

Colegiul Invizibil Moldova

STUDIU

LABORATOR DE SOCIOLOGIE

TEMA

**Presa în societatea de tranziție:
structură, funcții, tendințe
(cazul Republica Moldova)**

**STUDENT: Mihai Moscovici
an II, laboratorul de Sociologie**

**COORDONATOR ȘTIINȚIFIC: Valentin Țurcanu,
șeful laboratorului de Sociologie**

Chișinău 2005

CUPRINS

INTRODUCERE	3
CAPITOLUL I	
PRESA – COMPONENTĂ INDISPENSABILĂ A SOCIETĂȚII	
Teorii contemporane ale comunicării	6
Mass-Media – parte componentă a procesului de comunicare în societate	14
Funcțiile presei	22
CAPITOLUL II	
ETAPELE DE DEZVOLTARE A PRESEI ÎN REPUBLICA MOLDOVA	
Introducere în studiul empiric	28
Dezvoltarea presei în condițiile noii democrații	29
Libertatea presei în Republica Moldova	31
Etapele istorice de dezvoltare a presei în Moldova	32
Presa la început de nou mileniu	36
Concepția dezvoltării mass-media: structura sarcinilor	38
Influența factorului extern asupra dezvoltării presei din Moldova	39
Capitalul de încredere al presei la început de mileniu	41
Publicul și ponderea presei scrise din R. Moldova la etapa actuală	42
Impactul social al presei din R. Moldova	47
Tendențe de dezvoltare a presei din Republica Moldova	49
Concluzii asupra studiului empiric	50
CONCLUZII	51
BIBLIOGRAFIE	52

INTRODUCERE

**“Dacă începem o ceartă dintre trecut și prezent,
vom descoperi că am pierdut viitorul.”**

Winston Churchill

A trecut mai mult de un deceniu de când Republica Moldova a pornit pe făgașul transformărilor cardinale ale societății. Deși s-a confruntat și mai continuă să se confrunte cu multiple dificultăți și contradicții, în acest răstimp au fost, totuși, înregistrate un set de succese remarcabile. Cercetătorii locali și observatorii străini remarcă, în acest sens, libertățile politice, economice și culturale, deschiderea societății moldovenești către lume și democratizarea sistemului mass-media.

Cu toate aceste rezultate pozitive, multe din declarațiile jurnaliștilor profesioniști autohtoni și internaționali au în prim plan problema că presa moldovenească servește interesele diverselor grupuri de influență sau ale partidelor politice, tema propusă necesită a fi studiată obiectiv, comparativ cu evoluția presei din alte state post-socialiste, în curs de democratizare. Tema cercetării: „Presa scrisă în societatea de tranziție: structură, funcții, tendințe” este de importanță majoră pentru Moldova.

Presa autohtonă are nuanțe de agresivitate, abuzează opinia publică, atacă la persoană, deseori fără motiv.[13]* În astfel de condiții democratizarea societății decurge anevoios sau chiar stagnează. Democrația poate funcționa numai în situația când societatea și reprezentanții ei aleși sunt bine informați, ci nu impuși să consume doar variante de interpretare a informației.[15,22]

Ipoteza lucrării: Corespunde ritmul și tendința dezvoltării presei din Republica Moldova standardelor internaționale? Cum influențează societatea moldovenească presa autohtonă?

Scopul cercetării este determinarea structurii, funcțiilor și tendințelor de dezvoltare a presei în societatea de tranziție, cazul Moldovei. Totodată se va

* referințele fac trimitere la numărul de ordine a cărții din lista de BIBLIOGRAFIE

efectua analiza modului în care presa din Republica Moldova influențează societatea și individul.

Metodele de cercetare folosite: content analiza (publicațiile periodice, rapoartele privind presa, etc.), ancheta, observarea efectelor.

Presa este parte componentă a comunicării de masă. Comunicarea este considerată universul cel mai dinamic și actual, cu perspective aplicative foarte largi, „un adevărat stindard în înțelegerea și perspectivitatea proceselor de schimbare contemporană”. [21]

În condițiile actuale atitudinea față de comunicare s-a schimbat. În societatea totalitară, care a fost Uniunea Sovietică, a dominat așa numita „comunicare de monolog”. [28] Democrația presupune dialogul și polifonia comunicării, iar în societatea în curs de democratizare apare o tendință nouă, unde comunicarea are ca protagoniști reprezentanții tuturor părților componente ale societății. Așadar sistemul comunicării totalitare, componentul de bază au fost ordinele și dispozițiile ce trebuiau efectuate imediat, a fost succedat de sistemul comunicării democratice, în care cel mai important aspect devine convingerea.

Cercetătorul A. Silberman definește comunicarea de masă drept „ansamblul procedurilor prin care se realizează informarea, propaganda și acțiunea asupra opiniei publice”. Comunicarea de masă „este o impunere a unei persoane să execute o acțiune sau alta, o trecere de la vorbirea unuia la acțiunea altuia”. Menirea comunicării rămâne a fi „introducerea unor procedee cu scopul schimbării comportamentul individului”, iar schimbarea atitudinilor indivizilor duce la schimbarea atitudinii întregii societăți. [24]

Structura cercetării teoretice:

- I. Teoriile contemporane ale comunicării.
- II. Presa – parte componentă a procesului de comunicare în societate.
- III. Funcțiile presei în societatea în curs de democratizare.
- IV. Structura presei în Republica Moldova.

Actualitatea și implicațiile practice ale cercetării sunt evidente. Presa este o instituție de importanță crucială în societatea modernă, iar activitatea ei provoacă

atât efecte pozitive, cât și negative. Pentru a evita efectele negative, studierea și elucidarea problemelor va motiva societatea să realizeze care sunt problemele, funcțiile și tendințele presei din Moldova și să întreprindă acțiuni ce vor conduce la „însănătoșirea” ei.

I. PRESA – COMPONENTĂ INDISPENSABILĂ A SOCIETĂȚII

Teorii contemporane ale comunicării

Comunicarea este definită de cercetătorul Fiske drept „interacțiune socială prin intermediul mesajelor”, iar „în studiul comunicării, putem deosebi două mari școli: *școala proces* și *școala semiotică*.”[11,12]

Școala proces vede comunicarea ca transmitere a mesajelor: important este modul în care emițătorii și receptorii codează și decodează un mesaj, modul în care transmițătorul folosește canalele și mediile comunicării. Școala proces este interesată în special de probleme ca eficiența și acuratețea transiterii mesajului. Această școală vede comunicarea ca un proces prin care o persoană afectează comportamentul sau starea de spirit a unei alte persoane. Dacă efectul este diferit de ceea ce se intenționa să se comunice, tendința este să se interpreteze acest lucru drept un eșec al comunicării și să caute motivul eșecului în unul din elementele procesului de comunicare.

Pentru *școala semiotică*, desfășurarea comunicării reprezintă o producere și un schimb de sensuri (semnificații). Obiectul de interes îl reprezintă studierea modului în care mesajele inter-acționează cu oamenii pentru a produce înțelesuri și rolul textelor în cultura respectivă. *Școala semiotică* folosește termenul de *semnificație* și consideră că neînțelegerile pot rezulta din diferențele culturale dintre emițător și receptor. Pentru această școală, studiul comunicării este studiul textului și al culturii. Principalele metode de analiză provin din interiorul semioticii.

În cadrul *școlii proces* pot fi menționate: modelul lui Shannon și Weaver, modelul lui Gerbner, modelul lui Lasswell, modelul lui Newcomb, modelul lui Westley – MacLean. *Școala semiotică* se referă la modelul lui Pierce, modelul Ogden și Richards, modelul Saussure, modelul lui Roman Jakobson și cel al lui Umberto Eco.

Influența presei asupra societății nu va fi aceeași de la o epocă la alta. Natura acțiunii mijloacelor de comunicare, precum și societatea, se află în continuă evoluție. Așadar, este dificil să formulăm explicații despre efectele comunicării de masă, care să fie valabile pentru toți cetățeni, în orice moment. În primele decenii ale secolului trecut, presa se aflau în etapa de consolidare.

Modele sociologice și psihologice ale comunicării

Cercetătorii au observat că influența unui mesaj transmis publicului persistă în mintea acestuia chiar și după două săptămâni. Mai mult decât atât, interesul față de aceasta poate fi sporit. Fenomenul este legat de faptul, că pe parcursul acestui timp au avut loc mai multe discuții cu liderii de opinie, difuzate de presă și receptate în mod continuu de public.

Modelul fluxului în doi pași elaborat de Katz și Lazarsfeld

Este enunțul clasic al fluxului în doi pași spune că „adesea, ideile vin prin presă la liderii de opinie și de la aceștia la segmentele mai puțin active ale populației”. [11] La bazele “fluxului în doi pași” se află următoarele presupuneri:

1. Persoanele nu trăiesc izolate, ci aparțin unor grupuri sociale și intră în legătură cu alte persoane.
2. Răspunsul și reacția la mesajele presei nu sunt directe și imediate, ci mediate de și influențate prin aceste relații sociale.
3. Există două procese: cel de receptare/atenție și de răspuns. Receptarea nu este echivalată cu răspunsul.
4. Indivizii au statut și funcții diferite; pot fi împărțiți în două categorii: cei care au un rol activ și cei care se bazează pe contacte personale.
5. Liderii de opinie (indivizii activi) apelează mult la presă, sunt sociabili, sunt conștienți că pot să-i influențeze pe alții. Ei realizează că li se atribuie atât rolul de sursă, cât și cel de orientare.

Robinson completează această teorie prin două tipuri de receptori de opinie:

- Presa – furnizori de opinie – receptori de opinie
- Presa – persoane care nu discută despre politică.

Comstock elaborează un model psihologic[5] al efectelor directe ale presei asupra comportamentului individual al publicului. El susține că presa este o sursă foarte importantă de învățare a comportamentelor. Aici are loc acumularea de informații sau imitarea oricărui comportament prezentat în presă. Una dintre principalele ipoteze ale modelului este aceea că urmărirea presei în mod regulat ar trebui tratată drept o alternativă funcțională pentru orice alt tip de experiență sau de cunoaștere care are relevanță pentru individ. Presa oferă un stimul pentru a pune în practică ceea ce un individ nu poate acumula din alte laturi ale vieții sale.

În lucrarea sa McQuail[21] descrie modelele stimul – răspunsul și modificarea lor. Potrivit acestui model simplu de învățare, efectele reprezintă reacția concretă la stimulul concret. Anume aici apare corelația între mesajele presei și reacția audienței, ce se confirmă prin formula următoare:

S (stimul/mesajul) – O (Om) – R (reacția/efectul/răspunsul).

O mare influență asupra publicului o descrie formulele „injecția hipodermică” lui D. Berlo („The process of communication”) și cea a „glonțului magic”. [12,21] Conținuturile presei sunt imaginate ca fiind injectate în venele audienței, care reacționează în mod uniform și previzibil. Contactul cu mesajul presei va conduce la un efect, desigur cu o anumită probabilitate.

DeFleur analizează câteva dintre modificările aduse modelului stimul – răspuns, cea mai importantă fiind – „teoria diferențelor individuale”. [12] Ea spune că persoanele care au prejudecăți puternice distorsionează în mod sistematic mesajul anti-prejudecată din ansamblul de mesaje emise. În spiritul teoriei diferențelor individuale, „modelul psiho-dinamic” subliniază limpede ideea că persuasiunea constă în modificarea structurii psihologice interne a individului. În urma acestei modificări se obțin răspunsurile comportamentale dorite.

Modelul lui Umberto Eco

Specialistul în semiotică italian, Umberto Eco este considerat un mare cunoscător al culturii medievale. Studiile sale au confirmat că „nu toate fenomenele comunicării sunt posibil de explicat cu ajutorul categoriilor lingvistice”. [11] Umberto Eco depistează punctele (momentele) de apariție a înșelăciunii. Din punctul de vedere al normei toată literatura, arta, muzica, trebuie să fie considerată ca ceva inexistent în realitate, adică inducere în eroare.

Umberto Eco acordă atenția sporită comunicării vizuale. Un semn vizual trebuie să posede următoarele elemente:

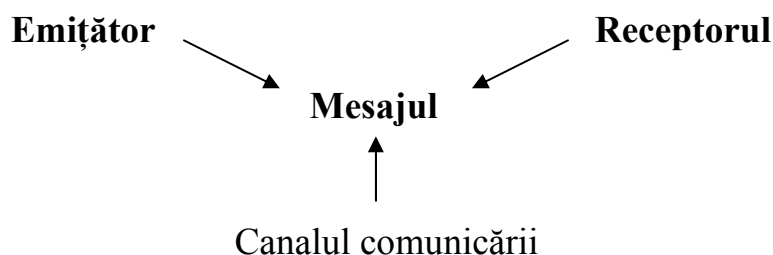
- Optice (cele văzute)
- Ontologice (cele presupuse)
- Condiționale (codurile „iconice” a timpurilor respective)

Umberto Eco a elaborat modele de comunicare atât generale cât și concrete, ce țin de domeniul comunicării vizuale și proceselor comunicative în cadrul culturii de masă.

