

POLIVALENȚA OFERTEI DE PROGRAM A INSTITUȚIEI PUBLICE AUDIOVIZUALE**Boris PARFENTIEV***Catedra Jurnalism*

In the present article the author makes an attempt to find out the basic principles laying on the basis of public TV broadcaster activity, the main principles of the program offer specific to this type of television, adjusted to realities of the public TV Moldova 1. Also one emphasizes the necessity to establish the strategic plan that would contain directions of institution's development, its mission and place in the Moldovan media landscape.

A model of the editorial policy is proposed that can be promoted by the Public TV Moldova 1 especially mentioning the importance of dissemination of general educational values, active involvement in the problems of the society, protection of the national cultural values, as well as broadcasting the best European and world TV cultural programs, program exchange that would bring to the enrichment of both parts involved.

The concrete advices are offered to improve TV Moldova 1 programming according to requirements of foreign public broadcasters.

Pentru început vom evoca unele din principiile esențiale ce stau la baza activității Serviciului public al audiovizualului, a cărui politică editorială reiese din cerințe obligatorii și unice față de o instituție publică a audiovizualului.

Serviciul public al audiovizualului:

- este creat pentru public, pentru întreaga populație a țării, de a cărei deservire este responsabil;
- trebuie să ofere programe din domeniile informației, divertismentului și educației pentru toate persoanele de toate vârstele și grupurile sociale;
- joacă un rol activ în prezentarea și promovarea culturii naționale, precum și în sporirea percepției și cunoașterii de către populație a culturilor străine și, în special, a celor europene;
- trebuie să includă în grila de programe atât emisiuni de interes major pentru largi sectoare (categorii) ale populației, cât și programe ce satisfac interese speciale din sectoare minoritare;
- servește ca un punct de referință pentru toți membrii publicului și constituie un factor de coeziune socială și de integrare a tuturor indivizilor, grupurilor și comunităților;
- evită toate formele de discriminare, ocolește senzaționalismul, utilizează standarde etice înalte și promovează valorile civice și ideea responsabilității individuale în cadrul societății;
- prezintă un forum pentru dezbaterile în public unde pot fi exprimate un spectru cât mai larg de opinii și viziuni;
- reflectează diferite idei filosofice și convingeri religioase din societate în vederea consolidării acordului social mutual și a toleranței și promovării relațiilor comunitare în societățile multiculturale;
- oferă o informație independentă și echidistantă în programele sale, capabile să câștige încrederea audienței și să devină punct de referință pe piața informațională;
- trebuie să răspundă standardelor profesionale înalte în ceea ce privește conținutul, calitatea producției, maniera de prezentare;
- asigură ca întreaga populație să aibă acces la evenimentele de interes public general, inclusiv evenimentele sportive;
- sprijină valorile de bază ale societății democratice, în special respectul pentru drepturile omului, cultură și pluralism politic;
- reprezentând o oază a credibilității, contribuie în mod major la formarea unui cetățean cu adevărat bine informat, care este o condiție absolut necesară și *sine qua non* de funcționare a unei democrații sănătoase.

Democrația începe cu cetățenii, iar fără cetățeni bine informați nu poate să existe o democrație adevărată.

Încă o condiție obligatorie: serviciul public al audiovizualului trebuie să fie *independent editorial și autonom instituțional* față de așa elemente (structuri) sociale ca guvernul, parlamentul, președinția, partidele politice sau oricare alt grup de interes privat.

Ce cuprinde sintagma „independență editorială și autonomie instituțională”? Expus într-o formă concisă, răspunsul ar fi următorul:

- ✓ elaborarea grilelor de programe;
- ✓ conceperea și producerea programelor;
- ✓ redactarea și prezentarea știrilor și programelor analitice;
- ✓ organizarea activității serviciului;
- ✓ racolarea, angajarea și administrarea personalului în cadrul serviciului;
- ✓ procurarea, închirierea, vânzarea și utilizarea bunurilor și serviciilor;
- ✓ girarea resurselor financiare;
- ✓ elaborarea și executarea bugetului;
- ✓ negocierea, elaborarea și semnarea documentelor juridice cu privire la funcționarea serviciului;
- ✓ reprezentarea serviciului în proceduri juridice, precum și în relația cu părți terțe.

Pentru trasarea politicilor editoriale, în cazul TV Moldova 1, astăzi exista o necesitate imperioasă în ceea ce privește elaborarea unui *Plan strategic conceptual*, care ar indica direcțiile de mișcare a instituției, plan trasat de editorii Companiei, preocupați de edificarea politicilor editoriale, de planificarea activității organizației și în care vor fi prefigurate evaluările privind poziția și rolul ei în câmpul audiovizualului național, raportul de forțe cu posturile concurente, locul râvnit în arealul mass-media electronice, coordonatele sale de bază... În favoarea necesității unui astfel de plan vin și următoarele rânduri din Raportul de activitate al TVR pentru anul 2006:

„Trebuie să ne întrebăm: în ce direcție va merge Televiziunea? Cum va arăta peste 10 ani? Care sunt directivele de perspectivă?

Dincolo de obiectivele punctate pentru fiecare an, este esențial să ne gândim la continuitatea unei viziuni în ceea ce privește viitorul televiziunii publice... Credem că eșecurile sau crizele care au existat în trecut au fost posibile în lipsa unei strategii coerente și concrete privind viitorul apropiat și mediu”[1].

Promptitudinea cu care se reacționează la anumite tendințe de activitate a audiovizualului de pe mapamond este o altă caracteristică importantă a unei instituții moderne de domeniu. Este nevoie de elaborări care să ghideze eforturile de promovare a celor mai reușite modele de activitate.

Este important să se evalueze atât capacitățile, cât și vulnerabilitățile propriei instituții, dar și ale concurenților săi. Altminteri costul poate fi mare – pierderea audienței în favoarea concurenților.

