

CZU: 654.197-051

[https://doi.org/10.59295/sum11\(01\)2023\\_20](https://doi.org/10.59295/sum11(01)2023_20)

## REPORTERUL TV CA „PROFESIONIST AL PRIVIRII”

*Dumitru ȚURCANU**Universitatea de Stat din Moldova*

Un criteriu fundamental în realizarea reportajului de televiziune este participarea nemijlocită a autorului la eveniment. Complexitatea, amploarea, profunzimea, veridicitatea, echilibrul, imparțialitatea reflectării, dar și înțelegerea acestui eveniment, depind în cea mai mare măsură de gradul de documentare a reporterului, de capacitatea, iscusința și talentul acestuia de a vedea acțiunile, personajele, actorii în toate dimensiunile spațiale, temporale, cognitiv - emotive și spectaculare ale realității, prezentată în media tv. Dihotomia reflectării realității obiective printr-o abordare subiectivă a evenimentului de către reporterul de televiziune, urmează, în temeiul rigorilor de profesionalism jurnalistic, să fie soluționată în favoarea intereselor unui public cât mai larg.

**Cuvinte-cheie:** *reportaj de televiziune, documentare, realitate obiectivă, echilibru, imparțialitate, abordare subiectivă, politică editorială, spectacol.*

### THE TV REPORTER AS A „PROFESSIONAL OF THE SIGHT”

A fundamental criterion in producing the television report is the on site participation of the author of the event. The complexity, breadth, depth, truthfulness, balance, impartiality of the reflection, but also the understanding of this event depend to the greatest extent on the degree of documentation of the reporter, of his capacity, skills and talent to see the actions, characters, actors in all spatial, temporal, cognitive-emotional and spectacular dimensions of the reality, presented in TV media. The dichotomy of reflecting the objective reality through a subjective approach to the event by the television reporter, based on the rigors of journalistic professionalism, would be resolved in favor of the interests of the widest possible audience.

**Keywords:** *television report, documentaries, objective reality, balance, impartiality, subjective approach, editorial policy, show.*

### Introducere

Printre genurile informative reportajul ocupă neîndoiește un loc aparte prin prezența la eveniment a jurnalistului, ceea ce, implicit, imprimă materialului veridicitate, autenticitate și personalizare a autorului. Un garant al succesului reportajului de televiziune este nivelul de documentare a reporterului, de „implicare” în eveniment prin înțelegerea lui, prin selectarea detaliilor, actorilor, prin capacitatea viziunii de ansamblu și de perspectivă a acestuia. Astfel, este dificil să evidențiem careva din toate cele trei etape principale în realizarea reportajului de televiziune – pre-producere, producere pe teren și post-producere, deoarece fiecare dintre ele este dominată de capacitatea, pregătirea profesională, „darul”, dacă doriți, ale reporterului de a „vedea” evenimentul. Ceea ce în următoarele rânduri identificăm ca „profesionalism al privirii”, de care depinde succesul unui asemenea produs audiovizual.

Pornind de la principiile fundamentale ale jurnalismului și criteriile de calitate și prioritățile acestui gen televizual de a aduce evenimentul la ecrane și a-l face pe consumator să-l perceapă, prin persoana reporterului, ca un adevăr, la care virtual participă și telespectatorul, cercetătorii sunt în căutarea unei formule de congruent al realității obiective cu interpretarea ei subiectivă de către jurnalist. Or, în practica televiziunilor din Republica Moldova există mai multe mostre de reportaje, care, din varii motive, demonstrează că autorii lor sunt lipsiți de acest „profesionalism al privirii”. În aceste cazuri, consumatorilor li se oferă trunchieri de evenimente, denaturări de fapte, manipulări crase sau mai camuflete, spectacole scandaloase, senzaționale, nu rareori desuete și de prost gust. Iată de ce, în viziunea noastră, este imperioasă o revigorare a abordării analitice a criteriilor de valoare a reportajului de televiziune.

### Context

La cursul *Jurnalismul de televiziune* studenții de la Facultatea de Jurnalism și Științe ale Comunicării au misiunea de a realiza, pe lângă știri și interviuri, și un reportaj, considerat pe adevărat unul dintre genurile

informative cu cel mai mare potențial mediatic prin amploarea prezentării evenimentului de către reporterul de la fața locului, prin capacitatea lui de a ne face pe noi, consumatorii produsului, să înțelegem evenimentul, să simțim atmosfera și suflul lui, transpunându-ne virtual chiar în epicentrul celor ce se întâmplă. Am analizat reportajele a trei studenți și m-am trezit cu mai multe întrebări privind fiecare material. Studentul X a ales ca temă expoziția World Press Foto. Colegul său Y a preferat Muzeul de Istorie al capitalei. Predilecția lui Z a fost mișcările de protest ale Partidului politic „Șor”, organizate pe parcursul ultimelor luni în Chișinău.