Modelul comunicării din punctul de vedere al relațiilor cu publicul, publicității și propagandei[5]

În domeniul comunicării practice, cum sunt relațiile cu publicul, publicitatea și propaganda, comunicatorul încearcă să introducă schimbări în procesul de comunicare pentru a transfera receptorul său la un alt tip de comportament. Aici scopurile și receptorului pot să nu coincidă. Acest lucru este evident mai ales în propaganda, unde comunicatorul provoacă oponentul său la niște scopuri avantajoase comunicatorului.

Există trei factori care determină procesul de comunicare:



Emițătorul definește scopul, care modelează întreg procesul comunicării. Auditoriul determină interesele emițătorului. Canalul de comunicare propune nivelul comunicării. De exemplu, mesaj difuzat prin canalul de presă va fi diferit de cel transmis prin intermediul unui panou publicitar. Emițătorul are posibilitatea să regleze concomitent informația meta-comunicării și comunicarea însăși, pe când publicul poate controla doar ultimul proces menționat.

Așadar emițătorul are mai multe șanse pentru a atinge scopurile propuse, chiar dacă scopurile sale diferă de cele ale publicului receptor.

Comunicarea practică are de a face cu codarea mesajelor verbale în cele nonverbale, deoarece scopul ei este de a stimula un nou tip de comportament. Procesul de comunicare practică se axează asupra consumătorului informației, pe când comunicarea teoretică este orientată spre consensul intereselor emițătorului și receptorului.

Teoria „Agenda-Setting” după M. McCombs, D.Shaw, D.M.White

Publicul, fiind supus unui flux de mesaje continuu, poate analiza doar acele subiecte care sunt propuse de presă. Comunicarea din presă poate aborda primordial probleme sociale și ignoră altele.[6]

Astfel, presa fixează agenda publică, ea e cea care selectează și focalizează opinia publică asupra faptele sociale, desemnând prioritatea subiectelor pentru o perioadă de timp. Presa dispune de posibilitatea de a „structura „viața” în mintea publicului”, pentru că jurnaliștilor le revine „puterea de a defini, eticheta și construi actualitatea”. Presa este un mecanism de selecție, un filtru al societății.

Presa este apreciată de cercetători ca „mijloc de tratare a informației”, de „triere” a acesteia. Circulația informației depinde de persoanele care ocupă poziții strategice în cadrul presei. Aceștia decid care mesaje vor fi emise publicului și de asemenea complexitatea lor.

Modelul „Agenda-Setting” atribuie mijloacelor de comunicare în masă funcția de ierarhizare, de alegere, de ordonare și de prezentare a informației, și în

concluzie, definesc și construiesc actualitatea. Rolul presei este de a stabili subiectele/temele prioritare și ordinea ierarhică ale acestora – scara priorităților.

Teoria „Spirala tăcerii”, E. Noelle - Neumann

Presă poate manipula opinia publică grație faptului că susține majoritatea în detrimentul minorității sau invers. Ipoteza cercetătorului german se referă la aceea că individul din minoritate este exclus din fluxul informațional, astfel rămâne în umbră, ceea ce involuntar creează impresia că aparține majorității.

Savantul spune că opinia publică se formează pe baza observării și evaluării de către indivizi a mediului lor social și asupra modului în care se grupează opiniile indivizilor în opinie majoritară sau în opinie minoritară. În consecință, de teama să nu fie izolați, când își exprimă opinia, indivizii încearcă să se identifice cu opiniile altora, de obicei, cu cele ale majorității. Iar cei care au o opinie deferită de cea a majorității, pentru a nu fi respinși social, intră în mecanismul „spiralei tăcerii”. [6]

B. Noelle-Neumann afirmă că „spirala tăcerii” este un mecanism psihosociologic, potrivit căruia „presiunea punctului de vedere reflectat și susținut de presă declanșează una din cele trei reacții de răspuns ale individului: activismul (participarea publică și susținerea activă a opiniei), acceptarea opiniei dominante sau tăcerea”.

Teoria pleacă de la ideea că opinia publică obligă individul să fie reținut în exprimarea opiniei sale, să nu-și divulge propria părere. El este impus să creadă că opinia majorității este cea corectă. Presă constituie principalul element de referință în exprimarea și distribuirea opiniei, influențând hotărâtor asupra formării opiniei individului și a publicului. E. Noelle-Neumann susține că opinia devine dominantă datorită presei. Acesta „acreditează” opinia majoritară sau minoritară. Cei ale căror opinie este susținută de presă, va deveni opinie a majorității. Dimpotrivă, cei ale căror opinie este minoritară, vor vorbi din ce în ce mai puțin și în final se vor retrage în tăcere.

Deci, influența nu se exercită asupra opiniei individului, ci asupra conștiinței acestuia. Când individul constată că opinia sa nu este susținută și confirmată a fi veridică în presă, el acceptă punctul de vedere dominant sau abandonează spațiul informațional public, căzând în „spirala tăcerii”.

Efectele presei conform J. Klapper și Levy

Analiza efectelor se situează în centrul studiilor asupra comunicării de masă. Problemele cheie abordate se referă la puterea de influențare a presei, direcțiile de influențare, tipurile de efecte, mecanismele și condițiile producerii efectelor.

Cercetarea efectelor a oscilat între două opțiuni: potențialul de a influența a presei și capacitatea ei de a produce anumite efecte. Aprecierile s-au articulat fie sub ideea „efectelor atotputernice” ale presei, fie a „efectelor minore/limitate”. [6]

Abordarea și evaluarea efectelor presei poate fi realizată în trei etape:

1. Prima etapă a fost caracterizată prin ideea atotputerniciei presei. Se credea că presa are o putere nelimitată în influențarea directă a opiniei și a comportamentului, de a manipula masele. Ziarele păreau a fi mijlocul principal de direcționare a opiniei publice potrivit voinței emițătorilor de mesaje. Aceste aprecieri se bazau mai mult pe simple intuiții ale propagandiștilor activi în cursul primului război mondial. Încrederea în puterea totală a presei de a manipula era întreținută și de recursul lansatorilor de mesaje conform celor două teorii psihologice dominante în epocă: psihologia profunzimei (bazată pe freudism) și teoria reflexelor condiționale, teoriile behavioriste.
2. După unii cercetători, a doua etapă începe din anii '30 ai sec. XX, dar se dezvoltă în anii '50-'60, odată cu multiplicarea intensivă a cercetărilor empirice în sociologia comunicării de masă și este marcată de ideea efectului minim al media. Cercetări relevante ale acestei perioade sunt studiile lui P. Lazarsfeld, B. Berelson (companiile electorale din anii '40). Efectele presei se dovedesc a fi relative, minime în raport cu puterea de

influență a relațiilor inter-personale și a structurării audienței. Dogma efectelor atotputernice este înlăturată în favoarea altei dogme: efectele minore.

3. A treia etapă este denumită – etapa „revirimentului”, adică a revenirii la ideile marii puteri de influențare de care dispun sistemele media. Impunerea televiziunii în ansamblul sistemelor media este un alt factor care a condus la reconsiderarea puterii de influență a sistemului media în general. Puterea de atracție și de seducție a televiziunii este incomparabilă cu aceea a altor media. Dogma efectului minim începe să se destrame.

Joseph Klapper conchide: „comunicarea de masă nu este în general o cauză necesară și suficientă a efectelor asupra audienței, ea funcționează mai degrabă prin conjugarea unor factori de mediere”. [6]

Mass-media – parte componentă a procesului de comunicare în societate

Mass-Media (lat. medium – mijloace) sunt în general definite ca *suporturi tehnice ce servesc la transmiterea mesajelor către un ansamblu de indivizi separați*. [3] Într-o anumită măsură, este vorba de mașini introduse în procesul de comunicare pentru a reproduce scrisul (tipografia) sau pentru a prelungi simțul văzului și auzului (televiziunea, radioul, filmul etc.). *Crosso modo*, mass-media pot fi repartizate în trei categorii:

- mijloace tipărite (ziare, reviste, afișe, etc.);
- mijloace bazate pe film (fotografia și cinematografia);
- mijloace electronice (radio, TV, Internet, etc.)

Este clar că, de câțiva ani, mass-media se adresează unui public-țintă. Anumite ziare din țările înalt dezvoltate, de exemplu, pe lângă ediția tradițională pe hârtie, propun cititorilor și o ediție prin Internet. Ele ating, prin urmare, când o audiență vastă, când un public destul de restrâns. [27]

Noțiunea de *mass-media* sau de *mijloace de comunicare de masă* pare tot mai puțin potrivită pentru a înțelege diversitatea suporturilor. De obicei, prin această expresie se înțeleg *instrumentele tehnice care servesc la transmiterea mesajelor între o serie de profesioniști ai comunicării și o audiență largă*. În această optică, telefonul, calculatorul personal sau faxul, de exemplu, nu pot fi incluse *a priori* în categoria mass-media pentru ea, pe de o parte, schimbul nu se bazează decât pe două sau pe un număr mic de persoane iar, pe de altă parte, emițătorul nu este neapărat un profesionist al comunicării. Este însă posibil, ce-i drept, să te conectezi printr-un calculator la o rețea de comunicare cu o audiență mai largă.

Oricum, părerea generală este că *mijloacele de comunicare de masă* se constituie în special din ziare, reviste, cărți, afișe, cinema, radio și televiziune prin antenă, cablu sau satelit. [29] Dar această noțiune, potrivită pentru anii '60 sau '70

și-a pierdut azi puterea de atracție în fața diversificării gamei de instrumente de comunicare legate de folosirea electronicii și a informaticii.

Din motive de comoditate și datorită unei alegeri metodologice, mass-media vor fi analizate aici ca suporturi de transmitere *care fie că servesc la selectarea și medierea mesajelor de actualitate imediată, fiind legate de o anumită periodicitate*, precum ziarul, radioul și televizorul (mesajele difuzate pe aceste suporturi sunt furnizate de către organisme de informare cum ar fi agențiile de presă, radiourile, televiziunile și agenții de publicitate). Însă lucrarea dată se axează asupra fenomenului mass-media scrisă, și anume presa (ziare) într-o societate de tranziție, ceea ce va exclude din start abordarea celorlalte componente ale sistemului mass-media.

Presa

Se presupune că ziarele fac, înainte de toate, jurnalism. Or, lăsând la o parte varianta comunistă care constă în propagandă, chiar și în democrațiile occidentale jurnalismul prezintă diferențe. Există cel puțin două concepții: una latină și una proprie Statelor Unite. Prima este moștenitoarea unui trecut în care rolul presei era acela de a comenta informația oficială, în acest caz, se face greu diferența între știri și comentarii, în schimb, informației i se dă o tentă mai provocatoare și este mai ușor de înțeles. Al doilea tip de jurnalism insistă pe exactitatea factologică, obiectivitate, separarea faptelor de opinii, stilul sec. În mod tradițional, primul gen are neajunsul de a fi prea legat de partidele politice și de stat, iar al doilea, mai comercial, pe acela de a fi subordonat difuzorului de anunțuri publicitare.[25]

Concret, să examinăm ziarele de informație. Se deosebesc mai întâi prin proprietari. Pot fi proprietatea unor familii, cum este tradiția în Japonia sau în provinciile franceze sau pot aparține unor mari societăți industriale (de automobile, textile, chimice), cum se întâmplă în Italia („Fiat”) sau în India („Tata”). Dar, din ce în ce mai des, sunt deținute de grupuri de presă, ca în Statele Unite („Knight-Ridder”) sau de conglomerate multinaționale, ca în Marea Britanie („News International”).

Ziarele mai diferă și prin modul de difuzare, în Franța și în Italia se cumpără mai ales de la chioșcuri. În Suedia este generalizată distribuirea la domiciliu, în SUA, difuzarea se face la domiciliu și prin distribuitoare automate sau alte forme care au apărut în anii '90 ai sec. și mai ales Internet.

Ziarele mai diferă și prin măsura în care sunt citite, în țările în curs de dezvoltare, aceasta este foarte slabă, din cauza unuia sau mai multor obstacole: analfabetism, absența infrastructurilor, control guvernamental și sărăcie. În fostele țări totalitare, „consumul” de presă a fost mare în mod artificial, din cauza numărului de pagini, a prețului foarte scăzut și a obligației de a fi abonat sau de a cumpăra ziare.

Ziarele se deosebesc mai ales prin structurile lor de ansamblu în care se combină diferitele genuri de publicații. Se pot distinge cel puțin opt tipuri diferite de presa.

Modelul chinez

Modelul sovietic, este din fericire pe cale de dispariție. Acest model nu mai există la începutul mileniului trei decât în câteva țări aflate sub regim comunist din Asia, printre care și China, țara cea mai populată din lume. Mijloacele de informare fac toate parte dintr-un stat centralizat, el însuși asimilat Partidului unic. Scopul lor nu este să informeze sau să distreze, ci să îndoctrineze și să mobilizeze. Și să transmită instrucțiunile centrului spre periferie.

