pe deplin conștientă de subiectivismul acestor rânduri. Da, am cam particularizat lucrurile, reducând la un singur caz, cel personal, prezentarea unei probleme generale de o mare gravitate. Dar asta am trăit-o. Este mărturia mea, alegerea pe care mi-o asum. Totodată, țin să-i răspund lui Ilie Teleșcu pe această cale la nenumăratele reproșuri că aș protesta neavând temei – că doar *am fost acceptată!* Nu, domnule Teleșcu, umilința profesională și cea etică la care ne-ați supus în perioada concursului, represivile cu care ați încercat să înăbușiți revolta noastră legitimă și îndreptățită m-au făcut să nu accept pomana pe care mi-ați aruncat-o la urmă, lipsindu-mă de microfon. N-am putut să rămân în Radio doar pentru a face să sune frumos din coadă ineptiile fabricate în radio (sau venite de la Moldpres, ceea ce de fapt tot aia e!), dintr-o singură sursă, și aceea obscură. Redusă la tăcere, alături de cei, după cum spuneți Dvs., "900" de colegi "buni, calificați etc." (apropo, e încă un balon ce trebuie dezumflat – redactori și regizori, în total, nu existaseră în "vechea" companie decât cel mult 400 de persoane, acum fiind admise cel mult 300), dar nevolnici muți, n-aș fi rezistat. Restul mi-l asum.

P.P.S. Nu pot să nu pomenesc de un personajiu absolut fantastic – securistul ce se da drept psiholog și care asista nelipsit, non-stop, la toate ședințele de concurs, înregistrând la un magnetofon (vechișor) tot ce spuneau participanții la concurs. Nici măcar poliția politică ce se manifesta atât de nerușinat de deschis nu contează. Altceva am ținut să adaug: cel care ne-a examinat apoi la testele jurnalistice nu era altul decât acest domn colonel de securitate proaspăt pensionat!

Rodica MAHU

“Publiciștii” față cu publicistica

Deși anevoiasă, tranziția din ultimul deceniu și jumătate a adus cu sine schimbări în toate domeniile societății, inclusiv în cel al jurnalismului. S-a schimbat stilul jurnalismului, maniera de abordare a subiectului, tematica, desigur, generată de alte realități și, deloc surprinzător, dacă ținem cont de pătrunderea masivă a tinerilor în noua structurare a societății, censul de vârstă al jurnaliștilor. Jurnalismul din R.M. a „întinerit”.

După ani buni dedicați profesiei, o parte a jurnaliștilor de „modă veche”, fie că a migrat spre alte domenii sau ocupații, care să le ofere mai multe avantaje existențiale, fie că nu a reușit să facă față altor cerințe și ritmului mai alert al profesiei. Piața mediatică s-a racordat și ea noilor provocări sociale, venind cu alte oferte de publicații, posturi de radio, televiziune și agenții de știri. Noile structuri media s-au concentrat în jurul unui nucleu constituit din doi-trei ziariști experimentați, restul echipei formându-l începători sau chiar studenți din ultimii ani de facultate. Natural, noii angajatori din presă au preferat să aibă de-a face cu persoane tinere, nu întotdeauna din considerentul „viziunii mai proaspete” asupra lucrurilor, specifice tinerilor, ci, mai curînd, din unul pragmatic, care să permită o salarizare modestă în raport cu cei mai „vîrstnici și pretențioși”, și, în plus, comoditatea de a-și exercita influența sau chiar a-i manipula pe începători. (În treacăt fie spus, povestea cu remunerarea mai solidă a jurnaliștilor cu stagiu în domeniu este, în ultimă instanță, una relativă...)

În organizațiile media care s-au menținut după ’90 încoace, „nișele” libere au fost și ele ocupate preponderent de tineri, ieșiți în excedent din facultăți și chiar studenți de jurnalism. În consecință, contingentul jurnalistic de la noi și-a modificat serios componența în urma aflului masiv de tineri. Produsul media este realizat în prezent cu un substanțial concurs al jurnaliștilor tineri, cel puțin sub aspect cantitativ.

Ce avantaje și dezavantaje aduce acest coraport schimbat, cum spuneam, în ultimul deceniu, dintre „veteranii” și începătorii în domeniu, pentru jurnalismul din R.M., pe de o parte, și pentru consumatorul media, pe de altă parte?

O bună parte a materialelor din paginile de ziare, agenții, radio și tv din ultima vreme sînt marcate, fără doar și poate, de o manieră diferită de a interpreta și de a expune faptele, pe care o adoptă treptat autorii

materialelor, și care provine din uzanțele jurnalismului occidental. Indiscutabil, precizia exprimării, exactitatea faptelor și a cifrelor (mai ales, utilizarea cu noimă a acestora), regula celor două surse, evitarea adjectivelor în relatarea unor situații anume, și alte norme ale unui jurnalism corect devin tot mai mult un trend ziaristic, și chiar o practică profesională a jurnaliștilor tineri, acolo unde aceștia își pot permite să o aplice. (Nu ne vom referi aici la tipicurile din presa aservită unde nu există preocupări de acest ordin).

În mare parte, schimbările pozitive ce se fac observate în profilul presei din R.M. se datorează tinerilor autori care, de cele mai multe ori nefiind „corupți” de propriul model și o formație mai proeminentă în ale ziaristicii, se dovedesc receptivi față de programele de instruire propuse de diverse organizații media, între care și Centrul de Jurnalism, încercînd să-și acordeze oarecum viorile la tonalitățile jurnalismului occidental. Cum reușesc ei să aplice în munca lor de zi cu zi preceptele însușite este deja o chestiune individuală care ține și de, știut lucru, „sclipirea de talent”. Unde mai pui că lecția e una, iar realitatea e alta.

Nu le putem refuza tinerilor gazetari o anume temeritate a demersului profesional, ei încercînd să abordeze subiecte indezirabile pentru potențaii zilei, cu repercusiuni chiar pentru viață (cazul jurnalistei Alina Anghel), eventualele exigențe față de rigorile genului de anchetă reportericească, investigație, studiu, analiză etc. fiind compensate prin tematica de stringentă actualitate și, s-o recunoaștem, prin devotamentul deontologic de care dau dovadă acești autori.

Puținele exemple de acest gen nu cred că ar trebui însă generalizate, aspirația de a fi singular și curajos în profesie (confirmată în multe cazuri de exercițiul profesional al tinerilor noștri colegi), se învecinează adeseori cu superficialitatea, fragmentarismul și „școlărismul” în abordarea temelor, tendința de a așterne kilometri pe hîrtie acolo unde subiectul se epuizează după cîteva alineate, preluarea cu nonșalanță și fără complexe profesionale a materialelor străine de pe Internet, monografiile și alte surse, sau compilarea acestora, fără trimitere la autorii originali (un procedeu devenit aproape normă în paginile ziarelor, mă refer, în special, la rubrica de cultură și cea de divertisment).

Se mai întâmplă și diverse „accidente” culturale, geografice și de alt ordin, al caror martor involuntar și inopinat devine cititorul. Acesta nu poate citi fără jenă exprimări de genul „compozitorul Evgheni Muravinski” (Mravinski) sau „Putem afirma că Maria Cebotari este cea mai mare personalitate pe care a dat-o pînă acum Țara Românească lumii (ideea cu superlativul mi se pare cam hazardată, în contextul unui „top” al personalităților pe care le-a dat lumii România (!) și nu Țara Românească (stat feudal cu teritoriul cuprins între Carpați, Dunăre, Siret și Milcov).

Suficiența și atitudinea decomplexată în ale scrisului abia dacă pot fi considerate stimulente pentru mari izbînzi, și prezintă mai curînd un risc de plafonare pentru persoana care face gazetărie. Riscul este dublat de contextul unui spațiu socio-cultural cu stereotipuri de informare și de mentalitate care, din nefericire, nu sînt deloc echivalentul unor standarde de calibrul. Un pericol pentru cei care nu-l conștientizează, și se lasă captați de mediocritatea curentului comun. Mă surprinde firescul și naturalitatea unor gazetari care, avînd un scurt parcurs în domeniu, își spun cu toată seriozitatea unul altuia (la un reputat post de radio, de exemplu) „publiciști”, mai ales dintre cei care și-au făcut o faimă din scrisul prost. În această categorie sînt înglobați toți laolaltă - și cei care și-au făcut un nume respectabil și sonor după ani de muncă în domeniu, și cei care s-au înregimentat recent în comunitatea mass-media, dibuind cu nesiguranță încă printre meandrele meseriei. Mai ales că unii dintre tinerii colegi, învredniciți generos cu acest titlu de distincție profesională, fac mercenariat deschis, agresiv și fără scrupule în presa aservită puterii, dispensîndu-se cu ușurință de onoarea profesională. Și-atunci, poate, e cazul să amintim în contextul acestor rînduri că există, totuși, o diferență între a fi publicist și a face o pretinsă publicistică? Și nu am fi într-atît de chițibușari în atare situație, dacă nu ar fi în joc o chestiune nu chiar așa de neînsemnată cum e credibilitatea renumelui și, de ce nu, a actului jurnalistic? Să nu-i ignorăm într-atît pe cei care citesc, ascultă și vizionează ofertele presei, ei sînt totuși destinatarii de ultimă instanță ai strădaniei jurnaliste.

Așa cum spuneam, jurnalismul moldovean a întinerit, fenomen care a generat, implicit, și o scădere a ratei de vîrstă a audienței. Cititorul de ziar, spectatorul și ascultătorul cu o anume pregătire și niște cerințe culturale nu prea are în prezent oferte de consum pe piață. Și, ca să fiu mai explicită: nu le incriminăm, în cazul de față, tinerilor păcatele presei, mai ales că materialele lor nu pot fi adunate toate de-avalma și

etichetate cu persiflare, fiecare dintre tinerii gazetari își are distincția sa profesională în colectivitatea mediatică. Ba chiar multe voci ale tinerilor se fac foarte bine auzite de confrății de condei și de public prin perseverență, talent, o bună pregătire profesională, ambiția de a spune clar și tranșant niște lucruri, și mai ales, de a fi de partea cititorului, așa cum și se cuvine unui adevărat jurnalist.

Nu asta e problema. În spațiul presei noastre există în prezent o breșă, care se cere umplută cu un produs mediatic mai elită, și care ar suprima în vreun fel deficitul unui jurnalism de clasă, resimțit acut de categoria de consumatori despre care vorbeam mai sus. Cititorul mai pretențios are nevoie nu numai de fapte concrete, date și cifre exacte, așternute pe hîrtie după toate regulile jurnalismului și conforme cu vehiculatele în prezent principii ale echidistanței, obiectivității, imparțialității etc. Toate acestea sînt bune și trebuincioase și uneori chiar se încearcă a fi puse în aplicare în gazetăria noastră, însă și atunci se face simțită o lipsă - poate, de curajul de a ataca probleme mai de esență, poate, de o oarecare eleganță și gust în expunere, poate, de cultura de a exprima niște adevăruri. De un limbaj, poate, mai plastic, care să poată declanșa în gîndire policolorul ideilor, poate, de evadarea din platitudinea concretului și îndrăzneala de a vedea dincolo de ceea ce vede ochiul comun...

Sigur, noi nu avem o tradiție consolidată a jurnalismului de elită, instabilitatea, sau, mai exact, perindarea în acest spațiu geografic a mai multor tipare de cultură, societate, democrație sau pseudodemocrație nu a favorizat șlefuirea în timp a unor norme de scriere și comportament jurnalistic. S-ar putea ca această misiune deloc simplă să le revină contemporanilor noștri. Dar, în realitățile noastre vitrege decamdată gazetăriei de clasă, în care produsul mediatic comercial, cel de efect sau de senzație, sau, pur și simplu, cel mediocru, ajunge să stea adeseori în capul mesei, să dicteze și chiar să formeze un fel de „establishment jurnalistic”, nu e ușor să renunți la compromisuri, să te detașezi de asemenea false și să pornești pe direcția unor adevărate nevoi ale societății și individului.

Precara situație economică a ziarelor, dependența acestora de diverși finanțatori, cu interese de grup, de partid sau de alt ordin, de cele mai multe ori spulberă din start orice idealism jurnalistic, altfel spus, orice alt concept editorial decît cel preconizat de necesitățile celui cu banul, jurnalistul, grosso modo vorbind, fiind pus în serviciul personal și nu în cel social. În publicațiile naționale independente, care pot fi numărate pe degete, iar la o triere și mai atentă s-ar

spune că nu prea ai ce număra, colaboratorii de toată mîna – de la cei mai notorii și mai talentați pînă la începătorii cu promisiuni incerte – sînt puși cu toții în fața unui obiectiv dur pentru R.M.: de a menține ziarul pe linia de plutire. Și aici, bineînțeles, nu poate să guverneze decît o singură rațiune - cea a unei audiențe cît mai largi, care audiență dictează și ea niște politici editoriale, acestea departe, vai, de elitismul jurnalistic.

Nu-i vorbă, toate categoriile de cititori și toate temele abordate merită acoperire cu materiale de bună calitate, acesta e visul oricărei publicații - să devină o publicație de vis, dar a pomenit cineva un asemenea exemplar rar în natura mediatică a R.M.?

Dacă audiența este cea care tronează în piața presei, atunci presa este aceea care îi formează

preferințele - pe lîngă cele ce țin de necesitățile vitale și sociale imediate, și apetitul pentru kitsch și subcultură. Cine dacă nu mass-media le picură consumatorului lor doza zilnică de drog, alcătuită în proporții arbitrare din speculații politice, șantaj economic, bîrfe mondene și semimondene, prognoze apocaliptice, mișmașuri esoterice, ipoteze extraterestre și simple vulgarități, gîdilîndu-i instinctele primare? Și-atunci în relația audiență-publicație trebuie să se facă simțită prezența mediatorului principal – a jurnalismului de calitate – care să dea un impuls favorabil pe ambele sensuri ale acestei legături.

De pe urma unei asemenea medieri nu ar avea nimeni de pierdut, ci numai de cîștigat – e o certitudine. Una din puținele în materia noastră.

Neli HARABARA

Noii conjuncturiști

Ne-a surprins și ne-a șocat pe mulți dintre noi metamorfoza pe care au suferit-o unii dintre colegii noștri de generație, care, din critici înfocați ai comuniștilor, au înțeles, după februarie 2001, să-și pună condeiul în serviciul acestora. Ne-a plăcut să credem că tinerii care au venit în jurnalistică în ultimii ani și care nu-și aveau împovărată conștiința cu "păcate vechi" (dar și mai noi) precum colegii lor mai experimentați, nu puteau să nu înțeleagă unde și de partea cui se află adevărul.

Oportuniști bătrîni și sateliți tineri

Și chiar așa a părut să fie, pînă în februarie 2001. Toate numele noi care s-au afirmat atunci în mass-media de la noi au aparținut unor tineri cu vederi democratice, iar sondajele efectuate printre studenții de la jurnalistică au atestat constant că marea lor majoritate își doresc să lucreze la publicațiile democratice și independente.

Ca să descoperim în acești ani de guvernare comunistă că oportuniștii consacrați au lîngă ei și sateliți tineri. Din masa anonimă de absolvenți ai jurnalsiticii din ultimii cinci ani s-au desprins personaje și chiar echipe întregi care și-au arătat o uimitoare disponibilitate pentru a îmbrățișa orice

opțiune politică și pentru care jurnalistică nu a părut să fie mai mult de o combinație între un "joc al minții" și o afacere, fără nici un fel de implicații morale.

Evenimentele legate de transformarea Companiei *Teleradio Moldova* din una de stat în una publică și mișcarea de protest pe care acestea au generat-o au ilustrat cît se poate de pregnant această stare de lucruri. Era de așteptat că nu toți jurnaliștii de la radio și televiziune se vor solidariza cu protestatarii, dar a fost o imensă surpriză să descoperim că aproape nici unul din tinerii proaspăt angajați ai Companiei nu a participat la proteste. Deși înțelegeau că e vorba de o mișcare îndreptată împotriva tendințelor autoritariste și a cenzurii, mulți dintre acești tineri au vrut să o perceapă ca pe un simplu conflict de muncă între administrație și niște jurnaliști nemulțumiți că au fost disponibilizați.

Noua conducere a televiziunii a descoperit deodată că, pe lîngă cadrele vechi, mediocre, ea se bucură de înțelegerea și sprijinul poate mai puțin așteptat al tinerilor. De fapt, chiar "troica" conducătorilor Companiei, reflectă acest raport de generații din cadrul televiziunii: la un șef al Companiei de cincizeci de ani avem un director al radioului sub 60 de ani și un director de televiziune de 30 de ani.

Unii dintre acești tineri au dovedit nu doar loialitate față de noua conducere și, implicit, față de guvernarea comunistă în general, ci și adevărat servilism, încît au

început să avanseze spectaculos, cum s-a întâmplat cu o simplă reporteră care a ajuns să fie șefă a departamentului știri, apoi și director de televiziune.

De la postul de simplu redactor la cel de principal editorialist al oficiosului guvernamental a urcat și un alt începător, asiduitatea cu care perseverează acest tânăr domn dovedind că ne aflăm abia la începutul ascensiunii sale. Domnia sa s-a învredincit să parcurgă drumul de vreo zece ani al unui Stariș în doar câteva luni. Pentru prima dată am auzit de el și l-am văzut în momentul în care se alcătua echipa pentru *Democrația*. El și un coleg mai vîrstnic, actualul secretar responsabil al unei reviste literare, trebuiau să fie două din "piesele grele" ale *Democrației* social-liberale. S-a văzut cît de mult au înșelat cei doi așteptările. Pe durata celor două-trei luni cît a colaborat cu *Democrația*, tînărul în cauză a negociat în paralel cu mai multe redacții pentru angajare (Val Butnaru a scris că a venit și la *Jurnal de Chișinău*), ca să aterizeze în final la oficiosul guvernamental și ne dăm bine seama că nu din pricină de mare simpatie pentru comuniști.

Ce se întâmplă la facultatea de jurnalism

În anul 2003 am susținut ore de jurnalism la ULIM, grupul în care predam fiind alcătuit din treisprezece studenți. M-am convins că o divizare pe criterii politice se produce deja la facultate. Nu în cazul tuturor, pentru că cinci-șase din cei treisprezece alcătuiau o masă anonimă fără opinii și puncte de vedere clare, care nici nu își lega viitorul de o carieră jurnalistică, ei venind la facultate mai ales pentru a obține o diplomă.