Vizionând aceste reportaje, apoi documentându-ne suplimentar, am înțeles că, în pofida eforturilor autorilor lor, ca *martori și participanți privilegiați ai evenimentelor*, de a prezenta telespectatorilor tabloul vast, integru, complet, înțeles și „personificat”, mai multe aspecte de conținut (nu ne punem sarcina în aceste rânduri să dăm apreciere imaginii) au rămas în afara atenției reporterilor.

Astfel, din reportaj noi nu am aflat că prima expoziție World Press Foto a avut loc în anul 1955 la inițiativa unui grup de fotografi olandezi (atunci ne-ar fi fost clar de ce evenimentul la Chișinău s-a bucurat de suportul Regatului Țărilor de Jos), că Moldova deja a patra oară găzduiește asemenea vernisaj, că la concurs au fost selectate lucrările a peste patru mii de fotografi din 125 de țări ale lumii, că fiecare ediție este vizitată de peste 4 milioane de oameni. Mai mult, reporterul nu a fost impresionat la concret de nici un exponat, el a văzut doar ansamblul evenimentului, partea lui oficială, fără a fi pătruns de emoțiile mesajelor fotografiilor ca să ni le transmită și nouă, telespectatorilor.

La Muzeul de istorie al capitalei au fost sincroane cu conducerea, cu ghidul, care s-au plâns și de salariile mici, și de problemele curente, fiind prezentate în galop bogatele exponate din interior. Dar aici sunt expodate, începând cu secolul XV și până în zilele noastre! Oare chiar nici unul nu a trezit interesul, curiozitatea reporterului pentru a ne povesti despre el, a ne prezenta istoria lui? De ce, de exemplu, *Turnul de apă*, unde se află muzeul, mai este numit *Castelul de apă*? De ce *foișorul de foc* sau ultimul etaj, care inițial a fost de lemn, iar după reconstrucții, mai multe la număr, este cel de azi, din piatră? Și aici au loc mai multe manifestări culturale - expoziții de carte, arte plastice și fotografii, concerte și demonstrații de filme? Câte lucruri, detalii, istorii muzeistice interesante, momente de cultură, educative așa și nu s-au bucurat de *privirea* reporterului?! Și au rămas necunoscute pentru noi, telespectatorii.

Pentru studentul Z erau deja mai multe mostre de inspirație/imitare, deoarece manifestările de protest erau reflectate de mass-media, inclusiv audiovizuale, pe parcursul mai multor săptămâni. Era salutară prezența activă a acestuia în mijlocul mulțimii, foarte diferită după structură socială și vârstă, ocupații și intelect, după locul de trai sau apartenență la formațiune, foarte diversă după interese. Dar reporterul vedea doar particularul, fără a ajunge la conștientizarea generalului, fără a vedea în ansamblu evenimentul, fără a înțelege (cel puțin nu a reușit s-o exprime și pentru telespectatori) logica, geneza, anatomia, dinamica, perspectivele acțiunilor de protest. Au fost câteva sincroane ale participanților și atât. Au lipsit lozincile protestatarilor, reacția autorităților, opiniile altor forțe, atât de dispersate de la noi din țară. „Privind” la eveniment, reporterul în spatele copacilor nu a văzut pădurea. Exemplele prezentate mai sus, dar nu numai, ne-au sugerat titlul de față și ne-au îndemnat la dezvăluirea lui.

Reporterul (ca și scriitorul, de altfel) este, în viziunea lui E. Hemingway, un „profesionist al privirii”. Este, însă, o privire care nu trece dincolo de atenție, de înregistrarea neutră, neimplicată emoțional și moral. *Majoritatea oamenilor nu ascultă niciodată. Nici nu observă. Ar trebui să poți intra într-o cameră și, odată ieșit, să știi tot ce ai văzut acolo și nu numai atât*, accentua E. Hemingway [1, p.27]. Pentru jurnalist, la modul general, și reporterul de știri, la particular, această calitate se impune drept unul din criteriile fundamentale ale profesionalismului. Pornim de la faptul că reportajul de televiziune (și nu numai de televiziune!) este „o pasăre rară”. Iar, în viziunea noastră, în zilele de azi un reportaj „bun” este și mai rar întâlnit. Calitatea unui reportaj depinde de mai mulți factori, dar, bineînțeles, în primul rând, de prestația reporterului, de pregătirea, experiența, de capacitatea, harul – și de ce nu – de talentul său de a *privi* evenimentul și de *a-l vedea*, a-l înțelege și a-l concepe în toată complexitatea acestuia - în ansamblu și în detalii. Michel Voirol, jurnalist și profesor francez, autorul cărților *Ghid de scriere*, *Ghid de redactare*, *Barbarie și companie*, *Anglicisme și Anglomania*, s-a pronunțat categoric privind calitățile unui reporter. *Sunt oameni, care nu sunt făcuți să fie reporteri. Ei nu vor găsi niciodată apă în mare. Îi trimiți să facă un reportaj în uzină, iar ei se întorc cu raportul financiar și cu catalogul de mașini* [2, pp. 390-391].

