

**Ministerul Educației al Republicii Moldova**

**Universitatea de Stat din Moldova**

**Facultatea Jurnalism și Științe ale Comunicării**

**Departamentul Teoria și Practica Jurnalismului**

**Războiul ideologic intern în mass-media din  
Republica Moldova**

**Teză de licență**

**Elaborat:**

**Gribineț Natalia**

**Conducător științific:**

**Arcadie Gherasim,**

**lector universita**

**Chișinău, 2014**

## Cuprins:

Introducere.....	2
Capitolul I. Mass-media - război și pace în jurnalismul de opinie: aspecte defnitorii	
I.1 Rolul Mass -media în exercitarea controlului democratic.....	6
I.2 Editorialul ca gen analitic și chipul moral al unui editorialis.....	19
I.3 Blogging-ul - cea mai recentă (r)evoluție din lumea Internet-ului.....	25
Capitolul II: Rolul mass-media între ideologia politică și cadrul deontologic al editorialistului în Republica Moldova	
Studiu de caz.....	26
Concluzii generale și recomandări.....	49
Bibliografie.....	53

## Introducere

Prezenta lucrare se centrează asupra rolului mass-media, în mod special, a jurnalismului de opinie în procesul de educarea și formare a unei opinii publice corecte și obiective prin felul de scriere a editorialelor, comentariilor de opinie și analiză care vin să explice natura lucrurilor desfășurate în politica din țară. Prin acest razboi mass-media se devalorizează ca sursă de informare credibilă, corectă, independentă, pluralistă și demonstrează partizanat politic cras, subordonare regretabilă comenzilor politice sau grupurilor de interese uneori obscure. Jurnaliștii antrenati într-o astfel de luptă erodează calitățile profesionale bazate pe deontologie, valori etice profesionale; discreditează rolul și locul jurnalistului în societate. Mai mult decât atât, acest razboi face imposibilă solidaritatea de breaslă și afirmarea presei ca o adevărată putere a țării. Razboiul ideologic intestinează dintre editorialiști și diferitele publicații devine în R. Moldova un fenomen care îi transformă pe jurnaliști din câini de pază ai societății în cățeluși de pază a intereselor politice ale patronilor lor. Situația în cauză a determinat alegerea temei respective spre a fi cercetată.

**Actualitatea temei** este determinată de faptul că, în prezent, mass-media prezintă o imagine dezechilibrată și se complăce a fi nu altceva decât o prelungire docilă a puterilor tradiționale din stat. Vorbim de fenomenul în presă care presupune o luptă personificată între liderii de opinie a mass-media, ceea ce denotă că între editorialiști nu se dă o luptă de idei, dar se alimentează sisteme de idei politice, fiind părțitorii unor ideologii politice.

**Scopul lucrării** îl constituie cercetarea modului de reflectare și abordare a faptelor, evenimentelor politice de către editorialiști pe care-i transformă în părțitorii și promotorii de ideologii politice de unde se „naște” și războiul ideologic intestinează din mass-media, devenit un fenomen în R. Moldova. Astfel, scopul impune următoarele sarcini:

- Analiza calitativă și cantitativă a adevărului promovat de editorialiști în presă;
- Identificarea genurilor jurnalistice și a stilului de răfuială, luptă între editorialiștilor;
- Analizarea editorialelor polemice și a obligațiilor jurnalistice în raport cu codul deontologic și etica morală a acestuia.

Evoluția din jurnalism și din politică au intensificat rolul politic al jurnalismului. Modelul militant (în care transmit perspectivele partidelor politice) este modelul caracteristic astăzi materialelor jurnalistice de opinie. Narațiunea politică, regăsită adesea în cadrul materialelor jurnalistice de opinie facilitează prezentarea concepțiilor ideologice ca adevăruri naturale. Funcția primordială este cea de informare, exprimare și formarea a opiniei. Altfel spus, presa este un factor de constituire a opiniei publice: ea operează un travaliu de fuziunea a opiniilor personale, locale, fragmentate, în opinii sociale și naționale, iar acest rol îi revine jurnalismului de opinie și editorialiștilor. Mai bine zis, funcția acestora este de a descoperi și dezvălui erorile

comise de oficiali, ceea ce înseamnă implicarea presei în controlul democratic și în formarea unei opinii sociale corecte.

Experiența politică din ultimii ani în Republica Moldova ne-a demonstrat că adesea, în conștiință de cauză, politicienii prezintă, prin intermediul mass-media, în primul rând, un amestec de realizări de multe ori exagerate sau fabricate în interesul individului. Puterea își dorește o loialitate din partea mass-media. Însă, presa sau o bună parte a ei, care la începutul democratizării societății își exprima dorința clară de a devini „puterea a patra”, se pare că se complăce a fi astăzi nu altceva decât o prelungire docilă a puterilor tradiționale din stat. Jurnaliștii, în deosebi editorialiștii, comentatorii sau chiar și cei care scriu investigații se identifică cu politicienii. Nu le mai rămâne timp și loc pentru onoarea obligațiilor considerate a fi firești pentru mass-media democratică – informarea corectă, obiectivă, imparțială. Motivele acestui fenomen sunt generate de presiunile economice și politice care afectează grav instituirea unei presei independente în Republica Moldova. Editorialele îmbracă stilul unei „hărțuiri” politice între autorii acestora. O astfel de raportare apare firească dacă ținem cont de faptul că acțiunea politică, de cele mai multe ori, se produce pentru a fi difuzată prin intermediul mass-media, manifestând, implicit, o tendință vizibilă pentru o desfășurare în conformitate cu legile spectacolului. În toate societățile democratice, există editorialiști care analizează evenimentele politice și economice, înclinând subtil și constant balanța în favoarea taberei pe care, în mod deschis și asumat, o susțin. Acești editorialiști nu plantează însă idei și argumente în mintea cititorilor, ci vin să completeze și să-și grefeze opiniile pe cele deja existente sau să-și convertească oponentii printr-o retorică nealarmantă și civilizată. A scrie materiale de opinie nu înseamnă neapărat numai a alcătui cuvinte din înșiruirea de litere și spații, ci înseamnă a traduce înțeleșurile și subînțeleșurile, a le filtra, a le pune într-un context ce presupune un bagaj semnificativ de cunoștințe și verticalitate în conștientizarea ideilor promovate. În fiecare dimineață îmbracă costumul analistului imparțial iar partizanatul politic îl disimulează sub clișee prăfuite în care politicienii "își bat joc de oameni" și „fură din banul public”. Făcând un scurt apel la taxonomie, putem diferenția în cadrul acestei specii (autointitulată în mod fraudulos: jurnalist) două subspecii: editorialistul ideolog și editorialistul plătit.

Jurnalismul de opinie are ca primă prioritate să aducă cititorului o părere, o poziție cât și o opinie argumentată despre evenimentele care au loc în societate cât și despre subiectul propriu zis pe care-l abordează. De aceea mesajul lansat în materialul jurnalistului necesită argumente, dovezi și surse reale care vin cu o explicație în înțelegerea mesajului semnalat de jurnalist. În opinia unor cercetători americani, editorialul poate fi conștiința ziarului, iar cea mai importantă menire a acestuia este realizarea legăturii dintre fapte cu un context mai larg. Faptele intră într-un

editorial doar atunci când conduc spre o concluzie logică. Istoria presei post-decembriste a demonstrat că e foarte dificil ca un ziarist sau editorialist să fie perceput ani la rândul ca formator de opinie locală și națională. Menținerea unei cote înalte de moralitate, deontologie și atitudine empatică față de problemele comunității se câștigă în timp și fără rabaturi de la etică. Putem spune că astăzi avem foarte puțini formatori de opinie, ziariști care au intrat în elita editorialiștilor. A fi editorialist nu înseamnă să ai numai un succes temporar și facil ca număr de cititori, ci și o constanță în ochii opiniei publice. Un formator de opinie trebuie să fie în primul rând un om de conștiință, cu vibrații intelectuale și sensibil la nevoile cetățenilor. Vorba lui George Barițiu: „Țineți cu poporul să nu rătăciți” este perfect valabilă și astăzi. Așa ușor se poate pierde credibilitatea unui jurnalist sau editorialist, dacă face compromisuri etice privind atitudinile marilor probleme ale comunității, încât odată pierdută onoarea își pierde definitiv încrederea cititorilor și credibilitatea de formator de opinie. Pierd definitiv credibilitatea preferând jocurile de culise ale politicianilor și interesele lor pecuniare, decât ale poporului și cititorilor, singurii care trebuie să conteze pentru un editorialist.

Am analizat editoriale și genurile (ex. foileton, pamflet) pe care autorii le folosesc pentru a ataca direct un alt jurnalist; formator de opinii sau comentarii în mass-media, asta însemnând ziare, instituții TV și bloguri personale pentru a stigmatiza și reprezenta fenomenul care se perindă tot mai mult în R. Moldova, cel de răfuială între publicații și editorialiștii acestora.

**Suportul metodologic și teoretico-științific al cercetării.** În procesul lucrării au fost aplicate metode generale științifice: analiză de sinteză, metode de analiză comparată din perspectiva mai multor jurnaliști, editorialiști, blogheri. La întocmirea lucrării au fost utilizate și recomandări legislative cu privire la dreptul de informare. În procesul elaborării lucrării au fost aplicate diverse metode de cercetare: analiza, sinteza, analiza comparativă, precum și analiza calitativă - orientări metodologice aplicate și de marea majoritate a cercetătorilor în domeniul jurnalismului de opinie. În cadrul studiului au fost exploatate mai multe lucrări științifice și de analiză, atât ale cercetătorilor naționali, cât și internaționali, printre cele mai fundamentale: Alexandru-Brăduț Ulmanu „Ghid de stil cu norme etice pentru jurnaliști”, Barbie Zelizer „Despre Jurnalism La Modul Serios”, Simion Boncu „Presa câine de pază al democrației” etc. În care sunt abordate relațiile și carențele jurnalistice/de opinie în raport cu sistemul politic în Republica Moldova. Baza teoretico-științifică a cercetărilor o constituie lucrările specialiștilor în domeniul ziaristic, mediatic. În acest sens țin să mai menționez câteva lucrări de bază ale următorilor autori: Stan C., Stepanov G., Dumitru Titus Popa, Marina Dumbravă etc.

**Noutatea temei** de cercetare este faptul că răfuiala dintre publicații, posturi Tv și editorialiștii care scriu acte cu tentă analitică a devenit un fenomen constant în R. Moldova.

**Structura lucrării.** Teza „Războiul idiologic intestin în mass-media din R. Moldova” cuprinde introducere, două capitole, care redau conținutul de bază al cercetării și bibliografie. Primul capitol „Mass-media - război și pace în jurnalismul de opinie: aspecte definitorii” ține de teorie, de istoriografia problemei, fenomenului cercetat. Sunt definite expresiile fundamentale care definesc mass-media, cele de „câine de pază” și „puterea a patra”; este descris chipul moral al unui editorialist cât și deontologia, etica acestuia în conformitate cu Codul Deontologic al Jurnalistului. Este structurat în trei subcapitole, în al treilea subcapitol este descrisă evoluția și tangențele blogging-ului în sfera mediatică. Cel de-al doilea capitol este de natură practică, prezintă însăși cercetarea celor expuse în primul capitol. Accentul a fost pus pe jurnalismul de opinie, iar ca obiect de cercetare l-a constituit editorialele din publicațiile Timpul, Moldova Suverană; portalul de știri Jurnal.md, Curentul.md, Literatura și Arta etc. Pe lângă presa scrisă au fost analizate și posturile de televiziune Jurnal Tv și Publika, precum și blogurile lui Andrei Fornea și Alexandru Cozer.

## Capitolul I. Mass-media - război și pace în jurnalismul de opinie: aspecte definitorii

### I.1. Rolul Mass -media în exercitarea controlului democratic

Întrebările legate de „democrația presei”, „realitățile politice mediatice”, „politici ale presei” și de faptul că „presa guvernează sau nu” sunt întrebări-cheie derivate dintr-o presuposiție despre interdependența dintre lumea politică și cea jurnalistică în anumite tipuri de sisteme politice. Cei care s-au implicat în cercetarea politică despre jurnalism iau adesea poziția avocatului care pledează în favoarea publicului, îndreptățit să descopere modalitățile prin care jurnalismul poate servi mai bine cetățenii, în funcție de premisele ce operează în societățile democratice. În lucrările lui *Walter Lippmann* deducem că interesul pentru rolul politic al jurnalismului a fost extrem de ridicat în ultima perioadă. Suținând că, de fapt, criza democrației moderne era o criză a jurnalismului, el le-a cerut oamenilor de presă să acționeze ca experți în medierea informațiilor pe care le primea publicul larg. Așa cum observă și Denis McQuail, teoria normativă investigă modul în care o instituție “ar trebui să decidă dacă anumite valori sociale sunt de menținut sau de obținut”, un interes care, în schimb, a influențat ceea ce publicul poate și ar trebui să aștepte de la presă.

Modul în care lumea jurnalismului ar trebuie să opereze cu anumite sisteme politice, cu accent pe întrebările dacă, în ce măsură și cum influențează jurnalismul procesele și politicile de luare a deciziilor. În acest sens, prin simpla transferare a interesului de la zona exclusiv jurnalistică la confluența dintre jurnalism și politică, ceea ce *Philip Schlesinger* numește „tendință de centrare asupra presei”.

Științele politice au fost multă vreme interesate de ceea ce politologul Hans J. Morgenthau definește drept „natura, acumularea, distribuția și exercitarea controlului puterii la toate nivelurile interacțiunii sociale”. În acest sens, țintele investigației științelor politice erau acele instituții, trăsături și probleme cu impact asupra modului în care se face politică în interacțiunea din cadrul statelor naționale. Alexis de Tocqueville a fost printre primii care a subliniat efectul presei asupra opiniei publice, iar lucrările lui John Dewey au avut ca obiectiv confluența dintre presă, public și politică. Observațiile acestei cercetări pune în evidență faptul că presa este considerată un instrument folosit de guvern pentru a influența opinia publică, reper ce se face remarcat și în circuitul informațional moldovenesc. Gânditorii pragmatici percep jurnalismul ca o metodă de a asigura autonomia și vitalitatea comunității și sentimentului public. Într-o formulare mai apropiată situației de astăzi, așteptările legate de rolul politic al jurnalismului erau legate de ideea că aceasta constituia a patra putere în stat- o noțiune introdusă în paralel cu evoluția formelor moderne de democrație, când presa era considerată paznic al democrației și

apărătoare a interesului public. În zona celei de-a patra puteri apar noțiunea de „opinie publică” și accentul pus pe locul central ocupat de dezbaterile publice în procesul decizional politic, adică fiecare acompaniind legătura în plină evoluție dintre jurnalism și lumea politică.

În alte țări ale lumii, examinarea relațiilor dintre domeniul politic și cel jurnalistic nu a fost neapărat făcută folosind cadrul disciplinar al științelor politice. În Marea Britanie, de exemplu asemenea chestiuni erau încadrate domeniului sociologic, care facilita o dezvăluire critică a dimensiunilor politice ale jurnalismului.

Plecând de la lucrările lui Walter Lippmann despre opinia publică, cât și de la cele ale lui Harold Lasswell despre propaganda de după primul Război Mondial și despre „comportamentul de turmă” al presei de după cel de-al doilea Război Mondial, științele politice din secolul XX i-au identificat pe jurnaliști drept actori potențial puternici și influenți ai lumii politice.

Evoluția din jurnalism și din politică au intensificat rolul politic al jurnalismului. În viziunea multor cercetători științifici, procesul politic american a dezvoltat o dependență complexă față de presă. Deoarece atât actorii politici, cât și publicul recurgeau la jurnalism pentru transmiterea și oferirea informații despre lumea politică. S-a crezut că sistemul politic folosește viteza și forța jurnalismului de a atinge publicuri îndepărtate, pentru a face mai ușor de înțeles slăbirea și descentralizarea principalelor partide politice.

Investigația politologică despre jurnalism s-a dezvoltat în trei direcții principale, fiecare cu o viziune normativă și abstractă despre diferitele niveluri de practică jurnalistică. În centrul fiecărui tip de demers investigativ a existat un interes pentru starea jurnalismului, pusă față în față cu ceea ce ar trebui să reprezinte acesta. Aceste trei direcții de cercetare sunt diferite ca scop și ca amplitudine analitică. Mai întâi, esențialul în acest sens a fost atenția sistematică pentru „*o imagine la cea mai mică scară*” despre lumea jurnalistică, întruchipată de interacțiunea dintre jurnalist și sursă. O a doua direcție a investigației a luat forma unei „*abordări la scară medie*” a funcționării conjuncției dintre jurnalism și lumea politică, analizată în cadrul mai larg în care jurnaliștii sunt conectați atât cu actorii politici, cât și cu publicul. Cele mai cunoscute studii politologice despre jurnalism sunt cele care stabilesc tipologii de „*interacțiune la scară largă*” și încearcă să descrie trăsături operaționale posibile pentru jurnalism în cadrul diferitelor ordini politice.

Numeroasele cercetări ce vizează legătura dintre jurnalism și politică au luat mai târziu forma unor modele sau a unor teorii legate de felul în care ar putea arăta zona de confluență dintre jurnalism și politică într-un mediu controlat. În acest context a fost formulată o teorie despre



punctele de întâlnire care apar între lumea jurnalistică și cea politică, în diferite sisteme politice. Schudson făcând apel la istoria americană, discută trei modele de jurnalism în sistemele democratice – *modelul pieței* (în care jurnaliștii dau publicului ceea ce-și dorește), *modelul militant* (în care transmit perspectivele partidelor politice) și *modelul responsabilității* (în care oferă știrile de care cetățenii au nevoie pentru a fi participanți informați la viața democratică). În lucrările lui Graber, Norris și McQuail a fost sugerat un model de disociere dintre presă și politicieni, în timp ce alți cercetători au argumentat pentru recunoașterea „jurnalismului de opinie”, prevalent în Franța, Marea Britanie, Italia și America Latină. S-a descoperit că studenții de la Jurnalism aspirau spre trei modele – cel care educă, cel prin care se exercită puterea și cel care distrează. Oamenii de știință aspirau să descrie modele de practică jurnalistică ce reflectau contexte locale, cum ar fi „*modelul jihad al jurnalismului*”, un nume născocit pentru răspunsul jurnaliștilor față de Islam. În America Latină, în ciuda unei absențe istorice a jurnalismului de investigație de tip „scotocit prin gunoaie”, jurnaliștii au elaborat propria lor versiune, cea a „câinelui de pază”, care a forțat apariția unui nou rol moral și politic pentru colegii lor de pe continent.