Ceilalți șapte, însă, afixau simpatii politice bine pronunțate. Unul dintre ei, care nu învăța nici prost, nici bine, era simpatizant al P.P.C.D. și avea întotdeauna același punct de vedere pe care chiar dacă nu știa să-l motiveze întotdeauna, credea că e suficientă convingerea interioară pe care o etala. O domnișoară care nu-și expunea niciodată punctul de vedere atunci cînd se întâmpla să discutăm realitățile politice din țară, avea capacități mediocre, dar era ceea ce se cheamă o "tocitoare" clasică, nelipsindu-i abilitatea și un soi de talent al linguşelii. Nu prea avea prieteni și prietene, ședea în bancă întotdeauna singură și aveam să aflăm de la colegii ei ca e simpatizantă a comuniștilor. Un al treilea, cel care învăța cel mai prost din grup, avea cele mai multe absențe, iar politicul și jurnalisticul îl interesau mult mai puțin decît afacerile și fetele. Un fel de Batog la studenție.

În sfîrșit, nucleul grupului, alcătuit din cinci

studenți, care formau o gașcă, erau cei mai buni la învățătură, aveau punctul lor de vedere, dar erau capabili să le asculte și pe ale altora. Deși intențiile lor de vot oscilau între Urechean, Roșca și Serebrian, erau critici față de toți. "Comuniștii sunt primitivi și autoritari, îmi declarau ei, Urechean e corupt, Roșca nu a schimbat nimic în discursul său, Serebrian e prea intelectual. Nu avem un lider național adevărat."

Își făcuseră o opinie și despre viitoarea lor profesie, cunoșteau ce se întâmplă în jurnalistică basarabeană, cine și cu cine este sau cine a debarcat în tabăra comuniștilor. Îi citeau și îi simpatizau pe jurnaliștii democrați și își doreau să lucreze alături de ei, dar considerau că e foarte greu să răzbați, să-ți găsești un loc într-o redacție bună, pentru că locurile cele mai bune sunt ocupate și nimeni nu vrea să le cedeze. Susținuseră practică de studii la diverse organe mass-media și-și mărturiseau cu amărăciune dezamăgirea în acest sens. "Eram pe post de băieți de alergătură, îmi spuneau, nu ni se încredința nici o misiune serioasă, trebuia mai ales să-i deservim pe ei." Le-am spus că e firesc, atunci cînd ajungi pentru prima dată într-o redacție de pe băncile facultății, să îndeplinești și o muncă "mai neagră", toți trecem prin asta. Dacă ei ar fi demonstrat că sunt buni, cred că ar fi primit și misiuni mai serioase, ba chiar ar fi putut să fie luați să lucreze într-o redacție serioasă, pentru că peste tot este nevoie de jurnaliști buni. Lor le plăcea să creadă că, de fapt, sunt discriminați pe motivul vârstei.

Fiindcă nu făceau nici o legătură între această atitudine a celor din redacții față de ei și nivelul a ceea ce scriau, m-am văzut obligat să le amintesc că le-am dat de mai multe ori misiuni să scrie pe diverse teme, de pildă, despre evenimente culturale, am fost împreună la teatru, la muzeu, le-am vorbit în detaliu ce trebuie să conțină o atare cronică și le-am promis ferm că voi publica cele mai bune din cronicile lor în *Jurnal de Chișinău*. Nici unul dintre ei nu a reușit măcar să se apropie de condițiile unei cronici publicabile. "Textele" abundau în greșeli gramaticale, fraze puerile, stereotipuri preluate de la jurnaliștii proști. Poate nu aș fi fost atît de drastic în aprecierea lor dacă nu aș fi știut că există exemple bune în acest sens. Am citit în *Timpul* câteva articole semnate de o adolescentă de 15 ani care se numea Corina Ajder, o autoare care m-a uimit prin maturitatea reflecțiilor și foarte buna stăpînire a limbii române. Nici unul din studenții mei de la anul III nu era capabil să scrie ceva apropiat de nivelul a ceea ce publicase acea liceană!

Nu exclud că, în timp, unii dintre ei vor deveni ziaristi buni și își vor da seama cît de mult se supraestimează acum, deocamdată, însă, ei nu sunt

în stare decât să-i facă vinovați pe alții și să se autovictimizeze cu o ușurință mazochistă. Or, pe lângă aceea că nu vor să-și aprecieze cu luciditate capacitățile, mai sunt și foarte nerăbdători să reușească în viață, să se aranjeze bine. La câte ispite au astăzi, își doresc mult o independență financiară, iată de ce nu se concentrează pe o direcție sau un scop, ci încearcă diverse soluții. La un moment, fiindcă li s-a spus că cel mai ușor poți obține bani din granturile străine pentru societatea civilă, trei dintre ei au creat un ONG. Într-un an de existență nu au obținut nici un grant.

Unul dintre ei a venit la un moment dat să-mi ceară o consultație. O cunoștință de-a părinților lui îl cunoaște pe redactorul-șef de la *Moldova Suverană*, care s-ar fi oferit să-i găzduiască tocmai o rubrică fiind gata chiar să i-o plaseze pe prima pagină. Studentul meu s-a grăbit să mă asigure că el este un anticomunist convins, redactorul-șef i-a dat asigurări că rubrica cu pricina nu se va preocupa de politic, că e o "temă liberă", iar dacă va fi obligat să-și sfideze principiile, va abandona imediat. I-am spus că oricum nu va fi lăsat să scrie ce vrea și cum vrea, va fi redactat, dar dacă vrea să se convingă pe pielea proprie, nu are decât să încerce, va fi și asta o școală și o experiență despre care poate va scrie cândva. Nu a mai ajuns să fie publicat și nu din cauză că Berlinschi l-ar fi redactat, ori ideile și articolele i-ar fi fost respinse. Nici nu a apucat să scrie ceva, mutându-și gândul la altă "pistă".

Nu aș vrea să generalizez această experiență scurtă de profesor pe care am avut-o, dar cred că e un tablou tipic pentru modul în care înțeleg să-și găsească astăzi locul în profesie jurnaliștii tineri. Foarte puțini dintre ei ajung la ziarele cele mai bune și asta nu pentru că "locurile ar fi ocupate", ci pur și simplu pentru că nu sunt competitivi. În aceste condiții, mass-media aservite puterii, care duc lipsă de cadre, sînt gata oricînd să-și desfacă brațele, oferindu-le rubrici "pe prima pagină" ori o emisiune de o oră și jumătate "Bună dimineața" pe postul național de televiziune.

Jurnalism "cu specific moldovenesc"

Oare faptul că reproducem pînă astăzi, în al paisprezecilea an de independență, același fenomen al jurnaliștilor corupți, vorbește doar despre factori de ordin subiectiv și moral, nu sunt la mijloc cauze mai adînci și mai generale?

Peste tot în lume jurnalistică este un business și cînd un occidental spune lucrul acesta, el se gîndește în primul rînd la faptul că e vorba de un business onest.

Atunci cînd jurnalistul minte sau deformează realitatea, el nu comite, în accepția occidentalilor, pur și simplu un act de înșelăciune sau de iresponsabilitate, el sfidează regulile business-ului onest și, în consecință, atît prestigiul lui, cît și cel al publicației pentru care lucrează, sunt afectate, iar asta înseamnă nu doar pierderea încrederii, ci și a unor profituri financiare.

Prin urmare, "marfa" pe care o vinde jurnalistul este adevărul, și perversiunea pe care a indus-o totalitarismul a fost aceea de a face din neadevăr o marfă. După 1989, odată cu democratizarea și afirmarea legilor economiei de piață, și jurnalistul a trebuit să învețe a funcționa după alte principii. În țările în care tranziția a parcurs un traseu mai mult sau mai puțin firesc ajungîndu-se la un model de economie de piață apropiat de cel occidental s-a produs o apropiere de standardele europene și în domeniul jurnalismului. În alte părți, însă, precum e Republica Moldova, aici, unde tranziția nu a depășit, de cincisprezece ani, faza așa-zisului "capitalism sălbatec", în care fraudă, corupția și traficul de influență dictează condițiile, jurnaliștii au trebuit, la rîndul lor, să plătească tribut realităților.

Un alt factor care a blocat apariția și consolidarea unei prese libere și independente a fost și faptul că în R.Moldova, statul a deținut și deține în continuare monopolul asupra democratizării și a implementării economiei de piață. Statul este cel care a dat tonul și a dirijat "capitalismul sălbatec". Business-ul basarabean a luat naștere și a putut evolua nu în conformitate cu legile pieței, ci cu gradul de influență și de lobby asupra statului. Cine a putut să-și creeze condiții preferențiale la impozite, vamă, credite etc., nu a mai trebuit să se gîndească la un business onest. Iată de ce businessul în R.Moldova este dependent de stat și e aproape în totalitate un "business-căpușă".

Cei care și-au adunat, cu ajutorul statului, milioanele în acești cincisprezece ani nu au fost interesați să contribuie la apariția și consolidarea unei prese libere puternice, pentru că aceasta, criticînd statul, ar fi contribuit la consolidarea lui, iar businessul corupt are nevoie de un stat slab. Și dacă business-ul nu a avut nevoie să apară mass-media puternice de alternativă, ele nici nu au apărut. Iar existența cîtorva ziare independente se datorează nu dorinței unor cercuri ale business-ului, cum ar fi fost firesc să fie și cum se întîmplă peste tot în lume, ci voinței și ambiției unor jurnaliști și lideri de opinie. Aceste publicații nu sunt distruse de putere doar pentru că nu cîntesc puternicul monopol al statului.

Comuniștii au revitalizat principiul de bază al

jurnalismului din comunism, acela prin care neadevărul și manipularea au redevenit o marfă cu mare căutare. Voronin mimează o consolidare a statului, dar nu pentru a-l pune în serviciul cetățenilor, ci pentru a-l aservi altor clanuri economice decât cele care l-au exploatat pînă acum. Acestea din urmă sunt pedepsite astăzi și pentru că nu au avut grijă să contribuie la apariția unei presei puternice de alternativă. Știindu-se bine că numai o televiziune ce ar acoperi întreg teritoriul național ar fi capabilă să ofere o alternativă politică viabilă, nici opoziția, nici business-ul căzut în dizgrațiile comuniștilor nu au reușit să contribuie la apariția în acești patru ani a unui post de televiziune independent.

Paradoxal, dar în ciuda rolului mare pe care mass-media de stat, în special televiziunea, îl joacă în menținerea la putere, munca jurnalistului "de stat" a fost și rămîne una prost remunerată. Și asta pentru că statul, în calitatea sa de monopolist în domeniul informației, a fost și este cel ce dictează prețurile la "marfa" propusă de jurnaliști. Guvernanții "s-au zgîrcit" să doteze tehnic televiziunea și să remunereze bine munca servilor lor și asta pentru că nivelul intelectual al publicului căruia televiziunea i s-a adresat este atît de scăzut, încît le-a permis să înșele publicul cu bani mici. Televiziunea de stat este o armă electorală și politică pe cît de eficientă, pe atît de ieftină.

Remunerarea jurnaliștilor se apropie de o cotă decentă poate doar în perioada campaniilor electorale, dar atunci ei încetează să mai fie ca atare, transformîndu-se în propagandiști.

Oricum, suntem departe de toți vecinii noștri atît la capitolul pluralismului politic al organelor mass-media, cît și la remunerarea muncii jurnaliștilor. Și în Ucraina, și în Rusia, și în România business-ul din ce în ce mai puternic și mai independent de stat a conștientizat importanța unei presei de opoziție puternice, iată de ce acolo au putut să apară mai multe posturi de televiziune și publicații independente, fapt ce a favorizat concurența, aceasta, la rîndul său, ridicînd prețul muncii jurnalsitului. Nouă, aici, în R.Moldova, unde un jurnalist bun poate avea în medie un salariu de 100-200 de euro, ni se pare de domeniul irealului un salariu mediu de 1000-1500 de euro, cît are un jurnalist în Ucraina sau în România. Un coleg din Ucraina îmi spunea că o emisiune de autor la una din televiziunile independente din Kiev îți poate aduce un venit lunar de la 3000 la 10 000 de euro. Am fost uluit să aud că Leonid Parfionov, autorul emisiunii interzise "Namedni", avea un salariu lunar de 80 de mii de dolari!

Este adevărat că astăzi comuniștii sunt mai generoși cu jurnaliștii care îi deserveșc. Salariile și veniturile adiacente din instituțiile media de stat le întrec adesea pe cele din mass-media independente. Nu îmi place să spun, dar instituțiile media care mă solicită cel mai frecvent "pe degeaba" sunt cele ce aparțin primăriei capitalei. S-a întîmplat să primesc onorariul pentru ce am publicat într-o revistă a primăriei cu o întîziere de opt luni.

Nu cred că guvernanții comuniști îi tratează la fel pe autorii lor.

Constantin CHEIANU

Relatarea economică subordonată responsabilității civice

Cu resemnare, curiozitate sau indignare, urmărind bulversările din societatea civilă și economia națională, punându-le în majoritate pe seama tranziției. Acest optimist început de valorificare a experiențelor relevante ex-socialiste a determinat apariția unei noi piețe informaționale și, respectiv, a unei noi spețe de consumator de informație. Astăzi conexiunea inversă dintre produsul oferit de mass-media și cititor (ascultător, spectator) se desfășoară la nivelul unor cerințe mult superioare celor manifestate acum un deceniu și ceva. Reflectarea multiaspectuală în presă a proceselor social-politice și economice i-a cultivat cititorului un spectru de interese mai complex, cititorul, la rândul lui, impunând acesteia abordarea problemelor respectiv circumscrise. În această ordine de idei s-a creat o pleiadă a ziaristilor care se inițiază în profunzime strict la anumite teme, angajându-și potențialul profesionist cu fidelitate și bună-cuviință. Subiectul economic a devenit unul de rezonanță în rândul publicului, standardul de trai și soluționarea dificultăților existente în economie având o corelație certă. Necesitatea de a se informa prezintă în acest sens încercarea modestă a societății civile de a participa la orientarea proceselor economice într-o direcție care să asigure obținerea unui PIB pe cap locuitor cât de cât decent.

Desigur, ziaristii se confruntă cu o situație duplicitară. Pe de o parte, trebuie să ia în considerare publicul instruit în spiritul economiei planificate, proprie spațiului sovietic, pe de altă parte, persoanele ce posedă noțiuni ale economiei de piață. Astfel, publicațiile în domeniu sunt destinate unui eșantion de mijloc din rândul consumatorilor de informație, ceea ce nu este chiar atât de ușor de realizat. Se observă o stare de lucruri similară celei din perioada moldovenismului primitiv inveterat, când o seamă de redactori pledau pentru un stil lingvistic exagerat de simplist, accesibil pentru cel mai neinițiat cititor. Or, mijloacele de informare, la fel ca și literatura ori arta, au propensiunea de a educa publicul, de a-i cultiva necesitatea unui efort indispensabil de autodidact.

Specificul economic conferă materialelor o comprehensiune dificilă, de aceea adoptarea de către jurnaliști a unui caracter informativ, analitic, concludent și, pe cât se poate de accesibil, este salutară. Presa autohtonă, în tendința de a oferi publicului un

asemenea produs, ar putea fi divizată după spectrul tematic (sectorul de producție, sectorul serviciilor, sectorul financiar-bancar ș.a.), după destinație (pentru cititorul avizat și pentru cel neavizat), după gradul de complexitate a relatării (respectiv pentru o revistă de specialitate, pentru o rubrică economică într-o publicație de interes general, abordări economice tangențiale în cadrul unor materiale), după modul de expunere (știre, comentariu, trecere în revistă, interviu ș.a.).

Referințele jurnaliștilor în probleme de economie prezintă incursiuni tot mai ample în domeniu, deseori de o competență egalabilă cu cea a specialiștilor respectivi. Un discernământ profesionist denotă mai frecvent colaboratorii revistelor de orientare economică, procedând la investigații aprofundate. Cu toate acestea, materialele nu întotdeauna se dispensează de tratări eronate. În general, între ziaristii de la publicațiile de specialitate și cele cu o tematică diversă se remarcă o diferență de pregătire în domeniu, dar și de responsabilitate în ceea ce privește corectitudinea expunerii problemei. Ca rezultat, deseori cititorului i se propun pseudoanalize ce implică derută și afectează calitatea fluxului informațional în ansamblu. Chiar dacă fiecare publicație posedă un nivel distinct de prezentare, adică propria ei imagine, piața informațională poate fi apreciată atât pe segmente, cât și ca entitate integrală. De aceea riscul personal de a greși al jurnalistului presupune eventualitatea unor repercusiuni la nivel general asupra presei. Astfel, anul trecut, drept ecou la decizia Băncii Naționale de a majora norma rezervelor obligatorii, ziarele au abundat în analize cu pretenția de a fi edificatoare referitor la scăderea ulterioară inevitabilă a volumului de creditare a economiei. Reflecțiile, în aparență logice, dar neavând un suport real, au creat confuzie în rândul cititorilor neavizați care, după cum se știe, nu sunt puțini. Era suficient a se consulta niște experți în domeniu sau, elementar, un manual de activitate bancară, pentru a afla că procesul de creditare nu avea cum să fie afectat în acest caz. Datele oficiale despre evoluția creditelor publicate ca urmare au și confirmat acest lucru.

Astfel de situații vădesc lacune în instruirea jurnaliștilor sau adoptarea conștientă de către ei a unei note de superficialitate în favoarea senzației. Deși este

o ținută frecventă a presei din toată lumea, o asemenea modalitate de a atrage cititorul este, totuși, puțin justificată. Efectul imediat râvnit poate fi inițial epatant, pe termen lung sugerându-i, însă, destinatarului o reacție inversă, de dezaprobare.

În ansamblu, presa autohtonă propune consumatorului de informație un tablou destul de amplu și veridic a ceea ce se întâmplă în economia națională. În relatările respective se dă prioritate activității în domeniu a Guvernului, posibilitățile de prezentare fiind diferite de la un ziar la altul. Astfel, *Moldova suverană* apare în calitate de primă sursă, deseori publicând discursurile propriu-zise ale oficialilor. Este cazul în care cititorul își creează opiniile corespunzătoare în baza propriei experiențe și propriilor cunoștințe. Celelalte ediții, însă, din lipsă de spațiu și în virtutea destinației lor diferite de cea a oficiului guvernului, pun în discuție sau sugerează atitudini deja formate, argumentate, exprimându-și în acest fel aderarea la o idee sau alta. Pe de o parte, este o posibilitate de interesare a noilor cititori, pe de altă parte, de fidelizare a celor ce împărtășesc puncte de vedere similare. În această ordine de idei se înscriu, bunăoară, comentariile critice expuse recent de mai multe reviste la adresa guvernanților referitoare la "gaura de circa 1 miliard de lei de neîncasări" creată în bugetul statului pentru anul curent (*Timpul*, "Guvernarea păgubește anual societatea cu un miliard de lei" (29.10.2004), *Kišinevskii obozrevateli*, "Cursul în schimbul inflației" (11.11.2004)). Mediatizarea sub racursuri distincte a problemelor de acest gen oferă publicului virtualitatea de a-și forma asupra acestora din urmă o părere proprie, chiar dacă diferite reviste optează pentru interpretări diferite. Abordarea și tratarea multiaspectuală a temelor este obiectivul oricărei ediții periodice, care nu întotdeauna este și atins. În totalitate, însă, piața informațională se arată capabilă să realizeze scopurile propuse în mod separat de participanții ei.

