

CZU: 303.62:654.1

INTERVIUL RADIOFONIC CU TEMATICĂ POLITICĂ: ABORDĂRI TEORETICE ȘI PRACTICI OPERAȚIONALE

Mariana MARCU

Universitatea de Stat din Moldova

Noile realități politice conturate după declararea independenței Republicii Moldova au generat schimbări importante și în profilul genurilor radiofonice. Abordarea teoretică a interviului radiofonic cu tematică politică, dar și exercițiul practic creează o nouă viziune asupra interviului atât sub aspectul relației dintre participanții la dialog, cât și sub aspectul naturii mesajului transmis.

Cuvinte-cheie: *interview politic, interview radiofonic, insert, tipologia interviului, tipuri de întrebări, dialog, interviuat, interviewer.*

RADIO INTERVIEW ON POLITICAL ISSUES: THEORETICAL APPROACH AND OPERATIONAL PRACTICES

The new political outlined realities after Moldova's independence declaration led to important changes in the profile of radio genres. The theoretical approach of political-themed radio interview, as well as the practical exercise creates a new vision of the interview both in terms of the relationship between dialogue participants and in terms of the type of the message sent.

Keywords: *political interview, radio interview, insert, interview typology, types of questions, dialogue, interviewed, interviewer, audio editing.*

Introducere

Accelerarea ritmului vieții cotidiene prin diseminarea unor idei, opinii, informații nu ar fi posibilă fără o interacțiune a oamenilor în cadrul unui dialog purtat pe diferite dimensiuni. Mass-media, acest intermediar al dialogului din cadrul unei societăți democratice, are menirea să asigure publicul larg cu un produs mediatic calitativ ce ar contribui la buna funcționare a tuturor sistemelor din cadrul societății. Implicațiile radioului în asigurarea dialogului dintre guvernanți și guvernați capătă amploare grație accesibilității acestei surse media, dar mai ales datorită caracterului simplu, clar și concis al mesajului difuzat pe calea undelor. Spre deosebire de celelalte instituții media, radioul face uz de interviu mai des, deoarece prezența la microfon a mai multor voci exclude monotonia, iar apariția unei voci noi înseamnă schimbarea registrului sonor, care în rezultat captează atenția ascultătorului.

Interviul radiofonic – abordări teoretice

Gen jurnalistic fundamental – așa este prezentat interviul în toate studiile ce au la bază sarcina de a cerceta specificul, structura compozițională, tipologia, complexitatea și importanța acestui gen publicistic. Cu referire la interviul radiofonic, el este perceput drept „una dintre cele mai importante modalități de expresie publicistică, vitală pentru presa audiovizuală” [1]. Cercetătoarea Georgeta Adam, făcând referire la opinia comentatorilor din domeniul comunicării radiofonice, pune în circuit ideea că interviul este „inima jurnalismului audiovizual. O inimă care bate pretutindeni, aproape de noi sau foarte departe, dar care umple de autenticitate mesajele transmise prin radio. Ea bate după secunde de aur ale actualității, condensându-le în dialoguri vii, cu amprenta faptului irepetabil” [2, p.56].

Cunoscut este faptul că interviul nu a fost inventat, precum au fost gândite alte genuri jurnalistice, ci mai degrabă s-a produs un transfer al dialogului din interacțiunea cotidiană a actorilor sociali. Totodată, interviul ca gen jurnalistic difuzat la radio nu trebuie confundat cu o conversație cotidiană, care nu se desfășoară după un anumit plan de idei, cu toate că Irene Joanescu admite că „un interviu pentru radio poate fi ușor confundat cu o conversație spontană” [3, p.159] și asta în cazul în care după editare el capătă aspectul unei discuții firești, bine încheiate. Potrivit Dicționarului Explicativ al Limbii Române, interviul este o „convorbire între o personalitate politică, culturală etc. și un ziarist, în cursul căreia acesta îi pune întrebări spre a afla părerile personalității în diverse probleme (de actualitate), în vederea publicării lor în presă sau a difuzării lor la radio și

televiziune" [4]. Definiția din DEX nu acoperă decât parțial conceptul de interviu ca gen jurnalistic, deoarece interlocutorul jurnalistului poate fi oricine, în funcție de tema/problema propusă pentru discuție, iar scopul primar al realizării unui interviu nu este de a afla doar părerea cuiva, ci și informația de interes public, precum e cazul interviurilor informative.

