

CZU: [070.1 + 659.3/.4] (478)(091)

DOI: <https://doi.org/10.5281/zenodo.5816533>

## PRACTICI DE „UMANIZARE” A JURNALISMULUI DIN RSS MOLDOVENEASCĂ

*Georgeta STEPANOV*

*Universitatea de Stat din Moldova*

Mijloacele de informare în masă din RSS Moldovenească, în configurația lor de atunci, reprezentau expresia concentrată a ideologiei oficiale a regimului sovietic. Activitatea lor era orientată să facă agitație, propagandă și să educe/reeduce masele în spiritul patriotismului sovietic și al internaționalismului proletar. Deși activitatea presei sovietice era încorsetată în standarde extrem de rigide, iar producția acesteia era intens cenzurată, jurnaliștii reușeau (ce-i drept, circumspect) să „dilueze” conținuturile ideologice și să le umanizeze. Umanizarea presei sovietice se realiza prin intermediul informațiilor de natură utilitaristă și/ sau de divertisment, precum și datorită materialelor socioculturale personalizate, care în mod deosebit sensibilizau publicul. Jurnaliștii căutau să umanizeze modalitățile de abordare a realității, să animeze producția jurnalistică și să o apropie de oamenii de rând, folosind pentru realizarea acestor obiective de referință diferite practici de umanizare.

**Cuvinte-cheie:** mijloace de informare în masă, RSSM, perioadă totalitaristă, conținuturi jurnalactice, practici de umanizare, materiale de presă, rubrici, emisiuni.

### PRACTICES OF “HUMANISATION” OF THE JOURNALISM IN THE MOLDOVAN RSS

Considering their configuration, the mass media in the Moldovan SSR represented the concentrated expression of the Soviet regime’s official ideology. The activity of the press was oriented to make agitation, propaganda and educate/re-educate the masses in the spirit of Soviet patriotism and proletarian internationalism. At the same time, the activity of the Soviet press was organised according to extremely rigid standards and its production was intensely censored. The journalists tried to “dilute” the ideological contents and they were succeeding to humanise them. The humanisation of the Soviet press was achieved through utilitarian and entertainment information, as well as through personalised socio-cultural journalistic materials, which sensitised the public. Journalists searched to humanise the ways of approaching reality, to animate journalistic production and to bring it closer to ordinary people, using different humanisation practices to achieve those goals.

**Keywords:** mass-media, MSSR, totalitarian period, journalistic content, humanisation practices, press materials, columns, programmes.

### Introducere

Până în anii '90 ai secolului trecut, mijloacele de informare în masă moldovenești au fost concepute și au funcționat în baza principiilor de activitate ale presei sovietice și de partid. Conform acestora, toate mijloacele de informare în masă, indiferent de caracteristicile lor editoriale (statut, caracter, conținut redacțional, public-țintă etc.), trebuiau să facă agitație, propagandă, dar și să proiecteze în spațiul informațional așa-numitul „realism socialist”. Or, fiind sub controlul absolut al statului, presa sovietică era obligată să promoveze politica oficială a acestuia, să „traducă în viață” deciziile PCUS și să-i creeze puterii sovietice o imagine cât mai atractivă. Activitățile în cauză constituiau obiectivele prioritare ale presei sovietice, la care, de facto, se reducea misiunea socială supremă a acesteia. Din aceste considerente, ea se impunea mai degrabă drept o resursă a puterii, un propagator al politicii acestuia, decât ca o instituție socială de informare, de socializare și de culturalizare a oamenilor. Scopul mijloacelor de informare în masă sovietice era „...în primul rând, de a face propagandă iscusită pentru teoria marxist-leninistă și agitație plauzibilă, orientată corect în mase, și, în al doilea rând, de a educa și a inspira omul sovietic la fapte mărețe” [1, p.26].

