

CZU: 654.197:613

[https://doi.org/10.59295/sum11\(01\)2023_16](https://doi.org/10.59295/sum11(01)2023_16)

PROGRAMUL DE TELEVIZIUNE PE TEMA SĂNĂTĂȚII: O ABORDARE STRUCTURAL-DISCURSIVĂ

*Ludmila RUSNAC**Universitatea de Stat din Moldova*

Popularitatea programelor de televiziune pe subiecte de sănătate este argumentată de interesul constant al telespectatorilor față de domeniul sănătății și al medicinei, coroborat și cu tendințele timpului de a acorda mai multă atenție educației în domeniul sănătății și modului sănătos de viață. Pe parcursul evoluției sale, programul de televiziune pe tema sănătății a configurat particularități noi, pentru că și funcțiile pe care le realizează s-au extins și pe alocuri chiar s-au bifurcat: dacă la începuturi acest gen de emisiune urmărea obiectivul de a informa populația, de a o educa, de a o familiariza cu spectrul problemelor de sănătate și pașii pe care ar trebui să-i întreprindă la primele simptome ale maladei, actualmente acest gen de conținuturi se îndepărtează de caracterul științific-popularizator rigid și acced la o zonă a spectacolului, acolo unde telespectatorul găsește emoții și impresii. În timp, structura acestor produse televizuale s-a modificat, au apărut formate noi, care au fost preluate la scară largă de către televiziunile din diferite țări.

Cuvinte-cheie: *televiziune, emisiune, sănătate, talk-show, format, discurs, strategii, spectacol, maladie, doctor.*

THE TELEVISION PROGRAM ON THE THEME OF HEALTH: A STRUCTURAL-DISCURSIVE APPROACH

The popularity of television programs on health topics is argued by the constant interest of viewers in the field of health and medicine, also corroborated with the trends of the time to pay more attention to education in the field of health and healthy lifestyle. During its evolution, the television program on the topic of health has configured new particularities, because the functions it performs have also expanded and in some places even bifurcated: if at the beginning this type of show aimed to inform the population, to educate them, to familiarize them with the spectrum of health problems and the steps they should take at the first symptoms of the disease, currently this type of content is moving away from the rigid scientific-popularizing character and access an area of the show, where the viewer finds emotions and impressions. Over time, the structure of these television products changed, new formats appeared, which were taken over on a large scale by television stations in different countries.

Keywords: *television, show, health, talk-show, format, speech, strategies, show, disease, doctor.*

Introducere

Programele de televiziune pe tema sănătății sunt foarte populare în rândul telespectatorilor, astfel că fiecare post de televiziune are în grila de emisie un conținut televizual sau chiar două de acest gen. De ce emisiunile pe tema sănătății sunt atât de cotate pe piața mediatică? Aici este necesar să facem referință la contextul societal și la tendințele actuale de a pune accent pe modul sănătos de viață, pe alimentația corectă, pe întrebuintarea produselor ecologic pure și biodegradabile și în acest sens instituțiile mass-media, inclusiv televiziunea, se poziționează ca „instrumente care valorifică politicile de stat în acest domeniu” [1, p. 29] și ajută la educarea populației și propulsarea anumitor comportamente. Bineînțeles, rolul televiziunii nemijlocit este foarte important pentru domeniul medicinei, deoarece, pe termen lung, influențează și nuanțează progresul social, contribuie la creșterea indicatorilor de sănătate a populației la nivel de țară și, prin urmare, „crește competitivitatea pe piața a cetățenilor ca angajați” [2] și propagă educația pentru sănătate. În accepțiunea cercetătoarei H. Romeyer „formarea unei atitudini conștiente a cetățenilor (mai ales a tinerilor) față de sănătatea lor este o prerogativă de bază în domeniul politicilor publice, deoarece cetățeanul este resursa cea mai prețioasă a unei țări” [3]. Cea mai vastă categorie de consumatori de proiecte de televiziune pe tema medicinei este compusă din femei cu vârsta cuprinsă între 35-65 de ani [4], ceea ce denotă faptul că tinerii nu constituie un public fidel al acestui gen de emisiuni, cel mai probabil aceștia preferă internetul și rețelele de socializare pentru a se documenta și a se informa. Relevanța temei de cercetare se coagulează și din situația actuală la nivel demografic, criza demografică, rata în scădere a natalității și rata