Pentru a ajunge în vârful piramidei, în fruntea topului, este nevoie de un efort deosebit și de consecvență atât din partea managementului instituției, cât și a celor ce muncesc nemijlocit la realizarea programelor – echipele de creație. Astăzi, însă, TV Moldova 1 la mai mulți indicatori nu este în fruntea topului. Spre exemplu, în urma investigațiilor sociologice efectuate de organizația de resort TNS-CSOP în luna mai 2007 s-a constatat că cea mai vizionată emisiune a canalului – „Mesagerul” – pierde în fața știrilor de la PRO TV Chișinău [2].

„Cetățeanul Republicii Moldova rămâne în principiu neinformați, realitățile politice în ansamblu sau la nivel local nu sunt mediatizate îndeajuns, nu sunt supuse dezbaterilor publice, iar patrimoniul cultural-lingvistic al Republicii Moldova nu găsește nici un sprijin în audiovizualul zis național” – declara într-un interviu Constantin Pîrțac, expert în domeniul audiovizualului [3].

Un serviciu public al audiovizualului, într-o variantă-model, trebuie să se constituie într-o autentică *vitrină a valorilor naționale*, nu în detrimentul celor europene, ci pentru a cultiva valorile proprii – cele morale, culturale, științifice, artistice, etnofolclorice, socioumane etc., obligații speciale purtând față de arta și creația artistică națională. Obligațiile speciale se manifestă prin prezența pe post a spectacolului de producție națională, a dramaturgiei naționale, a muzicii și cinematografului naționale (fie acum a celei documentare, căci cea de ficțiune aproape că lipsește), care, cu toată concurența spectacolului importat (o problemă serioasă pentru aproape toate țările europene), trebuie să reprezinte un procent anumit din repertoriile postului, dar să ofere publicului opere reprezentative valorice.

„În pofida internaționalizării mass-media, în ultimul deceniu stăruie tot mai insistent o altă tendință a procesului cultural – protejarea izvoarelor spirituale ale artei naționale, a tradițiilor populare. Și nu pentru că ar fi vorba doar de un nou val de patriotism, ci și de elementara grijă față de autentic, față de ineditul culturii naționale, vis-à-vis de prosperarea ei în interdependență cu alte culturi ale popoarelor limitrofe. Astăzi culturile naționale din diferite state își caută căile sale de supraviețuire în fața unei masive internaționalizări a tuturor proceselor vieții mondiale și a globalizării mass-media electronice.

Una dintre concluziile privitor la cele expuse mai sus ar putea fi și că astăzi este neapărată nevoie de o politică iscusită la nivel de stat, întru susținerea și promovarea valorilor culturii naționale, valorilor care ne reprezintă ca popor, ca națiune, ca etnie pe acest Pământ” [4].

La tema „audiovizualul în postură de creator și de difuzor de cultură – una din caracteristicile de bază ale politicii editoriale a serviciului public de televiziune” ne vom referi ceva mai jos în acest articol.

Un alt criteriu ce deosebește un Serviciu public al audiovizualului este *caracterul său integrator*. De regulă, în societate coexistă numeroase elemente ce-și păstrează o relativă autonomie culturală, lingvistică, folclorică etc., există diferite confesiuni religioase, cu alte cuvinte – mai multe părți componente. E de datoria Serviciului public al audiovizualului de a cultiva sentimentul apartenenței la un tot unitar prin promovarea valorilor reprezentative ale tuturor etniilor, confesiunilor religioase, zonelor etnofolclorice. În așa caz, programul oferit devine factor de coeziune.

Serviciul public al audiovizualului, prin natura publicului său, trebuie să aibă un *caracter popular*. Ca accesibilitate el trebuie să găsească raportul optim dintre necesara ținută intelectuală (lingvistică, conținut de mesaj) și înțelegerea de către părțile largi ale populației. Varietatea de gusturi, preferințe, niveluri de cultură, de categorii socioprofesionale, de vârstă, educație, tradiții etc. necesită găsirea unui numitor comun, care ar satisface doleanțele tuturor categoriilor publicului.

O altă caracteristică a Serviciului public al audiovizualului și a politicilor editoriale promovate o constituie *valoarea cognitivă generală* a ofertei de program din cele mai variate domenii – istorie, geografie, tehnică, cultură, artă, etnografie, folclor, credințe religioase, tradiții, mentalități etc., care formează o sursă importantă de lărgire a orizontului de cunoaștere. Metafora „televiziunea – fereastră deschisă spre lume” este foarte concludentă și exactă. Datorită mesajului audiovizual, monumentele istorice și de arhitectură, operele devenite clasice ale creației omului, zonele geografice cele mai îndepărtate pot fi cunoscute, admirate și înțelese de oricare telespectator. În așa chip, mesajul audiovizual oferă posibilitatea de a-l conecta pe spectator la un flux de cunoștințe imposibil de obținut din alte surse (poate cu excepția Internetului), adunând practic toate domeniile cunoașterii. În plus, în opinia specialiștilor din pedagogie, imaginea video reușește să concretizeze, să fixeze noțiuni pe care școala le-a oferit în decursul anilor. Spre exemplu, o emisiune televizată cu subiect de istorie va propune întotdeauna mai multe decât numele eroilor evenimentului, succesiunea cronologică a faptelor și considerațiile specialistului asupra evenimentului evocat; ea va oferi în plus telespectatorului imaginea locului unde s-au desfășurat cândva faptele, materialul iconografic existent, tot ce reprezintă vestigiile materiale ale aceluia moment. Astfel, idei, noțiuni, concepte, raționamente capătă un suport material de imagine, fiind pe înțelesul tuturor.

Astăzi documentarul consacrat fenomenelor naturii, peisajului geografic exotic, monumentelor de artă, etnografiei, folclorului, artei plastice cunoaște o substanțială creștere a numărului de realizări în toată lumea, indiciu sigur că aceste subiecte interesează opinia publică, ceea ce explică prezența lor masivă în programele televiziunilor de toate tipurile și orientările. Și ne putem doar exprima regretul că un șir de emisiuni cognitive din programele de televiziune din anii precedenți au dispărut de pe ecranele TV Moldova 1 anume în perioada când s-a început transformarea, trecerea spre o instituție publică a audiovizualului. După 2004, rând pe rând au fost scoase din emisie programele „Vreau să știu” – teleenciclopedie pentru elevi, „Atlas” – emisiune cognitivă, menită să trezească interesul tinerilor pentru cunoștințe, concursul „Tineri și dotați”, cursul „Bazele informaticii și ale tehnicii de calcul”, olimpiadele televizate pentru elevi la diferite discipline școlare. Apoi a fost lichidată și subdiviziunea din cadrul Departamentului Proiecte TV responsabilă de realizarea programelor educativ-cognitive.