Agenția de presă centrală furnizează versiunea oficială a actualității ziarului central al Partidului Comunist (*Pravda*, pe vremuri, în URSS, *Renmin Ribao* în China), ca și posturilor de radio și de televiziune centrale. Ziarele și posturile de la nivelul inferior le copiază, adăugând câteva ingrediente, în afara acestei divizări pe orizontală a presei în niveluri (de la presa națională până la cea a uzinei sau a fermei), există o împărțire verticală în sectoare: presa de partid, de sindicat, a armatei, a femeilor, a agricultorilor etc.

Modelul american – distribuitori cu amănuntul și angroșiștii

În Statele Unite, toate cotidienele sunt locale, cu două excepții: două ziare care vând împreună mai puțin de 3,5 milioane de exemplare într-o țară de 260 de milioane de locuitori.

Cele aproape 1500 de cotidiene sunt în cea mai mare parte mici (difuzare medie: 12 000 de exemplare) și nu au mijloace financiare importante. Scopul lor principal este să obțină profit. De aceea ei ajung să cumpere informație ieftină de la angroșiști, bineînțeles de la New-York, cu excepția știrilor, a informațiilor utilitare și a anunțurilor de interes public locale.

Ziarele își primesc deci informațiile și fotografiile regionale, naționale și internaționale de la marile agenții, de exemplu *Associated Press*. Restul provine de la alte 400 de agenții independente (*sindicats*) sau create de mari ziare. Ele vând atât reportaje și comentarii politice, cât și rubrici de sfaturi (de grădinărit, medicale, de drept sau probleme sentimentale), articole în stil magazin, desene și benzi desenate, horoscoape și cuvinte încrucișate.

În consecința, presa americană este mult mai uniformă, mai națională decât ne-am putea aștepta. O alta consecința este că aceasta presă locală are o ținută onorabilă și este foarte prosperă, spre deosebire de multe altele.

Modelul Britanic – centralizat

Marea Britanică este, în afară de Japonia, singura mare națiune care are o presă cu adevărat națională: zece cotidiene realizate la Londra, vândute în număr mare în întreaga țară. Cifrele lor de difuzare sunt enorme: în 1999, vindeau fiecare între 300 000 și 4 milioane de exemplare – peste 13 milioane în total, aproape dublu față de ziarele franțuzești într-o țară cu aceeași mărime a populației. Presa de provincie, o sută de cotidiene de calitate medie, reprezintă numai o treime din cifra totală de difuzare.

De ce presa britanică este atât de dezvoltată și centralizată? O explică mai mulți factori, care există sau nu în alte țări. Între cele două războaie mondiale, obișnuința de a citi ziarul a fost puternic înrădăcinată de o concurență frenetică. De

prin anii '20, câteva grupuri au început să organizeze piața în avantajul lor: de aceea, la ora actuală, presa națională apare dimineața, în timp ce după-amiază este rezervată presei provinciale. Pe de altă parte, în această țară dens-populată și foarte urbanizată, oamenii folosesc într-o mare măsură transporturile publice ca să meargă la lucru. Marea diversitate a titlurilor îi permite fiecăruia să găsească un cotidian pe gustul său. Prețurile sunt scăzute, parțial și datorită abundenței de publicitate.

Presa britanică prezintă încă două trăsături caracteristice. Una este rar întâlnită în presă mondială: o diferențiere netă între ziarele populare de divertisment și ziarele de informare de calitate. Cealaltă este unică: o presă de duminică, în mare măsură autonomă, care vinde mult mai mult decât cea cotidiană.

În Japonia, cinci cotidiene din Tokyo vând 60% din tirajul global. Iar difuzarea este încă și mai puternică decât în Marea Britanie: în timp ce populația nu atinge decât dublul celei britanice, vânzările celui de-al doilea cotidian ca importanță, *Asahi Shimbun*, ating 13 milioane de exemplare. De notat că ziarele sunt distribuite la domiciliu într-o proporție mai mare de 95%. Dar trebuie de asemenea știut că ele publică sub același titlu două ediții diferite, una de dimineață și una de seară, 60% dintre oameni cumpărându-le pe amândouă. *Asahi* vinde 8 milioane de exemplare dimineața și aproape 5 milioane după-amiaza.

Modelul german – tricefal

În Germania, găsim aproape 1 300 de titluri de cotidiene, care se împart în trei categorii: presa națională, regională și locală, foarte diferite una de alta.

În afara unui număr restrâns de imitatori din câteva mari orașe, ziarul *Bild Zeitung* cu cele 4,5 milioane de exemplare ale sale (recordul Europei), constituie de unul singur presa cotidiană națională germană - presă populară, în sensul englezesc al termenului, cu mult sânge și sex, care se vinde în stradă la bucată.

În afară de acesta sunt ziare la care se fac abonamente și se distribuie la domiciliu. Pe de o parte, marea presă regională, în jur de 50 de titluri - dintre care unele, ca prestigiosul *Frankfurter Allgemeine Zeitung*, exercită o influență

națională. Pe de altă parte, cotidiene locale dintre care o jumătate au o difuzare de numai 1 000 de exemplare. Titlurile lor sunt diferite, însă, cu excepția câtorva publicații locale, multe dintre ele sunt identice: în jur de o sută de echipe redacționale produc o mie de asemenea ziare.

Presa suedeză aparține aceluiași tip: două ziare populare de după-amiază publicate la Stockholm sunt vândute pe stradă, de la un capăt la celălalt al țării. Douăsprezece mari ziare regionale sunt publicate șapte zile din șapte în marile orașe, cele din capitală având, bineînțeles, o mare influență. În fine, presa locală deservește orașele mici de patru, cinci sau șase ori pe săptămâna și se ocupă în proporție de 80% de problemele locale.

În raport cu populația, vânzările cotidienele suedeze sunt, ca și ale celor japoneze, cele mai puternice din lume (peste 500 de exemplare la mia de locuitori). De ce? Găsim și aici o interesantă combinație de factori: climatul nordic, un sistem de difuzare cooperativ, acționând mai ales prin curier, nivelul cultural ridicat al suedezilor și simțul datoriei civice, credibilitatea unei presei independente încă de la mijlocul secolului al XVIII-lea și nu în ultimul rând sentimentul „responsabilității sociale” pe care îl are presa.

Modelul francez – feudal

Cotidienele franceze și-au împărțit țara în fiefuri. Presa este regională și o concurență reală nu se întâlnește decât într-o singură regiune, cea a capitalei. Ziarele pariziene (printre cele mai scumpe din lume) se pretind naționale, dar în provincie doar o zecime dintre persoanele care cumpără un ziar aleg presa pariziană.

În ceea ce o privește, presa de provincie vinde de trei ori mai mult decât cea din Paris și include aici și cotidianul care are cea mai puternică difuzare, *Ouest-France*, cu cele aproape 40 de ediții locale ale sale. Această presă este relativ prosperă și, cum se adaptează destul de bine evoluției tehnologice, a putut să se sustragă mult timp concentrării de tip britanic. Au apărut totuși și unele excepții, precum rețeaua Hersant.

În Italia și Spania, cele două surori latine, presa dovedește trăsături similare, cu cifre de difuzare încă și mai slabe, în mod normal, fiecare ziar se bucură de un monopol în regiunea sa, o concurență puternică neexistând decât în unul sau două orașe mari, ca Milano și Roma în Italia, Madrid și Barcelona în Spania. Rizzoli în Italia și Prisa în Spania sunt singurele grupuri de presă foarte importante.

Aceste două țări își datorează originalitatea, atât în ceea ce privește difuzarea, cât și calitatea, unui cotidian național apărut destul de recent (1976): *El Pais* în Spania și *La Repubblica* în Italia. De asemenea, existenței a 4-5 cotidiene sportive în fiecare dintre ele.

Modelul austriac – multinațional

O țară mică ce împărtășește aceeași cultură cu un vecin mare are tendința de a-l imita și importă multe dintre produsele sale mediatice. Este cazul Austriei și al Germaniei, al Irlandei, unde un ziar vândut din trei, vine din Marea Britanie, ca și al micilor enclave independente precum Luxemburg sau Monaco în Europa.

Modelul elvețian – multicultural

În mai multe țări europene găsim grupuri etnice care vorbesc limbi diferite: în Finlanda și în Spania, de exemplu, ca și în toată regiunea Balcanilor. Astfel, în Moldova găsim ziare în româna, în rusa, în bulgară, chiar și în ebraică sau chiar un dialect turc.

În Elveția și în Belgia, separarea culturală este oficială. Mijloacele de informare ale diverselor zone sunt total diferite, chiar și radio-televiziunea. Nu există ziare bilingve sau cu două ediții diferite. Rezultatul este un număr deosebit de ridicat de titluri. De notat faptul că publicațiile importate din țările vecine de aceeași cultură se vând din abundență, de exemplu revistele franceze în regiunea română a Elveției. La rândul lor, valonii urmăresc mult canalul TF1.

Modelul indian

În mod asemănător, sunt națiuni unde coexistă grupuri etnice foarte numeroase care folosesc idiomuri diferite: aici s-a impus deci o altă limbă, în Israel, limba religioasă, ebraica, a fost reactivată. De obicei, cum majoritatea acestor țări au fost mult timp colonizate, ele au adoptat limba fostului colonizator.

În India, ziarele cele mai prestigioase (*Times of India* sau *The Hindu*) și o mare parte a posturilor de televiziune folosesc engleza, pe lângă hindi, limba oficială, și celelalte 14 alte limbi importante ale țării. La fel se întâmplă în Filipine, după un secol de ocupație americană.

În Africa neagră există o multitudine de limbi, chiar și în țări foarte mici. Și, dacă la radio se vorbește adesea un dialect local, presa scrisă și televiziunea folosesc, după caz, franceza, engleza sau portugheza.

Funcțiile presei

Întrebarea care s-a pus o dată cu apariția presei a fost legată de rostul acesteia – căror nevoi răspunde? Dacă ne vom rezuma la „scopuri”, presei românești de la sfârșitul secolului al XIX-lea i se atribuiau următoarele: „manifestarea cugetării omenești, înfrânarea abuzurilor și imoralităților, răspândirea instrucțiunii în toate straturile națiunii, servirea intereselor economice, apărarea libertăților, controlarea actelor guvernamentale, comunicarea adevărurilor, organul opiniei publice”. [6]

Cu alte cuvinte, presa avea rolurile (misiuni): normativ, educativ, economic, de control/supraveghere a puterii executive, adevărul și suport de exprimare a opiniei publice.

Pe măsură ce formele comunicării media s-au multiplicat și modernizat, cercetătorii au găsit oportun să facă din media obiect de studiu, încât o bogată tradiție în cercetări de sociologia comunicării s-a acumulat până în prezent. Una dintre cele mai reprezentative abordări a fost cea funcțională. Perspectiva funcțională, asupra căreia ne vom opri în continuare, se fondează pe postulatul potrivit căruia un sistem se autoreglează în raport cu finalitățile sale, iar elementele care îl compun sunt constituite, selectate, modificate în acord cu cerințele derivate din funcționarea sistemului. Deci, orice societate este o structură de elemente bine integrate; orice societate este o structură relativ stabilă și permanentă; fiecare element al unei societăți posedă o funcție, adică contribuie la menținerea sistemului; orice structură care funcționează se bazează pe consensul membrilor săi în jurul valorilor fundamentale. Prin urmare, sistemul social global (societatea) este alcătuit din sub-sisteme (elemente de structură) care au contribuții specifice (funcții) în sensul satisfacerii unor cerințe ale sistemului (menținerea și dezvoltarea acestuia). Unul dintre sub-sisteme îl constituie „dispozitivul” format din mijloacele de comunicare de masă. Sociologii americani P. Lazarsfeld și R. Merton (1948) au analizat presa ca „sub-ansamblu integrat în *marele întreg* care este societatea”, sub-ansamblu pe care îl putem izola și căruia îi putem, măsura consecințele. Dacă aceste consecințe sunt în acord cu rezultatul dorit pentru presă, atunci putem vorbi

de *funcții manifeste* (oficiale, declarate) ale presei, în timp ce *funcțiile latente* sunt rezultatele realmente obținute, consecințele pe care presa le antrenează efectiv. Funcționalismul introduce și o a doua distincție – pe lângă consecințele utile pentru menținerea și funcționarea sistemului (funcții) se manifestă și consecințe care contracarează această funcționare, numite *disfuncții* - „o funcție este o manieră de a răspunde unei nevoi. Dacă ea reușește, atunci contribuie la supraviețuirea sistemului, iar dacă nu, îl dezechilibrează. Pentru că homeostazia asigură cea mai mare satisfacție (...) orice o perturbă este considerat a fi disfuncțional”. [22]

Robert Merton atrăgea atenția asupra acestei forme de analiză globalistă, reclamând nuanțări în sensul că:

1. funcția nu trebuie raportată doar la societate în ansamblu, ci și la unitățile sociale (ex. nu funcția X pentru grup, ci funcția X pentru un grup);
2. să se facă distincția între caracteristicile funcționale și cele disfuncționale ale unei activități (o activitate, cum ar fi cea de informare, poate fi funcțională pentru un grup și disfuncțională pentru altul, sau pentru același grup poate fi și funcțională și disfuncțională)
3. să se distingă între funcția manifestă și cea latentă: o activitate are o funcție manifestă dacă apare ca o consecință obiectivă, voluntară a unui scop vizat, dar poate avea și o funcție latentă, adică diferită de obiectul vizat (căutat, în mod oficial).