în creștere a mortalității, provocate de alte cauze decât declinul natural. Conform datelor Agenției Servicii Publice, rata mortalității a crescut semnificativ în anul 2021 și a constituit 17,4%, comparativ cu 15,4% în anul 2020, iar principalele cauze de deces a populației au fost bolile aparatului circulator, tumorile, bolile aparatului respirator, bolile aparatului digestiv, accidentele, intoxicațiile și traumele [5]. De exemplu, 65,9% din totalul deceselor au fost determinate de bolile aparatului circulator și tumori.

Aceste tendințe configurează schimbări în abordarea jurnalismului medical, inclusiv a jurnalismului de televiziune, astfel că în literatura de specialitate sunt punctate problemele actuale ale instituțiilor de comunicare de masă pe aspectul mediatizării domeniului medicinei și sănătății, este analizată importanța conjugării eforturilor specialiștilor în domeniul sănătății și a angajaților de presă în domeniul sănătății publice, dar, deopotrivă, este propagată formarea profesională a jurnaliștilor ce abordează în conținuturile lor subiecte pe tema medicinei și a sănătății. Diferite aspecte ale temei abordate în conținutul acestui articol, începând cu aspectul sociologic și psihologic al impactului mass-mediei asupra conștiinței de masă și finalizând cu direcția filozofică care consideră stilul de viață sănătos ca parte integrantă a societății globale și a vieții în general, au prezentat interes pentru mulți cercetători în domeniu, printre care: V. Delarue, A. Martirosyan, B. Erashov, O. Milshtein, V. Stolyarov, M. Pascale, D. Marchetti, H. Romeyer, A. Hart ș.a

Chiar dacă emisiunea pe tema sănătății nu reprezintă ceva nou pentru sectorul televizual, trebuie să punctăm faptul că însuși jurnaliștii devin tot mai interesați de situația în sectorul de sănătate, problemele ecologice, astfel că putem intercepta cuantificarea unui interes tot mai pertinent pentru, de exemplu, jurnalismul de mediu, jurnalismul economic, jurnalismul științific și, nu în ultimul rând, jurnalismul medical. Cu siguranță, ne desprindem de ideea că jurnalistul este un specialist universal care cunoaște câte un pic din toate domeniile și se pricepe câte un pic la toate. Experiența practică ne demonstrează faptul că specializarea pe domenii într-o redacție aduce doar beneficii, or, fiecare angajat de presă trebuie să aibă capacitatea de a furniza produse de calitate publicului. Tema sănătății pentru domeniul jurnalismului a fost întotdeauna actuală, pentru că este o temă actuală prin definiție, iar oamenii mereu s-au preocupat de sănătatea lor. În opinia cercetătorului P. Mansier „tehnologizarea a configurat apariția siteurilor și a blogurilor specializate, s-au propulsat și sunt promovate activ consultațiile online efectuate de către medici” [6], așa menționa chiar că avem o piață suprasaturată în acest sens și, evident, au apărut și foarte multe programe de televiziune axate pe subiecte de sănătate: emisiuni, show-uri, talk-show-uri și reality show-uri. Merită menționat faptul că pe parcursul evoluției sale programul de televiziune pe tema sănătății a configurat particularități noi, pentru că și funcțiile pe care le realizează s-au extins și pe alocuri chiar s-au bifurcat: dacă la începuturi acest gen de emisiune urmărea obiectivul de a informa populația, de a o educa, de a o familiariza cu spectrul problemelor de sănătate și pașii pe care ar trebui să-i întreprindă la primele simptome ale maladiei, actualmente acest gen de conținuturi, după cum afirmă și cercetătoarea în domeniu A. Hart „se îndepărtează de caracterul științific-popularizator rigid” [7, p. 63] și acced la o zonă a spectacolului, acolo unde telespectatorul găsește impresii, emoții și distracție.