Eforturile cercetătorilor în vederea studierii acestui gen jurnalistic au generat un spectru variat de definiții care scot în evidență anumite elemente specifice jurnalismului radiofonic. În viziunea Irenei Joanescu, interviul reprezintă o „succesiune de întrebări și răspunsuri într-o întrevvedere solicitată de ziarist, el reprezintă o conversație mediatizată. Scopul interviului este de a oferi, prin intermediul cuvintelor unui interlocutor, fapte, motive sau opinii despre o anumită temă, astfel încât ascultătorul să poată trage o concluzie asupra corectitudinii spuselor acestuia" [3, p.159]. Avantajele interviului radio în raport cu interviul din presa scrisă sunt prezentate de Vasile Traciuc în lucrarea „Jurnalism radio”. Potrivit lui, „dialogul dintre jurnalist și interlocutor reprezintă cel mai eficient mijloc de a obține și transmite o informație către public, mai ales în radio unde se lucrează cu cuvântul rostit. Nimic nu este mai convingător pentru ascultător decât informația primită direct de la interviuat, acesta fiind considerat ca prima și cea mai credibilă sursă" [5, p.73]. Și Georgeta Adam susține că interviul radio câștigă credibilitate în raport cu cel din presa scrisă: „Datorită contactului direct între jurnalist și interlocutor informația se transmite practic direct de la sursă, fără distorsiuni, interpretări, diluări" [2, p.57], în cazul interviului realizat în direct; în cazul celui înregistrat nu poate fi exclusă probabilitatea de a fi modificat mesajul interlocutorului în timpul montajului. Totodată, deoarece în radio timpul este limitat, în procesul realizării unui interviu, sarcina reporterului este mai dificilă spre deosebire de presa scrisă, concizia fiind esențială.

Pornind de la ideea că interviul este întâi de toate „știința de a pune întrebări”, Claudiu Săftoiu consideră că interviul este „cea mai evoluată specie a jurnalismului”, caracterizându-l ca fiind „cel mai pretențios, mai dificil și mai interesant” [6, p.149], opinie cu care nu suntem de acord, mai cu seamă că și alți cercetători în domeniu menționează în lucrările lor faptul că cele mai ieftine emisiuni și cel mai ușor de realizat sunt cele în care un jurnalist vorbește cu un interlocutor despre o temă de actualitate. Contradictorie este și afirmația că interviul „dă posibilitate reporterului să-și manifeste personalitatea la fel de mult ca persoana interviuată” [6, p.172]; or, e bine cunoscut rolul jurnalistului în realizarea unui interviu, cel de intermediar, de mediator ce face posibil transferul de informații, de opinii, de idei, de emoții. Punerea în evidență a propriei persoane, a cunoștințelor vaste într-un domeniu sau altul, a excesului de curiozitate personală scade din potențialul de afirmare al interlocutorului, iar informația sau opiniile acestuia nu satisfac interesul publicului larg.

De rolul pe care îl are jurnalistul în realizarea unui interviu s-a arătat interesat și cercetătorul rus Вадим Пересветов, care susține că „sunt și din cei (jurnaliști) care se ocupă deschis de manifestarea propriei personalități și-și satisfac propria curiozitate, dar cititorul, ascultătorul, spectatorul ar vrea să vadă jurnalistul în calitate de reprezentant al maselor și să primească răspuns la acele întrebări, pe care el personal le-ar fi adresat interlocutorului, dacă ar fi avut o asemenea posibilitate” [7, p. 100]. În același timp, cea mai neprofesionistă poziție pe care ar ocupa-o un jurnalist radio este cea de „suport de microfon”, care pune întrebări fără a avea idee de tema discuției. De o apreciere înaltă, în acest sens, se bucură remarca lui Claudiu Săftoiu, potrivit căreia „simpla înșiruire a unor întrebări poate demonstra cât de documentat, interesat, inteligent, hotărât și moral este reporterul” [6, p.172], astfel garantând o percepere corectă a unui mesaj mediatic.