Recunoscând forța de influență și de convingere a presei și identificând în sistemul mijloacelor de informare în masă unul dintre cele mai eficiente mecanisme de formare a „omului nou, a poporului sovietic”, PCUS a pus în sarcina acestuia, de rând cu alte obiective ideologice/ strategice, misiunea de a educa patrioți fideli cauzei partidului comunist și puterii sovietice. „Partidul a îndemnat în permanență organele de informare în masă să găsească și să perfecționeze noi forme de instruire și de sporire a eficacității și a calității educației truditorilor” [1, p.7]. Sarcina presei sovietice era să asigure „studierea de către masele largi a teoriei marxist-leniniste și educarea oamenilor în spiritul patriotismului sovietic și al internaționalismului proletar, precum și

(...) să disemineze înflăcăratul cuvânt al partidului ca el să ajungă la inimile maselor largi – aceasta este obligația principală a jurnalistului" [1, p.17, 30]. Iar pentru a ține sub control și, în caz de necesitate, a influența funcționarea acestor „mecanisme”, partidul comunist și-a asumat gestionarea integrală a instituțiilor media, întreg procesul de producție jurnalistică fiind monitorizat, permanent și în totalitate, și supus unei cenzuri drastice atât pe verticală, cât și pe orizontală. Și deoarece acțiunile profesionale ale lucrătorilor de presă erau încorsetate în standardele ideologice ale regimului sovietic, toate produsele jurnalistice realizate de aceștia, indiferent de caracterul lor, generalist sau specializat, aveau un pronunțat caracter ideologic, în care realitatea era abordată, prioritar, prin prisma intereselor statului și ale puterii sovietice. Astfel, presa sovietică era un instrument eficient de agitație și propagandă, o instituție productivă de persuasiune și de organizare a maselor, în care puterea sovietică investea resurse financiare și umane impunătoare, pentru a o menține și a o face din ce în ce mai eficace. Orice instituție media „...în calitate de instrument al propagandei politico-ideologice oficiale, era chemată, mai presus de toate, să contribuie la ridicarea conștiinței politice a populației sovietice în sensul sprijinirii necondiționate a politicii partidului și statului sovietic atât în problemele interne, cât și externe” [2, p.123]. Ca urmare, producția jurnalistică reprezenta expresia concentrată a ideologiei oficiale a regimului totalitarist, conținuturile propagandistice prevalând cantitativ asupra oricărui alt tip de informație de presă. Acest fapt submina esența jurnalistică ca activitate socială, înăbușea libertatea de exprimare și transforma jurnaliștii din lideri de opinie în agitatori, propagandiști și formatori de imagine a PCUS. Însemnele totalitariste ale activității jurnalistice și specificitatea pre-producției, producției și a post-producției media reieșeau din modelul totalitarist al presei după care era construit și funcționa întreg sistemul mass-mediei din RSS Moldovenească.

Dar, în pofida acțiunilor organelor PCUS de limitare a libertății presei, de încorsetare a activității ei în standarde extrem de rigide și de cenzurare a producției acesteia, jurnaliștii se străduiau să reducă din încărcătura ideologică a conținuturilor jurnalistice, utilizând în acest scop diferite practici de umanizare. Umanizarea se făcea într-o manieră voalată și adesea într-un mod implicit.

## CONTEXT

Mijloacele de informare în masă din RSS Moldovenească, în configurația lor de atunci, reprezentau expresia concentrată a ideologiei oficiale a regimului sovietic. Dar din cauza dezvoltării lor nefirești, către anii '80 ai secolului trecut gradul de uzură morală a mijloacelor de informare în masă sovietice deveniseră extrem de pronunțat și, respectiv, foarte vizibil, contrar tuturor acțiunilor PCUS de resuscitare a jurnalisticii sovietice. Cel mai bine acest fapt era sesizat în interiorul sistemului: majoritatea jurnaliștilor conștientizau perfect starea de lucruri și încercau (ce-i drept, circumspect) să „dilueze” informațiile oficiale cu informații de natură utilitaristă și/sau de divertisment și să pună în circuitul informațional cât mai multe conținuturi social-distractive despre și pentru oamenii de rând. În același timp, jurnaliștii se străduiau să personalizeze și să însușească acele conținuturi, să ajungă cu ele la inima cititorilor, radioascultătorilor și telespectatorilor și să sensibilizeze fiecare om în parte. De asemenea, ei căutau să umanizeze modalitățile de abordare a realității, să animeze producția jurnalistică și să o apropie de oamenii de rând, iar prin aceste activități să-i confere un caracter real popular și de masă. Astfel, „schimbarea la față” a presei moldovenești din perioada totalitaristă se datorează, printre altele, implementării în producția jurnalistică a practicilor operaționale, care au condiționat umanizarea și masificarea conținuturilor acesteia.