O altă particularitate evolutivă se referă la însăși structura și formatul acestor produse de televiziune. Dacă acum câteva decenii astfel de emisii aveau o structură destul de simplă și rigidă, fiind construite din câteva reportaje scurte (5-7 reportaje) și moderate de către jurnaliști, ulterior, în rol de prezentator au început să fie invitați și specialiști în domeniu, adică medici. În platou apar mai mulți invitați, segmentați în funcție de temele abordate în cadrul emisiunii. Mai mult, dacă înainte jurnalistul se deplasa după atmosferă în instituția medicală, actualmente atmosfera medicală este creată în studiou: bunăoară în cadrul multor talk-show-uri, în paralel cu linia de subiect se consultă pacienții, se efectuează proceduri, iar oamenii simpli împărtășesc din experiența lor personală. Toate aceste strategii sunt cuantificate pentru a spori interesul telespectatorilor și a crește ratingul emisiunilor. Trebuie să recunoaștem faptul că telespectatorul contemporan a devenit mult mai superficial și mai reticent față de emisiunile „serioase”, astfel că și posturile de televiziune private se orientează mai mult spre informare și educare prin interactivitate, implicare, distrare și relaxare. În emisiunile de sănătate sunt utilizate tehnici care au priză la public: ele sunt uneori mai disponibile, mai accesibile și mai „aproape” decât medicul și sunt mai exhaustive și mai explicite decât medicul. Astfel că, până ajunge la specialist, cetățeanul este deja „versat” în subiect și își stabilește singur și diagnoze, pentru că a văzut oameni la televizor care relatau despre niște simptome asemănătoare cu ale lui. Oamenilor le plac

miracolele și soluțiile primite instantaneu, cu toții ne amintim de popularitatea covârșitoare pe care o înregistrau emisiunile cu Anatoli Kașpirovski care trata de la distanță prin hipnoză și apă încărcată cu energie. A fost o perioadă de liberalizare, când industria mediatică a înțeles că are doar de câștigat prin detașarea de maniera academică și rigidă de prezentare a informației, restructurarea conținuturilor, descoperirea de formate noi, în care să existe mai multă interactivitate cu publicul de televiziune. Au apărut mai multe talk-show-uri și chiar reality-show-uri axate pe subiecte de sănătate, sau adiacente domeniului sănătății, sunt aplicate pe scară largă variate tehnici distractive, elemente de competiție, concursuri cu recompense financiare etc. De exemplu, actualmete sunt foarte populare reality-show-urile în care participanții scapă de kilogramele în plus, se alimentează sănătos, fac sport, luptând în acest mod pentru premiul financiar, înmănat câștigătorului la finele proiectului televizat.

Context

Prezentul demers științific a fost inițiat pentru a vedea care este tabloul privind programele pe subiecte de sănătate în mediul televizual autohton, care este oferta de programe și care sunt formatele de emisiuni ce înregistrează un rating ridicat în rândul telespectatorilor. Ca obiect de studiu au servit conținuturile de televiziune plasate în emisie la posturile de televiziune autohtone și retransmise pe teritoriul Republicii Moldova. În acest sens, ne interesează câteva aspecte:

- Care sunt subiectele abordate cel mai des în cadrul acestor emisiuni;
- Configurarea acestor produse de televiziune în grila de programe;
- Ce tipuri de programe pe tema sănătății sunt accesibile pentru telespectatorul autohton;
- Care sunt formatele proiectelor televizate pe subiecte de sănătate;
- Ce strategii discursive sunt aplicate în elaborarea acestor produse televizuale;
- Care este coraportul între conținuturile de televiziune autohtone și retransmise pe subiecte de sănătate.

Am pornit de la ipoteza că televiziunile, prin formatele, conceptele, tehnicile și strategiile discursive utilizate în cadrul emisiunilor despre sănătate, urmăresc primordial să propage o cultură a sănătății în general și a modului sănătos de viață, prin atragerea atenției asupra aspectelor legate de prevenția, profilaxia și tratamentul maladiilor, conjugate cu subiecte înrudite ca igiena corporală, detoxifiere și slăbit, îngrijirea cosmetică, sport ș.a.

