

## CRIZA DE IDENTITATE A REPORTERULUI RADIO: ABORDĂRI CONCEPTUALE

*Mariana MARCU,*  
*lector universitar*

Evoluția societății contemporane este determinată de dorința oamenilor de a avansa, de a cunoaște mai multe, de a explora și de a genera noi conținuturi și forme de existență și de coexistență. Totodată, trecerea timpului impune și anumite transformări, chiar renunțări la lucruri, ocupații, forme de organizare și de activitate, în acest context se înscriu și unele îndeletniciri, meserii, profesii care au dispărut în timp sau au suferit schimbări radicale. În momentul apariției televiziunii și apoi a internetului a fost lansată ideea, precum că radioul va dispărea în scurt timp, lucru care, din fericire, nu s-a întâmplat. Or, și astăzi, la finele primului deceniu al secolului XXI, jurnalismul radiofonic rămâne a fi un imperativ al timpului, grație capacității de adaptare la noile condiții impuse de către piața informațională, aflată mereu în proces de evoluție.

Odată cu dezvoltarea radioului ca instituție, s-au conturat și anumite profiluri de jurnaliști radio, în funcție de cerințele redacționale tehnice și de creație. Orice redacție a unui post de radio clasic, și aici ne referim la posturile publice de radio, are la baza organigramei o echipă de reporteri. Literatura de specialitate prezintă reporterii ca fiind niște agenți ai jurnalismului, cărți de vizită ale redacției sau furnizori de materie pentru editori, redactori, comentatori. „Rolul reporterilor este să descopere. Ei sunt primii care pătrund în haosul prezentului, bătând la uși închise, adesea asumându-și riscuri pentru a descoperi sursa adevărului” [1, p.27]. Caracteristica „om al terenului”, adică persoană care își desfășoară activitatea în afara redacției, este menționată și în definiția prezentată în *Dicționarul de media*: „Ziarist de teren care călătorește în căutare de evenimente la ordinea zilei pentru a le relata sau a le ancheta” [2, p.283]. Totodată, Dicționarul face trimitere la termenul „corespondent”, stabilind legătura între acești doi termeni, „Ziarist detașat de la redacția centrală într-un birou de provincie sau în

străinătate. În acest din urmă caz, este vorba de un corespondent permanent; corespondentul special este un trimis (o persoană) al locului, plătit în funcție de cât transmite” [2, p.94].

Profilul contemporan al reporterului este determinat nu doar de atribuțiile sale de funcție, ci și de cele redacționale, care se reliefează în funcție de tipul de activitate reportericească și de domeniul pe care acesta îl valorifică. Grila de programe propune zilnic o diversitate de emisiuni, ceea ce presupune existența mai multor echipe de creație. Nelipsită din cadrul unui post de radio este redacția sau departamentul „Actualități”. Dacă posturile comerciale de radio, în mare parte, au doar editori și redactori prezentatori de știri, atunci posturile publice neapărat au reporteri, care activează nemijlocit în cadrul departamentului, asigurând postul de radio cu informații de ultimă oră din toate sferile de activitate umană. De obicei aceștia sunt specializați pe diferite domenii: politic, economic, social, cultural.

Potrivit lui V. Traciuc, departamentele responsabile de producerea emisiunilor, fie ele generaliste sau specializate, trebuie să aibă în componența lor trei tipuri de reporteri: reporteri de serviciu, reporteri redactori specializați și reporteri din teritoriu sau corespondenți care „au rolul de a prelua atât rolul reporterului cât și pe cel al reporterului redactor” [3, p.174]. Cercetătorul susține că, de regulă, datorită corespondenților „postul public de radio are mai multe posibilități decât unele posturi private, care de foarte multe ori, preiau multe informații de la postul public și poate tocmai acest fapt conferă postului public caracterul de post național” [3, p.174]. În ceea ce privește situația din Republica Moldova, teoretic, dar demonstrat și practic de către corespondenții zonali, postul public de radio, în mare parte, poate să acopere întreaga suprafață a țării.

O altă categorie de reporteri sunt corespondenții acreditați în alte țări, care asigură postul de radio cu informații din realitatea externă. Dacă de jure lucrurile sunt clare, de facto situația poate fi una problematică pentru posturile de radio care au un buget auster, or întretinerea unui corespondent peste hotarele țării presupune mai multe cheltuieli.