În afară de valoarea cognitivă generală, oferta televiziunii publice, politicile editoriale promovate cuprind și concepția unei *intervenții active în problemele societății*. În cazul dat este vorba, în fond, de mesajele de tip publicistic, când televiziunea investighează, pune în dezbatere probleme și fenomene sociale importante din toate domeniile – de la politică și economie până la cultură și sport. Opinia publică are astfel o șansă în plus de a cunoaște acele probleme și fenomene și de a-și forma o părere în cunoștință de cauză. „Dezbaterea, controversa civilizată, cu argumente și contraargumente, în fața camerelor de luat vederi induce în opinia publică exercițiul democratic al dialogului, cultivă ...așezarea în drepturile firești a veritabilei lupte de opinii – cu tot ce înseamnă ea în planul comportamentului social civilizată, demn” [5].

O astfel de emisie oferă și premisele dezvoltării transparenței vieții social-politice, a luării deciziilor în toate domeniile de activitate a societății.

Dacă e să ne oprim la tema pusă aici în discuție, vom prezenta un alineat dintr-o culegere de articole despre situația mass-media din 18 țări ale Europei Centrale și de Est, inclusiv din Republica Moldova: „Jurnalismul de investigație făcut cu scopul de a expune corupția, activități ilegale sau contrare interesului public nu este o practică tradițională în rândul jurnaliștilor din țările post-socialiste. Există un anumit grad de neînțelegere asupra a ceea ce este și ce nu este jurnalism de investigație, așa că în unele cazuri sunt catalogate ca atare și articole care au la bază dosare și informații furnizate de grupuri specifice de interese, care dezvăluie presupusele mișcări dubioase ale unui oponent” [6]. Însă, reflecțiile din citatul de mai sus nu pot servi drept o scuză pentru situația din domeniul jurnalismului de investigație de la Serviciul public național al audiovizualului. Paradoxal, dar în timpurile de tristă pomină și, mai ales, în primii ani de independență găsim în programele TV din Moldova mai multe mostre de investigație jurnalistică, de dezbateri acute pe teme din realitate.

Vom exemplifica. Emisiunile de acest tip – „Ariciul” și „Stop cadru” scoteau în vileag viciile din societate: indisciplinarea, corupția, furturile avuției obștești, beția etc. În baza investigațiilor jurnalistice se deschideau dosare penale, anchetele realizate erau discutate la ședințele birourilor de partid, care pe timpurile celea încercau să soluționeze toate problemele din societate.

Apropo, în anul 1990, emisiunea „Ariciul” aduna 74 procente de telespectatori în fața ecranelor. În luna februarie a aceluiași an a fost pusă pe post cea de-a 150-a emisiune, care apărea la TVM de aproape două decenii [8].

După 1990 își găsesc loc în programele TV Naționale așa cicluri de emisiuni, ca: „Racursiu” (probleme ale vieții sociale, economice dar și de cultură, învățământ, medicină), „Ecoampriza” (probleme economice la zi), „Observatorul” (cercetări ale faptelor negative din viața cotidiană), „Discuții la cuțit” (interviuri cu personalități remarcante despre realitățile din societate), „Consumatorul și piața” (problemele aprovizionării pieței cu mărfuri autohtone, ale culturii deservirii...), emisiunea de discuții „La tema zilei”, „Reporter TV” (emisiune gen anchetă-investigații jurnalistice de Constantin Ciobanu, fost redactor și autor al „Ariciului”), „Intersecții TV” care a succedat emisiunea „Ecoampriza” și în cadrul căreia se cercetau probleme fervente din cotidian, în emisie directă, cu telefon în studio, cu microfon liber de la carul mobil instalat în centrul capitalei, cu expuneri de opinii de după paravan pentru păstrarea anonimatului etc.

Sau emisiunea de dezbateri „Triunghiul”. Iată ce se declara în adnotația de inaugurare a ciclului: „Fenomenele social-politice din zilele noastre suscită, firește, opinii diferite, ba chiar și diametral opuse. Realizatorii invită în studio câte un exponent al opiniilor de opoziție în problema abordată, iar ca mediator prezent va fi reprezentantul TVM, adică al publicului TVM” [8].

Sau emisiunea „Plus și minus”. În ajunul premierei programului redactorul-șef al Redacției Publicistică TVM Alexandru Grosu declara: „Va fi o emisiune de opinie, la care vor fi invitați, în special, oameni cu puncte de vedere diametral opuse asupra diverselor aspecte ale reformei social-economice din țara noastră. Pro și contra, plus și minus – cine are dreptate? Să judece publicul spectator” [9].

Au trecut doar câțiva ani și despre ciclurile de investigație, de dezbateri a rămas doar amintirea, deși în mod deschis nimeni nu a pus la îndoială oportunitatea lor pentru formarea unei societăți democratice, situația înrăutățindu-se după 2001, fără ca să se amelioreze și după 2004, când instituția și-a schimbat titulatura – în una publică. Reiese că pe unii diriguitori de stat și de Companie totuși îi speria însuși faptul discutării problemelor din societate la televiziune. Pe semne, managementul de vârf al Companiei „Teleradio-Moldova” se conducea de principiul „Nu sunt emisiuni de probleme – nu există nici probleme”, principiu absolut incorect. Investigația jurnalistică (ancheta, dosarul, documentarul), ca și dezbaterile celor mai acute probleme din societate, trebuie să revină în programele instituției publice a audiovizualului. Or, anume acest tip de jurnalism este un indiciu al independenței editoriale și al libertății mass-media. „Prin investigația jurnalistică se pun în lumină situațiile și aspectele anormale din viața socială; prin urmare, prin practicarea jurnalismului de investigație se exercită funcția critică și rolul tradițional de câine de pază pe care mass-media îl joacă în numele publicului” [10]. Teme pentru jurnalismul de investigații ar putea servi traficul de ființe umane, corupția, crima organizată și a. Însă, rezultatele acestui riscant gen de jurnalism par a fi destul de bizare – se remarcă o lipsă de reacție din partea structurilor de stat și a funcționarilor vizați în investigație – tablou tipic al realităților noastre de astăzi.