Informațiile care umanizau conținuturile publicațiilor periodice din RSS Moldovenească apăreau, de regulă, în rubrici speciale, amplasate în paginile din mijlocul sau de la sfârșitul edițiilor. În scurt timp după lansare, aceste rubrici deveneau principalele puncte de atracție ale emisiunilor și publicațiilor periodice, în pofida amplasării lor dezavantajoase în pagina de ziar sau în buletinele/ jurnalele RTV și a spațiului/ timpului redus, care le revenea acestora în conținuturile produselor integrale. Drept argument poate servi faptul că majoritatea apelurilor telefonice și scrisorilor parvenite la redacție erau adresate jurnaliștilor care îngrijeau aceste rubrici sau care realizau materialele din cadrul acestora.

Deși erau diferite ca problematică, rubricile în cauză, fie ele pare a produselor integrale generaliste sau elemente constitutive ale celor specializate, fie din presa tipărită sau din cea audiovizuală, aveau în comun caracterul societal al abordării mediatice și promovarea virtuților umane și a valorilor morale. De-a lungul anilor, în presa tipărită din RSS Moldovenească au apărut mai multe rubrici de acest fel, precum cele din ziarul *Viața Satului: La izvoarele sufletului* – rubrică de trăiri spirituale și reflecții morale, *Satule, grădină-n floare* și *Lumina veșnică a pâinii* – rubrici despre viața oamenilor muncii din mediul rural și satele moldove-

nești, *Sfatul juristului* – rubrică de informații utilitare în materie de drept. În acest context pot fi menționate, de asemenea, rubricile din revista *Moldova: De la Naslavcea la Giurgiulești* – rubrică de cunoaștere a plaiului natal; *Știința și societatea, Căi și căutări, Solearis* – rubrici de știință, tehnică și inventică; *Orbitele frumosului și Cartea roșie* – rubrici de ecologie și protecție a naturii; *La gura sobei, Noi despre noi, Moldova la chemarea voastră, Deplasări colective pe teren* – rubrici ce inserau articole și studii educativ-formative. Chiar și în ziarul *Moldova Socialistă*, organul oficial de presă al PCM, apărea o asemenea rubrică, având genericul *La harta inimii*.

Umanizarea conținuturilor jurnalistice din presa tipărită se realiza și prin intermediul rubricilor care proiectau în spațiul mediatic portretele sociale ale timpului. De exemplu, materialele din ziarul *Viața Satului*, inserate la rubricile *Oameni modești, Destine, Dinastii*, și cele din *Moldova Socialistă*, care apăreau în rubrica *Schiță*, relatau istoriile reale ale unor categorii foarte diferite de personaje: de la muncitori și țărani până la artiști și academicieni. Schița ca gen jurnalic era frecvent folosită în publicațiile periodice de atunci, întrucât, în virtutea faptului că purta o încărcătură emoțională și educațională deosebită, avea priză la cititori. Specific pentru acel gen de schițe era faptul că ele reprezentau o simbioză a genului literar cu cel publicistic, o specie care se individualizată prin limbaj plastic și rafinement estetic. Și publicațiile periodice raionale inserau informații „umanizatoare”. Cel mai des, acestea reprezentau portretele femeilor și bărbaților din satele moldovenești, puneau în circuit poveștile lor de viață și relatări despre destine neobișnuite ale oamenilor de la țară.