Vorbind despre reporter ca profesionist, cel care *a privit* la eveniment prin prisma tuturor rigorilor de documentare, ne întrebăm dacă poate el să aprecieze în mod obiectiv starea de lucruri la fața locului? Să nu uităm, că, de cele mai multe ori, reporterul, împreună cu echipa, se află sub presiunea mai multor factori. Este *factorul timpului*, dictat fie de durata limitată a evenimentului, fie de spațiul reglementat de vremea apariției pe post a televizorului.

Un alt factor, nu mai puțin important, este cel *al actorilor*, implicați (direct sau indirect, actuali sau cei care stau la temelia acestor acțiuni, prezenți sau din umbră etc.) în eveniment. Reporterul, fie în perioada de pre-documentare (lucru salutar în orice situații), fie la etapa muncii pe teren, trebuie să se documenteze despre figuranții de bază și cei din culise ai evenimentului. Un „profesionist al privirii” în aceste situații poate fi doar reporterul cu profunde cunoștințe despre actori (istorie, evoluție, biografie, studii, carieră, contacte, creștere și decădere, viziuni, aliați și adversari, prieteni și dușmani, concepții, doctrine, relațiile cu puterea sau opoziția, afilierea la grupări social - politice sau ong-iste etc.), cu o experiență semnificativă de relații cu un număr cât mai mare de persoane, într-un fel sau altul, implicate ori atrase la eveniment. Practic în orice situații de alegere a actorilor și de modul de prezentare a opiniilor lor în reportaj depinde natura, esența, potențialul social-politic, educativ-mobilizator și emotiv-persuasiv al mesajului.

În ultimul său roman *Numărul zero* (2015) cunoscutul filozof, sociolog și scriitor italian Umberto Eco, descriind activitatea jurnaliștilor, antrenați în producerea unui ziar simulat, fantomă, prezintă următoarea situație. La prăbușirea unui viaduct un automobil a căzut de la înălțime și conducătorul acestuia a decedat. Jurnalistul, organizând materialul, apelează la două surse - martori. Unul, Rossi, proprietarul unei gherete din preajmă, declară: „Păcat, nu i-a mers sărmanului. Ce să-i faci, așa i-a fost soarta”. A doua sursă a fost Bianchi, un muncitor de la un șantier de construcție de lângă viaduct. El spune: „Este vinovată direcția municipală. Demult se știe că acest viaduct are probleme”. Formal, în material sunt prezente două surse, deci, reporterul nu poate fi acuzat că a încălcat principiul echidistanței, imparțialității. Dar consumatorul acestui mediaprodukt mai degrabă se asociază cu ultimul martor, care indică concret la vinovatul pentru acest accident [3, p. 8]. Aceasta în cazul când declarațiile celor doi sunt incluse în produsul media în ordinea anunțată. Dacă ultimul ar fi Rossi, apoi efectul poate fi diferit.

Asupra modului de „a privi” evenimentul poate influența și *factorul locului* desfășurării evenimentului. Un reportaj de la ceremonia de depunere a jurământului de către membrii guvernului la reședința Președinției, care se desfășoară în temeiul unui protocol, stipulat de lege, predispune, în viziunea noastră, o posibilitate mai redusă de apreciere din partea reporterului, de evaluare a evenimentului. Deși, analizând garnitura noului executiv, cunoscând mai multe detalii despre activitatea din trecut a celor investiți, reporterul poate să extindă „înțelegerea” discursurilor lor. O altă situație ar fi la pregătirea unui reportaj de la manifestările Zilei Europei în Republica Moldova, unde capacitatea „privirii” reporterului ar scoate în evidență nu doar numărul, componența, afilierea politică a participanților, „culoarea” lor partinică, nivelul de organizare, participarea oficialilor naționali și reprezentanților misiunilor diplomatice, prezența societății civile, conținutul mesajelor – pro și contra, dar și anumite detalii semnificative din discursurile puterii și opoziției referitoare la vectorul european al țării. Absolut este neclară încercarea unor reporteri de a minimaliza sau chiar a anihila importanța unui sau altui eveniment prin încercarea de a „ataca” actorii cu întrebări categoric străine locului, naturii, tematicii evenimentului. Cum ar fi, de exemplu, întrebările corespondenților referitoare la corupție, tarifele majorate la serviciile comunale, reținerea anumitor actori politici de către organele de drept, conflicte, scandaluri senzaționale, adresate persoanelor publice la asemenea evenimente, cum ar fi Ziua Poeziei pe Aleea Clasicilor sau manifestările la Complexul Memorial „Eternitate” din Chișinău.

În linii mari am menționat anterior despre capacitatea reporterului de „a privi” evenimentul nu izolat, ci în contextul unui șir întreg de circumstanțe. Un eveniment social-politic, cultural, regional, național sau internațional nu poate fi examinat fragmentar, separat de alte evenimente similare sau apropiate temporar sau spațial după obiective, conținut, esență, mijloace de realizare, actori, și, nu rareori, prin scenariu. Iată de ce un obiectiv al „privirii” reporterului este *factorul contextului* evenimentului, încadrarea lui într-un sistem de scopuri, mijloace, criterii și perspective. Perceperea acestor momente esențiale în procesul „privirii” reporterului garantează o reflectare mai profundă, amplă, exhaustivă, logică și emotivă a realității.

