**UNIVERSITATEA DE STAT DIN MOLDOVA**
**Facultatea *Jurnalism și Științe ale Comunicării***
**Departamentul *Teoria și Practica Jurnalismului***

**Mihail GUZUN**
**Gheorghe GORINCIOI**

# JURNALISMUL DE INFORMARE

## *Note de curs*

*Aprobat de*
*Consiliul Calității al USM*

CHIȘINĂU, 2017
CEP USM

# O precizare necesară

Notele de curs, pe care le aveți acum în față, trebuiau să vadă lumina tiparului în toamna anului 2015. Am lucrat la textele incluse în această carte aproape doi ani, fiecărui autor revenindu-i să se isprăvească cu anumite compartimente.

În primăvara anului 2015 am făcut schimb de scrieri și întrucât, în urma lecturii lor, fiecare a intervenit cu anumite sugestii și propuneri, am decis să nu ne grăbim, să mai lucrăm asupra textelor pe parcursul vacanței de vară, astfel ca în ajunul zilei de 1 septembrie să prezentăm cartea spre publicare.

Gheorghe Gorincioi trăia în acea perioadă sentimente de profundă satisfacție prin faptul că a revenit în fața studenților, dânsul calificând munca de pedagog drept una de o responsabilitate deosebită. Meticulos în toate, el considera că până și vestimentația profesorului, haina în care apare în fața studenților nu poate fi neglijată.

...Dar s-a întâmplat ceea ce s-a întâmplat. Gheorghe Gorincioi s-a retras subit din viața telurică în cel mai tragic mod.

...Publicarea acestei cărți este un gest de comemorare a celui care a fost primul decan al Facultății de Jurnalistică a Universității de Stat din Moldova, conferențiar universitar, doctor în științe istorice Gheorghe Gorincioi.

***Mihail Guzun***

***P.S.*** *Ordinea în care sunt prezentați autorii pe coperta acestei cărți este păstrată în felul cum a insistat colegul nostru Gheorghe Gorincioi.*

***M.G.***

CZU 070(075.8)
G 98

Recomandat de Departamentul *Teoria și Practica Jurnalismului* și de *Consiliul Facultății de Jurnalism și Științe ale Comunicării*

Recenzenți: Victor MORARU, doctor habilitat, profesor universitar
Georgeta STEPANOV, doctor habilitat, conferențiar universitar

Descrierea CIP a Camerei Naționale a Cărții

**Guzun, Mihail.**

Jurnalismul de informare: Note de curs / Mihail Guzun, Gheorghe Gorincioi; Univ. de Stat din Moldova, Fac. Jurnalism şi Ştiinţe ale Comunicării, Dep. Teoria şi Practica Jurnalismului. – Chişinău: CEP USM, 2017. – 152 p.: tab.

Bibliogr. la începutul părţilor. – 50 ex.

ISBN 978-9975-71-936-0.

070(075.8)

G 98

**ISBN 978-9975-71-936-0**

© M. Guzun, Gh. Gorincioi, 2017
© USM, 2017

# Obiectul și sarcinile disciplinei „Jurnalismul de informare”

(*În loc de prefață*)

**Jurnalismul de informare: preocupări şi sarcini * Studierea genurilor informative – componentă esențială a învățământului jurnalistic * Criteriile fundamentale în redactarea scrierilor de presă * Genurile informative ca forme optimale de realizare a unor sarcini specifice de creaţie**

Bibliografie selectivă:


1. Agnès, Y. *Introducere în jurnalism.* Iaşi: Polirom, 2011, p. 15-106.
2. Drăgan, I. *Comunicarea – paradigme și teorii.* București: RAO International Publishing Company, 2007, p. 53-192.
3. Guzun, M. *Relațiile dintre învățământul jurnalistic și presa din spațiul ex-sovietic. O abordare diacronică*. În: *Industria media și învățământul jurnalistic*. Ediitor coordonator: Ilie Rad. București: Tritonic, 2014, p. 273-302.
4. Guzun, M. *Instruirea jurnaliștilor în Moldova în contextul european – evaluări comparate.* În: *Mass-media în Republica Moldova: constatări, evaluări, tendințe*. Chișinău: Princeps, 2001, p. 77-81.
5. Stepanov, G. *Introducere în studiul jurnalismului.* Chișinău: CEP USM, 2010, p. 138-147.
6. Grigoryan, M. *Manual de jurnalism.* Chișinău: CIJ, 2008, p. 12-21.
7. Keeble, R. (coord.). *Presa scrisă. O introducere critică*. Iași: Polirom, 2011, p. 353-363.
8. Popescu, C. F. *Manual de jurnalism*. București: Tritonic, 2005, p. 13-73, 136-145.
9. Randall, D. *Jurnalistul universal. Ghid practic pentru presa scrisă.* Iași: Polirom, 1998, p. 20-47.

Puterea de a face înţeles mesajul transmis prin intermediul mass-mediei se află în funcţie de insul-creator, de credibilitatea de care se bucură ziaristul-autor. De aici şi angajarea ideii că autorul textului publicistic este acel care conferă greutate demersului ziaristic, nu numai prin mesajul difuzat, dar şi prin atitudinea/tonalitatea şi stilul expunerii. Perioada actuală, după cum au remarcat mai mulţi cercetători ai fenomenului mediatic, este marcată de o modificare a structurii categoriei autorului: tot mai insistent se simte prezenţa omului privat, aceste schimbări fiind generate de creşterea interesului faţă de omul particular, faţă de universul „Eu”-lui, care devine o tendinţă politică şi ideologică a lumii contemporane. Astfel că pregătirea şi formarea cadrelor pentru mass-media necesită la ora actuală un efort susţinut din ambele părţi: din partea formatorilor, adică a corpului instructiv-didactic, dar şi din partea celor care aspiră la munca de ziarist.

Teoria genurilor este un principiu de ordine: ea clasifică lucrările jurnalistice nu în funcţie de loc, timp sau de limba în care au fost realizate, ci în funcţie de anumite tipuri specifice de organizare sau de structura scrierilor publicistice. Apartenenţa operei jurnalistice la un gen sau altul implică şi o anumită formă de manifestare a viziunii autorului, deci şi o anumită arhitectură compoziţională a textului. Toate aceste cunoştinţe şi aptitudini vor fi acumulate şi însuşite în cadrul cursului „Jurnalismul de informare”.

Prezenta lucrare vine în ajutorul studenților-ziariști pentru a însuși multitudinea de deprinderi profesionale necesare în viitoarea activitate practică. A fost utilizată metoda comparativă în identificarea genurilor de informare: ce au comun și prin ce se deosebesc, care sunt modalitățile și tehnologiile de documentare, redactare, revizuire a textului, deja, scris. Exemplele aduse din presa curentă și din opera ziaristică a unor autori consacrați au drept scop elucidarea aspectelor teoretice ale apariției și evoluției jurnalismului de informare, de utilizare eficientă a genurilor în practica redacțională. Ajustarea corelației dintre reperele teoretice și practice, efectiv, deschide perspectiva realizării unui text jurnalistic adecvat evenimentului, în speranța de a satisface aşteptările unui public larg de cititori.

Un aspect distinct al cursului îl va constitui limba şi stilul genurilor informative.

Jurnalismul de informare include următoarele genuri: ştirea, relatarea (darea de seamă), interviul şi reportajul. La baza tuturor acestor genuri stă cuvântul scris, indiferent daca e vorba de presa tradiţională tipărită sau de cea audiovizuală. Un buletin de ştiri la un post de radio sau televiziune, înainte de a fi citit la microfon sau în faţa camerei, de pe prompter, trebuie mai întâi scris şi redactat, după cum şi un documentar televizat nu se poate lipsi de un text care conferă semnificaţie imaginii. Cuvântul, fraza, unghiul de abordare, planul articolului, poziţia autorului rămân criterii fundamentale în redactarea unui text de calitate.

Este contraproductivă ideea că oricine şi oricând poate fi autorul unei ştiri, că e simplu de a scrie pentru presă. În realitate însă nu e atât de uşor a găsi, chiar şi într-o ştire, cel mai potrivit unghi de abordare, un început dinamic şi atractiv, de a include în context citate, declaraţii, detalii, de a găsi un sfârşit pe măsură.

Este indiscutabil şi faptul că a învăţa pe cineva să scrie nu e un lucru uşor, poate chiar imposibil de realizat. În vremurile nu prea îndepărtate, meseria de jurnalist nu se studia, ea era însuşită „din mers", în colectivul redacţiei. A trebuit să treacă ceva timp pentru ca experienţa acumulată în practica gazetărească să fie axată pe un suport teoretic, fapt ce a permis începutul instruirii profesionale a viitorilor jurnalişti. Sistematizarea principalelor reguli şi tehnici ale actului de creaţie a devenit un avantaj indiscutabil pentru cei care au ales meseria de gazetar.

De obicei, profesia de jurnalist se asociază cu una romantică, exotică, enigmatică care intrigă, pasionează, provoacă interesul. Privind dintr-o parte, întotdeauna apare întrebarea: cu ce se ocupă persoanele din redacţiile ziarelor, revistelor, din studiourile de radio şi televiziune, din agenţiile de ştiri? Care este regimul lor de lucru, care sunt competenţele, obligaţiunile profesionale, volumul de activitate, condiţiile de remunerare a muncii? Cei pasionaţi de jurnalistică ori de câte ori trec pe lângă Casa presei sau pe lângă sediile unor posturi de televiziune sunt cuprinşi de un sentiment miraculos, neobişnuit, inexplicabil.

Care sunt ***avantajele*** și ***dezavantajele*** profesiei de jurnalist?

**Avantaje**

Profesia de ziarist oferă posibilitatea de a pătrunde în diferite sfere ale vieții, de a avea acces la cele mai înalte vârfuri ale puterii. De exemplu, un contabil sau economist niciodată în viață nu va avea ocazia să comunice direct cu primele persoane în stat (Prim-ministru, Președinte), iar pentru un ziarist aceasta este o chestie normală, lucrativă. Persoanele cu funcții în stat, aproape, întotdeauna sunt la dispoziția ziariștilor, ele fiind cointeresate să apară cât mai frecvent pe micul ecran sau în presa scrisă. Și aceasta din motivul că un lider politic este în vogă atâta timp, cât e prezent la televizor. De aceea, oamenii politici doresc mereu să aibă relații bune cu reprezentanții mass-mediei, răspund imediat la apelurile lor telefonice.

Un ziarist talentat este apreciat de public, este recunoscut pe stradă, cu el doresc să aibă relații de prietenie persoanele publice, oamenii din domeniul culturii, artelor, businessului etc.

**Dezavantaje**

Profesia de jurnalist epuizează personalitatea la o vârstă relativ tânără, pentru că ea necesită activitate în regim nonstop, cere operativitate, dăruire totală, muncă până la istovire. Există anumite riscuri și pericole în exercitarea profesiei: reflectând operațiuni militare sau aflându-se în deplasare în țările unde au loc acțiuni violente (Ucraina, Siria, Irak etc.), ziariștii își pun viața în pericol.

Statistica include jurnalistica în categoria profesiilor cu un înalt risc pentru existență, iar reprezentanții ei au o viață relativ scurtă în comparație cu alte profesii.

De regulă, în ziaristica activă persoanele lucrează la o vârstă tânără, cuprinsă între 25 și 40 de ani. După această perioadă mulți ziariști, din diferite motive, își aleg domenii de activitate mai liniștite, fără deplasări pe teren.

***

Pentru a-și îndeplini la un înalt nivel obligațiunile profesionale, ziaristul trebuie să consulte în permanență dicționare, îndrumare, enciclopedii. Este vorba, în primul rând, de *Dicționarul ortografic*, *Dicționarul de sinonime*, *Dicționarul explicativ al limbii române*.

Pentru un viitor ziarist este necesar să lectureze presa în mod profesionist, să privească în acest mod emisiunile televizate, să audieze emisiunile radiofonice.

În procesul lecturii el va acorda o atenție deosebită următoarelor componente ale textului ziaristic:

– titlul;

– începutul (intro-ul);

– paragrafele de încheiere;

– limba și stilul articolului (de presă).

Studentul-ziarist trebuie să aibă mereu cu sine un carnet de note în care va fixa: teme, idei, gânduri, proverbe, cuvinte înaripate, fraze reușite, titluri etc.

Disciplina „Jurnalismul de informare" se compune din prelegeri (teorie), seminare și ore de laborator.

Lucrul individual, care este apreciat cu notă, se compune din:

1) selectarea din presa periodică a modelelor de genuri informative: știri, relatări, interviuri, reportaje;

2) din materialele proprii scrise pentru fiecare gen aparte.

Partea I

# Jurnalismul de informare: repere conceptuale

# 1. Informația de presă: specificul și calitățile ei

**Caracteristica și particularitățile informației de presă * Legea proximității ca factor determinant în selectarea informației pentru mass-media * Factorii care asigură succesul informației de presă * Parametrii informației de calitate**

Bibliografie selectivă:


1. Guzun, M. *Caracteristicile și particularitățile informației de presă*. În: *Valori ale mass-mediei în epoca contemporană*. Vol. VI. Coord.: G.Stepanov, M.Tacu. Chișinău: CEP USM, 2016, p.51-57.
2. Guzun, M. *Mesajul și impactul informației*. În: *Mesajul și impactul informației*. Coord.: V. Moraru. Chișinău: CCRE „Presa",1998, p. 5-12.
3. Coman, M. *Introducere în sistemul mass media*. Capitolul: „Munca jurnalistului – între improvizație și proceduri de rutină". Iași: Polirom, 1999, p. 213-229.
3. Stepanov, G. *Introducere în studiul jurnalismului.* Chișinău: CEP USM, 2010, p. 52-63.
4. Agnès, Y. *Introducere în jurnalism.* Iaşi: Polirom, 2011, p. 53-66.
5. Randall, D. *Jurnalistul universal. Ghid practic pentru presa scrisă*. Capitolul 3: „Valoarea de informare". Iași: Polirom, p. 37-47.
6. *Manual pentru ziariștii din Europa Centrală și de Est*. Capitolul 8: „Conținutul informației: a ține pas cu cititorii". Editor: Malette, M. F. World Press Freedom Committee, 1992, p. 43-49.


## 1.1. Caracteristica și particularitățile informației de presă

Cuvântul „informație" este cunoscut din cele mai vechi timpuri. În lumea antică termenul informație (de la lat. *informatio*) avea sensul de idee, reprezentare, formă.

Prin *informație* se subînțelege o comunicare, un mesaj despre evenimente și fapte semnificative care pot avea impact asupra evoluțiilor curente sau viitoare.