În circuitul informațional de atunci, portretele sociale erau puse atât prin intermediul publicațiilor periodice, cât și prin cel al diferitor emisiuni televizate. De-a lungul anilor, pe piața autohtonă s-au alternat mai multe proiecte audiovizuale, care au produs conținuturi jurnalistice parțiale sau integrale, menite să proiecteze portretele sociale. Printre acestea se numără: *Balet, balet...* – ciclul de emisiuni despre coregrafia academică și personalitățile din acest domeniu; *Avanscena* – ciclul de emisiuni despre premierele stagiunilor teatrale; *Pe scenă visul mi-e împlinit* – ciclul de emisiuni care conturau portretele sociale ale oamenilor de teatru; *Spectroscop* – ciclul de emisiuni care reflectau realitatea și conturau portretele sociale ale oamenilor din lumea picturii; *Asterisc* – emisiune de divertisment; *Athenaeum* și *Cultura* – emisiune-magazin de cultură, artă și literatură etc.

Jurnaliștii încercau să abordeze cât mai des asemenea subiecte și să extindă spațiul/ timpul rezervat acestora, pentru că ele erau așteptate, căutate și înalt apreciate de publicul cititor. Datorită acestui fapt, unele publicații periodice au ajuns să rezerve pentru materialele respective câte o pagină în fiecare ediție de ziar. Din aceleași considerente, alte publicații periodice au inițiat reeditarea materialelor jurnalistice de acest gen în culegeri aparte, care ulterior erau distribuite abonaților ca suplimente la anumite ediții ale publicațiilor periodice. Cel mai activ a aplicat această practică ziarul *Viața Satului*, care a publicat și a pus în circuit 49 de suplimente de acest fel, intitulate *Caiete de cultură*.\* Pentru acest gen de informații, jurnaliștii foloseau diferite genuri și formate, care, datorită faptului că reprezentau o corelație maximală dintre formă și conținut, răspundeau exact așteptărilor oamenilor de rând. Printre cele mai solicitate genuri de presă, folosite pentru umanizarea conținuturilor jurnalistice, se numără: schița, eseu, cronică, interviu și reportajul.

Fenomenul de umanizare a conținuturilor jurnalistice s-a manifestat nu doar în presa tipărită, care, din punct de vedere cantitativ, era cel mai dezvoltat element al sistemului mijloacelor de informare în masă și de propagandă din perioada sovietică, ci și în audiovizual. În emisiunile radiofonice și în cele televizuale, informațiile „umanizatoare” apăreau atât în produsele generaliste, cât și în cele specializate. În produsele generaliste aceste informații aveau o pondere modestă, chiar foarte mică, și erau amplasate doar la finele buletinelor radiofonice și al jurnalelor televizuale. Cel mai des acestea erau din categoria faptului divers sau a curiozităților. Deși mult mai rar decât așteptările și nevoile informaționale reale ale oamenilor, informațiile care umanizau conținuturile jurnalistice făceau obiectul unor cicluri de emisiuni audiovizuale specializate. Aceste emisiuni, de regulă, erau puse pe post în zilele de odihnă și retransmise într-una din zilele lucrătoare, în timp de audiență minimă.

Printre ciclurile de emisiuni de la Compania „Teleradio Moldova” (unica instituție audiovizuală republicană din RSS Moldovenească), care periodic puneau în circuit informații ce umanizau conținuturile produselor radiofonice și televizuale, se numără:

- emisiunile de popularizare a științei: *Natura și noi, Noi și legea, Viața satului, Baștina*;
- emisiunile de educație estetică: *Balul discurilor, Invitație la operă, În lumea cinematografilei*;

\* Informațiile cu privire la situația presei tipărite moldovenești din perioada sovietică au fost oferite de către: M.Guzun, redactor-șef, publicația periodică *Tinerimea Moldovei* (1977-1982); V.Spinei, redactor-șef, publicația periodică *Tinerimea Moldovei* (1982-1986), *Viața Satului* (1988-1998).