Baza empirică pentru prezenta cercetare o constituie emisiunile plasate în emisie la următoarele posturi de televiziune publice și private autohtone și retransmise: Moldova 1 („Reporter pentru sănătate”), Jurnal TV („Fii sănătos!”); Prime TV („Doctorii”); TVR („Atelier de sănătate”); Prima TV („Sănătate cu stil”); Pro TV („iSănătate”, „Doctor de bine”); Canal 3 („Jurnal de sănătate”); RTR Moldova („Doctor Myasnikov”, „O samom glavnom”); Primul în Moldova („Ghidul sănătății”, „Zdorovie”, „Jiti zdorovo”); TV 8 („In Good Shape”); TVC 21 („Sănătate cu stil”). În total au fost analizate 15 programe televizuale pe tema sănătății și toate edițiile acestor emisiuni difuzate în perioada 14.11.2022-14.12.2023. În total au fost monitorizate și supuse analizei 116 ediții. Menționăm faptul că posturile de televiziune nu au fost alese cu intenție, fiind o selecție aliatorie, or, primordial am fost interesați de formatele, structura și tipurile de emisiuni pe subiecte de sănătate la care are acces publicul autohton și, bineînțeles am ținut cont și de ratingul posturilor de televiziune și popularitatea emisiunilor selectate în rândul telespectatorilor.

Rezultate obținute

Analiza efectuată în cadrul studiului ne-a permis să constatăm faptul că, sub aspectul configurării acestor emisiuni în grila de programe, putem distinge între:

- emisiuni care se difuzează o dată pe săptămână, de obicei în week-end, în prima jumătate a zilei și au o structură lejeră, sfaturile medicilor fiind conjugate cu recomandări ale nutriționiștilor și cosmetologilor, rețete culinare și curiozități;
- emisiuni care au mai multe ediții pe săptămână (3-4-5), fiind difuzate zilnic la aceeași oră, exceptând zilele de odihnă. O ediție durează între 25 min și 105 minute, iar marea majoritate a programelor analizate variază între 30-35 minute per ediție.

Dacă ne referim la particularitățile structurale ale acestui gen de produse de televiziune, cercetarea a etalat faptul că avem trei tipuri de programe:

1. produse autohtone ca format: „Reporter pentru sănătate”, „iSănătate”, „Ghidul sănătății”, „Jurnal de sănătate”, „Atelier de sănătate”, „Fii sănătos”, „Sănătate cu stil”;
2. produse retransmise: „Doctor de bine”, „Zdorovie”, „Doctor Myasnikov”, „O samom glavnom”, „Jiti zdorovo”, „In Good Shape”;
3. produse autohtone, realizate după formate preluate (de exemplu, talk-show-ul „Doctorii”, realizat după un format preluat din SUA, al talk-show-ului „The Doctors”).

Tabelul 1. Proiecte televizate autohtone pe subiecte de sănătate.

Titlul programului de televiziune	Locul conținutului în grila de programe	Durata unei ediții	Tipul de produs televizual
„Reporter pentru sănătate,,	Marți, miercuri, sâmbătă	30 de minute	Emisiune magazin cu 4 rubrici, fără invitați în studiou
„iSănătate”	Luni, sâmbătă, duminică	90 de minute - 105 minute	Emisiune magazin cu invitați în studiou, 6 subiecte, 2 rețete culinare
„Doctorii”	Luni, marți, miercuri, joi, vineri	60 de minute	Talk-show, 3 subiecte
„Ghidul sănătății”	Vineri, sâmbătă, duminică	25 de minute – 30 de minute	Emisiune magazin, 4 subiecte, interviuri în centre medicale
„Jurnal de sănătate”	sâmbătă	30 de minute	Emisiune magazin, 3-4 subiecte
„Fii sănătos”	luni	90 de minute	Emisiune, 1 subiect de bază, 1-3 reportaje, interviuri cu medici și pacienți
„Sănătate cu stil”	Luni, marți, vineri, sâmbătă, duminică	30 de minute	Emisiune magazin, 3 subiecte

Sursa: elaborat de autor.