*Informația* ca noțiune ce ține de domeniul filozofiei și *informația de presă* sunt lucruri diferite. Nu orișice informație merită să fie publicată în presă din simplul motiv că ea nu prezintă interes general. De exemplu, faptul că o rudă apropiată a susținut bacul și a fost înmatriculată la Universitate nu are șanse de a nimeri în presă, pe când embargoul aplicat de Rusia la mărfurile produse în Moldova poate fi una din temele principale în mass-media.

Informația de presă are la bază următoarele particularități distinctive:

1. *Universalitatea*, care acoperă o largă gamă tematică (afaceri, finanțe, învățământ, știință, religie, biserică, mediu, cultură, sănătate, justiție) și include activitatea tuturor instituțiilor ce funcționează în societate (Președinție, Parlament, Guvern, sindicate, partide politice, organizații nonguvernamentale etc.).

2. *Actualitatea*: ceea ce se întâmplă la moment, ceea ce are impact direct asupra cititorului, ceea ce determină prezentul și viitorul lui.

3. *Operativitatea*: informarea imediată, pe urmele fierbinți ale evenimentului, pentru ca cititorul să se poată orienta și reacționa adecvat la ceea ce s-a produs ori urmează să se producă: inundații, tzunami, ploi torențiale, incendii etc.

4. *Emotivitatea*: evenimentele, faptele urmează a fi prezentate într-o manieră incitantă, atractivă, captivantă pentru a-l intriga pe cititor, a-i trezi emoții, asociații, euforie, extaz, dorință de a citi textul până la sfârșit.

5. *Difuzarea în regim nonstop:* pentru ca cititorul să cunoască dinamica evoluției evenimentului, eventualele consecințe și perspectiva pentru a reacționa în mod adecvat la ceea ce poate urma.

## 1.2. Legea proximității ca factor determinant în selectarea informației pentru mass-media

Ceea ce nu merită și ceea ce merită să apară în presa scrisă și cea audiovizuală este reglementat de așa-numita lege a „proximității”,

care înseamnă ceea ce este interesant pentru public, ceea ce îl privește, ceea ce se află în apropierea sa.

Deci faptele și evenimentele care stau la baza informației de presă trebuie să fie pentru cititori inedite, interesante, utile, apropiate de sfera lor de viață și activitate.

În practica ziaristică legea proximității înseamnă ceea ce este apropiat, învecinat de consumatorul de informație.

În acest sens, există proximitatea geografică, cronologică, psihoafectivă și socială.

### 1. Proximitatea geografică

Ea urmărește scopul de a apropia evenimentul care a avut loc la o mare distanță de realitățile și preocupările cititorilor cărora se adresează ziarul.

Exemple: 1) *În țara vecină a fost o secetă de proporții, ca rezultat a fost compromisă recolta la grâu, porumb, floarea-soarelui. În Moldova, dimpotrivă, la aceste culturi se va obține o roadă bogată și producătorul moldovean își face anumite prognoze și calcule, va stabili și prețurile de export, pornind de la această situație.* Deci, pentru el prezintă interes informația respectivă din țara vecină; *2) Domnica Cemortan, originară din raionul Strășeni, se afla în cabina căpitanului navei italiene „Costa-Concordia", când aceasta a suferit naufragiu în anul 2012.* Această știre a fost publicată în toate ziarele principale din Europa și SUA, inclusiv din Republica Moldova. Informații la această temă se publică până în prezent, deoarece a început procesul de judecată. *3) În anul 2002 în sala de concert „Nord-Ost" din Moscova au fost făcuți ostatici de teroriștii ceceni peste o mie de spectatori. Printre ei se afla și un tânăr din Bălți cu numele de familie Țurcanu, care era student la Moscova. 4) Un tânăr de 24 de ani, originar din Chișinău, a evoluat cu succes la un concurs din SUA „America are talente". Acest tânăr pe nume Alexandru Galaga a demonstrat mai multe numere acrobatice, concomitent înghițind cuțite și alte obiecte din metal.*

Ce au comun toate aceste subiecte? Geografic, faptele s-au produs departe, dar ele prezintă interes pentru cititorul din Moldova datorită tematicii, datorită personajelor prezente în știre.

**2. Proximitatea cronologică**

Aceasta înseamnă ordinea în care sunt expuse în textul ziaristic subiectele evenimentului. Prioritatea de prezentare este următoarea:

- ✓ mai întâi viitorul apropiat și prezentul;
- ✓ apoi trecutul recent;
- ✓ și, în cele din urmă, viitorul îndepărtat și trecutul îndepărtat.

Exemplu: „*În anul 2014, potrivit Ministerului Transporturilor, urmează să fie renovat drumul național Chișinău-Ungheni. În prezent acest traseu care leagă Chișinăul cu or. Iași din România se află la un înalt grad de deteriorare din punctul de vedere al securității rutiere. Precizăm, că acest segment de drum a fost turnat cu asfalt în anul 1956 cu ocazia vizitei liderului sovietic Nichita Hrușciov în România. Conform proiectului, după reparație, cea mai mare parte a traseului va avea două benzi de circulație într-o singură direcție*" (Infotag, știre difuzată în 2013).

Potrivit criteriului proximității cronologice, știrile trebuie să înceapă cu consecințele evenimentului sau cu analiza situației existente, apoi se trece la cauze sau ordinea stării de lucruri în domeniul respectiv. Exemplu: „*Autoritățile autoproclamatei Republici Moldovenești Nistrene au luat decizia de a transfera sediul așa-numitului parlament de la Tiraspol – la Bender, fapt ce va agrava și mai mult relațiile dintre cele două maluri ale Nistrului. Situația din Bender este mereu tensionată de acțiunile forțelor separatiste, fie că ele se referă la școlile cu predare în limba maternă, fie la prezența în zonă a punctelor poliției moldovenești. Se cunoaște că în anul 1992 cele mai crâncene lupte cu separatiștii transnistreni au avut loc la Bender, oraș situat pe malul drept al Nistrului*" (Moldpres).

**3. Proximitatea psihoafectivă**

Ea include procedee care sensibilizează cititorul, provoacă pasiuni și stări emoționale. În calitate de teme pentru asemenea știri pot fi: viața și moartea, sănătatea și prelungirea vieții, destinul copiilor, starea financiară a familiei, securitatea personală, dragostea și ura, reușita și eșecul, faptul divers.

Exemplu: „*Geniștii militari au neutralizat o bombă de aviație de 50 de kilograme, care a fost depistată într-o gospodărie din orașul Ialoveni. Proiectilul era de producție sovietică și a rămas în pământ de pe vremea celui de-al doilea război mondial. Potrivit informațiilor Ministerului Apărării, bomba a fost transportată într-o carieră din vecinătate, după care a fost distrusă în condiții de maximă securitate. În anul curent, geniștii Armatei Naționale au lichidat peste 1700 de obiecte explozive, în diferite localități ale țării*” („Timpul”, 2013, 25 octombrie).

În știrile ce vizează aceste teme se recomandă să nu depășim normele bunului simț, să nu deraiem în zona unui senzațional ieftin.

**4. Proximitatea socială**

Sferele de interese ale cititorilor sunt multiple și diverse, inclusiv ceea ce ține de muncă, educație, viață socială, politică, religie, sport, turism.

Exemplu: „*Din 19 iulie 2013, cetățenii Republicii Moldova, care se deplasează în Uniunea Europeană sau spațiul Schengen, sunt obligați să respecte noi cerințe de călătorie cu pașapoartele moldovenești. Așadar, potrivit noilor reguli impuse, documentul de călătorie trebuie să fie valabil pentru o perioadă de cel puțin trei luni de la data preconizată a plecării de pe teritoriul statelor membre. Doar în caz justificat de urgență, această obligațiune poate fi înlăturată. La fel, documentul de călătorie trebuie să fie eliberat în decursul ultimilor zece ani. Cerințele noi de călătorie parvin în urma schimbărilor efectuate de Parlamentul și Consiliul European în Codul comunitar privind regimul de trecere a frontierelor (Codul frontierelor Schengen), precum și în convenția de punere în aplicare a Acordului Schengen*”. („Timpul”, 2013, 9 august).

De remarcat că informațiile ce vizează tematica politică au priză, mai ales, la persoanele de genul masculin cuprinse între vârstele 30-60 de ani. Subiectele politice sunt solicitate, îndeosebi, în perioada alegerilor parlamentare sau prezidențiale.

## 1.3. Factori care asigură succesul informației de presă

Aceştia sunt: conflictul; proximitatea în spațiu; proximitatea în timp; interesul; semnificația.

### 1. Factorul conflictului

Întreaga noastră viață se constituie din conflicte, între şefi şi subalterni, între cei puternici şi cei slabi, între prieteni şi rude apropiate etc. Există conflicte între state, conflicte interetnice, conflicte religioase.

Pot exista conflicte şi interese la examinarea unor proiecte de legi în Parlament, la adoptarea unor decizii în şedințele de Guvern. Astfel de subiecte prezintă interes pentru publicul larg, iar ziaristul este dator să pătrundă în esența acestor conflicte şi să le prezinte în mod obiectiv cititorului.

Atenția pe care o acordă presa conflictelor armate, manifestațiilor de masă, protestelor sociale este determinată de interesul cititorilor față de tematica unor astfel de informații. Iscusința jurnalistului de a sesiza conflictul şi de a relata adecvat despre el constituie un indice al profesionalismului.

### 2. Factorul proximității în spațiu

Oamenii întotdeauna doresc să ştie ce se întâmplă în imediata lor apropiere. Pentru cititor este mult mai interesant să citească noutățile obişnuite din țara sa decât despre întâlnirea a doi şefi de state din țări îndepărtate. Ziaristul alege pentru informații evenimente şi subiecte care sunt apropiate cititorilor.

Oamenii caută informații care se aseamănă cu viața, aspirațiile şi interesele lor, despre persoane care au un mod de viață şi de gândire similar. Din acest punct de vedere, informațiile locale se citesc cu mult interes.

### 3. Factorul proximității în timp

Cititorul vrea să ştie ce s-a întâmplat astăzi, acum, câteva ore în urmă. Viața unei informații e scurtă. Impactul ei durează cel mult o

zi-două. Astfel în prim-plan apare operativitatea, promptitudinea cu care este difuzată informația. Tehnologiile moderne asigură transmiterea informației în regim real. Succesul depinde, de asemenea, de experiența și măiestria jurnalistului de a scrie și a redacta informația „din mers".

### 4. Interesul

Interesul este, de asemenea, un factor care asigură succesul informației în mass-media. În acest sens, pentru presă prezintă interes viața persoanelor care participă la organizarea vieții publice: acțiunile membrilor Guvernului, parlamentarilor, funcționarilor publici.

În acest registru se înscrie viața privată a oamenilor publici. Este elocvent în acest sens cazul relației dintre Președintele american Bill Clinton și stagiara de la Casa Albă Monika Lewinski, expusă de presă în detalii, care mai că nu s-au soldat cu demiterea celui mai puternic om al planetei (anii 1998-1999). Presa din Moldova a exploatat pe larg căsătoria unui fost premier cu o prezentatoare de știri.

Ființa umană e de așa natură, încât informațiile negative se citesc cu mai mult interes decât cele pozitive. Trenurile care sosesc la timp nu interesează pe nimeni, aceasta nu se consideră o știre. În schimb, dacă are loc un accident sau orarul trenurilor este perturbat de o grevă, atunci există un subiect potrivit pentru o știre.

Normalul, obișnuitul, cotidianul, de regulă, nu fac parte din categoria principalelor subiecte de presă, pe când războaiele, accidentele, crimele, catastrofele naturale, grevele, manifestațiile, actele violente ocupă spații masive în ziare.

În context, este necesar să reținem că excesul de informație negativă, de care fac abuz, deseori, unele publicații și posturi de televiziune, poate provoca dereglări psihice în mediul consumatorilor de informație. De aceea, majoritatea teleradiocompaniilor profesioniste evită să includă în buletinele informative mai mult de 2-3 subiecte negative.

Cu toate acestea, în mass-media sunt prezente, deși într-un volum mai modest, și evenimente pozitive: inițiative legislative, proiecte sociale, diverse acțiuni de caritate etc.

Sunt evenimente care a priori nu pot da motive de conotație negativă sau pozitivă. De exemplu, întâlnirile șefilor de state, vizita Papei de la Roma într-o țară oarecare, un meci de fotbal. Însă și în aceste cazuri, pentru a menține interesul, jurnaliștii imprimă evenimentului o anumită conotație: călătoria papei a fost „un succes", summit-ul șefilor de state – un eșec, iar meciul de fotbal n-a îndreptățit așteptările suporterilor.

Informația ce vizează un interes general ține și de datele meteo, de cursul valutar, de orarul transportului public, de dinamica prețurilor la produsele de larg consum. Interesul față de sport crește în ajunul și în timpul Jocurilor Olimpice, campionatelor de fotbal (european sau mondial). Atunci apar mai multe informații despre probele sportive, dopajul atleților, economia țării-gazdă, locurile ei turistice și exotice.

Așadar, pentru cititor prezintă interes sporit informațiile ce conțin următoarele subiecte:

1. Ceea ce ține de interesul personal sau despre situații similare cu ale lui.
2. Senzații și fenomene neobișnuite.
3. Succesul și cariera unor celebrități.
4. Conflicte și divergențe între state (de exemplu, Rusia – Ucraina).
5. Fenomene negative (accidente, incendii etc.).
6. Relații de dragoste: cazuri fericite; situații negative.
7. Sănătatea și prelungirea vieții.
8. Regnul animal și vegetal.

### 5. Semnificația

Alt factor important care asigură succesul informației în presă este semnificația ei. Un eveniment „nesemnificativ" nu poate fi subiectul unei informații de presă. De exemplu, din activitatea cotidiană a echipei de pompieri nu va fi reținut detaliul stingerii unei clădiri, ci faptul dacă dotarea tehnică a pompierilor sau acțiunile lor le-au permis sau nu să lichideze incendiul la timp.

Rolul jurnalistului este de a scoate în relief semnificația faptelor, deoarece potrivit lui Albert Camus, el este un „istoric" al clipei. Jurnalistul nu are față de fapte distanța istoricului, el nu are obligațiunea

acestuia de a reda semnificația profundă a unui eveniment sau a unei situații. De exemplu, asasinarea arhiducelui Franz Ferdinand la Sarajevo la 28 iunie 1914 a fost anunțată cu titluri mari în ziarele de a doua zi, însă ziariștii n-au putut prezice în acea clipă că acest eveniment va pune începutul primului război mondial. De fapt, lucrul acesta nici nu se cerea de la dânșii.