- emisiunile de culturalizare: *La hanul muzelor*, *Evantai folcloric*, *Când se lasă amurgul*, *Duminical TV*, *Teatrul televizat „Dialog”* etc.;
- programele de divertisment care transmiteau manifestări culturale de amploare, precum: *Telerevelionul*, festivalul muzical internațional *Mărțișor*, seratele de creație ale maeștrilor autohtoni de componistică sau de interpretare etc.;
- programele de satiră și umor: *Teatrul de miniaturi*, *Ariciul*;
- emisiunile pentru copii, adolescenți și tineret, precum: *Licurici*, *Povestea de seară*, teatrul televizat pentru copii *Prichindel*, *Unda tineretului* etc.\*

Serviciul de investigații sociologice din cadrul Companiei „Teleradio Moldova” a realizat, în februarie 1990, un sondaj de opinie în vederea identificării așteptărilor informaționale ale ascultătorilor și telespectatorilor, precum și cu scopul de a distinge emisiunile RTV cu cea mai mare audiență, adică cele mai populare produse audiovizuale integrale. Rezultatele acestuia au demonstrat că cele mai așteptate, mai solicitate și, respectiv, mai vizionate emisiuni autohtone la acel moment erau: „Unda tineretului” – 76%, revista satirică „Ariciul” – 74%, „Viața satului” – 63%, „Noi și legea” – 61%, „Forum” și „Natura și noi” – câte 48% [3, 21.02.90].

Eforturile jurnaliștilor din RSS Moldovenească, orientate spre umanizarea conținuturilor presei, erau susținute, prin implicit, de miile de cititori, care, cel mai des, prin intermediul scrisorilor solicitau (uneori chiar foarte insistent) ca publicațiile periodice să publice un număr cât mai mare de astfel de materiale. În vederea extinderii spațiului rezervat acestor informații, jurnaliștii inițiau rubrici speciale, în care erau tipărite doleanțele, propunerile, cerințele și chiar obiecțiile cititorilor, acestea constituind dovezi clare ale succesului și popularității genului respectiv de conținuturi jurnalistice. În scrisorile parvenite la redacție oamenii își relatau istoriile proprii sau descriau istorii ale unor persoane apropiate, expuneau practici pozitive și realizări înregistrate, povesteau experiențe negative, înfrângeri și eșecuri suferite, descriau diferite probleme cu care se confruntau, sugerau subiecte noi, care, în opinia autorilor, urmau să fie mediatizate etc. Nu erau rare nici cazurile când oamenii solicitau implicarea jurnaliștilor în rezolvarea unor situații de ordin personal. Așadar, scrisorile constituiau una dintre sursele principale, din care jurnaliștii își selectau subiectele, prin intermediul cărora „umanizau” conținuturile presei sovietice.

Jurnaliștii își colectau informații pentru materialele care urmau să apară în rubricile respective la tradiționalele întâlniri cu cititorii. Întâlnirile membrilor colectivelor redacționale cu publicul-țintă al publicației periodice erau organizate, de regulă, în teritoriu, în raioanele și satele republicii, iar uneori, deși mult mai rar, acestea aveau loc chiar în incinta redacției ziarelor. În cadrul acestor evenimente erau discutate problemele cu care se confruntau colectivele de muncă sau comunitățile din regiune, perspectivele îmbunătățirii condițiilor de trai și organizării vieții culturale la sate etc. Nu erau rare cazurile când oamenii veneau la aceste întâlniri pentru a-și rezolva problemele personale, mai ales dacă, în opinia lor, soluționarea acestora era tergiversată în mod intenționat la nivel local. Ca urmare a unor astfel de întâlniri, în ziare apăreau pagini întregi de informații și cicluri de materiale despre problemele, succesele, realizările sau eșecurile oamenilor, comunităților, colectivelor de muncă din cele mai diferite sfere ale activității umane și din cele mai variate zone ale RSS Moldovenești. Printre cele mai memorabile rubrici de acest fel din spațiul mediatic de atunci se înscriu următoarele: *Deplasare la rugămintea cititorului* și *Scrisoarea ne-a chemat la drum* din ziarul *Tinerimea Moldovei*, precum și rubricile: *Alo! Redactorul?* și *Pe urmele materialelor publicate* (reacții oficiale la critică) din ziarul *Viața Satului*. Tot în publicația periodică *Viața Satului* apărea lunar o pagină de scrisori și comentarii *Cititorul – gazeta – cititorul*.