Un alt subiect reflectat în repetate rânduri de edițiile periodice vizează relațiile de colaborare ale guvernului cu organismele internaționale. Materialele în cauză au, de regulă, un conținut informativ sau analitic și sunt prezentate sub formă de știri sau, respectiv, conferințe de presă, interviuri cu persoane oficiale și experți independenți, de asemenea, sub formă de comentarii fără aprofundări interpretative esențiale. Solicitarea în aceste cazuri a opiniilor oficialilor pare a fi o soluție optimă de informare a publicului, în vederea evitării unor concluzii eronate sau imprecizii de relatare. Astfel, conferințele de presă, acordate de experții străini dezvoltă opinii publice

aprecieri ale momentelor-cheie pentru dezvoltarea economiei naționale, vărsând lumină asupra multor subiecte disputate în domeniu. Bunăoară, declarațiile reprezentanților ultimei misiuni a FMI la Chișinău au invocat evoluțiile pozitive în economia Republicii Moldova (creșterea de 7% ș.a.), dar și componentele negative ale acestora (creșterea, în principal, din contul majorării consumului intern ș.a.), cu specificările de rigoare aferente. O viziune din exterior bazată pe experiența mondială și raportată la afirmațiile specialiștilor autohtoni comportă un caracter de stimulare a analizei economice la diferite niveluri - atât în rândul profesioniștilor, cât și în rândul publicului mai puțin avizat. În aceeași ordine de idei, asistența materială oferită Republicii Moldova de către alte state reprezintă o temă ce suscită la modul exhaustiv interesul reporterilor. Ținând cont de rolul sau, mai bine-zis, destinația acestor contribuții (pe care populația le racordează la perspectiva unor condiții mai bune de trai, iar întreprinzătorii la posibilitatea perfecționării mediului de afaceri), subiectul în cauză are priză la un cerc de cititori destul de extins (*Capitala*, "Transportul urban municipal: probleme și perspective" (9.10.2004).

Rețeaua tematică abordată de jurnaliști acoperă diferite segmente de interes general ale economiei, cum ar fi, bunăoară, sectorul energetic și piața petrolieră (*Timpul*, "Union Fenosa" este ținută în șah de Centrala de la Cuciurgan", "Pe piața petrolieră se anunță o stabilizare" (12.11.2004), *Capitala*, "Cât vor mai crește prețurile la produsele petroliere" (23.10.2004)). Sunt binevenite materialele realizate într-o manieră explicativă practică, dar și teoretică ce sugerează conotații certe de instruire (*Timpul*, "Taxa pe lux: pro și contra" (12.11.2004), *Komsomolskaia Pravda*, "Vom cumpăra apartamente prin ipotecă?" (6.10.2004)). Cu regret, asemenea articole sunt puține la număr. Publicarea lor induce un înalt grad de utilitate pentru cetățenii unui stat cu o economie în tranziție ce se caracterizează prin nouitatea și dificultatea experienței. Rolul instruirii în edificarea relațiilor social-economice între stat și cetățenii acestuia nu este de neglijat.

Tema financiar-bancară se bucură de o atenție sporită din partea mijloacelor de informare, în virtutea calității sectorului în cauză de verigă decisivă între diversele segmente ale economiei. Unele ziare contează pe un cititor pregătit și publică periodic în totalitate datele oficiale disponibile referitoare, bunăoară, la situația depozitelor și creditelor bancare, sau, în general, la situația financiară a sistemului bancar. Adoptând un stil laconic și fără a se lansa în

comentarii alimentate de supoziții și deducții neprofesioniste, acestea îi oferă cititorului libertatea concluziei. Altele prezintă analize evolutive ale pieței, adresându-le publicului de niveluri de instruire diferite, reușind să-i cultive în timp capacitatea și spiritul de orientare în complexitatea proceselor economice (*Flux*, rubrica "Pe piețele valutare din Asia și Europa" (27.10.2004)).

Uneori accentele semantice și caracterul de prezentare parțială a informației dezvăluie din partea jurnaliștilor manifestări tendențioase nejustificate, denaturând corectitudinea și obiectivitatea relatării. Astfel, în perioada estivală mass-media au publicat referințe la evoluția cursului de schimb valutar, făcând trimiteri la comunicatul de presă al Băncii Naționale. "Întrucât procurările masive de valută străină de către BNM pe piața internă ar putea duce la majorarea masei monetare cu un caracter inflaționist, BNM utilizează cu prudență instrumentele politicii monetare și valutare disponibile pentru diminuarea ofertei excesive de valută străină...", se anunța în comunicat. În continuare erau prezentate măsurile autorității monetare centrale întreprinse în scopul respectiv. Cu bună știință sau din lipsă de discernământ, unul din ziariști și-a finalizat comentariul scurt pe doi: "BNM a declarat că procurările masive de valută străină pe piața internă vor conduce la creșterea inflației." Asemenea afirmații iresponsabile sunt capabile să provoace situații sau chiar fenomene defavorabile (cum ar fi în cazul dat intensificarea inflației cauzată de așteptările inflaționiste). Or, puterea de influență a mass-media

trebuie luată în considerare cu foarte multă precauție.

Majoritatea edițiilor periodice autohtone atât de limbă română, cât și de limbă rusă prezintă în paginile lor întâlniri cu întreprinzători de succes, mizându-se pe larga audiență a experiențelor performante. Aceste întâlniri realizează o menire dublă – de informare a publicului despre activitatea unităților comerciale sau de producție respective și de încurajare a inițiativei economice în societatea civilă. Totodată, consemnându-se un caracter de publicitate, se exploatează posibilitatea obținerii unor venituri suplimentare practicate amplu în domeniul informațional de pretutindeni. Într-un context similar sunt înfățișate și întreprinderile ca atare, cu detalizări relevante privind condițiile și obiectul activității lor, dificultățile și performanțele înregistrate. Materialele de acest gen, chiar dacă nu sunt destinate unui grup de cititori bine conturat, creează o reprezentare evolutivă generală a sectorului de producție din economia națională sau a unor nișe valorificate de noii participanți la piață (*Jurnal de Chișinău*, "Producătorul local de ciment – sufocat de importuri" (2.07.2004), "Piața asigurărilor din Moldova – un potențial de un milion de clienți" (19.11.2004)).

Regularitatea apariției în presă a interpretărilor economice este o condiție importantă de fidelizare și inițiere a cititorului, subiectul economic dobândind o rezonanță din ce în ce mai mare. De aici și imperativul asumării din partea jurnaliștilor a responsabilității civice acute pentru impactul pe care îl pot provoca asupra opiniei publice.

Rodica TELEUCĂ

O abordare critică a fotografiei de presă din R.Moldova

Traversăm un timp mort al fotografiei de presă. Nu doar la noi (m-aș mira să fie altfel), pe întreg globul mediatic statisticile mărturisesc o criză a fotojurnalismului, unul dintre cele mai eficiente instrumente moderne de presă. Declinul local îl privim ca fiind unul de context general, cu toate că avem motive și considerente care ne sugerează o cauză sau mai multe cauze strict locale.

Vom da în continuare unul sau două arhetipuri locale de abordare a fotografiei de presă. Unul, cel din punctul de vedere al șefului de tură (de nu o fi chiar șeful cel mare) sau a secretarului responsabil (sau cel puțin a ceea ce a rămas din această funcție, atotputernică pe timpuri) reprezintă un simplu exercițiu de ierhie. Altfel spus, superiorul dispune, iar subalternul (în cazul nostru - fotoreporterul) execută vrerea acestuia. În mod tradițional, superiorul nu dorește alceva decât „o poză la unul din multele materiale scrise” pentru numărul curent. De oriunde. De obicei, pescuirea unei fotografii se face din vastul sertar al redacției, în favoarea unui articol anume. Ce fericire pe capul editorialistului care se pomenește „ilusrat” cu o „bombă” răsufletă și potrivită ca nuca de perete, nu alta! Câtă muncă și ce mai efort pentru a NU trimite fotoreporterul în teren care să aducă poză „în subiectul” editorialului cu pricina!

Cel de al doilea arhetip este mai degabă unul de conduită profesională a fotoreporterului. Dacă tot românul se naște poet, la sigur, tot fotoreporterul se naște artist-fotograf. Mirosul tare al frunzelor de dafin (scuzați – de laur!) nu-i dă pace omului să-și facă în mod onorabil meseria de jurnalist, adică să informeze veridic și profesionist. Și nu este doar cucoana Muză la mijlocul relelor. Vedeți Dumneavoașta, tot ele, muzele, mai mari și mai mici tulbură adeseori mințile jurnaliștilor textieri (știri, reportaje, interviuri, etc.), încât aceștia nu-și mai pot stăpâni „oile negre” în limitele unei simple informări. Nu ne preocupă aici condimentele presei scrise, doar decât în măsura în care „veni vorba”. Credem, cu alte cuvinte, că zăpăceala prin care trece fotografia de presă de la noi este o simplă continuare a unor erori metodologice ale jurnalismului local. Parcă puține au fost cazurile când știrile și comentariile și-au găsit rezolvarea în alte ziare sau au fost pre-furluate din alte surse, inclusiv din Internet? Dar, mă rog, să nu ne mai certăm, cel puțin între bresle! Cum aș putea să mă supăr pe colegul de la fapt divers doar pentru preferințele dlui pentru figuri de stil în defavoarea faptelor, fie ele de o mie de ori diverse! Nu am adus eu în pagina cu relatări despre starea actuală a agriculturii o poză cu o preafericită fată cu un preafrumos coș cu struguri pe diafanu-i umăr decorat cu ie, naframă și alte tacâmuri de naftalină propagandistică? O fi cumva mai bun „studiul” ce ne înfățișează o cerșetoare „în exercițiu” pentru pagina economică a săptămânalului? Nu știu dacă se cuvine

sau nu o înșiruire cu anumite pretenții a tuturor erorilor și gafelor fotojurnaliste. Un asemenea repertoriu ar solicita, pe de o parte, mult mai mult spațiu decât ne-a fost cu generozitate oferit, și ar reprezenta nu o selecție, ci o totalitate a prezenței fotografiilor în paginile ziarelor locale, pe de alta. Toată risipa de inutilă elocvență vine dintr-un soi de pudoare ce mă oprește să declar așa, „sans façon”, că în perioada în care am pregătit prezentul articol nu am depistat NICI o fotografie care ar întruni parametrii necesari unei imagini de presă. Să încercăm o mică lămurire, una ca la școală. Pentru a fi considerată ca atare, o fotografie de presă trebuie să întrunească anumiți parametri privind profesionalismul și deontologia. Vom enumera câteva dintre acestea, având și o înțelegere a faptului, că, dacă unul dintre ei nu este respectat, fotografia cade, iese, cu alte cuvinte, din categoria „de presă”. Exact ca în exemplul cu produsul unor factori, unul dintre ei fiind egal cu (scuzați!) zero.

Calitatea

Prin analogie (nu putem evita metoda) cu scrisul, calitatea în fotografia de presă ar însemna normele tehnice generale (clarul, balanța de culoare, tonuri de gri, contrastul), cât și cele specifice genului și ziarului dat. Nu vom admite, astfel un amplasament diferit de cel apropiat lățimii (sau multiplului) unei coloane, nu vom face abuz de contururi diferite de cele dreptunghiulare. Metoda „text wrap” nu duce decât la confuzie cu cine știe ce spot-uri electorale. Restricția se referă mai ales la periodice. Tot de „calitate” ține predilecția pentru deformări optice, tăieri „în carne vie” (așa numitul „cropping” excesiv), distorsiuni de perspectivă etc.

Etica

Fiind o „chestie de obraz”, ne-ar părea foarte rău să trecem „în galop” peste multiplele considerente etice valabile în întreaga lume. Simplificând la maximum, vom considera ca fiind etic comportamentul fotoreporterului ce va putea împăca două extreme: datoria profesională de a informa și dreptul persoanei la inviolabilitatea locuinței, vieții private, cu alte cuvinte, dreptul omului de a fi lăsat în pace. Fie acesta cerșetor la intersecția Pușkin cu Ștefan cel Mare și Sfânt, sau cine știe ce VIP sau „vipă”. Ca să fim cât se poate de expliciti, vom da câteva exemple de fotografii căzute la acest ingrat capitol. Primele ar fi cele cu copii trase fără permisiunea părinților, apoi cele cu bătrâni neajutorați și care nu au știut sau nu au putut să se opună actului de umilire publică. De ce ar trebui să apară în paginile unui ziar fotografia unor bătrâni în timp ce își consumă ciorba la o cantină populară? Este oare convins redactorul-șef că dânsul personal nu va îmbătrâni vreodată și că nu-l vor

prinde paparazzii din concurență cu fideluța-n barbă? Deh! Apoi ce să mai zicem de sutele de chipuri ale unor copii care sunt recrutați de bravii noștri fotoreporteri pentru a ilustra poveștile despre nelegiuirile ce li se tot întâmplă de la o vreme. Goi, flămânzi, neîngrijiți și umiliți vor mai crește, vor prinde la minte, vor da în judecată publicația dacă nu le va trece prin cap soluția cu spartul geamurilor și a aparatului de luat vederi, Doamne ferește!

Veridicitate

Este vorba de adevăr, seriozitate și respect pentru cititorul care a plătit banul pentru a se informa; ziceți-i cum doriți, veridicul în fotografia de presă nu are nevoie de avocat, notar sau alte feluri de dovadă a corectitudinii. Se vede și așa, că poza cu primarul acuzat de corupție în luna lui decembrie este luată în timpul unei ședințe a consiliului municipal în plină vară, iar cea a unui lider comunist, pretins orator la recentul congres de partid din paginile unui ziar de opoziție, a fost trasă acum un an în Parlament. De unde să pretindem veridicul în spațiile de ziar ocupate de istorii adevărate și subiecte de telenovelă dacă acestea sunt ilustrate cu imagini luate la întâmplare din sertar sau Internet. O nimica toată aceste „mici tragedii” în comparație cu articolele serioase. Diferendul transnistrean cu multiplele și controversatele sale aspecte este ilustrat (a câta oară!) cu portretul lui Igor Smirnov. Simpaticele tipuri, nimic de zis, dar nici să-l pui la toate bubele: chestiunea armamentului de la Cobasna, a școlilor cu predare în limba română, pretinsele aranjamente cu primarul general, poziția Dumei în problema Transnistriei, conflictul de la calea ferată, eliberarea senatorului Ilie Ilașcu, etc., etc. – toate ilustrate cu deosebit de inspiratu-i chip. Nu putem să nu facem în acest sens dreptate unui foarte veridic fotojurnalist aflat în preajma primelor persoane în stat. Veridice până la durere de dinți, pozele reprezintă aceleași persoane antrenate zi de zi în vizite de lucru, la ferme de animale, fabrici și întreprinderi, spitale, întruniri de tot felul, sau, pur și simplu, niște efigii din față și semiprofil. Vrednică de toată mila și această cauză de a renaște efortul de propagandă fotojurnalistică din socialism. Bine a zis cine a zis, că istoria se repetă în cel mai puțin inspirat mod.

Documentarea

Manualele de fotojurnalism recomandă cu fermitate: toate fotografiile de presă vor fi susținute de un text-legendă. Tipicul acestui text (caption – eng.) cere atât informații despre eternele CE, UNDE, CÂND are loc acțiunea, CINE sunt figuranții (eternul de-la-stânga-la-dreapta) și la limita luxului de a fi corect, CINE este autorul imaginii, sau cel puțin sursa de unde a fost preluată. Aruncați-vă ochii peste ziarele noastre și nu veți găsi, decât accidental și trunchiat, documentarea necesară a imaginii.

Manipulare

Are două obiective: fotografia din pagină, și... opinia publică. Fotografiile manipulate (sau truate) nu mai fac de multă vreme deliciul publicului cititor. Cu toate acestea, mai ales în campaniile electorale, băieții veseli se înarmează cu arma ideologică numită „Photoshop” și se pun pe un exorcism imagistic medieval. Musai să indice trucajul cu un „T” încercuit sau cu un text explicit în acest sens. Normal ar fi să nu modificăm electronic sau cu foarfecele și guma de șters nici o fotografie. Din simplu respect pentru cititor. Ar fi de o mie de ori normal să fim penalizați de către Comisia de Etică a Uniunii Jurnaliștilor. Asta până nu se dumeresc figuranții colajelor și nu ne atacă în instanță.

În loc de concluzie

Noi, fotoreporterii venim în mod prioritar dintr-un trecut nu prea îndepărtat, unul cu false virtuți jurnalistice. Solicitați la bibliotecă colecții de ziare mai vechi sau chiar prestigioasa revistă de specialitate „Sovetskoe Foto”. Veți avea gustul unei interminabile suite propagandistice despre unul și același lucru: ce frumoasă este viața! O fi fost, nu zicem. Fotografiile, cu zecile de mii sunt însă mincinoase și deocheate. Și e păcat de atâta risipă în expresie, bolesnița ce mai continuă și în zilele noastre: formă fără conținut sau conținut fără formă. Săracul omul leneș și neplătit, zice o vorbă. Acum pentru că în civilizație au sosit noile instrumente ale fotografiei de presă (digitalul, programele de redactare și transmitere imagine) vom insista asupra necesității școlarizării fotoreporterilor, editorilor de imagine și a tuturor celor fascinați de ochiul de sticlă. Asta în cazul în care dorim să fim recunoscuți în plan internațional drept oamenii tagmei. Iar dacă nu - nu!

Nicolae POJOGA



Fata cu struguri. „Smugleanca-moldavanca” ne va urmări încă multă vreme, asociată fie de un ciobănaș cu oi (o altă rătăcire!), fie de imaginile cu mari demnitari fotografiati cu halate albe (!?) printre vaci sau porci. Imaginea ce o vedeți întrunește mai multe „calități” despre care am pomenit mai sus. Menționăm o manipulare vizibilă: colaj cu struguri pe un fundal cu lucrări de primăvară, ca să nu mai insistăm asupra veridicității. Am aplicat banda pentru a nu alimenta un comportament neetic. Autorul este necunoscut.