Dar, este liber jurnalistul în procesul de „privire” a evenimentului? Devine clar că pentru a-și menține independența și integritatea în procesul de documentare, ca rezultat al „privirii”, a conceperii obiective a realității anume reporterul „trebuie să-și asume responsabilitatea 1) în alegerea conținutului și documentarea lui 2) pentru perceperea și verificarea lui. Dar perceperea niciodată nu poate fi reflectorie, mecanică, pasivă” [4, p. 66]. Și aici apare momentul cel mai important, discutat pe larg în literatura la această temă. Raportul dintre *obiectivitate* și *subiectivitate*, dintre real și spectacular în realizarea reportajului de televiziune. Cum de respectat echilibrul dintre obiectivitatea posibilă și subiectivitatea inevitabilă? Or, misiunea reportajului de televiziune este nu doar informarea, înțelegerea evenimentului, dar și spectacularizarea lui, ceea ce invocă actul de interpretare a jurnalistului, emoțiile și trăirile lui la fața locului, sentimentele de coparticipare la tot ce se întâmplă în realitate.

În lucrarea sa fundamentală *Jurnalistul universal* David Randal accentua rolul primar, fundamental al reporterului. „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” [5, p. 27]. Scopul acestor „căutări” este să descopere adevărul. „Nu există reportaj fără adevăr”, afirmă Radu Ciobotea [1, p. 78]. Dar calea spre adevăr a reporterului nu este deloc ușoară, netedă, lustruită, acoperită de flori. Ea este anevoioasă, plină de riscuri și încercări înșelătoare, nu rareori cu nebănuite surprize, care într-o clipă răstoarnă tot ce a crezut până la moment reporterul despre oameni și eveniment.

În acest sens, există o mulțime de exemple, când jurnaliști din alte țări, inclusiv România, care vin să realizeze reportaje și documentare despre Republica Moldova și realitățile de la noi, le descoperă totalmente altfel, decât și le închipuiau sau erau pregătiți să le vadă. La temă am putea să ne amintim de o legendă despre prorocul Mahomed. Ajuns într-un sat cu predicile sale, Mahomed trimite unul dintre însoțitori să afle care sunt spiritele în rândul locuitorilor. Revenind, trimisul spune că lumea este rea și orientată ostil împotriva prorocului. Mahomed i-a dat dreptate. Apoi l-a trimis pe cel de-al doilea cu aceeași misiune și acesta, la întoarcere, spune că întreaga comunitate îl așteaptă pe proroc cu bucurie. Mahomed i-a dat dreptate și celui de-al doilea. Atunci, ambii rămân nedumeriți. La care prorocul spune că fiecare a văzut ceea ce a dorit să vadă. Și le-a explicat: *Fiecare vede lumea așa cum se așteaptă să fie. De ce ar trebui să resping pe cei doi oameni? Unul vede răul, iar celălalt binele. Ai putea să spui că unul din ei greșește? Nu sunt oamenii, de aici și de oriunde, buni și răi în același timp? Niciunul din acei doi oameni nu a spus ceva greșit, doar ceva incomplet.*

Deci, cum ar trebui să vadă evenimentele reale un reporter? De ce depinde acest „profesionalism al privirii”? Poate, oare, persoana respectivă să „vadă” evenimentul „în moduri diferite” – într-un fel ca individ obișnuit și altfel - ca reprezentant al profesiei, ca împuternicit al serviciului de televiziune, ca ambasador plenipotențiar al publicului telespectator, care este foarte divers, contradictoriu în viziunile sale asupra realității? Desigur, în cazul reporterului acesta nu poate fi liber în prezentarea realității, în aprecierea ei. El este constrâns de exigențele unui nivel înalt de profesionalism, de posedarea tehnicilor de documentare, de experiența de a vedea și a înțelege oamenii și evenimentele dincolo de realitatea lor aparentă. Este vorba „despre modul său de a absorbi realitatea înconjurătoare, de a se lăsa impregnat de ea până la cele mai mici detalii, pentru a o reconstrui apoi, altfel și totuși identică, parcă mai „adevărată” decât fusese ea înainte de a se întâlni cu **privirea reporterului**” (subl. noastră) [1, p. 78]. Astfel, privirea reporterului trebuie „să caute” în mulțimea de fapte, date, persoane, relații, situații și conflicte, cauze și consecințe, să vadă și să identifice versiunea cea mai apropiată de realitate, de adevăr. Adevărul, drept o categorie filozofică, „desemnează concordanța cunoștințelor cu obiectul lor, în opoziție cu falsul, care exprimă oglinda denaturată a realității...” *Shorter Oxford English Dictionary* califică adevărul drept „conformitate cu faptele, concordanță cu realitatea” [6, p. 17]. În politicile lor editoriale, în codurile de etică și conduită majoritatea covârșitoare a serviciilor media, inclusiv televizuale, declară adevărul, principiile obiectivității în prezentarea evenimentelor drept piatră de căpătâi a activității lor.