Un alt domeniu tematic din care TV Moldova 1 a pierdut cel mai mult și care nu își găsește loc în politicile editoriale de astăzi este cel legat de *programele didactice, de teleșcoală*.

În ianuarie 2004, în revista „Panoramic TV” publicam următoarele rânduri: „...vom deschide o paranteză, amintindu-ne de practica TVM de acum 15-20 de ani. În programele de atunci găsim titluri de emisiuni didactice, derulate la micile ecrane conform programelor de studii – lecții televizate de fizică aplicată, de matematică, istorie, geografie, limbă și literatură maternă, programe de concurs pe teme instructive, dar și ediții de educație estetică – „Balul discurilor”, „Invitație la operă”, „În lumea cinematografiei” etc. Ar fi bine să revenim la unele practici mai vechi, care ne-ar ajuta la integrarea misiunii serviciului public al audiovizualului – un serviciu de avangardă în mișcarea pentru o societate bine informată și dornică de cunoaștere” [11].

Vom preciza că televiziunea școlară în Moldova a cunoscut o perioadă fructuoasă de manifestare începând cu anii '70 și până la mijlocul ultimului deceniu al secolului XX. Cercetând programele de Radio și Televiziune din anii '90, secolul trecut, încă mai întâlnim rubrici cu o periodicitate bine fixată de tipul „Lecții pentru școală”, „Teleşcoala”, „În ajutor școlii”, „Cursuri preuniversitare” etc. Spre regret, în anii ce au urmat, concomitent cu multe alte cicluri de emisiuni cu priză la telespectator, au fost abandonate și cele pentru școală.

Or, emisiuni cu caracter didactic și astăzi sunt difuzate de televiziunile din așa țări ca Statele Unite ale Americii, Marea Britanie, Japonia, Australia și a. Mai mult chiar, canalul BBC, care pe bună dreptate servește drept model de serviciu public al audiovizualului, continuă să pună pe post lecții, care au devenit veritabile emisiuni televizate, s-au transformat într-o instituție autonomă de nivel universitar, cu catedre proprii, cu conducere centralizată, cu un sistem de verificări periodice și examene anuale, cu o editură proprie, care pune la dispoziția cursanților manuale, texte bibliografice și toate cele necesare pentru procesul de învățământ. În prezent, „Open-University” (Universitatea deschisă) este instituția care oferă tinerilor englezi ce nu pot urma cursurile școlilor superioare tradiționale șansa de a obține o diplomă universitară urmând un program de televiziune.

În opinia noastră, tema funcționării unei Televiziuni școlare este actuală și pentru Republica Moldova. Astăzi, aproape toate școlile sunt deja asigurate cu calculatoare, nu mai este o problemă de a instala un televizor în clasă, cum era acum 30 de ani. Ar trebui să urmeze o colaborare a Televiziunii Moldova 1 cu Ministerul Educației pentru a reconstitui, a repune în drepturi emisia didactică în scopul sporirii calității procesului de instruire, în special în școala de cultură generală, dar și în cele de profil real, umanitar, politehnic, artistic etc.

Teleşcoala ar putea fi de un real folos în mediul rural, unde astăzi mai este lipsă de cadre pedagogice calitative, căci nivelul cunoștințelor absolvenților de la sate este, în unele privințe, mai jos decât al celor care au absolvit o școală de la oraș.

Astăzi televiziunea școlară se întâlnește în câteva forme principale:

Televiziunea școlară exclusivă, care, coordonându-și activitatea cu structurile (departamentele) de învățământ, în exclusivitate prezintă lecțiile conform programului școlar, asumându-și implicit și rolul de a atesta calitatea studiilor prin certificate sau diplome de absolvire, eliberate cursanților pentru cursul școlar respectiv, cum se întâmplă în Australia cu imensele distanțe între ferme sau în Japonia, țară formată dintr-un mare număr de insule – condiții ce nu permit în toate cazurile organizarea studiilor în formele sale clasice.

Televiziunea școlară integrată, în care numai anumite părți din programa școlară sunt predate elevilor prin lecții TV, celelalte fiind parcurse de către aceștia în clase, cu profesorii. Este forma care se practica și în emisia didactică de la TVM, când, în colaborare cu Ministerul Educației, erau selectate temele mai dificile, iar în calitate de reprezentatori–moderatori erau invitați pedagogi cu renume, iluștri savanți de la Academia de Științe – specialiști în domeniul respectiv de studii. În plus, lecția televizată dura 30 de minute, profesorului clasei rămânându-i 15 minute pentru recapitulare și explicații suplimentare.

Televiziunea școlară paralelă reprezintă ansamblul emisiunilor destinate învățării limbilor străine, de exemplu, elaborate și difuzate independent de programa școlară. La fel se poate vorbi despre unele lecții de sinteză propuse candidaților la diferite concursuri (absolviri, admiteri), cum erau la TVM „Cursurile preuniversitare” sau emisiunile consacrate folosirii corecte a limbii materne.

Este important faptul că astăzi lecțiile televizate pot fi interactive, când elevul are posibilitatea să intervină pentru a solicita unele precizări la temă. Ion Bucheru afirmă că numeroase argumente susțin viitorul deosebit al școlii prin televiziune. „Experiențele, inițiativele, începuturile de azi se vor generaliza și vor ajunge să domine procesul de instruire școlară” [12].

Cu siguranță, peste un timp oarecare televiziunea școlară va reveni în cadrul programelor instituției publice a audiovizualului – TV Moldova 1.