Probleme actuale ale mass-media din Republica Moldova*

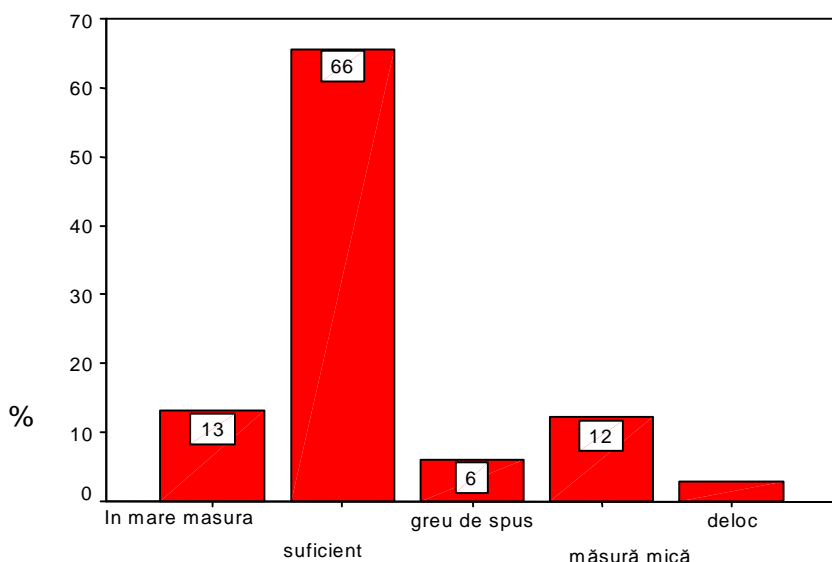
(Centrul de Informare, Instruire și Analiză Socială din R.M. "Captes")

Metodologia cercetării

- Date despre metodologia aplicată:
În procesul de efectuare a cercetării sociologice de către serviciul sociologic al Centrului „CAPTES” au fost respectate (aplicate): metoda probabilistică și metoda aleatorie de alegere a intervievaților în baza listei instituțiilor mass-media oferite de Centrul Independent de Jurnalism; reprezentativitatea schemei de eșantionare stabilită inițial; chestionarea anonimă a jurnaliștilor selectați; corectitudinea efectuării chestionării și a introducerii datelor în Baza de date și gradul de coincidență a rezultatelor din chestionare.
- Volumul eșantionului: 110 de persoane
- Eșantion: stratificat, probabilistic, bistadial
- Criterii de stratificare:
 - i. 11 raioane.
 - ii. 2 tipuri de localități urbane (municipii, orașe mici).
- Stadii de randomizare:
 - i. *Localitatea*: Localitățile au fost selectate în mod aleatoriu.
 - ii. Chișinău – 102, Bălți – 5, raioane – 13.
 - iii. *Organele mass – media (ziare, reviste, posturi TV/ Radio)* au fost selectate în mod aleatoriu. Fiecare organizație inclusă în Ghidul Mass Media 2001/2002 a avut aceeași probabilitate de a fi introdusă în eșantion.
 - iv. *Persoana*: Persoana intervievată s-a stabilit din cadrul nivelului de conducere al instituțiilor mass – media, precum și din rîndul membrilor redacțiilor selectate.
- Reprezentativitate:
 - i. eșantionul este reprezentativ pentru instituțiile mass–media din Republica Moldova, exclusiv Transnistria.
 - ii. În eșantion a fost introdusă fiecare a zecea persoană din numărul total estimat al corpului de jurnaliști din Republica Moldova.
 - iii. eroarea maximă de eșantionare este estimată la $\pm 3\%$.
- Perioada de culegere a datelor:
 - i. 1-6 decembrie 2004. Interviuurile au fost realizate la locul de serviciu al respondenților (și prin e-mail) de către operatorii din rețeaua Centrului „CAPTES”.
 - ii. culegerea datelor s-a efectuat în limbile română și rusă (la cerere).

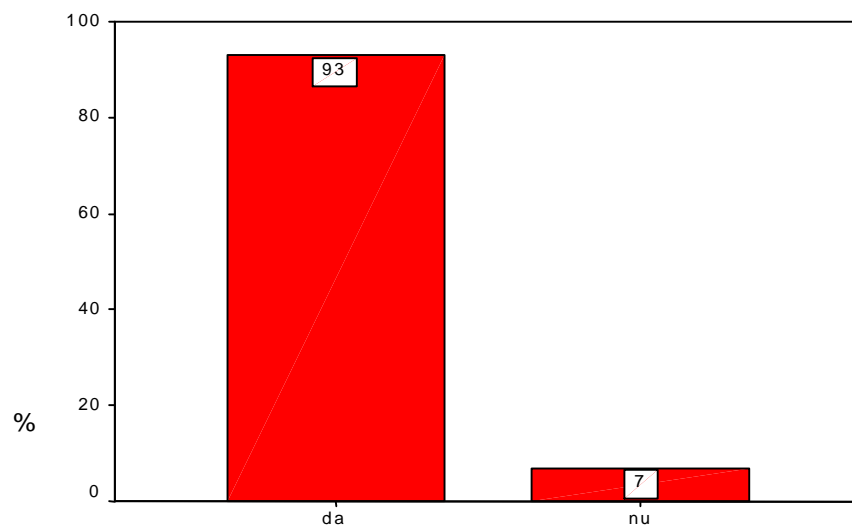
A. Deontologie și legislație mass-media

1. În ce măsură sunteți familiarizat cu documentele care vizează deontologia jurnalistică și libertatea de exprimare, adoptate de organizațiile profesionale autohtone și internaționale? (*Codul deontologic din 1999, adoptat de UJM, alte documente ale organismelor internaționale*)



*Proiect finanțat de Fundația Soros Moldova

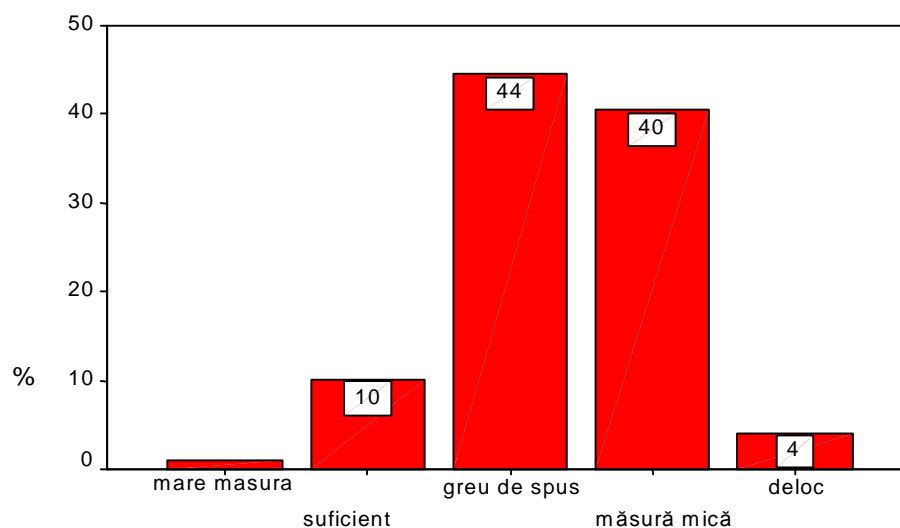
2. Vă sunt sau nu accesibile aceste documente?



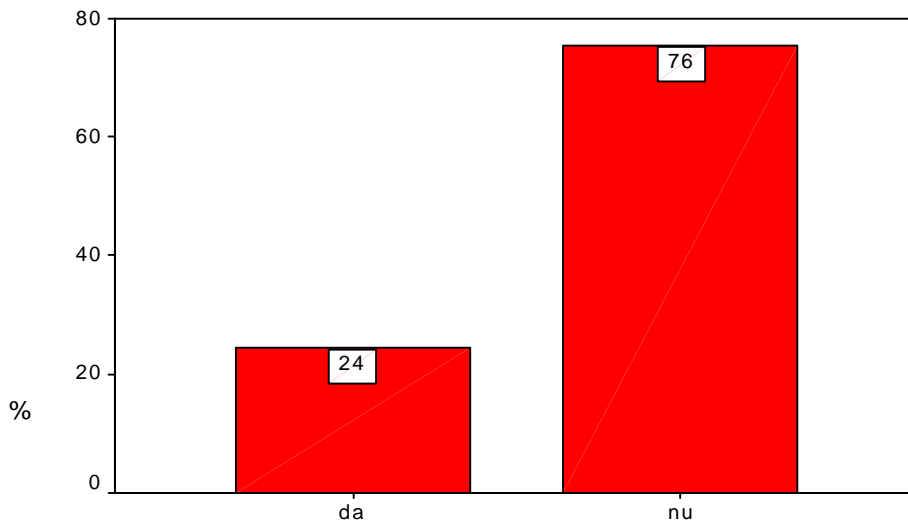
3. Care sunt sursele Dvs. obișnuite de informare în acest sens? (răspuns liber)

Denumirea	Internet	ONG-uri media	Legislație	Ziare	TV, Radio	Conferințe, seminare	Altele	Total
Răspunsuri	48	32	23	19	11	9	13	155

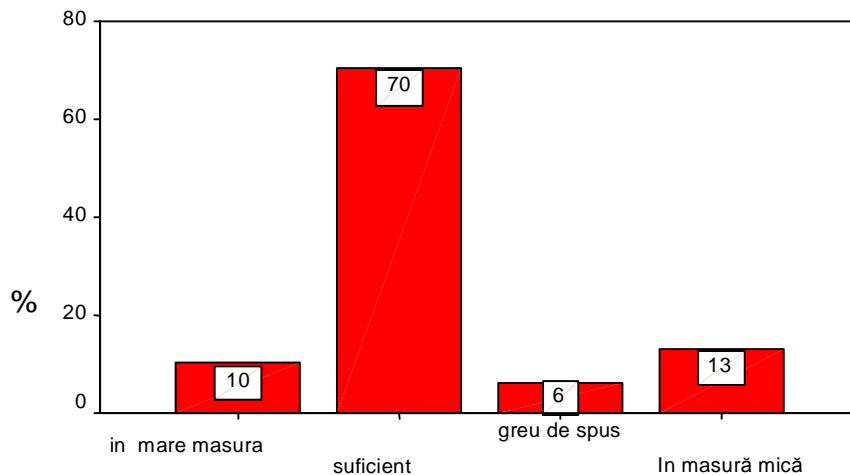
4. În ce măsură jurnaliștii din Republica Moldova se conduc de Codul principiilor de etică profesională adoptat în 1999?



5. Ați avut sau nu de pățimit în urma nerespectării prevederilor deontologice?



6. În ce măsură sunteți familiarizat(ă) cu cadrul legislativ privind activitatea mass-media în Republica Moldova?



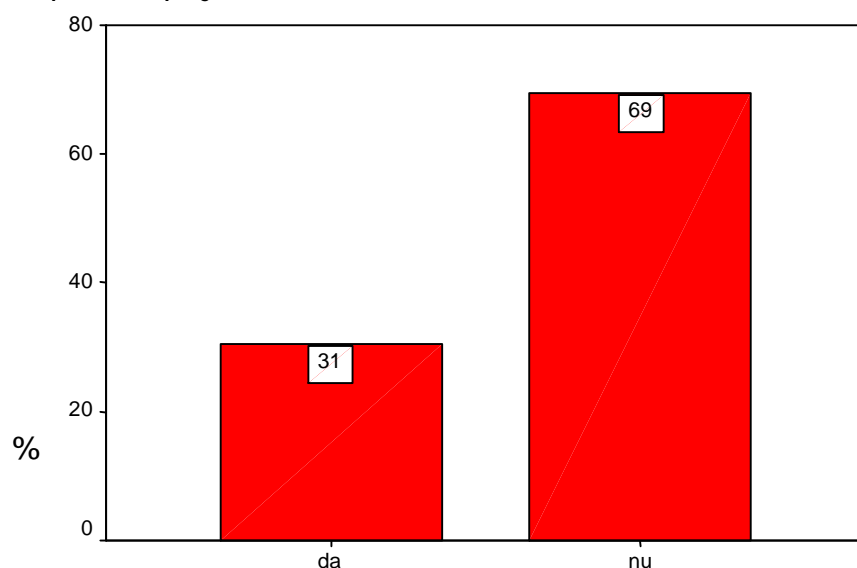
7. Care principii ale Codului deontologic, în opinia Dvs., sunt cel mai des încălcate? (răspuns liber)

#	Denumirea	Răspunsuri
1.	Imparțialitatea	37
2.	Echidistanța	13
3.	Se practică insinuarea și defăimarea	7
4.	Regula celor două surse	7
5.	Accesul la informație	6
6.	Anonimatul sursei	4
7.	Neangajarea politică	3
8.	Alte	22
	Total	99

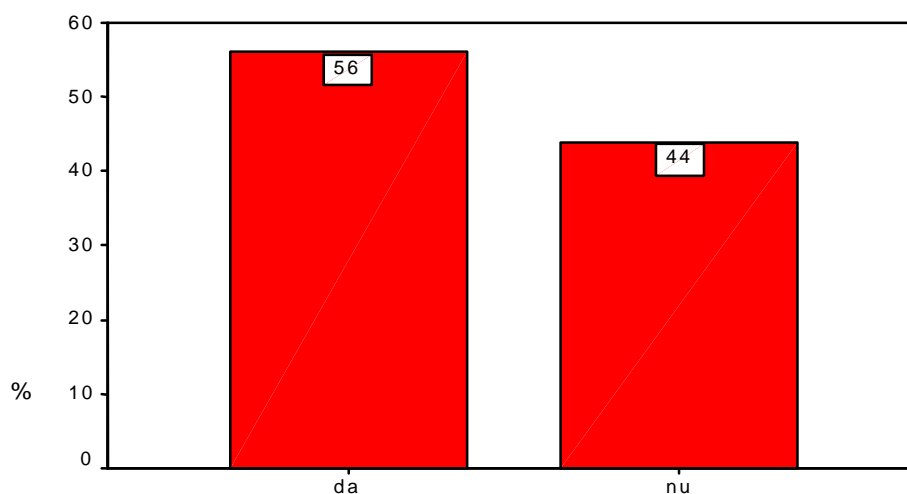
8. Care sunt, după părerea Dvs., punctele vulnerabile din legislația mass-media în vigoare? (răspuns liber)

#	Denumirea	Răspunsuri
1.	Lipsa unui plafon maxim pentru compensarea prejudiciilor morale	18
2.	Accesul la informație	11
3.	Ambiguitatea legii	6
4.	Protecția jurnalistului	6
5.	Impedimente la înregistrarea instituțiilor media	5
6.	Alte	27
	Total	73

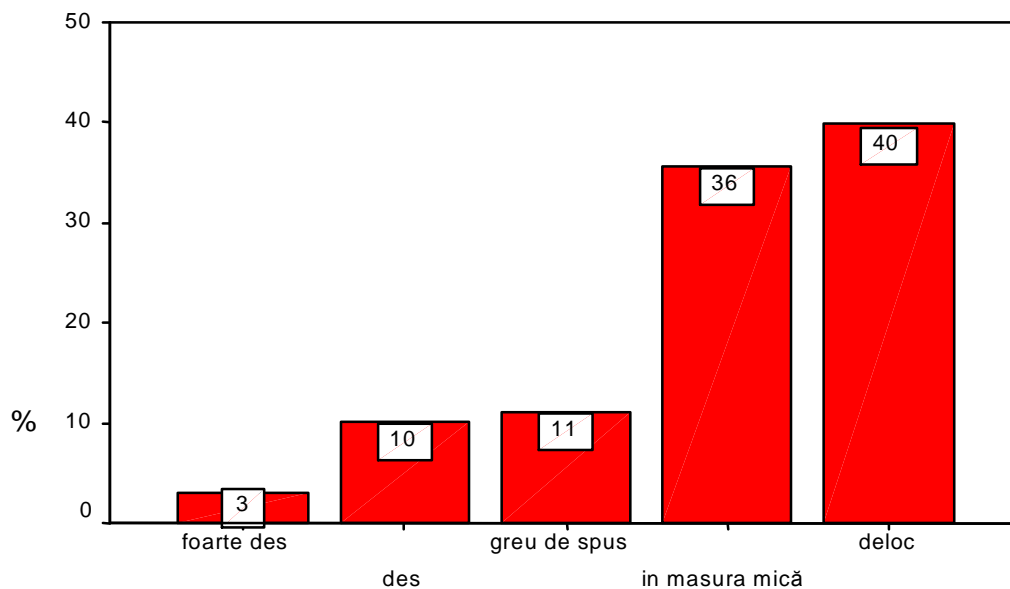
9. Sinteți sau nu de acord cu faptul că noul Cod Civil nu prevede un plafon maxim al sumei pentru compensarea prejudiciilor morale?



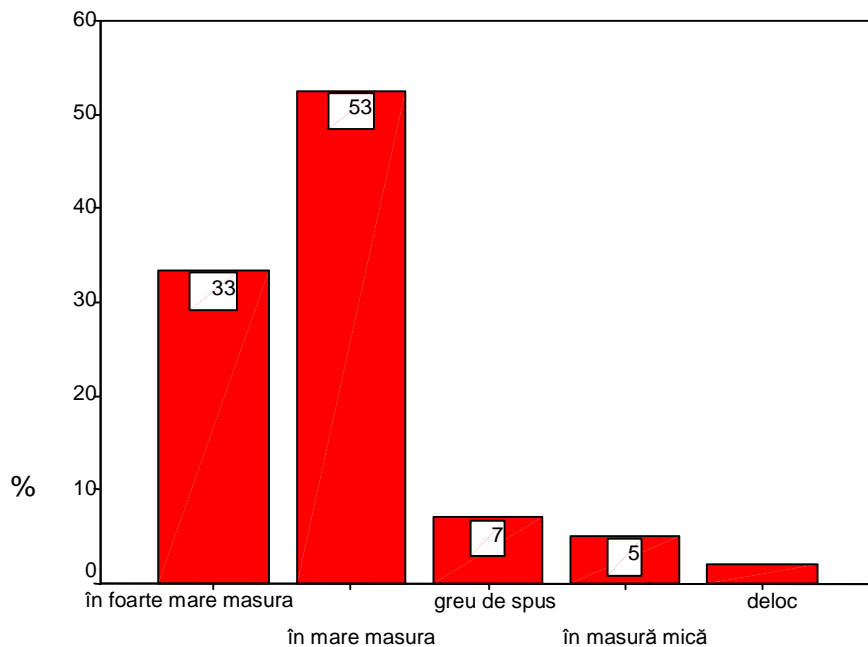
10. Sunteți sau nu de acord cu excluderea din legislația în vigoare a următoarei prevederi: "Publicarea operativă a scuzelor sau a dezmințirii pînă la pronunțarea hotărîrii instanței de judecată constituie temei pentru micșorarea mărîmii compensației sau pentru exonerarea de plată a ei"?