Încă în anul 1933 ziarul *Washington Post* și-a formulat principiile de activitate, „crezul” publicației vis-a-vis de adevăr: „Prima misiune a unui ziar este să spună adevărul, cât de repede poate fi demonstrat. Ziarul va spune tot adevărul, câtă vreme îl poate afla, privitor la problemele importante ale Americii și ale lumii. Răspândind informația, ziarul trebuie să fie atent la decență, care este obligatorie pentru orice gentleman.

Ceea ce tipărește trebuie să-l intereseze și pe tânăr, și pe vârstnic. Datoria ziarului este față de cititorii lui și față de public în general, nu față de interesele particulare sau față de interesele patronului ziarului. În căutarea adevărului, ziarul va fi pregătit să facă sacrificii materiale, dacă este necesar pentru binele public. Ziarul nu va fi aliatul nici unui interes special, dar va fi onest și liber, urmărind binele public în investigarea problemelor publice și ale persoanelor publice” [2, p. 26].

Procesul „privirii” asupra realității, în sens mai larg, și, în particular, a evenimentului - obiect de reflectare televizuală de către reporter, include în sine, drept un criteriu incontestabil al profesionalismului acestuia, activitatea de documentare. Conținutul documentării este fixat și completat de mai multe surse privind realizarea reportajului de televiziune. Ea „are drept scop nu doar consemnarea unor informații și replici, ci mai ales înțelegerea unor adevăruri despre oameni și împrejurări. Adeseori, a unor adevăruri, pe care chiar cei intervievați le ignoră. Un reportaj „de eveniment” este „adevărat” în măsura în care merge dincolo de eveniment. Un reportaj portret este „adevărat” în măsura în care trece dincolo de chip și de ceea ce interlocutorul credea, până atunci, despre el însuși” [1, p. 77]. A prezenta adevărul unui eveniment, acțiuni, întâmplări înseamnă a aborda în mod „obiectiv” toate aspectele, nuanțele, detaliile, mai mult sau mai puțin cunoscute publicului sau camuflete, dosite din varii motive și interese de către autorități. A fi obiectiv înseamnă a constata cu exactitate natura evenimentului, a prezenta mersul lui, istoria și actorii celor întâmplări și a nu lua anumite atitudini, a da careva aprecieri, deci, a nu fi părtinitor. În jurnalismul de informare, accentua prof. Georgeta Stepanov, „obiectivismul se obține prin simpla oferire de informații, care trebuie transmise oamenilor, astfel încât ei singuri să tragă anumite concluzii și să ia deciziile cunoscute, dar nu să îi împingă spre a lua o anumită decizie. În jurnalismul analitic, obiectivismul se obține prin separarea informației de opinie, adică prin enunțarea faptului că jurnalistul pune în circuit un anumit punct de vedere, dar nu o informație factologică. Nerespectarea acestui principiu duce la confuzie și neînțelegeri, subminează calitatea produsului jurnalistic și diminuează credibilitatea jurnaliștilor” [7, p. 85].

În literatura de specialitate destul de frecvent se pune semn de egalitate între termenii obiectivitate și echilibru. Astfel, în articolul său Știrile TV: în căutarea echilibrului corect? Andrew Goodwin de la Catedra Arta Comunicării prin Mass-media, Universitatea de Stat din San Francisco, scrie că „Posturile de emisie înlocuiesc adeseori termenul de „echilibru” cu cel de „obiectivitate”. Acest termen implică în mod inteligent faptul că în timp ce s-ar putea ca obiectivitatea să nu fie posibilă, cel puțin gama de interpretări posibile este destul de bine reprezentată. Conform regulilor echilibrului, ambele sau toate părțile dintr-un conflict merită o audiere echitabilă în cadrul transmiterii știrilor” [8, pp. 67-68]. Acest subiect s-a bucurat, în alte rânduri, și de atenția subsemnatului [9, pp. 7-10].