Revenind la aspectele culturale ale audiovizualului, care cucerește un loc considerabil în politicile editoriale ale canalului public de televiziune (de facto, fiecare a doua emisiune ține de tematica culturală), vom prezenta *posibilitățile unui serviciu public de televiziune în domeniul culturii*, precum și modalitățile lui de acțiune.

Referindu-ne la politicile editoriale ale Televiziunii Moldovenești în plan istoric, menționăm că dacă vom face o abstracție de la tributul adus ideologiei partidului (ode și poeme de laudă, povestiri despre întrecerea socialistă și a.), vom constata că au existat și tentative reușite de înscenări televizate ale operelor clasice literaturii naționale, de filme video cu talentați interpreți de muzică populară, clasică, programe de folclor cu tradițiile și obiceiurile neamului...

În anii multiplelor constrângeri și limitări, de emisie supraideologizată, în pofida tuturor obstacolelor a debutat la Televiziune reflectarea unor manifestări culturale de amploare, precum festivalurile muzicale „Mărțișor”, „Invită Maria Bieșu”, seratele de concert dedicate unor mari maeștri de componistică sau de interpretare, „Telerevelioanele”, care adunau cele mai variate și mai valoroase forțe artistice din muzica de estradă, populară, clasică (operă, operetă, balet, simfonie etc.), pantomimă, satiră, umor, parodie...

În genere, muzica a cunoscut o prezență masivă și reprezentativă valorică pe parcursul întregii istorii de jumătate de secol a Televiziunii din Moldova. Studiind Programele de Radio și de Televiziune de la începutul anilor '70, secolul trecut, adică după primul deceniu de activitate a Televiziunii Moldovenești, întâlnim cicluri de emisiuni culturale, care au supraviețuit pe parcursul a câtorva zeci de ani: „La hanul muzelor”, „Evantai folcloric”, „Când se lasă amurgul” (evoluții ale artiștilor amatori), „Duminical TV” (program de muzică de estradă) și altele.

La începutul anilor '80, secolul trecut, a fost inaugurat ciclul de emisiuni „Invitație la operă”, care și-a pus scopul „de a povesti despre unul dintre cele mai populare genuri muzicale, despre măiestria interpretativă a soliștilor distinși, evocând fragmente din cele mai bune spectacole și dezvăluind căile de dezvoltare a operei naționale – iată sarcinile noului ciclu televizat” [13]. Era acel tip de emisiune audiovizuală care îmbina opera difuzată cu elementul explicativ printr-un demers publicistic (o prefață sau postfață la un spectacol, spre exemplu). Or, prezentarea-prefață a unui spectacol la televiziune este un fapt binevenit și chiar necesar, oferind cheia înțelegerii unor formule sau modalități de creație, de realizare, mai puțin accesibile marelui public. De altfel, îmbinarea demersului publicistic cu opera însăși în mesajul televizat (adică emisiunea propriu-zisă) îmbracă forme mult mai variate și mai interesante decât simpla prezentare-prefață sau postfață.

Conceptul de cultură presupune opere de toate genurile și de toate tipurile. Privită din acest punct de vedere, condiția de difuzor de cultură a canalului de televiziune este greu de supraapreciat. Televiziunea depășește cantitativ la capitolul difuzare toate instituțiile tradiționale de spectacol – și în domeniul filmului, și al teatrului, și al activității concertistice...

Un domeniu aparte îl constituie Teatrul TV, care în multe televiziuni europene dezvoltate rămâne o prezență puternică, încât domină cantitativ receptarea spectacolului teatral de pe scena tradițională.

„Dacă în teatru spectacolele pe care le realizează trupa de actori sunt efemere și se întipăresc doar pe retina și pe timpanul nostru, apoi în Teatrul televiziunii sunt imprimare pe o casetă, care poate deveni un material de studiu” [14]. Vom adăuga la cele menționate de criticul de artă Maria Mîțu că spectacolul de Teatru TV de pe banda magnetică poate fi reluat în emisie la solicitarea publicului spectator, poate fi păstrat decenii și secole în șir. În plus, utilizând întregul arsenal de mijloace de exprimare televizate (prim-planul, planul-detaliu, mișcările de aparat – travelingul, efectele de montaj etc.), mesajul artistic televizat devine mai variat, mai dinamic, mai ușor de perceput.

Și la TV Moldova, în anii '90, secolul trecut, Teatrul TV a cunoscut o perioadă rodnică și valoroasă de activitate. Inaugurat în 1993, când teatrele din Republica Moldova erau într-o situație financiară, organizatorică, managerială departe de a fi normală, Teatrul TV rămânea unicul care își putea demonstra viabilitatea în spațiul cultural moldav. În anul 1998, conducătorul artistic al Teatrului TV Nicu Scorpan, făcând totalurile primilor 5 ani de activitate, numea cifra de peste 40 de montări de spectacole și filme. „În stagiunile precedente s-au montat spectacole și filme după piesele unor autori cu nume notorii din dramaturgia universală și națională: „Astă seară se improvizează” de L.Pirandello, „Alter ego” de F.Dürrenmatt, „Ultima bandă de magnetofon” de S.Beckett, „Nervul terestru” de N.Stănescu, „O viață în vis” de Șt.Dumitrescu, „Labirintul” după piesa lui I.Băieșu etc.” [15].

Tot în ultimul deceniu al secolului trecut, regizorul Vitalie Țapeș a montat așa capodopere ale artei teatrale în variantă televizată, ca: „Salonul nr.6” de A.Cehov, „Infernul” după „Azilul de noapte” de M.Gorki, „O vânătoare de rațe” de A.Vampilov, „Unchiul Vanea” de A.Cehov, „Toiagul păstoriei” de I.Druță...

