

REFLECTAREA RADIOFONICĂ A REALITĂȚII POLITICE: CONDIȚII DE PRINCIPIU

THE RADIO REPRESENTATION OF THE POLITICAL REALITY: BASIC CONDITIONS

Mariana MARCU, *lector universitar,*
Universitatea de Stat din Moldova

Summary

Exaggerated sometimes and diminished other times, the role of the radio in covering the political life remains an important one, especially if we refer to the technical possibilities of the majority of globe's population. Even very specific, the radio message, and here we mean that it is fleeting one, it involves a narrower approach to the topics, themes, issues, but in no case can be considered superficial one. The defining factor in determining the role of radio in covering political events is the media consumer. The interest for the political, informational needs, political option, social position, expectations etc. influences the level of transformation of potential information into the real one, determining, finally, the radio effects. Therefore, the political journalists should consider that usually the interested public for the political life and foreign policy is active and critical with the received information.

Keywords: *mass media, radio, radio broadcast, radio journalist, political information, political event, editorial policy, political journalists.*

Politicul face parte din viața de zi cu zi a fiecărui individ social, indiferent de măsura în care el agreează sau detestă acest domeniu. Implicați în actul de guvernare sau aflați de partea cealaltă a baricadei, toți cetățenii unei societăți devin, *volens nolens*, consumatori de informație politică, datorită faptului că ei sunt conectați, prin intermediul surselor de comunicare, la o rețea social-politică comună națională și internațională.

În calitate de verigă de legătură între guvernanți și cei care sunt conduși, instituțiile mass-mediei asigură circuitul informației politice. Jurnalismului îi revine sarcina să asigure dialogul dintre cetățeni și funcționarii publici și să contribuie la crearea unor relații bazate pe respectarea principiilor demnității umane, libertății de gândire și de exprimare. Totodată, el nu trebuie să se transforme în serviciu de presă al instituțiilor statului sau în purtător de cuvânt al liderilor politici.

Promovând o politică editorială aliniată la standardele democrației, mass-media, inclusiv radioul, încearcă să asigure un spațiu al informării corecte și al dialogului liber, or, numai „o opinie publică informată și echilibrată este rezultatul intersecției diverselor atitudini și concepții, iar asigurarea unui acces egal pentru toate punctele de vedere în mass-media este vitală pentru bunul mers al vieții politice într-un stat de drept, bazat pe principii democratice” [1, p. 136]. Informarea corectă și operativă a auditoriului, precum și asigurarea dialogului sociopolitic constituie obiectivul fundamental al tuturor elementelor mediatice care activează într-o societate democratică, inclusiv al radioului.

Din primele zile ale independenței Republicii Moldova, radiodifuziunea națională, care la acel moment se afla în plin proces de democratizare, s-a încadrat activ în realizarea acestui deziderat. Fenomenul care a modificat fundamental conceptul jurnalismului radiofonic de la sfârșitul anilor '80 - începutul anilor '90 ai sec. XX a fost pluralismul de

opinii. În scurt timp, pe piața informațională autohtonă au apărut mai multe cicluri de emisiuni în care erau prezentate și chiar confruntate diferite opinii privind realitatea înconjurătoare. Postul de radio național, care la acel moment era unicul producător și distribuitor autohton cu acoperire națională, a pus în circuitul informațional mai multe emisiuni dedicate realității politice din țară, așa precum: *Dialog în direct cu ascultătorii*, *Panorama globului*, *Sinteza zilei* etc. Valoarea acestora este incontestabilă, or, ele au stat la baza apariției ulterioare a emisiunilor radiotelevizate de dezbateri și a talk-showurilor autohtone din și despre domeniul politic.