## 1.4. Parametrii informației de calitate

Pentru a capta cititorul, informația de presă trebuie să fie de calitate. Calitatea informației este determinată de: 1) conținut; 2) formă; 3) actualitate.

În afară de aceasta, o informație de calitate trebuie să fie:

1. oportună (să apară la timpul potrivit);
2. relevantă (să intrige cititorul);
3. consistentă (să conțină toate detaliile și faptele ce caracterizează evenimentul);
4. exactă (pentru a nu denatura adevărul și a induce în eroare cititorul);
5. accesibilă (să fie înțeleasă fără a apela la dicționare);
6. clară (a nu da motive pentru interpretări echivoce sau confuze).

# 2. Faptul ziaristic și relația ziarist-fapt

**Faptul ziaristic și calitățile lui * Corelația fapt – eveniment în opera ziaristică * Obiectivism și subiectivism în interpretarea faptelor.**

Bibliografie selectivă:


1. Coman, M. *Introducere în sistemul mass media*. Capitolul: „Munca jurnalistului – între improvizație și proceduri de rutină". Iași: Polirom, 1999, p. 213-229.
2. Pleșu, A. *Despre obiectivitate în jurnalismul românesc*. În: Ilie Rad (editor coordonator). *Obiectivitatea în jurnalism*. Bucureşti: Tritonic, 2012, p. 13-36.
3. Guzun, M. *Obiectivitate sau transparență?* În: Ilie Rad (editor coordonator). *Obiectivitatea în jurnalism*. Bucureşti: Tritonic, 2012, p. 69-82.
4. Moraru, V. *Imlicațiile politice ale știrii*. În: *Mesajul și impactul informației*. Coord.: V.Moraru. Chișinău: CCRE „Presa", 1998, p. 13-31.
5. Robu, Iu. *Transformarea faptului în informație*. În: *Jurnalismul pentru omul de rând*. Chișinău: CIJ, 2000, p. 24-38.
6. Isaacs, A. *Fapte, analize, opinii*. În: *Jurnalismul pentru omul de rând*, p. 39-44.
7. Lazăr, M. *Evenimentul și mass media*. În: *Manual de jurnalism. Tehnici fundamentale de redactare*. Vol. II. Coord.: M.Coman. Iași: Polirom, 1999, p. 107-118.
8. Lazăr, M. *Metode și tehnici de colectare a informației*. În: *Manual de jurnalism. Tehnici fundamentale de redactare*. Vol. I. Ediția a II-a. Coord.: M.Coman. Iași: Polirom, 2001, p. 13-30.
9. Guzun, M. *Cifrele – instrument de manipulare în campania electorală*. În: *Informarea vs. manipularea electoratului*. Coord.: A. Dumbrăveanu. Chișinău: CEP USM, 2015, p. 39-42.
10. Фоминых, В. Н. *Публицистический факт*. Новосибирск: Изд-во Красноярского ун-та, 1987.

## 2.1. Faptul ziaristic și calitățile sale

În viața cotidiană au loc diverse fapte, evenimente, fenomene, însă nu toate prezintă interes pentru presă, au șanse de a deveni cunoscute unui public larg. Deci există faptul „brut" și faptul care prezintă interes public și datorită acestei calități el apare în vizorul mass-mediei, devenind astfel fapt ziaristic.

Dar să vedem, mai întâi, ce este faptul în sensul larg al cuvântului, care este etimologia lui?

Cuvântul fapt provine de la latinescul factum, ceea ce înseamnă *fapt*, *acțiune*, *lucrare*, *lucru*.

Diverse dicționare definesc cuvântul fapt ca întâmplare reală, eveniment, lucru petrecut în realitate, acțiune săvârșită de cineva, faptă reală. În calitate de sinonime sunt atestate cuvintele: caz, întâmplare, chestiune, lucru, fenomen. Așadar, definiția faptului ziaristic ar fi următoarea: faptul ziaristic este un eveniment, o întâmplare, o acțiune, un fenomen care a avut loc în realitate și care prezintă interes public.

Faptul ziaristic are dimensiuni, semnificații, are început, dezvoltare, sfârșit. De regulă, el este rezultatul unor acțiuni şi situații ce se produc în cele mai dramatice și neverosimile clipe ale existenței umane.

În acest sens, faptul ziaristic are tensiune, emană energie, are gravitație, provoacă sentimente, emoții, atitudini, trezește simpatie, ură, panică, stări pozitive sau negative. Faptul apărut în presă poate avea impact imediat ori într-o perspectivă apropiată, îl poate face pe cititor să urmeze un exemplu, să evite greșeli, să repete un succes, să depășească propriile complexe, să preântâmpine o catastrofă, să prognozeze un eveniment. Faptul poate mobiliza, insufla încredere în forțele proprii, dar poate și deruta, dezorienta (de exemplu, rezultatele unui sondaj).

Faptul ziaristic este unul specific, el posedă un vast potențial: 1) informativ, 2) cognoscibil, 3) emotiv. Faptul urmează a fi apreciat din perspectiva semnificației lui, prin prisma cauzelor care l-au produs, circumstanțelor în care a evoluat, consecințelor care pot urma.

Deci, faptul utilizat în textele jurnalistice poate avea atât efecte pozitive, cât și negative asupra cititorului:

1) Poate să-l revolte, să-l provoace la un comportament neadecvat;

2) Poate să-l convingă de justețea unor ipoteze;
3) Poate să-l mobilizeze la anumite acțiuni.

Cum poate fi investigat un fapt ziaristic divers? Care sunt aceste etape?: 1) Descriere; 2) Cauze; 3) Pierderi omenești; 4) Pierderi materiale; 5) Organizații, instituții implicate: poliție, pompieri, „Crucea roșie", medici; 6) Supraviețuitori; 7) Defecțiuni în organizarea și acțiunile instituțiilor chemate să intervină; 8) Fenomene sociale care apar: jafuri, spaimă, panică; 9) Deschideri spre viitor, depășirea situației: revenirea la viața normală, lucrări de reconstrucție etc.

## 2.2. Corelația fapt – eveniment în opera ziaristică

Un rol important în valorificarea eficientă a faptelor îi revine personalității jurnalistului, experienței de viață, competenței, spiritului de observație. Marele regizor sovietic de origine ucraineană Alexandr Dovjenko scria: „Doi privesc în jos. Unul vede o băltoacă, altul stelele, care se reflectă în ea".

În practica ziaristică există o corelație evidentă între fapt și eveniment. Evenimentul este faptul socialmente semnificativ. Deci, orice eveniment se constituie din fapte.

Evenimentele se împart în: 1) organizate (programate, planificate); 2) neprevăzute. Din categoria evenimentelor organizate fac parte: conferințe de presă, contacte diplomatice, manifestări culturale, științifice, sportive etc.

Evenimentele neprevăzute se constituie din: accidente, incidente, catastrofe, crime, acte violente, dezastre, crize, adică tot ce provoacă interesul uman.

În ziaristică faptele întotdeauna au prioritate. Legea de aur de care se conduce un jurnalist are următoarea formulă: „Faptele sunt sfinte, comentariile sunt libere".

Este necesar să se facă o distincție între fapt și atitudinea față de el. Uneori faptele sunt folosite nu pentru a informa, ci pentru a prezenta realitatea într-o variantă pe care o dorește cineva. Deci, trebuie să distingem strict faptul de interpretarea lui.

Însă faptul „brut", informația pură pentru a fi utilă are nevoie de explicații, de precizări complementare. Deci, jurnalistul imprimă

faptului o primă valoare adăugată prin explicațiile și aprecierile de rigoare.

Totodată, este important de menționat că relația ziarist–fapt este una de natură subiectivă. Aceasta se exprimă, în primul rând, prin selectarea faptelor. Deci, unele fapte sau evenimente sunt pe larg prezentate în mass-media, altele sunt trecute sub tăcere, adică sunt ignorate. În al doilea rând, ziaristul își manifestă atitudinea vizavi de fapt atât în mod direct, prin aprecierea și interpretarea lui, cât și indirect, prin tonalitate, stil, caracterul expunerii, mesajul titlului etc.

Prin natura sa faptul ziaristic este multidimensional, el se află în anumite relații cu alte fapte și situații care constituie un eveniment. În virtutea specificului său, faptul ziaristic are un rol nu numai de informare. El este utilizat ca material pentru analiză, în calitate de argument, ca bază pentru concluzii și generalizări.

Ziaristul urmărește cu atenție evoluția faptelor în societate pentru a le putea utiliza eficient în activitatea sa profesională. El întotdeauna va lua în calcul următoarele postulate:

- un singur fapt este o întâmplare (s-a produs accidental);
- două fapte sunt rezultatul unor acțiuni premeditate (au fost pregătite);
- trei fapte atestă o tendință (evoluția firească a evenimentului);
- patru și mai multe fapte denotă o legitate.

## 2.3. Obiectivism și subiectivism în interpretarea faptelor

De la jurnalist se cere să selecteze și să prezinte faptele într-o manieră obiectivă, echidistantă, nepărtinitoare. Cunoscutul *Dicționar francez „Larousse”* definește obiectivitatea ca „însușirea de a reda fidel realitatea faptelor, exact așa cum s-au produs, fără falsificarea lor subiectivă sau în virtutea preferințelor politice ori partizane”.

Desigur, nu întotdeauna și nu la toți convine obiectivitatea, mai ales atunci, când le afectează imaginea ori interesul. Deseori, guvernanții solicită ca faptele ce urmează a fi tipărite în presă să fie coordonate cu administrația municipiului, raionului, orașului. Deci, se dorește un fel de obiectivitate dozată, obiectivitate permisă, fapt incompatibil cu principiile fundamentale ale presei, deoarece obiectivitatea se consi-

deră o valoare profesional-etică a jurnalismului de informare, de fapt una supremă.

În *Dicționarul explicativ* al cunoscutului lexicograf rus Vladimir Dal „obiectivitatea punctului de vedere al descrierii" înseamnă „spirit de observare, transmitere exactă, fără implicare personală".

Dar, este oare întotdeauna motivată necesitatea difuzării faptelor realmente obiective, comunicarea lor unui auditoriu larg? Ori pot exista circumstanțe, când informația urmează a fi dozată, trecută printr-un anumit filtru, și aceasta pentru a evita situații de panică, de criză, de stres social?

În istorie sunt exemple, când anume datorită nedivulgării faptelor situației reale au fost obținute victorii militare, evitate lovituri de stat, depășite crize economice și financiare.

Exemple: 1) În octombrie-noiembrie 1941 nemții erau la câțiva kilometri de Moscova, orașul putea fi văzut prin binoclu de generalii germani. Dacă acest fapt ar fi fost cunoscut ostașilor de rând și locuitorilor capitalei ruse, s-ar fi putut crea o situație de panică generală și, astfel, Moscova ar fi putut fi ocupată de nemți; 2) În anii "70 ai secolului trecut un grup de ofițeri din Cipru au încercat o tentativă de lovitură de stat. Palatul prezidențial a fost blocat de militarii răzvrătiți, luptele se duceau în interiorul clădirii. În momentul când victoria era parcă câștigată, un post de radio proprezidențial a difuzat informația precum că garda președintelui a respins atacurile complotiștilor. Anume după această știre armata a trecut de partea președintelui și complotul a eșuat; 3) În primii ani de independență s-a creat o situație, când rezervele de grâu puteau asigura cu pâine populația republicii numai pentru două zile. Vă imaginați ce se putea întâmpla, dacă acest fapt ar fi nimerit în mass-media; 4) Tot în această perioadă, o bancă privată se afla la un pas de faliment. Însă, timp de o luna a fost găsită soluția pentru a depăși situația. Dacă deponenții ar fi aflat acest lucru, ei și-ar fi retras banii, iar banca ar fi dat faliment.

Concluzii: nu în toate cazurile și nu întotdeauna este motivată prezentarea obiectivă, în totalitate, a faptelor realității în mass-media.

Desigur, de la jurnalist se cere o interpretare obiectivă a faptelor. Însă, datorită specificului profesiei, el nu poate fi obiectiv sută la sută,

deoarece este chemat să selecteze faptele dintr-un ocean de informații și să le prezinte dintr-un anumit „unghi". Și acest „unghi" este întotdeauna subiectiv, pentru că datorită operativității, textul jurnalistic nu se supune austerității expunerii științifice sau juridice. Or, obiectivitate totală înseamnă exhaustivitate, distanță maximă, stil neutru.

Jurnalistului nu întotdeauna îi reușește acest lucru, deoarece munca lui este rapidă, imediată, având ca rezultat un text pentru toți, dar nu numai pentru cei inițiați. Punctul de vedere personal asupra faptelor, expus prin selectarea și prezentarea lor, presupune o anumită doză de subiectivism, care în ziaristică capătă valoare de originalitate și individualitate.

Desigur, este necesar să se acumuleze suficiente date și fapte pentru a aprecia cât mai just cu putință un eveniment ori situație. A fi obiectiv înseamnă a nu denatura evenimentele, esența lor. E necesară verificarea minuțioasă a faptelor pentru a fi siguri de exactitatea lor. Un exemplu simplu, – numărătoarea în cazul manifestațiilor de stradă: organizatorii au interesul de a majora, iar poliția de a micșora numărul manifestanților. Deci, jurnalistul trebuie să facă trimitere la ambele surse: potrivit organizatorilor și potrivit poliției.

În literatura de specialitate există mai multe puncte de vedere vizavi de prezentarea obiectivă a faptelor în mass-media, luând în calcul situația, că prin natura sa actul de creație este o categorie subiectivă. În dependență de unghiul de abordare a acestei probleme în literatură există trei opinii, sunt trei categorii de autori:

1) Din prima categorie fac parte acei care consideră că jurnalismul nu poate fi a priori obiectiv, deoarece obiectivitatea nu este decât un mit, o legendă, o dorință.

2) Pentru a doua categorie, obiectivitatea există și ea se manifestă prin aceea că jurnalistul nu trebuie să mintă în mod deliberat. El poate să greșească din neștiință, el poate să nu înțeleagă ceva, dar nu poate să manipuleze faptele în mod premeditat.

3) A treia categorie înțeleg obiectivitatea drept responsabilitate, echidistanță, transparență, echilibru în procesul de prezentare și interpretare a faptelor în presă.

Se poate concluziona că obiectivitatea ziaristului este un indiciu al profesionalismului, al calității, al respectării corectitudinii și eticii jurnalistice.