Au fost ecranizări care au trezit interesul publicului spectator, dar și al specialiștilor, criticilor de teatru. Însă, în organigrama IPNA „Compania „Teleradio-Moldova” nu s-a găsit loc pentru Teatrul TV și o tradiție atât de frumoasă – de a prezenta anual circa zece spectacole în premieră – a fost curmată pe nedrept. Motivul a fost cel tradițional – lipsa de finanțe, iar conducerea Companiei a luat o decizie departe de a fi corectă – de a imprima spectacolele de teatru, neadaptate pentru televiziune, cu două camere de luat vederi, direct în sala teatrului, ceea ce nu răspunde exigențelor unui spectacol televizat. Actorii, vorbind pentru ultimul rând din sala de teatru, la ecran apăreau caraghios, ridicol și grotesc în unele scene de un caracter mai intim. Or, spectacolul televizat se face în exclusivitate pentru „primul rând”, căci ecranul ne aduce, ne transmite până și șoapta actorului neindicată pentru sala teatrului, și expresia feței, până și cele mai mici detalii ale retrăirilor eroului.

Un alt gen al mesajului televizat cultural este muzica.

Astăzi, când undele herțiene sunt dominate de muzica electronică, de rock, pop, hard rock, rap, country etc., este foarte binevenită, chiar indicată, o revenire la o emisiune de tipul „Invitație la operă” cu comentarii privind desfășurarea subiectului operei sau baletului, sau simfoniei, ideile promovate de autor, eroii lucrării etc. Specialiști în domeniu, pedagogi, muzicologi, critici de artă, artiști de referință ar putea fi moderatorii unor cicluri de emisiuni dedicate vieții și operei a așa autori clasici ca Mozart, Vivaldi, Deboussi, Beethoven, Ceaikovski, Musorgski, Verdi etc. Se cer acțiuni concrete de inițiere, în special a tineretului, în arta muzicală de toate genurile – operă, operetă, muzică simfonică, balet; de cunoaștere sistematică a unor școli și curente de creație, a unor personalități componistice și interpretative, a unor epoci din istoria muzicii sau a altor arte. „Pe un asemenea teren – susține Ion Bucheru – îmbinarea spectacolului propriu-zis cu demersul publicistic inteligent – însoțitor și explicativ – conferă canalului audiovizual valențe educativ-formative de neegalat” [16].

O altă fațeta a aspectelor culturale ale audiovizualului public este prezența sa în calitate de emițător de cultură. Audiovizualul a creat o serie de reguli noi, determinate de caracteristicile psihosociale ale telerecepției. Spectacolul de teatru de 2-3 sau chiar 4 ore devine greu de recepționat și, deci, ineficient la ecranul mic. În schimb, crește cererea de spectacol variat ca factură și ca dimensiuni (cronometraj), mult mai ușor de plasat în programe ce trebuie să satisfacă o mulțime de criterii, necesități spirituale și opțiuni ale unei omeniri tot mai grăbite, tot mai puțin predispuse la preferințele modalităților tradiționale. „Salonul nr.6”, la care ne-am referit mai sus, a fost editat în 5 episoade, „Infernul” – în 6, „O vânătoare de rațe” – în 3 episoade.

Un atu important pentru Teatrul TV este distribuția rolurilor. Nici un teatru tradițional nu-și poate permite o distribuție ideală, chiar și în cazul unei trupe numeroase, fiindcă există roluri pentru care interpretul ideal se află la alt teatru. Teatrul TV, neavând trupă proprie, poate alege actorii cu datele cele mai apropiate de rolurile respective, indiferent unde activează. Apoi, capacitățile organizatorice și economice ale unui teatru limitează numărul premierelor, iar un canal de televiziune își poate permite un număr mult mai mare de premiere într-o stagiune.

După ce televiziunea a provocat o adevărată criză a lecturii în țările dezvoltate, tot ea și-a descoperit vocația de creatoare de operă originală – ecranizările, care au reîntors publicul spre lectură. Au fost atestate cazuri, când în urma vizionării unor ecranizări de tipul „Roșu și negru” de Stendhal, „Idiotul” de Dostoievski, „Saga despre Forsaiți” de Galsworthy, vânzările de cărți, în baza cărora au fost efectuate ecranizările, au sporit cu mii și cu zeci de mii de exemplare.

Audiovizualul în mai multe țări și-a creat și dezvoltat instituții artistice proprii, fără de care viața artistică a mai multor capitale ar fi greu de conceput.

Și la noi, Orchestra simfonică a Companiei „Teleradio-Moldova”, corul Companiei, formația de muzică populară „Fluieraș” (până în 2005) au devenit părți integrante ale vieții culturale din țară, iar Orchestra simfonică s-a remarcat chiar și în patria lui Rossini, Puccini, Verdi, poposind în mai multe turnee în Italia.

În anul 2005 a fost făcută o tentativă de a include în grila de emisie un program lunar „Serile orchestrale”, care și-a pus scopul valorificării și propagării creațiilor simfonice, vocal-simfonice ale compozitorilor autohtoni, precum și din patrimoniul universal. Spre regret, deja în anul 2006, ciclul și-a pierdut periodicitatea și apare în fața telespectatorilor de la caz la caz. Or, având o forță artistică eminentă, cum este Orchestra simfonică a Companiei „Teleradio-Moldova”, este neapărată nevoie de a reveni cu o periodicitate bine chibzuită și respectată la întâlnirile cu muzica clasică, incluzând și comentariile specialiștilor la creațiile incluse în emisiune și interpretarea creațiilor.

Este și mai puțin cunoscut publicului spectator corul „Moldova” de la Companie, care și el ar putea deveni protagonistul unui ciclu de emisiuni televizate.