Caracterul specific al reportajului de televiziune constă în faptul, după cum remarcă cercetătoarea M. Graciova, că, pe de o parte el „este apropiat la maximum de realitatea obiectivă și, astfel, în esență este obiectiv. În același timp, în prim-plan, apare perceperea subiectivă a evenimentului de către reporter, care este martor și participant la acțiunile reflectate” [10, p. 326]. Neîndoielnic, un „profesionist al privirii” vede, înțelege și prezintă telespectatorilor realitatea în amploarea și complexitatea ei, străduindu-se să mențină un „echilibru” posibil al opiniilor, al pozițiilor celor implicați în eveniment. În primul rând, aceasta se referă la conflictul în eveniment. Conflictele militare sau sociale, crizele economice sau financiare, protestele antiguvernamentale, mișcările ecologiștilor, cât și diferite catastrofe, accidente, situații tragice etc., cu alte cuvinte, negativul trezesc întotdeauna un interes sporit din partea consumatorilor și, respectiv, constituie un câmp atractiv, magnetic, am spune, pentru reporteri. În acest sens, cercetătorii britanici T. Harcup și D. O’Neill au analizat „valoarea mediatică” a știrilor din 10 publicații naționale în baza a zece criterii de bază (negativul, tragicul, noutățile proaste (1); ineditul (2); divertismentul (3); continuitatea evenimentului (4); autoritățile publice (5); importanța evenimentului pentru public (6); pragul - amploarea evenimentului (7); personalitățile (8); noutățile pozitive (9); noutăți din agenda editorială (10)). Din 711 materiale analizate în aceste publicații 442 au avut drept pretext informațional negativul, tragicul sau știrile proaste și doar 137 s-au bazat pe noutăți pozitive [11]. Produsul jurnalistic s-a aflat întotdeauna între „*nicovală* obiectivității și *ciocanul* subiectivității”. În primele decenii ale secolului trecut în media din SUA era promovată insistent principiul „reportajului obiectiv”, care excludea din start prezența opiniei sau judecății de valoare a autorului asupra evenimentului. Sarcina jurnalistului era de a prezenta „telegrafic” faptele, evenimentele,

fără „personificarea” atmosferei sau actorilor. În același timp, promotorul teoriei obiectivismului în mass-media, politologul, sociologul și jurnalistul american Walter Lippmann (1920) atrăgea atenția că „una și aceeași istorie este înțeleasă, pentru toți care o ascultă, în mod diferit. Fiecare o concepe sub unghiul său de vedere, reacționează la ea în felul său, manifestându-și propriile emoții”. Iar aceste emoții, sublinia autorul, „sunt determinate de interesele individuale”. Deși consumatorului media îi vine foarte greu să-și conștientizeze interesele în volumul imens de informații, conchide W. Lippmann [12].

Aici putem accentua că este vorba atât de interesele individuale ale reporterului, subordonate, ca profesionist, politicii editoriale a postului, care „îl impune să vadă evenimentul” într-un anumit mod, cât și de interesele publicului dispersat, variat, multicolor, care așteaptă să vadă acest eveniment așa cum și-l dorește el. În cazul când reporterul reușește să prezinte mai multe puncte de vedere la eveniment, atunci el nu poate fi acuzat de lipsă de imparțialitate. „Părtinirea”, scrie A. Goodwin, nu este opusă „adevărului”. Orice reportaj din cadrul știrilor implică un punct de vedere – în selectarea evenimentelor, la plasarea camerelor de luat vederi, alegerea ambianței, alegerea celor intervievați, limbajul și tonul folosit de reporteri și de prezentatori. Adevărata problemă este faptul dacă gama părtinirilor reprezentate este echilibrată. Cu alte cuvinte, este relevantă corespunzător gama de puncte de vedere ale telespectatorilor?” [8, p. 79]. Când, însă, vorbim despre reporterul care, prin prezența sa, nu numai vede și constată ce se produce la eveniment, la fața locului, dar și, străduindu-se să ne transmită nouă, telespectatorilor, esența, semnificația, „anatomia” acestui eveniment, înțelegerea și conceptualizarea lui, mai mult, propune anumite soluții, expune anumite viziuni privind natura, locul acestuia în contextul social - politic național/ internațional și posibilele lui perspective și consecințe, atunci el „crește din cămașa cronicarului” și devine un coautor al evenimentului, prezentându-i varianta virtuală, uneori, prin potențialul ei spectacular, departe de imaginea obiectivă a realității.

Practic în toate studiile referitoare la reportajul de televiziune, la obiectivele și funcțiile sale, se accentuează caracterul său spectacular. Datorită imaginii televizuale consumatorul ei devine coparticipant al evenimentului. „Televiziunea, remarca Marshall McLuhan, este, mai mult ca orice, o extensie a simțului tactic, cel care implică o interacțiune maximă a simțurilor” [13, p. 425], subliniind în continuare că „chiar mai mult decât cea iconică, este o extensie a simțului tactic” [13, p. 427]. Astfel, imaginile de pe câmpul de luptă fac telespectatorul, involuntar, să se ferească de exploziile obuzelor, să sufere alături de cei răniți, să fie îndurerat de disperarea bătrânilor, care au rămas fără adăpost în urma bombardamentelor, să-și manifeste reacția firească de a se încadra în echipele de salvatori pentru a elibera victimele de sub ruine în urma prăbușirii clădirii. Spre deosebire de presă, film și chiar radio, menționa sociologul canadian, care „reprezintă doar dispozitive de împachetare a informației pentru consumatori”, puterea televiziunii este de a „investi un eveniment cu caracterul participării corporative”, de „a implica toată populația într-un proces ritual” [13, p. 429].