Prin contrast, alte cercetări au examinat în mod extensiv rolurile jurnalistice din Europa de Est, mai ales în era postsovietică. Un sondaj făcut de Glasnost Defence Foundation printre 1. 200 de jurnaliști de la ziarele și televiziunile regionale din Rusia a descoperit relații complexe la confluența dintre lumea jurnalistică și cea politică și existența unor materiale de presă plătite adesea de organizațiile politice. Ellen Mickiewicz a arătat cum tranzițiile postsovietice către noile sisteme politice din estul Europei au forțat o regândire a vechilor practici și norme jurnalistice, iar Karol Jakubowicz a descoperit că jurnaliștii din Polonia erau conduși de editorii privați în era postcomunistă în același fel cum au fost conduși de comisarii partidului în timp ce se aflau sub dominația sovietică.

În cele mai multe dintre aceste lucrări, exista în prim-plan un accent pus pe felul în care jurnaliștii au profesat în cadrul politic mai larg și pe modalitatea prin care ar fi putut lucra mai bine. Acele aspecte ale confluenței dintre zona jurnalistică și cea politică ce obstrucționau acest tip de funcționare au fost catalogate ca problematice.

\*\*\*

Veriga presă-public-politică ocupă un loc central sub imperativul sistemelor democratice de guvernământ, fie că sunt sisteme mature, fie că sunt sisteme în plină dezvoltare. O mare parte din studiile în acest sens au încercat să identifice cauzele eșecului jurnalismului în asigurarea unei vieți publice democratice.

În cartea *Democracy without Citizens* a lui Robert Entman găsim ideea că jurnaliștii și elitele politice, cu propriile lor interese, erau în competiție pentru controlul știrilor, elitele făceau un schimb între un minimum de informații și un maximum de expunere pozitivă în presă, iar jurnaliștii extrăgeau datele utile elaborării unor materiale care să fie apreciate de superiorii lor. Alți cercetători au identificat și alte nuanțe în privința confluenței dintre jurnalism și politică. Samuel Popkin, de exemplu a argumentat că publicul nu era atât de dezavantajat de ceea ce oferea jurnalismul în legătură cu lumea politică, unii însă prezintă contrariul prin dovezi ce sugerează că publicul juca un rol mult mai activ în interpretarea știrilor decât se credea.

Un loc central l-a ocupat lucrarea lui Jurgen Habermas, a cărui teorie despre sfera publică a contribuit la punerea într-o lumină nouă, a noțiunelor tradiționale legate de modul în care jurnalismul își servește publicul. Identificând jurnalismul de opinie și dezbaterile ca elemente absolut necesare într-o democrație.

Investigația politologică despre jurnalism a promovat și un domeniu de studiu care pune accentul pe impactul jurnalismului asupra retoricii și limbajului politic. Acest studiu a ajuns la concluzia că narațiunea politică, regăsită adesea în cadrul materialelor jurnalistice de opinie facilitează prezentarea concepțiilor ideologice ca adevăruri naturale. Narațiunea politică afișă un caracter binar, care îl plasează pe producătorul și pe cititorul știrilor pe una dintre părțile graniței ideologice (bogat vs sărac, sud vs nord), iar caracterul complex al dezbaterii politice este simplificat și transmis “în termeni care se exclud reciproc”. [2, pag.135]

Dicționarul Politic de Sergiu Tămaș scrie că „persuasiunea politică este o acțiune și, implicit, putere de a convinge pe cineva să împărtășească anumite idei, valori, atitudini sau să facă un anumit lucru. Persuasiunea politică constituie un demers deschis, pozitiv, fără constrângeri, care folosește argumente raționale și care se realizează pe căi diferite, folosind pe lângă argumentele raționale și elemente de influențare socială care țin de prestigiul unei personalități, experiență de viață, îndoctrinare, corupție etc. În acest proces, se recurge fie la simpla tentativă de a elucida care sunt interesele cuiva, furnizând direct informațiile necesare, fie orientând atenția unei persoane sau grup social spre alte interese recurgând la promisiunea unei recompense”.

Implicarea mass-media în controlul democratic al instituțiilor publice în societățile occidentale este o consecință structurală a sistemului politic pluralist, bazat pe diversitatea opiniilor, pe confruntarea ideilor și punctelor de vedere, pe existența unei opoziții și, înainte de toate, pe libertatea opiniilor și a comunicării.

Rolul presei în controlul democratic al instituțiilor publice este o consecință a funcțiilor pe care aceasta le îndeplinește în societate. Funcția primordială este cea de informare, exprimare și

formarea a opiniei. Altfel spus, presa este un factor de constituire a opiniei publice: ea operează un travaliu de fuziunea a opiniilor personale, locale, fragmentate, în opinii sociale și naționale.

Mass-media exercită la rândul său influențe asupra politicienilor, atât direct cât și prin curentele de opinie al căror dialog îl mijlocește și îl transformă în act public. În societățile democratice de tradiție, influența presei și a publicului asupra procesului politic este un fapt incontestabil. Funcția mass-media de descoperire și dezvăluire a eroilor și relelor comise de oficiali este cea care corespunde în cea mai mare măsură implicării presei în controlul democratic și în formarea unei opinii sociale corecte. Saturarea publicului cu informație este un factor perturbator. Bombardamentul cu informație depășește cu mult posibilitatea publicului de a medita asupra ei și creează o stare de obișnuință, echivalentă în multe privințe cu diminuarea capacității acestuia de a reacționa la șocurile pe care le reprezintă abuzurile sau neregulile instituțiilor publice dezvăluite în presă. *„Lumea pare plină de informații, dar ceea ce este deficitară este capacitatea cetățenilor de a le înțelege”* – constată John Keane. În aceste condiții, *„Difuzarea noilor opinii prin mass-media rar zdruncină puterea iresponsabilă”*.

Monopolul în presă este un subiect care conduce la creșterea forței economice și a influenței politice în trusturile de presă. Independența economică și libertatea presei, susțin într-o anumită măsură și avantajele pe care concentrarea proprietății le oferă pentru o presă puternică și, implicit, capabilă să critice eficient instituțiile publice.

Experiența politică din ultimii ani în Republica Moldova ne-a demonstrat că adesea, în conștiință de cauză, politicienii prezintă, prin mass-media în primul rând, un amestec de realizări de multe ori exagerate sau fabricate în interesul individului. Tendința presei de a fi liberă a fost în toate timpurile conjugată cu încercările statului de a o ține sub control și a o pune în serviciul guvernării. Această situație e asemenea unui cerc vicios, caracterizat printr-o permanentă luptă camuflată dintre aceste două forțe. Chiar dacă marii politicieni, cum au fost președinții SUA Thomas Jefferson, care a lansat celebra sa opțiune *„Dacă ar fi ca eu să decid – trebuie să avem un sistem de guvernare fără a avea ziare sau ziare fără a avea un sistem de guvernare – nu aș ezita să prefer cea de-a doua posibilitate”*, și John Kennedy, care considera că rolul mass-media este de a feri puterea de aroganță, au apreciat înalt funcțiile presei în societate, totuși au făcut-o nu fără a semna și alte „calități” ale ei. Același Th. Jefferson, într-o scrisoare de la 1807, vorbea depre *„prostituarea presei în fața neadevărului”*, constatând că *„nu poți crede nimic din ceea ce citești acum dintr-un ziar. Chiar și adevărul se arată suspect atunci când apare plasat în acest instrument contaminat”*.

Ce se întâmplă cu mass-media în spațiul politic comun din Republica Moldova? Cum a avut loc regruparea mediilor în funcție de apropierea sau înstrăinarea de putere? Pe ce principii și interese au fost selectate mecanismele de susținere și de re-producere a puterii?

În linii mari, procesul mediatic în statele posttotalitare a evoluat ghidându-se de legități comune: demonopolizarea, descentralizarea, dezvoltarea presei de partid, apariția și extinderea sectorului privat, crearea unor mari corporații mass-media, care practic controlează segmente enorme ale opiniei publice. Analizând calea parcursă de presa din Rusia de la 1985 încoace, jurnalistul Egor Iakovlev delimitează trei etape principale. *Transparența* (1985-1992) care a însemnat sistarea oricărui tip de cenzură sau tabu proprii dictaturii comuniste. Cea de-a doua etapă (1992-1998) s-a caracterizat prin „*libertatea cuvântului*”, dar, în același timp, și prin subordonarea presei magnaților financiari, care au și început acapararea spațiului mediatic. Cea de-a treia, care continuă și până azi, poartă pecetea unei *încăierări înverșunate între grupările financiare* pentru a domina pe piața mass-media. O asemenea situație poate fi observată și în presa din România.

În Republica Moldova, procesul deetatării presei practic nici nu a demarat. Presa rămâne a fi, fie de partid, fie că e privată, majoritatea fiind afiliată puterii, iar restul- forțelor din opoziție. Aici putem enumera posturile TV ca “Prime”, “Publika”, “2Plus”, “Canal3” care sunt dirijate de oligarhul Vlad Plahotniuc; „Moldova Suverană” în dirijarea comuniștilor (PCRM) etc.

În ziare, la microfoane și la ecranele TV se prezintă subiecte fabricate de imagemakerii puterii. Interesul principal al publicului pentru obiectivitate, ceea ce înseamnă de fapt interesul pentru adevăr, este abandonat de către putere, este sacrificat intereselor de moment ale acesteia. În loc de adevăr, mass-media afiliată autorităților propune o multitudine de standarde și practici, care construiesc o realitate ce convine guvernării. Acest act de construcție a realității conduce la teza că “dacă o situație este definită ca reală, ea este reală în consecințele ei”. Astfel, mass-media de la noi realizează chiar și în știri o relație strânsă între informare și orientare, punând totuși accentul pe orientarea publicului la cercul de interese ale puterii.

Puterea creează prin mass-media o realitate ce-i convine, făcând în același timp tot posibilul ca oamenii nu numai să accepte această ficțiune drept un pur adevăr, dar și să disimuleze veritatea. Mass-media pro-putere, are menirea să continue arena unor asemenea discuții și să promoveze inițiativele societății civile, se limitează la lansarea de idei ale guvernanților, re-producând dogme, stereotipuri, redând fals realitatea, construind o imagine a puterii pe care aceasta și-o dorește pentru a manipula și în continuare conștiința oamenilor.

Realitatea mediatică de la noi abundă în exemple cum presa afiliată guvernării slujește zi de zi pentru re-producerea puterii și a intereselor ei. Formula își găsește confirmarea și în concluzia lui Victor Moraru care, făcând trimitere la cercetătorul Jay G. Blumler, constată că mijloacele de comunicare în masă sunt determinate pentru „*cucerirea puterii, legitimarea autorității, consolidarea normelor sociale, organizarea și formarea opiniei publice. La nivel subsistemic, organizațiile, inclusiv partidele politice, tratează accesul la mass-media drept un suport ponderabil și mobilizator al realizării obiectivelor propuse*”. [6, pag.22-31]

Desfășurarea luptelor politice mediatică demonstrează pronunțat tendința mass-media de a se afirma, întâi de toate, ca vector politic al unei anumite formațiuni politice și apoi ca subiect aparte. Puterea a conștientizat valoarea presei în reformarea societății și este dispusă să contribuie la prosperarea ei. Dincolo de aceste interpretări care onorează puterea, nu putem exclude, însă, altele, mai puțin favorabile – puterea își dorește o loialitate din partea mass-media. Însă, presa sau o bună parte a ei, care la începutul democratizării societății își exprima dorința clară de a deveni „puterea a patra”, se pare că se complăce a fi astăzi nu altceva decât o prelungire docilă a puterilor tradiționale din stat.

Așadar, presa moldovenească, inclusiv cea care pretinde a fi independentă, tinde să devină componentă a institutului Puterii. Jurnaliștii, în deosebi editorialiștii, comentatorii sau chiar și cei care scriu investigații se identifică cu politicienii. Nu le mai rămâne timp și loc pentru onoarea obligațiilor considerate a fi firești pentru mass-media democratică – informarea corectă, obiectivă, imparțială. Motivele acestui fenomen sunt generate de presiunile economice și politice care afectează grav instituirea unei presei independente în Republica Moldova.

Jurnalistul trebuie să fie conștient de rolul său în societate atunci când apare ca oglindă a sferei politice în vizorul omului-cetățean. Liberă de orice cenzură politică, de presiune autoritară din partea puterii, mass-media plăsmuiește condiții favorabile pentru manifestarea plenară a aspirațiilor, nevoilor și imperativelor sociale, politice ale oamenilor, a intereselor lor. În această atmosferă politică și socială devine real echilibrul de forțe, care permite Puterii, pe de o parte, și cetățenilor, pe de altă, exercitând presiuni reciproce prin mijlocirea legitimității actului puterii și activității nestingherite a mass-media, să stabilească asemenea relații de parteneriat.

Un imperativ cert: democrația politică presupune și o cultură politică adecvată. Fenomen complex, sfera culturii politice în linii mari este rezultatul „unui sistem de atitudini, generat de reprezentările, valorile, credințele și convingerile ideologice-politice împărtășite. Se cuprinde aici un mod de exprimare socială prin opinii și comportamente de către ceilalți în raport cu viața politică sau în contextul acesteia”. Viața politică prin cultura ce o caracterizează, are menirea de

a contribui la socializarea politică a indivizilor, amplificând și deminuând pe această cale rolul participativ al acestora la activitatea social-politică. Cultura politică, element indispensabil al vieții politice, se regăsește în relațiile sale cu sistemul politic, fiind determinată de modalitățile de manifestare ale acestuia. Calificată drept a „patra putere în societate”, presa, căreia tot mai insistent în ultimul timp i se atribuie rolul de „câine de pază a democrației” poate contribui substanțial, în funcție de scopurile pe care le urmărește, la socializarea politică, propunând anumite valori, evaluări și atitudini, impunând pe această cale afirmarea unei anume culturi politice în raporturile lor cu regimul politic, sau invers. Astfel, în acest context putem vorbi de presă ca instrument important, atât în ce privește contribuția acesteia la socializarea politică, cât și la promovarea culturii politice, mai cu seamă în contextul libertății de expresie și a pluralismului de opinii pe care le deschide pentru mass-media societatea democratică modernă.

După cum orice societate este un ansamblu neomogen, tot așa și mediului nostru moldovenesc îi sunt caracteristice diversitatea de partide, mișcări, pături sociale, care elaborează, acceptă sau subapreciază anumite norme și valori social-politice, corespunzător scopurilor pe care și le-au trasat. De vreme ce societatea este segmentată din punct de vedere politic, constatăm la moment că și presa îi este caracteristică această divizare, ea fiind chemată să promoveze o anumită cultură politică, care deviază de la caz la caz în funcție de interesele și scopurile pe care le urmărește un partid politic sau o parte din societate. Promotoare a culturii politice, presa, pentru a avea priză la destinatarii săi, indiferent de veșmântul politic pe care îl îmbracă, simte necesitatea de a-și raporta activitatea de zi cu zi la cadrul juridic existent în societate.

Referindu-ne la situația de la noi, constatăm că, alături de Constituția Republicii Moldova, activitatea mass-media este reglementată de Legea presei, Legea audiovizualului, Legea privind accesul la informație, alte acte legislative, care, direct sau tangențial, pun în valoare posibilitățile ei în procesul de familiarizare a cititorilor cu informațiile de interes public.

Asigurând dreptul „de a ști” al maselor, activitatea presei nu se reduce doar la informare. O dată cu constatarea faptelor, ea tinde să interpreteze informația aprobând sau dezaproband un eveniment produs în societate, încercând să-i dezvăluie esența, propunând anumite opinii, atitudini, soluții, cultivând astfel o anumită cultură politică și un anumit comportament destinatarilor săi. Sub acest aspect, presa este nu doar un mijloc de reflectare a realității, ci și un promotor de anumite valori ale culturii politice și general umane.

În paginile presei devine tot mai evidentă prioritatea acordată acelor fapte, evenimente, personaje care manifestă, din punct de vedere jurnalistic un anumit potențial spectacular. În fond, tot mai des, în scrierile jurnalistice politica este asemuită cu teatrul. Aici se includ genurile de

pamflet, satire, foiletoane, dar spre uimire o tendiță mai nouă a devenit și editorialele care îmbracă stilul unei „hărțuiri” politice între autorii acestora. O astfel de raportare apare firească dacă ținem cont de faptul că acțiunea politică, de cele mai multe ori, se produce pentru a fi difuzată prin intermediul mass-media, manifestând, implicit, o tendință vizibilă pentru o desfășurare în conformitate cu legile spectacolului.

O dată cu expansiunea sistemului mediatic, se produce apariția unui nou tip de cultură politică – cultura de spectacol. Aceasta, respectiv, nu este decât simulare, artificiu, parodie. Este reprezentarea înșelătoare a democrației, a culturii de participare. Individul se crede liber, activ, influent. Se crede un actor al sistemului politic, pe când în realitate nu este decât un spectator păcălit, amăgit de jocul politicii. În acest fel, cultura de spectacol înlocuiește în mod insidios cultura de participare, iar spectacolul politic înlocuiește democrația. Tocmai în aceste situații relevante, când elitele execută spectacolul, iar celorlalți le revine rolul de spectatori, fiind lipsiți astfel de calitatea de a fi subiecți ai politicii, rezidă una dintre cele mai grave provocări ale democrației mediatice.

Mass-media manifestă o tendință vizibilă spre caricaturizarea politicii. Promovarea în presă a elementelor spectaculare ale realității (favorizată de acordul tacit care pare să se fi stabilit între elita politică și cea mediatică asupra interpretării politicii în termeni de spectacol) acreditează inevitabil alunecarea spre o tratare „lejeră” a realității. În consecință, procesul de mediatizare reduce la simplitatea unei complexități.

Prezentarea repetată a domeniilor ideologice partizane continuă să definească sau să „indice” cultura, mai ales pentru oamenii care sunt foarte expuși mijloacelor de informare în masă. Întrucât adeseori mass-media interpretează și sintetizează imagini în acord cu ipotezele ideologiei dominante, ele influențează enorm modul în care oamenii descifrează trăsăturile societății lor.

Cultura populară conferă putere. Mass-media contribuie la proces, distribuind resursele de putere culturală indivizilor oprimați și grupurilor subordonate, care le folosesc pentru a-și construi tacticile de rezistență contra strategiilor hegemonice de îngrădire.