Pentru a avea o viziune de ansamblu, interviul radiofonic trebuie analizat din două perspective: 1) ca tehnică de colectare a informației (cu scopul de a aduna informații și opinii pentru a realiza știri și reportaje, utilizând inclusiv inserturi) și 2) ca gen autonom, care se realizează după niște tehnici specifice.

Aspecte practice de realizare a interviului radiofonic cu tematică politică

Datorită faptului că publicul unui post de radio este unul eterogen, format din oameni cu pregătiri diferite, de la cei cu studii superioare, medii până la cei cu puțină pregătire sau chiar fără, care au necesități și preferințe informaționale diferite, realizatorii de interviuri radio fac uz de toate tehnicile de realizare a acestui gen.

Și deoarece oamenii nu sunt foarte interesați de politică, fapt demonstrat de majoritatea sondajelor sociologice, precum și de rata scăzută de participare la alegeri, realizarea unui interviu politic presupune niște cunoștințe și competențe suplimentare, care ar face discuția atractivă. Or, interviul politic, în opinia noastră, poate fi definit drept un produs jurnalistic cu elemente specifice, care are la bază întrebarea jurnalistului și răspunsul unui om politic sau al unei persoane dispuse să vorbească despre domeniul politic (analist politic, comentator politic, simplu cetățean). Planificarea și elaborarea interviului politic însumează un set de aspecte

conceptual-structurale, abordare originală, păstrarea registrului stilistic și a echilibrului compozițional. De asemenea, nu poate fi neglijat faptul că interviul este o competiție de interese, în cadrul căreia jurnalistul vrea să obțină informații și opinii, iar interlocutorul urmărește scopul de a-și promova ideile, de a se promova pe sine sau formațiunea pe care o reprezintă.

Bibliografia de specialitate clasifică interviurile în mai multe categorii, având în vedere criterii diferite. Interviurile politice difuzate la radio diferă prin modul de realizare, relația reporter-intervievat și conținutul comunicării.

În timp ce Irene Joanescu, referindu-se la modul de realizare, deosebește două tipuri de interviu: *instantaneu* și *pregătit*, Vasile Traciuc consideră că după modul de realizare avem interviu *înregistrat*, *în direct* și *prin telefon*. Interviurile realizate *instantaneu* sau *pregătit*, după Vasile Traciuc, țin de criteriul relația reporter-intervievat.

Deosebit de importante pentru interviul politic sunt și circumstanțele realizării. De cele mai dese ori asemenea tip de interviu este realizat prin *întâlnire directă*, fie într-un loc ales de comun acord, fie la locul evenimentului. Spre deosebire de interviurile sociale (despre calamități, accidente) sau culturale (despre un concurs, premieră, concert) realizate la fața locului, interviurile politice sunt mai previzibile, deoarece evenimentele politice sunt planificate, iar interlocutorii în mare parte știu despre ce vor fi întrebați. Cu toate acestea, politicienii sunt mai vulnerabili atunci când sunt intervievați la fața locului, dacă ne referim la proteste stradale sau dacă sunt întrebați în cadrul unui eveniment despre alt eveniment / problemă despre care încă nu s-au făcut declarații.

După conținut, interviurile sunt repartizate în trei categorii: *informative*, *interpretative* și *afective*. Deși destul de frecvent întâlnite, atât sub formă de inserturi în știri și reportaje politice, dar și ca gen autonom, interviurile informative au o durată mai mică, astfel că din punctul de vedere al timpului de emisie (durata) interviurile interpretative prevalează.

În procesul realizării interviului interpretativ „reporterul furnizează faptele și cere interlocutorului să le comenteze sau să le explice” [3, p.163]. Scopul acestui interviu este de a expune raționamentul acestuia și de a oferi ascultătorului posibilitatea să judece prin prisma valorilor sau priorităților sale. Solicitarea opiniei unui expert de către jurnalist va genera un interviu *de analiză* „în care interlocutorul încadrează evenimentul sau situația într-un context precis, într-o perspectivă dată și răspunde la întrebarea-cheie „De ce?”” [3, p.163].