Indiferent de categoria din care fac parte, în activitatea lor cotidiană, reporterii au două perspective: fie acceptă versiunea autorizată prezentată de către persoane oficiale, oameni de afacere, birocrăți și

politicieni, fie se implică personal în procesul de colectare, triere și redactare a materialelor.

Per ansamblu, activitatea reporterilor de radio nu diferă radical de activitatea reporterilor de presa scrisă sau de televiziune. Specificul activității lor rezidă în faptul că, deși din punct de vedere tehnic, ei au autonomie în procesul de colectare a informațiilor pe teren și de prelucrare a datelor în redacție, din perspectivă conceptual-structurală, reporterii radio colaborează cu directorul de programe sau cu editorul responsabil, care coordonează subiectele pentru emisie, precum și cu redactorul prezentator sau cu regia emisie. Toate aceste activități solicită anumite calități și abilități, printre care:

- să aibă simțul noului, ineditului;
- să poată lucra în echipă;
- să aibă curaj de a spune lucrurilor pe nume;
- să aibă simțul urgenței;
- să fie pasionat de precizie;
- să aibă verticalitate, atitudine și caracter
- să nu facă presupuneri și să nu aibă prejudecăți.

În același timp, un reporter trebuie să demonstreze continuu că are simțul dreptății și al responsabilității, spirit de observație, natură deschisă, limbaj inteligibil, o dicție bună etc. și că își face meseria cu mult entuziasm și pasiune. La fel de important pentru un reporter radio este să fie hotărât și imparțial, aceste două calități vor asigura personal reporterului și redacției pe care o reprezintă nu doar popularitate, care poate fi de scurtă durată, dar și un succes profesional garantat.

Totodată, reporterul radio trebuie să cunoască și tehnicile de realizare a produsului mediatic, cu care se familiarizează în facultate, dar pe care le cizelează în timp, muncind pe teren și în redacție. Activitatea reportericească se învață zi de zi, an de an, începând din laboratorul de la facultate prin „documentarea și redactarea, prin redocumentarea și re-redactarea a sute și sute de subiecte”[1, p.29] și continuând cu asimilarea de noi abilități și formarea profesională continuă, de-a lungul vieții. Calitățile personale și abilitățile profesionale, care se conturează în timp, fac diferența între prestația reporterului, angajat să respecte normele legale și cele deontologice, și prestația reporterului, angajat să servească interesele și să facă jocul patronului.

La nivel teoretic, lucrurile sunt clare, dar practica prezintă și abateri, astfel că ajungem să vorbim nu doar despre calități și abilități, ci și despre anumite deformări profesionale ale reporterilor, așa precum:

- lipsă de principii morale;
- lene (unii reporteri aleg să prezinte informațiile superficial);
- rea-voință;
- abordare simplistă;
- prezentare unilaterală;
- conformism.

Nu sunt rare cazurile când reporterii radio exagerează, simplifică sau distorsionează adevărul, preponderent intenționat, din care cauză o parte din breaslă a ajuns să fie asociată cu lipsa intenționată de onestitate.

O altă percepție negativă a jurnalismului la general și a reporteriei în particular vizează tangența/asocierea cu marketingul „ce pune la cale și exagerează lucruri fără valoare” [1, p.27]. Asemenea situații se întâlnesc în realitate sau cel puțin așa sunt percepute acțiunile unor jurnaliști de către societate, deși ei știu că rolul unui reporter este de a descoperi cele mai complete versiuni ale evenimentelor și de a le relata într-o formă inteligibilă.

Genurile radiofonice pe care le realizează cel mai des un reporter de radio sunt: știrea, interviul, reportajul, consemnarea și relatarea. Elaborarea acestor genuri presupune existența informației, iar aceasta poate fi obținută prin observare directă sau apelând la alte surse. Cercetătorii însă au demonstrat că metoda observării directe este cea mai eficientă, pentru că reporterul, fiind martor la eveniment, are posibilitatea să observe și să interpreteze corect evenimentul. Realitățile contemporane au deschis noi perspective de „participare” la eveniment. Astăzi, tot mai multe evenimente sunt transmise online, astfel că mulți reporteri se limitează să vizioneze evenimentele pe diferite platforme, în loc să meargă la locul desfășurării lor. Această „economic” de timp și de bani nu face decât să scoată din ecuație un termen decisiv – reporterul. În asemenea cazuri riscul cel mai mare este de a prezenta lucrurile, faptele, evenimentul unilateral. Or, chiar și un eveniment previzibil, precum conferința de presă, este „un eveniment-știre” prin care noua informație urmează să fie dezvăluită și discutată cu reprezentanții mass-mediei. În sarcina reporterilor intră nu doar

preluarea mesajului prezentat în cadrul evenimentelor organizate, ci și documentarea, verificarea și redactarea informațiilor, pentru informarea corectă a publicului. Potrivit Broadcast Writing Style Guide, mesajul transmis ascultătorilor trebuie să fie:

- „*clar*: înțeles din prima audiție, simplu de asimilat, care nu necesită concentrare;
- *concis*: să exprime esența mesajului, să nu fie folosite 2 cuvinte unde poate fi folosit 1;
- *conversațional*: într-un limbaj uzual;
- *complet*: să răspundă la cele 6 întrebări: Cine? Ce? Unde? Când? Cum? De ce? și să nu lase întrebări fără răspuns;
- *curent*: informația să fie actuală;
- *corect*: să prezinte fără erori factuale nume, date, cifre, conform realității” [4].

Pentru ca radioul să-și facă datoria la un nivel înalt, este nevoie ca în primul rând reporterii să fie iscusiți și dedicați, dornici de a excela în lumea jurnalismului radio, pentru că „nimic care să merite osteneala nu se realizează ușor, dar munca susținută și îmbunătățirea constantă merg mână în mână” [5, p.7].

Principala sarcină a unui reporter este să colecteze informații de pe teren, făcând observații directe și vorbind cu sursele. În condițiile unui contact direct cu evenimentele din masivul informațional potențial, reporterul are posibilitatea, cu ajutorul întrebărilor, să obțină mai multă informație, să combată unele afirmații ale sursei, să concretizeze anumite aspecte confuze etc. Activitatea din redacție a unui reporter radio presupune documentarea despre eveniment, tema, problema care urmează a fi abordată, prelucrarea informației culese pe teren: editarea inserturilor, redactarea textului, în unele cazuri înregistrarea și montarea materialului. În practică, reporterii sunt văzuți din ce în ce mai rar pe teren, activitatea acestora fiind concentrată tot mai mult în redacții. Monitorul computerului și telefonul mobil sunt cele care fac conexiunea cu sursele de informare. Destul de comode, dar insuficient de eficiente, aceste resurse limitează comunicarea dintre reporter și sursă și-i conferă un sens unic, astfel transformând-o în transmitere de informație de la sursă către reporter. Cercetătoarea G. Stepanov susține: „Reflectarea unor evenimente cu ajutorul informațiilor colectate din spațiul online, fără ca jurnalistul să fie prezent la fața locului și în tim-

pul desfășurării acestora, diminuează însă rolul presei în construcția realității sociale. Or, în acest caz, proiecția mediatică a evenimentelor nu poartă doar amprenta instituției media care asigură acest proces, ci și a celor care pun în circuitul online informații despre aceste evenimente, pe care jurnalistul le folosește drept surse primare de informare. Astfel, construirea realității sociale este supusă unui proces de deformare dublă, odată de către cei care proiectează online evenimentele și, a doua oară, de către jurnaliști, care, în baza informațiilor online, proiectează mediatic aceste evenimente” [6, p.327 ].

Această situație demonstrează că, în prezent, activitatea reporterească este supusă unor transformări conceptuale, care subminează însăși esența acesteia, apropiind-o extrem de mult de activitatea redactorilor și editorilor. Ca rezultat, reporterii se confruntă cu o puternică criză de identitate profesională, care poate schimba radical însuși conceptul tradițional al acestei activități jurnalistice. Criza de identitate profesională a reporterilor reiese din:

- statutul social incert al reporterului în societate;
- conceptul tranzitoriu al atribuțiilor de funcție și al competențelor profesionale;
- degradarea calitativă a misiunilor de creație fără adaptare cantitativă (organizarea timpului);
- contrazicerile legate de formarea profesională de bază și de cea continuă;
- interpretarea și aplicarea eronată a eticii profesionale;
- remunerarea proastă, care generează inegalitatea socială și diferite rezultate apărute în acest sens.