În plus, el găsește oportun să îmbogățească acest tip de analiză cu două principii: *pluralitatea funcțională* (1) și *substitutul funcțional* (2). Conform primului principiu, fiecare practică socială, fiecare instituție are mai multe funcții latente, care pot varia în timp - în cazul presei, trebuie înțeles că nu are doar o funcție, fie de a informa, fie de a distra, în realitate același conținut putând răspunde așteptărilor celor mai diverse ale receptorului. Pe de altă parte, o funcție poate fi îndeplinită de mai multe instituții sau acțiuni sociale – de exemplu, consumul mesajelor media este o „alternativă funcțională” pentru un individ care nu are relații sociale (bunăoară, dacă nu are cu cine să discute este implicat într-o interacțiune para-socială, media devenind un substitut pentru interacțiunile

„naturale”), în legătură cu apelul funcțional la presei, Paul Attalah (1992) se întreba în ce măsură „echivalenții funcționali” înlocuiesc total - sau parțial - „satisfacția naturală”? Pentru a răspunde, el realizează un tablou al „relațiilor echivalențelor funcționali cu satisfacția naturală”, care cuprinde patru zone.

Zona 1 indică faptul că ar fi vorba de un „supliment”, deci s-ar recurge la media ocazional și doar în situațiile în care lipsesc relațiile umane. Zonele 2 și 3 sugerează că în absență interacțiunii umane, recurgerea la media ar constitui un „complement” relațional, în timp ce zona 4 indică o relație de substituire a relației „naturale”.

1. Supliment	2. Complement
3. Complement	4. Substituire

O altă întrebare ar fi „de ce recurgem la echivalenți funcționali?”, la care Attalah răspunde cu: 1) pentru schimbul ocazional de idei; 2) pentru a compensa o situație dificilă; 3) pentru a evada din realitate; 4) pentru a substitui o experiență reală.

1. Schimb	2. Compensare
3. Evadare	4. Substituire

Din seria cercetătorilor preocupați de comunicarea de masă îl amintim și pe Malcom Wiley (1942) care a analizat presa și a identificat cinci principale funcții ale acesteia: a) a furniza informații obiective (știri); b) a analiza informațiile (editorial); c) a oferi un cadru general (backgrounding); d) a distra (loisir); e) a difuza cunoștințe din cele mai diverse despre lume (enciclopedie).

Bunăoară, în timpul grevei redacției unui ziar din New York, Bernard B. Belerson a căutat să afle ce le lipsea oamenilor aflați în imposibilitatea de a-și citi ziarul dorit, de unde rezulta că: a) ziarul servea ca sursă de informații privind evenimentele de rutină (programul stațiilor de radio, al cinematografeleor, magazinelor, etc.), deci pierduseră un instrument al vieții sociale și b) știrile sporeau prestigiul indivizilor care erau la curent cu evenimentele (cei mai informați

se bucurau de prestigiu în grupul din care făceau parte). Oamenii pierduseră ceea ce Berelson numea „o sursă de securitate într-o lume agitată” (1945).

Cercetătorul care propune o primă formulare teoretică a relației funcționale dintre sistemul social și media a fost politologul Harold D. Lasswell (1948). În analiza sa, distinge trei funcții principale ale comunicării de masă (presei):

O supravegherea a mediului prin oferirea de informații privind evenimentele interne și externe:

1. Punerea în relație a diferitelor părți ale societății în răspunsul lor la mediu (interpretarea informațiilor și prescrierea de conduite de adoptat prin raport cu evenimentele relatate);
2. Transmiterea moștenirii sociale de la o generație la alta (transmiterea culturii, a stocului de norme sociale, a valorilor de la o generație la alta – sfera educației).

Aceste funcții sunt, în interpretarea lui Ch. R. Wright (1959), de *adaptare* (supraveghere), de *integrare* (socializării) și de *latentă* (transmiterea moștenirii culturale). Sinteza funcțională elaborată de Wright (1960) poate fi reprezentată sub forma: „Dacă acceptăm că membrii unei societăți dispun de un flux constant de informații despre evenimentele care se produc în cadrul ei și în lume, vom constata două consecințe pozitive (funcții) perceptibile – a) acest flux oferă deseori avertismente privind pericolele imediate pentru populație; dacă aceste informații sunt accesibile majorității populației, „avertismentele date pot avea o funcție adițională de susținere a sentimentelor de egalitate existente într-o societate” (șanse egale); b) fluxul informațiilor este instrumental prin raport cu nevoile instituționale cotidiene ale societății (vezi informațiile despre transport, cotații la bursă, vreme etc.)”

Paul Lazarsfeld și Rober Merton (1948) au sugerat că ar trebui luate în considerație și alte două funcții ale presei, pe lângă cele evocate anterior, și anume atribuirea unui statut „înnobilare” și „moralizarea” (întărirea normelor sociale), în legătură cu prima funcție, ei constatau că media exercită o anumită influență asupra acțiunii sociale organizate în măsura în care „înnobilează” persoane, grupuri, teme etc. sau le desemnează ca fiind legitime. Fiind capabile să le aprecieze ca fiind

legitime, media pot să desemneze norma atrăgând atenția publicului asupra unui actor social ori a unei situații date, ele fac apel la normele sociale, întrețin un raport cu normalitatea socială, au o funcție „moralizatoare”. Pe de altă parte, disfuncțiile presei pot fi identificabile atât la nivel individual, cât și la cel al grupurilor. Informațiile privind diferitele amenințări pot spori angoasa audienței, în loc să aibă doar o funcție de avertisment; în același timp, abundența informațională poate antrena o anumită izolare în sensul că individul își îndreaptă interesul spre universul privat, asupra căruia are control. O disfuncție importantă ar fi și cea numită „de narcotizare” – expunerea la informațiile difuzate poate duce la apatie (nu întotdeauna un cetățean informat este și unul activ). La nivelul anumitor grupuri, informarea se poate dovedi funcțională pentru o elită, în măsura în care fluxul informațiilor îi ajută pe aceștia să păstreze puterea în grup, dar pentru alte grupuri pot fi disfuncționale ș.a.m.d.

Funcționalismul se situează în opoziție cu behaviorismul și respinge parțial constatările teoreticienilor societății de masă, acordând individului un statut de ființă liberă și autonomă, care caută să se împlinească – „conceptele de libertate, autonomie și individualism ale indivizilor umani sunt constitutive ale funcționalismului” (B. Miese).

Indivizii nu sunt manipulabili în măsura în care s-a crezut inițial, ei filtrează mesajele, le aleg în funcție de dispozițiile și preferințele personale, iar proba acestei puteri limitate a presei este, potrivit funcționaliștilor, tocmai multiplicitatea media. Acestea depind de indivizi, nu prosperă și nu supraviețuiesc decât în măsura în care satisfac anumite nevoi și dorințe (există multe media tocmai pentru că nici una dintre ele nu satisface deplin nevoile). Multiplicitatea ofertei și cererii garantează - și probează - libertățile și raționalitatea noastră, iar *pluralismul* ar fi cuvântul cheie al funcționalismului.

Libertatea de a alege echivalează cu democrația, presa fiind, prin urmare, garantă ai societății democratice. În condițiile afirmării pieței ideilor și raționalității individuale, nu mai este necesară intervenția statului, deci reglementările ar fi inutile, ceea ce ar însemna, potrivit cercetătorului Paul Attalah (1991), că

funcționalismul „devine forma explicită, oficială, a ideologiei capitaliste americane”. Cu alte cuvinte, funcționalismul joacă trei roluri: a) legitimează existența și funcționarea media, „vârf de lance al imperialismului cultural american”; b) exprimă principiile fundamentale ale capitalismului american sub o formă teoretică; c) justifică hegemonia economică, culturală și politică a S.U.A. în perioada postbelică.

Același autor remarcă și faptul că ținta predilectă a funcționalismului este normalitatea, stabilitatea socială, deci nu se interesează decât de starea actuală a societății și nu de schimbarea ei.

Funcțiile presei (tablou comparativ)

<p>Charles WRIGHT (1960)</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. supraveghere 2. corelare 3. transmitere culturală 4. divertisment 	<p>B. CATHELAT, A. CADET (1976)</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. antenă 2. ampli 3. focus 4. prismă 5. ecou
<p>Leo THAYER (1982)</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. socializare 2. identitate 3. mitologizare 4. compensare 5. informare 6. divertisment 7. educație 	<p>Denis McQUAIL (1987)</p> <p>A. Societate:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. informare 2. corelare 3. asigurare a continuității 4. divertisment și mobilizare <p>B. Individ:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. informare 2. stabilire a identității personale 3. integrare în societate • 4. divertisment
<p>Francis BALLE (1988)</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. inserție socială 2. recreare 3. purificare sufletească 	<p>Roland CAYROL (1991)</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. informare 2. exprimare a opiniilor 3. economică și de organizare socială 4. divertisment 5. psiho-terapeutică 6. instrument de identificare și apartenență socială 7. ideologică
<p>Michel MATHIEN (1992)</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. evaziune 2. coeziune socială 3. distribuire a cunoștințelor 4. depozitare a actualității 5. ghid al actualității 6. recreare 7. purificare 	<p>Mihai COMAN (1999)</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. informare 2. interpretare 3. de „legătură” 4. culturalizare 5. divertisment

II. ETAPELE DEZVOLTĂRII PRESEI ÎN REPUBLICA MOLDOVA

Introducere în studiul empiric

Prima jumătate a anilor '90 ai sec. XX a marcat constituirea și renașterea libertății presei. Însă după 1994, persoanele și grupurile de interes au instaurat în mod subtil cenzura, influența și controlul asupra presei.

În perioada 1994 – 2001, pornind de la deschiderea din perioada precedentă, s-a încercat instalarea mecanismului de funcționare a presei în baza regulilor aplicabile în țările occidentale. Cu regret, accesarea la guvernare a PDAM, a zădărnicit eforturile de instalare bazelor democratice de funcționare a presei în Moldova. Totuși, au fost atinse anumite rezultate pozitive, datorită eforturilor susținute ale jurnaliștilor și aspirațiilor viabile în perioada anterioară.

Presa autohtonă a cunoscut un declin simțitor începând cu 1995 – 1996, odată cu polarizarea presei în guvernamentală și de partid.

Din 2001, odată cu începerea guvernării PCRM, în special la alegerile locale din 2003, au început represiunile împotriva publicațiilor incomode puterii, dorindu-se cu orice preț dispariția acestora.

În acest fel putem vorbi astăzi că presa din Republica Moldova trece prin cea mai dificilă perioadă din istoria sa, datorată politicii nechibzuite și abuzive în privința presei a tuturor guvernărilor din Republica Moldova după 1989 încoace.

Practic toate problemele presei din Moldova au depins de atitudinea autorităților și de modul acestora de a crea condițiile de funcționare a presei.

În cercetarea de față se analizează evoluția presei în Republica Moldova, aspectele de ordin politic, economic, social, legislația pe parcursul anilor de independență a republicii.

Dezvoltarea presei în condițiile noii democrații

Primii pași ale presei de tip nou, democratic a fost apariția publicațiilor periodice Flux, Săptămâna, Glasul, Glasul Națiunii, etc. Acestea s-au bucurat de un număr vast de cititori la începutul activității sale, mai târziu fiecare publicație câștigându-și publicul propriu.

De la bun început a apărut factorul străin, ce a făcut funcționarea presei autohtone dificilă – invadarea spațiului informațional autohton cu publicații periodice strpine, preponderent de limbă rusă.

Perioada imediat următoare, mijlocul anilor '90 ai sec. XX au fost comise câteva greșeli ce au avut consecințe negative asupra dezvoltării presei. Noilor publicații periodice nu li s-au oferit șanse egale, ceea ce este o premisă esențială crearea unei prese de tip nou, democratic, In aceste condiții instituțiile de presă de stat ar fi trebuit reorganizate în așa fel încât să le fie asigurată independența editorială și autonomia instituțională.

Publicațiile fondate de guvern: Moldova Suverană și Nezașivisimaia Moldova ar fi trebuit restructurate și scoase din subordonarea guvernului. Dar probabilitatea că și în condițiile în care aceste organe de presă ar fi devenit publice, oricum presa privată ar fi fost dezavantajată întrucât publicațiile susținute de stat aveau câștigat locul său pe piață, și oricare inițiativă nouă însemna și concurență pe piața informațională.

Chiar și în situația în care presa de stat devenea publică, era extrem de dificil de a acorda șanse egale tuturor publicațiilor, cu atât mai mult nu au existat șanse egale pentru toate organele de presă în situația în care nu s-au întreprins acțiunile minime de consolidare a spațiului mediatic scris.

Publicațiile ce au rămas în subordonarea guvernării au pierdut din start posibilitatea de a fi independente și necenzurate, având în vedere faptul că guvernării nu au abandonat practicile din perioada sovietică și au folosit presa în calitate de portavoce a puterii. În împrejurările în care presa de stat rămâne a fi dependentă de puterea politică, a determinat balansarea puterilor mediatice și a

condus la crearea presei de partid, care și aceasta, pretinzându-se independentă, era de fapt o portavoce a puterilor politice aflate în opoziție.