Astfel, după 1993, postul de radio național, precum și posturile de radio private care au apărut între timp pe piața mediatică din Republica Moldova, au început să producă emisiuni specializate pe domeniul politic, concepute și realizate pe principii noi, pluralismul de opinie fiind una dintre condițiile de principiu ale acestora. Din acel moment, piața mediatică radiofonică încetează să mai fie câmpul de acțiune doar al postului de radio național, peisajul autohton completându-se cu noi tipuri de posturi de radio. Într-o măsură mai mare sau mai mică, majoritatea posturilor de radio nou-formate, alături de postul de radio național, s-au încadrat activ în procesul de reflectare a vieții social-politice și economice autohtone, deși edițiile informative, pe care ele le difuzau, erau, din punct de vedere cantitativ, dar mai cu seamă din cel calitativ, destul de modeste. Mai mult, majoritatea posturilor private/comerciale de radio au ținut cont de principiile democratice de a face radio atât timp cât au existat fonduri din donații sau sponsorizări, după care au început să se afilieze, deschis sau camuflat, unor forțe politice, puținele lor ediții informative făcând dovada dependenței de anumiți politicieni sau partide politice.

Cel mai important furnizor de informație radiofonică politică pe piața mediatică autohtonă rămâne a fi postul public de radio. Or, produsul radiofonic politic realizat și pus în circuit de către postul public, atât din punctul de vedere al numărului de emisiuni specializate pe domeniul politic, cât și din punctul de vedere al frecvenței difuzării, timpului de emisie, volumului și ponderii informațiilor politice în buletinele de știri și jurnalele radiofonice este net superior celui difuzat de către posturile private. Actualmente, postul public *Radio Moldova Actualități* produce și difuzează zilnic 15 buletine de știri, 8 radiojurnale cu durata de 10 și 15 minute, unul cu durata de 30 de minute și 3 emisiuni informative, în care evenimentele politice ocupă circa jumătate din timpul de emisie, umbrind celelalte tipuri de evenimente. De asemenea, din grila de emisie a acestui post de radio nu lipsesc nici edițiile speciale, consacrate evenimentelor politice. Cea mai relevantă emisiune în care este reflectată realitatea politică din țară este emisiunea *Loc de dialog*. Difuzată de luni până vineri, cu începere de la ora 18 și 10 minute, emisiunea reușește să pună în discuție informațiile politice difuzate pe parcursul zilei. Totodată, postul produce și emisiunile sociopolitice *Spațiul public* și *Duplexuri Radiofonice*, în edițiile cărora sunt abordate și dezbătute pe larg teme și probleme politice precum: actualitatea politică curentă, necesitatea revizuirii Codului Electoral al Republicii Moldova, organizarea referendumului privind modificarea Constituției, activitatea opoziției politice, proteste și negocieri, funcționalitatea sistemului politic din Republica Moldova, oportunitățile de modernizare a vieții politice, Acordul de Asociere cu UE, criza politică

și dezvoltarea economică a Republicii Moldova și Ucrainei în contextul geopolitic ș.a. Astfel, ajungem la concluzia că domeniul politic, care include instituțiile politice, ideile generatoare și procesele politice, este reflectat suficient în cadrul produsului radiofonic difuzat de *Radio Moldova Actualități*.

O implicare majoră în reflectarea realității politice a avut-o și postul de radio *Antena C*, fondat în anul 1998 de către Primăria municipiului Chișinău. Volumul de emisie al acestui post de radio era de 24 de ore zilnic, inclusiv ediții informative la fiecare oră și circa 50 de cicluri de emisiuni săptămânal. De mare popularitate se bucurau emisiunile cu un caracter pronunțat public, ca mesaj, și interactiv, ca formă: *Din prima sursă* (cu participarea autorităților publice municipale) și *Candidat și alegător: față în față* (în campaniile electorale). În anul 2002, *Antena C* a inaugurat un program nocturn interactiv – *Hyde Park*, în cadrul căruia radioascultătorii deseori criticau (uneori foarte dur) mai ales autoritățile centrale. După mai multe presiuni din partea CCA și SIS, emisiunea a fost sistată în anul 2003.