# 3. Noțiunea de gen în creația jurnalistică

**Genul în creația jurnalistică: delimitări teoretice * Clasificarea genurilor ziaristice * Criterii de alegere a genului în ziaristică.**

Bibliografie selectivă:


1. Agnès, Y. *Introducere în jurnalism.* Iaşi: Polirom, 2011, p. 185-199.
2. Florea, L. S. (coord.). *Gen, text şi discurs jurnalistic.* Bucureşti: Tritonic, 2011, p. 17-101.
3. Popescu, C. F. *Manual de jurnalism*. Bucureşti: Tritonic, 2005, p. 13-73.
4. Roşca, L. *Producţia textului jurnalistic.* Iaşi: Polirom, 2004, p. 49-100.
5. Guzun, M. *Genul în creația jurnalistică*. În: *Integrare prin cercetare și inovare*. Rezumate ale comunicărilor la Conferința științifică națională cu participare internațională, 28-29 septembrie 2016. Chișinău: CEP USM, 2016, p. 243-247.


## 3.1. Genul în creația jurnalistică: delimitări teoretice

Viața cotidiană este reflectată în presă în mod diferit ca formă, ca volum, ca modalitate. În funcție de importanța și semnificația faptelor sau a evenimentelor, de impactul lor social sunt utilizate diverse forme și variante de prezentare a acestora în mass-media.

În fiecare număr de ziar sau program audiovizual pot fi întâlnite diferite materiale ca temă, ca dimensiune, ca manieră de interpretare. Însă ceea ce le unește pe toate este prezența în ele a informației operative, a faptelor recente.

Operele ziaristice se pot diviza în grupe, în raport de apartenența lor la un gen ziaristic.

Deci, genul ziaristic este o grupare de opere ziaristice, având comune tehnici de selectare, apreciere, interpretare, utilizare a informației și a opiniilor despre ea, precum și atitudinea, tonul, stilul, maniera de prezentare a faptelor și ideilor în presă.

Din această definiție, rezultă că genurile ziaristice sunt categorii ale prezentării faptelor și evenimentelor în presă.

În mod firesc prezentarea presupune două aspecte:

1) Aspectul exterior, adică structura, corelația dintre conținut și formă;

2) Aspectul interior, adică atitudinea, tonul, stilul, maniera de prezentare a faptelor și ideilor.

Despre același eveniment sau pe una și aceeași temă se pot scrie și știri, și reportaje, și comentarii. Deci, conținutul sau realitatea reflectată sunt aceleași, însă modul de prezentare a acestora este diferit.

În linii mari, fiecare operă ziaristică poate fi tratată din două perspective:

1) a conținutului;

2) a formei.

Ce este mai important în ziaristică, conținutul informației sau modul de prezentare a ei? Ori altfel zis, conținutul sau forma?

Desigur, că conținutul operei ziaristice determină forma. Aceasta însă nu înseamnă că forma are o importanță secundară, deoarece de ea depinde, în mare măsură, gradul de percepție de către cititor a conținutului.

Așadar, genul ziaristic este forma, haina verbală pe care o îmbracă faptele, gândurile, ideile, pe care jurnalistul vrea să le transmită pe cale tipărită sau audiovizuală publicului larg.

Forma concisă, ritmul dinamic al expunerii, detaliul semnificativ, folosirea faptelor relevante, transmiterea clară a mesajului, originalitatea expunerii, prezența noului, a cuvântului potrivit la locul potrivit – iată doar câteva cerințe ce trebuie respectate în toate genurile ziaristicii moderne.

În practica cotidiană cunoașterea genului este importantă atât pentru ziarist, cât și pentru redacție:

1) pentru ziarist, în vederea structurării informațiilor, argumentelor, concluziilor, a utilizări documentelor, fapt ce va determina calitatea operei ziaristice;

2) pentru redacție, a determina ponderea pe care o au știrile, reportajele, articolele în vederea îmbunătățirii calității ziarului.

Fiecare gen ziaristic se caracterizează prin următoarele particularități esențiale:

1) Mesajul informațional;

2) Însușirile structural-compoziționale;

3) Calitățile lingvistico-stilistice.

Așadar, cunoașterea diverselor genuri jurnalistice este esențială în procesul de însușire a practicii profesionale. Utilizarea unei game bogate de genuri asigură jurnalistului încredere în forțele proprii, îi sporește măiestria, extinde diapazonul tematic al operelor ziaristice.

## 3.2. Clasificarea genurilor ziaristice

În funcție de conținut, formă, volum, genurile ziaristice pot fi clasificate în două mari grupuri:

1) Genuri informative (primare);

2) Genuri de opinie sau analitice (comentative).

Genurile informative ocupă spații masive în presă și au drept scop difuzarea operativă a informației din cele mai diverse domenii de activitate (politică, economică, socială, culturală etc.).

Cele dintâi publicații apărute în lume tipăreau în pagiunile lor diverse materiale informative. Primul ziar din Principatul Moldovenesc „Albina românească" (1829) al lui Gheorghe Asachi avea pentru genurile informative două rubrici: 1) Novitale din lăuntru; și 2) Novitale din afară.

Și în prezent, datorită ritmului vertiginos al vieții, deficitului de timp, noilor tehnologii informaționale primatul genurilor scurte sau informative devine dominant, iar cele de opinie sau comentative sunt trecute în plan secundar.

Genul informativ fundamental este știrea. De regulă, ea trebuie să răspundă la întrebările: Cine? Ce? Când? Unde? Uneori, ea conține și elemente comentative, răspunzând la întrebările De ce? și Cum?

Principalul obiectiv al știrii este să informeze. Informând, știrea orientează, formează, educă publicul. Acest obiectiv se realizează atât prin selecția evenimentelor reflectate, cât și prin faptul că știrea este, de multe ori, un „semnal" care va fi continuat, extins, aprofundat prin alte genuri ziaristice.

Reportajul, de asemenea, face parte din categoria genurilor informative. Acest gen se caracterizează prin participarea ziaristului la evenimentul descris, deplasarea pe teren, prin folosirea de mijloace literar-plastice. În reportaj, autorul descrie ce a văzut, a auzit, a simțit personal.

Cât privește interviul, apoi acest gen prezintă faptele, evenimentele, ideile prin intermediul discuției ziaristului cu un interlocutor, în urma unei întrevederi. Forma clasică a interviului este succesiunea: întrebare-răspuns.

Este important să precizăm că unele reportaje și interviuri depășesc sfera informativului, în ele se regăsesc și elemente comentativ-analitice.

În familia genurilor informative este inclusă relatarea ori darea de seamă. De la acest gen se cere nu atât de a recrea atmosfera ca în reportaj, ci de a prezenta pe larg faptele și acțiunile principale de la un eveniment, de a face subiectul interesant pentru cititor.

Al doilea grup de genuri o constituie cele comentative, analitice sau de opinie. Dacă în genurile informative jurnalistul relatează fapte, povestește un eveniment, o situație, apoi în cele comentative se face o apreciere a acestora, sunt exprimate opinii, este prezentă poziția, atitudinea autorului. Din acest grup de genuri fac parte ancheta, editorialul, recenzia, cronica, pamfletul, eseul.

În literatura de specialitate pot fi întâlnite diverse opinii vizavi de principiul clasificării, denumirii și numărului de genuri în ziaristică. De exemplu, francezul Yves Agnès în manualul său *Introducere în jurnalism* atestă 27 de genuri repartizate în cinci familii. Iată denumirile acestora: 1) *știrea scurtă*, 2) *filetul*, 3) *sinteza*, 4) *ecoul*, 5) *revista presei*, 6) *infografia*, 7) *reportajul*, 8) *portretul*, 9) *necrologul*, 10) *relatarea*, 11) *articolul istoric*, 12) *analiza*, 13) *ancheta*, 14) *dosarul*, 15) *rezumatul unui document*, 16) *interviul*, 17) *masa rotundă*, 18) *microancheta*, 19) *tribuna liberă*, 20) *comunicatul*, 21) *poșta redacției*, 22) *avanpremiera*, 23) *editorialul*, 24) *biletul*, 25) *recenzia*, 26) *cronica*, 27) *caricatura*.

Această clasificare este făcută, pornind de la experiența presei franceze.

Noi, în cadrul disciplinei „Jurnalismul de informare”, vom pune accentul pe experiența presei din Republica Moldova.

Este important de menționat că fiecare gen se divizează în specii după două criterii de bază:

1) Structural-compozițional și
2) Tematic.

În acest sens, de exemplu, dispunem de știre anticipată, știre șocantă; interviu-relatare, interviu-opinie; reportaj de atmosferă, reportaj de eveniment etc.

Să vedem însă ce este comun pentru toate genurile și ce este specific pentru fiecare din ele?

1) Orice gen ziaristic are ca punct de plecare fapte din realitate. Cu toate acestea, genurile se deosebesc între ele prin modul cum sunt prezentate faptele selectate de ziarist.

2) Unele genuri comunică, în primul rând, fapte, evenimente (știrea, reportajul, interviul), altele sunt destinate comunicării ideilor (articolul, eseul).

Comunicând fapte, evenimente, știrea, reportajul sau interviul promovează, în același timp, idei. De asemenea, articolul și eseul nu pot comunica idei luate din neant, ci bazate tot pe fapte și evenimente reale.

3) În interiorul fiecărui gen, speciile ce se disting după criteriul structural-compozițional, urmează calea de la simplu la complex: știre obișnuită-știre dezvoltată; interviul-relatare, interviu-analiză.

4) După criteriul tematic, genurile pot fi clasificate pe domenii: știri economice, politice, culturale, sportive etc.

5) Genurile ziaristice funcționează ca un sistem în care elementele se pot interfera. În practica gazetărească rar se întâlnesc genuri pure. În reportaj pot fi regăsite elemente de interviu, în relatare-de reportaj etc.

6) Utilizarea fotografiei în presă a dat naștere unor genuri specifice: știrea foto, fotoreportajul, fotocronica, fotoancheta, iar prezența schemelor și diagramelor a stimulat apariția genului numit infografie sau știre vizualizată.

7) Preluate din presa scrisă, genurile ziaristice și-au păstrat caracteristicile esențiale la radio și televiziune. Desigur, în audiovizual

genurile au acumulat pe parcurs anumite elemente specifice. De asemenea, nu toate genurile din presa tipărită se regăsesc în audiovizual. De exemplu, relatarea. Există şi alte aspecte specifice: în presa scrisă ştirea începe cu răspunsul la întrebarea când, în timp ce la radio şi televiziune trebuie mai întâi să dea răspuns la întrebarea ce s-a întâmplat?

### 3.3. Criterii de alegere a genului în ziaristică

Genul ziaristic poate fi ales de autor înainte sau după documentarea pe teren, ori poate fi propus de redacţie.

În orice caz, decizia definitivă se ia după documentarea pe teren, când fiecare detaliu poate decide viitoarea formă de prezentare a faptelor.

Anume, din acest motiv sunt necesare cunoştinţele de bază referitoare la genuri. Cine nu cunoaşte ce genuri are la dispoziţie pentru a-şi exprima ideea ziaristică are puţine şanse ca textul realizat să aibă priză la public.

Deci, numai cunoscând specificul şi cerinţele fiecărui gen în parte, jurnalistul va putea realiza operativ, inteligibil, convingător şi variat un articol de calitate.

În unele redacţii există gazetari care s-au specializat în unul sau mai multe genuri ziaristice. Însă este necesar de a preciza că specializarea timpurie poate dăuna într-o anumită măsură profesiei. Ziariştii buni, chiar dacă preferă un anumit gen sau sunt folosiţi unilateral în redacţii, oricând sunt capabili să se exprime, cel puţin onorabil, în cele mai variate forme gazetăreşti.

Deseori, sunt apreciate de public şi de colegii din redacţie operele ziaristice care nu întru totul respectă canoanele genului. Deci, genurile ziaristice nu sunt încorsetate de reguli rigide.

Fiecare situaţie ori eveniment are particularităţile sale şi de aceea prezentarea lor în presă nu se încadrează perfect în limitele unui anumit gen.

Deci, nu există genuri în sine, ci opere ziaristice redactate în diferite genuri. În acest caz, apare întrebarea: de ce este necesară cunoaşterea genurilor?

În primul rând, pentru că permite jurnalistului să aleagă diverse forme de exprimare, să opteze operativ pentru acele genuri care îi oferă eficienţă maximă în situaţia dată.

În al doilea rând, pentru că adevărata inovare în domeniul genurilor ziaristice poate începe numai după ce se ştie tot ce s-a creat anterior. Deci, apariţia unor noi genuri se datorează efortului creator, talentului ziaristului în evoluţie. În plan istoric, mai întâi a apărut ştirea, apoi reportajul, interviul, relatarea, editorialul...

În context, apare întrebarea: un subiect, o temă poate fi prezentată prin orice gen ziaristic?

Răspunsul ar fi următorul: sunt teme, evenimente, situaţii care cer să fie tratate prin anumite genuri. De exemplu, teme de mare anvergură, evenimente şi fapte cu largi implicaţii sociale necesită folosirea unor genuri cu o mai mare pondere a aspectului comentativ (editorial, anchetă), pe când faptul divers, evenimentele curente sunt prezentate, de regulă, prin genurile informative.

Opţiunea pentru un anumit gen se află în raport direct cu aria de difuzare (presa locală, presa naţională), în raport cu publicul (tineret, copii, femei etc.).

Deci, o operă ziaristică de calitate este determinată, în mare măsură, de opţiunea autorului pentru un gen sau altul, de maniera de abordare a temei, de exploatarea la maximum a specificului genului ales.

# 4. Tehnici de colectare a informației în operele ziaristice. Surse de documentare

**Observarea * Lectura și studierea documentelor * Interviul * Surse de documentare *Clasificarea surselor de documentare**

Bibliografie selectivă:


1. Keeble, R. (coord.) *Presa scrisă. O introducere critică*. Iași: Polirom, 2009, p. 81-88.
2. Agnès, Y. *Introducere în jurnalism.* Iaşi: Polirom, 2011, p. 68-71.
3. Grigoryan, M. *Manual de jurnalism*. Chișinău: Centrul de Jurnalism Independent, 2008, p. 22-34.
4. Șerbănescu, A. *Întrebarea. Teorie și practică*. Iași: Polirom, 2002, p. 47-59.