Este necesar de menționat faptul că presa de stat a ocupat și ocupă în continuare o pondere foarte importantă: rețea de distribuire bine organizată, tiraj mare, etc. În consecință, poziția și dezvoltarea acestui segment de presă influența mult poziționarea și dezvoltarea celorlalte segmente. Odată cu devierea și axarea primordială în sfera politică a presei de stat, același lucru s-a întâmplat și cu publicațiile private.

Folosirea deopotrivă de către instituțiile de presă de stat și cele de partid a sloganului „presă independentă” a condus la discreditarea acestei noțiuni. Despre necesitatea reorganizării presei de stat în presa publică se vorbea încă de la începutul anilor '90. Din păcate, abia în 2002 a început reorganizarea companiei „TeleRadio-Moldova”, care a durat nejustificat de mult și în părerea unui segment larg din societate se consideră că s-a urmărit menținerea acesteia în continuare în subordonarea puterii, ci nu transformarea ei într-o instituție publică. Aceste păreri au fost exprimate de acțiunile de protest ale angajaților din vara 2004.

Un alt motiv important pentru care fenomenul de presa independentă nu a avut un start bun a fost și rămâne a fi situația economică. Orice instituție de presă, în special cea privată, în condițiile economiei de piață este mai întâi o afacere, care mai trebuie să fie rentabilă. Sunt cunoscute situații în care anumite publicații sunt finanțate, din interior sau din afara țării, însă sunt foarte rare situațiile în care putem vorbi de neutralitatea acestor fonduri. De cele mai multe ori cel ce finanțează o anumită publicație cere să-i fie promovate interesele.

Instituțiile de presă trebuie să acumuleze venituri din vânzări și publicitate, preponderent din publicitate. Însă pentru a face publicitate este nevoie de un plătitor de publicitate care să activeze într-o economie funcțională, iar agenții economici să-și permită să investească în publicitate. Perioada de tranziție, criza social-economică nu a permis funcționarea acestui mecanism, motiv pentru care nici presa nu a avut posibilitatea să obțină venituri suficiente pentru a-și asigura activitatea independentă din acest punct de vedere. În Republica Moldova presa

depinde în mare măsură de donatori, care de cele mai multe ori rămân a fi partidele politice, grupurile financiare din sfera puterii sau a opoziției, etc.

Nu este exclusă ipoteza subvenționării presei de către stat, inclusiv a celei private. În condițiile democrației în dezvoltare este benefic pentru stat să renunțe la presa de stat în favoarea susținerii instituțiilor de presă private. O astfel de atitudine din partea statului ar fi însemnat o premisă pentru consolidare presei, astfel încât, atunci când economia ar fi permis dezvoltarea financiară independentă a presei din resursele proprii, să se renunțe la subvenționare și să se treacă la autofinanțare.

Libertatea presei în Republica Moldova

În Republica Moldova, noțiunea „libertatea presei” este una de natură confuză și din punct de vedere juridic are o interpretare controversată și chiar incoerentă. Dacă Legea Presei, adoptată de Parlament în 1994, în art. 1 (1) stipulează că „*în Republica Moldova libertatea presei constituie un drept fundamental, consacrat de Constituție*”, apoi Legea Supremă nu conține o formulare concretă, care să garanteze libertatea presei. [7]

Adevărat este, Constituția garantează oricărui cetățean „*libertatea gândirii, a opiniei, precum și libertatea exprimării în public prin cuvânt, imagine sau prin alt mijloc posibil*” (art.32 (1). Totodată, articolul 34 (1) prevede că „*Mijloacele de informare publică, de stat sau private, sunt obligate să asigure informarea corectă a opiniei publice*”. Constituția Republicii Moldova este explicită și oferă garanții pentru orice fel de creație (*Libertatea creației artistice și științifice* (art. 34 (1),) nu însă și în privința libertății presei, precum se afirmă în Legea Presei. Or, libertatea presei în terminologia uzuală internațională de specialitate este identificată în cazul când „**autoritățile statului sunt private de dreptul de a avea publicații de presă fondate de ele, iar mediile de informare susținute financiar de la buget au un statut de instituții publice**”.

În Republica Moldova atât prin Constituție, cât și prin legea organică, statul insistă asupra unui control al presei, deși constituțional cenzura este interzisă. Astfel până în anul 1999 structurile autorității de stat – începând cu guvernul și încheind cu administrațiile locale – apăreau drept fondatori și finanțatori a circa 70% din numărul ziarelor și al revistelor de informare și opinie. Începând cu 1999, odată cu reforma teritorial administrativă – desființarea raioanelor și formarea județelor – majoritatea structurilor administrațiilor publice locale au încetat finanțarea ziarelor fondate de ele din lipsă de fonduri.[23]

Etapele istorice de dezvoltare a presei în Moldova

În Republica Moldova, Guvernul continuă să mențină controlul asupra a doua cotidiene centrale, „Moldova Suverana” și „Nezavisimaia Moldova” deși, în conformitate cu Legea Bugetului, finanțarea lor este interzisă. În aceste condiții, partidele politice au făcut eforturi ca să editeze, precum e tradiția locală din ultimul deceniu al secolului XX, propriile organe de presă, care să propage platformele doctrinare ale acestora.

Ca urmare, în Republica Moldova presa scrisă se prezintă sub forma unui conglomerat de publicații de partid și al presei de stat, care realmente exprimă interesele partidelor de guvernământ sau ale persoanelor din vârfurile puterii.

Caracteristica relevantă a stării actuale a presei din Republica Moldova este cea de stagnare într-un mediu sub-dezvoltat. După o perioadă de aflux de presă, produs în primii ani de suveranitate statală, când numărul publicațiilor periodice înregistrate oficial a atins, în anul 1995, cifra de 245 de titluri, procesul de constituire a presei a intrat într-o criză de dezvoltare, provocată de mai multe cauze de ordin obiectiv. Cea mai gravă dintre ele este recesiunea economică, care a atacat principala sursă de existență a presei – cititorul, sau, cu alte cuvinte, capacitatea de cumpărare a consumatorului. În consecință, tirajul tuturor ziarelor și al revistelor a scăzut vertiginos, provocând falimentul multora din ele.

Guvernării, pe lângă faptul că aveau resurse considerabile în presă, ca publicațiile Moldova Suverana, agenția Moldpres, au înființat ziare de partid prin care promovau interesele de partid, fiind cunoscute situații în care angajații din anumite gospodării agricole din republică erau forțați să se aboneze la acele publicații. De obicei tirajele ziarului partidului de guvernământ era foarte mare în perioada guvernării acestuia și ne semnificativ după pierderea puterii, mai mult decât atât, ziarul era lichidat. Un exemplu elocvent în acest sens sunt publicațiile „Pământ și Oameni” – PDAM, „Luceafărul” – PRCM, „Mesagerul” – PFD, etc.

La nivel regional situația presei era mai dificilă de la bun început, întrucât existența unei publicații din surse financiare proprii la nivel regional este imposibilă în condițiile în care acest lucru nu este posibil la nivel național. Mai mult decât atât rentabilitatea proiectelor regionale este dificilă chiar și în situația în care ar exista o economie funcțională, de altfel, experții străini s-au pronunțat că nici în țările dezvoltate presa regională nu aduce profit.

O etapă distinctă de dezvoltare a presei scrise a fost apariția legii presei. Publicațiile au trebuit să se re-înregistreze și au apărut distincții între publicații și întreprinderi. În acest fel presa a fost conectată la mașinăria birocratică greoaie, ceea ce îi îngreuna mult activitatea.

După o perioadă de relativă înviorare, înregistrată în anii 1997 - 1998, presa a intrat într-un declin economic de lungă durată, cauzele fiind expuse mai sus. Fac excepție mai multe ediții de limbă rusă, care profită de cititorul de la orașe – bilingv prin tradiție sovietică – și de avalanșa de reclamă și publicitate – preferențial difuzată în limba rusă. Presa de limbă română, în cea mai mare parte, nu este profitabilă. Cauzele fiind aceleași – precaritatea pieței, insolvabilitatea cititorului, generată de marile restanțe la salarii și pensii, emigrarea în masă a populației, prețurile relativ mari pentru un număr de ziar ș.a.m.d. După anularea scutirilor de TVA pentru instituțiile media, presa moldovenească a pășit în noul mileniu extrem de slăbită.[26]

Dezideratul „presa libera și independentă în Republica Moldova” a eșuat încă în 1996 – 1997, din cauza erorilor succesive și a lipsei voinței politice a guvernanților pentru o transformare autentică democratică a presei.

Istoria creșterii și descreșterii presei naționale în Republica Moldova în această perioadă poate fi scrisă urmărind destinul celei mai ambițioase publicații de la sfârșitul anilor '90 – cotidianul „Flux”. În anul 1997, publicația s-a impus prin faptul că a reușit să devină un cotidian autentic, având cinci apariții săptămânale (în raport cu 3-4 apariții ale altor publicații), și o ediție săptămânală. Către mijlocul anului 1998 publicația a început să se extindă cu ediții locale în diferite zone ale țării, având titlul de „Flux de Orhei”, „Flux de Ungheni”, „Flux de Cahul” etc. Cotidianul Național „Flux” – ediția de bază – apărea în peste 25 mii de exemplare (tiraj impunător pentru piața națională), în 6, 8, 16 și 32 de pagini cu o consistență apreciabilă de știri, reportaje, corespondențe, articole de analiză și sinteză, inserări de opinii și grupaje de divertisment pentru toate categoriile de cititori. Este general recunoscut că fenomenul „Flux” a însemnat o revoluție în jurnalistică din Republica Moldova și a marcat trecerea de la tradiția sovietică de concepere a ziarului, la modalitatea europeană de interpretare a unui cotidian de informație și opinie. Într-o situație economică adecvată ziarul ar fi înregistrat cu certitudine o altă traiectorie decât cea pe care a avut-o, de fapt, de la 1999 și mai departe. Din considerente financiare au încetat să apară edițiile din provincie, apoi ediția de luni – preponderent de publicitate – a dispărut ediția de sâmbătă, iar edițiile din celelalte zile s-au subțiat considerabil.[17,18,19]

Ca opțiune politică, „Flux” este o expresie a forțelor de extremă dreaptă și anume Partidul Popular Creștin Democrat.

Într-o situație relativ constantă se află deja de câțiva ani hebdomadarul „Săptămâna”, care își are stilul propriu de editare și un cititor interesat pe potrivă.

Drept pro-guvernamentale pot fi considerate cele două ziare de stat – „Moldova Suverană” și „Nezavisimaia Moldova”.

Printre aparițiile cele mai relevante la hotare de milenii, este de consemnat săptămânalul „Jurnal de Chișinău” și „Timpul” – publicație independentă fondată

de persoane fizice cu capital privat. Astăzi publicațiile apar în două ediții: „Jurnal de Chișinău” – marți și vineri, „Timpul” – miercuri și vineri.

Au continuat să apară ziarele guvernamentale „Moldova Suverană” și „Nezavisimaia Moldova” deși Legea Bugetului pe anul 1999 interzicea subvenționarea lor cu bani publici. Ziarele exprimă punctele de vedere ale fondatorului, dar ar trebui să apere interesele publice. Cu dotații prevăzute din bugetul de stat continuă să fie editate revistele pentru copii și tineret „Alunelul”, „Florile dalbe” și „Noi”.

În anul 1999 au încetat să apară revista „Femeia Moldovei”, circa 20 de ziare raionale care au dispărut odată cu trecerea de la raioane la județe. Presa din provincie s-a conturat în cadrul Asociației Presei Independente, creată cu sprijinul „Fundației Soros Moldova” unde fac parte 14 publicații regionale cu un tiraj total de circa 40 mii de exemplare.[19]

Tot în anul de răscruce 1999, au apărut un număr impresionant de ziare de partid, săptămânalul „Republica” al Partidului Republican. Partidul Renașterii și Concilierii a editat două ziare – „Luceafărul” cu două ediții pe săptămână, care a încetat să apară în anul 2001 și săptămânalul de limbă rusă „Moldavskie Vedomosti”, care își continuă activitatea până în prezent. Mișcarea pentru o Moldova Democrată și Prospera a continuat editarea săptămânalului „Dialog”, iar Partidul Comuniștilor - săptămânalul „Kommunist” și varianta lui în limba română.

Presă de limbă rusă a consemnat mai multe noutăți editoriale printre care săptămânalele „Vremea”, „Novoie Vremea”, „Novyi poreadok”. Cel mai influent dintre ziarele rusești continuă să fie oficiosul „Nezavisimaia Moldova”. Publicația „Kișiniovskie Novosti” a devenit întreprindere cu capital mixt moldo-maltez.

Dintre ziarele altor state ce se editează pe teritoriul Republicii Moldova au continuat să se afirme ziarele „Trud”, „Komsomolskaia Pravda”, „Argunety i facty” – toate având suplimente locale de limbă rusă.

Ziare locale de limbă rusă continua să apară în regiunea de est a Republicii Moldova (supranumită Transnistria, zonă necontrolată de statul Republica Moldova), în UTA Gagauzia, în orașele Taraclia și Bălți.