11. Cît de des acceptați însărcinări incompatibile cu principiile Dvs. profesionale?



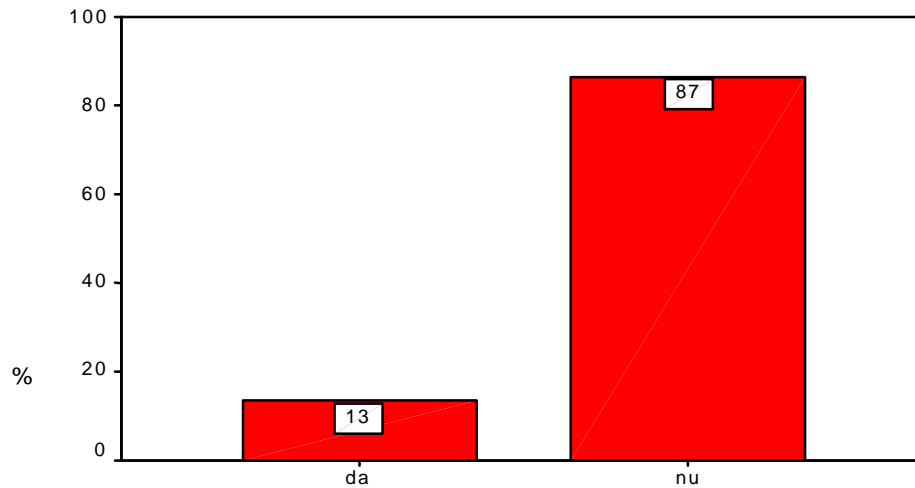
12. În ce măsură, în opinia Dvs., jurnaliștii din R.M. practică partizanatul politic?



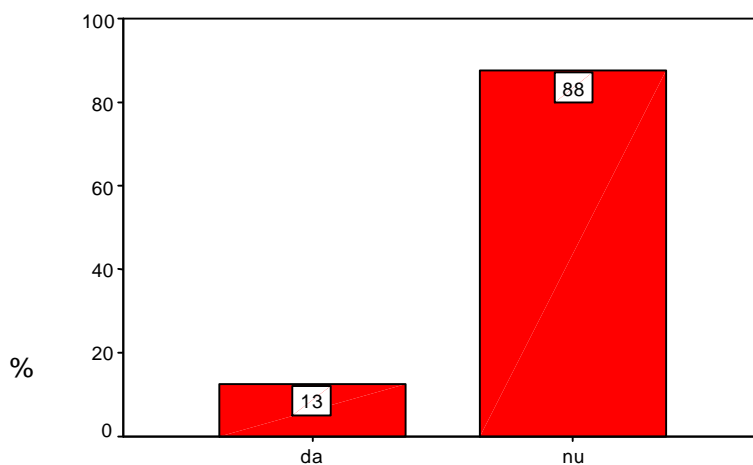
13. Care credeți că este, în majoritatea cazurilor, principala cauză a partizanatului politic? (răspuns liber)

Denumirea	Banii	Dependența de stat	Lipsa demnității profesionale	Altele	Total
Răspunsuri	69	6	4	8	87

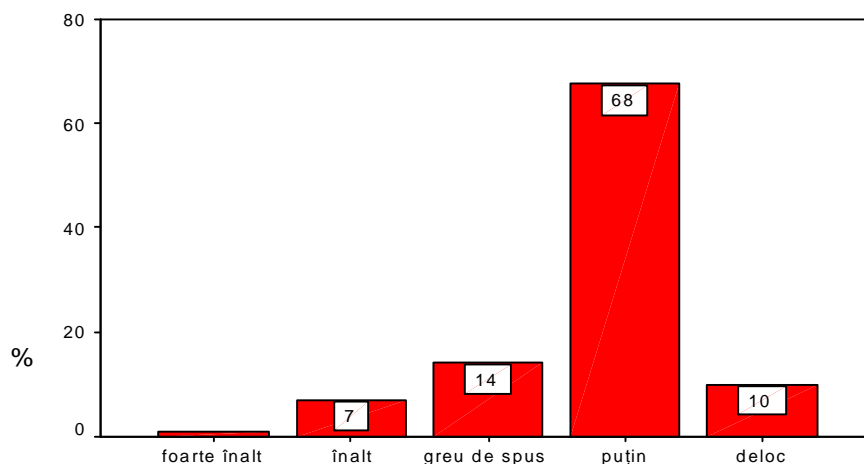
14. Se aplică sau nu în practică Art. 34 (2) din Constituție care prevede: „autoritățile publice, potrivit competențelor ce le revin, sunt obligate să asigure informarea corectă a cetățenilor asupra treburilor publice și a problemelor de interes personal”?



15. Se aplică sau nu în practică prevederile Legii accesului la informație?



16. Cum apreciați gradul de acces al jurnaliștilor la orice informație de interes public deținută de oficialități sau persoane publice?

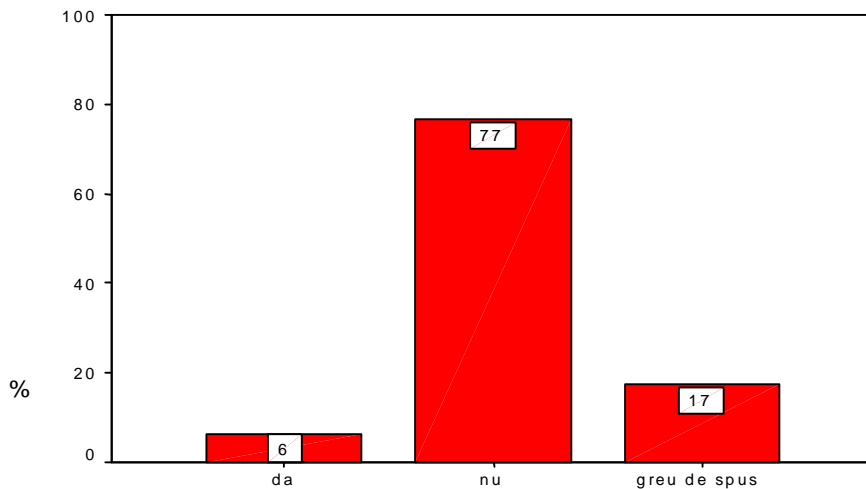


17. Care instituții publice îngreșesc într-o măsură mai mare accesul la informație al cetățenilor și jurnaliștilor?
(răspuns liber)

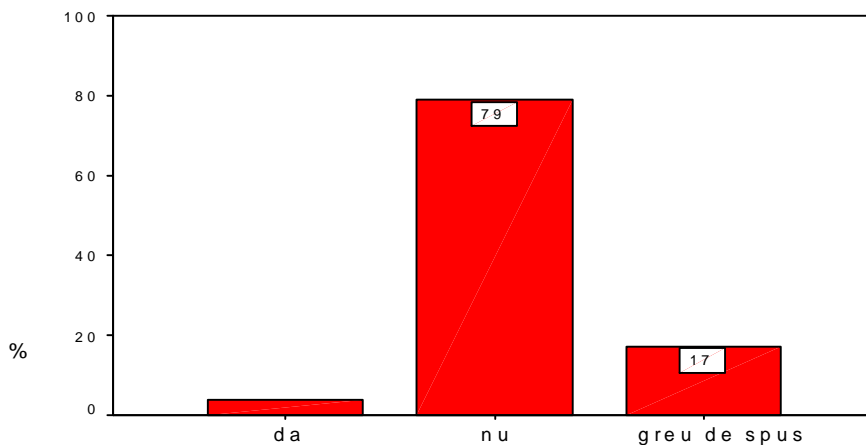
#	Denumirea	Răspunsuri
1.	Guvern	42
2.	Președinție	34
3.	Parlament	23
4.	Ministerele (în special cele de forță)	21
5.	APL	18
6.	Poliția	12
7.	Judecătoriile	11
8.	Procuratura	9
9.	SIS	5
10.	Alte	17
	Total	192

B. Calitatea produsului media

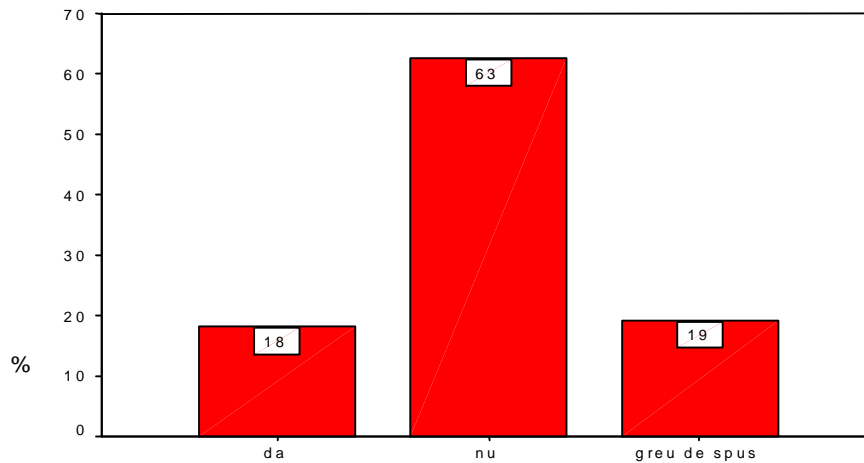
1. Există, după părerea dvs., schimbări pozitive în politica editorială de la *Teleradio Moldova* după transformarea acestei instituții în una publică?



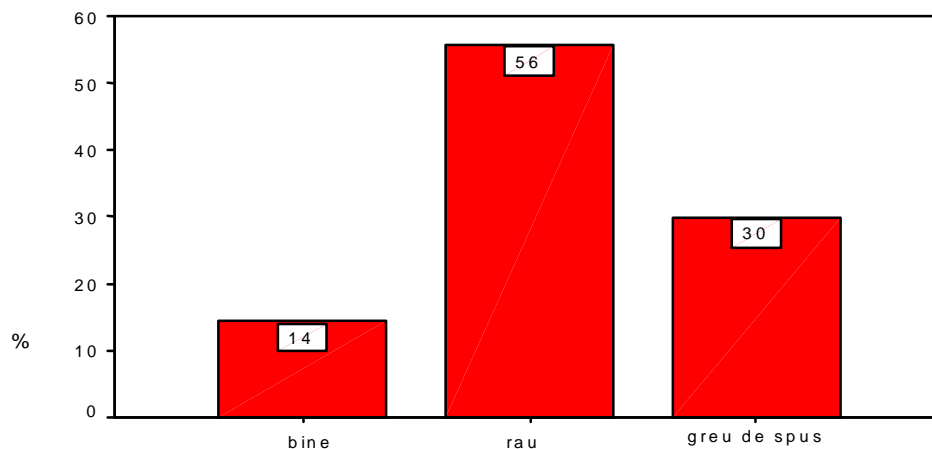
2. Credeți că în prezent instituția publică națională a audiovizualului, Compania *Teleradio Moldova*, respectă în programele sale principiile pluralismului de opinii, obiectivității și echidistanței?



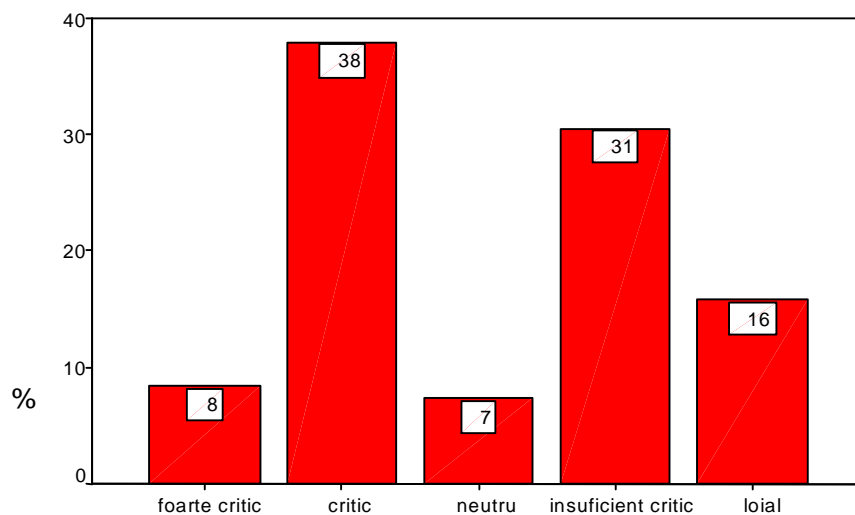
3. Este sau nu în acord cu normele deontologice sprijinirea sau repudierea unor candidați în perioada electorală?



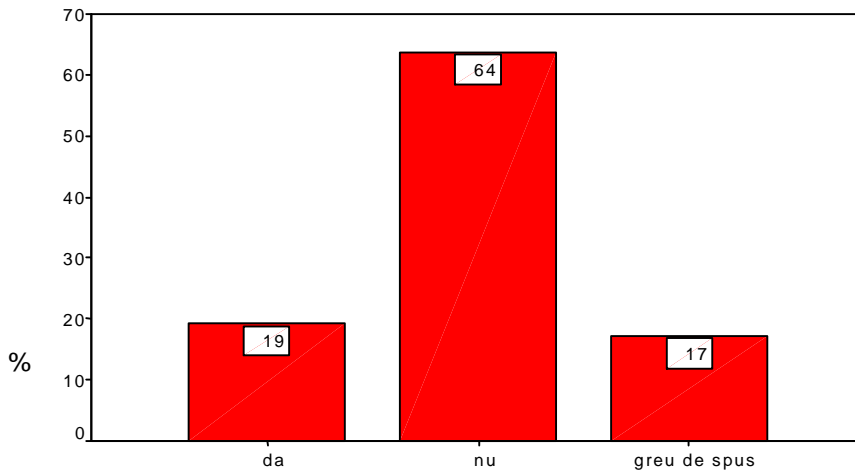
4. Considerați că e bine sau rău atunci când unele publicații adoptă un punct de vedere ideologic decisiv în reflectarea evenimentelor?



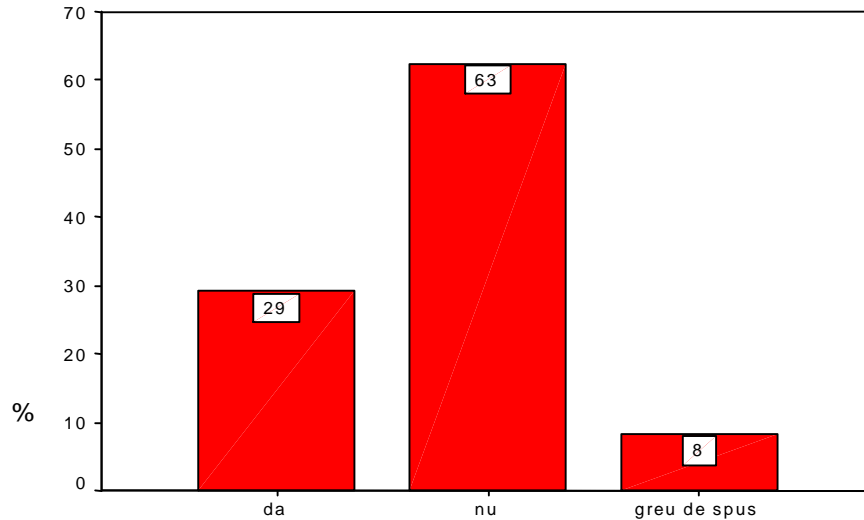
5. Cum apreciați modul în care a fost reflectată de către presă actuala guvernare:



6. Vă confrunțați sau nu cu cenzura politică în instituțiile în care activați?



7. Sînteți de acord cu existența presei de stat?



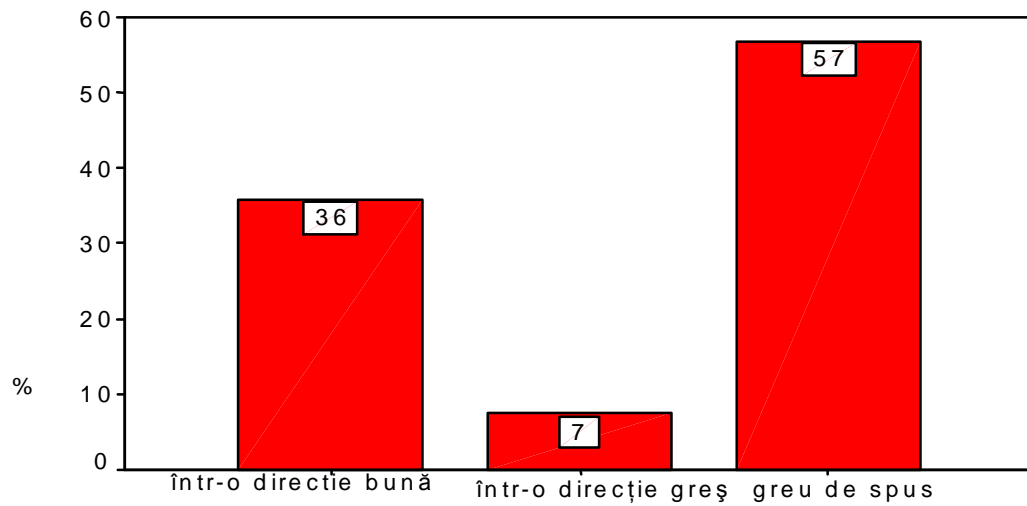
8. Care sunt cele mai importante probleme cu care se confruntă jurnalismul actual în RM?