Criza de identitate profesională a reporterilor se manifestă în faptul că, în pofida tuturor prevederilor teoretice și abordărilor clasice, aceștia, în prezent, nu mai merg la evenimente, nu contactează direct cu sursele de informare și nu mai fac reporterie. Ei nu au voință și putere de concentrare, nu prezintă analitic lucrurile/faptele cu acuratețe, nu se pot integra în colectiv etc. Astfel, în condițiile curente de dezvoltare a noilor tehnologii și de pătrundere a lor în viața fiecărui individ, și aici ne referim la multitudinea de canale ce fac legătura între surse (instituții, oficiali, politicieni, oameni de afaceri, simpli cetățeni) și consumatorii de informații, se conturează întrebarea dacă mai e nevoie de cineva, adică de reporter, care să iasă din redacție și să fugă după

informații. Or, dacă până nu demult se vorbea despre informație ca despre o marfă care se obține greu, astăzi asistăm la o explozie informațională, care poluează creierul uman. În condițiile create revenim la ideea că societatea modernă are nevoie de un filtru care să trieze informația și să propună maselor un produs mediatic calitativ, echilibrat, concis, ce prezintă interes public. Dispariția reporterilor din redacții generează monopol și uniformizarea mesajului mediatic. Astfel dispar exclusivitățile, unghiurile de abordare diferite, diversitatea de opinii și acea distincție editorială.

Pe lângă capacitatea de a colecta informații, un bun reporter trebuie să fie și un bun redactor, de altfel, în zadar ar obține informații valoroase dacă n-ar ști să le prezinte publicului într-o formă accesibilă, specifică canalului. Deși, la etapa de redactare, reporterul nu este singurul care dă formă informației colectate, aici intervenind și editorul, totuși nimeni nu poate să cunoască mai bine cum s-au desfășurat lucrurile decât cel care a fost prezent la fața locului.

Cea mai mare parte a materialelor jurnalistice sunt rezultatul rutinei zilnice a reporterilor. În redacțiile mai mari ei patrulează anumite instituții precum: guvernul, parlamentul, poliția, judecătoriile etc. „Totuși, în redacțiile mai mici reporterii se ocupă – total sau parțial – de politică, medicină, afaceri, legislație etc. De aceea, deși specialiștii își găsesc un loc în jurnalismul radio, cei mai mulți reporteri sunt, prin natură și temperament, generaliști” [5, p. 145]. Și într-o condiție, și în alta, fie că sunt specializați sau generaliști, reporterii de radio trebuie să-și construiască un background în domeniul sau domeniile despre care realizează materialele. Este o activitate care necesită răbdare, sârguință și capacitate de analiză. Doar după ce activează mai mult timp într-un domeniu, încep să înțeleagă ce s-a întâmplat în trecut și fac conexiuni mai ușor cu ce se întâmplă în prezent.

Deși mesajul radiofonic este perceput, per ansamblu, ca fiind unul de divertisment, care are menirea să țină companie, totuși, potențialul lui informativ și plin implicit formativ determină un comportament cât se poate de serios din partea jurnaliștilor de radio.

Sintagma „carte de vizită a redacției”, atribuită reporterilor, este deja încetățenită în societatea contemporană, ori jurnaliștii sunt percepuți ca niște elemente dintr-un puzzle redacțional, fie că este vorba de mediul real sau cel virtual. De altfel, și în *Codul deontologic al jurna-*

*listului din Republica Moldova* este menționat faptul că „jurnalistul și instituția mass-media adoptă un comportament similar în spațiul real și în cel virtual” [7]. Cu toate acestea, realitatea cotidiană prezintă diverse abateri de la Codul deontologic.

Deși, chiar de pe băncile universității, jurnaliștii învață că reporterul este mereu în căutare, în mișcare, dornic de a descoperi lucruri noi și de a înțelege lumea înconjurătoare, realitățile, de mai multe ori, ne prezintă situații contrare. Absența frecventă a reporterilor unui post de radio de la anumite evenimente, unele organizate special pentru ei, dar, în același timp, prezența lor pe anumite rețele sociale cu comentarii și poze care indică un regim de muncă relaxat și vesel, sunt răspunsul clar la întrebarea: de ce postul respectiv de radio transmite mai multe știri preluate, decât materiale realizate de către reporterii redacției pe teren?

Postările anumitor reporteri de la postul public de radio *Radio Moldova* pe rețelele sociale, în timpul orelor de program, au fost punctul de pornire pentru o cercetare mai amplă cu privire la profilul și activitatea unui reporter de radio în secolul XXI. Postări de genul:

Pe scurt despre ziua mea de lucru #hopheilalaley



#fridayfeeling acel sentiment când vii la lucru ca la sărbătoare 🥰🥰🥰

#happyfridayeveryone Voi ce faceți în această zi minunată de vineri ?