În cadrul interviului *de comentariu* reporterul apelează la un specialist pentru a afla care este părerea lui despre un eveniment, un fenomen, o situație, o problemă. Pe lângă faptul că interlocutorul va interpreta situația, el trebuie să tragă concluzii și să întrevadă finalitatea evenimentului.

Un alt tip de interviu interpretativ la care recurg jurnaliștii politici este cel *de opinie* care este numit și *de controversă*. În această categorie se încadrează atât interviul în care un politician dă explicații sau răspunde adversarului, cât și vox-urile culese în stradă cu privire la situația politică. Scopul este de a afla ce gândesc cei intervievați referitor la subiect.

Categoria interviurilor afective s-ar părea că nu poate avea nimic comun cu domeniul politic, cel în care predomină raționalul și argumentul, totuși tehnicile de persuadare au penetrat mesajul politic și l-au expus publicului sub toate aspectele, inclusiv cel afectiv. Deși ne-am obișnuit să citim în paginile ziarelor, revistelor, să auzim la radio și să vedem la televizor interviuri *de personalitate* realizate preponderent cu oameni de cultură, sportivi, specialiști care au înregistrat rezultate marcante în domeniul în care profesază, nu sunt o excepție și interviurile portret cu oameni politici.

Din 1990 presa cunoaște o continuă transformare și odată cu reformele din sistemul mediatic se schimbă și natura produsului difuzat. Astfel, emisiunile radio nu mai pot fi concepute fără prezența mai multor persoane cu stiluri de exprimare proprii, aduse în fața microfoanelor în cadrul interviurilor, inclusiv politice.

În accepție modernă, în practica jurnalistică interviul politic este genul ce presupune o documentare serioasă din partea jurnalistului, un interlocutor receptiv și versat, un studio sau un echipament de înregistrat ce asigură o calitate înaltă a mesajului difuzat pe calea undelor. În jurnalismul radio cel mai des sunt întâlnite *interviurile de profunzime înregistrate* și cele *de profunzime în direct*. Primul tip dă posibilitatea de a reveni asupra înregistrării pentru a exclude momentele nereușite (bâlbe, pauze alogice, reluări), dar și pentru a urmări dacă interlocutorul nu s-a contrazis sau nu a spus neadevăruri. Cât privește interviuarea în direct, aceasta este riscantă, epuizantă, dar și interesantă, dacă și jurnalistul și interlocutorul au o prestație bună. Politicienii, dar și experții, analiștii politici de obicei sunt buni vorbitori, dar intenția de a prezenta unilateral, tendențios o informație este un alt pericol pe care trebuie să-l prevină un jurnalist de radio ce realizează un interviu în direct.

Foarte rar întâlnit, dar nu lipsă totalmente este *interviul documentar* cu un politician retras din acest domeniu, dar care poate să vorbească atât despre perioada în care a făcut politică, cât și despre felul în care fac politică alte persoane. Acest tip de interviu va cere timp, dar ar trebui să fie la fel de interesant pentru jurnalist ca și pentru ascultător. Procesul evocării anumitor perioade de timp poate surprinde, poate arunca o lumină nouă asupra evenimentelor și oamenilor și poate descoperi caracterul persoanei.

Cea mai nouă tendință în materie de interviuri este *interviul exclusiv*. Respectiv, fiecare instituție media se străduiește să intre în posesia unei informații despre ultimele evenimente în domeniu. Interviul politic difuzat la radio nu face excepție, mai cu seamă că principala caracteristică a radioului este promptitudinea/operativitatea.

Odată cu trecerea timpului, dar mai ales odată cu apariția altor mijloace de informare în masă radioul a trebuit să-și reorganizeze procesul de producere a materialelor. Concurența de pe piața media, dar și cerințele auditoriului au făcut această instituție să adopte niște tehnologii ce ar asigura condiții de difuzare a mesajului nu mai puțin reușite decât ale altor instituții media. Astfel, camerele web instalate în majoritatea studiourilor radio fac la fel de atractiv un interviu difuzat la radio ca și cel difuzat la televiziune sau de către un portal. În aceste condiții, capacitatea de a purta un dialog, talentul și carisma interviuatorului fac diferența.