Capacitatea mijloacelor de informare în masă de a evidenția și disemina fragmente ideologice și culturale răspunde în primul rând la întrebarea formulată de atâtea ori: „mass-media reflectă realitatea socială, sau o creează”? Fără nici o îndoială, răspunsul este și una și alta. Circulația socială a imaginilor mass-media ajută cu siguranță la obținerea succesului comercial și face posibilă răspândirea ideologiei dominante.

La baza tuturor imaginilor mass-media stă autoritatea culturală. Presa îi promovează cu regularitate pe autorii culturali care captează imaginația auditoriului, fiindcă modurile lor de a gândi, a acționa și a fi sunt prezentate atât de atractiv. Spectatorii ajung să se identifice cu ceea ce pot însemna aceste imagini și transpun reprezentările culturale în practica situațiilor lor de viață cotidiană.

B. Henessy definește opinia publică drept un complex de preferințe, exprimat de un număr semnificativ de persoane, față de aspecte de importanță generală. Construcția și reconstrucția opiniei publice nu se limitează doar la viața politică, ci se extinde asupra comportamentului social sub toate aspectele sale. Opinia publică poate funcționa ca un factor de suport, când publicul susține anumite politici sau programe de acțiune, poate îndeplini un rol orientativ pentru liderii politici și constituie un factor care permite stabilirea limitelor de toleranță pentru diferite acțiuni politice. Există teorii care subliniază că sondajul de opinie este nu atât un instrument de cercetare, cât un instrument de acțiune politică, prin care poate fi manipulată opinia publică.

Termenul a fost folosit inițial de B. Cohen pentru a surprinde ideea conform căreia, în dezbaterile politice, presa reușește să atragă sau să distragă atenția în privința anumitor lucruri, stabilind priorități.

În principiu, agenda publică poate fi redusă la trei forme structurale:

- a. Subiectele care beneficiază de o largă atenție; există o relație strânsă între accentul pus de mass-media și interesul indivizilor față de problemele existente;
- b. Mass-media provoacă interesul și atenția, conducând la luarea unor măsuri, din perspectiva unui public cât mai larg;
- c. Agenda publică face ca guvernul sau instituțiile politice să devină mai interesate de percepția comunității asupra evenimentelor și a modului în care acestea sunt înțelese.

Acestei teorii i se reproșează că exagerează rolul mass-media. Abordările teoretice moderne tind să soluționeze controversile și să stabilească dacă mass-media este singura forță socială care decide importanța evenimentelor sau dacă există factori de influență mai puternici.

F. Balle încearcă să precizeze dacă ordinea de zi a opiniei publice și cea a oamenilor politici sunt un produs mediatic sau dacă, dimpotrivă, mediile reflectă problemele opiniei publice și opțiunile oamenilor politici. Până în prezent, cercetările nu au demonstrat cu certitudine existența unui proces puternic prin care media stabilește ordinea de zi publică (a cetățenilor, a actorilor politici).



Modelul agenda setting al mass-media atribuie mijloacelor de informare o funcție de ierarhizare, de alegere, de ordonare și prezentare a informației și, prin aceasta, de construire a imaginii actualității. Rolul media este de a stabili pentru opinia publică și pentru dezbateră publică subiectele și temele prioritare și ordinea ierarhică a acestora.

B. Cohen consideră că: „*Presa nu reușește poate să le spună oamenilor ceea ce ar trebui să gândească, dar ea cunoaște un succes uimitor atunci când le spune la ce trebuie să se gândească*”.

G. Donohue propune o interpretare a mijloacelor de informare, considerând „*mass-media doar ca un subsistem social. Mass-media reflectă structura organizațională existentă și exprimă tensiunile sau relațiile dintre centrele de putere, nu are o identitate proprie. Mijloacele de informare sunt funcții mimetice ale comunității, reprezentând nivelul de dezvoltare al acestora*”.

În articolul „El-arbitrul și foamea de nimic” scris de jurnalistul român, Ciprian Chirvasiu pentru adevărul.ro pe 18 februarie 2014 se scrie despre agenda publică, ca fiind croită în mod exagerat, dacă nu chiar absurd, după chipul și asemănarea agendei media, abundă în nesfârșite discursuri pro sau contra clasei politice actuale sau trecute.

Fiecare tabără deține adevărul, fiecare combatant este unicul posesor al informațiilor corecte și al zvonurilor care, o dată aruncate către interlocutor, își pierd acest statut devenind fapte sau argumente, nicicum altfel decât imbatabile. În mod natural, aceste tabere nu se descurcă în jungla evenimentelor și acțiunilor ce se desfășoară pe scena politică într-un ritm cu adevărat amețitor, cauzat de inconsistența și lipsa de profesionalism a actorilor. Asemenea unei corăbii înghițite de furtună, ce caută lumina farului înfîpt în țărnul izbăvitor, așa și spectatorii-cititori sunt într-o permanentă căutare a luminii călăuzitoare care să le descifreze evenimentele, declarațiile sau tăvalugul ordonanțelor de urgență. La prima vedere, un astfel de demers se înfățișează ca fiind unul normal și chiar de admirat, o încercare de a înțelege în profunzime lucrurile și de a evita concluziile izvorâte din necunoștință de cauză.

În toate societățile democratice, există editorialiști care analizează evenimentele politice și economice, înclinând subtil și constant balanța în favoarea taberei pe care, în mod deschis și asumat, o susțin. Acești editorialiști nu plantează însă idei și argumente în mintea cititorilor, ci vin să completeze și să-și grefeze opiniile pe cele deja existente sau să-și convertească oponentii printr-o retorică nealarmantă și civilizată. În cazul publicului autohton, motivul ce stă la baza acțiunii de identificare a unui lider de opinie constă, în general, în lipsa aparatului critic propriu, lipsă cauzată de un cumul de factori: educația, cultura politică și civică, experiența de viață sau

sistemul de valori și principii al familiei sau grupului social în care fiecare își petrece cea mai mare parte din timp. Singura dar fundamentala condiție, pe care această călăuză în ale politicii trebuie să o îndeplinească, este ca el sau ea să rostească doar adevărul pe care spectatorul-cititor oricum deja îl deține! Altfel...ești cu ceilalți! Cu cei care nu știu, cu cei care distrug țara și nu înțeleg nimic din lumea înconjurătoare. Pentru că a citi nu înseamnă neaparat numai a alcătui cuvinte din înșiruirea de litere și spații, ci înseamnă a traduce înțelesurile și subînțelesurile, a le filtra, a le pune într-un context ce presupune un bagaj semnificativ de cunoștințe și a nu lua de-a gata concluzia livrată de autor, și pentru că aceste calități au devenit o raritate în rândul publicului, au fost întrunite toate condițiile pentru explozia unui anume tip de publicistică și, implicit, a exponenților acesteia, a unui nou tip de mânuitor de cuvinte. Omniprezent în peisajul media, departe de rolul pe care în mod natural și onest ar trebui să și-l exercite, El este arbitrul care declamă într-o tonalitate apocaliptică cine e "ăla bun" și "ăla rău", împărțind binele și răul în funcție de propria-i judecată și, de multe ori, în funcție de propriile interese. Dacă politicienii sunt jucătorii-vedetă, ei bine, editorialiștii este întruchipat de jurnalistul-comentator-analist-blogger. Spre deosebire de editorialiștii din țările-fanion, pe care în mod paradoxal le evidențiază ca modele, El-arbitrul are o singură constantă: atacul furibund. Nu vrea să convingă, nu încearcă să demonteze argumentele potrivnice și, în niciun caz, nu este interesat să caute soluții. Rațiunea lui de a fi o constituie demolarea oricui îndrăznește să atenteze la imaginea jucătorilor-vedetă, pe care El-arbitrul îi susține, sau a celor pe care jucătorii-vedetă favoriți îi arată cu degetul. Este imposibil să nu-l recunoști. Mai mult, este aproape imposibil să-l ocolești. Îți sare în albul ochilor de fiecare dată când deschizi pagina de internet a ziarelor. Iar, atunci când crezi că ai scăpat, cuvintele scrise devin rostite și El-arbitrul prinde formă și culoare pe ecranul televizorului. El-arbitrul scrie editoriale, texte, comentarii, analize nu doar într-una, ci în mai multe publicații. Este peste tot și poate aborda cu aceeași determinare și tupeu orice subiect fierbinte care poate suscita interesul spectatorilor-cititori. Teama de ridicol, născută din normele sociale, dispare o dată cu creșterea numărului de click-uri per articol. Orgoliul hrănit de salutările vecinului de bloc care îl recunoaște atunci când îi vorbește din sticla plasmelor, respectul prefăcut arătat de colegii care-l înjură printre dinți pentru că ei trebuiau să fie în locul lui, tutuiala cu politicienii abonați la studiourile de televiziune îi anesteziază total ultimele resturi de demnitate profesională. El-arbitrul știe. Și, pentru că știe, vorbește. Atunci când vorbește, de obicei acuză, înfierează, jignește și manipulează. Manipularea este grosieră, aproape fără perdea, aproape fără teama că poate fi descoperit din simplul motiv că ei, spectatorii-cititori, aproape că cerșesc manipularea. Vor să fie validați de El-arbitrul. Mai mult, vor să primească noi gloanțe pe care să le tragă, a doua zi, pe holurile firmei, în ceilalți. Iar El-arbitrul simte acest lucru și își

continuă, zi de zi, seară de seară, tiradele pline de sofisme, urlate – uneori la propriu! - cu tonul unui procuror, stăpânul absolut al tribunalelor comuniste din anii '50.

Dincolo de lipsa de eleganță, lăsând deoparte infatuarea și înspăimântătoarea absență a dubiilor, ceea ce te revoltă dincolo de limite este ipocrizia de care dă dovadă. Tipologia acestei ipocrizii este și ea una specială. El-arbitrul știe că, în afara unui număr restrâns de oameni, adică cei implicați în presă sau în arcul guvernamental, spectatorii-cititori nu-i cunosc istoria, conexiunile și, în multe cazuri, vechile prietenii cu politicienii, iar discursul său, din ce în ce mai populist, este credibil. În fiecare dimineață îmbracă costumul analistului imparțial iar partizanatul politic îl disimulează sub clișee prăfuite în care politicienii "își bat joc de oameni" și „fură din banul public”. Făcând un scurt apel la taxonomie, putem diferenția în cadrul acestei specii (autointitulată în mod fraudulos: jurnalist) doua subspecii: El-arbitrul ideolog și El-arbitrul plătit. Așa cum îi zice și numele, primul manipulează și dezinformează pentru că el "ține" cu politicianul X așa cum un supporter este loial până la moarte echipei favorite, chiar dacă acest lucru presupune renunțarea la principiile și valorile profesiei. Cea de-a doua subspecie, se află într-o situație ceva mai confortabilă. Bani primii prin intermediul contractului de consultanță de imagine sau de management, pe care îl are încheiat cu diverse firmulițe de partid, îl ajută să mintă, să extragă din context, să omită aspectele care-i dărâmă eșafodajul argumentațiilor subrede cu o lejeritate înspăimântătoare.

El-arbitrul plătit manipulează cu gândul la următoarea factură încasată iar constrângerile morale se diluează proporțional cu numărul de zerouri. De celaltă parte, El-arbitrul ideolog își poziționează favoritul deasupra celei mai mici bănuiele de corupție sau incompetență, atribuindu-i exclusiv doar intenții nobile și îl creionează drept unica speranță de mai bine, construindu-și o realitate paralelă prin intermediul căreia muștrările de conștiință își pierd din consistență. Indiferent de preșul sub care ascunde gunoiul (bani sau crearea propriei realități), revoltătoare, dincolo de limita suportabilității, rămâne ipocrizia. Fariseismul lui te cutremură visceral la fiecare lectură sau audiție, iar succesul înregistrat de El-arbitrul sapă în fiecare zi și dărâmă puțin câte puțin fundația încrederii în șansele ca acest popor să reușească să separe pentru totdeauna valoarea de non-valoare, profesionistul de chibiț, asumarea de lașitate.

El-arbitrul nu este un experiment nefericit, un rateu al naturii sau o creație diabolică. Este produsul relației dintre disprețul față de știre și extazul provocat de bârfă, de scandal. Este cea mai bună dovadă ca piața, în accepțiunea economică, funcționează de minune, că cererea și oferta se întâlnesc în fiecare zi prin intermediul baiților și pixelilor și că produsul livrat este cel care trebuie. A te informa, a filtra informația, a judeca și a analiza sunt verbe care dor și care obolesc. Nimeni nu le dorește. Piața cere doar produse care să ostoiască foamea...de nimic!

## I.2. Editorialul ca gen analitic și chipul moral al unui editorialis

Jurnalismul de opinie are ca primă prioritate să aducă cititorului o părere, o poziție cât și o opinie argumentată despre evenimentele care au loc în societate cât și despre subiectul propriu zis pe care-l abordează. De aceea mesajul lansat în materialul jurnalistului necesită argumente, dovezi și surse reale care vin cu o explicație în înțelegerea mesajului semnalat de jurnalist.

O variabilă cu influență majoră asupra efectului mesajului este unilateralitatea sau bilateralitatea argumentației. Primul studiu în acest domeniu datează din timpul celui de-al doilea război mondial, și relevă că, deși la o primă vedere nu există o relație univocă între cele două fenomene, această relație este manifestă doar dacă se ia în considerare și o variabilă moderatoare: nivelul de instrucție a oamenilor. Astfel, mesajele bilaterale au un efect mai mare asupra persoanelor instruite, pe când mesajele unilaterale „prind” mai bine la persoane cu un nivel de școlarizare mai scăzut. Acest lucru înseamnă de fapt că unui auditor cu un nivel mai ridicat de educație este de preferat să-i oferim direct și o parte a aspectelor negative ale unei propuneri (pe cele la care se pot susține contraargumente), și nu doar pe cele pozitive, pentru a preîntâmpina auditoriul să le găsească singur pe cele cu adevărat problematice.

Alte variabile cu importanță majoră asupra înțelegerii mesajului sunt: forma de prezentare a concluziilor, unde guvernează aceeași legitate ca și în cazul argumentației bilaterale și unilaterale, în sensul că un public educat primește mai bine concluziile implicite, pe când un public mai puțin educat le preferă pe cele explicite; efectul de ordine (sunt cele mai ușor înțelese și reținute informațiile de la sfârșit, însă doar în condițiile în care mesajul este foarte scurt, în orice alte condiții primatul este al informațiilor oferite la începutul mesajului).

*Sorin Preda* susține că „Editorialul este acel gen de opinie care susține punctul de vedere al ziarului într-o problemă de mare interes pentru colectivitate”.

*Florin Cristian Popescu* mai adaugă că editorialul este coloana vertebrală a ziarului. În opinia unor cercetători americani, editorialul poate fi conștiința ziarului, iar cea mai importantă menire a acestuia este realizarea legăturii dintre fapte cu un context mai larg. Faptele intră într-un editorial doar atunci când conduc spre o concluzie logică.

În *manualul de jurnalism pentru ziariștii din Europa Centrală și de Est* editorialul este caracterizat ca un articol scurt, semnat de o autoritate, care prezintă aprecierile, judecățile, opiniile sau pozițiile acestuia față de un eveniment. Într-un editorial se dezvoltă în primul rând, în urma convingerii personale o poziție argumentată. Pe lângă inedit și originalitate, editorialul

trebuie să conțină suficiente elemente de context și analiză pentru a fi înțeles de cei care nu au citit „articolul” de la care s-a pornit editorialul.

Editorialul are un puternic rol de influențare și determinare a receptorilor, dat fiind faptul că editorialul se prezintă ca un material care nu doar informează ci interpretează și valorizează informația, așezând evenimentul, persoana, situația la care se referă pe o scară de valori.

Avantajele genurilor publicistice analitice în comparație cu cele informative este analiza aprofundată a faptelor și evenimentelor din realitatea înconjurătoare, fixarea strict documentată a proceselor politice care au loc în societatea contemporană. Articolele de comentariu (editorialul, tableta, analiza, critica, comentariul, dosarul, cronica, recenzia) își propun să dezvolte idei, să livreze opinii, să afirme poziții. În general acestea sunt ale autorilor și sunt, prin forța lucrurilor, articole subiective.

Editorialul este privit ca „vocea ziarului”, mesajul gazetei către cititor. Veridicitatea afirmației nu poate fi dovedită decât prin analiza redacției, de la caz la caz. Editorialul este un articol scurt, semnat de o autoritate și care prezintă aprecierile, judecățile, opiniile sau pozițiile acesteia față de un eveniment. Editorialul conferă unui ziar un caracter propriu, distinct, permițând stabilirea unui contact aproape direct cu publicul căruia i se adresează. Deoarece este un comentariu, o reflectare a punctului de vedere a autorului pentru care redacția își asumă responsabilitate, editorialul nu apare ca un articol fundamentat și argumentat științific, ci ca o convingere. Întregul articol se dezvoltă de fapt în urma unei convingeri inițiale, informația propriu-zisă apărând doar prin luarea unei poziții argumentate. Pe lângă o perspectivă originală, inedită editorialul trebuie să conțină suficiente elemente de context și analiză, pentru a fi înțeles de cei care nu au citit articolul sau articolele de la care s-a pornit.

Realizatorul unui editorial nu se va sili să exprime adecvat adevărul, deși editorialul nu comentează decât informații deja cunoscute, apelând din plin la motive, demonstrații. Articolul însă păstrează o doză mare de ambiguitate, avântul este personal, subiectiv și, în același timp, încearcă să convingă. Pentru aceasta se vor realiza translări subtile de la „eu” la „noi”, de la „eu cred” la „toată lumea crede”. Scopul îl constituie propunerea unor accepțiuni universale, a unor judecăți de valoare personale: generalizate, prezentate însă într-un stil ofensiv, chiar polemic. Editorialul trebuie lăsat să-și exprime rolul. Dacă nu există un punct de vedere bine conturat, e mai bine să se renunțe la redactarea unui asemenea material. Este valorizat în paginile ziarelor, prin faptul că individualiziază. Adesea editorialele au rezervată chiar o pagină specială. Ceea ce o definește în raport cu celelalte pagini de evenimente este posibilitatea și obligația chiar a exprimării opinii, a comentariilor.

Cititorii așteaptă să fie convinși, să-și însușească opinii conform unor grile stabilite în prealabil. Mai corect, ei așteaptă să li se confirme de către editorialiști propriile opinii. Or, acest lucru presupune jurnaliști bine documentați, profesioniști, cu atât mai mult cu cât editorialul înseamnă asumarea unei responsabilități colective a redacției. De fapt, în economia unei publicații, pagina editorială este a doua ca importanță, după pagina întâi, ale cărei funcții – a explica și a interpreta – reprezintă o tribună pentru opinia publică și pentru exprimarea liberă a cetățenilor.