#	Denumirea	Răspunsuri
1.	Presiunea economicului	82
2.	Calitatea informației	39
3.	Etica și standardele	27
4.	Credibilitatea / încrederea audienței	23
5.	Concurența	5
6.	Altele	9
	Total	185

9. Care sunt reușitele jurnalismului actual în RM?

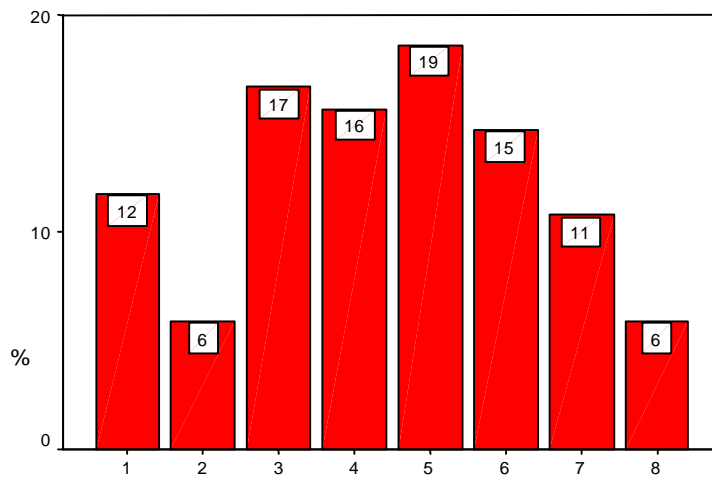
#	Denumirea	Răspunsuri
1.	Reflectarea unor teme specifice	44
2.	Rolul de câine de pază	37
3.	Operativitate	20
4.	Profesionalism	16
5.	Altele	12
	Total	129

10. Considerați că jurnalismul se dezvoltă într-o direcție bună sau greșită?

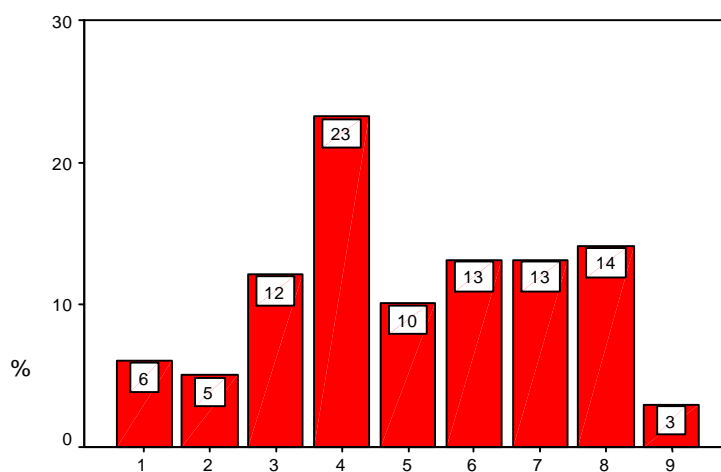


11. Ce notă le dați (pe o scară de la 1-10):

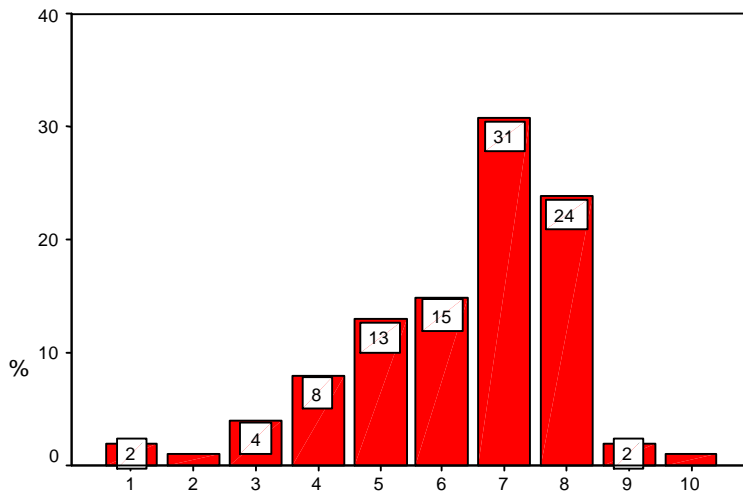
a. - știrilor tv din RM ?



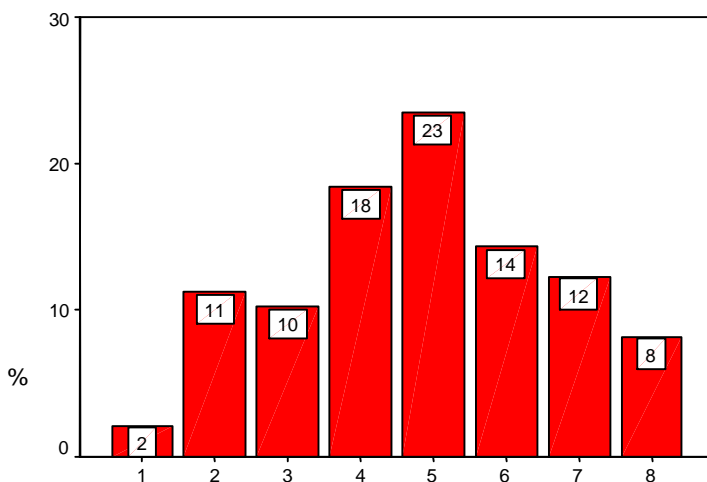
b.- știrilor radio în general?



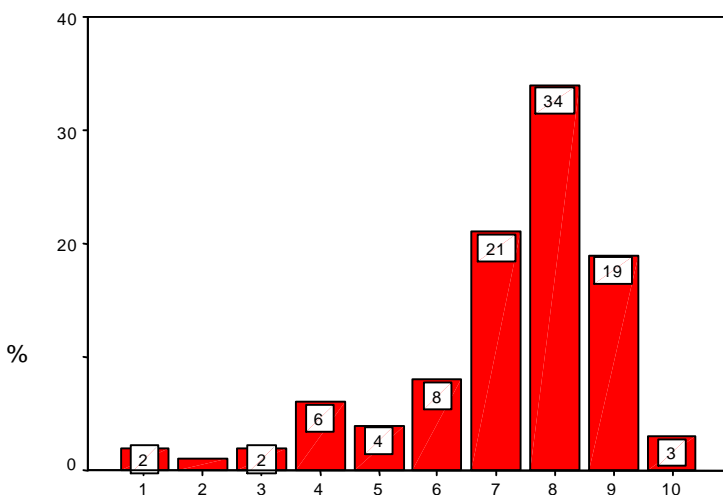
12. Ce notă le dați principalelor ziare naționale (pe o scară de la 1-10)?



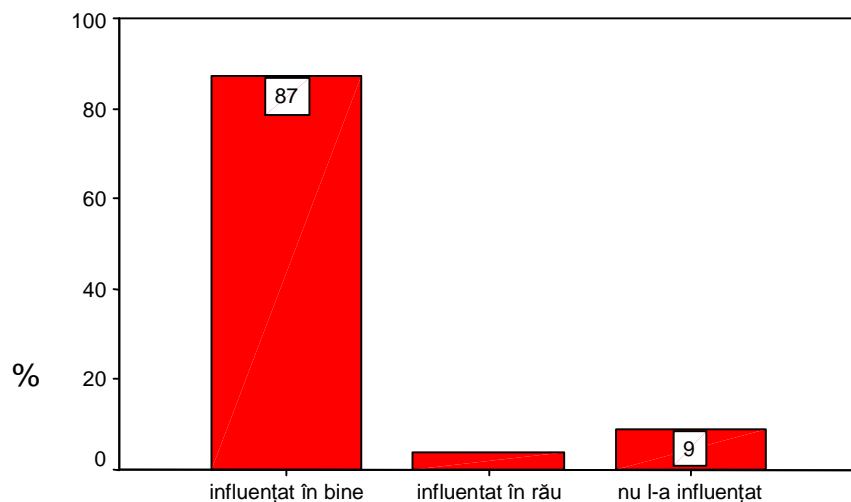
13. Ce notă le dați televiziunilor prin cablu (pe o scară de la 1-10)?



14. Ce notă îi dați propriei publicații, post de radio, tv pentru reflectarea evenimentelor (pe o scară de la 1-10)?



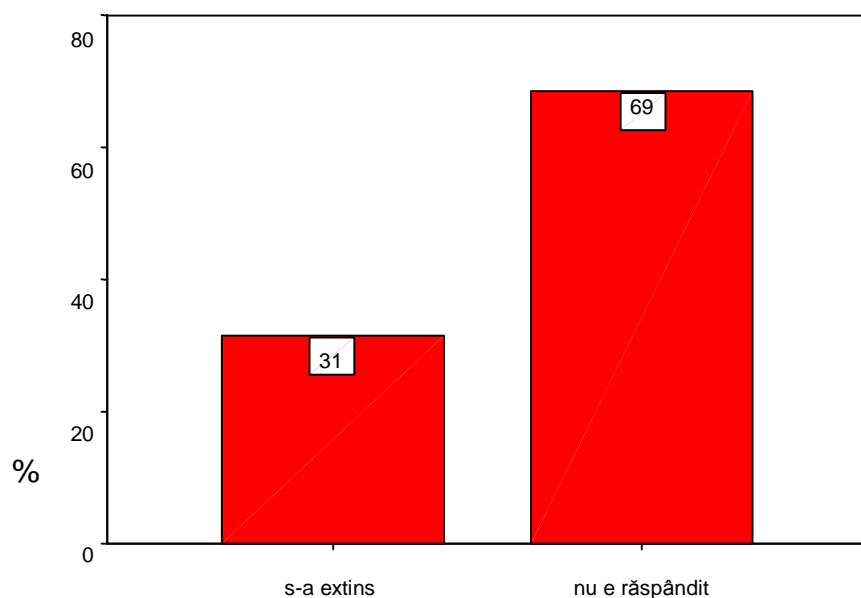
15. Considerați că apariția Internetului a influențat jurnalismul în bine, în rău sau nu prea l-a influențat?



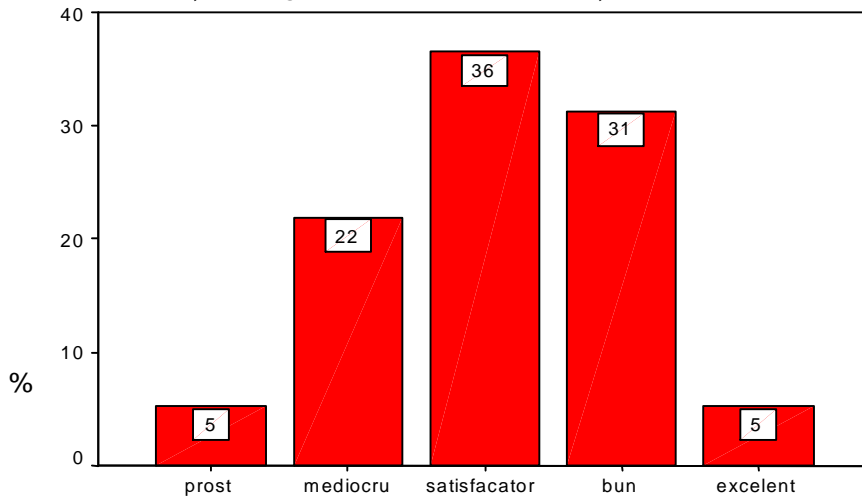
16. Dacă l-a influențat în bine sau rău, în ce mod anume credeți că s-a manifestat aceasta? (răspuns liber)

Denumirea	Răspunsuri
Multitudinea surselor	56
Operativitate	32
Acces la informații	23
Plagiere	4
Altele	16
Total	131

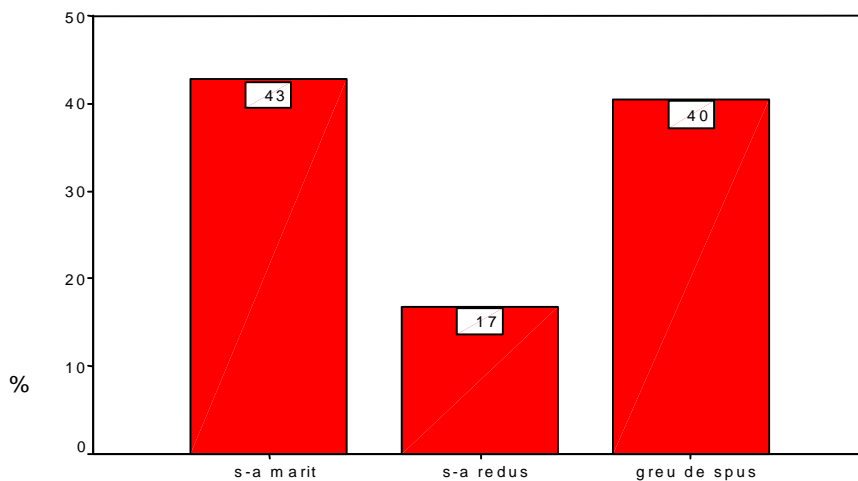
17. Care din afirmațiile de mai jos despre plagiat sunt mai aproape de adevăr?



18. Cum apreciați managementul în propria redacție?

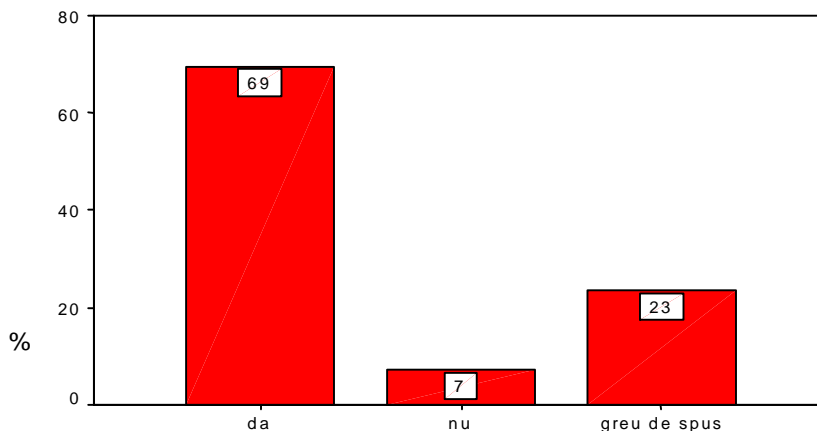


19. Comparativ cu anul trecut, componența departamentului de știri s-a mărit sau s-a redus în instituția Dvs?



C. Cadrul de muncă al jurnaliștilor

1. Considerați că inițiativa actualii guvernări de reînregistrare a publicațiilor ascunde pericole pentru presa independentă?



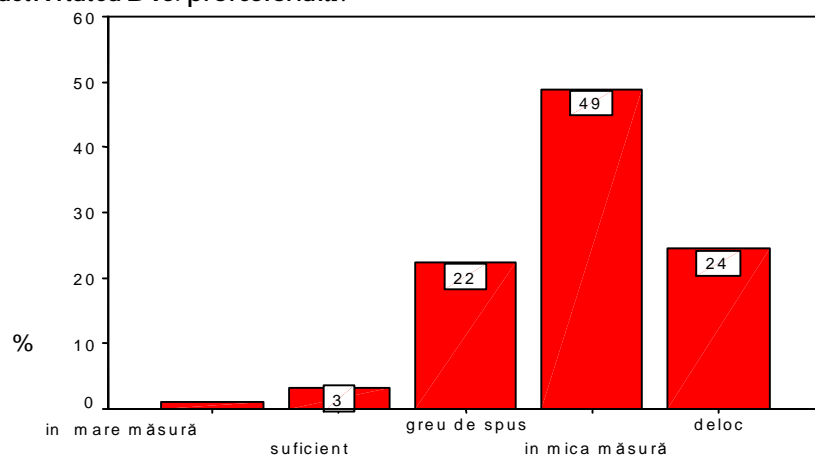
2. Dacă da, care ar fi aceste pericole? (răspuns liber)

#	Denumirea	Răspunsuri
1.	Lichidare	30
2.	Intimidare	25
3.	Control	8
4.	Cheltuieli suplimentare	4
5.	Altele	7
	Total	74

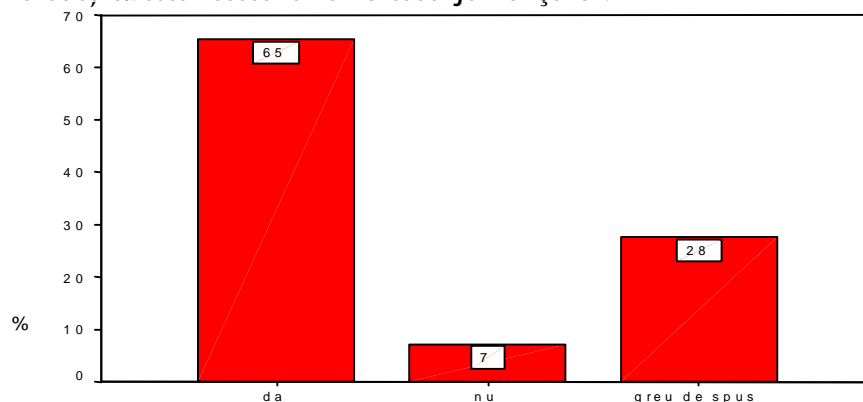
3. Ce așteptați cel mai mult de la organizațiile profesionale ale jurnaliștilor în direcția încurajării activității Dvs.? (răspuns liber)

#	Denumirea	Răspunsuri
1.	Solidaritate	19
2.	Instruire (Training-uri)	13
3.	Susținere	10
4.	Asistență juridică	9
5.	Activitate	8
6.	Concursuri cu premii	7
7.	Echidistanță	4
8.	Nimic	12
9.	Altele	6
	Total	88

4. În ce măsură credeți că sunteți protejat împotriva unor persecuții, amenințări sau presiuni exercitate în activitatea Dvs. profesională?



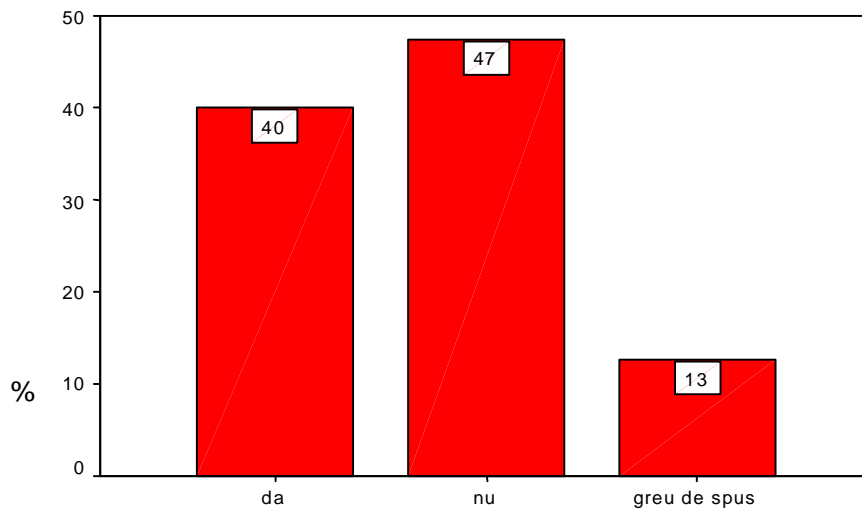
5. Credeți că este necesar un sindicat al jurnaliștilor?