Un alt tip de interviu frecvent întâlnit la radio este *interviul dezbateri*. Perioada campaniei electorale oferă mostre mai reușite și mai puțin reușite de astfel de interviuri, nu este exclus ca și în afara alegerilor să se realizeze astfel de interviuri, dacă evenimentele politice ce se desfășoară necesită dezbateri publice. Acest tip de interviu presupune participarea mai multor interlocutori care dezbate o temă de interes larg. În cadrul acestui tip de interviu reporterul devine moderator și dă tonul discuției, dar și temperează discuția atunci când este cazul. „Participanții la dezbateri își exprimă opinii susținute de argumente, iar moderatorul îi poate chiar contrazice, devenind astfel și el unul care-și exprimă opinia” [5, p.84]. Confruntarea inițiată în studio are menirea să capteze atenția ascultătorului care își poate forma o opinie proprie în urma audierii. De obicei, durata acestui tip de interviu este mai mare decât în alte cazuri.

Deși în literatura de specialitate pot fi găsite mai multe recomandări pentru a realiza un interviu radiofonic reușit, situațiile în care jurnaliștii se abat de la niște reguli elementare nu sunt o excepție. Procesul de interviu este un act de creație, dar în cadrul căruia jurnaliștii se conduc de niște reguli testate în timp.

Caracteristic pentru jurnalismul radiofonic este și faptul că „nu orice temă poate fi tratată printr-un interviu” [3, p.166]. Interviul radiofonic, în special cu tematică politică, trebuie să răspundă unei problematice la zi sau poate avea un obiectiv de durată, de asemenea poate veni cu o explicație sau cu o motivație. Indiferent de scopul urmărit de jurnalist, interviul presupune identificarea unui interlocutor care deține informația corectă și completă și este dispus s-o expună în cadrul interviului. În cele din urmă, interviuatorul trebuie să știe ce vrea cu exactitate de la interlocutorul său.

În funcție de tipul de interviu pe care urmează să-l realizeze, pentru alegerea interlocutorului jurnalistul trebuie să se conducă de câteva criterii:

- „celebritatea, personalitatea individului
- autoritatea informației deținute
- realizările deosebite
- implicarea într-un eveniment inedit” [8].

Totuși, interlocutorul poate fi atât reprezentantul oficial al unui partid, cât și un simplu susținător, atât parlamentarul care face legi, cât și simplul cetățean. Important e să fie persoana cea mai indicată pentru tipul de interviu ce urmează a fi realizat.

O altă etapă în realizarea unui interviu este *documentarea*. În cazul interviului politic planificat chiar este recomandată documentarea pe două filiere: tematica interviului și persoana cu care se va discuta (numele complet, funcția, titlul său oficial, activitatea sa și declarațiile pe care le-a făcut anterior la temă). Siguranța asupra numelor, datelor, actorilor sau faptelor utilizate în întrebări este crucială. Este deranjant pentru persoana interviuată să corecteze chiar și o greșeală factuală mică într-o întrebare; acest lucru înseamnă pierderea controlului de către jurnalist. Erorile comise de către reporter pot să nu afecteze conținutul întrebării, dar lipsa cunoștințelor de bază subminează credibilitatea în ochii interlocutorului, dar mai ales în cei ai ascultătorilor. Un reporter care nu știe exact ce politică face politicianul cu care discută nu se găsește în ipostaza de a persuadea persoana respectivă pentru a-i oferi alte informații. În definitiv, pentru a purcede la realizarea unui interviu, reporterul trebuie:

- să se asigure că deține suficientă informație despre subiectul pe care urmează să-l discute și despre interlocutor, pentru a deține controlul interviului;

- să cunoască în detaliu ceea ce trebuie să scoată în evidență interviul;
- să aibă fixate întrebările-cheie.