Temele unui editorial – de actualitate – sunt preluate din realitatea imediată. Dar, spre deosebire de știri, ele nu răspund în mod absolut imperativului urgenței. De cele mai multe ori, editorialele se publică în conjuncturi speciale: pentru a anunța și explica o alegere, o schimbare (de regulă în cadrul redacției), pentru o reglare de conturi (ce se dorește un semnal de alarmă) între diferite grupuri (politice sau sociale, din lumea interlopă), pentru a prezenta conflicte cu posibile consecințe importante în plan social, politic și economic, dar niciodată când nu avem nimic de spus.

Editorialul utilizează frecvent formule șoc, menținându-se așadar departe de echilibrul și obiectivitatea inerente articolelor informative. Cel mai adesea se pleacă de la un punct ce nu mai are nevoie să fie dovedit, pentru a conduce cititorul spre un altul, care are nevoie de demonstrații și atestări, demers ce creează sentimentul agreabil al unei descoperiri logice. Pentru a fi eficient, editorialistul trebuie să reflecte valorile recunoscute ale comunității din care face parte.

Un bun editorialist știe să fie personal în stil, aluzii și impact, dar nu în argumentare; altfel spus, el trebuie să fie neînduplecat în privința ideilor, rezultate din examinarea atitudinilor sau aspectelor teoretice care se află în spatele aparențelor evenimentelor, să jongleze cu posibile ramificații, să reformuleze la nesfârșit. Grija de căpătâi pentru orice semnatar de editoriale va fi evitarea conflictelor de interese sau a impresiei că ar putea exista conflicte de interese dincolo de latura teoretică.

Printre cele mai folosite metode de elaborare a unui editorial se numără ciclul neo-clasic (opinia e argumentată, dezvoltată și reformulată în final) și sistemul certitudinii (bazat pe fapte foarte bine cunoscute de redactor).

Spre deosebire de celelalte genuri redacționale, editorialistul are o mult mai mare libertate de mișcare în alegerea tonului, a atitudinii. El poate selecta între diferite tipuri de raționament, poate nara, poate alege între umor, sarcasm, satiră, parabolă, parodie. Poate redacta un editorial polemic.

Dacă ar fi să încercăm fie și o sumară enumerare a tipurilor posibile de editorial, am putea începe cu acele texte de opinie care dintr-un motiv sau altul, se bazează pe fapte necontrolate (imposibil de controlat), în momente când atenția/curiozitatea publicului sunt în alertă.

În afara unei atitudini etice corecte (sau la limita ei), am putea așeza editorialul 'persoana', al cărui centru de greutate este persoana, rolul ei, masca/măștile sale, pe scurt, imaginea. Fie ca întâlnim în acest caz un text apăsător retoric (persuasiv) sau un portret în care opinia pro/contra a semnatarului textului este cât se poate de vizibilă, fie avem accente comparabile cu ale moralistilor, (sau pedagogic/normative), 'personajul' care face obiectul acestui tip de editorial este un exemplu (pozitiv sau negativ) propus cititorilor.

De asemenea, la limita corectitudinii etice, o succesiune de astfel de editoriale se transformă într-o campanie de presă (laudativă sau critică), cu tot ce decurge de aici, cu referire la dreptul la imagine sau la ceea ce deontologia americană numește comentariu onest.

Cele mai dificile editoriale par a fi așa-numitele editoriale de serviciu (Exemplu: 1 Decembrie — Ziua Națională a României) și editorialul necrolog.

Pentru că adevărata performanță profesională să fie atinsă de editorialul eseu.

#### Portretul ideal al editorialistului

Autorul editorialului. De la începuturile genului și până în prezent, editorialistul este, de cele mai multe ori, conducătorul ziarului. Datorită complexității genului și datorită responsabilității etice care decurge din accesarea la poziția îndrumătorului - liderului de opinie, se consideră unanim că un bun editorialist devine jurnalistul cu experiență profesională (dobândită în timp, în departamentul de informare al ziarului, acoperind diferite domenii). Experienței profesionale i se adaugă experiență culturală generală și aprofundată în cel puțin un domeniu.

Pentru *Reuben Maury și Karl G. Pfeiffer [1960, pag. 14-15]*, portretul ideal al editorialistului ar cuprinde următoarele trăsături: flexibilitate-receptivitate; spirit de echipă; absența vanității; capacitatea de a generaliza corect pornind de la fapte; răbdare, tenacitate, luciditate, simțul umorului și al ironiei, capacitatea de a scrie repede și expresiv în fiecare zi. Toate aceste calități profesionale-intelectuale nu au însă nici o valoare (pentru public) în afară unei etici clare. Fapt subliniat în nenumărate Declarații de Principii și în Coduri Deontologice.

*Curtis McDoudall* în lucrarea sa „*Principiile de scriere a editorialului*” citează principiile:

1. este necinstit din partea editorialistului să-și fundamenteze editorialele pe jumătate de adevăr;

2. un editorialist nu trebuie ca niciodată, în mod conștient să-și înșele cititorul;
3. editorialistul nu distorsionează o situație și să nu așeze o persoană într-o lumină falsă;
4. editorialistul ar trebui să exprime concluzii obiective, bazate pe fapte, punând accent pe faptele ce pot fi considerate binele public;
5. un editorialist nu ar trebui niciodată să fie motivat de interesul personal;
6. editorialistul ar trebui să știe că nu este infailibil și ar trebui să de-a cuvântul și celor care nu sunt de acord cu el;
7. editorialistul ar trebui să-și revizuiască cu regularitate concluziile în lumina noilor informații;
8. un editorialist ar trebui să aibă curajul convingerii bine argumentate și filozofia democratică asupra vieții;
9. editorialistul nu scrie și nu publică niciodată ceva ce contravine conștiinței sale;
10. editorialistul ar trebui să-și sprijine colegii în tentativa lor de a accede la nivele profesionale, personalitatea lor e și a lui și invers.

Cronologic, normele deontologice ale unui ziarist sunt succesive celor morale. Codurile deontologice – ale onoarei și responsabilității profesionale, nu constituie reguli și practici de casă; nu creează, în viața publică sau privată, diferențe de tratament normativ. Ziaristul, cum adesea se spune, este un om ca oricare altul, supus aceluiași norme morale și juridice de viață și convețuire; nu se poate prevela de principiul diferenței. Astfel, sintagma „Nimeni nu este mai presus de lege” este valabilă în acest context.

Atât profesionalismul, cât și profesia de ziarist se consideră a fi de elită, comparativ cu multe alte îndeletniciri socio-umane. Actul de presă este un fapt de gândire. Argumentele de tip elitist nu fac decât să releve odată în plus particularitatea unui fapt de intelectualitatea mentală.

Așa fiind, nu putem vorbi de o profesie sau de profesioniști de elită, în general, chiar dacă profesia și practicantii ei sunt de o însemnătate aparte în structura de putere a unei societăți. Putem vorbi, însă, de profesioniști expo-nențiali, adevărați ziariști de elită. Statutul elitist nu vizează profesia ca atare, ci individualitățile de excepție, adică profesioniștii de elită.



Gândirea deontologică afirmă relația esențială dintre corectitudinea mijloacelor și temeiul moral al rezultatelor realizate. Deontologismul afirmă și promovează în mod real relația bine – corect, în care binele înseamnă corect și este obținut prin mijloace corecte. Deontologia tinde să devină o adevărată critică a rațiunii morale. Trilogia morală-drept-deontologie constituie partea inseparabilă, obiectivă a evoluției și calității actului normativ. Norma este considerată o garanție a vieții morale, juridice și deontologice. Astfel, dacă jurnalistul se abate de la aceste trei norme riscă să fie sancționat. Sancțiunea morală înseamnă dispreț, desconsiderare și marginalizare; sancțiunea juridică poate fi de ordin contravențional, civil, administrativ și penal; sancțiunea deontologică poate merge de la o simplă mustrare până la ridicarea dreptului de semnătură sau chiar până la excluderea definitivă din profesie.

Relația normă-libertate, cu deose-bire în modernitate („libertate-egalitate-fraternitate“), relevă impactul major al libertății asupra conținutului („libertar“) al normei și, în condițiile noi/democratice, rolul de garant al normei în afirmarea și protejarea drepturilor și libertăților („libertatea cucerit“). Relația normă-libertate configurează discursul politic și civic al lumii moderne („constituționale“), a cărei menire este de a promova moralitatea acțiunii sociale și garantarea, dispozitivă, a expansiunii libertăților individuale, colective, instituționale. Cu atât mai mult cu cât, norma morală este deplin compatibilă cu libertatea socială (drepturi și garanții politice, economice, culturale), din care își extrage, de fapt, substanța permisivă, corectivă.

Modalitățile și garanțiile de participare a presei la decizia politică, la actul de putere la un început deontologic discretă (1918):

– Presa de mare tiraj și audiență, prezentă efectiv pe câmpul de luptă, oferea deacum datele unei structuri de putere publică, în măsură să coaguleze „opinii de masă“; să devină exponenta reală a masei de cititori și, astfel, să poată semnala, limita și influența decizia publică (legislativă, executivă, judecătorească; inclusiv crima premeditată, cum s-a întâmplat în cazul nesocotirii flagrante a regulilor și normelor războiului (utilizarea substanțelor chimice, torturarea și uciderea prizonierilor etc);

– Presa, se constată, nu mai este (doar) un domeniu de activitate, care să poată fi situată și clasificată sectorial, ci un martor omniprezent, relativ neutru imparțial, călăuzit de principiile libertății, ale veridicității și buneii-credințe, cum și ale responsabilității față de realitatea și integritatea faptelor, evenimentelor, opiniilor,

– Presa devenea ea însăși o putere în stat („a patra putere“). O putere exponențială și nu doar un „instrument în mâna puterii politice“, acuză ce-o însoțea încă de la începutul secolului trecut,

când, spre exemplu, Napoleon, simțind nemijlocit consecințele art. 11 din „Declarația drepturilor omului și cetățeanului“ (1789), referitor la „libera comunicare de gânduri și de opinii“, a știut s-o folosească subtil, dar și s-o cenzureze, suspende fără remușcări.

[7, pag.47-59]

### **I.3. Blogging-ul - cea mai recentă (r)evoluție din lumea Internet-ului**

Nimic nu a influențat mai mult istoria recentă a Internetului decât conceptul de “blog”. Conform enciclopediei Merriam-Webster, blog-ul (prescurtarea lui weblog) reprezintă “un jurnal personal online cuprinzând reflecții, comentarii și adesea link-uri furnizate de autor”. Iar această faimoasa enciclopedie online este cea care a făcut publică la sfârșitul lui 2004 o știre de senzație: “blog” a fost cuvântul căruia i s-a căutat cel mai des definiția în ultimul timp.

Termenul „weblog” a fost instituit de către blogherul american Jorn Barger pe data de 17 Decembrie 1997. Barger este cunoscut drept editorul Robot Wisdom, unul din primele webloguri influente. Barger a folosit întâia oară termenul pentru a descrie un nou tip de website care începea să prindă contur la vremea aceea, și care era mai degrabă un fel de bookmark list public, un „log” al călătoriilor pe web-ul nemărginit, ce conținea linkuri și comentarii. Forma scurtă a cuvântului, blog, a fost adoptată de colegul său Peter Merholz, care a împărțit în glumă cuvântul weblog în fraza we blog pe care a postat-o pe meniul lateral al propriului său blog, Peterme.com, în luna aprilie sau mai a anului 1999. Cuvântul blog are în zilele noastre atât funcția de substantiv cât și pe cea de verb (cu sensul de a edita un weblog sau a posta ceva pe blogul cuiva).

Treptat blogging-ul a devenit un fenomen global. „Blogurile afectează pe toți, chiar și pe cei care nu le citesc” susține unul din cei mai citați blogheri din România în cadrul TEDx Chișinău 2013, Tudor Chirilă. Astăzi în lume sunt înregistrate 150 de milioane de bloguri, 900.000 însemnări pe zi. Sunt răspândite în 66 de țări scrise în 81 de limbi, iar peste 350 de milioane citesc zilnic bloguri, 77% sunt internați activi care citesc bloguri preferate sau mai puțin. Conform companiei de consultanță în domeniul blog-urilor Technorati, la 1 decembrie 2004 existau peste 4.8 milioane blog-uri, numărul acestora dublându-se la fiecare cinci luni și jumătate. Conform Pew Internet & American Life, citat de BBC, un blog este creat la fiecare 5.8 secunde. Blogging-ul a devenit un fenomen în masă datorită faptului că e simplu ca disigne și accesibil pentru toți. Oricine poate să-și creeze un blog, să-l adapteze ideilor și tematicii pe care dorește s-o abordeze. Să administrezi un blog este distractiv, îți poți lega relații și poate să aduc și venit economic, astfel blogging-ul devine o uneltă puternică pentru PR, marketing, branding și imagine.

## Capitolul II. Rolul mass-media între ideologia politică și cadrul deontologic al editoriaștului în Republica Moldova

### Studiu de caz

Nebunia de pe scena politică a ajuns la apogeu. Drept rezultat, societatea s-a delimitat cât se poate de evident în două tabere. Oamenii au ajuns să se urască din cauza politicianilor, iar societatea devine tot mai scindată. Și aici intervine rolul primordial al presei, cel de informare și educare. O presă pe care, după aprilie 2009, ne-am dorit-o corectă și echidistantă, dar care, din păcate, nu e nici pe departe așa. Partizanatul politic al instituțiilor media repugnă și îngrijorează, iar fenomenul ia amploare pe zi ce trece. Mass-media nu mai este „vocea poporului”, dar vocea celor care guvernează și finanțează la greu penița multor ziaști de la diferite instituții mediatice. Presa din Republica Moldova a devenit un actor politic și suferă încă la capitolul tratarea politicului la reflectarea evenimentelor și personalităților politice. În acest context de idei, analistul și jurnalistul Petru Bogatu, scrie pe blogul său personal „*O introducere în mass-media*” rezumând și schițând niște principii fundamentale despre și pentru presă. Jurnalistul susține că proba calității în mass-media este imparțialitatea informației, iar mass-media și puterea trebuie să fie într-o relație de rivalitate naturală. Puterea trebuie criticată în mass-media, deoarece, după cum spuneau părinții democrației americane, este potențial stupidă, coruptibilă și agresivă. Jurnalistul care vede doar fapte bune și rosturi pozitive în activitatea guvernașilor este corupt, întrucât își neglijează condiția de câine de pază al societății. Simpatia politică în mass-media conduce la decăderea jurnalismului în propagandă, iar aversiunea pe care o manifestă unii politicieni față de media este furia omului care își vede propriul chip în oglindă. Presa este puterea a patra, pentru că în absența ei separația primelor trei puteri devine o ficțiune. Din punct de vedere politic, presa este și o reprezentanță a publicului. Prin opțiunea sa pentru un anumit ziar, post de radio sau canal de televiziune, individul își transferă o parte din autoritatea publică respectivului organ mass-media.

De părere că mass-media din Moldova este un instrument de influență politică sunt și experții internașionali. Într-un articol postat pe 24 octombrie 2009 pe portalul online de știri Unimedia , găsim concluzia unui studiu realizat de Fundația Soros România intitulat „*Moldova. La răscruce*”. Studiu realizat pentru o analiză a situației politice și a pieșajului mass-media , a stării democrației în Republica Moldova. În persectiva jurnaliștilor români și a experșilor internașionali, nu există o reală libertate a presei moldovenești, mass-media fiind utilizată ca un instrument de influență politică și nu ca mijloc de informare corectă a publicului. Presa din Moldova este deconectată de public și se manifestă de cele mai multe ori împotriva interesului public, resimșindu-se o puternică încărcătură politică. Același studiu mai arată că, în privința

conținutului editorial, partizanatul politic generează dezechilibru, prin accentuări adesea virtuale asupra discursului politic sau printr-o implicare a statului în conținutul materialelor, astfel, sub presiune politică, fiind încălcate principiile etice și deontologice ale jurnalismului.

Autorii studiului menționează că este resimțită comanda politică nu doar în mass-media, ci și de către sectorul non-guvernamental sau de cel privat. Formele de manifestare se regăsesc în încălcările legislației privind libertatea de întrunire, arestările abuzive sau colectarea de informații de către serviciile secrete, prin tortură, maltratare, precum și în nerespectarea drepturilor sociale și economice ale majorității populației.

Dacă faci o trecere în revistă a posturilor TV și publicațiilor din spațiul mediatic, vezi un tablou conturat și afiliat al acestor instituții, pornind de la ideea că ziaristii devin mâna dreaptă a unor inși politici, și doi: presa din Moldova nu este solidară între ea, se află în relație contradictorie și concurență inexplicabilă în care găsim și citim articole pline de reproșuri, declarații dure, denigratoare și neprofesioniste unei etice jurnalistice. Spre exemplu, într-un material semnat de editorialistul Constantin Tănase găsim răspunsul la numeroasele întrebări și atacuri directe ale lui Mihai Conțiu către acesta.

Editorialistul C. Tănase consideră că publicația „Moldova Suverană” (MS) din ultimii ani va rămâne în istoria jurnalismului din R. Moldova o pată neagră, datorită apariția la acest ziar a „spionului” și „ziaristului” Conțiu, care de fapt nu-i nici spion și nici ziarist (nici chiar el însuși nu știe cine e, ce e și de ce e), „MS” a fost transformată în groapa de zoi a presei de limba română de la Chișinău – aici au fost aduse cele mai urâte năravuri ale presei de bulevard, de mahala de la București.

Tănase mai scrie despre cum atacurile golănești la persoană, calomniile, insinuările, etichetările porcoase au fost prezentate drept model de „curaj” jurnalistice, iar jargoanele drept model de limbă română. Acesta îl mai critică pentru idiologia fixă a lui Conțiu, cea de apărător al comuniștilor: *„Niciun intelectual care s-a manifestat public împotriva lui Voronin nu a scăpat de sudălmile și „aprecierile” grețose ale acestui individ. Șmecherii (care știau că mâine-poimâine roata istoriei se va întoarce și vor trebui să răspundă) au rămas în umbră și l-au scos la rampă pe acest Conțiu care a organizat măceluri adevărate împotriva tuturor acelor care stăteau în calea lui Voronin. Și acum, în ceasul al doisprezecelea, când e pe cale să se repare o ilegalitate, patronii tac cumiști, în umbră, și tot Conțiu e scos la rampă ca să țipe că asistăm la „un atac criminal împotriva presei.”*

Tot în acest editorial citim și despre cum Tănase ia apărarea guvernului Filat făcându-l pe Conțiu un mincinos pentru că a afirmat că guvernul Filat vrea să „lichideze” această publicație, „MS”. *„Din câte se știe, nu e vorba de „lichidare” – ziarul va continua să apară, dar, posibil, fără Conțiu și patronii lui din umbră. Omeneste, înțelegem situația... delicată în care a nimerit Conțiu – de mâine-poimâine nici tu spion, nici tu ziarist, nici Voronin președinte... Cu ce s-a ales în acești ani lungi de slujire a comuniștilor? Cu un nume odios, cu un pașaport moldovenesc și cu o lipsă totală de perspectivă în noua lui patrie. Pe mine omul acesta m-a jignit de nenumărate ori. Dacă aș aduna toate materialele în care am fost insultat și calomniat de acest individ, ar ieși un volum impunător.,*

În concluzie, autorul speră că societatea va scăpa comuniști și va deveni un stat civilizată cu o presă la fel de civilizată, europeană.