După cum vedem, produsul de televiziune autohton este reprezentat în majoritate de emisiuni magazin și doar un singur talk-show. Uzual, formatul programelor presupune o serie de reportaje și unul sau câteva interviuri, realizate fie în studiou (cu specialiști invitați), fie în centre medicale (cu pacienți, medici). Experții în subiect comentează și vin cu sfaturi utile pe marginea subiectelor discutate în cadrul ediției (în jur de 3-4, de obicei). Fiecare ediție se concentrează pe un subiect central, de bază și vizează o anumită maladie: care sunt simptomele acesteia, care sunt cauzele apariției bolii, ce măsuri de profilaxie pot fi întreprinse, ce trebuie să facă cetățeanul simplu în cazul în care se confruntă cu această maladie etc. Celelalte subiecte sunt adiacente subiectului de bază și vizează, de obicei, alimentația, îngrijirea corporală, igiena orală, detoxifierea, modul sănătos de viață etc. De asemenea, se observă tendința ca unul dintre subiectele abordate în cadrul ediției (subiectul de final) să fie axat pe alimentația corectă și beneficiile produselor pentru sănătate și chiar prezentarea rețetelor culinare, cu explicații detaliate de pregătire, pentru a păstra nutrienții și a nu dăuna sănătății corporale. De exemplu, în cadrul emisiunii „iSănătate” sunt abordate 6 subiecte și prezentate chiar 2 rețete culinare la final. Astfel, 3 din cele 7 proiecte televizate autohtone pe subiecte de sănătate conțin și rețete culinare. Un format specific o are emisiunea „Reporter pentru sănătate”. Dat fiind faptul că este difuzată la un post public de televiziune (Moldova 1), în cadrul acestei emisiuni se face referință mai des, comparativ cu alte produse de acest gen, plasate în emisie la posturile de televiziune private, la subiecte precum: politicile publice în domeniu, obținerea, întreținerea și beneficiile poliței de asigurare, cine beneficiază de asigurare medicală obligatorie, ce este un medicament compensat și cine beneficiază de el, funcționalitatea centrelor medicilor de familie în sate și raioane, înscrierea la consultațiile specialiștilor și investigații medicale ce pot fi efectuate gratis etc. Totodată, sub aspectul formatului, nu este o emisiune cu invitați în studiou, este un produs structurat în rubrici, ce conține 3-4 reportaje, iar toate interviurile sunt realizate cu medici, în instituțiile medicale.

O structură diferită o are și emisiunea „Jurnal de sănătate”, difuzată la Canal 3, fiind un produs realizat în colaborare cu Universitatea de Stat de Medicină și Farmacie „Nicolae Testemițeanu” din Republica Moldova. În cadrul emisiunii sunt plasate în evidență inovațiile în domeniul medicinei contemporane, sunt discutate intervenții chirurgicale de excepție, efectuate atât în Republica Moldova, cât și peste hotarele țării, sunt analizate studii clinice și cercetări efectuate de către savanți autohtoni și străini, sunt prezentate aparate și dispozitive performante și tratamente de ultimă generație.

Referitor la talk-show-ul „Doctorii”, acest produs de televiziune este foarte popular printre telespectatorii autohtoni, fiind destinat populației de toate vârstele. În cadrul talk-show-ului sunt prezentate istoriile de viață ale oamenilor care au avut o problemă de sănătate și au reușit să se trateze, sau se confruntă la momentul actual cu o maladie, iar doctorii vin cu sfaturi și recomandări. De menționat că proiectul televizat are 3 prezentatori, cu studii medicale, iar în structura talk-show-ului se conține și o rubrică interactivă – „Consultația TV”, în care telespectatorii pot adresa întrebări, iar doctorii comentează și explică simptomele, evoluția bolii și propun soluții pentru problemele de sănătate cu care se confruntă cei din fața ecranului.

Tabelul 2. Proiecte televizate retransmise pe subiecte de sănătate.

Titlul programului de televiziune	Locul conținutului în grila de programe	Durata unei ediții	Tipul de produs televizual
„Doctor de bine,,	Marți, miercuri	30 de minute	Emisiune – interviu, cu 1 subiect și 1 invitat
In Good Shape	Vineri, sâmbătă	30 de minute	Emisiune magazin, 3 subiecte, 1 invitat
„Atelier de sănătate”	Luni, marți, miercuri, joi, vineri	40 de minute	Emisiune magazin, 3 rubrici, cu invitați în studiu
„Zdorovie”	duminică	50 de minute – 60 de minute	Talk-show, 3 subiecte
„Jiti zdorovo”	Luni, marți, miercuri, joi, vineri	45 de minute	Talk-show, 3 subiecte
„Doctor Myasnikov”	Sâmbătă, duminică	60 de minute	Talk-show, 3 subiecte
„O samom glavnom”	marți, miercuri, joi, vineri	65 de minute	Talk-show, 3 subiecte

Sursa: elaborat de autor.