Un alt aspect al politicilor editoriale care necesită să fie promovat de Serviciul public TV Moldova 1 îl constituie difuzarea operelor audiovizuale europene, aspect căruia în Codul Audiovizualului al Republicii Moldova, adoptat în 2006, îi este dedicat un articol integru – Articolul 3, în care sunt descifrate noțiunile de operă autohtonă și de operă europeană; sunt indicate și spațiile de emisie necesare de a fi rezervate operelor europene, timpul lor de difuzare [17]. Pentru realizarea prevederilor Codului Audiovizualului este oportună și revenirea la practicile care și-au demonstrat productivitatea – de schimburi de programe cu alte posturi de televiziune din țările europene. Telespectatorii își vor aminti de mai multe manifestări de tipul Zilelor, Săptămânii sau Decadelor Televiziunilor Bielorusiei, Ucrainei, Rusiei, României, Poloniei, Ungariei, Bulgariei, Turciei, Greciei, Kazahstanului și a. în cadrul programelor canalului TV Moldova 1. Aceste manifestări televizate adunau sub egida lor filme artistice, documentare, animate, emisiuni pentru copii, programe de concert de muzică populară, tradiții și obiceiuri din folclorul diferitelor popoare. De regulă, demonstrațiile de cultură ale altor țări erau precedate de o emisiune publicistică care includea o carte de vizită video a țării respective în aspect geografic, politic, economic, cultural. La emisiune participau reprezentanții Ambasadei țării în Republica Moldova, ai diasporei, oameni de afaceri care au organizat întreprinderi economice mixte, dar și, în mod obligatoriu, oameni de cultură din ambele state. Pentru telespectatori era anunțată o victorină cu întrebări despre țara protagonistă a emisiunii. La sigur, așa programe veneau să lărgescă orizontul de cunoștințe despre țările europene (și nu numai despre cele europene), despre colaborarea în diferite domenii de activitate umană. Însă, odată cu transformarea TV Moldova 1 în instituție publică, a dispărut și acest ciclu de emisiuni din noua grilă de program. Or, emisiuni de acest tip ar putea și astăzi să-și aducă obolul la stabilirea unor relații de prietenie între popoare, la difuzarea operelor audiovizuale ale altor state. În toate timpurile, schimbul de valori culturale a adus la înăbușirea și propășirea intelectuală a ambelor state implicate în acest proces.

Este oportun ca încă cu mult timp înainte, cu un an-doi în perspectivă să se cunoască și să se țină cont în organizarea proceselor de lucru de evenimente importante, cum ar fi jubileele personalităților de talie mondială remarcate de UNESCO, tradiționalele concerte de Crăciun și de Revelion din Budapesta și Viena, faimosul concurs anual al Eurovizionii, alte mari concerte și festivaluri anunțate în lume cu posibilități de preluare, sau în domeniul sportului – turnee finale mondiale și europene, olimpiade, alte competiții cu mare priză la public, cum ar fi meciurile Ligii Campionilor europeni de fotbal etc. Concomitent, este necesar de a face „o inventariere” a manifestărilor culturale, sportive din repertoriul autohton, cum ar fi festivalurile cu o largă participare a forțelor artistice din mai multe țări: „Mărțișorul”, „Invită Maria Bieșu”, concursurile de estradă „Barza albă”(Bălți), „Nufărul alb”(Cahul) și altele, dar și finala Cupei Republicii Moldova la fotbal, meciul pentru Supercupa la fotbal, alte întruniri sportive importante cu participarea sportivilor din mai multe state – toate să-și găsească locul în propunerile pornite din redacții. Anume așa pot fi adoptate în timp util cele mai viabile hotărâri în favoarea postului de televiziune și a auditoriului său.

Ar fi binevenită revenirea la practica anilor precedenți, când în repertoriul de programe al TVM erau incluse monospectacole, lecturi de poezie în interpretarea autorilor sau a actorilor de valoare, seratele video dedicate vieții și creației oamenilor de artă, de știință, dar și de alte domenii de activitate, care, la prima vedere, sunt catalogate ca mai puțin creative (arhitecți, constructori, ingineri, bucătari, pedagogi, medici etc.).

Un alt element important în opera de formare a grilei de programe este promovarea producțiilor de serie și mini-serii la nivelul producătorilor independenți și al achizițiilor. În Republica Moldova sunt deja mai multe firme private de producție video, care colaborează cu „Первый канал в Молдове”, cu NTV-TV-7, cu NIT. O colaborare cu producătorii independenți ar face posibilă apariția la TV Moldova 1, spre exemplu, a unei serii de schițe de tipul cum erau „Schițele Valeriei Dascăl”.

Deschiderea spre exterior, spre producătorii privați, chiar dacă aduce costuri suplimentare, este unul dintre punctele-cheie ale creșterii calității programelor și ale unei abordări diferite a emisiunilor canalului.

Se cere asigurarea unui raport optim între producția internă, coproducții și achiziții externe de programe, determinată de o analiză a corelației dintre preț-calitate-potențial de audiență.

Dacă e să revenim la sintagma „potențial de audiență”, vom menționa încă o dată importanța efectuării unei monitorizări permanente a activității postului de televiziune, a conținutului emisiunilor, a nivelului de realizare, pentru elaborarea grilei de emisie. „Dacă azi nu putem să aflăm audiența unei emisiuni concrete,

exprimată în cifre – nu este normal. De aceea, sunt necesare sondaje de apreciere care ar diagnostica ce se întâmplă, care emisiuni sunt privite și care – nu” [18], declara cercetătorul Victor Moraru în cadrul unui seminar dedicat problemelor audiovizualului public din Moldova. Și de bună seamă, se cere o impulsivitate a relațiilor cu telespectatorii, adică o legătură mai strânsă cu beneficiarul programelor oferite de serviciul public de televiziune, căci astăzi sunt prea puține sondaje și analize de conținut și de formă care ar putea arăta mai bine ceea ce dorește publicul.

Se cere recâștigată și consolidată încrederea publicului prin punerea pe post a informației, a știrilor corecte, obiective, echidistante, imparțiale, a prezentatorilor credibili, prin realizarea de anchete, de emisiuni analitice.

Calitatea, independența și obiectivitatea buletinelor de știri constituie un test esențial de încredere al oricărei televiziuni. Și în cazul TV Moldova 1 se cere un nou conținut, un nou stil de prezentare a știrilor. Dar mai întâi să se obțină o periodicitate a edițiilor de știri conform standardelor internaționale. De regulă, ele se programează odată la 3-4 ore, în prime-time fiind plasate edițiile de bază de știri. Mesajele trebuie să fie nepărtinitoare, ample și profund documentate. Relatând despre opinii diferite, păreri controversate, reporterul va prezenta toate punctele de vedere principale. Este necesar de a difuza informații verificate, exacte.