*„Cred cu tărie că vom scăpa de molima comunistă și de agenții ei patogeni, că vom avea și noi un stat civilizată, o societate civilizată, o presă civilizată, europeană, că se va reduce numărul javrelor care varsă balele și dejectiile lor peste oamenii normali ai acestei țări....,,*

\*\*\*

Este cunoscut și evident faptul că jurnalistul Mihai Conțiu, autorul editorialelor semnate în ziarul „Moldova Suverană” elucidează și ridică în slăvi partidul comuniștilor (PCRM) din R. Moldova și este un oponent înverșunat care atacă de nenumărate ori publicația Timpul și pe editorialistul acesteia, Constantin Tănase. În numărul din 26 martie 2014 al ziarului Moldova Suverană se regăsește editorialul cu titlul „Oare cât se va mai lăsa înșelată România de „pro-românii” moldoveni?” în care M. Conțiu evidențiază foarte clar latura polemică față de C. Tănase și se face explicit politica cărui partid o susține și promovează. Este cunoscut și chiar însuși jurnalistul Tănase susține poziția ferm, cea de unionist care optează pentru România Mare, fapt ce-l face pe Conțiu – omul din partea cealaltă a baricadei (cu viziuni către Est, Rusia) să-l mai atace și să-i arunce câte o replică acestuia. În emisiunea „Jocuri de Putere” de la "Realitatea TV", au fost date publicității rezultatele unui barometru social politic Magenta "Realitatea TV" ȘI Timpul.MD.

*„Nu-i greu de bănuț că trebușoara asta cu sondajul are legătură directă cu campania „Vorbesc românește, sînt, deci, român!” Oare Constantin Tănase o fi ajuns chiar să creadă în poveștile astea cu românismul dominant din Moldova? Este clar că a fost luat de val, dar bănuiesc că s-o fi așteptat la un rezultat care să-i mulțumească pe unii români „bășiști”.*

\*\*\*

Într-un editorial apărut în ziarul „Timpul” din 27 mai 2010 semnat de C. Tănase se atestă din nou acea ciondăneală vizibilă între ideile politice emise și „receptorii” ziaristi care le ține pasul. Un editorial este scris pentru a concretiza și a lămurii lucrurile, evenimentele într-o lumină mai clară pentru publicul larg, dar respectivul articol nu face decât să scoată în evidență idiotismul comuniștilor și pozitivismul Alianței. Se mai spune că spațiul într-un ziar e ca apa în deșert, atunci ce fac editorialiștii noștri!? Folosesc acest spațiu pentru niște declarații echivalente cu zero, raportate la niște nume, atâta tot...cu ce sau pe cine interesează asta (înafara sferei politice), nu vine nici cu o noutate, ideie sau lămurire, vine decât să facă piar și propagandă politică. Iată și un sfert din articolul respectiv:

*„Nu știu la ce s-a gândit Arcadie Gherasim”*

*„Mark Tkaciuk, Goebbels-ul lui Voronin, i-a numit pe liderii Alianței „fasciști” și „naziști”. Colegul nostru Arcadie Gherasim, meșter la vorbe de duh și la glume, zice, mi s-a părut nu știu cum visător: Ehe-he, dacă aș fi eu fascist... Nu știu la ce s-a gândit colegul meu visător, dar eu la un moment dat mi i-am imaginat pe colegii mei Arcadie Gherasim, Gheorghe Budeanu, Nicolae Roibu, Vitalie Munteanu, Ion Surdu, Constantin Grigoriță că-s „fasciști” și „naziști”... Înarmați, se plimbă pe lângă un gard înalt de sârmă ghimpată, iar dincolo de sârmă, îmbrăcați în zdrențe, numai pielea și oasele, cu cătușe la mâini și la picioare, stau în rând la camera de gazare Voronin, Tkaciuk, Dodon, Muntean, Mușuc, Mișin, Greceanâi... Cu adevărat, mă gândeam în mintea mea, dacă noi am fi „fasciști” și „naziști”, n-ar mai mărșălui Markușa cu steaua roșie prin centrul Chișinăului.”*

Interesul și simțul de a informa pierd ușor în mass-media din R. Moldova. Acest fapt este confirmat zilnic de cantitatea necalitativă și neobiectivă a informației vehiculată la TV sau ziare, un alt aspect al acestui fapt îl reprezintă și numeroasele comentarii a blogherilor (blogosfera, mai nou, este considerată ca o activitate jurnalistică) care descoperă sensurile ascunse sau nevăzute ale știrii, misiune ce ține defacto de un editorialist sau formator de opinie. De multe ori s-a atesta cazuri când un blogher atacă în mod direct un editorialist a unei publicații și invers. De ce există o polimică între acești doi!? Teoria ajunge la concluzia că un editorialist și un blogher sunt formatori de opinie, doar că un editorialist ține cont de opinia unei redacții pe care o reprezintă, una care este înregistrată oficial și necesită finanțare, iar un blogher nu reprezintă decât propria idee și poziție, fără a reprezenta o instituție sau un colectiv. Dar și în acest sens există multe contradicții. Un exemplu elocvent îl reprezintă blogherul Andrei Fornea care scrie despre Constantin Tănase că ar fi murit ca personalitate. Argumentul acestei afirmări:

*„Moldova a avut întotdeauna o mână de oameni care indiferent de schimbarea vectorului politic își păstrau principiile și valorile care i-au consacrat ca personalități. Puțini din aceștia și-au păstrat verticalitatea. Astăzi vorbim despre Constantin Tănase care este un critic constant al clasei politice moldovenești (cu excepție), al bloggerilor care înșiră zilnic cantități industriale de texte pretențioase pe teme actuale” dar care nu spun nimic” și al analiștilor politici care fac un partizanat politic deschis și agresiv.Îi dau dreptate, parțial. Dar nu fără a vorbi despre valorile personale care le-a compromis în ultimul an.”*

Andrei Fornea amintește și despre valorile și principiile politice ale editorialistului. Într-un articol intitulat *„Ultimele 5 știri despre PDM pe Timpul.md”* postat pe blogul acestuia, se scrie cum echipa lui Tănase a început a prelua „absolut gratuit” comunicatele de presă de pe site-ul Partidului Democrat. *„Să identifice cineva o concluzie logică pentru care un director integru ar face asta fără nici un motiv”*, se întreabă blogherul. În urma unei analize a editorialelor *”maestrului”*, A. Fornea ajunge la concluzia că Tănase nu scrie despre Plahotniuc însă îl denigrează des și chiar în exces pe Filat. *„Am și eu o antipatie aparte pentru prim-ministru, dar când vorbim despre cât de ipocrită este clasa politică moldovenească, atunci o facem fără excepție începând cu Ghimpu și terminând cu Voronin. Dacă Constantin Tănase chiar crede că lumea e atât de proastă și nu observă ce se întâmplă la timpul.md, atunci e un visător. Între timp, pentru mine el a murit ca personalitate.”*

[ <http://andreifornea.com/?p=73555>]

Răspunsul lui Tănase la articolul semnat de Andrei Fornea în ziarul Timpul publicat pe 20 decembrie 2012 intitulat *„Constantin Tănase: „Vă anunț oficial, nu am murit, nici ca personalitate!”*.

Jurnalistul scrie că știe de faptul că mulți îi doresc moartea – unii chiar nu numai „ca personalitate”.

*„Îmi pare rău, dar vreau să-i întristez pe toți: sunt într-o formă intelectuală excelentă! Unui ziarist nu i se poate trage moartea doar de la faptul că a acceptat limba rusă pe site și timp de trei luni a admis trei știri despre PDM. Înțeleg foarte bine ce se întâmplă în politica de la Chișinău, cine și ce sfori trage, pentru care stăpân scriu psalmi unii bloggeri și de ce e dorită reducerea mea la tăcere. Așadar, nu vă faceți iluzii: exist, am propria agendă, văd bine în ce direcție mă mișc, iar praful din spațiul virtual nu-mi poate întuneca vederea.,,*

Blogherul Andrei Fornea răspunde replicilor lui C. Tănase printr-un *„Sfat sincer pentru Constantin Tănase”*. *„Am primit foarte multe reacții referitor la articol în care am zis că C.Tănase a murit, pentru mine, ca personalitate. Am citit absolut toate comentariile la această*

*postare (pe blog, timpul.md, jurnal.md, voxreport, Facebook) și nu am decât să îmi reconfirm spusele, dar de această dată în numele cititorilor care văd mai multe decât bate lumina la lanternă.”*

Blogherul dezvoltă subiectul ce-l vizează pe Tănase și scrie despre întrebări pe care nu vrea să i le adreseze. Acesta nu vrea să-l întrebe pe Tănase de ce a plecat Arcadie Gherasim de la Timpul, despre faptul dacă știe a număra corect articolele care fac partizanat politic deschis pentru PDM, dacă-l interesează părerea cititorilor fideli care regretă politica editorială a ziarului. Nu vreau să-l întrebe de ce comentatorii care îi critică mereu articolele personale despre PDM îl apără acum cu atâta sânge. Nu vrea să îi spună de când au începutul a apărea la pachet articolele despre Victoriabank și Fundația Edelweiss. Nu vreau și nici dreptul moral nu-i permite să-l pun să comenteze părerile critice ale cititorilor (măcar cele expuse pe timpul.md).

*„Nu vreau domnule Tănase. Și oricât de corect nu aș fi, oricum lumea mă va întreba cine-s eu să vă critic, iar dvs veți folosi din nou autoritatea ieftină de lider consacrat. Doar că nu mai subestimați capacitățile de analiză ale cititorilor.”*

În încheierea articolului, Andrei Fornea vine cu un „sfat sincer”:

*„ Nu a contat absolut deloc cei 20 de ani în care Iurie Roșca s-a manifestat ca personalitate, au contat doar acele câteva clipe în care s-a compromis. Nu contează cât de bună a fost Publika TV de la lansare, contează reportajul în care cineva nu a încăput în ecranul televiziunii.*

*Aveți o ultimă șansă să nu vă compromiteți definitiv. Eu vă doresc sănătate, și cu cele mai sincere intenții: reveniți printre noi.”*

[<http://andreifornea.com/?p=7389>]

\*\*\*

Pe voxpublika mai mulți blogheri scriu comentarii la ce se întâmplă în spațiul informațional mediatic Proba că telespectatorii JurnalTV nu mai cred aberațiilor acestui post și nici pe Mocanu.

Articolul de pe portalul Jurnal.md semnat pe 27 iulie 2010 intitulat „Nicolae Negru: Livada de televiziuni a lui Constantin Tănase” reflectă aspectul televiziunii ca fenomen văzută prin prisma editorialistul C. Tănase pornind de la îngrijorarea și deziluziile pe care le trăiește el după apariția în R. Moldova a două televiziuni de știri, Jurnal TV și Publika.



C. Tănase observă în politica editorială a televiziunilor în cauză pe care, scrie el în ziarul Timpul, le-a așteptat „*cu mult interes, dar și cu multă îngrijorare*”.

*„Niște tendințe îngrijorătoare, cum ar fi dispariția umanului din știri și reportaje și înlocuirea acestuia cu un surogat, cu un uman contrafăcut, simulat și cu senzaționalul, de fapt cu un senzațional, de asemenea, surogat și simulat, inventat, fiindcă – de unde să iei senzațional în fiecare seară într-o țară ca R. Moldova unde senzaționalul se produce la distanță de secole?”.*

În același material, Nicoale Negru, jurnalist și autor a mai multor editoriale scrise pentru portalul Jurnal.md scrie că tonalitatea și conținutul articolului lui Tănase amintește de melancoliile doamnei Ranevskaia Liubov Andreevna, din „Livada de vișini”, de Cehov.

*„Se referă Tănase la acel uman imperceptibil a cărui pierdere omul o resimte periodic, cu fiecare pas important pe calea care pentru unii se numește „progres”? Să fie vorba cumva despre începutul capitalismului mediatic în R. Moldova, după decenii de feudalism comod? Să înțelegem că, după ce ne-am obișnuit decenii la rând cu știri doldora de uman, iată că au venit de peste Prut două televiziuni care spală umanul din știrile moldovenești, după cum apele Prutului spală nisipul din digurile de protecție construite de puterea sovietică?..*

Din punctul de vedere al lui Constantin Tănase, în știrile și reportajele de la Jurnal TV și Publika durerile sinistraților din lunca Prutului nu mai sunt dureri umane, ci material publicitar, insistența cu care se repetă aceleași imagini aproape fiziologice și apocaliptice transformă aceste dureri în material promoțional. Cu cât e mai groaznic și mai șocant, cu atât e mai bine, pentru că televiziunile de acest gen au un singur Dumnezeu căruia i se închină, numele lui fiind AUDIENȚA, iar audiența are și ea la rândul ei un (singur) nume – BANUL este de părere jurnalistul.

Din esența replicilor adresate de cei doi editorialiști deducem o răzuială între publicația Timpul care afirmă că televiziunea apărută pe piață, făcând referire directă la Jurnal TV, este una patetică, infectată de senzaționalism și aflată în goană după audiență. În contextul acestor afirmații Nicolae Negru scrie că ar avea loc un început al capitalismului mediatic, aducând argumente și justificând poziția și statutului Jurnal TV prin faptul că nu este o televiziune care mediatizează problemele sociale pentru audiență, dar au transmis evenimentul inundațiilor în direct, spre exemplu pentru că astfel au fost atenționați în mod operativ autoritățile, au fost

determinați să acționeze și, în felul acesta, poate că au fost salvate și niște vieți, umane și animale.

*„Datorită nouă, o spunem lăsând modestia la o parte, unii moldoveni au sărit în ajutorul sinistraților. Repetarea unor imagini era la fel de firească în acest caz, cum e firească repetarea oricărui alt material în care se face recurs la sentimentul de compasiune și caritate.”*

Editorialistul Nicolae Negru aduce drept exemplu la cele spuse de C. Tănase cazul CNN.

*„În istoria „televiziunilor de acest gen”, care transmit evenimentele în timp real, este notoriu rolul pe care l-au jucat relațiile CNN în salvarea unui prunc de 18 luni, Jessica McClure, care căzuse, la 14 octombrie 1987, într-o fântână adâncă și foarte îngustă, din Midland, Texas, SUA. Venind imediat la fața locului, CNN și-a făcut un nume transmițând știri în direct, care au avut un impact enorm asupra publicului american, mobilizând autoritățile americane. Unii vor spune că jurnaliștii de la CNN au fost mânați de goana după senzațional, că și-au promovat postul. Și vor avea, și nu vor avea dreptate.,,*

În concluzia conchisă a acestui material deducem o nouă etapă a mass-media și anume faptul că jurnalismul evoluează și, în mod firesc, se adaptează și „umanul” jurnalistic, care e sinonim cu etica. Iar problemele etice își au începutul nu de azi și nici măcar de ieri. Balzac, la timpul respectiv, le-a dedicat jurnaliștilor un roman întreg („Iluzii pierdute”), înfățișându-i pe ziarisții parizieni drept niște „lei și pantere”, care, în goană după bani, de dragul carierei, își sugrumau fără milă victimele. („Dacă nu citiți ziare, sunteți neinformați. Dacă citiți ziare, sunteți dezinformați”, ironiza Mark Twain pe aceeași temă. „Dacă vă pasă de digestie, sfatul meu bun e să nu vorbiți la masă despre bolșevism și medicină. Și – Doamne ferește! – nu citiți până la masă ziare sovietice”, le recomanda pacienților săi eroul lui Mihail Bulgakov, medicul Preobrajenski.) În funcția de „câini de pază” sau „câini turbați”, așa cum îi consideră unii politicieni de la Chișinău, jurnaliștii de azi, ca și cei de ieri („lei și pantere”), sunt umani în măsura în care respectă normele deontologice. Între uman și audiență există cu siguranță o linie de separare. Dar aceasta nu este de multe ori atât de evidentă. Concluzia lui n. Negru către C. Tănase:

*„Din punctul nostru de vedere, ziarul Timpul nu a fost prea „uman” în reflectarea „cazului Muruianu”, iar Jurnal TV a exagerat un pic în cazul cu picnicul funcționarilor de la Curtea Constituțională. Doar sunt și funcționarii oameni, nu-i așa? Pe de altă parte, „exagerările” de acest fel au și o latură benefică. Funcționarii noștri mai trăiesc cu reflexele sovietice, când nu puteau fi criticați decât cu permisiune de la „raikom”, când își permiteau să folosească bunul*

*public după bunul lor plac. Jurnaliștii sunt obligați să „latre”, pentru a-i obișnui cu o nouă realitate, cu una democratică. ”*

\*\*\*

Un alt caz notoriu despre televiziunea ca fenomen l-a constituit apariția celor două posturi de televiziune Jurnal și Publika. Concurența acestor posturi TV de știri, lansate în același an (2010) la o lună diferență a devenit tot mai evidentă pe fundalul unei lupte aprige între sloganele acestora. Ambele televiziuni s-au avântat în misiuni cam stranii și în același timp identice. Publika preinde a fi mai mult decât o televiziune, iar Jurnalul o televiziune mai mult decât știri. Și totuși, mai mult s-au mai puțin, în afară “In profunzimea” Lorenei Bogza care emite 4 ore pe lună, avem în fiecare zi parte de emisiuni în care se discută evenimentele calde, deci putem afirma că este salutară și absolut necesară prezența acestor posturi tv.

Apariția unor televiziuni de știri introduce un disconfort într-o societate unde știrile se dădeau cu lingurița. Modul lor de operare diferă de cel al televiziunilor „obișnuite”. În goană permanentă după știri, jurnaliștii „scotocesc” prin toate „ungherele” societății și scot la iveală unele lucruri sau deprinderi nu tocmai plăcute. Un prunc înecat la botez, o fetiță gravidă la 12 ani, o bătrână înșelată și alungată din propria casă... – sunt doar câteva dintre știrile „banale” din ultimele zile, pe care Jurnal TV le prezintă ca „surogat senzațional”, așa cum spune C. Tănase într-un articol publicat în Timpul.