Munca unui jurnalist începe cu colectarea informației. Principalele tehnici sunt:

1. Observarea;
2. Lectura și studierea documentelor;
3. Interviul.

## 4.1. Observarea

De regulă, cele mai convingătoare fapte sunt cele trăite de ziarist. Din acest motiv, el e prezent la acțiuni militare, la demonstrații, la probe sportive. Pentru un adevărat profesionist, contează să vadă lucrurile cu ochii proprii, să le treacă prin inima sa. Prezența ziaristului la fața locului imprimă știrilor veridicitate, dinamism, expresivitate. Ca rezultat, textul ziaristic devine mai bun, mai convingător, mai interesant.

Ziaristul trebuie să vadă pe teren ceea ce este nou, ceea ce este semnificativ, ceea ce este incitant. El urmează să noteze cu mare precizie: datele, cifrele, numele proprii.

Deosebit de importante sunt detaliile care creează efectul prezenței. Ziaristul trebuie să știe nu numai a privi, ci și a observa.

Aflându-se, de exemplu, în biroul unui demnitar de stat este necesar a observa gesturile, pasiunile și slăbiciunile acestuia. Un gazetar atent va afla multe, observând lucrurile de pe masa funcționarului: titlurile cărților sau lipsa lor, fotografiile copiilor, colecțiile de obiecte adunate.

Participând la un miting antiguvernamental, în afară de mesajul discursurilor, autorul va observa expresia fețelor participanților, modul cum sunt îmbrăcați pentru a determina categoria socială a celor prezenți.

Observarea poate fi făcută din interior, atunci când jurnalistul participă nemijlocit la eveniment, de exemplu, în calitate de membru al unei expediții, și din afară, când urmărește desfășurarea evenimentului ca martor.

Observarea poate fi, de asemenea, deschisă sau discretă, în funcție de poziția celui care observă. În cazul când jurnalistul observă deschis, el își anunță de la bun început prezența și scopul aflării sale la eveniment, iar în cazul observării discrete, persoana sa rămâne anonimă.

## 4.2. Lectura și studierea documentelor

Un document prezintă valoare confirmând ori infirmând informația obținută în timpul unui interviu sau în urma propriilor observații. Documentul este argumentul principal în cazul când cineva combate conținutul știrii.

În calitate de documente pot fi utilizate:

– Comunicate de presă;
– Dicționare, enciclopedii, ghiduri și îndrumare;
– Rapoarte și informații financiare;
– Bugetul de stat și bugetele locale;
– Legi și hotărâri;
– Rezultate ale unor sondaje;
– Cărți, colecții de ziare;
– Internetul;
– Baze de date.

În internet se pot găsi majoritatea documentelor utile.

## 4.3. Interviul

În afară de gen informativ, despre care vom vorbi mai târziu, interviul este o metodă eficientă de colectare a informației. Dacă ziaristul vrea să precizeze detalii ale unui incident, de exemplu, atunci el va lua interviu la fața locului. În acest caz, accentul se pune pe eveniment, dar nu pe persoana intervievată.

În cazul utilizării interviului ca metodă de obținere a unei informații, se pune întrebarea „Ce?". În asemenea interviuri au valoare declarațiile, amănuntele pe care le oferă sursa. Aceste interviuri se iau, atunci când se scrie despre un anumit eveniment sau temă, dar nu despre o personalitate. Ziaristul va folosi dintr-un asemenea interviu cel mult un citat-două.

## 4.4. Surse de documentare

Sursele de la care ziariștii află despre fapte și evenimente pot fi multiple și diverse. Aici un rol important îl are arta de comunicare a ziaristului, contactele și relațiile pe care le are în diferite cercuri politice, economice, guvernamentale.

Printre potențialele surse de documentare se numără:

– Poliția;
– Serviciile de pompieri și urgențe;
– Deputații și membrii Guvernului;
– Liderii politici;
– Oamenii de afaceri;
– Conducătorii sindicali;
– Liderii religioși;
– Exponenți ai societății civile;
– Persoane din lumea sportului;
– Specialiști în domeniu, savanți, experți;
– Lideri de opinie etc.

Orice știre va menționa sursa sau sursele, care au furnizat informația. Sursele trebuie sa fie cât se poate de precise.

Aprecierile, judecățile de valoare vor include întotdeauna menționarea sursei, la fel ca și relatarea evenimentului propriu-zis.

Ştirea, de exemplu, prezintă fapte, mărturii, opinii, însă în ea nu pot fi luate atitudini faţă de acestea. Pentru un jurnalist, ar fi imposibil să caute adevărul absolut într-o informaţie care va fi, prin urmare, atribuită unei surse.

Sursa poate fi chiar corespondentul sau reporterul, atunci când acesta ia un interviu ori asistă la eveniment.

De regulă, sursa este din afara redacţiei.

## 4.5. Clasificarea surselor de documentare

Sursa de documentare poate fi directă, indirectă, identificată, neidentificată.

I. Sursa directă

Este sursa la care ziaristul a avut acces direct:

– Anunţă poliţia;

– Conform martorilor;

– A declarat preşedintele;

– Arată comunicatul.

II. Sursa indirectă

Este citată de ziarist, ca fiind cea care a relatat evenimentul:

– Afirmă ziarul „Timpul”, referindu-se la „surse guvernamentale”;

– Declară preşedintele Franţei, citat de agenţia France Presse.

III. Sursa poate fi:

1. Identificată, adică poate fi atribuită, între ghilimele, unei persoane concrete.

Sursa identificată poate fi oficială şi neoficială.

Oficială: potrivit dlui Prim-ministru Ion Sturza...

Neoficială: potrivit dlui Ion Buga, martor ocular al evenimentului...

2. Sursa neidentificată. Ea este citată între ghilimele şi atribuită unei surse precise, dar nu i se dă numele.

Sursa neidentificată poate fi oficială: – Conform Casei Albe; – Conform unui înalt funcţionar al Ministerului Educaţiei...

și neoficială: – Conform unui grevist care a refuzat să-și dea numele...; – Conform unui expert în domeniu...; – Din surse diplomatice occidentale...

3. Sursă care nu poate fi atribuită unei entități precise:

– Din sursă demnă de încredere...

– În cercuri bine informate...

În caz de conflict, ziaristul se folosește de regula celor două surse.

De exemplu, în știrea despre un miting de protest în fața primăriei trebuie să fie prezentă atât poziția protestatarilor, cât și opinia conducerii primăriei vizavi de subiectul dat.

# 5. Elemente intrinsece textului jurnalistic

**Titlul * Șapoul * Intertitlul * Legenda**

Bibliografie selectivă:


1. Agnès, Y. *Introducere în jurnalism.* Iaşi: Polirom, 2011, p. 127-143; 151-157.
2. Preda, S. *Tehnici de redactare în presa scrisă.* Iaşi: Polirom, 2006, p. 115-126.
3. Popescu, C.F. *Manual de jurnalism*. Bucureşti: Tritonic, 2005, p. 167-181.
4. *Manual pentru ziariştii din Europa Centrală şi de Est*. Editor: Mallette, M.F. World Press Freedom Committee, 1992, p. 133-139.
5. *La început a fost cuvântul.* Vol.I. Manualul Agenției France Presse. Editor coordonator N.Bercan. București: Fundația Rompress, 1998, p. 164-166.


## 5.1. Titlul

Calitatea operei ziaristice depinde de mai mulți factori. Un rol important în acest sens revine găsirii şi folosirii adecvate a titlului, șapoului, intertitlului, legendei.

Titlul este primul element de care ia cunoştință cititorul, motivul principal al alegerii textului. Titlul atrage atenția, incită, impresionează, dă tonul.

Găsirea unui titlu original şi adecvat conținutului este o adevărată artă. În cadrul unor ziare există persoane speciale, numite „titrori", care au misiunea de a prezenta știrea prin intermediul titlurilor într-o formă cât mai accesibilă şi atractivă. Datorită interesului selectiv sau lipsei de timp, unii cititori iau cunoştință numai de titluri.

Deci, titlurile trebuie să cuprindă mesajul, esența materialului.

I. Funcțiile titlului:

1. Atrage atenția prin forma grafică, prin cuvintele-cheie care îl

compun, reține atenția la primul nivel de lectură. Titlul asigură primul contact al ziarului cu cititorul;

2. Oferă esențialul dintr-o privire, creează imaginea în raport cu actualitatea zilei, cu principalele subiecte din știre;

3. Favorizează alegerea: cititorul face selecția știrilor asupra cărora intenționează să revină;

4. Structurează pagina, îi imprimă un aspect grafic plăcut, cititorul trece de la un titlu la altul, sau de la o pagină la alta;

5. Ierarhizează informațiile: în prima pagină sunt prezentate informațiile principale transmise prin intermediul titlurilor.

II. Calitățile titlului

Un titlu bun are nevoie, în primul rând, de „forța cuvântului semnal". Aceasta depinde de frecvența folosirii cuvântului, de posibilitatea ca el să fie perceput fără dicționare explicative. Sensul lui trebuie să fie clar, fără echivoc.

De asemenea, titlul trebuie să fie concis, să conțină cuvinte concrete, iar formularea să fie simplă. Un titlu original atrage cititorul de la prima vedere, este vioi, laconic și ușor de înțeles. Cuvintele din titlu sunt scurte și dinamice pentru a evita ambiguitățile. Titlurile trebuie să fie mai degrabă pozitive decât negative.

Unii autori propun ca titlul să fie compus maximum din șapte cuvinte pentru a putea fi perceput dintr-o singură privire. Cu cât titlul este mai scurt, cu atât el poate beneficia de litere mai mari.

În titlu este necesar să apară cuvântul ori cuvintele-cheie folosite în text. Drept titlu poate fi o propoziție din text.

Construcția sintactică cea mai simplă în titlu este subiect – predicat – complement.

În titluri este necesar să evităm abrevierile (în afară de cele cunoscute: NATO, UE, UNESCO, ONU), arhaismele, neologismele, regionalismele, cuvintele de specialitate.

III. Clasificarea titlurilor

Titlurile se împart în informative și incitante.

Titlul informativ este un rezumat al conținutului textului. El repre-

zintă 80% din titlurile ziarelor cotidiene și răspunde la una din întrebările mesajului esențial, la cea mai importantă dintre ele. Exemple: *„Republica Moldova și Uniunea Europeană au lansat discuțiile pe marginea agendei de asociere”, „Rata șomajului în Republica Moldova rămâne în creștere”, „S-a încheiat anul Spiridon Vangheli”*.

Titlul informativ este titlul „rege” al presei cotidiene. El are menirea de a transmite cititorului o informație utilă pentru viața sa cotidiană. Exemplu: „*S-au scumpit gazele*”.

Majoritatea titlurilor informative sunt scrise la timpul prezent pentru a exprima caracterul de actualitate al știrii. Exemplu: „*Noi nu ne dezvoltăm, ci supraviețuim*”.

Cum nu trebuie să fie un titlu: „*Un bărbat își sărbătorește a 90-a aniversare*”. Un asemenea titlu nu intrigă pe măsură. Mai adecvat ar fi următorul titlu: „*La 90 de ani Artur Gherman privește cu încredere în viitor*”.

Titlul incitant urmărește scopul de a trezi curiozitatea cititorului, a-l sensibiliza, a-i provoca interesul pentru subiect. Pentru titlurile incitante se folosesc cuvinte șocante, cuvinte puternice desprinse din text pentru a uimi imaginația cititorului. Exemple: „*Crimă odioasă la Durlești*”, „*O moldoveancă a fost răpită de rebelii sirieni*”, „*Un funcționar acuză un polițist de tortură*”.

În titlurile incitante sunt folosite calamburul, parafraza, proverbe, sloganuri. Pot fi parafrazate titlurile unor filme, opere cunoscute. Exemplu: *Filmul lui Emil Loteanu: „Табор уходит в небо” – „Табор уходит в Лондон” ( „O șatră urcă spre cer” – „O șatră urcă spre Londra” ) – rromii de origine română din Franța au început să plece în Marea Britanie.*

Titlul ideal este o îmbinare dintre titlul informativ și cel incitant. Și în acest caz, pentru titlu se aleg cuvintele-cheie din text.

Majoritatea titlurilor sunt scrise la timpul prezent pentru a sublinia caracterul de actualitate.

Există, însă, și excepții, cum este cazul subiectelor istorice. De exemplu, se va scrie: „*Columb a descoperit America*”, dar nu „*Columb descoperă America*”.

Pentru a sensibiliza cititorul, în afară de titlu, sunt folosite supratitlul, subtitlul, intertitlul, șapoul. Aceste elemente sunt utilizate în alte genuri decât cel al știrii.

Supratitlul este plasat deasupra titlului, are caractere mai mici decât acesta. El precizează momentul (când?) și locul (unde?). De asemenea, poate indica domeniul la care se referă informația: „Poluarea atmosferei". Reamintește contextul în care se plasează subiectul știrii: „Situația din Transnistria". Uneori, se reduce la un singur cuvânt-reper: „Incredibil!"

Subtitlul completează titlul-informativ, răspunde la întrebările: Cum? De ce?

Exemplu: Supratitlul: „La Orhei se fură ca în codru";

Titlul: „S-a furat până și emblema orașului";

Subtitlul: „Deși a fost anunțată, poliția încă n-a început cercetările".

## 5.2. Șapoul

De regulă, șapoul se utilizează când lipsește subtitlul. El este situat între titlu și text. Șapoul are o funcție dublă:

– informativă: completează titlul, precizează subiectul și unghiul ales de reporter;

– incitativă: surprinde, creează dorința de a continua lectura.

Șapoul este un text autonom, specific, e prezentat grafic cu alte caractere de litere pentru a atrage atenția și a echilibra vizual pagina.

Se consideră că șapoul este necesar pentru textul care depășește 2-3 mii de semne. Volumul șapoului va fi proporțional cu cel al articolului (aproximativ 10%). Dacă titlul este „firma" magazinului, apoi șapoul este vitrina.

Cerințe față de șapou:

1. Să redea elementele din mesajul esențial care nu figurează în restul titrajului, fără a relua textual titlul;

2. Să fie laconic, concis, să conțină fraze scurte, verbe de acțiune, să fie clar, fără sigle, nume proprii necunoscute, liste de cifre;

3. Să fie autonom în raport cu titlul și textul, fără legături gramaticale între aceste elemente.

În unele cazuri, șapoul nu este o expunere a mesajului, ci joacă rolul de introducere în text.

În acest sens există:

1. Șapou de actualizare, care presupune elemente noi, care pot apărea după redactare, fără a modifica textul finalizat;

2. Șapou de prezentare, care motivează rațiunea pentru care este publicat textul, prezentarea autorului, a intervievatului;

3. Șapou de rememorare, care e necesar pentru o anchetă sau reportaj publicat în mai multe numere. Se readuc în memorie, pe scurt, informațiile precedente.