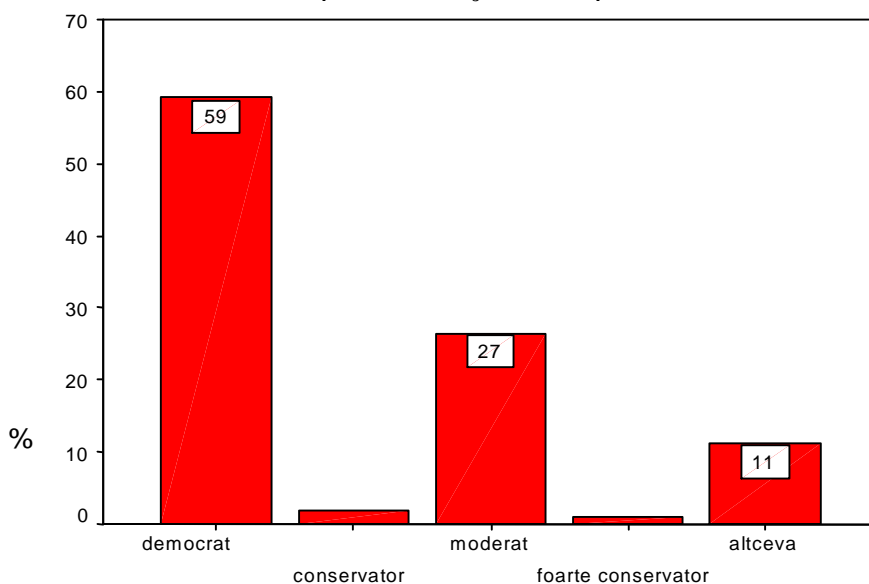
6. Ce cotă ar trebui să fie plătită în fondul sindical? (răspuns liber)

#	Denumirea	Răspunsuri
1.	Până la 2% (din salariul minim)	27
2.	Până la 5% (din salariul minim)	4
3.	Până la 10% (din salariul minim)	1
4.	Până la 50 lei pe an	5
5.	Până la 240 lei pe an	3
6.	Altele	6
	Total	46

9. Vi s-a întâmplat să fiți încurajat de redactor să scrieți vreun articol în a cărui apariție să fi fost interesat proprietarul, sponsorul sau furnizorul de publicitate?



10. În final, o întrebare despre vederile și valorile personale - vă considerați:



Notorietatea și audiența mass-media din Republica Moldova*

Metodologia de cercetare

Metoda generală de cercetare utilizată în această anchetă se bazează pe interviuarea asupra zilei precedente (*day after recall*). Esența acestei metode constă în faptul că respondenților li se solicită, prin intermediul unui interviu domiciliar față-în-față, să își amintească ce posturi de televiziune au vizionat, ce posturi de radio au ascultat, respectiv, ce publicații au citit în ziua precedentă.

Cercetarea de față a avut ca obiectiv înregistrarea audienței televiziunilor, radiourilor cotidianelor, săptămânalelor și publicațiilor lunare, în Republica Moldova. A fost măsurată atât audiența audiența mass-media cu acoperire/difuzare națională, cât și a celor regionale sau locale.

Universul anchetei este reprezentat de populația Republicii Moldova în vârstă de 14 ani și peste (2.859.582 persoane). Eșantionul este reprezentativ pentru această populație. Interviuurile au fost realizate timp de 14 zile (13 – 26 octombrie 2004). În acest fel, audiența înregistrată cuprinde două săptămâni complete (13-19 octombrie și 20-26 octombrie).

În prima fază s-a proiectat un eșantion probabilist, stratificat. Criterii de stratificare au fost:

- zona geografică
- mediu rezidențial (urban-rural), mărimea localităților urbane (4 tipuri), tipul localităților rurale (centru de comuna/sat aparținător)
- Volumele straturilor urbane și rurale au fost calculate proporțional cu numărul populației în conformitate cu datele comunicate de Departamentul de statistică al Republicii Moldova

În cadrul straturilor ajustate, localitățile selectate (69) au fost stabilite în mod aleator, în baza unui tabel cu numere aleatoare.

În fiecare localitate, s-a stabilit un număr de puncte de eșantionare, astfel încât numărul maximal de interviuri efectuat într-un punct de eșantionare să fie de 8. Familiile în care s-au efectuat interviuri au fost selectate prin metoda rutei aleatoare, cu un pas statistic.

Pentru a permite comparații între zilele săptămânii, toate eșantioanele zilnice trebuie să aibă aceeași dimensiune și aceeași structură socio-demografică. De aceea, am utilizat eșantionarea pe cote. Adică, numărul total de interviuri din fiecare localitate a fost împărțit, într-o a doua fază, pe zile și cote. Cotele au fost proiectate după următoarele caracteristici: sex, vârstă, mediu de rezidență urban/rural

Eșantionul zilnic a fost proiectat pentru 87 persoane, cercetarea desfășurându-se pe durata a două săptămâni. Fiecărei zi din săptămână îi corespunde un eșantion de 174 persoane. Întregul eșantion a fost de 1225 persoane. Redăm în tabelul de mai jos pragurile erorii de eșantionare pentru fiecare din subeșantioanele utilizate:

	Volum eșantion:	Marje de eroare:
O zi:	174	±7.4%
Zile lucrătoare (luni-vineri):	870	±3.4%
Zile de week-end (sâmbătă-duminică):	355	±5.2%
Eșantion total:	1225	±2.8%

Obiceiuri de consum

Ce sursă de informare preferați? *Maximum 2 răspunsuri*

Baza: 1225 respondenți – total eșantion

	Prima mențiune	A doua mențiune	Total
Radio	22,1%	34,9%	57,1%
TV	62,9%	19,6%	82,5%
Presa scrisă	3,5%	12,5%	16,0%
Internet	2,4%	1,8%	4,2%
Vecini, rude, prieteni	5,3%	10,3%	15,6%
Nici una	1,9%	3,3%	5,2%
Nu știe/nu răspunde	1,9%	2,4%	4,2%

*Proiect finanțat de fundația Press Now

(Varianta completă a studiului poate fi citită pe site-ul Centrului de Jurnalism – www.ijc.iatp.md)

A. TELEVIZIUNE

Notoritatea posturilor de televiziune

Despre ce posturi de televiziune care se recepționează în Republica Moldova ați auzit, fie și numai după nume, chiar dacă nu le-ați vizionat niciodată?

Baza: 1225 respondenți – total eșantion

%	Prima mențiune	Altele spontan	Asistat	Total
TV Moldova	38,2	42,9	16,8	97,9
ORT	33,8	50,7	12,0	96,5
România 1	4,4	55,1	32,5	92,0
Rossia (RTR)	1,5	31,5	42,6	75,6
PRO TV	3,3	18,5	38,5	60,3
NTV	2,2	19,9	37,4	59,5
Muz TV	0,5	13,1	35,7	49,3
NIT	1,1	14,6	31,8	47,5
Euro Sport	0,2	10,8	35,8	46,8
REN TV	0,9	12,6	33,0	46,5
Discovery	0,7	12,1	32,1	44,9
TV 1+1	1,7	12,8	28,9	43,4
Acașă	0,5	6,6	30,5	37,6
Nașe Kino	0,2	6,4	30,5	37,1
MTV	1,2	5,7	24,5	31,4
PMR	0,5	6,8	23,7	31,0
TV 26	0,1	4,1	26,1	30,3
Euronews	-	4,7	25,1	29,8
Inter TV	0,1	8,1	21,0	29,2
TVC 21	0,2	5,2	23,5	28,9
TV Bălți	0,8	11,3	15,9	28,0
Euro TV	0,8	5,0	21,8	27,6
TV 5 Europe	0,1	2,1	23,3	25,5
Prima TV	0,1	2,0	20,2	22,3
RTV	0,1	1,5	16,5	18,1
TV Rif	-	1,3	16,0	17,3
MCM	-	2,0	14,7	16,7
TNT	0,3	5,0		
Ucraina TV	0,2	3,3		
ICTV	0,1	3,1		
Flor TV	0,2	2,1		
Novii Canal	0,1	2,2		
TV 3	0,2	1,7		
SOR TV	0,1	1,8		
Romania 2	0,1	1,7		
ALMAZ	0,1	1,7		
CTC	0,2	1,6		
STV	0,2	1,4		
TV 1000	0,1	1,3		
ATOMIC	0,1	1,1		
Altul (sub 1% fiecare)	1,8	15,9		
Nu știe	2,8			
Nu răspunde	0,2			

Audiența TV

DAILYREACH

Acest indicator măsoară proporția (sau numărul absolut al) persoanelor care în decurs de o zi au vizionat cel puțin 8 minute un anumit post tv.

a) Daily Reach (%)

	luni	marți	miercuri	joi	vineri	sîmbătă	duminică	zi de lucru*	Week end*	luni-duminică*
ORT	51,1	42,0	43,8	40,1	38,7	42,0	45,8	43,1	43,9	43,4
TVM	19,5	25,9	20,1	18,6	21,5	26,1	25,1	21,1	25,6	22,4
TVR	6,9	9,8	5,9	7,0	8,8	8,0	4,5	7,8	6,2	7,3
TV 1+1	5,2	3,4	5,9	2,9	3,3	2,8	5,6	4,4	4,2	4,3
NTV	3,4	2,3	4,7	2,3	3,9	2,8	2,8	3,3	2,8	3,3
PRO TV	5,7	4,6	1,2	1,7	7,2	0,6	1,7	4,0	1,1	3,2
RTR	2,3	1,7	3,0	2,9	2,2	8,5	1,7	2,4	5,1	3,2
REN TV	3,4	2,9	0,6	1,7	2,8	3,4	1,7	2,3	2,5	2,4
NIT	1,1	2,9	0,6	3,5	5,5	1,7	1,1	2,6	1,4	2,3
MUZ TV	2,3	2,3	2,4	2,3	1,1	1,1	2,8	2,2	2,0	2,1
TNT	2,9	2,3	0,0	2,9	1,7	1,7	1,1	2,1	1,7	2,0
Alte posturi	14,9	14,4	10,1	9,3	12,2	14,8	12,3	12,1	13,5	12,5
Toate posturile	70,5	64,8	62,2	58,8	63,2	70,5	66,8	64,0	68,7	65,3

*media zilnică

b) Daily Reach (mii persoane)

	luni	marți	miercuri	joi	vineri	sîmbătă	duminică	zi de lucru*	Week end*	luni-duminică*
ORT	1435,7	1177,6	1229,1	1126,0	1085,5	1180,2	1285,9	1209,9	1233,5	1219,0
TVM	548,5	725,9	564,7	522,2	604,8	733,6	705,7	593,6	719,5	630,1
TVR	193,6	274,2	166,1	195,8	248,1	223,3	125,4	219,4	174,0	206,2
TV 1+1	145,2	96,8	166,1	81,6	93,0	79,7	156,8	122,6	118,6	121,4
NTV	96,8	64,5	132,9	65,3	108,6	79,7	78,4	93,6	79,1	91,7
PRO TV	161,3	129,1	33,2	49,0	201,6	15,9	47,0	112,9	31,6	89,4
RTR	64,5	48,4	83,0	81,6	62,0	239,2	47,0	67,8	142,3	89,4
REN TV	96,8	80,7	16,6	49,0	77,5	95,7	47,0	64,5	71,2	66,4
NIT	32,3	80,7	16,6	97,9	155,1	47,8	31,4	74,2	39,5	64,2
MUZ TV	64,5	64,5	66,4	65,3	31,0	31,9	78,4	61,3	55,3	59,6
TNT	80,7	64,5	0,0	81,6	46,5	47,8	31,4	58,1	47,4	55,0
Alte posturi	419,4	403,3	282,4	261,1	341,2	414,7	345,0	338,8	379,5	350,6
Toate posturile	1984,2	1822,9	1743,9	1648,3	1767,9	1977,6	1881,7	1793,8	1929,3	1833,1

*media zilnică

B. RADIO

Notoritatea posturilor de radio

Despre ce posturi de radio din Republica Moldova ați auzit, fie și numai după nume, chiar dacă nu le-ați ascultat niciodată?

%	Prima mențiune	Altele spontan	Asistat	Total
Radio Moldova	32,9	25,5	32,0	90,4
Russkoe Radio	13,4	34,1	30,6	78,1
HIT FM	14,9	23,2	32,6	70,7
Antena C	8,8	17,1	38,4	64,3

%	Prima mențiune	Altele spontan	Asistat	Total
Micul Samaritean	1,4	8,2	47,7	57,3
Radio România Actualități	1,5	16,9	38,0	56,4
Radio Maiak	1,4	13,2	40,8	55,4
Europa Liberă	0,1	4,4	39,2	43,7
Avto Radio	0,8	8,6	29,6	39,0
Radio FM	3,6	10,2	24,2	38,0
Dinamit FM	2,3	12,3	23,2	37,8
Europa Plus	1,2	6,9	28,0	36,1
Nașe radio	0,9	6,4	26,7	34,0
Radio Chanson	0,9	6,3	23,0	30,2
Radio Nova	0,3	4,4	24,1	28,8
Kiss FM	2,9	7,1	16,7	26,7
Radio 7 na 7 holmah	0,2	4,8	20,6	25,6
Radio PRO FM	0,3	2,7	18,6	21,6
Radio Europa FM	0,1	2,1	18,8	21,0
Vocea Basarabiei	-	0,6	18,7	19,3
Maximum	-	1,0	15,5	16,5
Sănătatea	1,2	2,2		
Inter FM	0,2	2,9		
Radio Iași	0,4	2,7		
Retro FM	1,9	-		
Altul	2,0	7,6		
NȘ/NR	8,8	10,4		

Audiența Radio

Audiența radio – pe zile

DAILY REACH

Acest indicator măsoară proporția (sau numărul absolut al) persoanelor care în decurs de o zi au ascultat cel puțin 8 minute un anumit post de radio.

a) Daily Reach (%)

	luni	marți	miercuri	joi	vineri	sîmbătă	duminică	zi de lucru*	Week end*	luni-duminică*
Radio Moldova	13,2	15,5	14,2	18,6	18,8	15,9	14,5	16,1	15,2	15,8
Russkoe Radio	9,8	12,1	10,7	6,4	8,3	8,5	14,0	9,3	11,3	9,9
HIT FM	6,3	8,0	7,7	6,4	3,3	9,1	5,0	6,4	7,0	6,5
Antena C	1,1	4,6	2,4	1,2	4,4	2,8	4,5	2,8	3,7	3,0
Dinamit FM	1,1	5,2	1,8	4,1	2,2	2,8	1,7	2,9	2,0	2,6
Sănătatea	1,1	1,1	1,2	5,2	2,8	2,3	2,8	2,3	2,8	2,4
Kiss FM	1,7	3,4	1,8	2,3	1,7	2,3	1,7	2,1	2,0	2,0
Radio România Actualități	0,6	0,6	0,6	1,7	1,1	6,3	2,2	0,9	4,2	1,9
Avto Radio	0,0	2,3	1,2	1,2	1,1	1,7	3,4	1,1	2,5	1,6
Micul Samaritean	1,1	0,6	0,6	1,2	2,2	2,3	1,1	1,1	1,4	1,3
Radio Maiak	2,3	1,7	1,8	1,7	0,6	0,0	0,6	1,6	0,3	1,2
Radio FM	2,3	1,1	0,6	0,6	1,1	0,0	0,6	1,1	0,3	0,9
Radio Chanson	0,6	0,6	0,6	2,3	0,0	0,6	0,6	0,8	0,6	0,7

*media zilnică

	luni	marți	miercuri	joi	vineri	sîmbătă	duminică	zi de lucru*	Week end*	luni-duminică*
Europa Plus	0,6	0,0	0,0	1,7	1,7	0,0	1,1	0,8	0,6	0,7
Nașe radio	0,6	0,0	0,6	0,0	1,1	0,0	1,1	0,5	0,6	0,5
Alte posturi	8,0	6,9	7,7	4,1	4,4	5,1	4,5	6,2	4,8	5,8
Toate posturile	40,8	49,4	42,0	42,4	39,8	42,6	47,5	42,9	44,8	43,4

b) Daily Reach (mii persoane)

	luni	marți	miercuri	joi	vineri	sîmbătă	duminică	zi de lucru*	Week end*	luni-duminică*
Radio Moldova	371,0	435,6	398,6	522,2	527,3	446,6	407,7	451,7	427,0	444,5
Russkoe Radio	274,2	338,8	299,0	179,5	232,6	239,2	392,0	261,3	316,3	277,3
HIT FM	177,4	225,8	215,9	179,5	93,0	255,2	141,1	180,7	197,7	183,3
Antena C	32,3	129,1	66,4	32,6	124,1	79,7	125,4	77,4	102,8	84,8
Dinamit FM	32,3	145,2	49,8	114,2	62,0	79,7	47,0	80,7	55,3	73,3
Sănătatea	32,3	32,3	33,2	146,9	77,5	63,8	78,4	64,5	79,1	66,4
Kiss FM	48,4	96,8	49,8	65,3	46,5	63,8	47,0	58,1	55,3	57,3
Radio România Actualități	16,1	16,1	16,6	49,0	31,0	175,4	62,7	25,8	118,6	52,7
Avto Radio	0,0	64,5	33,2	32,6	31,0	47,8	94,1	32,3	71,2	43,5
Micul Samaritean	32,3	16,1	16,6	32,6	62,0	63,8	31,4	32,3	39,5	36,7
Radio Maiak	64,5	48,4	49,8	49,0	15,5	0,0	15,7	45,2	7,9	34,4
Radio FM	64,5	32,3	16,6	16,3	31,0	0,0	15,7	32,3	7,9	25,2
Radio Chanson	16,1	16,1	16,6	65,3	0,0	15,9	15,7	22,6	15,8	20,6
Europa Plus	16,1	0,0	0,0	49,0	46,5	0,0	31,4	22,6	15,8	20,6
Nașe radio	16,1	0,0	16,6	0,0	31,0	0,0	31,4	12,9	15,8	13,7
Alte posturi	225,8	193,6	215,9	114,2	124,1	143,5	125,4	174,2	134,4	162,7
Toate posturile	1145,4	1387,3	1179,2	1191,3	1116,6	1196,1	1332,9	1203,4	1257,2	1219,0

*media zilnică

C.PRESA SCRISĂ

Notoritatea presei scrise

1. Cotidiane

Despre ce cotidiane (ziare care apar de mai multe ori pe săptămână) din Republica Moldova ați auzit, fie și numai după nume, chiar dacă nu le-ați citit niciodată?

Baza: 1225 respondenți – total eșantion

%	Prima mențiune	Altele spontan	Asistat	Total
Komsomolskaia pravda	25,0	18,0	40,8	83,8
Makler	13,9	19,9	40,6	74,4
Flux	14,4	15,0	32,8	62,2
Nezavisimaia Moldova	2,1	11,8	46,0	59,9
Moldova Suverană	5,1	10,9	41,7	57,7
Jurnal de Chișinău	3,3	5,8	30,0	39,1
Sport Curier	1,5	2,4	24,2	28,1
Moldavskie vedomosti	0,2	3,1	21,4	24,7
Capitala	0,2	2,0	21,1	23,3
Jurnalul Național	0,1	1,5		
Altul (sub 1% fiecare)	0,7	1,5		
NȘ/NR	33,9			

2. Săptămânale

Despre ce săptămânale (publicații care apar o dată pe săptămână) din Republica Moldova ați auzit, fie și numai după nume, chiar dacă nu le-ați citit niciodată?