Altfel se prezintă situația la posturile de radio private/comerciale care au activat și activează de-a lungul timpului. Majoritatea posturilor de acest tip se limitează la buletine de știri difuzate la ore fixe. Excepție face postul *Radio Chișinău*, care reflectă evenimentele politice din țară și de peste hotare atât în buletinele de știri, cât și în jurnalele radiofonice difuzate la orele 8:00, 14:00 și 19:00. Tot tematicii, problematicii politice, este dedicată și emisiunea *Ora de vârf*, realizată de Corneliu Rusnac, în cadrul căreia invitații răspund la întrebările acordate de ascultători.

Postul *Radio Noroc*, pe lângă buletinele de știri de la ore fixe, mai mult timp a avut în grila sa de emisie emisiunea politică *Ochiul Public*.

O altă situație se atestă în cazul postului de radio *Vocea Basarabiei*. Este un post de radio privat care acordă mare atenție vieții politice atât din țară, cât și de peste hotare. Astfel, evenimentele politice sunt oglindite în buletinele de știri de la orele fixe, dar și în jurnalul orei 18.00, care este reluat a doua zi la ora 6 dimineața. Pe lângă emisiunile informative acest post difuzează și emisiuni de dezbateri, precum și singurul talk-show radiofonic din țară. Sunt remarcabile emisiunile: *Puncte de reflecție*, *Rostul zilei*, *Săptămâna politică* și *Istoria în mișcare*. Prin urmare, acest post este unul dintre cei mai activi producători de emisiuni specializate pe domeniul politic.

Realitatea politică din Republica Moldova, dar și din străinătate, este reflectată și în emisiunile postului *Radio Europa Liberă*, care sunt retransmise pe frecvențele posturilor *Radio Moldova Actualități*, *Vocea Basarabiei*, *Jurnal FM*, *Retro FM*.

Pentru un post de radio este esențială încrederea pe care i-o acordă ascultătorii. În această ordine de idei, informarea obiectivă a opiniei publice, prezentarea faptelor cu acuratețe, prompt, dar mai ales în mod echilibrat, complet și complex din punct de vedere editorial, garantează un produs mediatic calitativ, dar și o imagine corespunzătoare unei instituții publice de radiodifuziune. Singura cale de a înregistra o atare performanță este instituirea „unei tradiții de independență și integritate, prin punerea constantă în practică a principiilor și a standardelor care definesc un jurnalism de înaltă calitate în conformitate cu misiunea asumată de serviciul public de interes național” [2].

Calitatea produsului radiofonic depinde atât de factorul uman, cât și de cel tehnic. Dotarea tehnică este factorul de care, în mare parte, depinde munca jurnalistului de radio, rolul acestuia fiind esențial în crearea, dar mai cu seamă, în distribuirea produsului radiofonic. Totuși, determinant este factorul uman, or, anume el concepe politica editorială și realizează produs jurnalistic propriu-zis. Calitatea și credibilitatea produsului radiofonic depind de deciziile pe care le iau, pe de o parte, managerii, iar pe de altă parte, jurnaliștii. Acești doi actori decid care evenimente vor fi scoase din anonim, mediatizate și făcute publice, care va fi unghiul de abordare și forma de expresie a construcției mediatice a acestora, cine va opina asupra evenimentelor reflectate, ce aspecte ale evenimentelor vor fi accentuate și care dintre ele vor fi lăsate în umbră etc. Anume acești doi actori, în numele ascultătorilor, decid ce este important și util pentru ei, ce trebuie să ajungă la ei, în ce volum și în ce formă să ajungă la ei informația.

Pentru a obține cote înalte ale audienței, pentru a deveni un punct de atracție pentru ascultători, pentru a-și justifica existența pe piața mediatică, orice post de radio trebuie să-și evalueze permanent produsul finit în scopul diversificării continue și ajustării lui la așteptările și nevoile publicului. Managerii posturilor de radio, responsabilii de politica editorială a acestora, trebuie să conștientizeze faptul că valoarea de interes public a informației este dată de impactul acesteia asupra unei majorități a publicului și de relevanța relatării evenimentului în sine, pentru colectivitate. De aici, posturile de radio trebuie să reflecte în programele lor: idei, experiențe, puncte de vedere cât mai diverse, iar jurnaliștii, atunci când încearcă să găsească unitatea în diversitate, să urmărească ceea ce este relevant pentru agenda publică și pentru diversitatea politică a lumii, dar fără a dăuna opiniilor sau curentelor minoritare, grupurilor sau tendințelor exclusiviste.