Șapoul precizează subiectul, unghiul ales de reporter pentru a-l prezenta. El se utilizează când lipsește subtitlul. Exemplu: Supratitlul: „Municipale"; Titlul: „Soarele, apa, aerul"; Șapoul: „Dezvoltarea turismului alimentează deja dezbaterile viitoarei campanii electorale".

Șapoul poate fi din câteva rânduri. Cel mai bun este acela care transmite informația esențială.

## 5.3. Intertitlul

El este inutil în cazul textelor mici. Nu se plasează imediat după șapou, ci după 15-20 de rânduri de text. Ca și titlul trebuie să conțină, pe cât e posibil, mai puțin de 7 cuvinte. Exemplu: „Simpozion internațional pe probleme de legislație comunitară" – titlul.

Primul intertitlu: „Vectorul european este o prioritate".

Al doilea intertitlu: „Armonizare, democratizare, eficientizare".

Al treilea intertitlu: „Perspective clare, promițătoare".

Totul este corect, dar nu și atractiv. Probabil că ziaristul s-a grăbit cu scrisul. Puteau fi găsite intertitluri mai originale.

Intertitlul oferă un răgaz cititorului, propune un plan al conținutului textului, disciplinează lectura.

## 5.4. Legenda

Legenda este textul care însoțește o fotografie publicată în ziar. Scopul ei constă în a explica ce este în fotografie. O legendă foto, iscusit formulată, poate să transforme o poză mediocră într-o imagine atractivă

pentru cititor, ajutându-l să intre în temă. Legenda trebuie să reflecte și să explice ce este pe fotografie, dar o face într-o manieră originală, bătătoare la ochi, informativă și spirituală. Cine sunt personajele din fotografie? Unde a fost făcută? Ce reprezintă această scenă? Despre ce vorbesc datele prezentate în grafic? La aceste și alte întrebări poate da răspuns o legendă scrisă cu multă inspirație și măiestrie.

Există multiple modalități de a scrie legende interesante și atractive. De regulă, aceste texte includ:

1. Răspunsuri la întrebările de referință pe care și le pune cititorul când privește fotografia: „Cine?", „Când?", „Unde?". Exemplu: „*Președintele României, Nicolae Ceaușescu, împreună cu soția Elena Ceaușescu și fiul Nicu Ceaușescu pe aeroportul din Chișinău, 1 august 1976*". („Moldova Socialistă", 1976, 2 august);

2. O precizare care aduce o informație suplimentară ce nu se regăsește în interiorul articolului: „*Mihai Ghimpu și Ion Hadârcă lideri liberali: ieri prieteni, azi rivali*". („Săptămîna", 2013, 27 septembrie);

3. Un rezumat care dezvoltă mesajul esențial și rezumă știrea: „*Președintele Federației moldovenești de fotbal, Pavel Ciobanu, nu este mulțumit de performanțele selecționatei naționale*". („Timpul", 2012, 12 mai);

4. O explicație ce precizează sensul unei fotografii care, ar fi rămas ambiguu, iar fotografia ar fi putut ilustra și alte articole. Imaginea unei fâșii de codru publicată în „Timpul" este explicată prin următoarea legendă: „*În ultimii 20 de ani suprafețele de păduri din Republica Moldova s-au micșorat cu mai mult de 15%*". („Timpul", 2009, 18 august);

5. Un citat este utilizat, mai ales, când e vorba despre fotografia unei personalități. Exemplu din ziarul „Săptămîna" cu imaginea lui Iurie Leancă: „*Dacă cetățenii Moldovei nu vor călători fără vize în Europa, eu îmi voi da demisia*". („Săptămîna", 2012, 12 septembrie);

6. O incitare ce reprezintă o singură frază, dar care dă tonul materialului: „*Primarul Chișinăului Dorin Chirtoacă va merge până la capăt, deoarece, lacul Valea Morilor este pentru el o chestiune de onoare*". („Timpul", 2010, 12 iunie).

O exigență deosebită urmează a fi acordată textului legendelor care însoțesc fotografiile publicate în prima pagină. În unele ziare de formatul A-3, o fotografie poate ocupa toată pagina întâi.

Partea II

# Genurile informative

# ȘTIREA

**Definiţia ştirii * Tipurile de ştiri * Sursele ştirii * Legea proximităţii * Structura ştirii * Factori care asigură succesul ştirii * Tehnici de documentare * Tehnici de redactare a ştirii**

Bibliografie selectivă:


1. Popescu, C.F. *Manual de jurnalism. Redactarea textului jurnalistic. Genurile redacţionale*. Bucureşti: Tritonic, 2005, p.186-205.
2. Lazăr, M. *Evenimentul şi mass-media*. În: *Manual de jurnalism. Tehnici fundamentale de redactare.* Coord. M.Coman. Vol. II. Iaşi: Polirom, 1999, p. 107-118.
3. Lazăr, M. *Metode şi tehnici de colectare a informaţiilor*. În: *Manual de jurnalism. Tehnici fundamentale de redactare.* Coord. M.Coman. Vol. I. Ediţia a II-a. Iaşi: Polirom, 2001, p. 13-30.
4. Roşca, L. *Textul jurnalistic*. În: *Manual de jurnalism. Tehnici fundamentale de redactare.* Coord. M.Coman, Vol.I, 1997, p. 46-53; Vol.I, Ediţia a II-a, 2001, p. 99-107.
5. Agnès, Y. *Introducere în jurnalism.* Iaşi: Polirom, 2011, p. 203-222.
6. Traciuc, V. *Ştirea radio*. În: *Manual de jurnalism. Tehnici fundamentale de redactare.* Coord. M.Coman. Vol.I. Ediţia a II-a. Iaşi: Polirom, 2001, p. 213-236.
7. Randall, D. *Jurnalistul universal*. *Ghid practic pentru presa scrisă*. Iaşi: Polirom, 1998, p. 37-47.
8. Keeble, R. (coord.). *Presa scrisă. O introducere critică.* Iaşi: Polirom, 2009, p. 99-142.
9. *Manual pentru ziarişti din Europa Centrală şi de Est.* Editor Mallette, M.F. World Press Freedom Committee, 1992, p. 43-50.


## 1. Definiția știrii

Știrea este prezentarea în mass-media a unor fapte noi și relevante într-o ordine și într-un limbaj simplu și adecvat lecturii, care vine să informeze și să trezească, în același timp, interesul cititorilor.

În literatura de specialitate, poate fi întâlnită o definiție mai simplă: știrile constituie evenimentele și faptele care vizează într-un mod sau altul viața cititorului, prezentul și viitorul lui.

Însă nu există o definiție universală a știrii care ar integra toate punctele de vedere, ar explica noțiunea și modul în care să fie reflectate adevăratele noutăți din fluxul de evenimente și întâmplări ce se produc zilnic. Oamenii manifestă interese dintre cele mai diverse: ei vor să știe ce se întâmplă pe stradă, în oraș, în țară, în lume. Deci, obiectul știrilor îl constituie gama de probleme și preocupări care determină existența cotidiană. De exemplu, scumpirea tarifelor la gazele naturale sau electricitate va afecta viața majorității populației. Este evident că știrea care vizează aceste subiecte prezintă interes pentru toate categoriile de cititori.

Există o serie de caracteristici ale noutăților, evenimentelor și fenomenelor, precum și anumiți factori datorită cărora acestea devin știri.

Un vechi manual de jurnalism conținea următorul exemplu: „*Nu este o știre când un câine mușcă un om, deoarece, așa ceva se întâmplă des. Însă, când un om mușcă un câine, atunci avem o adevărată știre*".

În toate cazurile, elementul fundamental al știrii rămâne noutatea.

Potrivit tradiției franceze, știrea trebuie să răspundă la 5 întrebări de bază: Cine? Ce? Când? Unde? De ce? Tradiția engleză mai adaugă o întrebare – Cum?

Exemplu: „*Mihail Hodorkovski, oligarh rus, (cine?) a fost grațiat (ce?) din motive familiale (de ce?) vineri, 22 decembrie 2013 (când?) și a părăsit penitenciarul din Karelia (unde?) la bordul unui helicopter (cum?)*." (Infotag)

## 2. Tipuri de știri

Potrivit tematicii, structurii, volumului, știrile se împart în următoarele categorii: șocantă, obișnuită, scurtă, dezvoltată, anticipată, de deschidere, bilanț, sinteză.

**Știrea șocantă** este relatarea unui eveniment petrecut în ultimele 24 de ore și tratează o problemă de interes actual. Știrea despre o crimă este modelul știrii șocante. Crima, ca violență extremă, este căuta-

tă cu insistență pentru a fi publicată datorită elementelor care o compun: apare între indivizi, este dramatică, este prezent conflictul, este o acțiune fizică extremă, are intensitate emoțională maximă, perturbă ordinea publică, amenință comunitatea, poate fi vizualizată, este actuală și concretă, corespunde preocupărilor presei. Exemplu: „*Marți, 10 septembrie, angajații Penitenciarului nr. 13 din Chișinău au ridicat un telefon mobil în forma de breloc de la unul dintre deținuții din custodia acestei instituții. După ce oamenii legii au observat un comportament straniu al persoanei cu pricina, au purces la o percheziție inopinată a celulei în care își ispășește pedeapsa condamnatul. Ca rezultat, într-un ascunziș din peretele odăii, au fost găsite: 1 telefon mobil în formă de breloc, un telefon mobil obișnuit și 2 acumulatoare. De menționat că, la prima vedere, telefonul mobil în formă de breloc nu se deosebea cu nimic de o simplă amuletă purtată la ceas sau centură – obiect care ar fi fost permis spre uz în detenție.*" („Ziarul de Gardă", 2013, 12 septembrie).

Știrile șocante, de regulă, se publică cu prioritate, fiindcă ceea ce se întâmplă azi, nu se întâmplă în fiecare zi.

Realizarea unor asemenea știri necesită operativitate maximă, precizarea detaliilor, măiestrie profesională.

**Știrea obișnuită** relatează despre un eveniment ordinar care exclude elementul senzațional. Ea conține de la 100 până la 300 de cuvinte. Exemplu: „*Furnizorul de agent termic din capitală anunță că în prezent 379 de apartamente și 8 automobile se află sub sechestru din cauza datoriilor la agentul termic consumat. Rău-platnicii au o datorie totală de peste 1,2 milioane de lei, transmite IPN. Potrivit unui comunicat de presă al SA Termocom, alte 34 de persoane care au acumulat datorii de peste 41 de mii de lei la agentul termic în sezonul de încălzire 2012-2013 s-au ales cu bunurile casnice sechestrate. Doar pe parcursul săptămânii curente au fost depuse la executare 70 de noi titluri și au fost eliberate de către instanțe 112 titluri executorii în sumă de peste 40 milioane de lei. Furnizorul menționează că în cazul neachitării sumelor restante în termenul acordat de executorul judecătoresc, automobilele și bunurile casnice vor fi comercializate prin intermediul unui magazin cu comision. Săptămâna precedentă, 86 de*

*datornici cu o restanță totală de peste 12 milioane de lei au achitat integral plățile debitoare.*" („Timpul", 2013, 25 octombrie)

Deseori, ştirile obişnuite ce conţin un fapt divers pot fi publicate cu mai mult succes decât un eveniment, teoretic vorbind, mai important (discursul unui şef de stat etc.). Ştirile obişnuite trebuie redactate bine, mai ales, în lead (atac). Fiind prin natura lor mai puţin urgente, autorul le poate rescrie de mai multe ori, le poate reciti fără grabă înainte de publicare.

Unele ştiri obişnuite pot fi publicate azi sau peste 5-10 zile, deoarece, evenimentul real este de durată. În această categorie se înscrie tema şomajului, inflaţiei, copiilor străzii, câinilor vagabonzi etc.

După volum, ştirea poate fi scurtă sau dezvoltată.

**Ştirea scurtă** poate să conţină 4 – 5 rânduri, care răspund la întrebările: Cine? Ce? Unde? Când? şi dacă e cazul Cum? şi De ce? Exemplu: „*Patru persoane (cine?) au fost rănite, dintre care una grav, în accidentul în care a fost implicat un autocar şcolar (ce?), vineri, 15 decembrie (când?) în localitatea Ghidighici (unde?). Autocarul a căzut peste un autoturism care încerca să îl depăşească pe şoseaua ce traversează localitatea (cum?)*". (Moldpres).

Cea mai frecventă greşeală a ziariştilor începători constă în aceea, că ei nu sesizează corect mesajul esenţial, fapt ce duce la alegerea greşită a cuvintelor-cheie de la începutul ştirii. În exemplul, pe care l-am adus mai sus, informaţia este justificată de numărul răniţilor, dar nu de faptul că un autobuz şcolar a căzut peste un autoturism, care vroia să-l depăşească. Într-o ştire este important rezultatul unei întruniri, dar nu faptul că ea a avut loc. Construirea primului alineat se face aproape întotdeauna după modelul: subiect – predicat – complement, răspunzând mai întâi la întrebările „Cine?" şi „Ce?".

Deseori, ştirea scurtă nu are titlu, iar primele cuvinte ale textului trebuie să fie cuvinte-cheie, semnificative pentru tema abordată şi sunt, de regulă, evidenţiate. Exemplu: „***Comuniştii** promit revoluţie pe 21 noiembrie, dacă Coaliţia de guvernare nu va demite Cabinetul de Miniştri, nu va anunţa alegeri parlamentare anticipate şi nu va da curs unui referendum privind unirea R. Moldova cu Rusia şi Belarus, – se spune într-o declaraţie a PCRM.*

***SUA** și-a anunțat disponibilitatea de a sprijini agenda Guvernului R. Moldova în perioada pro și post – Vilnius. Asigurările au fost făcute în cadrul unei întrevederi cu premierul Leancă la Chișinău de către Eric Rubin, asistent adjunct al Secretarului de Stat al SUA.*

***R. Moldova** ar putea obține regim liberalizat de vize cu UE în 2014, înaintea Ucrainei. De această părere este ministrul lituanian de externe. „Chișinăul abordează acest subiect mult mai serios decât Kievul", susține Linkevicius într-un interviu pentru publicația Kommersant.*

***Premierii** României și R. Moldova, V. Ponta și Iu. Leancă, au plecat astăzi la Bruxelles. Potrivit Mediafax, cei doi șefi de guverne vor discuta în capitala Europei probleme care „ar ușura apropierea Chișinăului de Uniunea Europeană*". („Ziarul de Gardă", 2013, 14 noiembrie).