Referindu-ne concret la activitatea programului „Mesager”, vom indica necesitatea sporirii rolului jucat de punctele de corespondență de pe teren pentru a evita situațiile când buletinele de știri informează doar despre evenimentele din capitală și de peste hotare. Or, afirmam deja că telespectatorul canalului Moldova 1 este, în mare parte, cel din teritoriu, în special din zonele rurale.

Un rol important în grila de programe îl joacă și forma mesajelor. Vom aminti că programele televizate îmbracă haine diferite – cele ale interviului, reportajului, dezbaterii, comentariului, schiței, pamfletului, eseului, anchetei etc. A nu cunoaște și a nu folosi întreaga paletă de genuri jurnalistice înseamnă a sărăci oferta de program propusă telespectatorului, a picta un tablou cu doar câteva culori. Or, la TV Moldova 1 aplicarea varietății formelor de mesaj lasă de dorit.

Lipsește și emisiunile de concurs, cu implicarea nemijlocită a telespectatorilor în evidențierea celor mai capabili, mai ingenioși și mai bine pregătiți participanți. În grila de programe ar putea fi incluse concursuri pentru liceeni în domeniile cunoașterii limbilor, istoriei, geografiei, literaturii și a. (în comun cu Ministerul Educației); emisiuni-concurs muzicale – topul celor mai iscusite 10 melodii de estradă, de muzică populară, programe de concurs pentru microbiști și a. Fiind o televiziune publică, este firesc să fie antrenat cât mai activ publicul spectator pentru participare la emisiunile televizate, „interactivul” să devină o practică sistematică.

Timpul redus de emisie la TV Moldova 1 este și acesta o carență în procesul de perfectare a grilei de programe. Cele doar 7 ore și 30 minute de emisie în zilele de luni-sâmbătă (cu o pauză în program de la 9.15 până la 17.00) și 16 ore în ziua de duminică – volumele emisie în anii 2005-2007, nu permit programatorilor să includă emisiuni pentru toată varietatea categoriilor de public, care diferă după locul de trai (rural, urban), după vârstă (emisiuni pentru copii, adolescenți, tineret, maturi, „vârsta a treia”), după apartenența social-profesională (emisiuni pentru ostași, pentru cei angajați în sectorul agroalimentar etc.), după pasiuni (pentru amatorii de grădinărit, de auto, de șah...) și a. Majorarea volumului de emisie este o necesitate imperioasă care, însă, de mai mulți ani nu își găsește soluționarea. Studiind programele altor canale de televiziune din țările vecine, vom observa că ele emit 18-24 de ore pe zi. Media emisie TV Moldova 1 de circa 9 ore pe zi este mult prea puțin și nu face față unui canal public cu acoperire națională.

Revenind la procesele de perfectare a grilei de programe, vrem să subliniem în mod deosebit faptul că elaborarea acestui document important pentru funcționarea eficientă a canalului de televiziune trebuie să pornească nu de la titlurile, concepțiile și proiectele de emisiuni prezentate de către autorii titulari și netitulari ai instituției, ci de la necesitățile publicului, cunoscute în urma unor minuțioase și multiple studii sociologice în mijlocul telespectatorilor; după consultarea grilei cu specialiști în audiovizual, cu psihologi, sociologi, chiar cu meteorologi, căci, spre exemplu, ora 17.00 în luna noiembrie și în luna iulie prezintă situații diferite pentru programarea emisie de seară. În continuare, este necesară publicarea proiectului grilei de programe în presa periodică, astfel ca un număr cât mai mare de telespectatori să poată lua cunoștință de aceea ce-i propune canalul de televiziune, să se discute proiectul ca mai apoi să se țină cont și de propunerile publicului spectator la elaborarea definitivă a grilei de programe. Fiind o televiziune publică, este necesar de a cunoaște doleanțele publicului în ceea ce privește tematica, forma, geografia mesajelor, autorii emisie și a. Or, scopul grilei de program, care constituie oglinda politicii editoriale a canalului de televiziune, este de a crea un mecanism complex de informare, de culturalizare, de educație și de divertisment în tradițiile celor mai performante canale publice de televiziune din lume.

Referințe:

1. WWW.TVR.RO - Raport de activitate al TVR in 2006.
2. Știrile PRO TV Chișinău – lider al viziunilor // Экономическое обозрение. Logos press. - 2007. - №41.
3. Condiții favorabile pentru reformarea audiovizualului // Flux, 04.04.2007.
4. Parfentiev B. Internaționalizarea mass-media electronice și cultura națională // Teze la Conferința de totalizare a activității științifico-didactice a profesorilor AMTAP. - Chișinău: Grafema Libris, 2003, p.39.
5. Bucheru I. Fenomenul Televiziune. - București: Editura Fundației „România de Măine”, 1997, p.86.
6. Structurile de proprietate și influența lor asupra independenței și pluralismului în mass-media. - Chișinău: Centrul pentru Jurnalism Independent, 2004, p.25.
7. Programele Radio și TV (Teleradio-Moldova), 15-21.02.1990.
8. Programele Radio și TV (Teleradio-Moldova), 01-07.02.1999.
9. Programele Radio și TV (Teleradio-Moldova), 03-09.04.2000.
10. Structurile de proprietate și influența lor asupra independenței și pluralismului în mass-media.
11. Parfentiev B. Serviciul public al radioteleviziunii // Panoramic TV. - 2004. - Nr.1. - P.11.
12. Bucheru I. Op.cit., p.90.
13. Programele Radio și TV (Teleradio-Moldova), 17-23.01.1982.
14. Mîțu M. O nouă dimensiune a Teatrului TV // Patria tînăra din 09.05.1997.
15. Programele Radio și TV (Teleradio-Moldova), 27.04-03.05.1998.
16. Bucheru I. Op.cit., p.94.
17. Codul Audiovizualului al Republicii Moldova // Monitorul Oficial al Republicii Moldova. - 2006. - Nr.131.
18. Serviciul public de radio și televiziune: Spicuri din materialele seminarului „Echilibru și imparțialitate în programele informative și politice”. - Chișinău: APEL, 2005, p.27.

Prezentat la 17.10.2007