Așa cum baza interviului o constituie întrebarea, calitatea întrebărilor determină calitatea răspunsurilor și, în cele din urmă, a interviului. Tocmai de aceea, formularea simplă și la obiect sunt calități esențiale pentru schițarea unor întrebări inteligente și eficiente. Întocmirea unei liste cu întrebări înainte de a merge la înregistrări este un exercițiu iminent în activitatea unui jurnalist, menit să asigure buna desfășurare a dialogului. Dat fiind faptul că interviul „este o conversație cu un scop” [3, p.169], întrebările pot fi clasificate în câteva categorii, în funcție de scopul urmărit și rolul lor în cadrul interviului.

În funcție de scop, pot fi formulate: întrebări *factuale* sau *de informație*, care oferă date concrete; întrebări *de opinie*, care solicită opinia unui specialist, expert, cetățean; *de mărturie*, pentru a obține confirmarea unei informații; *de motivație*, pentru a afla cauzele unei acțiuni sau decizii; *de urmărire*, pentru a completa sau clarifica un aspect discutat mai devreme.

În procesul de realizare a unui interviu radiofonic se ține cont nu doar de scopul interviului, dar și de posibilitățile de a avea o discuție eficientă și plăcută. Inițierea unui interviu cu un anumit tip de întrebare ar putea să asigure o comunicare eficientă, dar ar putea s-o și blocheze din start, astfel că specialiștii în domeniu au realizat o tipologizare a întrebărilor și în funcție de rolul lor. Pentru realizarea unui interviu informativ se recomandă de a începe cu o întrebare *de atac* – prima întrebare și cea mai importantă, în special în interviul folosit ca insert în știre, care are una sau două întrebări. În cazul unui interviu informativ propriu-zis, primele întrebări ar putea fi introductive, pentru a-l familiariza pe interlocutor cu situația, mai ales dacă interviul este în direct.

În cazul în care în procesul de interviu apare necesitatea de a-l ajuta pe interlocutor să-și facă mai explicite afirmațiile, mai clare, sau pentru a-l constrânge să răspundă, se face uz de întrebări *de sprijin*.

Dat fiind faptul că interlocutorii în cadrul unui interviu politic urmăresc scopul de a-și promova propriile idei, opinii, deseori apar situații când se abat de la linia prevăzută a interviului. Astfel că ei pot fi readuși în discuție făcând uz de întrebări *de relansare*.

În cadrul unui interviu mai lung, cu ajutorul întrebărilor *de punctare* jurnaliștii sintetizează cele spuse de interlocutor pentru ca ascultătorul să poată urmări mai ușor interviul și principalele idei, iar cu ajutorul celor *de insistență* sprijină declarațiile interlocutorului, subliniindu-le importanța.

Un alt moment specific interviului radiofonic este și necesitatea de a aminti ascultătorilor cine este interlocutorul. Acest lucru este posibil de realizat fie prin fraza: „Vă amintim că invitatul/interlocutorul nostru este...”, fie prin formularea unor întrebări *de nominalizare*, care încep sau conțin numele, funcția, calitatea invitatului.

Două tipuri de întrebări, care ar putea tensiona comunicarea dintre jurnalist și interlocutor, sunt cele *de obiecție* și cele *de controversă*. Cu toate acestea, în cazul în care interlocutorul devine evaziv sau divaghează, jurnalistul trebuie să-i ceară explicații. Nu sunt excluse situațiile când jurnalistul ar putea să-l contrazică pe interlocutor. „Întrebarea de controversă îl poate forța pe acesta să admită un element de la care ar fi dorit să se sustragă” [3, p.170].

Deosebit de important după încheierea unui interviu radiofonic e ca ascultătorul să afle răspuns la toate necunoscutele. Întrebările: Cine? Când? Unde? cer un fapt, astfel că se va afla persoana, timpul în care s-a produs acțiunea și locul. Răspunsurile la întrebările: Ce? și Cum? prezintă o succesiune de evenimente, care prezintă un fapt sau o interpretare a faptului. Întrebarea Care? cere o alegere dintr-o serie de opțiuni, iar întrebarea De ce? cere o opinie sau un motiv pentru cursul unei acțiuni. De la aceste tipuri de întrebări pot fi formulate mai multe variațiuni.