Nu doar „televiziunile de acest gen” se închină audienței și nu doar existența lor depinde de bani. Tocmai televiziunile care transmit știri din oră în oră fac bani mai puțini, având priză doar la o anumită categorie de telespectatori. Cei care vor bani mai mulți, trebuie să aleagă alt gen de televiziune. În afară de aceasta, două televiziuni de știri sunt prea multe pentru un teritoriu atât de mic, și numărul „oamenilor de televiziune” prea redus, ca să poată ocupa toate locurile vacante. Competiția o va câștiga cea care va începe prima să se orienteze către un public mai larg și această competiție o observăm ușor astăzi. Publika luptă pentru un colț de audiență cu noua emisiune „Fabrica” iar Jurnalul cu „Ora de ras”, emisiune care se bucură de popularitate datorită stilului umoristic și de pamflet cu care sunt criticați politicienii.

Despre opinia lui C. Tănase în raport cu televiziunea din R. Moldova, în special cu Jurnal TV, Nicolae Negru mai scrie și despre problema Realității TV, de care nu „se satura” la început, apoi l-a dezamăgit pe Tănase, nu ține de „gen” și nu este „pur românească”.

*„Nu lipsa umanului o caracterizează, ci poate excesul, faptul că și-a propus, la un moment dat, să-l demită, cu orice preț, pe Traian Băsescu. Urmând obsesiv acest scop, s-a transformat, volens-nolens, într-un instrument de propagandă, dezgustător și nerușinat, dar nu mai dezgustător decât, de exemplu, Moldova 1 de altădată sau NIT de ieri și de azi. Nu genul televiziunii în cazul dat contează. Și nici geografia.”*

Jurnalistul N. Negru amintește de Publika TV, care folosește în mod mecanic niște procedee preluate de la Realitatea TV. S-a mai scris, de exemplu, despre modul „inuman”, în care a fost speculat leșinul lui Dorin Chirtoacă. Repetitivitatea fără noimă a unor imagini defavorabile, îngroșarea unor defecte reale (cum ar fi, de exemplu, populismul) ale unor lideri ai Alianței dau impresia unei campanii de demonizare fără sens a acestora. Acest automatism procedural al editorilor postului dat, raportat la situația actuală din R. Moldova, se poate solda cu consecințe deloc democratice, pe care le va plăti societatea noastră în întregime.

*„Modelul Jurnal TV, o spunem cu toată certitudinea, nu este și nu poate fi al Realității TV, și lucrul acesta îl observă telespectatorii noștri, dacă e să credem mesajelor pe care le primim de la ei. Dacă Tănase nu observă asemenea „nuanțe”, atunci „meditația în comun” nu mai are nici un rost”,* conchide în finalul articolului Nicolae Negru.

Concurența dintre Jurnal TV și Publika TV a fost și este o nebunie pe piața mediatică din Moldova. Președintele „Jurnal Trust Media”, Val Butnaru, consideră că pentru piața media a R. Moldova chiar și o televiziune de știri este prea mult. Afirmatia a fost făcută într-un interviu difuzat în cadrul emisiunii „Mai aproape de Europa” de la „Vocea Basarabiei” și „Radio România Internațional” în 2011, după un an de la lansarea Jurnalului pe piață.

Val Butnaru explică că a decis să reformateze Jurnal TV dintr-o televiziune de știri în una generalistă, pentru că o televiziune de știri nu are cum să devină profitabilă în R. Moldova.

*„Când am pornit să facem o televiziune de știri noi eram singurii și timpurile ne dictau să facem acest lucru. Calculele ne arătau că nu aducea niciun profit, dar cel puțin își acopereau cheltuielile. În momentul când a venit a doua TV de știri („Publika” TV – n.r.) a început marea nebunie, concurența pentru un segment de piață de 3%. Să continui tot așa mi s-a părut o nebunie sau o lipsă de discernământ și a simțului practic. Iată de ce am decis să părăsim acest segment și să ne batem pentru un segment de 30% - cel al televiziunilor generaliste”,* spune Butnaru în interviul citat. Schimbarea în domeniul media a avut loc în R. Moldova după aprilie 2009, când regimul comunist a fost debarcat de la guvernare, consideră Butnaru. „Această

*schimbare este una cantitativă nu și calitativă, la care visam și încă mai visăm”, a spus, în context, Val Butnaru.*

Ciondăneala între Jurnal TV și Publika TV a început chiar din premele săptămâni ale apariției pe piața mediatică. În 2011, relația celor două instituții mediatică a devenit mai aprigă după un șir de articole scrise cu conținut de atac reciproc. Răfuiala posturilor Jurnal TV și Publika TV a urmat cu un șir de somații expediate de directorul general al Publika TV, Dumitru Țîra, la adresa ÎCS Jurnal de Chișinău Plus. Țîra solicita ștergerea tuturor materialelor de pe paginile web ale Jurnal Trust Media, care vizează direct sau indirect Publika TV, din motiv că acestea sunt denigrătoare sau false. În această ordine de idei jurnal.md a publicat pe 14 iulie 2011 un articol în care vine cu un răspuns somațiilor lui Țîra. „Publika impune cenzură” este titlul materialului iar conținutul acestuia face referire la legea cu privire la libertatea de exprimare din Articolul 4 care stabilește că statul garantează libertatea de exprimare a mass-mediei. Nimeni nu poate interzice sau împiedica mass-media să răspândească informații de interes public decât în condițiile legii.

Tot în acest context și răfuială mediatică se regăsește și bloggerul Alexandru Cozer, autorul numeroșelor articole preluate și publicate de portalul jurnal.md, Unimedia și alte instituții mediat. Într-un material publicat pe 22 octombrie 2010 pe portalul jurnal.md cu titlul „Câteva precizări pentru Publika și Unimedia” autorul căruia este Alexandru Cozer, constatăm un mesaj pentru Publika și portalul Unimedia scris de blogger în legătură cu articolele sale și relația sa cu Jurnal TV.

*„Probabil, cei de la Unimedia, în avântul lor tineresc și aflați într-o continuă căutare de scandaluri, au uitat de orice normă de profesionalism, recurgând la trucuri murdare. Iar când spun trucuri murdare mă refer, în primul rând, la apariția în titlul știrii a numelui „Jurnal TV” – post de televiziune care nu are absolut nici o legătură cu articolele mele.*

*Dacă cei de la ”Publika” și ”Unimedia” se simt deranjați de ce scriu eu, atunci să menționeze în titlurile articolelor că Alexandru Cozer acuză ”Publika TV”, pentru că eu sunt autorul acestor materiale, în calitatea mea de blogger. Că articolele mele au fost preluate de site-uri precum ”jurnal.md”, ”hotnews.md”, ”antena3.ro”, ”ziare.ro”, ”pressnet.ro” și multe altele, deja e altă chestie. Dacă aceste portaluri au găsit de cuviință să le preia, înseamnă că ele reprezintă o oarecare valoare pentru publicul larg.”*

Blogherul sfătuiește pe cei de la Unimedia să analizeze atent diferențele dintre Jurnal TV și site-ul Jurnal.md pentru că postul de televiziune Jurnal nu ar fi putut acuza Publika de ceva, de vreme ce nimeni de la această televiziune nu ar fi prezentat vreun material de-al său. A. Cozer însă nu

neagă că portalul Jurnal.md a preluat mai multe articole de-ale sale, la fel cum și Unimedia a publicat mai multe articole care îi aparțineau și speră ca reprezentanții portalului își vor cere scuze la adresa Jurnal TV, deoarece au folosit numele acestui post de televiziune într-un context total nepotrivit.

\*\*\*

„*Constantin Tănase atacă Alianța*” este titlul unui editorial publicat în ziarul Timpul al cărui autor este însuși C. Tănase. Jurnalistul scrie despre situația și raportul său din media, menționând că ar fi unul „specific” pentru că este bătut și din dreapta, și din stânga, la figurat. Autorul face referire la o emisiune interactivă de la „Vocea Basarabiei”, unde un radioascultator a decretat fără drept de apel: „*Constantin Tanase îl atacă nu numai pe Ghimpu și pe Vlad Filat, Tănase atacă Alianța...*”. Explic contextul în care i s-a făcut acest reproș. Ziaristul Grigore Mătășaru a luat în discuție editorialul lui Petru Bogatu „Un vaccin tămăduitor pentru comuniști”. Ideea principală a editorialului cu pricina e următoarea: deși Mihai Ghimpu este „*un personaj colțos*”, „*nu poate să pretindă la titlul de campion al bunelor maniere*”, „*poate să te întrerupă, să te calce pe nervi*”, face „*glume malițioase*” s.a.m.d. și ar fi cazul „*să fie mai atent și mai reținut*”, cu toate acestea, crede Petru Bogatu, „nu-i exclus” ca anume Dumnezeu „l-a adus pe Mihai Ghimpu în vârful piramidei” ca o răzbunare pentru cei opt ani lungi de dominație a lui Voronin, campionul indiscutabil al limbajului porcos de căruțaș încheșăluit.

Conjunctura acestui material scoate foarte bine în evidență natura și ideologia editorialiștilor față de politică. Acest lucru se evidențiază din concluziile trase de ei, spre exemplu P. Bogatu scrie că M. Ghimpu pentru Alianță e același virus al inculturii și indecenței, precum V. Voronin pentru comuniști, deducția lui fiind simplă „Cui pe cui se scoate”. Privind acest punct de vedere, C. Tănase mărturisește că respectă opinia colegului Bogatu, dar în pofida la toate „*am opinia mea, pentru care cred că nu trebuie să mi se ia capul*”. Nu este de acord că „cui cu cui se scoate” și vrea ca să nu fie acuzat din acest considerent că-i atacă pe Bogatu. „*Chestia asta cu „atacul”, e o poveste cu barbă în politică și ziaristica basarabeană*”, scrie autorul în acest editorial.

El mai face referire la o categorie de cetățeni care se declară patrioți și democrați – oameni activi, un fel de „*analști politici, intransigenți și intoleranți*” – care au răspunsuri clare și scurte la toate întrebările, care seară de seară ocupă spațiul la Forumul moderat de colegul de breaslă, Arcadie Gherasim. Din motivul că se simte „atacat” de acești analști și invitați a colegului său A. Gherasim, C. Tănase le dă replică scriind că ei nu văd lucrurile decât sau în alb sau în negru, „poartă ochilari de cal” și din acest considerent el este privit ca unul părtinitor cu politica pentru

că ei promovează idei greșite despre el, deoarece „*au o înțelegere primitivă și periculoasă a atașamentului și solidarității politice dintre presă și politicieni*”, argumentează autorul.

Constantin Tănase mai explică că timpurile pe care le trăim nu sunt cele mai prielnice pentru un jurnalist „detașat” de politică. „*„Echidistanța”, „nepărtinirea” de care se face atâta caz sunt încă un vis pentru noi. Nimeni n-o să-mi poată da vreun nume de jurnalist din R. Moldova, care ar fi echidistant și nepărtinitor. Într-o măsură mai mare sau mai mică, mai deschis sau mai discret, toți jurnaliștii moldoveni fac partizanat politic. Depinde în folosul cui...”*”.

Cât ține de relația jurnalism – politică, C. Tănase mărturisește în același material că nu a făcut niciodată secret din angajarea sa politică. „*Am făcut și fac un partiznat asumat. Am mai spus-o: Între Iuda și Hristos eu nu pot fi echidistant și nepărtinitor*”. Prin aceste afirmări ziaristul vrea să pun punctul pe i cu concluzia: partizanatul politic este inevitabil, dar trebuie să-l faci asumat. Editorialistul este ferm convins că presa care cu adevărat vrea să sprijine actuala guvernare, trebuie să fie în opoziție cu ea. „*Jurnaliștii care se gudură la picioarele noilor guvernanți fac un deserviciu enorm și guvernării, și democrației. Când „ai noștri” calcă pe greblă, iar noi ne facem a nu observa aceasta, dovedim lipsa de respect față de meseria noastră, dar și față de cititori*”.

Este cunoscut faptul că academicianul și editorialistul Nicolae Dabija, ca și Constantin Tănase are ideea unionismului în sânge. Un patriot care pledează cu stopoare pentru unirea Basarabiei cu România Mare, un jurnalist care deseori menționează și aduce în vizorul opiniei publice argumente în susținerea acestei mișcări, iar cei care sunt oponenții acestui curs devin subiect de analiză în editorialele lui. Spre exemplu, într-un editorial publicat pe portalul „Curentul.md” pe 13 februarie 2013, Nicolae Dabija critică pe un oarecare Ilie Bratu, numindu-l în titlul editorialului „*un porc cu aripi de înger*”. Autorul critică și acuză acest invid de nerușinarea de care a dat dovadă, publicând un material postat pe un blog în care „*el întreabă și el răspunde*” semnându-l cu numele clandestin de Valentina Gălușcă. „*Așa ziaristă nu există în Republica Moldova*” precizează Nicolae Dabija. „*Așa-zisul „interviu” e plin cu minciuni, cu laude deșănțate la adresa sa, cu invective, cu denigrări la adresa tuturor oamenilor cu merite în Mișcarea de Eliberare Națională.*”

Interviul e prilejuit de faptul că președintele N. Timofti i-a decorat pe toți cei 227 de deputați care au semnat Declarația de Independență la 27 august 1991. Unul dintre ei e I. Bratu. Autorul îl numește pe acesta un personaj grotesc care „*nu a fost niciodată unionist, ci doar un diversionist*”. „*Un demagog fățarnic*” care s-a războit doar cu unioniștii, și nu cu „staliștii”,

moldoveneștii, rusofilii, interfrontiștii declarând ca și I. Roșca altădată, când ataca delaolaltă toți unioniștii, că „trebuie distruși ai noștri ca să se sperie dușmanii!”, argumentează jurnalistul.

„*Un aventurier*” care se afirmă pe la mitinguri consacrate Unirii Basarabiei cu România afirmând că „*trebuie să punem mâna pe arme, dând glas mai multor enormități*”.

„*Un impostor, un hoț de timp, de timpul altora*” prin aceste acuzații editorialistul aduce câteva exemple care vin să-i justifice dijecțiile, explică schema prin care Ili Bratu își mai câștigă existența: „*Pentru fraza: „Ilie Bratu nu rostește lozinci, el le țipă” (Din articolul Un provocator: Ilie Bratu) a cerut în instanță de la subsemnat despăgubiri drept reparații morale 5 000 000 (cinci milioane) de lei și de la publicația Literatura și Arta – alte 5 000 000 (cinci milioane).*”

*De la publicistul Ion Fiodorov, pentru întrebarea retorică „Ceea ce face Ilie Bratu nu e o terfelire a ideii sfinte de Unire cu Patria-mamă?”, a cerut 1000 000 (un milion) de lei.*

*De la scriitorul Mihai Morăraș, pentru constatarea „Una din condițiile lui Bratu a fost ca Consiliul Director al Forului să adopte o decizie de aderare necondiționată la Mișcare Unionistă inexistentă a domniei sale” – a vrut 1 000 000 (un milion) de lei.*”

Spre sfârșitul materialului, N. Dabija concluzionează, adresându-se cetățenilor că un personaj ca I. Bratu nu este nimic altceva decât „*un escroc*” care nu merită atenție și încredere, că cetățenii l-au crezut odată pe Roșca, deși preîntâmpinase în 1994 că nu e „de-al nostru”, și unde ați ajuns? În brațele lui Voronin și ale Moscovei, scrie N. Dabija. „*Dacă îl mai credeți o dată, va fi și mai trist. Iar el se cheamă Ilie Bratu, un porc care și-a prins niște aripi de carton și afirmă ce acestea sunt de înger. Păzea!*”.

\*\*\*

Editorialele ziarului Săptămâna, care are o singură apariție săptămânală, vinerea, sunt semnate de jurnalistul Viorel Mihail. „Care va să zică” și „Ce mai faceți domnilor țărani?” sunt titluri semnificative, atribuite fiecărui editorial scris de acest autor.

Din materiale scrise și unele teme abordate, deducem că ziarul promovează și ilustrează imaginea partidului PLDM în frunte cu Vlad Filat, protagonistul central din toate materiale abordate despre partid. Pentru a argumenta cele scrise mai sus voi da câteva exemple de titluri care sau scris pe primele pagini ale publicației: „Filat și Moser sînt Cavaleri ai vernisajului



vinului”, material pe care-l găsești pe pagina 2 numită Actualitate, NR.51(1095). Tot pe pagina Actualitate a NR.-lor 52(1096), 50(1094) pot fi citite articolele intitulate „Vlad Filat a primit Ordinul Republicii”; „Cine e „The best” în Moldova?”-o comparație între Vlad Filat și Ig. Boțan.

În Nr.50(1094), Viorel Mihail scrie în editorialul său intitulat Critică televizională, publicat pe prima pagină despre cât de cinic, cât de vândut sau cât de incompetent trebuie să fii și câtă vazelină trebuie să-ți torni în cap ca să zâmbești „*mânzește*” atunci când nu poți para nici un argument al oponentilor. Făcând referire la invitații emisiunelor televizate „Politica” de la TV7 și „În Profunzime” de la ProTV printre care îi enumeră pe Ana Guțu (liberal-reformatoare), Valeriu Munteanu (liberal), Grigore Petrenco (comunist) și moderatorul care „a învățat limba rusă din mersul trenului Piatra-Neamț-Ghizdita-Buzău” referindu-se la Lorena Bogza. De remarcat că autorul nu enumeră vreun invitat din PLDM șifonând imaginea celorlalte partide politice „*nu sînt grohăituri, ci triluri de privighetoare*”.