însoțite de o fotografie în care reportera, îmbrăcată într-o „little black dress”, stă așezată picior peste picior, pe un birou din redacție, și privese cochet un microfon suspendat, explică „sărăcia” și simplitatea edițiilor informative de la respectivul post de radio. Un alt profil de reporteră conține poze din redacție în care protagonista și o colegă apar cu cosițe identice, iar mesajul ce le însoțește este: „La noi se lucrează frumos, (numele celei de-a treia colege de redacție, implicată în actul de „creație”) mânuțele tale fac minuni”. Deși situația este prezentată creativ: în una dintre cele două poze, reporterile sunt fotografiate de la spate, cu coafurile identice, privind împreună spre un monitor pe care este un program de editare, este clar că în redacție



e o atmosferă distinsă, de ședință foto, nu de forfotă specifică unui birou în care muncesc reporteri radio. Șirul exemplurilor continuă cu poze din redacție în care sunt surprinse momentele de relaxare, în schimb, lipsesc imaginile cu reporterii în acțiune, cu activitățile de bază care ar construi o imagine ce exprimă interes, încredere, concentrare. Noile tehnologii au făcut mai operative procesele de colectare, prelucrare și transmitere a informațiilor. În același timp, reporterii, în loc să consume timpul economisit pentru a realiza materialele mai inspirat și mai calitativ, s-au retras prin redacții și s-au transformat de facto în editori și redactori.

O cu totul altă situație prezintă profilurile de pe rețelele sociale ale reporterilor postului *Radio România Chișinău*. Ele sunt o demonstrație a faptului că reporterii sunt elemente reprezentative pentru instituția în care activează. Majoritatea dintre ei au pe profilurile lor fotografii de grup din redacție, poze de la evenimente, fiind în exercițiul funcțiunii. Totodată, pe aceste profiluri preponderent sunt promovate evenimente, cărți, spectacole, destinații turistice și teasere. Deși *Radio Moldova* are în statele de funcții de două ori mai mulți reporteri decât *Radio România Chișinău*, cel din urmă foarte rar preia informații de la postul public de radio, pe când *Radio Moldova* deseori prezintă știri care au sursa *Radio Chișinău*. Prin urmare, nu cantitatea, numărul reporterilor, ci atitudinea face diferența.

Evoluția profesională poate fi comparată cu o variabilă, în care se succed și alternează situațiile de stabilitate și cele de criză. În această ordine de idei, criza de identitate profesională este un lucru firesc, care se manifestă ca un catalizator al procesului de construcție a identității profesionale, determinat de schimbările ce se datorează acumulării de transformări sociale și culturale. Astfel, criza de identitate profesională categoric nu înseamnă sfârșitul profesiei propriu-zise. Ea mai degrabă semnifică un nou început, o nouă etapă a conceptului acesteia. În concluzie, criza de identitate profesională a reporterilor rezidă în condițiile stresante și incerte în care aceștia muncesc astăzi, de aceea, îmbrățișând această profesie, ei trebuie să fie conștienți că au în față un test de maturitate și de adaptare și, în orice situație, să dea dovadă de bun simț și bună credință în tot ceea ce fac.

### ***Referințe bibliografice:***

1. Randall. D. Jurnalistul universal. Iași: Polirom, 2007
2. Larousse. Dicționar de media. București: Univers Enciclopedic, 2005
3. Traciuc V. Jurnalism radio. București: Tritonic, 2003
4. *Broadcast Writing Style Guide*. Disponibil: [http:// www.dinfos.dma.mil / Portals /66 /Documents/ Academics / BOMD / 2015%20DINFOS%20 Broadcast%20Writing%20Style%20 Guide.pdf](http://www.dinfos.dma.mil/Portals/66/Documents/Academics/BOMD/2015%20DINFOS%20Broadcast%20Writing%20Style%20Guide.pdf) (Accesat: 23.01.2020)
5. Joanesu I. Radioul modern. Tratarea informației și principalele genuri informative. București: Editura ALL Educațional, 1999
6. Stepanov G. The negative implications of modern information technologies on the printed press. În: *International Journal of Communication Research*. Vol. 8, Issue 4 Octombrie/Decembrie 2018, pp. 326-331. ISSN 2246-9265.
7. Codul deontologic al jurnalistului din Republica Moldova