Datele prelevate ne permit să constatăm că proiectele televizate retransmise pe subiecte de sănătate, difuzate la posturile de televiziune incluse în studiu, sunt reprezentate în proporție de 57,14% de talk-show-uri moderate de către doctori. Talk-show-ul „Zdorovie” o are în calitate de prezentatoare pe Elena Malisheva, doctor în științe, profesor universitar, care și-a început cariera în televiziune încă în anul 1997. Talk-show-ul „Jiti zdorovo” este moderat de către 3 doctori: Elena Malisheva, Evghenii Gandelman și Dmitry Shubin, iar proiectele televizate „Doctor Myasnikov” și „O samom glavnom” sunt moderate de către medicul Aleksandr Myasnikov și ambele sunt foarte cotate în rândurile telespectatorilor autohtoni. Din punctul de vedere al structurii, fiecare ediție este axată pe trei subiecte, subiectul de deschidere fiind de bază și vizează o afecțiune, o maladie. Un pacient din rândul invitaților în studiu relatează problema cu care se confruntă, iar doctorii prezintă sorginta bolii, explică într-o manieră foarte simplistă manifestările bolii, în acest scop fiind utilizate tehnici variate de vizualizare, sunt efectuate chiar în studiu experimente care să-i ajute pe spectatori și telespectatori să înțeleagă foarte bine în ce constă și cum se manifestă o anumită afecțiune. Ulterior, câțiva medici invitați comentează și ei pe marginea subiectului, iar unii efectuează în paralel investigații medicale chiar în studiu. Un moment specific pentru talk-show-urile „Zdorovie” și „Jiti zdorovo” vizează invitarea în studiu a diferitor vedete care sunt „testate” la calitatea cunoștințelor privind

beneficiile produselor și greșelile comise în alimentație. După cum vedem, realizatorii acordă o atenție substanțială aspectului interactivității, de exemplu, în cadrul talk-show-ului „O samom glavnom”, la rubrica „Vopros ot doktora” sunt încorporate și elemente de competiție și tehnici de joc, astfel că moderatorul adresează celor prezenți în studiou 3 întrebări și dacă persoana ghicește răspunsul la toate întrebările câștigă un cadou, dacă nu ghicește exersează un pic cu halterele. O tehnică discursivă asemănătoare cu cea aplicată în talk-show-ul „Doctorii” o identificăm și în proiectul „Doktor Myasnikov”, ce conține o rubrică în care telespectatorii au posibilitatea să adreseze întrebări, doar că în „Doctorii” intervin prin legătură telefonică, iar în „Doktor Myasnikov” sunt chiar înregistrări video cu persoana care adresează întrebările.

Un următor aspect la care ne vom referi în continuare vizează spectrul foarte vast al subiectelor discutate în cadrul programelor de televiziune pe teme de sănătate și care pot fi divizate în trei categorii de bază:

1. Maladii, cauze, simptome și tratament.
2. Activități de profilaxie.
3. Alimentația corectă și modul de viață sănătos.

Sursa: elaborat de autor.