Asemenea practici operaționale erau aplicate cu succes și în audiovizualul din RSS Moldovenească. Un loc aparte, în contextul stabilirii unui cadru relațional transparent cu telespectatorul, i-a revenit ciclului de emisiuni *Televiziunea și telespectatorul*, prin intermediul căruia Compania „Teleradio Moldova” oferea tuturor telespectatorilor posibilitatea să adreseze mesaje, să semnaleze probleme, să facă dedicații, să aducă mulțumiri etc. Rubrica *Tribuna telespectatorului* avea un succes enorm și înregistra o audiență foarte mare în raport cu alte rubrici. Printre cele mai semnificative cicluri de emisiuni, care au umanizat conținuturile audiovizualelor moldovenești din perioada sovietică, pot fi menționate următoarele: *Față în față cu realitatea*, *Telespectatorul abordează problema*, *Popasuri în provincie*. În categoria acestora se înscrie și ciclul de emisiuni

\* Informațiile cu privire la situația audiovizualului moldovenesc din perioada sovietică au fost oferite de către: D.Țurcanu, redactor-sef adjunct, redacția *Actualități* (1985-1991), redactor-șef, redacția *Publicistică* (1991-1994), director, postul TV *Național* (1994-1998); B.Parfentiev, redactor superior, emisiunea *Orizont* (1973-1976), director-departament *Actualități*, postul TV *Național* (1976-2007).

*Dialog cu telespectatorii*, la care erau invitate personalități remarcabile din diferite domenii ale activității umane, pentru a răspunde la apelurile telefonice ale spectatorilor. Valoarea acestora este incontestabilă; or, ele au stat la baza apariției ulterioare a emisiunilor radiotelevizate de dezbateri și a talk-show-urilor autohtone.

Umanizarea conținuturilor presei sovietice se realiza și prin intermediul satirei și umorului. Deși rubrici de satiră și umor existau practic în toate publicațiile periodice generaliste din RSS Moldovenească, numărul materialelor de satiră textuală sau grafică era foarte mic în comparație cu alte tipuri de informații jurnalistice. „Numărul materialelor ziaristice din aceste specii este net inferior celor care apar zilnic sub forma materialelor informative sau chiar altor materiale de opinie, precum comentariile, analizele etc. Acest fapt poate fi ușor explicat prin necesitatea rezervării unei perioade mai mari de timp pentru finalizarea unui material aflat la hotarul între publicistică și beletristică, dar și prin necesitatea posedării evidente a unui talent deosebit care să ofere posibilitate autorului să se exprime diferit de majoritatea jurnaliștilor” [4, p.97]. Printre cele mai expresive rubrici de satiră și umor din presa moldovenească (din perioada sovietică) se numără: *Undița* din cotidianul *Moldova Socialistă*; *Tândală și Păcală* din săptămânalul *Tinerimea Moldovei* și *Urzica* din ziarul *Viața Satului*. Un spațiu relativ mare rezerva pentru acest gen de materiale organul de presă al scriitorilor din RSSM *Literatura și Arta*. Săptămânal, în cadrul acestuia apărea o pagină întreagă de satiră și umor intitulată *La Beciul Vechi*. De regulă, acest gen de materiale avea menirea să critice viciile umane, precum: minciuna, beția, lenea, prostia, lăcomia, indiferența etc. „Bancurile și textele de satiră nu puteau atenta însă la imaginea liderilor politici. Sistemul sovietic îneca orice pornire inspirată a scriitorilor și jurnaliștilor care încercau să taxeze acțiunile funcționarilor publici. Despre glume la adresa Comitetului Central al Partidului Comunist nici nu putea fi vorba” [5].