Scrierea unei știri scurte se bazează pe două principii:

– Selectarea informației în scopul de a reține esențialul, indiferent din ce sursă provine noutatea;

– Condensarea la maximum a textului, folosirea unui vocabular concis, a unor propoziții simple.

**Știrea dezvoltată** cuprinde aproximativ 20-30 de rânduri. În afară de răspunsurile la cele 5 întrebări (Cine, Ce, Unde, Când, De ce) ea trebuie să aducă câteva informații suplimentare: Cum s-a produs evenimentul? Care sunt sau vor fi consecințele? Exemplu: „*Republica Moldova şi Uniunea Europeană au lansat ieri, în cadrul unei videoconferinţe, discuţiile pe marginea Agendei de Asociere, instrumentul care va pregăti şi asigura implementarea Acordului de Asociere, inclusiv a Zonei de Comerţ Liber, Aprofundat şi Cuprinzător. Părţile au efectuat un prim schimb de opinii pe marginea proiectului Agendei de Asociere, au stabilit calendarul de consultări şi au convenit asupra definitivării acesteia până în primăvara anului 2014, potrivit unui comunicat al Ministerului Afacerilor Externe şi Integrării Europene de la Chişinău.*

*Agenda va include obiectivele şi priorităţile de implementare a Acordului de Asociere, în special cu privire la dialogul politic, reforme, justiţie şi afaceri interne, dezvoltare economică şi socială, contacte interumane şi aspecte comerciale care vizează Zona de Comerţ Liber.*

*După aprobarea conţinutului Agendei de Asociere, va fi adoptat un Program Naţional de Implementare cu acţiuni concrete şi termene de implementare a obiectivelor fixate în Agenda de Asociere pentru perioada 2014-2016.*

*Următoarea rundă de consultări pe marginea Agendei de Asociere Republica Moldova-UE va avea loc la Chişinău, la 16 ianuarie 2014.*

*Republica Moldova a parafat la 29 noiembrie Acordul de asociere cu UE, care cuprinde şi crearea Zonei de Liber Schimb şi speră să-l semneze în 2014, cel mai probabil în luna septembrie*". (AGERPRES)

În unele cazuri, apare necesitatea de a prezenta evenimentul pe durata desfăşurării, adică în derulare. În acest sens, există: 1) ştiri anticipate (înainte de eveniment), care anunţă evenimentul; 2) ştiri de deschidere, despre începutul evenimentului (prima zi a evenimentului); 3) ştiri-bilanţ (despre un eveniment care s-a prelungit în timp, reluând, în linii mari, derularea evenimentului) şi 4) ştiri-sinteză (după consumarea definitivă a evenimentului).

1. **Ştirea anticipată**. Orice eveniment important al cărui dată este cunoscută dinainte, va fi precedat de una sau mai multe ştiri, care prezentă evenimentul respectiv. Ştirea anticipată cuprinde 400-500 de cuvinte, se difuzează cu 48 sau 36 de ore înainte de eveniment pentru a putea fi preluată de presa scrisă în ajunul evenimentului. Exemplu: „*Premierul Iurie Leancă se va afla luni, 23 decembrie, într-o vizită de lucru la Bucureşti, în cadrul căreia va avea o întrevedere cu prim-ministrul României, Victor Ponta. Cei doi oficiali au convenit cu privire la această vizită în cadrul unei discuţii telefonice. Potrivit unui comunicat de presă al Guvernului de la Chişinău, Victor Ponta l-a informat pe omologul său moldovean că Guvernul României va oferi un grant de 20 de milioane de euro pentru dezvoltarea educaţiei preşcolare din Moldova, ca un gest de solidaritate şi sprijin pentru Republica Moldova*". („Săptămîna", 2013, 20 decembrie)

Unele evenimente importante necesită mai multe ştiri anticipate transmise, pe rând, în săptămâna precedentă. Exemplu: alegeri prezidenţiale sau parlamentare (care cuprind sondaje de opinie), jocuri olimpice, campionate mondiale la diverse probe sportive etc.

Întâlnirile politice dintre primii oameni în stat, de asemenea, sunt precedate de ştiri anticipate, care cuprind dinamica relaţiilor bilaterale, a schimburilor comerciale.

2. **Ştirea de deschidere**. Aceasta este, de obicei, o ştire scurtă, cuprinsă între 200 şi 300 de cuvinte, publicată şi difuzată în ziua evenimentului. Subiectul principal este prezentat în lead şi se vorbeşte mai mult despre ziua care începe. Exemplu: *Geneva, 10 iunie (AFP): `Barack Obama şi Vladimir Putin se întâlnesc, joi, la Geneva în cadrul unui prim contact la vârf între cei doi preşedinţi.*

*Preşedintele Statelor Unite urma să sosească la Geneva la 9.30 (ora locală), la o jumătate de oră după sosirea şefului statului rus. Au fost luate măsuri stricte de securitate după explozia nerevendicată de miercuri seara, în centrul Genevei, a două bombe artizanale care nu au produs decât pagube uşoare.*

*O primă rundă de negocieri între Obama şi Putin urma să aibă loc la ora 11.00 (ora locală).*

*Convorbirea nu are o ordine de zi stabilită, dar observatorii diplomatici apreciau joi, că ea se va referi cel puţin la subiectul terorismului*".

Se va evita, în măsura posibilului, timpul viitor, folosindu-se expresii care anticipează evenimentul de tipul: „*În cursul zilei cei doi conducători de stat se întâlnesc unul la unul. Ziua urmează să se încheie cu un dineu de gală oferit de gazdă*".

3. **Ştirea-bilanţ** cuprinde 500-600 de cuvinte şi exprimă principala semnificaţie a unui eveniment care s-a derulat în timp, reluând, în linii mari, etapele desfăşurării lui.

Printre subiectele unei ştiri-bilanţ pot fi întâlnirile diplomatice, politice, economice, sportive sau culturale, activitatea Guvernului sau a Parlamentului într-o anumită perioadă.

O ştire-bilanţ nu va începe niciodată prin constatarea banală că evenimentul s-a consumat. Prin urmare, nu se va scrie niciodată în leadul unei ştiri-bilanţ: „*Conferinţa miniştrilor de externe CEMN s-a încheiat joi, după trei zile de lucrări…*" Ci se va scrie: „*Ţările membre CEMN vor intensifica colaborarea reciproc avantajoasă în domeniul comercial-economic pe termen lung, conform hotărârii conferinţei miniştrilor de externe, care s-a încheiat joi*".

Ştirea-bilanţ va preciza apoi care sunt creşterile schimburilor economice preconizate, va prezenta în linii mari desfăşurarea conferinţei cu momentele cruciale, reluând spre sfârşit esenţialul din comunicatul final.

4. **Ştirea-sinteză** este realizată din elemente culese din mai multe surse: telegrame, documente, declaraţii, conferinţe de presă, aprecieri ale experţilor. În ştirea-sinteză informaţiile complementare adunate de jurnalist duc la o prezentare mai completă a subiectului şi conţine elemente explicative mai numeroase, prezentând cititorului o mai bună înţelegere a evenimentului, a situaţiei, a problemei. Totuşi, ştirea-sinteză nu conţine aprecieri sau comentarii personale. Jurnalistul rămâne în cadrul informaţiei stricte. Exemplu: *„Echipa intelectualilor în care joacă reprezentantul Republicii Moldova Grigore Alhazov a cîştigat versiunea internaţională a jocului „Ce? Unde? Cînd?”. Campionatul mondial la „Ce? Unde? Cînd?”, ediţia a IX-a, s-a desfăşurat în oraşul rusesc Dubna, la 13 şi 14 septembrie. Pe primul loc s-a clasat echipa lui Ivan Semuşin, din care face parte conaţionalul nostru Grigore Alhazov, precum şi Maxim Russo, Dmitri Beleavschi, Evgheni Paşkovski, Alexandra Bruter şi Veronica Romaşeva. Pe podium au mai urcat echipa lui Ilia Ber, a lui Maxim Potaşev şi cîştigătoarea finalei mici, echipa lui Anton Gubanov. Pentru victorie au luptat 350 de erudiţi din 15 ţări: Armenia, Azerbaidjan, Belarus, Finlanda, Georgia, Israel, Kazahstan, Letonia, Lituania, Marea Britanie, Republica Moldova, Rusia, Turkmenistan, Uzbekistan şi Ucraina”.* („Săptămîna”, 2013, 20 septembrie)

Ştirea-sinteză reprezintă nu doar o modalitate de a reflecta pe larg un fapt care a avut loc recent – un accident rutier, o grevă a cadrelor didactice, un scrutin electoral, o remanieră în Guvern etc., – ci va prezenta la fel de detaliat un subiect ce nu ţine de actualitatea fierbinte: un centru sportiv în construcţie, încălzirea globală a climei, mijloace de luptă împotriva gripei aviare, reduceri de preţuri în marele centre comerciale.

Ce asigură succesul unei ştiri-sinteze?

1. Sistematizarea elementelor extrase din diverse surse şi fixarea punctelor asupra cărora va trebui de insistat la fiecare în parte: fapte,

explicații, citate. E necesar de verificat autenticitatea informației;

2. Stabilirea unghiului de abordare a faptelor și clarificarea mesajului principal;

3. Selectarea informațiilor utile, clasarea și ordonarea lor după planul ierarhic al „piramidei inversate".

Este necesară, de asemenea, verificarea numelor proprii, a cifrelor. Titlul e, de regulă, informativ și trebuie să fie inspirat din mesajul esențial al știrii.

## 3. Sursele știrii

Sursele de la care ziariștii află despre fapte și evenimente pot fi multiple și diverse. Aici un rol important îl are arta de comunicare a ziaristului, contactele și relațiile pe care le are în diferite cercuri politice, economice, guvernamentale.

Printre potențialele surse se numără:

– poliția;
– serviciile de pompieri și urgențe;
– deputații și membrii Guvernului;
– liderii politici;
– oamenii de afaceri;
– conducătorii sindicali;
– liderii religioși;
– exponenți ai societății civile;
– persoane din lumea sportului;
– specialiști în domeniu, savanți, experți;
– lideri de opinie etc.

Orice știre va menționa sursa/sursele, care au furnizat informația. Sursele trebuie sa fie cât se poate de precise.

Aprecierile, judecățile de valoare vor include întotdeauna menționarea sursei, la fel ca și relatarea evenimentului propriu-zis.

Știrea prezintă fapte, mărturii, opinii, însă în ea nu pot fi luate atitudini față de acestea. Pentru un jurnalist ar fi imposibil să caute adevărul absolut într-o informație care va fi, prin urmare, atribuită unei surse.

Sursa poate fi chiar corespondentul sau reporterul, atunci când acesta ia un interviu, ori asistă la eveniment.

În general, sursa este din afara redacției.
Sursa poate fi directă, indirectă, identificată, neidentificată.

I. **Sursa directă**
Este sursa la care ziaristul a avut acces direct:
– Anunță poliția;
– Conform martorilor;
– A declarat președintele;
– Arată comunicatul.

II. **Sursa indirectă**
Este citată de ziarist, ca fiind cea care a relatat evenimentul:
– Afirmă ziarul „Timpul", referindu-se la „surse guvernamentale";
– Declară președintele Franței, citat de agenția France Presse.

III. Sursa poate fi:
1. Identificată, adică poate fi atribuită, între ghilimele, unei persoane concrete.
Sursa identificată poate fi oficială și neoficială.
Oficială: potrivit dlui Prim-ministru Ion Sturza...
Neoficială: potrivit dlui Ion Buga, martor ocular al evenimentului...
2. Sursa neidentificată. Ea este citată între ghilimele și atribuită unei surse precise, dar nu i se dă numele.
Sursa neidentificată poate fi oficială: – Conform Casei Albe; – Conform unui înalt funcționar al Ministerului Educației;
și neoficială: – Conform unui grevist care a refuzat să-și dea numele...
– Conform unui expert în domeniu...
– Din surse diplomatice occidentale...
– În cercuri apropiate Președinției...
3. Sursă care nu poate fi atribuită unei entități precise:
- Din sursă demnă de încredere...
- În cercuri bine informate...

În caz de conflict, ziaristul se folosește de regula celor două surse.

De exemplu în știrea despre un miting de protest în fața primăriei trebuie să fie prezentă atât poziția protestatarilor, cât și opinia conducerii primăriei vizavi de subiectul dat.

## 4. Legea proximității

Faptele care stau la baza știrilor trebuie să fie pentru cititori inedite, interesante, utile, apropiate de sfera lor de activitate. Aceasta se numește legea proximității (ceea ce este apropiat, învecinat). În acest sens, există proximitatea geografică, cronologică, psihoafectivă și socială.

(Vezi compartimentul ***„Legea proximității ca factor determinant în selectarea informației pentru mass-media”*** din capitolul ***„Informația de presă: specificul și calitățile ei”)***

## 5. Structura știrii

Modelul tradițional al structurii știrii este cel al piramidei inversate. În literatura de specialitate pot fi întâlniți termenii „piramida răsturnată”, „piramida îmbinată”, „piramida obișnuită”, „piramida circulară” etc.

În cazul piramidei inversate (forma cea mai frecvent utilizată în redactarea știrilor) informațiile mai importante se află la vârful ei, iar celelalte urmează în ordinea scăderii importanței lor. Aceasta înseamnă că știrea începe cu esențialul și continuă cu elemente mai puțin importante care pot fi eliminate, începând cu finalul știrii, fără ca sensul informației să fie denaturat. Deci piramida inversată frecvent utilizată de agențiile de știri, permite scurtarea știrii de jos în sus.

O asemenea structură are mai multe avantaje. Primul avantaj: cititorul poate întrerupe lectura știrii în orice moment, deoarece el a aflat deja informația cea mai importantă. Tot ce urmează sunt de acum lucruri secundare. Al doilea avantaj: metoda ajută la scris. Este suficient de a selecta informația după importanța ei și știrea este de acum încheagată. Al treilea avantaj: ziaristul poate pune punct la știre în momentul în care faptele relevante au fost prezentate.

Redactarea sub formă de piramidă inversată presupune că restul ştirii, după eliminarea paragrafelor (alineatelor), începând cu sfârşitul, rămâne în continuare o informaţie completă, de sine stătătoare. Bineînţeles, cu fiecare paragraf redus, cititorul va pierde din informaţie, însă el ştie că spre sfârşitul ştirii faptele sunt mai puţin relevante.

Deci, într-o ştire corect structurată următorul paragraf vine să completeze paragraful precedent.

O ştire clasică se compune din lead, sublead, paragrafe (alineate) complementare în număr variabil.