O promovare deschisă a ideologiei PLDM-ului a editorialistului Viorel Mihail o găsim și în Nr.49(1093) în materialul „Țara care ne are de oameni” unde critică alegerea lui Traian Băsescu de ai avea pe „Mișa Ghimpu”-atestăm o luare peste picior sau zăflea pentru că numele adevărat e Mihai Ghimpu și Dorin Chirtoacă ca fiind mâna dreaptă la Chișinău a președintelui României care promovează ideile unioniste. Autorul explică de ce T.Băsescu a ales ca acești doi politicieni și nu pe Filat:

*„Dl Băsescu nu e Guguță la cap, cu toate că și el a fost căpitan de corabie. Oare de ce se leagă deăștia doi, că doar e imposibil să nu vadă cine-s ei: un hop-pe-o-parte și un Șura Balaganov reactualizat? Răspuns: pentru că-s manevrabili, iar Filat ar putea să-i ceară cele 100 de milioane de euro promise încă pe vremea când s-o rupt iezătura de la Cotul Morii?”*

Autorul mai face aluzie și la faptul că Dorin Chirtoacă ar fi un profitor și trădător:

*„Dorine, dă-ți sama ce faci! Șoferul ceta e rus! Ai ajuns tu, român verde ca stejarul, să-ți legi viața cu un ocupant?”*

O altă publicație care s-a afirmat pe 14 septembrie 2001 este Timpul - promovează ideile unioniste și dezaprobă valoarea comunistă, critică guvernarea de astăzi și acțiunile acesteia.

În ediția din 20 decembrie 2013 a nr.111(2035) jurnalistul și editorialistul Constantin Tănase scrie într-un material intitulat „Ticăloși au fost, ticăloși mai sunt încă...” despre faptul că nu există nici o diferență între fostele regimurile totalitariste și regimurile democratice, făcând referire la liberal-democrați “ce nasc și astăzi ticăloși”:

*„Prima întrebare pe care mi-o pun când citesc filipicile lor băloase- dă dovadă de lipsă de etică morală-jurnalistică...e următoarea: cei care azi, în Moldova liberal-democratică slujesc interesele Rusiei, ale cui interese le-ar fi slujit în Moldova ieri exact ceea ce sunt astăzi: niște ticăloși.”*

Editorialul intitulat „Ouăle lui Șelin și Summitul de la Vilnius” abordează subiectul drumul european al Republicii Moldova în care C.Tănase reamintește de Iurie Roșca (proeroproșianul și proromânescul) ca fiind un personaj trădător al neamului:

*„Iuda cel Bărbos a rostit niște cuvinte memorabile, menite să-i justifice ticăloasa cărdășie cu comuniștii: revoluția oranj s-a produs în capul lui Voronin.”*

Autorul îi mai atribuie un calificativ acestuia de „mutant”- adjectiv lipsit de argumente care contravine codului moral și etic al jurnalistului. Simpatiile și valorile unioniste pe care C.Tănase le promovează clar și evidente, l-a inspirat să scrie și respectivul titlu a materialului în special sintagma “Ouăle lui Șelin” de unde vine și explicația:

*Replica antiromânească a lui V.Șelin: “așa-zisele persoane regale din România trebuie întâlnite cu ouă clocite, nu cu covoare...”*

Constantin Tănase utilizează în editorialele sale un limbaj care deseori denotă un atac direct la persoană, drept exemplu:

*„Javrelor le doresc somn liniștit...fel de fel de javre jėjoase produc zilnic cantități impunătoare de zoi industriale pe care le toarnă în capul oamenilor.”* Citat din nr.97(2021).

Editorialele lui Constantin Tănase are o tangență paralelă cu stilul gazetăresc a lui Eminescu. Primul aspect pe care îi definesc în totalitate este conotația istorică a sângelui latin, obiectivul național, istoric, cultural ce leagă România de Basarabia. Problema fundamentală pe care o aduce Eminescu și C.Tănase în discuție privește natura statului cu toate implicațiile sale economice, sociale și politice, dar aduc și critici morale și învinuiri partidelor politice, indiferent de culoarea pe care o au numindu-i „demagogi și profitorii” națiunii care duc statul spre pierire prin diferite scheme defectuoase.

*„Indiferent de culoarea lor politică, au folosit demagogia și retorica stalinistă pentru a acumula averi. Ei se fac vinovați de consecințele acestor stări de lucruri pe care le simțim astăzi: uitați-vă în jur și o să vedeți că e prea mare numărul tinerilor orientați spre alte valori decât cele perene, adevărate, românești.”* Un citat din editorialul „Tu al cui ești? Un concurs

național inedit: „Scrisoare pentru România”” scris de C.Tănase în Nr.51(1976) a ziarului Timpul.

Eminescu merge pînă la a reclama „înlăturarea cu îngrijire" a celor ce au șovăit o singură dată, indiferent de rangul sau de poziția lor socială:

*„Oricine a șovăit numai o dată în cariera sa politică, fie el prelat, fie ilustritate, fie magnificență, trebuie înlăturat cu îngrijire, căci aicea trebuiesc oameni ai faptei pre care să nu-i orbească nici șansele, nici aurul, nici stelele și ordurile mari (care în genere se pun pe inime mice!).”*

Un alt argument solid ce ține de asemănarea stilurilor și abordarea problemelor în materialele semnate de acești doi autori este că Constantin Tănase adesea citează sau face referi la publicistica lui Eminescu, de exemplu în Nr.36(1939) se face remarcant materialul cu titlul „Iară noi? Noi epigonii” ceea ce-i identifică. Leadul cuprinde un motou din „Epigonii” de M. Eminescu, 1870:

*„Iată noi? Noi epigonii...Simțiri reci, harfe zdrobite, Mici de zile, mari de patimi, inimi bătrâne, urâte, Măști rîzânde, puse bine pe un caracter inimic; Dumnezeuul nostru: umbră, patria noastră: o frază; În noi totul e spoială, totu-i lustru fără bază; Voi credeați în scrisul vostru, noi nu credem în nimic!”*

„Cu cât mai multe iluzii deșarte, cu atât mai multă sărăcie” este un aspect a problemelor cu care țara noastră se confruntă și care este deznodată de jurnalistul C.Tănase într-un material intitulat „Nu mai scriu despre Filat...”. Autorul face referire la conștiința și gradul de intelectualitate a popurului cu care judecă și fac concluzii pripite ce ține de aderarea la UE sau la Rusia lui Putin. *„Aceste iluzii îi paralizează și le inhibă spiritul creator, pofta de a deveni bogați prin inteligență și spirit pragmatic. Sfatul meu e acesta: tratați-vă de iluzii deșarte și veți fi bogați și fericiți.”*

În numeroasele materiale semnate de Constantin Tănase, desprindem ideea care aduce în evidență imaginea falsă pe care o are Vlad Filat. Critică maniera polemica a acestuia de a manipula tot ce-i posibil în interesul propriului partid (PLDM). Drept exemplu și dovadă a acestei ipoteze în Nr.41(1964) găsim un editorial intitulat “Filat vrea să “înverzească” și diaspora” unde este abordat aspectul diasporei moldovenești din Europa. Editorialistul aduce argumente precum că în fruntea acestei diaspore se află V.Filat și este folosită în interesele politice și electorale ale partidului.

*„Nu este Filat omul care să creeze o structură guvernamentală pe care să nu o controleze și să nu o forțeze să lucreze în folosul lui. Iată de ce în mesajul mioros al lui V.Filat către autorii Declarației comune a Asociațiilor din diaspora moldovenească din 4 martie 2013 ne dă dreptul să-l calificăm drept o tentativă de manipulare a diasporei în interesul PLDM-ului.”*

Un atac direct și deschis la persoana lui V. Filat o regăsim în editorialul semnat de C. Tănase din Nr.85(2009) intitulat “”Epoca Filat” a apus: ce a moștenit noul premier de la această “epocă”?”. Involuția de pe toate fronturile, standardele duble, duplicitatea politică și morală, demagogia, politicianismul, corupția, aprofundarea sărăciei, creșterea dependenței reale a Moldovei față de Rusia și multe dezamăgiri sunt câteva dintre calificativele care-l reprezintă pe Filat în opinia jurnalistului. O imagine denigratoare o atribuie omului politic și prin următorul citat:

*„Filat i-a lăsat nu numai lui Leancă, dar și întregii Moldove, o grea moștenire. Prima și cea mai incomodă, din punct de vedere moral, moștenire, sunt miniștrii cu dosare, pe care Leancă a fost nevoit s-o accepte. Soarta de mai departe a acestora va fi acea hârtie de turnesol care va demonstra moralitatea noii guvernări.”*

Jurnalistul îi descrie activitatea politică a lui V. Filat prin câteva sintagme care demonstrează insuficiența și pașii defectuoși pe care i-a făcut acesta în cariera sa politică, câteva exemple:

*„...epocă marcată de scandaluri, intrigi, psihoză generalizată, șamanism politic, declarații ambalate în formule hipnotice, minciuni, incoerență...codul onoarei a fost substituit prin codul golăniei, a golăniei adoptat ca ideologie de sta”. O învinuire de facto o face și în privința “păpușarului” și “atacurilor raider”- “care așa și nu au fost demonstrate, avea loc de fapt distrugerea statului și amenințarea independenței și suveranității în niște lombarduri geopolitice obscure în numele unor interese personale și meschine.”*

Cotidianul național Moldova Suverană îi are ca autori de editoriale pe cunoscutul Mihai Conțiu- abordează tema UE și relațiile cu România, Lilia Grubîi- etica la TV, în public și conștiință morală, Vlad Loghin- starea politică, rețelele economice ale țării.

Din start se simte politica editorială a ziarului, una împotriva integrării în UE și antiunionistă. Aceste două aspecte sunt vizibile chiar din titlurile materialelor, spre exemplu:

11. „Afirmarea vocației europene a R. Moldova, piedici și pericole”

[Nr.183(1574) 2013]

Se știe că politica reprezintă un teren minat în care dacă joci strâmb ajungi să cazi în extreme. Acest aspect se referă și la jurnaliști, care țin de obligațiunea lor deontologică ca să fie echidistanți, apolitici, să scrie materiale ce-ar aduce în prim plan informații de utilitate, de educație precum și de formarea opiniilor. Astăzi observăm cum mass media a devenit o țintă prioritară în mâna politicianilor și în interesele acestora. Inclusiv editorialiștii, cărora le revine rolul și obligația de a aborda subiecte ce-ar veni cu un răspuns la întrebările oamenilor, ce-ar lupta pentru idei și opinii corecte perindate în societate, dar nu a duce o luptă ce alimentează idei și idiologii politice.

În acest editorial semnat de M. Conțiu în care face un bilanț a obiectivelor realizate și nerealizate a anului politic 2013 și în care se simte un piar politic în favoarea partidului lui V. Filat.

*„Reconfigurarea majorității parlamentare a fost o oportunitate majoră pentru parcursul european pozitiv al R. Moldova. Acest risc și l-a asumat Vlad Filat și PLDM.”* desprindem faptul că nu vine cu nimic nou sub soare în acest articol, dar care are grijă să pună în lumina cea mai bună partidul lui V. Filat.

#### 12. „Doar Bruxellesul ne mai poate salva de Băsescu și de ruși”

[Nr.182(1573) 2013]

Și în acest material semnat tot de M. Conțiu pe 27 decembrie 2013, se elogiază și se susține PLDM-ul. De această dată aducându-l în prim plan pe Iurie Leancă, prin faptul că a dat replică președintelui român, Traian Băsescu: *„Declarația domnului Băsescu nu ne ajută, ci ne creează doar probleme cruciale. Noi avem nevoie de altceva. Avem nevoie de o țară vecină, România”*... replică cu care se identifică chiar și autorul pentru că lasă să se înțeleagă clar că este contra proiectului unionist pe care-l definește ca fiind unul „utopic” iar Traian Băsescu fiind un „oligarh politic”, dar care îi apără conștiința politicianului I. Leancă prin fraza: *„prin ce l-a atacat Leancă pe Băsescu. Această declarație este una responsabilă a unui premier al unei țări suverane.”* Tot în acest context de idei, M. Conțiu atacă direct persoana lui Băsescu numindu-l *„președinte abuziv al românilor”*.

#### 13. „România lui Băsescu nu vrea integrarea europeană a moldovenilor”

[Nr.180(1571) 2013]

Și în acest editorial M. Conțiu continuă denigrarea și atacul direct la persoana lui Traian Băsescu și proiectele sale unioniste, pe care de altfel autorul le consideră “meschine” și

„vulgare” invocând și argumentul: *„Tot ceea ce face T: Băsecu e o corupere electorală a moldovenilor pentru ca s-o voteze pe fiica lui, Elena Băsescu, la alegerile europarlamentare din 2014.”*

Jurnalismul mai sugerează că toate mesajele de natură unionistă venite din partea președintelui român sunt manipulatorii față de moldoveni, de Acțiunea 2012 și de cei care mai cred în „hимерa- România Mare”.

14. „Băsescu și moldovenii- prietenie pe muchie de cuțit, avantajoasă doar președintelui român” [Nr.168 (1559) 2013]

Semnat pe 3 decembrie, editorialul lui M. Conțiu abordează un subiect “ce reprezintă un moment de cotitură istorică absolut crucială pentru R. Moldova, parafarea celor două Acorduri de Asociere cu UE” în care se face evidențiat meritul guvernanților moldoveni precum și inițiativă lui Filat- o stradă principală din Chișinău să fie redenumită Vilnius. Iarăși autorul promovează și susține ideile PLDM-ului ca fiind unele corecte și decisive pentru R. Moldova.

*„Să sperăm că primarul Dorin Chirtoacă va renunța, pentru scurt timp, la trufia-i infantilă și împreună cu consilierii vor răspunde pozitiv inițiativei președintelui PLDM, Vlad Filat, conform căreia o stradă principală din Chișinău să fie redenumită Vilnius 2013”*. Atribuie acest pas european ca fiind doar meritul PLDM-ului și a lui Vlad Filat.

Publicația critică măsurile, ideile și acțiunile partidelor PCRM și PL, dar se simte o ușoară proslăvire a PLDM-ului.

Un alt scenariu găsim și într-un articol semnat de Viorel Mihail pe 11 aprilie 2014, pe portalul Săptămâna.md cu titlul sugestiv politic „Un provocator în serviciul PCRM-ului” se invocă ideea că editorialistul – *„un om care a ajuns la Epigonii lui Eminescu”*, ceea ce înseamnă un unionist din talpă, cu idee fixe către Europa de la publicația Timpul, C. Tănase și-ar fi schimbat penița de slăvire către Partidul Comunist.

*„Ne lămurește că Voronin ar putea reveni la putere dacă unii lideri de partide proeuropene nu vor face un pas înapoi. Prin urmare, e limpede ca bună ziua că dl C. Tănase intenționează să-i ușureze dlui Voronin calea de redobândire a puterii în stat. ”*

Jurnalismul independent și profesionalismul celor care practică această meserie, în ultimul timp, tot mai des este pus în discuție, iar indignarea celor care scriu despre opusul „profesionalism” sunt cei care dau un aer dubios ce merg pe mai multe cărări deodată. Mihai Conțiu, ziarist și tabloidul publicației Moldova Suverană poate servi un argument și exemplu în

acest context. Într-un material publicat în 2013, în publicația respectivă, Conțiu scrie despre convingerea sa a ceea ce reprezintă presa, ziaristii și libertatea lor față de politic în special, independența mediei ca o putere în stat din R. Moldova. Jurnalistul spune că ceva presă cu adevărat independentă a fost în România anilor 1990-1995. „*La ora actuală, nici pe departe nu se poate vorbi de presă independentă în România, darămite în Moldova*”, conchide acesta. Dacă am pomeni de jurnalism independent, Conțiu enumeră canalele de televiziuni de sport, la CNN, Discovery History, reviste precum cele de genul The Economist, Capital, Playboy, ziare de mică publicitate..., dar nu în presa privată de tip clasic și la posturile de televiziune de același tip.

Conțiu în calitate de jurnalist recunoaște și dă cărțile pe față, chiar dacă zi de zi mai mult le întoarce către partidul comunist, că la orice trust mediatic privat, ziaristul care se angajează acolo știe că trebuie să facă politica editorială dictată de patronul finanțator. Independența jurnalistului se manifestă în tiparele permissive ale celui care-i plătește salariul. „*Înainte de toate, ziaristul vrea un post pentru salariu, nu pentru a scrie ce-l taie capul în virtutea unei visate independențe ideale și inexistente*”, argumentează autorul. Imposibilitatea existenței unei presei libere se datorează ofensivei influenței politicului în viața de zi cu zi. „*Cenzura patronului în presă a existat de când lumea și va fi în permanență. Este o lege naturală nescrisă a supraviețuirii individului pe palierul pe care l-a plasat viața, iar liberul arbitru este apanajul statului sau al finanțatorului privat.*”

Independența nu-și are echivalentul în mass-media oricât de democrată nu ar fi structura statului. M. Conțiu argumentează această poziție prin faptul că oricând se va găsi cineva cu care interacționezi în momente diferite în viață, căruia vei fi nevoit să-i faci anumite concesii publicistice care nu ți-ar prea fi pe plac, indiferent că este vorba despre nevastă, părinți, colegul de școală ajuns politician și care. Ultimul accent este pus pe sfera politicului, de unde autorul se lasă înțeles că în Moldova puterea cuvântului stă în reședințele politicianilor, celor care sunt și finanțatorii, patronii instituțiilor media din țară, printre aceste instituții și colegi de breaslă se regăsește și el însuși.

Un amuzament aparte îl demonstrează pentru unii ziaristi moldoveni și pe „*disperarea epileptică*” a lor cu care-și laudă „*independența și echidistanța*”. „*Cu timpul, au devenit ridicoli. Luându-și rolul în serios, pozează în „maestri”, în „moralști”, „mari deontologi” și „dau lecții” de la niște false tribune*”. Acest lucru, astăzi a devenit un fenomen: toți jurnaliștii sunt dependenți de cineva sau ceva, inclusiv uniunile de profil iar „*libertatea și independența presei este o iluzie periculoasă*”.

Conțiu mai scrie pe o notă meditativă despre cutezanța naivă sau tendențioasă a celor care ar putea aduce, cel puțin un nume de ziarist independent din Moldova, care să-și poată permite luxul să scrie absolut tot ceea ce vrea. *„În condițiile actuale, cred că nici măcar nu s-a născut vreunul care să devină un astfel de ziarist. Nici nu-i posibil atîta timp cît pînă și agramații care scriu pe bloguri și chiar forumiștii sunt plătiți ca să comenteze în favoarea unor politicieni controversați sau a unor Centre Speciale de Comandă.”* Jurnalistul exemplifică și ideea că într-o societate lipsită de valori și tradiții civilizatorii, libertatea de exprimare publică este identificată cu nihilismul, incultura, lipsa bunelor maniere și tot ceea ce, în general, definește omul civilizat. *„Jurnalismul profesionist este agresat sistematic de obscenitatea inculturii și a aberației de libertate a tuturor celor care scriu în spațiul virtual. Acum scrisul nu mai este o responsabilitate, ci dejecție a insului frustrat, dar sedus de gîndul nociv că are dreptul și poate scrie orice”.*

Deontologia, profesionalismul, moralitatea jurnaliștilor care au renunțat cu demnitatea la colaborarea cu Jurnal Tv este abordată de Conțiu în același material. Acesta consideră că problema în sine nu este postul Jurnal Tv, ci jurnaliștii, cei care au admis ca susținătorii lor mediatici să le transforme această plecare într-un fals triumf moral și profesional. *„Oare lumea este atît de naivă încît să-și imagineze că Petru Bogatu și Rita Ursalovschi nu știau cine-s patronii postului Jurnal Tv și ce se cerea de la ei? Sigur că știau!”*

Jurnalistul scrie că Rita Ursalovschi ar fi fost „retrasă de la post” pentru că era „nefiresc” să activeze într-o televiziune care-l critică pe Plahotniuc, în condițiile în care soțul ei lucrează pentru acesta, dar Bogatu ar fi intrat în „proiectul Bodrug” al liberalilor reformatori, care se zice că sunt încălziți la sîn de către același Plahotniuc.