Prin urmare, ghidat de aceste cerințe, „jurnalistul de radio trebuie să păstreze independența editorială față de orice interese, fie ele ale instituțiilor statului, ale partidelor, formațiunilor social-politice sau ale oricăror grupuri de presiune” [2]. Totodată, el trebuie să-și asume responsabilitatea de a transmite cu rapiditate un eveniment politic deosebit atunci când se justifică relatarea în direct, cu informație verificată, fără să dea curs zvonurilor și speculațiilor. În situația în care deține informații contradictorii din surse credibile, jurnalistul de radiodifuziune poate relata acest fapt, prin precizarea circumstanțelor și citarea cel puțin a două surse, făcând concomitent eforturi de a obține noi informații, capabile să descrie cât mai convingător situația reală de pe teren. Conform normelor deontologice ce stau la baza activității mass-mediei, într-un stat democratic „Jurnalistul de radiodifuziune respectă principiul concurenței democratice între partide și mișcări politice, și tratează cu echilibru și echidistanță declarațiile, prezentările evenimentelor politice, în întreaga sferă a programului difuzat” [2].

Pentru a-și justifica statutul său, orice post de radio trebuie să selecteze foarte minuțios subiectele și să pună în circuit, prioritar, informație de interes public. G. Stepanov afirmă că este foarte important ca jurnalistul să distingă între două concepte aliatorii - „informație ce interesează publicul” și „informație de interes public”, deoarece nu întotdeauna informația care interesează publicul este și informație de interes public. „Prin „informație ce interesează publicul” înțelegem informația care suscită interesul

personal al oamenilor pentru faptele relatate în materialul jurnalistic și care influențează doar viața privată a acelor care o citesc, în timp ce prin „informație de interes public” se are în vedere orice chestiune care afectează viața și relațiile sociale ale individului cu semenii săi, cu comunitatea din care face parte și cu societatea, în general” [3, p. 210-211].

Codul Deontologic al jurnaliștilor din Republica Moldova stabilește în mod expres că jurnalistul este persoana care își câștigă mijloacele de trai prin colectarea, redactarea și publicarea de informații referitoare la fapte și evenimente de interes public. Conform principiului 1.2, „jurnalistul își exercită profesia în scopul servirii interesului public...”, iar conform principiului 1.3, „...interesul public este interesul societății (și nu simpla curiozitate a indivizilor) față de evenimentele ce țin de exercitarea puterii publice sau față de alte probleme care trezesc interesul societății sau al unei părți a ei” [3]. De menționat faptul că prevederi asemănătoare se conțin în codurile deontologice ale tuturor țărilor cu regim democratic. Având în vedere cotele înalte pe care le-a atins produsul radiofonic emis de către serviciul public de radiodifuziune din România, o raliere la standardele respectate de către această instituție ar însemna o apropiere de standardele europene, atât de des invocate de către factorii de decizie de la noi din țară.

La cele expuse mai sus, amintim că și alte aspecte accentuate în literatura de specialitate precum: descrierea tehnicilor, delimitarea zonelor de: informare, comunicare, persuadare și manipulare, ca și definirea suporturilor volitive și afective uzitate pentru conceperea și emiterea emisiunilor radiofonice sunt sarcini editoriale necesare procesului de producție pentru o comunicare eficientă și profesională.

Cu privire la reflectarea vieții politice, elementele-cheie în determinarea activității editoriale a unui post de radio rezultă din:

- selectarea evenimentelor;
- identificarea genului jurnalistic potrivit pentru reflectarea unui sau altui eveniment;
- reflectarea echidistantă a evenimentelor;
- abordarea surselor;
- selectarea unghiului de abordare a evenimentului, problemei;
- redactarea textului în registrul oralității;
- ierarhizarea materialelor;
- difuzarea.