Reporterul sosit la eveniment nu doar „vede” spectacolul acestuia. El în produsul său mediatic construiește realitatea în așa mod încât ea să satisfacă interesul, curiozitatea, aspirația spre senzational a publicului. Revenind la cele pomenite anterior despre neomogenitatea publicului, segmentarea lui după interese, poziții, convingeri, atitudini, concepții, preferințe, gusturi etc., un reporter profesionist urmează să „vadă” toate aspectele și nuanțele evenimentului. În caz contrar, la proteste va identifica doar participanții în etate sau în stare de ebrietate și nu va fixa acțiunile violente, ilegale ale organelor de drept. În reportajul despre insuficiența pâinii sociale la magazine va intervieva doar cumpărătorii indignați și nu va afla opiniile vânzătorilor, responsabililor de la fabricile de panificație și autorităților publice. În cazul unei epidemii la instituțiile de educație se va limita la reacția părinților și cadrelor didactice, fără a prezenta opinia competentă a reprezentanților din sistemul de ocrotire a sănătății. De cele mai multe ori, în aceste cazuri, consumatorii media, pentru a afla adevărul (sau, cel puțin, o informație diversă, mai completă) sunt nevoiți să butoneze și alte servicii de televiziune, care prezintă opinii diferite. Pornind de la tratarea subiectivă a evenimentului, reporterul va căuta și va vedea în el acele fapte, nuanțe, acțiuni, manifestări, care sunt în concordanță cu conceperea sa despre realitate, va selecta doar acele personaje și opinii, la care se aliniază propriile sale concepții și convingeri despre viață. În audiovizualul moldovenesc o amprentă puternică asupra capacității de a privi realitatea o are dictatul politicii editoriale a serviciului respectiv. Astfel, principiul „un text - o poziție” determină gama diferită, uneori contradictorie, adversă în reflectarea de către jurnaliști a evenimentelor. Evident, în acest caz, nu putem vorbi despre o abordare nepărtinitoare a realității.

Cunoscutul documentarist rus D. Vertov, formulând teoria „filmul - ochii” menționa că produsul cinematografic este un „extract al observării vizuale”, că realitatea în non-ficțiune poate fi prezentată fără participarea scenaristului (în cazul nostru, al reporterului), doar datorită iscusinței și măiestriei operatorului [14]. Era adevărat în cazul filmului mut, este actual și în zilele noastre, când vorbim despre crearea imaginii în reportajul de televiziune, în special în varianta *no comment*. Dar rolul reporterului este nu de a „dubla” mesajul vizual, realizat de operator și editorul de imagine, care ne prezintă *ce* se întâmplă, *unde* are loc evenimentul și *cine* participă la acțiunea dată. Reporterul urmează să „vadă” evenimentul în ansamblu, să transmită consumatorilor semnificația publică, socială și potențialele lui consecințe. Prin participarea lui directă pe teren reporterul „înțelege” evenimentul și, astfel, îi acordă veridicitate, convinge publicul de adevărul celor întâmplate, sensibilizează telespectatorul, îl seduce, exercită o forță persuasivă asupra acestuia. În acest scop autorul reportajului va încerca să „reproducă” evenimentul, prin reliefaarea sau inventarea aspectelor spectaculare, senzaționale ale acestuia. Astfel, va realiza stand-up-uri, selectând situații, imagini, planuri, care ar întregi mesajul spectacular, de show al evenimentului, modelând, actoricește, ținuta, mimica, vocea și intonația, încercând să transmită publicului propria impresie, senzație, percepere a evenimentului. Dar, în acest caz, intenționat sau din lipsă de profesionalism reporterul, căutând în eveniment spectacolul, îl va priva pe telespectator de cunoașterea și înțelegerea acțiunii în toată complexitatea, profunzimea și amploarea ei. Astfel, prezentarea spectacolului va înainta un mare semn de întrebare „profesionalismului privirii”. Or, rămâne incontestabil faptul că un criteriu fundamental al profesionalismului în reportajul de televiziune este *vederea și conceperea* realității ca un întreg cu două forme de manifestare a lui - *Ce și Cum*. *Ce* se vede și *Cum* se vede...

În reportaje autorii, în goana după conflict, senzații, scandaluri, negativism, deseori se reprezintă pe sine și astfel acest lucru devine eveniment. Deseori ei solicită opiniile unor persoane sau persoanele vin / se impun spre mass-media cu opiniile lor ca ulterior să *facă eveniment* din aceste declarații sau opinii. Astfel, o opinie a unui fost deputat despre funcționarea nelegitimă a Combinatului metalurgic din Râbnîța, o declarație a șefului SIS despre un posibil atac al Federației Ruse asupra Republicii Moldova, prognozele (neargumentate) ale unui expert privind rata amețitoare a inflației în următoarele luni, schimbul sistematic de replici acide pe rețelele de socializare ale unor persoane publice din tabere politice diferite sunt preluate cu ușurință, dar și cu mai puțină documentare, de către jurnaliști în realizarea produsului televizual. Realmente, în aceste cazuri, nu este vorba de vre-un eveniment oarecare, el nu ar fi avut loc, dacă actorii nu se plasau în fluxul mediatic. Viața este prezentată la ecrane prin imaginea pseudo-reală a ei. În asemenea cazuri nu mai putem vorbi despre un „profesionalism al privirii”. De ansamblu și particular.