Revistele de analiză economică și financiară „Profit” - ediție bilingvă română și rusă, și „Observator economic”, care apare în limba română se bucură de popularitate pe piață și de un public vast de cititori.

Piața de reclamă și publicitate este menținută în continuă expansiune de publicațiile specializate de limbă rusă ca „Makler”, la care s-au adăugat ulterior „Cias Pik” și „Gorod” – la fel de limbă rusă.

Cei mai mari furnizori de informații pe piața media din Republica Moldova sunt agențiile de presă „Moldpres” – instituție de stat, agențiile private „Basa-Press”, „Infotag”, „Flux”, „Interlik”, „ReporterMD”. Informații despre evenimentele ce au loc în capitală și în instituțiile publice ale acesteia prestează agenția „Info-Prim”, iar la Bălți, membră a Asociației Presei Independente își desfășoară activitatea agenția regională „Deca-Press”.

Comparativ cu publicațiile de presă, agențiile de presă au o situație economică mai stabilă, ele având printre abonați ambasade străine, organizații internaționale, precum și clienți din străinătate pentru care furnizează informație contra plată.

Presa la început de nou mileniu

În aprilie 2001, cele mai influente organizații din domeniul mass-media – Uniunea Jurnaliștilor, Centrul Independent de Jurnalism, Comitetul pentru Libertatea Presei, Centrul Acces-Info, Asociația Presei Electronice, Asociația Presei Independente – au înaintat în Parlamentul Republicii Moldova, Președinție și Guvern un demers comun, în care au solicitat forurilor de stat continuarea reformelor democratice, invocând în special domeniul mass-media. Asociațiile de jurnaliști au cerut reactivarea Hotărârii Parlamentului Nr. 277-XIV din 11 februarie 1999 „Despre Concepția susținerii de către stat a promovării mijloacelor de informare în masă în anii 1999-2003” și au înaintat proiectul unei legi speciale privind susținerea economică a mijloacelor de informare în masă și au prezentat argumente în

favoarea abrogării Legii Presei, care în ultimii șase ani a devenit anacronică și restrictivă.

Organizațiile de media au insistat asupra importanței elaborării unui program de implementare a Legii cu privire la accesul la informație și a unei politici naționale de protejare a producătorului autohton, în special din sectorul audiovizual al domeniului mass-media.

Deși toate ramurile Puterii au promis că vor ține cont de cerințele organizațiilor de jurnaliști, nici una dintre propunerile lor nu au fost luate în seamă. Președintele țării a prezentat în Parlament, în calitate de inițiativă legislativă proiectul legii de susținere economică a presei care nu a fost, însă, inclus în ordinea de zi a sesiunilor parlamentare pe parcursul anului. Ministerele și departamentele, în afară de Primăria municipiului Chișinău, cărora Guvernul le-a solicitat avizul, au respins într-o manieră categorică proiectul.

În paralel, fără a consulta sau a cere părerea organizațiilor neguvernamentale de media și în pofida solicitărilor acestora de a abroga Legea Presei, Guvernul a elaborat, din oficiu, și a răspândit pentru avizare unor structuri ale statului un proiect al unei noi Legi a presei. Prevederile din articolul 4 despre responsabilitățile presei și ale jurnalistului pentru defăimarea statului și lezarea de onoare și demnității funcționarilor publici veneau în contradicție cu recomandările Consiliului European, care a trebuit să facă presiuni mari și repetate asupra legislativului Republicii Moldova pentru a schimba formularea nedemocratică a aceluiași articol al Legii presei în vigoare din 1994.

În timp ce Executivul era preocupat de elaborarea și lansarea noului proiect de lege, Legislativul a operat în luna iulie 2001 modificări la art. 12 al Legii presei. Aliniatul 4 al articolului amendat prevede că „se interzice finanțarea sau susținerea în orice altă formă a publicațiilor periodice de către guvernele statelor străine, cu excepția cazurilor prevăzute în acordurile interstatale bilaterale”.

Într-un demers adresat Legislativului, organizațiile de media au calificat acest amendament drept dăunător, care a afectat programele de susținere a reformelor democratice în Republica Moldova desfășurate de guvernele mai multor

țări prin acordarea de granturi pentru cele mai eficiente proiecte mass-media. Arătând că amendamentul contravine Constituției țării și tratatelor internaționale, organizațiile de media au atras atenția opiniei publice, că prin introducerea lui, Legea presei devine și mai restrictivă și în dezacord cu angajamentele autorităților de a edifica un stat de drept.

În prima jumătate a anului 2001 organizațiile de media, precum și opinia publică din Republica Moldova au adus dovezi concludente că noul regim comunist, instalat la Putere în februarie 2001, are în relația cu mass-media un discurs și un comportament duplicitar. Pe de o parte el mimează interesul pentru problemele mass-media, lansând promisiuni că este dispus să creeze pentru sectorul mass-media condiții legislative și economice mai bune, iar pe de alta parte respinge, de fapt, orice proiect de promovare a intereselor presei libere, introducând chiar norme restrictive de excludere a unor importante surse de menținere și de dezvoltare a segmentului mediatic.

Un prim și important semnal de dizgrație a comportamentului anti-presă al Puterii a fost dat de organizațiile mass-media, care în cadrul Comisiei de Stat pentru Premiile Naționale în domeniul presei au refuzat să accepte premii din partea guvernării care este ostilă intereselor presei libere. Protestul a venit în deplină consonanță cu prevederile articolului 17 al Codului de Etică al jurnalistului care stipulează că „în relațiile pe care le menține cu autoritățile publice sau cu diverse structuri economice în timpul îndeplinirii îndatoririlor sale profesionale, jurnalistul trebuie să evite orice complicitate pasibilă să-i afecteze independența și imparțialitatea”.

Concepția dezvoltării mass-media: structura sarcinilor

În domeniul legislativ:

- aprobarea legii accesului la informație;
- amendarea legii cu privire la publicitate și reclamă;
- examinarea proiectului legii susținerii economice a presei naționale;

- amendarea sau abrogarea Legii presei.

Legea presei amendată în vara anului 2001 prin interdicții de finanțare a publicațiilor moldovenești de guvernele altor țări. Astfel guvernele Statelor Unite ale Americii, Franței, Olandei, României, Greciei – care desfășurau programe de susținere a presei naționale s-au văzut nevoite să se retragă. Presa națională a primit încă o lovitură din partea guvernărilor.

În domeniul de activitate al Guvernului:

- desfășurarea unui program de privatizare și dotare a presei centrale și locale cu patrimoniu;
- crearea în baza Casei Presei a unei societăți pe acțiuni de tip închis cu capital majoritar de stat la prima etapă și cu acceptarea redacțiilor în calitate de acționari, sau darea edificiului în folosința Uniunii Jurnaliștilor în calitate de organizație reprezentativă, care să instituie un Consiliu de Administrație și să exercite gestionarea edificiului în interesul presei, urmând transformarea Casei Presei într-un Centru Național Mass-Media.

În urma conducerii defectuoase a fostului Concern „Presa”, desființat vara 2001, o parte din Casa Presei a fost privatizată prin intermediul Departamentului privatizării de terțe structuri, iar reprezentantul Uniunii Jurnaliștilor din Moldova nu a fost inclus în Consiliul de Administrație al Casei Presei, instituit de Cancelaria de Stat a Guvernului Republicii Moldova.

În domeniul auto-reglementărilor profesionale:

- elaborarea și adoptarea Codului deontologic al jurnalistului și formarea unei Comisii Naționale de Etică, menită să vegheze respectarea prevederilor lui - clauză realizată de jurnaliști în 1999.

Influența factorului extern asupra dezvoltării presei din Moldova

Nici perioada care a urmat nu a reprezentat o perioadă favorabilă presei independente, mai mult decât atât a urmat o perioadă cu totul nefastă presei

autohtone, de stat sau privată, cauzată de invadarea pieței informaționale din Moldova publicațiile străine, în special din Rusia.

Aceasta disproporție mediatică a avut consecințe negative pentru întreaga societate, întrucât evenimentele externe sunt mediatizate mai mult decât cele de actualitate internă, ceea ce a generat dezinteresul societății față de evenimentele interne.

În plus prin aceasta a avut loc înăbușirea spațiului informațional autohton și așa foarte fragil, precum și a îngreunat dezvoltarea presei naționale. Lipsa spațiului informațional viabil în Republica Moldova a accentuat problemele presei. Înainte de 1989, funcționa spațiul informațional sovietic, după căderea „imperiului” fiecare dintre fostele republici a trebuit să-și creeze un spațiu informațional propriu, și să-l așeze pe baze democratice. În Moldova nu a existat o strategie în acest sens. Deși au apărut instituții noi de presă, acestea mai curând au fost împiedicate să se dezvolte. Întrucât fenomenul cenzurii a crescut constant în presă, precum și din cauza numărului mare al publicațiilor străine în detrimentul celor naționale, spațiul informațional a fost distorsionat și lipsit de posibilitatea de a-și îndeplini funcția de liant între cetățeni și guvernanți.

Lipsa spațiului informațional competitiv a avut drept consecință crearea vidului informațional care a acționat distructiv asupra posibilelor implicări civice ale cetățenilor. Informarea unilaterală a condus la un dezechilibru în ceea ce privește fluxul și ponderea informației externe în detrimentul informației interne.

Argumentele de mai sus nu au scopul de a convinge opinia publică să renunțe la sursele de informare externe, din contra, democrația presupune diversitate de informații, iar în condițiile globalizării și integrării europene în mod obligatoriu se impune conectarea Republicii Moldova la spațiile informaționale internaționale, în special la cel european. În același timp Republica Moldova trebuie să participe cu un spațiu informațional propriu, competitiv și divers, în conformitate cu rigorile europene, pentru a putea oferi la rândul său ceva partenerilor europeni.

Avantajele prezentei mai multor zeci de publicații străine cu sub-redacții la Chișinău, au avantajul de informare într-o bună măsură a ceea ce se întâmplă în țările respective. Problema apare atunci când aceste lucruri se întâmplă în favoarea unei singure țări, în cazul Republicii Moldova această țară este Rusia, și în detrimentul informării asupra evenimentelor din Republica Moldova.

Pe de alta parte publicațiile străine, în mare parte se bucura de tradiție și au un nivel de profesionalism mult mai bun decât cele naționale. Acest contrast puternic îi determină pe beneficiari să ignore practic presa națională și să se orienteze spre mediile de informare străine.

Este important să se păstreze un echilibru între aceste segmente informaționale, în primul rând trebuie asigurat accesul la informație la nivel local, regional și național, iar peste acestea să se suprapună și segmentul internațional de informație.

Capitalul de încredere al presei la început de mileniu

Evaluarea capitalului de încredere acordat presei în anul 2001 de societatea moldovenească a fost efectuată prin intermediul a doua sondaje realizate în lunile ianuarie-februarie și noiembrie 2001 de Institutul de Marketing și Sondaje – IMAS la comanda Institutului de Politici Publice cu sprijinul Fundației Soros-Moldova.

Primul sondaj realizat în ianuarie 2001, a avut scopul de a testa starea de spirit și predispozițiile societății moldovene în preajma alegerilor parlamentare anticipate. Pe fundalul unei apatii politice, cultivate cu generozitate de regimul precedent, a neîncrederii catastrofale în partidele politice, în justiție, în instituțiile legislative și executive ale statului, presa este al doilea, după Biserica (77%), institut social pe care publicul reprezentativ îl bifează pozitiv la capitolul încrederii. Cele 53% în favoarea presei trebuie să însemne pentru ea un semnal pentru o miză mai serioasă pe capacitățile publicului cititor care în pofida economiei precare poate da presei o speranță de activitate mai bună.

Sondajul realizat în luna noiembrie a aceluiași an a scos în evidență opțiunile publicului pentru anumite medii de informare. Astfel, televiziunea (71%) și radiodifuziunea (57%) sunt liderii de necontestat ai topului celor ce se interesează de evenimentele politice și fenomenele sociale, iar 11% din intervievați au confirmat că citesc ziarele zilnic, cca. 30% dintre cei chestionați – de câteva ori pe săptămână. Este mare proporția celor care citesc doar o dată pe lună sau deloc nu citesc ziare – 37% din participanți la sondaj. De fapt toți aceștia aproape că nu citesc cărți (78%) și nici nu discută politică (66%).

Rata credibilității presei a crescut cu 5 % în noiembrie comparativ cu începutul anului și a atins nivelul record al sondajelor de acest tip – 58%.

Această cotă mare, precum și întregul spor de încredere pe care l-au căpătat în toamnă aproape toate instituțiile sociale nominalizate în sondaj, sunt datorate mai degrabă unui important avans de încredere, pe care societatea moldovenească l-a acordat inițial noului regim politic și ulterior tuturor elementelor din decorul ei. Probabil, anume în acest mod trebuie înțeleasă creșterea fulminantă a încrederii electoratului în instituția prezidențială, care a atins aceeași cotă de credibilitate ca și presa.