Materialele jurnalistice de satiră și umor, fiind produsul presei regimului totalitarist, erau orientate să educe „tinerii constructori ai comunismului” sau să reeduce populația adultă. Însă, critica textuală și grafică nu putea fi făcută pe seama sau în adresa liderilor organizațiilor de partid și comsomoliste, persoanelor care dețineau funcții de conducere în stat; nu puteau fi criticați nici membrii de rând ai partidului comunist. Poetul umorist Ion Diviza își amintește: „În perioada aceea satira nu putea să lovească în ținte prea mari, ea prindea peștișori mici, la rechini nu atenta. Nu era posibil să publici astfel de materiale. Nu trebuia să ataci niciun șef de partid, nici măcar un angajat de la nivel de gospodărie sau colhoz, nu mai vorbim despre Comitetul Central. Puteai critica un șofer care a încălcat regulile de circulație sau un paznic” [5].

În spațiul mediatic din RSS Moldovenească a existat și o revista de satiră și umor – *Chipăruș*, care a apărut în 1958. Revista avea 8 pagini, format A – 4, și includea un șir de rubrici, precum: *Nu vă fie cu bănat, Te văd, te văd!*, *Desaga cu scrișori*, *Ion Turbincă*, *Vecinii* etc. Din echipa redacțională a revistei făceau parte umoriști, scriitori, poeți, pictori și caricaturiști.\* „Revista *Chipăruș* a fost și este o sursă inedită de lucrări caricaturale... Odată cu apariția acestei reviste caricatura începe să fie practică frecvent, iar caricaturii se afirmă pe plan național...” [6].

Și în audiovizualul moldovenesc din perioada sovietică au existat câteva cicluri de emisiuni de satiră și umor, cele mai remarcabile fiind revista de satiră *Ariciul* și *Teatrul de miniaturi*. Fiecare emisiune din ciclul *Teatrul de miniaturi* includea câteva mici scenete, care redau umoristic cazuri și secvențe din viață. Însenările umoristico-satirice erau foarte populare în rândul telespectatorilor de atunci, iar emisiunile de acest fel aveau cele mai înalte cote de audiență.

### Concluzii

Studiul presei din RSS Moldovenească în vederea identificării tipurilor de produse jurnalistice prin intermediul cărora erau umanizate conținuturile acesteia, precum și modalitățile, dar și practicile de umanizare a lor, a reliefat câteva aspecte foarte importante.

În primul rând, a ieșit în evidență faptul că presa din RSSM, în pofida caracterului ei profund îndoctrinat, reușea să pună în circuitul informațional nu doar conținuturi ideologice și propagandistice, ci și materiale „umanizatoare”, despre și pentru oamenii de rând. Constatarea respectivă ne permite să vorbim și despre unele implicații și efecte pozitive ale presei sovietice, lucru care, în perspectivă, ar putea schimba modul cercetătorilor de a vedea și de a interpreta jurnalismul din perioada totalitaristă; or, în cele mai dese cazuri, ei își concentrează eforturile investigative pe cercetarea implicațiilor negative și a efectelor distructive ale acestuia. Totodată, sperăm că se va modifica și atitudinea stereotipizată a oamenilor de rând față presa din RSSM, îndeosebi a celor din tânăra generație, care adesea susțin că în acea perioadă nici nu exista jurnalism ca atare, toate activitățile presei fiind orientate să facă agitație și propagandă.

\* Informațiile au fost oferite de către M.Lescu, vicepreședinte al Uniunii Jurnaliștilor din Moldova (1998-2004).