Autorul comentează cî în spațiul publicistic din Moldova, nici un ziarist nu-și dă demisia de la un post de televiziune sau de la un ziar din motive ce țin de „libertatea de exprimare”, „independență editorială” sau alte pricini moral-profesionale. *„În general, jurnaliștii știu unde se angajează, pe cine trebuie să slujească și o fac pentru bani. Atunci cînd nu sunt concediați de patron, pleacă de la un ziar sau de la un post de televiziune tot pentru bani. Mai mulți! În altă parte! În cazul dat, este vorba despre jurnaliștii menționați, dar și despre toți cei considerați a fi „de calibru”, cu audiență.”*

Tot la capitolul independență, echidistanța profesiei de jurnalist, Conțiu le definește o „junglă publicistică” în care există două tipuri de competiții, de lupte – cea dintre patronii de televiziuni și cea dintre jurnaliștii subordonați acestora. Lupta dintre jurnaliștii subordonați patronilor de televiziuni sau ziare este cea mai nefirească. Din exces de zel, vrînd să fie remarcați de patroni,



acești jurnaliști își adjudecă, la modul propriu, lupta stăpînului lor împotriva oponenților acestuia ca fiind războiul lor personal, ca exemplu avem postul Jurnal Tv, patronul căruia sunt frații Țopa care „luptă” împotriva lui Plohotniuc, iar angajații acestui Trust execută politica editorială a acestora. În pofida acestui fenomen, Conțiu consideră că un jurnalist, indiferent pentru ce patron lucrează, trebuie să i se remarce calitatea scrisului, a muncii sale pentru că până la urmă ei sunt cei care au trecut, măcar aproximativ sau așa ar fi fost normal, prin aceeași școală și sunt colegi de breaslă. Patronii sunt altfel de specii socio-umane și nici măcar nu sunt obligați să aibă școală.

Într-un final, Mihai Conțiu, editorialis din breasla jurnaliștilor din Moldova remarcă că cei mai mulți dintre aceștea sunt dezumanizați din cauza excesului de zel. *„Tocmai din acest motiv sunt și disprețuiți de proprii lor patroni! Acesta-i și motivul pentru care oamenii de afaceri și politicienii disprețuiesc presa! Se folosesc de ea, iar disprețul lor este generat de slugărnicia excesivă a ziariștilor pe care-i folosesc!”*

## Concluzie

Reieșind din aspectele calitative și cantitative ale cercetării am ajuns la concluzia că editorialiștii noștri, din păcate, se ocupă de exact aceleași lucruri și, în mare, folosind cam aceleași tonuri ca și televiziunile. Toți pledează pentru dreptate, dar mulți apar adesea cercetați, scandaloși sau sunt suspectați de diverse relații cu cei de la putere. În acest context putem înșirui mai multe lacune care nu țin doar de jurnaliști, dar de metode, tehnici de guvernanțe neproductive.

Istoria presei post-decembriste a demonstrat că e foarte dificil ca un ziarist sau editorialist să fie perceput ani la rândul ca formator de opinie locală și națională. Menținerea unei cote înalte de moralitate, deontologie și atitudine empatică față de problemele comunității se câștigă în timp și fără abateri de la etică. Putem spune că elita mediatică are astăzi puțini formatori de opinie, ziariști care au intrat în elita editorialiștilor. A fi editorialist nu înseamnă să ai numai un succes temporar și facil ca număr de cititori, ci și o constanță în ochii opiniei publice. Un formator de opinie trebuie să fie în primul rând un om de conștiință, cu vibrații intelectuale și sensibil la nevoile cetățenilor. Vorba lui George Barițiu: „Țineți cu poporul să nu răătăciți” este perfect valabilă și astăzi. Așa ușor se poate pierde credibilitatea unui jurnalist sau editorialist, dacă face compromisuri etice privind atitudinile marilor probleme ale comunității, încât odată pierdută onoarea își pierde definitiv încrederea cititorilor și credibilitatea de formator de opinie. Pierd definitiv credibilitatea preferând jocurile de culise ale politicianilor și interesele lor meschine, decât ale poporului și cititorilor, singurii care trebuie să conteze pentru un editorialist.

De aceea, astăzi au mai rămas puțini editorialiști în elita formatorilor de opinie, care și-au păstrat verticalitatea și conduita critică și morală față de neajunsurile cetățenilor ani de-a rândul. Pentru a rezista în timp și a fi apreciat de cititor, e vital ca formatorul de opinie să fie atent numai la interesul și nevoile cetățeanului. Cei care cred că făcând jocul unor puteri, partide, funcții sau ierarhii trecătoare pentru niște contracte financiare, nu vor fi decât pasageri trecători și insignifianți. Sunt ziariști care pentru a face pe placul sponsorilor de partid scriu împotriva poporului disperat și înfometat. Aceștia vor fi repede uitați de cititori. Mulți dintre ei nu au talent și compensează vânzându-și sufletul și scrisul pe bani.

Marii jurnaliști din elita formatorilor știu că modelele lor sunt repere morale, gazetari de forță de dincolo..., din istoria națională: M. Eminescu, O. Goga sau Nicolae Iorga. Presa noastră are nevoie de caractere puternice, de voci libere întru democrație, nu de jurnaliști ca slugi prost plătite, pentru ca plaiul nostru să devină, cu adevărat, o țară culturală și morală a țării.

Un rol important pentru descrierea, gândirea și înțelegerea actului politic îl au editorialele din ziare, scrise de jurnaliști cu pricepere în aranjarea cuvintelor, spre exemplu Petru Bogatu, Constantin Tănase, Nicolae Negru, Nicolae Dabija. Acești jurnaliști au câștigat pe parcursul anilor faima de editorialiști consacrați, cuvântul lor cântărind destul de greu atunci când încerci să faci aprecieri evenimentelor politice. Deși au avut o carieră jurnalistică și politică destul de reticentă, acești jurnaliști au reușit constant să atragă atenția publicului prin articole combative și provocatoare, creând evenimente politice doar prin forța gândului și a cuvântului.

Arma principală a acestor editorialiști este interpretarea actului politic. Evenimentele politice servesc drept poligoane pentru tot felul de exerciții și manevre, prin care acțiunile politice sunt băgate cu forța în grila interpretativă preferată de editorialiști. Obiectivitatea acestor exegeți politici lasă întotdeauna de dorit, fapt pe care ei nici măcar nu-l ascund. De altfel, chiar Constantin Tănase a avut într-o perioadă o serie de articole prin care pune la îndoială însăși ideea de imparțialitate a celor care scriu texte politice. În opinia editorialiștilor, important este să dai sens evenimentelor politice, iar sensul nu este de găsit în urma unor umile reflecții politice. Sensul (adevărul) este prestabilit, prefabricat și se găsește în pușculița cu răspunsuri a comentatorului. Acest adevăr reflectă gusturile, educația, convingerile și într-o interpretare mai critică, derivă dintr-un set de idei preconcepute pe care editorialiștii le ridică deseori la rang de obsesii. Tănase și Dabija, de exemplu, sunt anticomuniști și tradiționaliști, iar Negru și Bogatu dau dovadă de ceva mai multă versatilitate care, oricum nu poate masca în totalitate preferința lor pentru unionism și anticomunism. Cu alte cuvinte, editorialiștii sînt distribuitori de adevăruri care, la o privire mai atentă, nu sînt decît convingeri promovate cu multă străduință.

Stilul acestor editorialiști este diferit, fapt care creează senzația unei varietăți a meniului editorialistic. Narațiunile lui Tănase sunt diverse ca stil, editorialistul fiind extrem de convingător atunci când își valorifică harul de povestitor. Clasic în această privință rămîne a fi expozeul „Scroafa” în care prezentarea unor fapte din viață trădează un mesaj politic clar. Tănase este interesant și prin construirea unor scheme politice, precum susținere candidaturii unor politicieni în condițiile în care era un critic înverșunat a lor, un exemplu în acest sens este edilul capitalei, Dorin Chirtoacă. Cu toate acestea, schemele politice sînt concepute cu o șiretenie care lăasă loc pentru echivocuri și tălmăciri deseori contradictorii. Ai deseori senzația că Tănase face echilibristică politică, dând cu bâta în anumiți oameni ca apoi să-i deseneze în culori atractive și haioase.

Deși tradiționalist ca și Tănase, Nicolae Dabija este mult mai volubil, scrierile lui jurnalistice asemănîndu-se foarte mult cu discursurile politice bombastice și umflate. Poate mai puțin coerent

ca Tănase, Dabija reușește de multe ori să impresioneze printr-o ținută de soldat înarmat care stă de pază la postul unei instituții, valori sacre. Editorialistul dă impresia că este un ultimul din această țară care luptă cu disperare pentru salvarea acestor valori perene amenințate de o lume consumeristă. Elocvent în acest sens este celebrul editorial „Ilie Bratu – un porc cu aripi de înger” care reprezintă fața unor trădători de spirit național.

În ultimul timp, Nicolae Negru și Petru Bogatu au fost văzuți ca două părți ale aceleași monede. Aceasta pentru că ambii scriiau la Jurnal de Chișinău și apăreau în cadrul unei emisiuni la Jurnal TV. Acești doi jurnaliști au renunțat de mult timp la haina tradiționalistă, însușind stilul sobru, tehnic și concis al editorialului modern, fiind preocupați de claritatea textului și coerența argumentării. Spre deosebire de Dabija și Tănase – reprezentanți ai comentariului politic, Bogatu și Negru sunt, mai curînd, editorialiști care nu dau importanță atât de mare valorii artistice a contextului, dar construiesc la nesfîrșit scheme politice și încearcă să intre în esența intrigilor țesute de actorii politici. Editorialele lui Petru Bogatu par mai inventive în găsirea explicațiilor pentru tot felul de evenimente, comunică concluzii inatacabile. Potrivit ghidului „50+1 jurnaliști”, editorialele lui Petru Bogatu sunt considerate un model de referință în peisajul mediatic al Republicii Moldova. În același timp, unele materiale ale lui Bogatu păcătuiesc printr-un excesiv partizanat politic, Filat fiind clar avantajat față de alți actori politici. Negru este mult mai echilibrat și mai cumpătat în evaluările sale.

Dacă facem o paralelă între editorialele din paginile ziarelor și articolele de pe bloguri, care mai mult sau mai puțin capătă forma și stilul unui editorial, ajungem la concluzia că în R. Moldova e atât nevoie de exprimare liberă... La noi, deocamdată, internetul rămâne singurul canal de comunicare nerestricționat de puterea politică, de timp și de antene, de politica editorială a vreunei sau alte surse media. Concurența, rivalitatea aprigă între editorialiști și blogheri apare drept consecință a intereselor și viziunilor diferite asupra evenimentelor, fie ele ascund printre rânduri scopurile unor politici, fie critică opoziției de la guvernare.

Distincțiile blogger-jurnalist sau jurnalism tradițional-blogging sunt desigur convenționale. Ele nu descriu sfere separate, ci activități înrudite între care există atât afinități, cât și diferențe. Ca și ziarele, blogurile pot fi bune și rele, manipulative sau investigative. Unii blogheri pot deveni ziaristi buni, blogul fiind o școală excelentă de scriere. Contează, ca de obicei, conținutul.

Concurența bolnăvicioasă care duce la un război idiologic informațional se regăsește și în regia televiziunilor autohtone. Interesele partinitoare și politica redacțională clară și directă a postului Publika Tv, al cărui finanțator general este politicianul Vlad Plohotniuv și a postului Jurnal Tv, al cărui finanțator sunt frații Țopa au creat un război idiologic direct pe piață

## Recomandări

Reieșind din datele analizei cantitative și calitative realizate în baza editorialelor publicate în paginile mai multor ziare din Republica Moldova („Timpul”, „Moldova Suverană”, „Literatura și Arta”), dar și din analiza unor bloguri, televiziuni considerăm că media este capabilă și chiar datoare să-și revizuiască politica redacțională în ceea ce privește modalitățile de scriere și formulare a argumentelor pentru a explica evenimentele, faptele pentru public și nu pentru interesele unei doctrine politice.

Considerăm că este necesară apariția unor cercetări științifice care să monitorizeze politica și stilul jurnalismului de opinie și, mai ales în cadrul speciilor editorial și comentariu.. Ori, de cele mai multe ori, invocând libertatea la opinie, unii jurnaliști scriu despre și pentru cineva ci nu a combata idei.

O altă recomandare pe care o considerăm la fel de importantă este autosesizarea organizațiilor profesioniste de presă în cazurile de grave abateri deontologice din partea editorialiștilor „atacatori de persoane” și astfel să fie prevenit derapajul deontologic și imaginea mass-media în societate.

La fel ni se pare interesantă elaborarea unui studiu despre impactul jurnalismului de opinie pentru cei pe care-l utilizează ca pâțghii pentru prestigiului social, politic și personal al celor vizați în textele de presă. Ori, uneori aceste scrieri iresponsabile din ziare, mai exact din editoriale provoacă dileme și situații de dezechilibru în societate.

Aceste și alte studii ar urma să fie prezentate în cadrul diferitor traininguri pentru jurnaliști care își propun să devină formatori de opinie în publicațiile lor.

## Bibliografie

### *Studii științifice:*

1. Alexandru-Brăduț Ulmanu, Ghid de stil cu norme etice pentru jurnaliști, Ediția a III-a, Editura API, Chișinău 2011
2. Barbie Zelizer, *Despre Jurnalism La Modul Serios*, Iași 2007, Editura Polirom, pag.278
3. Bogdan Teodorescu, *Marketing Politic și Electoral*, Facultatea de Comunicare și Relații Publice „David Ogilvy”, SNSPA, București 2001, pag.232
4. Bogdan Ficeac, *Tehnici de Manipulare*, București, Humanitas, 2003
5. Bourdieu, Pierre, *Despre televiziune*, Ed. Meridiane, București, 1998
6. Dumitru Țurcanu, *Analele Științifice ale USM, Seria „Științe socioumaniste”*, Volumul II, 2004
7. Dumitru Titus Popa, *Deontologia profesiei de ziarist*, Editura Norma, București 2000
8. James Lull. *Mass media comunicarea culturală. O abordare globală*. Oradea 1999
9. Joule, K.V. & Beauvois, J.L., *Mic tratat de manipulare*, Editura Antet, Oradea, 1997
10. Kapferer, Jean – Noel, *Zvonurile*, Editura Humanitas, București, 1993.
11. Le Bon, Gustave, *Psihologia mulțimilor*, București, Anima, 1990
12. Lifton, R.J., *Thought Reform and The Psychology of Totalism*, New York, W.W. Norton, 1969
13. Marina Dumbravă, *Cartea Albă a Mass-Media Moldovenești*, Institutul pentru Dezvoltare și Inițiative Sociale (IDIS) „Viitorul”
14. Noam Chomsky, *Media Control, The Spectacular Achievements of Propaganda*, New York 1997, Seven Stories Press
15. Popescu Cristian-Florin, *Manual pentru ziaștii din Europa Centrală și de Est*, editat de World Press Freedom Committee, 1992, pag.87
16. Rorty Richard, *Contigență-ironie și solidaritate*, Editura All Educational, București, 1998
17. Stepanov Georgeta, Lescu Mihai, Morari Victor. *Analele Științifice ale USM. Seria „Științe socioumaniste”*, Volumul II, 2004
18. Sally Young 2005. *Contemporary Political Communications: Audiences, Politicians and the Media in International Research*, II: University of Illinois Press, Journalism pag.175-96

19. Stan Constantin, Libertatea supravegheată, Editura Fundației Meridian, Craiova, 2000
20. Simion Boncu, Presa câine de pază al democrației, București, Editura Licorna 1998, pag. 222
21. Sergiu Tămaș, Dicționar Politic, Instituțiile Democrației și Cultura Civică, Editura a II-a, București 1996, Editura „SANSĂ” S.R.L, pag.413
22. Ștefan Boncu, Psihologia Influenței sociale, Iași 2002, Editura Polirom, pag.432
23. Tuțescu Mariana, L Argumentation, Editura Universității București, 1998
24. Volkoff Vladimir, Tratat de dezinformare, traducere de Mihnea Columbeanu, Editura Antet, Oradea
25. Wilson John, Să înțelegem jurnalismul, Editura Institutul European, Iași, 2004

***Adrese electronice:***

1. <http://ru.scribd.com/doc/16669377/Etica-si-Deontologia-Presei>
2. [http://adevarul.ro/news/societate/el-arbitrul-foameade-nimic\\_1\\_530316aac7b855ff5670f41e/index.html](http://adevarul.ro/news/societate/el-arbitrul-foameade-nimic_1_530316aac7b855ff5670f41e/index.html)
3. <http://www.timpul.md/articol/nu-stiu-la-ce-s-a-gandit-arcadie-gherasim-11292.html>
4. <http://luchianiuc.com/blog/2011/01/06/valorile-%C8%99i-principiile-editorialistului-constantin-tanase/>
5. <http://andreifornea.com/?p=7355>
6. <http://www.jurnal.md/ro/news/cateva-precizari-pentru-publika-i-unimedia-194747/>
7. <http://www.timpul.md/articol/ticaloi-au-fost-ticaloi-mai-sunt-inca---53058.html>
8. <http://www.jurnal.md/ro/news/nicolae-negru-livada-de-televiziuni-a-lui-constantin-tanase-190266/>
9. <http://www.timpul.md/articol/ouale-lui-elin-i-summitul-de-la-vilnius-49671.html>
10. [http://www.ijc.md/bulmm/2012%20decembrie/9%20MM\\_decembrie\\_2012\\_RO-9.pdf](http://www.ijc.md/bulmm/2012%20decembrie/9%20MM_decembrie_2012_RO-9.pdf)