În opinia cercetătoarei Georgeta Stepanov, caracterul produsului radiofonic este determinat de efectele pragmatice pe care acesta le generează, fapt care condiționează procesul de creație: alegerea subiectelor, colectarea informației factologice, selectarea unghiului de abordare, structurarea textului și selectarea mijloacelor de expresie. „Forma de expresie a produsului mediatic despre evenimentele politice este la fel de importantă ca mesajul și conținutul acestuia. Alegerea formei de expresie corespunzătoare se face în funcție de: tipul de eveniment, caracterul, amploarea, consistența, gravitatea, impactul și efectele pe care el le generează etc. Evenimentele și situațiile cu caracter de noutate, care sunt în plină desfășurare ori s-au produs recent, solicită acele forme de expresie, prin care se realizează procesul de informare: știrea, interviul, reportajul, relatarea etc.” [4, p. 168].

Calitatea produsului radiofonic depinde și de modul în care sunt ierarhizate și poziționate în cadrul buletinelor și jurnalelor radiofonice materialele care reflectă evenimentele politice. Pentru toate tipurile de produse radiofonice se aplică anumite condiții structurale de bază, deși asamblarea și prezentarea materialelor în buletinele și/sau în jurnalele radiofonice pot să difere de la un post la altul, de la un jurnal la altul, chiar de la un buletin la altul. De-a lungul timpului, a devenit un obicei deja ca materialele pe teme politice să fie plasate la începutul buletinului/jurnalului, chiar dacă e vorba uneori de evenimente „soft”, ce ar putea lesne ceda locul materialelor din domeniul economic, social sau cultural. Un post de radio public, deși nu-și propune să concureze cu posturile comerciale, trebuie să lupte pentru audiență, propunând materiale informative de calitate. Astfel, produsul radiofonic trebuie să atragă atenția publicului prin diversitate și echidistanță, prin corectitudine în realizare și în modul de prezentare.

Factorul definitoriu în determinarea rolului radioului în mediatizarea evenimentelor politice este ascultătorul. Interesul pentru politică, necesitățile informaționale, opțiunea politică, poziția socială, așteptările acestuia etc. influențează gradul de transformare a informației potențiale în informație reală, determinând, astfel, efectele produsului radiofonic. Deși specificul mesajului radiofonic, și aici ne referim la faptul că este efemer, presupune o abordare a subiectelor, temelor, problemelor mai restrânsă, în nici un caz nu poate fi vorba de tratarea superficială a acestora. Din contra, reflectarea mediatică a realității politice trebuie să fie multiaspectuală, suficient de argumentată și să fie făcută în profunzime, iar realizatorii de materiale radiofonice, din și despre domeniul politic, trebuie să țină cont de faptul că, de obicei, publicul interesat de viața politică internă și externă este activ și critic cu informațiile receptate.

În concluzie putem spune că uneori exagerat, alteori diminuat, rolul radioului în reflectarea vieții politice rămâne a fi unul important, mai cu seamă dacă facem referire la condițiile tehnice accesibile. Or, într-o societate ca a noastră, aflată în transformare democratică, radioul, îndeosebi cel public, rămâne și în continuare a fi una dintre sursele cele mai importante și mai la îndemână de formare a culturii informării și a informației.

REFERINȚE BIBLIOGRAFICE

1. Parfentiev B. Politicile editoriale ale audiovizualului public. În: Creșterea impactului cercetării și dezvoltarea capacității de inovare: Chișinău: CEP USM, 2011.
2. Statutul jurnalistului de radiodifuziune. [On-line]: <http://www.srr.ro/files/CY1923/CA%20-%20CD/decembrie/StatutulJurnalistuluiideradiodifuziune23.12.2011-1.pdf>. (Accesat 6.02.2016)
3. Codul deontologic al jurnalistului din Republica Moldova. [On-line]: http://consiliuldepresa.md/fileadmin/fisiere/documente/cod_d_rom.pdf. (Accesat 11.02.2016).
4. Stepanov G. Jurnalismul social: aspecte definitorii. Chișinău: CEP USM, 2015.