Referitor la prima categorie, datele acumulate ne permit să concluzionăm că în perioada analizată în cadrul emisiunilor au fost discutate următoarele afecțiuni: hipertensiunea arterială, infecțiile virale, mioma și febroza chistică, alergiile, cancerul și îngrijirea paleativă, afecțiunile inimii, afecțiunile plămânilor, boli ale aparatului digestiv, intoxicația alimentară, diabetul, pietre la rinichi, afecțiunile dermatologice, hernia de disc, durerile de cap, afecțiuni ale oaselor, meningita, afecțiunile dentare, paralizia, stresul și depresia, probleme logopedice, fizioterapia, incontinența urinară. Totodată, în cadrul edițiilor s-a discutat despre următoarele activități de profilaxie: vaccinarea, controlul profilactic la medicul de familie, analizele obligatorii ce trebuie efectuate anual, beneficiile poliței de asigurare, informații despre medicamentele compensate, beneficiile carantinei, sportul, masajul terapeutic, specialități noi în domeniul medicinei, beneficiile călătoriilor, importanța îmbrăcămintei și încălțăminte, importanța respectării regimului alimentar, consumul de apă, profilaxia stresului și stărilor depresive. În categoria *Alimentația corectă și modul de viață sănătos* am inclus următoarele subiecte: beneficiile fructelor, vitamine și minerale în fructe și legume, de ce și cum consumăm corect carnea?, de ce sunt necesare produsele lactate?, mituri despre sare și zahăr, yoga ca hobby și stil de viață, despre lichidele ce le consumăm, pozițiile la somn, cum ne comportăm în sarcină, sportul și călătoriile, sedentarismul.

Concluzii

În concluzie, publicul de televiziune din Republica Moldova are acces la un spectru larg de produse televizuale pe subiecte de sănătate, cu precădere emisiuni magazin și talk-show-uri. Proiectele autohtone sunt reprezentate masiv de emisiuni, iar produsele retransmise în teritoriu constituie în majoritate talk-show-uri. Programele autohtone sunt moderate de către jurnaliști în mare parte, în timp ce emisiunile retransmise au în calitate de prezentatori doctori, cu toate acestea, studiile medicale nu constituie o condiție pentru realizarea produselor de calitate, or, emisiunile moderate de către jurnaliști specializați în domeniu sunt la fel de profesionist realizate, dovada o fac maniera de prezentare a informației, selecția subiectelor, realizarea reportajelor și formularea întrebărilor adresate experților. Aceste conținuturi de televiziune sunt utile și jurnalismul medical de televiziune poate contribui semnificativ la implementarea politicilor publice în domeniul sănătății, prin îmbunătățirea indicatorilor de sănătate în rândul populației și prin formarea culturii sănătății la nivel național.

Referințe:

1. MARCHETTI, D. Quand la santé devient médiatique. Les logiques de production de l'information dans la presse. Grenoble: Presse Universitaire de Grenoble, 2010, 191 p. ISBN 978-2706-1159-8-1.
2. ШАПОВАЛОВА, О. Какова роль СМИ в распространении информации о здоровье. 2007. <https://iq.hse.ru/more/health/kakova-rol-smi-v-rasprostranenii-informatsii-o-zdorovie> (vizitat la 12.11.2022).
3. ROMEYER, H. La santé à la télévision: émergence d'une question sociale, 2007. <https://journals.openedition.org/questionsdecommunication/7328> (vizitat la 23.12.2022).

4. L'émission qui vous rend acteur de votre sante. Création de Contenu éditorial à destination du grand public et des professionnels de santé, 2018. https://www.atout-org.com/aos2018/wp-content/uploads/2019/04/plaquette-Atout-Sante%CC%81-01_04-2.pdf (vizitat la 22.12.2022).

5. Situația demografică în anul 2021. https://statistica.gov.md/ro/situatia-demografica-in-anul-2021-9578_59440.html (vizitat la 26.12.2022).

6. MANSIER, P. (2020) La place accordée aux informations scientifiques dans les magazines de santé télévisuels. În: Les Enjeux de l'information et de la communication, 2019/2, N 20/2, pp. 43-54. <https://www.cairn.info/revue-les-enjeux-de-l-information-et-de-la-communication-2019-2-page-43.htm?ref=doi> (vizitat la 09.11.2022).

7. HART, A. Popular Health & Medical Writing for Magazines: How to Turn Current Research & Trends into Salable Feature Articles. Bloomington: iUniverse, 2005, 236 p. ISBN 978-0595351787.

Date despre autor:

Ludmila RUSNAC, doctor, conferențiar, Facultatea de Jurnalism și Științe ale Comunicării, Universitatea de Stat din Moldova.

E-mail: ludmila.rusnac@usm.md

ORCID: 0000-0001-7034-3082

Prezentat la 24.01.2023