### Concluzii

Exemplele și ideile, expuse în paginile de mai sus, vin, în opinia noastră, în susținerea imperativă a criteriului de documentare fundamentală în procesul de realizare a reportajului de televiziune (1) și a profesionalismului jurnalistului de a *privi* evenimentul (2), bazat pe erudiție, experiență și talent. În cazul reportajului de televiziune, menit să transfere consumatorul în vârtoarea evenimentului, să-l facă martor și participant virtual al acțiunilor în derulare, să se implice emoțional în spectacolul, „prins” de camera de luat vederi, rolul jurnalistului este de a-l ghida și a-l face să înțeleagă profund ce se întâmplă la fața locului. Pe de o parte, în calitatea sa de „cronicar” al vremii, reporterul, reprezentant plenipotențiar al serviciului mediatic, trebuie să prezinte în mod obiectiv realitatea, adevărul, multitudinea de opinii, dispoziții de la eveniment. În același timp, ca participant nemijlocit al evenimentului, al naturii sale spectaculare, reporterul nu poate să rămână pasiv, rece, indiferent, emotiv steril la ceea ce se întâmplă pe teren. De aici și dificultatea, dar și responsabilitatea reporterului în fața telespectatorului de a prezenta evenimentul emotiv-veridic, demonstrând că este un adevărat „profesionist al privirii”.

### Referințe:

1. CIOBOTEA, R. *Reportajul. Tehnici de redactare*. Chișinău: Cartier, 2012. 224 p. ISBN 978-9975-79-795-5.
2. POPESCU, C. F. *Dicționar de jurnalism, relații publice și publicitate*. București: Editura NICULESCU, 2007, 656 p. ISBN 978-973-155-9.
3. ECO, U. *Numărul zero*. [http://loveread.ec/read\\_book.php?id=48217&p=1](http://loveread.ec/read_book.php?id=48217&p=1) (vizitat la 08.12.2022).

4. МАЛЫЦЕВА, С. Г. Проблема моральной свободы в журналистском творчестве. Материалы 59-го международного научного форума 9–12 ноября 2020 г. Том 3 Санкт Петербургский государственный университет. [http://jf.spbu.ru/upload/files/file\\_1429795426\\_6762.pdf](http://jf.spbu.ru/upload/files/file_1429795426_6762.pdf) (vizitat la 13.11.2022).
5. RANDAL, D. *Jurnalul universal*. Iași: Polirom, 2007. <https://ru.scribd.com/document/339802641> (vizitat la 22.11.2022).
6. FLEW, A. *Dicționar de filozofie și logică*. Ediția II. București: Humanitas, 1999. ISBN 973-28D9663.
7. STEPANOV, G. Bazele jurnalismului. Chișinău: CEP USM Chișinău, 2018. ISBN 978-9975-142-74-8.
8. GOODWIN, A. Știrile TV: în căutarea echilibrului corect? În *Televiziunea pe înțelesul tuturor*/ed.: Andrew Goodwin, Garry Whannel. Iași: Institutul European, 2004. ISBN 973-611-315-9.
9. ȚURCANU, D. Despre obiectivitate/ echilibru în audiovizualul național. Conferința „Integrare prin cercetare și inovare” Rezumate ale comunicărilor, Chișinău, Moldova, 7-8 noiembrie 2019, Vol. 2 pp.7-10. Chișinău: CEP USM, 2019. ISBN 978-9975-149-51-8. CZU: 082:378(478-25)=00 I-58
10. ГРАЧЕВА, М. О. Телерепортаж как вид журналистского дискурса. <https://cyberleninka.ru/article/n/telereportazh-kak-vid-zhurnalistskogo-diskursa> (vizitat la 02.12.2022).
11. КОЛЕСНИЧЕНКО, А. В. Критерии отбора новостей в современных российских СМИ//Медиаскоп, 2018, Вып. 3. <http://www.mediascope.ru/2467> (vizitat la 12.12.2022).
12. Теория формирования общественного мнения. <https://www.referat911.ru/Sociologiya/teoriya-formirovaniya-obshhestvennogo-mneniya-u/29336-1257537-place1.html>. (vizitat la 12.12.2022).
13. McLuhan, M. *Să înțelegem media. Extensiile omului*. București: Curtea Veche Publishing, 2011. ISBN 978-973-669-748-7.
14. ВЕРТОВ, Д. Первая пощечина художественной кинематографии. <https://chapaev.media/articles/9749> (vizitat la 11.12.2022).

**Date despre autor:**

**Dumitru ȚURCANU**, doctor, conferențiar universitar, Facultatea de Jurnalism și Științe ale Comunicării, Universitatea de Stat din Moldova.

**E-mail:** turcanu.dumitru1950@gmail.com

**ORCID:**0000-0002-6620-8002

*Prezentat la 16.01.2023*