Publicul și ponderea presei scrise din R. Moldova la etapa actuală

În sondajul „Audiența mass-media în Republica Moldova”, realizat de IMAS-Inc Chișinău la comanda Centrului Independent de Jurnalism, în februarie 2004, capitolul presa scrisă este studiat separat în care putem distinge particularitățile publicului cititor și ponderea presei scrise în Republica Moldova în ultima perioadă.

Astfel la întrebarea ce sursă de informare preferă, prin răspunsurile sale intervievații au poziționat presa scrisă pe locul trei, cu un total de 16%, ceea ce reprezintă o cotă vădit mai mică decât TV (85%) și Radio (53%).

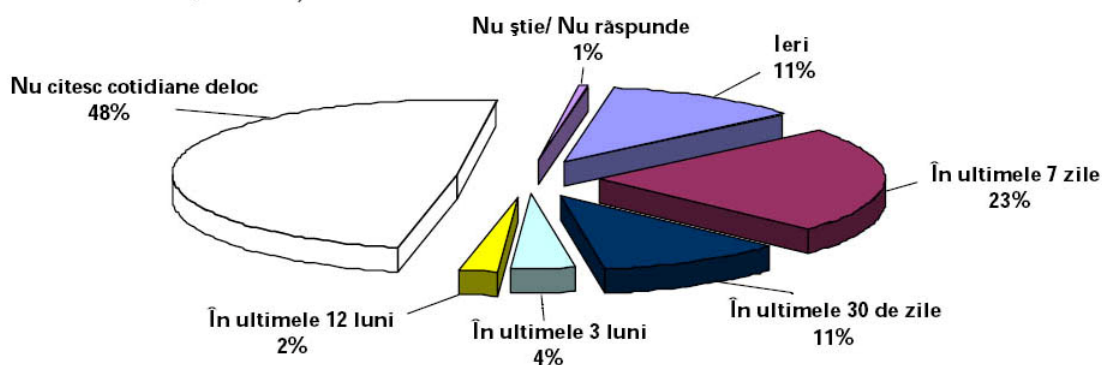
Ce sursă de informare preferați?

Baza: 1097 respondenți

	Prima mențiune	A doua mențiune	Total
Radio	21.1%	31.9%	53.0%
TV	66.2%	18.8%	85.0%
Presa scrisă	3.0%	13.0%	16.0%
Internet	1.6%	1.7%	3.3%
Vecini, rude, prieteni	6.4%	13.8%	20.2%
Nici una	1.2%		1.2%
Nu știe/nu răspunde	0.5%		0.5%

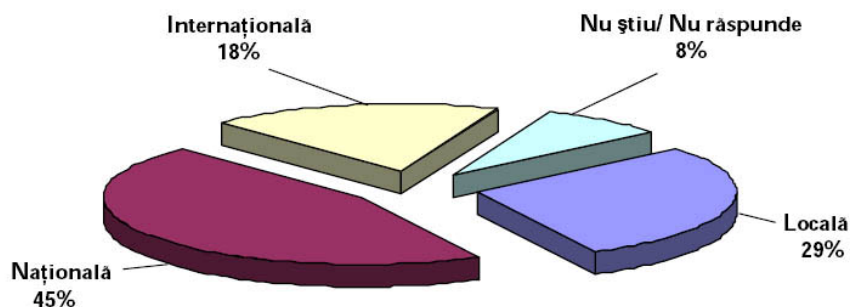
Cu toate că presa este situată pe locul trei în topul preferințelor de sursă de informare, circa jumătate din intervievați au răspuns că nu citesc cotidiene – 48%, alții au menționat că citesc în fiecare zi – 11%, odată la 7 zile – 23% și în ultimele 30 de zile – 11%. Restul anchetaților au dat de dezinteres față de consultarea cotidienelelor.

În afară de astăzi, când ați citit sau răsfoit ultima dată un cotidian?



Conform rezultatelor studiului, cititorii preferă informația cu privire la viața internă a țării – 45%, după care urmează o cotă de interes vădit față de informația de ordin local – 29%. Numai după aceasta interesul publicului este atras de informația din exterior – 18%, dar totodată există un segment de public indiferent la clasificarea informației – 8%.

Ce tip de informație vă interesează mai mult în cotidienele pe care le citiți?



Cititorii din Republica Moldova au numit cotidianul Komsomolskaia pravda drept cotidianul citit cel mai des, acumulând 47,5% din totalul de opțiuni, pe locul doi este cotidianul Makler – 37%, după care urmează publicația Flux – 26,2%. Oficiosul Moldova Suverană este citit în proporție de 10,5%, urmat de Nezavisimaia Moldova – 6% și o opțiune de 5,3% au fost exprimate pentru Jurnal de Chișinău. Restul cotidianilor acumulând cota sub 5%.

Ce cotidiene citiți cel mai des?

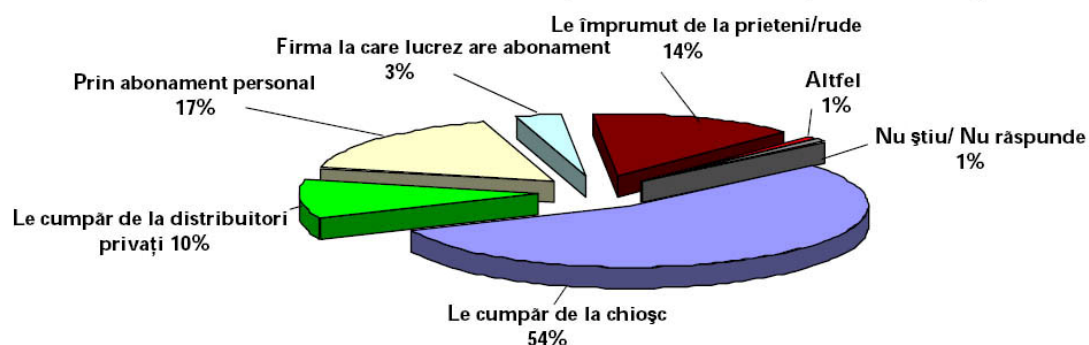
Baza: 562 respondenți care citesc cotidiene

Denumirea publicației	Prima mențiune	A doua mențiune	A treia mențiune	Total
Komsomolskaia pravda	36.1	10.9	0.5	47.5
Makler	23.5	10.7	2.8	37.0
Flux	17.8	5.7	2.7	26.2
Moldova Suverana	5.0	3.9	1.6	10.5
Nezavisimaia Moldova	3.2	2.1	0.7	6.0
Jurnal de Chisinau	2.5	2.0	0.9	5.3
Sport Courier	1.8	1.1	1.1	3.9
Altul (sub 1% fiecare)	3.9	2.8	1.2	8.0
Nici unul	1.2			
Nu stiu/ Nu raspunde	5.0			

La întrebarea care este modalitatea cea mai frecventă de a procura cotidienele pe care le citiți, respondenții au menționat că 54% din ei procură ziare de la chioșc, cei ce procura presa prin abonament personal constituie 17% din intervievați, ceea ce reprezintă o tendință pozitivă pentru cititorii din Moldova, dar această cotă nu poate fi considerată drept satisfăcătoare pentru o societate ce se

pretinde a fi cititoare de presă. Următoare metodă de „procurare” a presei, ce se clasează pe locul trei în topul preferințelor publicului moldovean, este împrumutul ziarelor de la prieteni și rude, așa procedează 14% din intervievați. De asemenea drept modalități de procurare a presei au fost numite cumpărarea de la distribuitorii privați – 10%, abonamentul la locul de muncă – 3% și altfel – 1%.

Care este modalitatea cea mai frecventă de a procura cotidienele pe care le citiți?



Spre deosebire de preferințele primare pentru cotidienele străine, în cazul publicațiilor săptămânale, publicul moldovean a numit drept cea mai citită publicație săptămânală ziarul Săptămâna cu o cotă de 34,3%, după care urmează un ziar de limbă rusă Argumentî i Faktî cu 24,4%. Săptămânalul independent Timpul se situează pe poziția a treia cu un total de 10,6% din opțiuni, iar restul publicațiilor întrunesc 6% sau mai puține opțiuni ale cititorilor.

Ce publicații săptămânale citiți cel mai des?

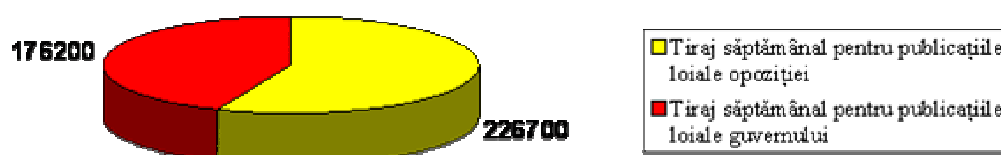
Baza: 533 respondenți care citesc săptămânale

Denumirea publicatiei	Prima mențiune (%)	A doua mențiune (%)	A treia mențiune (%)	Total (%)
Saptamâna	27.1	6.2	1.0	34.3
Argumentî i Faktî	18.4	5.0	1.0	24.4
Timpul	6.7	3.1	0.8	10.6
Sans	3.2	2.8	0.2	6.2
Antena	4.5	1.3	0.4	6.1
Literatura si Arta	2.2	1.5	1.9	5.7
Unghiul	4.0	0.9	0.2	5.1
Cuvântul	2.6	1.3	0.4	4.3
Fermierul	0.4	2.2	1.7	4.3

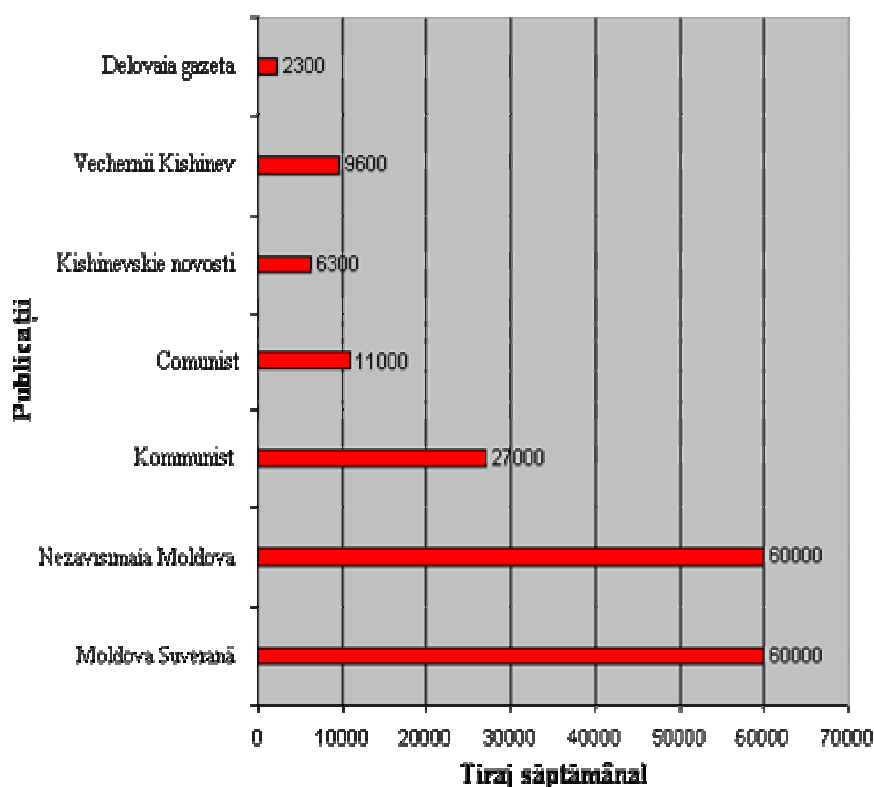
Sondajul „Audiența mass-media în Republica Moldova”, realizat de IMAS-Inc Chișinău la comanda Centrului Independent de Jurnalism, în februarie 2004, reprezintă o sursă inedită pentru determinarea particularităților publicului cititor din Republica Moldova în ultima perioadă. Cititorii moldoveni clasifică presa fiind a treia sursă de informare, cedând în fața TV și radio. Cu toate acestea, publicul moldovenesc are un segment mare de populație dezinteresată de presă, cca. 48% .