În al doilea rând, a fost pus în lumină faptul că umanizarea conținuturilor se realiza prin aplicarea mai multor practici operaționale, cele mai remarcabile fiind expunerile personalizate ale subiectelor, relațiile afective ale relațiilor dintre personaje, descrierile animate ale atmosferei și redarea pasională a dialogurilor dintre oameni. Materialele umanizatoare se centrau în jurul relațiilor dintre oameni, contactele umane fiind, în primul rând, despre emoții și trăiri, care în presa din RSSM erau expuse mai degrabă în mod implicit decât explicit. Jurnaliștii adăugau informațiile emoționante, pentru a umaniza materialele de presă și a sensibiliza cititorii. Totodată, a fost constatat și faptul că cei mai mulți protagoniști și/ sau eroi ai materialelor jurnalistice, realizate pentru a-i conferi presei sovietice un aspect uman, erau oameni de rând, simpli exponenți ai muncitorimii și țărănimii.

În al treilea rând, subliniem că informațiile, care umanizau conținuturile produselor jurnalistice integrale, erau, de regulă, ori de natură utilitaristă, ori recreativă, iar subiectele, prin intermediul cărora se reușea umanizarea producției jurnalistice, în cea mai mare parte a lor își aveau originea în domeniul culturii și în cel al divertismentului. Mult mai rar, dar tot în acest scop, erau folosite și subiectele din domeniul social. Pentru realizarea unor astfel de materiale cel mai frecvent erau folosite următoarele genuri de presă: schița, eseul, cronică, interviul și reportajul.

În final, cercetarea realizată în cadrul acestui studiu ne permite să afirmăm că în presa din RSS Moldovenească apăreau, de rând cu conținuturile ideologice, și materiale jurnalistice cu dimensiune umană, pentru producerea cărora erau utilizate diferite practici, care nu și-au pierdut actualitatea nici până în prezent. Dat fiind acest fapt, instituțiile media contemporane din Republica Moldova pot și trebuie să revină la acele practici, să le valorifice plenar cu scopul de a deveni cu adevărat utile, dar, în același timp, și atractive pentru cele mai diferite grupuri, categorii și pături sociale.

#### Referințe:

1. ЛОЗАН, С.И., БЕРБЕКАРУ, Г.А., БУСУЙОК, И.В. *Зеркало больших свершений*. Кишинев: Картя Молдовеняскэ, 1983. 151 с.
2. BAGRIN, M. Presa periodică din RSSM în contextul politicii privind mass-media în perioada lui N.Hrușciov. În: *Akademios*, 2016, nr.1(40), p.123-129, p.123. ISSN 1857-0461
3. Programele Radio și TV (Teleradio-Moldova), Colecția de ziare /1970 – 2009/.
4. BULICANU, V. Umorul și satira în creațiile jurnalistice moldovenești. În: *Creativitatea în Jurnalism*. Chișinău: CEP USM, 2018, p.97-107. 184 p. ISBN 978-9975-142-34-2
5. STIMPOVSCHII, D. *Umorul în presa moldovenească: Satirizăm aceleași fenomene care se adâncesc tot mai mult în societate*, 11 februarie 2017. Disponibil: <http://moldnova.eu/ro/umorul-presa-moldoveneasca-satirizam-aceleasi-fenomene-care-se-adancesc-tot-mai-mult-societate-12924.html/> [Accesat: 13.09.2021].
6. ADASCALIȚA, L. *Ediții periodice și asociații umoristico-satirice din Republica Moldova*. Disponibil: [http://repository.utm.md/bitstream/handle/5014/8831/Conf\\_TehStiint\\_UTM\\_StudMastDoct\\_2020\\_Vol\\_II\\_pg370-373.pdf?sequence=1&isAllowed=y](http://repository.utm.md/bitstream/handle/5014/8831/Conf_TehStiint_UTM_StudMastDoct_2020_Vol_II_pg370-373.pdf?sequence=1&isAllowed=y) [Accesat: 13.09.2021]

#### Date despre autor:

**Georgeta STEPANOV**, doctor habilitat, profesor universitar, decan al Facultății de Jurnalism și Științe ale Comunicării, Universitatea de Stat din Moldova.

**E-mail:** [stepanovgeorgeta@gmail.com](mailto:stepanovgeorgeta@gmail.com)

**ORCID:** 0000-0001-9002-5743

*Prezentat la 10.11.2021*