Baza: 1225 respondenți – total eșantion

%	Prima mențiune	Altele spontan	Asistat	Total
Argumentî i Faktî	16,9	16,9	41,1	74,9
Săptămâna	23,7	16,8	28,0	68,5
Timpul	6,5	10,5	31,5	48,5
Literatura și Arta	1,0	8,5	36,0	45,5
Tineretul Moldovei	0,2	7,3	27,6	35,1
Economiceskoie obozrenie	0,7	4,7	22,7	28,1
Kișinevskii obozrevateli	0,5	3,2	18,1	21,8
Democrația	0,1	3,0	16,3	19,4
Delovaia Gazeta	-	3,0	16,1	19,1
Novoie vremea	0,9	2,7	12,4	16,0
Vocea Poporului	-	1,1	13,8	14,9
Capital	-	1,1	13,6	14,7
Sens	0,3	3,0	10,6	13,9
Fermierul	0,4	3,4	10,1	13,9
Glasul Națiunii	0,1	1,4	11,8	13,3
Accente	-	0,8	10,8	11,6
Spros i predojenie	2,3	2,1	6,3	10,7
Cuvântul	1,3	2,6	6,5	10,4
Business Info	0,1	2,3	7,4	9,8
Unghiul	3,1	1,3	3,6	8,0
Novaia Gazeta	-	0,5	6,2	6,7
Est Curier	0,1	0,8	4,6	5,5
Accent provincial	0,5	0,4	4,1	5,0
Observatorul de Nord	0,4	1,2	3,4	5,0
Ora locală	1,0	0,9	3,1	5,0
Cuvântul Liber	-	0,5	4,4	4,9
Ecoul Nostru	-	0,1	4,6	4,7
Glia Drochiană	0,2	0,4	1,8	2,4
Gazeta de Vest	0,3	-	1,7	2,0
Strășeneanca	0,3	0,5	1,0	1,8
Antenna	2,2	1,8		
Șans	0,8	1,7		
Kommunist	0,9	1,4		
Golos Bălți	-	1,8		
Alta (sub 1% fiecare)	5,1	12,9		
NȘ/NR	30,1	13,4		

3. Publicații lunare

Despre ce publicații lunare (publicații care apar o sau de două ori pe lună) din Republica Moldova ați auzit, fie și numai după nume, chiar dacă nu le-ați citit niciodată?

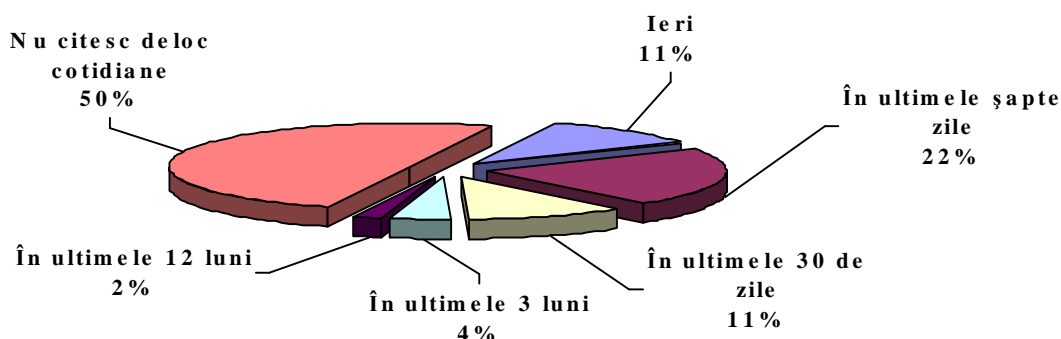
Baza: 1225 respondenți – total eșantion

%	Prima mențiune	Altele spontan	Asistat	Total
Alunelul	5,3	6,2	23,4	34,9
Tainele Sănătății	4,7	4,4	16,5	25,6

%	Prima mențiune	Altele spontan	Asistat	Total
Noi	2,7	4,4	15,5	22,6
Vaș domășinii doktor	2,5	2,6	15,6	20,7
Contabilitate și audit	1,5	1,3	12,9	15,7
Limba română	1,1	1,8	12,2	15,1
Moldova și Lumea	1,9	2,8	10,3	15,0
Basarabia	0,8	1,6	10,0	12,4
Capitala magazin	0,5	1,3	5,1	6,9
Sud-Est Cultural	-	0,2	5,3	5,5
Contrafort	0,1	0,8	4,2	5,1
Alta (sub 1% fiecare)	9,2	7,4		
NS/NR	70,3	9,0		

1. Cotidiane

În afară de astăzi, când ați citit sau răsfoit ultima dată un cotidian?



Audiența presei scrise

3.1. Audiența cotidianelor

REACH

Acest indicator măsoară proporția (sau numărul absolut al) persoanelor care în decurs de o zi au citit/răsfoit cel puțin un cotidian.

a) Reach (%)

	luni	marți	miercuri	joi	vineri	sâmbătă	duminică	zi de lucru*	Week end*	luni-duminică*
Komsomolskaia pravda	4,0	4,6	3,0	2,9	6,1	4,5	5,0	4,3	4,5	4,3
Flux	3,4	4,6	2,4	3,5	3,3	3,4	3,4	3,3	3,4	3,3
Makler	4,0	2,3	1,2	3,5	3,9	2,8	2,8	3,0	2,8	2,9
Jurnal de Chișinău	2,9	2,3	1,8	1,2	1,7	1,7	1,7	1,8	2,0	1,9
Nezavisimaia Moldova	0,0	1,7	1,2	0,0	2,2	0,0	0,0	0,9	0,0	0,7
Moldova Suverană	0,0	0,6	0,6	0,6	1,7	0,0	0,6	0,7	0,3	0,6
Sport Kurier	0,0	0,6	0,0	0,6	0,0	0,0	0,0	0,2	0,0	0,2
Moldavskie vedomosti	0,0	0,6	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,1	0,0	0,1
Capitala	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
Toate cotidienele	7,5	12,6	7,1	9,9	13,3	10,2	12,8	10,1	11,5	10,5

*media zilnică

b) Reach (mii persoane)

	luni	marți	miercuri	joi	vineri	sîmbătă	duminică	zi de lucru*	Week end*	luni-duminică*
Komsomolskaia Pravda	112,9	129,1	83,0	81,6	170,6	127,6	141,1	119,4	126,5	121,4
Flux	96,8	129,1	66,4	97,9	93,0	95,7	94,1	93,6	94,9	93,9
Makler	112,9	64,5	33,2	97,9	108,6	79,7	78,4	83,9	79,1	82,5
Jurnal de Chișinău	80,7	64,5	49,8	32,6	46,5	47,8	47,0	51,6	55,3	52,7
Nezavisimaia Moldova	0,0	48,4	33,2	0,0	62,0	0,0	0,0	25,8	0,0	18,3
Moldova Suverană	0,0	16,1	16,6	16,3	46,5	0,0	15,7	19,4	7,9	16,0
Sport Curier	0,0	16,1	0,0	16,3	0,0	0,0	0,0	6,5	0,0	4,6
Moldavskie vedomosti	0,0	16,1	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	3,2	0,0	2,3
Capitala	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
Toate cotidienele	209,7	354,9	199,3	277,4	372,2	287,1	360,7	283,9	324,2	295,6

*media zilnică

3.2. Audiența săptămânalelor

3.2.1. REACH

Acest indicator măsoară proporția (sau numărul absolut al) persoanelor care în decurs de o zi au citit/răsfoit cel puțin un săptămânal.

a) Reach (%)

	luni	marți	miercuri	joi	vineri	sîmbătă	duminică	zi de lucru*	Week end*	luni-duminică[†]
Săptămâna	10,3	12,1	10,1	7,6	9,9	9,1	8,4	10,1	9,0	9,8
Argumentî i Faktî	9,8	5,2	5,3	5,8	5,0	3,4	5,6	6,2	4,5	5,7
Timpul	1,7	5,2	3,0	2,9	2,8	2,8	6,1	3,0	4,5	3,4
Unghiul	2,9	2,3	1,2	1,7	2,2	1,7	2,2	2,0	1,7	1,9
Literatura și Arta	0,6	1,7	4,1	0,6	1,1	2,3	1,1	1,6	1,7	1,6
Spros i predojenie	0,6	2,3	2,4	0,0	0,6	2,3	1,1	1,1	1,7	1,4
Novoie vremea	1,1	0,6	0,0	0,0	2,2	1,7	1,1	0,8	1,4	1,0
Business Info	0,6	0,0	0,6	1,2	1,7	2,3	0,6	0,8	1,4	1,0
Cuvântul	1,1	0,0	0,6	2,3	1,1	1,1	0,6	1,0	0,8	1,0
Economiceskoie obozrenie	0,0	0,6	1,2	1,2	0,0	0,0	1,7	0,6	0,8	0,7
Ora locală	1,1	0,6	0,6	0,6	0,0	0,0	1,7	0,7	0,8	0,7
Democrația	0,0	0,0	1,2	1,7	0,6	0,6	0,0	0,6	0,3	0,5
Strășeneanca	0,0	0,0	0,0	0,0	1,1	0,6	1,1	0,2	0,8	0,5
Accente	0,0	1,1	0,6	0,0	0,6	0,0	0,0	0,6	0,0	0,4
Fermierul	1,1	0,6	0,0	0,6	0,6	0,0	0,0	0,6	0,0	0,4
Sens	0,0	1,1	0,0	0,0	0,6	0,0	0,6	0,3	0,3	0,3
Glasul Națiunii	0,0	0,6	0,0	0,6	0,6	0,6	0,0	0,3	0,3	0,3
Vocea Poporului	0,0	0,0	0,0	0,6	0,6	1,1	0,0	0,2	0,6	0,3
Est Curier	0,0	0,0	0,0	1,2	0,0	0,6	0,6	0,2	0,6	0,3
Tineretul Moldovei	0,0	0,0	0,0	0,6	0,6	0,0	0,0	0,2	0,0	0,2
Delovaia Gazeta	0,0	0,6	0,0	0,0	0,6	0,0	0,0	0,2	0,0	0,2
Kișinevskii obozrevatel	0,0	0,0	0,6	0,0	0,6	0,0	0,0	0,2	0,0	0,2
Accent provincial	1,1	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,2	0,0	0,2
Cuvântul Liber	0,0	0,0	0,0	0,0	1,1	1,1	0,0	0,2	0,6	0,2

	luni	marți	miercuri	joi	vineri	sîmbătă	duminică	zi de lucru*	Week end*	luni-duminică*
Ecoul Nostru	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,6	0,0	0,0	0,3	0,1
Observatorul de Nord	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,6	0,0	0,3	0,1
Glia Drochiană	0,0	0,0	0,6	0,0	0,0	0,0	0,0	0,1	0,0	0,1
Gazeta de Vest	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,6	0,0	0,0	0,3	0,1
Alt săptămânal	4,6	9,8	7,7	13,4	8,3	11,4	10,1	8,7	11,0	9,4
Toate săptămânalele	27,6	28,7	29,0	29,7	27,6	28,4	34,1	28,5	31,3	29,3

*media zilnică

b) Reach (mii persoane)

	luni	marți	miercuri	joi	vineri	sîmbătă	duminică	zi de lucru*	Week end*	luni-duminică*
Săptămâna	290,4	338,8	282,4	212,2	279,1	255,2	235,2	283,9	253,0	275,0
Argumentî i Faktî	274,2	145,2	149,5	163,2	139,6	95,7	156,8	174,2	126,5	160,4
Timpul	48,4	145,2	83,0	81,6	77,5	79,7	172,5	83,9	126,5	96,2
Unghiul	80,7	64,5	33,2	49,0	62,0	47,8	62,7	54,8	47,4	52,7
Literatura și Arta	16,1	48,4	116,3	16,3	31,0	63,8	31,4	45,2	47,4	45,8
Spros i predojenie	16,1	64,5	66,4	0,0	15,5	63,8	31,4	32,3	47,4	39,0
Novoie vremea	32,3	16,1	0,0	0,0	62,0	47,8	31,4	22,6	39,5	27,5
Business Info	16,1	0,0	16,6	32,6	46,5	63,8	15,7	22,6	39,5	27,5
Cuvântul	32,3	0,0	16,6	65,3	31,0	31,9	15,7	29,0	23,7	27,5
Ora locală	32,3	16,1	16,6	16,3	0,0	0,0	47,0	19,4	23,7	20,6
Economiceskoie obozrenie	0,0	16,1	33,2	32,6	0,0	0,0	47,0	16,1	23,7	18,3
Democrația	0,0	0,0	33,2	49,0	15,5	15,9	0,0	16,1	7,9	13,7
Strășeneanca	0,0	0,0	0,0	0,0	31,0	15,9	31,4	6,5	23,7	13,7
Accente	0,0	32,3	16,6	0,0	15,5	0,0	0,0	16,1	0,0	11,5
Fermierul	32,3	16,1	0,0	16,3	15,5	0,0	0,0	16,1	0,0	11,5
Sens	0,0	32,3	0,0	0,0	15,5	0,0	15,7	9,7	7,9	9,2
Glasul Națiunii	0,0	16,1	0,0	16,3	15,5	15,9	0,0	9,7	7,9	9,2
Vocea Poporului	0,0	0,0	0,0	16,3	15,5	31,9	0,0	6,5	15,8	9,2
Est Courier	0,0	0,0	0,0	32,6	0,0	15,9	15,7	6,5	15,8	9,2
Cuvântul Liber	0,0	0,0	0,0	0,0	31,0	31,9	0,0	6,5	15,8	6,9
Tineretul Moldovei	0,0	0,0	0,0	16,3	15,5	0,0	0,0	6,5	0,0	4,6
Delovaia Gazeta	0,0	16,1	0,0	0,0	15,5	0,0	0,0	6,5	0,0	4,6
Kișinevskii obozrevatel	0,0	0,0	16,6	0,0	15,5	0,0	0,0	6,5	0,0	4,6
Accent provincial	32,3	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	6,5	0,0	4,6
Ecoul Nostru	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	15,9	0,0	0,0	7,9	2,3
Observatorul de Nord	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	15,7	0,0	7,9	2,3
Glia Drochiană	0,0	0,0	16,6	0,0	0,0	0,0	0,0	3,2	0,0	2,3
Gazeta de Vest	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	15,9	0,0	0,0	7,9	2,3
Alt săptămânal	129,1	274,2	215,9	375,3	232,6	319,0	282,3	245,2	308,4	263,5
Toate săptămânalele	774,3	806,6	813,8	832,3	775,4	797,4	956,5	800,1	877,7	822,6

*media zilnică

3.3. Audiența publicațiilor lunare

3.3.1. REACH

Acest indicator măsoară proporția (sau numărul absolut al) persoanelor care în decurs de o zi au citit/răsfoit cel puțin o publicație lunară.

a) Reach (%)

	luni	marți	miercuri	joi	vineri	sîmbătă	duminică	zi de lucru*	Week end*	luni-duminică*
Alunelul	3,4	1,1	3,0	3,5	5,0	4,0	2,8	3,2	3,4	3,3
Tainele Sănătății	2,3	2,9	3,0	4,7	3,3	3,4	2,2	3,2	3,1	3,2
Noi	1,7	1,7	3,0	3,5	2,8	1,7	1,1	2,4	1,4	2,1
Contabilitate și audit	1,7	0,6	2,4	1,2	0,6	0,0	4,5	1,4	2,3	1,6
Vaș domășnii doktor	1,1	0,6	4,7	1,2	1,7	0,6	1,7	1,7	1,1	1,6
Basarabia	0,6	0,6	0,0	0,0	0,0	0,0	2,2	0,2	1,1	0,5
Moldova și Lumea	0,0	0,6	0,6	0,6	0,6	1,1	0,0	0,3	0,6	0,4
Limba română	0,0	0,6	0,6	0,6	1,1	0,0	0,0	0,5	0,0	0,3
Capitala magazin	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	1,7	0,0	0,8	0,2
Sud-Est Cultural	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
Contrafort	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
Altă publicație	5,2	6,9	4,7	6,4	6,6	4,5	7,3	6,0	5,9	6,0
Toate publicațiile	12,1	11,5	16,0	15,1	12,2	11,4	18,4	13,3	15,2	13,9

*media zilnică

b) Reach (mii persoane)

	luni	marți	miercuri	joi	vineri	sîmbătă	duminică	zi de lucru*	Week end*	luni-duminică*
Alunelul	96,8	32,3	83,0	97,9	139,6	111,6	78,4	90,3	94,9	91,7
Tainele Sănătății	64,5	80,7	83,0	130,6	93,0	95,7	62,7	90,3	87,0	89,4
Noi	48,4	48,4	83,0	97,9	77,5	47,8	31,4	67,8	39,5	59,6
Contabilitate și audit	48,4	16,1	66,4	32,6	15,5	0,0	125,4	38,7	63,3	45,8
Vaș domășnii doktor	32,3	16,1	132,9	32,6	46,5	15,9	47,0	48,4	31,6	43,5
Basarabia	16,1	16,1	0,0	0,0	0,0	0,0	62,7	6,5	31,6	13,7
Moldova și Lumea	0,0	16,1	16,6	16,3	15,5	31,9	0,0	9,7	15,8	11,5
Limba română	0,0	16,1	16,6	16,3	31,0	0,0	0,0	12,9	0,0	9,2
Capitala magazin	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	47,0	0,0	23,7	6,9
Sud-Est Cultural	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
Contrafort	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
Altă publicație	145,2	193,6	132,9	179,5	186,1	127,6	203,9	167,8	166,0	167,3
Toate publicațiile	338,8	322,6	448,4	424,3	341,2	319,0	517,5	374,3	427,0	389,5

*media zilnică

Centrul Independent de Jurnalism

Director CIJ: Angela SÎRBU

Publicat cu sprijinul Fundației Press Now

Redactor-șef: Nicolae NEGRU

Au colaborat:

Constantin CHEIANU, Neli HARABARA, Rodica MAHU, Constantin MARIN,
Nicolae POJOGA, Rodica TELEUCĂ

Machetare computerizată: Ruslan BORȘ

Tipar: Serv Grafica S.R.L.

Opiniile exprimate în MM nu reflectă neapărat punctul de vedere al CIJ.
Vă rugăm să trimiteți opiniile, sugestiile și ofertele Dvs. la adresa:

Centrul Independent de Jurnalism
Str. Șciusev 53, 2012, Chișinău
tel: (373 2) 213652, 227539
fax: (373 2) 226681
e-mail: editor@ijc.md