Cea mai bună întrebare recomandată de literatura de specialitate este întrebarea De ce?; ea urmează să aducă claritate într-o temă, problemă discutată, dar nu poate să urmeze fiecare răspuns al interlocutorului. În practica jurnalistică, de multe ori, anume la această întrebare se recurge destul de rar. La fel de important este și faptul că mulți realizatori de interviuri radio cu tematică politică, din dorința de a se manifesta ca niște persoane informate, formulează întrebări retorice în locul celor euristice. Un rol-cheie într-un interviu politic poate să aibă și întrebările închise, care nu sunt recomandate de către cercetători decât în situații excepționale, dar care pot aduce mai multă informație decât două-trei întrebări latente.

Există reporteri practicieni care recurg la modul direct de a formula întrebări, adoptând o atitudine prin care manifestă o anumită formă de atac evident prin tonalitatea vocii și modul de adresare. Reporterul trebuie să fie ferm, dar nu trebuie să facă exces de fermitate în postura pe care o are. „Deoarece sursa de informare

este interviuatul, reporterul trebuie să manifeste respect față de acesta pentru a obține cât mai multe informații" [5, p.87]. Totodată, el nu trebuie să alunece în latura cealaltă, în care ar pierde controlul discuției, iar interlocutorul ar conduce interviul.

Comunicarea radiofonică contemporană a scos în evidență unele tipuri de întrebări care nu ar trebui puse în nicio situație. Cele mai frecvente sunt *întrebările care dovedesc lipsa documentării*, ele fiind urmate de *întrebările generale, vagi*. Deranjante pentru auz, dar și inutile pentru percepția mesajului radiofonic, sunt și *întrebările care sugerează răspunsul*.

Printre recomandările teoreticienilor se regăsește și cea care îndeamnă jurnaliștii să nu pună mai multe întrebări în una, aspect neglijat în mare parte de practicieni. În atare cazuri există riscul ca interlocutorul să răspundă doar la întrebarea care îi convine, sau chiar să uite cealaltă întrebare.

Practica jurnalistică din Republica Moldova (și nu numai de la noi) a generat multiple cazuri când interlocutorii fie că și-au anunțat plecarea din cadrul emisiunii, fie chiar au abandonat interviul. În aceste situații vina în mare parte este a jurnalistului (nu s-a documentat suficient de bine despre interlocutor sau nu a găsit tactica potrivită pentru a-și aborda invitatul). În calcul trebuie luat și faptul că politicienii se consideră o categorie privilegiată în cadrul societății și cer o abordare specială, uitând că sunt în calitate de guvernanți în serviciul poporului, iar opinia publică trebuie să cunoască de la sursa primară cum stau lucrurile în stat.

Concluzii

Atât în procesul de concepere a unui interviu radiofonic cu tematică politică, cât și în procesul de realizare trebuie luate în calcul mai multe nuanțe ce ar putea periclita bunul mers al interviuării, dar și calitatea interviului final. Recomandările formulate de către teoreticienii din domeniu, dar și de către practicieni, constituie repere ale actului jurnalistic care, fiind aplicate, orientează discuția pe un făgaș constructiv și asigură calitate produsului mediatic finit.

Referințe:

1. *Interviul radiofonic*. Disponibil: <http://www.scrigroup.com/diverse/jurnalism/Interviul-radiofonic73253.php> [Accesat: 27.02.2017].
2. ADAM, G. *Inițiere radio*. București: România de Măine, 2008. 155 p.
3. Joanesu, I. *Radioul modern: tratarea informațiilor și principalele genuri informative*. București: ALL Educational, 1999. 269 p.
4. Dicționarul Explicativ al Limbii Române. Disponibil: <https://dexonline.ro/definitie/interviu> [Accesat: 14.05.2016].
5. TRACIUC, V. *Jurnalism radio*. București: Tritonic, 2003. 188p.
6. SĂFTOIU, C. *Jurnalismul politic*. București: Trei, 2003, 172 p.
7. ПЕРЕЦБЕТОВ, В. *Журналистика FULL*. Троицк: «Тривант», 2016. 152 с.
8. DE MAESENNER, P. *HERE'S the NEWS. A radio news manual*. [Accesat: 16.03.2017]. Disponibil: <https://www.scribd.com/doc/41806992/Here-s-the-News-A-Radio-News-Manual>

Prezentat la 09.04.2017