Raportul tirajelor publicațiilor din Moldova (noiembrie 2004)

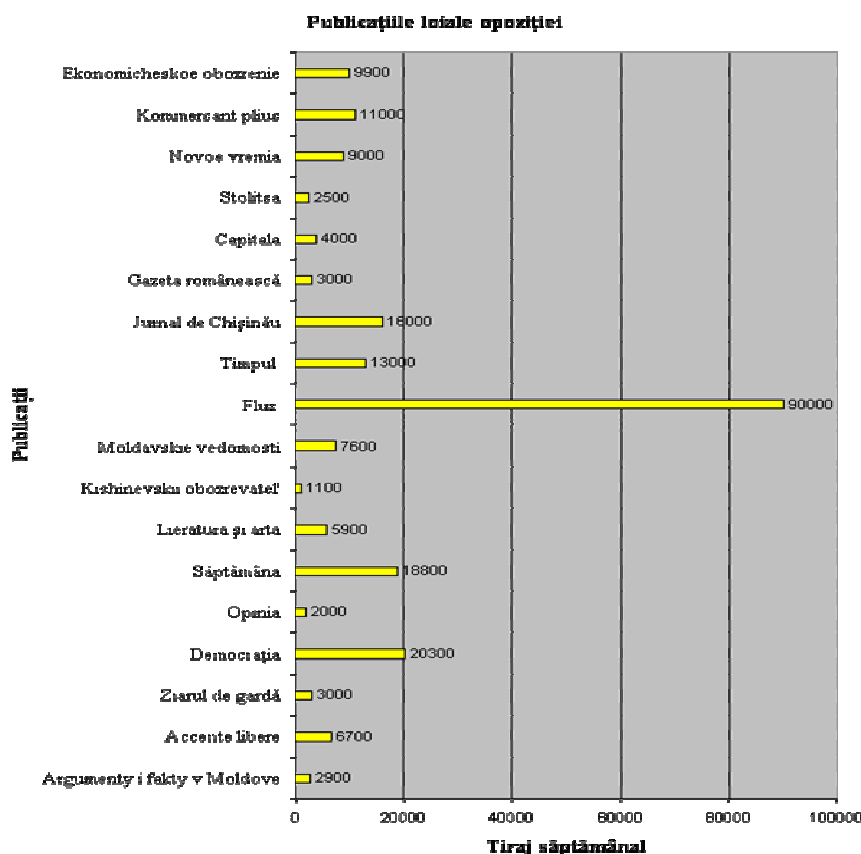
Raportul dintre tirajele săptămânale pentru publicațiile loiale guvernului și opoziției



Publicațiile loiale guvernului



Total tiraj săptămânal presa loială guvernului: 176,200



Total tiraj săptămânal pentru publicațiile locale opoziției: 226,700

Studiul a fost realizat de organizația non-guvernamentală „PRODEMO”

Impactul social al presei din R. Moldova

Indiscutabil, impactul social al presei este direct proporțional cu nivelul de trai al populației, cu solvabilitatea acesteia. Mai mult de jumătate din populația săracă o constituie oamenii de la sate, adică 70% din masa generală de cititori tradiționali ai presei autohtone. Cei mai „fideți” cititori sunt, desigur, reprezentanții domeniilor de activitate intelectuale, care în marea lor majoritate activează în sfera publică și sunt remunerați de la buget. În 1999, în instituțiile bugetare datoriile la salarii au constituit circa 270 milioane lei, iar datoriile „istorice” la plata salariilor constituiau la 1 decembrie 1999 – 570 milioane lei.

O categorie importantă de cititori o constituie cetățenii de vârstă a treia, care pe parcursul anilor și-au educat un anumit stereotip de lectură a presei și pentru care presa este o parte inseparabilă a participării la viața socială. La 1 ianuarie

2000 restanțele la plata pensiilor pentru cei peste 700 mii de pensionari însumau mai mult de 300 milioane lei.

Dacă se ia în considerare că restanțele au căpătat un caracter permanent, fenomenul începând în anul 1994 și căpătând amploare în anul 1996, vom vedea că presa nu a avut șansa să prindă vigoare și să-și consolideze independența prin dezvoltarea unei afaceri profitabile.

Un alt fenomen la fel de malefic pentru dezvoltarea presei este migrarea masivă a moldovenilor în căutarea unui câștig mai bun în țările dezvoltate. Practica ultimilor ani demonstrează că cea mai dinamică și temerară categorie de cetățeni care a optat pentru această formă de soluționare a problemelor financiare sunt bărbații și femeile cu vârsta de 25 – 40 de ani. Cu alte cuvinte, sunt persoane cu o aderență socială maximă. La momentul actual se consideră că numărul total al cetățenilor la muncă peste hotare depășește cifra de 600 mii de oameni. Deși majoritatea din ei lucrează în condiții umiltoare și nu sunt protejați din punct de vedere juridic, protecție stipulată prin acorduri bilaterale între Republica Moldova și țările în care se refugiază cea mai mare parte a cetățenilor moldoveni (Grecia, Israel, Italia, Germania), torentul de emigrare nu pare să se reducă. Chiar dacă admitem că această masă de oameni își asigură un venit mai substanțial decât ar fi putut realiza în patrie, majoritatea ei nu poate susține în nici un fel presa autohtonă, fiindcă ei nu au un statut oficial de emigranți și în mod implicit nu pot avea nici adresa. Cetățeni rămași în țară se află în imposibilitatea de a susține presa, aflându-se într-un blocaj financiar de lungă durată și deosebit de profund. Veniturile lor abia acoperă 40% din necesitățile coșului lunar de consum. În această situație, este deosebit de complicat să ne închipuim o ameliorare a stării presei libere moldovenești în următorii ani.

Presa scrisă – cea mai sensibilă la oscilațiile pieței economice – nu va putea evita dependența ei de grupurile de interes și din aceasta perspectivă libertatea presei rămâne de domeniul viitorului societății moldovenești. Cu atât mai mult, cu cât statul este reticent în ceea ce privește crearea condițiilor adecvate, pentru a-i da presei o șansă de dezvoltare normală. Deocamdată, clasa politică din Republica

Moldova este interesată să nu existe presă liberă, să nu existe o a patra putere în societate și nu recunoaște că anume aceasta este condiția principală și indispensabilă a dezvoltării democrației într-un stat în tranziție.

În lipsa posibilităților economice, pentru a construi o presă autentic liberă, societatea civilă ar trebui să insiste ca instituțiile de presă de stat să fie transformate în instituții publice, cu garanții de independență a politicii de editare. Astfel clasa politică ce pretinde puterea în stat să se afle sub controlul neîntrerupt și categoric al opiniei publice.

Tendențe de dezvoltare a presei din Republica Moldova

Analiza proceselor ce au avut loc în domeniul mass-media în cei cincisprezece ani de independență, se constată evoluția incontestabilă spre democrație a presei. Multitudinea de ziare în diferite limbi, tirajele și orientarea politică ale acestora pare să creeze imaginea unui pluralism de opinii în societate.

În anii '90, toate legislaturile parlamentare din Republica Moldova aveau în componența lor de la 5 până la 10% de deputați proveniți din mediul jurnalistic – oameni cu drepturi de inițiativă legislativă și cu vot greu în agora puterii.

Presa de până la 2001, estimată din punct de vedere cantitativ, se evidențiază cu o evoluție a numărului de titluri de ziare, reviste săptămânale, etc. Însă estimările calitative sunt apreciate de diferiți cercetători în mod diferit, unii fiind de acord că presa s-a dezvoltat considerabil în plan de profesionalism, alții însă invocă stagnarea dezvoltării mass-mediei din motiv de „persecuție” din partea statului.

Anul 2001 a provocat un handicap substanțial la acest capitol, având în vedere etatizarea antidemocratică a presei scrise publice. Mediul economic nefast este insuportabil pentru presa națională, căreia îi revin doar resturile din totalul estimat de cca. cinci milioane dolari care circulă anual pe piața publicitară moldovenească.

Concluzii asupra studiului empiric

Presa scrisă – cea mai sensibilă la oscilațiile pieței economice – nu va putea evita dependența ei de grupurile de interes și din aceasta perspectivă libertatea presei rămâne de domeniul viitorului societății moldovenești. Cu atât mai mult, cu cât statul este reticent în ceea ce privește crearea condițiilor adecvate, pentru a-i da presei o șansă de dezvoltare normală. Deocamdată, clasa politică din Republica Moldova este interesată să nu existe presă liberă, să nu existe o a patra putere în societate și nu recunoaște că anume aceasta este condiția principală și indispensabilă a dezvoltării democrației într-un stat în tranziție.

În lipsa posibilităților economice, pentru a construi o presa autentic liberă, societatea civilă ar trebui să insiste ca instituțiile de presă de stat să fie transformate în instituții publice, cu garanții de independență a politicii de editare. Astfel clasa politică ce pretinde puterea în stat să se afle sub controlul neîntrerupt și categoric al opiniei publice.

Situația presei din Republica Moldova s-a caracterizat printr-o corespondență între teorie și practica, ambele în mare parte negative. Au fost adoptate acte normative care ar fi trebuit să conducă la fortificarea independenței presei, însă în același timp lacunele din legislație, lipsa unei continuități legislative a diminuat în mare măsură rolul legislației în procesul de creare a presei independente în Republica Moldova.

Lipsa voinței politice a tuturor guvernărilor de a transforma presa de stat în presa publică denotă atașamentul clasei politice moldovenești față de valorile depășite ale trecutului, ceea ce complică evoluția societății în ansamblu creându-i circumstanțe care vor fi suportate de generațiile viitoare.

CONCLUZII

Presa este parte componentă a procesului de comunicare de masă. Odată cu suveranitatea statală, presa moldovenească a cunoscut o dezvoltare în ascendență de calitate, tehnică, pluralism, libertate de exprimare, etc. Valorile și sistemul presei occidentale au pătruns în societatea moldovenească, ceea ce a condus la plămuirea și modelarea presei autohtone.

Fără publicații independente, libertatea de expresie, jurnaliști ce scriu pentru interesul societății și fără materiale de analiză, presa își pierde esența existenței sale. Fără toate acestea, presa este doar un element din mașina de propagandă a regimurilor totalitare. Astfel de presă era și presa moldovenească din timpul sovietic.

Presa este un garant al funcționării democrației în societate. Jurnaliștii din Moldova au înțeles acest postulat și după 1991 au pus temeliile unui nou sistem de presă. Sistemul de presă din această perioadă este alcătuit dintr-o multitudine de publicații: guvernamentale, de partid, comerciale/publicitare, etc., dar și publicații independente.

Chiar și cu aceste succese, presa moldovenească se află încă la etapa de dezvoltare și în căutarea propriei identități. Sistemul legislativ imperfect, atitudinea funcționarilor de stat, cerințele și posibilitățile limitate ale publicului cititor și multe alte probleme ale societății moldovenești au efect negativ asupra dezvoltării presei.

Dezvoltarea și consolidarea presei este direct proporțională dezvoltării și consolidării a societății. Nu putem vorbi de o presă mai dezvoltată decât societatea căreia aparține. Presa este un produs al societății și nu invers.

Parafrazarea celebrei afirmații permite exprimarea esenței corelației presă-societate, mai cu seamă într-o societate în curs de democratizare: „Societatea are presa care o merită!”

BIBLIOGRAFIE

1. Buzărnescu Ștefan, „Sociologia opiniei publice”, EDP, București, 1996
2. Claude-Jean Bertrand, „Deontologia mijloacelor de comunicare”, Institutul European, 2000
3. Claude-Jean Bertrand, „O introducere în presa scrisă și vorbită”, Polirom, 2001
4. Clifford G. Christians, Mark Fackler, Kim B. Rotzoll, Kathz B. McKee, „Etica mass-media. Studii de caz”, 2002
5. Coman Cristina, „Relațiile publice și mass-media”, Polirom, Iași, 2000
6. Coman Mihai, „Manual de jurnalism. Tehnici fundamentale de redactare.” Polirom, Iași, 1997
7. Constituția Republicii Moldova
8. Coval Dumitru, „Jurnalism de investigație”, Chișinău, 1998
9. Coval Dumitru, Problematika presei scrise, USM, Chișinău, 1997
10. Doru Pop, „Mass-Media și democrația”, Polirom, 2001
11. Drăgan Ioan, „Paradigme ale comunicării de masă”, București, 1996
12. Flichy Patrice, „O istorie a comunicării moderne”, Iași, 1999
13. Guzun Mihail, „Deontologia jurnalisticii și etica profesională a jurnalistului: cazul presei din Republica Moldova. // Mass-media în societățile în tranziție: realități și perspective”, Captes, Chișinău, 2001
14. Kent Middelton, Robert Trager, Bill F. Chamberlin, „Legislația comunicării publice”, Polirom, 2002
15. Lescu M. I., „Rolul presei Republicii Moldova în democratizarea sistemului politic al societății”, USM, Chișinău, 1997
16. Marin Constantin, „Mass-media din Moldova: implicații politice în mass-media”, Buletin analitic, decembrie, 2001
17. Mass-media în Republica Moldova, buletin analitic, decembrie 2001
18. Mass-media în Republica Moldova, buletin anual 2000

19. Mass-media în Republica Moldova, raport anual 2000, Fundația Soros-Moldova
20. McLuhan Marshall, „Mass-media sau mediul invizibil”, București, 1999
21. McQuail Denis, „Modele ale comunicării”, 2002
22. Moraru Victor, „Mesajul și impactul informației”, USM, FJȘC, Chișinău, 1998
23. Odagiu, V., Ostaf, S., „Legislația cu privire la mass-media în Republica Moldova”, Universitas, Chișinău, 1999
24. Poceptov G., „Teoria comunicării”, Vakler, 2001
25. Randall David, „Jurnalismul universal”, Polirom, Iași, 1998
26. Saharneau Valeriu, „Libertatea presei și tendințele dezvoltării mass-media”, Chișinău, 2000
27. Semionova L., „Unele probleme de teorie și practică ale presei și comunicării”, Chișinău, 1999
28. Serge Moscovici, „Secolul multimediei”, 2002
29. Stepanov Georgeta, „Potențialul politico-informațional al presei contemporane din Republica Moldova”, USM, Chișinău, 2000