Lead-ul este primul paragraf sau primul alineat al ştirii şi este compus dintr-o frază unică, scrisă în cuvinte simple, precise, bine selectate. El nu trebuie să conţină decât o singură idee, clar exprimată, în cel mult 30-35 de cuvinte. Aceasta înseamnă trei rânduri pe ecran, şase rânduri pe coloana ziarului sau, aproximativ, zece secunde de lectură la microfon.

Lead-ul (primele două-trei rânduri care constituie „atacul" ştirii) este elementul esenţial al informaţiei, rezumatul acesteia într-un număr minim de cuvinte.

Deci, lead-ul trebuie să fie simplu, concret, să se refere numai la fapte. El cuprinde maximum de informaţie în minimum de cuvinte. Tot în cuprinsul lead-ului trebuie să fie indicată sursa.

Uneori, este imposibil de a include în primele 2-3 rânduri toate elementele care ar trebui să le conţină un lead, în cazul dacă este necesar de a indica funcţiile unor personalităţi sau numele unor instituţii, sau dacă trebuie prezentate două sau chiar trei aspecte ale evenimentului. În asemenea cazuri, este folosit sublead-ul, care cuprinde elementele ce nu au putut fi incluse în lead.

În continuare vin paragrafele (alineatele) complementare, de explicare a mesajului esenţial.

În mod ideal, leadul trebuie să răspundă la întrebările: Cine? Ce? Când? Unde? Exemplu: „ *Lead: Secretarul de Stat american John Kerry vine la începutul lunii decembrie la Chişinău, anunţă Departamentul de Stat al Statelor Unite.*

*Sublead: John Kerry se va întîlni la Chişinău cu liderii politici, pentru a discuta despre parcursul european al Republicii Moldova.*

*Paragraf, alineat: Vizita sa face parte dintr-un turneu care include Bruxellesul, Israelul și Cisiordania. Inițial, pe agenda secretarului american era inclusă și o vizită la Kiev, dar aceasta a fost anulată*". („Săptămîna", 2013, 29 noiembrie).

Ce nu trebuie să conțină un lead:

1. Lucruri banale, arhicunoscute;
2. Expresii de tipul: „După cum am comunicat", „Se știe că…" etc.;
3. Nume ale unor persoane necunoscute, fără a arăta cine sunt acestea, ce funcții dețin;
4. Sugestii cititorului pentru a lua o atitudine față de eveniment prin fraze de genul: „Vești bune ne-au venit…"; „O istorie tristă s-a întâmplat…".

De asemenea, lead-ul nu va fi interogativ, nu va fi negativ, decât cu foarte rare excepții. Lead-ul nu va începe cu un citat.

Cea mai bună metodă de redactare a lead-ului este și cea mai simplă: subiect – predicat – complement sau atribut. Exemplu: *Belfast, 31 mai (AFP). Un soldat britanic (cine?) a murit (ce?) duminică (când?) în urma exploziei unei mașini capcană (cum?) la nordul țării (unde?).*

## 6. Factori care asigură succesul știrii

Factorii, datorită cărora un eveniment poate deveni știre, sunt:

1. Conflictul;
2. Proximitatea în spațiu;
3. Proximitatea în timp.

**Factorul conflictului**

Întreaga noastră viață se constituie din conflicte. Conflicte între șefi și subalterni, între cei puternici și cei slabi, între prieteni, între rude apropiate. Există conflicte între state, conflicte interetnice, conflicte religioase.

Pot exista conflicte și interese la examinarea unor proiecte de legi în Parlament, la adoptarea unor decizii la ședințele de Guvern. Astfel de subiecte prezintă interes pentru publicul larg, iar ziaristul este dator să pătrundă în esența acestor conflicte și să le prezente în mod obiectiv cititorului.

Atenția pe care o acordă presa conflictelor armate, manifestațiilor de masă, protestelor sociale este determinată de interesul cititorilor față de tematica unor astfel de știri. Iscusința jurnalistului de a sesiza conflictul și de a relata adecvat despre el, constituie un indiciu al profesionalismului.

**Factorul proximității în spațiu**

Oamenii întotdeauna doresc să știe ce se întâmplă în imediata lor apropiere. Pentru cititor este mult mai interesant să citească noutățile obișnuite din țara sa, decât despre întâlnirea a doi șefi de state din țări îndepărtate. Ziaristul alege pentru știri evenimente și subiecte care sunt apropiate cititorilor.

Oamenii caută știri ce se aseamănă cu viața, aspirațiile și interesele lor, despre persoane care au un mod de viață și de gândire similar. Din acest punct de vedere, știrile locale se citesc cu mult interes.

**Factorul proximității în timp**

Cititorul vrea să știe ce s-a întâmplat astăzi, acum, câteva ore în urmă. Viața unei știri e scurtă. Impactul ei durează cel mult o zi-două. Deci, în prim-plan apare operativitatea, promptitudinea cu care este difuzată informația. Tehnologiile moderne asigură transmiterea știrilor în regim real. Succesul depinde, de asemenea, de experiența și măiestria jurnalistului de a scrie și a redacta știrea „din mers".

## 7. Tehnici de documentare

(Vezi compartimentul „Tehnici de colectare a informației în operele ziaristice")

## 8. Tehnici de redactare a știrii

Scrierea este o artă a gândirii. Încă în antichitate se spunea: scrie bine nu acela care scrie bine, ci acela care gândește bine. Deci, pentru a scrie bine, trebuie să gândești bine.

Știrea bună se consideră una clară, precisă, succintă, expresivă.

După ce o știre este scrisă, ziaristul trebuie să-și pună trei întrebări:

1. Am exprimat într-adevăr ceea ce vroiam să spun?
2. Am scris știrea cât se poate de concis?

3. Am exprimat lucrurile cât mai simplu cu putinţă?

Aceste trei deziderate sunt imposibil de realizat, fără a poseda un stil laconic şi precis. În cartea sa *Cuvântul,* Rene Cappon aduce următorul citat: „*Stilul viguros este concis. O propoziţie nu trebuie să conţină cuvinte inutile şi un paragraf nu trebuie să conţină propoziţii de prisos din acelaşi motiv pentru care un desen nu trebuie să conţină linii inutile, iar o maşină nu trebuie să aibă piese nefolositoare. Aceasta nu înseamnă, că scriitorul trebuie să folosească doar propoziţii scurte sau să evite detaliile, să prezinte subiectul numai în linii generale, dar fiecare cuvânt trebuie să ne spună ceva*".

La realizarea unei ştiri trebuie să fie respectate anumite etape:

I. Înainte de a scrie:

a) Alege informaţiile din una sau mai multe telegrame, din propriile notiţe, din documente etc. Fii atent la selectarea detaliilor semnificative, a citatelor;

b) Gândeşte-te la publicul pentru care scrii;

c) Defineşte conceptul ştirii şi mesajul esenţial;

d) Găseşte fotografiile şi ilustraţiile ce vor însoţi ştirea;

e) Schiţează planul.

II. Scrierea, redactarea:

a) Acordă o atenţie deosebită lead-ului („atacului");

b) Repartizează detaliile şi materialul informativ sub forma unei „piramide inversate". Aceasta înseamnă, că informaţiile cele mai proaspete şi cele mai importante se află la vârful ei, lăsându-le pe cele mai puţin importante sau pe cele mai neinteresante către bază;

c) Respectă planul;

d) Scrie dens, evită cuvintele inutile, frazele de umplutură;

e) Scrie corect, alege cuvintele potrivite şi puternice, evită repetările, apelează la sinonime;

f) Foloseşte un stil dinamic, utilizează adecvat detaliile expresive, citează corect cuvintele protagoniştilor;

g) Pregăteşte finalul ştirii;

h) Verifică volumul textului, aducându-l la dimensiunea cuvenită.

III. După scrierea știrii:

a) Găsește titlul;

b) Recitește știrea pentru a-i găsi imperfecțiunile, greșelile de ortografie și punctuație, pentru a scurta frazele prea lungi;

c) În mod obligatoriu, știrea urmează a fi citită de cel puțin doi colaboratori din redacție. Este necesară o privire proaspătă, din afară asupra știrii înainte ca ea să fie difuzată ori publicată.

În procesul de scriere și redactare, ziaristul trebuie să evite sau să fie precaut la folosirea unor termeni. Care sunt ei?

– Cuvintele abstracte;

– Cuvintele de origine străină, neintegrate în limbajul curent;

– Neologismele;

– Arhaismele ieșite din circulație;

– Abrevierile. Atunci, când nu există certitudinea că fiecare cititor le înțelege, ele trebuie explicate la prima utilizare;

– Jargoanele, expresiile regionale, terminologia unor profesii rare;

– Termenii științifici care au avantajul de a fi precișI, dar și dezavantajul de a nu fi înțeleși decât de specialiștii domeniului respectiv;

– Cuvintele cu mai multe sensuri și semnificații care pot crea impedimente la înțelegerea corectă a textului.

**Folosirea citatelor**

Pe lângă faptul că citatele se utilizează în calitate de argument, ele sunt folosite, de asemenea, pentru:

1. A documenta și a sprijini afirmațiile la persoana a III-a făcute în introducere și în restul textului.

2. A elucida o chestiune controversată, atunci când formularea exactă poate constitui un litigiu, de exemplu, în contexte juridice.

3. A evidenția nuanțe importante ale unui discurs, inclusiv, pentru a sublinia prin intermediul citatelor particularitățile de limbaj ale vorbitorului.

4. A reliefa schimburile de replici de la ședințele Parlamentului, Guvernului, Consiliului municipal, de la întâlnirile unde au loc polemici.

Scopul citatelor este de a susține ideea principală a ştirii prin introducerea vorbirii directe.

Ziariştii din Moldova, deseori, îi citează pe liderii politici Mihai Ghimpu şi Vladimir Voronin al căror limbaj este deosebit de pitoresc şi caustic.

Din Rusia pot fi aduşi ca exemplu, în acest sens, Vladimir Jirinovski şi Vladimir Putin, iar din România Traian Băsescu...

**Abrevierile**

Cu excepția celor foarte cunoscute (km, cm, mm, km/h etc.) abrevierile nu vor fi utilizate, decât după scrierea desfăşurată în text a termenului care va fi în continuare prescurtat: se va scrie cel puțin o dată Uniunea Europeană, înainte de a folosi abrevierea UE în restul ştirii.

E necesar să se țină seama încă de două reguli:

1. Nu se pune punct după abrevierea unei unități de măsură sau a unei monede;
2. Nu se va pune marca („Mazda”) la plural.

**Titlul şi funcțiile lui;**
**Şapoul;**
**Intertitlul;**
**Legenda**
(Vezi compartimentul „ Elemente intrinsece textului jurnalistic”)

# RELATAREA

**Definiţia şi particularităţile relatării * Tipologia relatării * Subiecte pentru relatare * Tehnici de documentare * Tehnici de realizare a relatării**

Bibliografie selectivă:


1. Bâlbâie, R. *Relatarea*. În: *Manual de jurnalism. Tehnici fundamentale de redactare.* Coord. M.Coman.Vol. II. Iaşi: Polirom, 1999, p. 140-158; Vol. II. Ediţia a II-a, 2001, p. 101-110.
2. Agnès, Y. *Introducere în jurnalism.* Iaşi: Polirom, 2011, p. 223-237.
3. Popescu, C.F. *Manual de jurnalism. Redactarea textului jurnalistic. Genurile redacţionale*. Bucureşti: Tritonic, 2005, p.186-205.


## 1. Definiția și particularitățile relatării

Relatarea este un gen informativ specific numai presei scrise. Teoriile americane îi atribuie statutul de gen hibrid între știre și reportaj. Relatarea informează pe larg despre un eveniment de rezonanță, care a avut o dezvoltare în timp sau consecințe cu dezvoltare în timp. În relatare lipsesc cu desăvârșire poziția personală, emoțiile, comentariile proprii. Individualitatea jurnalistului se reduce la arta de a selecta informațiile și a găsi unghiul adecvat de abordare. Relatarea se caracterizează printr-un ton rezervat, neutru, deferent. Important este nu de a reda atmosfera, ci de a scoate în evidență faptele și acțiunile principale. Scopul acestui gen este de a relata tot ceea ce se pare util, nou și interesant pentru cititor.

Jurnalistul este prezent la eveniment, culege informațiile pe teren. Relatarea se referă numai la un singur eveniment. Există deci o conexiune de timp și de spațiu.

Teoreticienii americani definesc relatarea ca o știre „de a doua zi", care amplifică, dezvoltă, precizează informația inițială. A doua zi știrea va fi aprofundată, vor apare noi detalii și specificări, textul va fi revitalizat și actualizat prin noi unghiuri de abordare.

Potrivit autorului francez Michel Voirol, relatarea este un „*gen strict de informare, este o mărturie*". Deci, relatarea este o „informare generală" care se apropie de reportaj prin aceea că jurnalistul observă direct, pe teren desfășurarea evenimentului, dar se deosebește de acesta datorită neutralității autorului, absenței oricărei note personale. În relatare succesiunea cronologică a evenimentelor poate fi diferită de cea a realității, iar citatele utilizate, fixarea decorului, a contextului nu fac altceva decât să dea vigoare textului.

Relatarea nu trebuie confundată cu un proces-verbal sau cu o stenogramă a evenimentului.

Oricare ar fi definiția europeană sau americană, relatarea presupune prezența pe teren a jurnalistului, documentarea directă, indiferent de semnificația evenimentului produs. Ea transmite mesajul esențial prin ierarhizarea informației și nu prin metoda cronologică. În ea pot fi utilizate citate directe, scurte descrieri ale formatului evenimentului.

Prezentarea unui subiect sub formă de relatare nu exclude posibilitatea de a fi reflectat în același ziar sub o altă formă. De exemplu, relatarea „clasică" despre o ședință a Consiliului municipal poate fi completată cu un interviu al primarului, ori al liderului opoziției din cadrul consiliului.

De la o conferință de presă, de exemplu, se poate scrie și o știre, și o relatare, și un reportaj. Totul depinde de mesajul și semnificația evenimentului, scopul autorului.

Relatarea reprezentă aproximativ 60 procente din materialele presei cotidiene. Este deci un gen cunoscut și practicat de aproape toți jurnaliștii.

Printre calitățile profesionale ale unui autor de relatări sunt competența, distanțarea de evenimente, transparența în utilizarea surselor. Uneltele sale de lucru sunt carnetul de note, reportofonul, aparatul foto care îi permit realizarea sarcinilor profesionale.

## 2. Tipologia relatării

În funcție de natura evenimentului, de importanța sa, de interesul pentru cititori, de politica editorială a ziarului, există mai multe tipuri de relatări.

**1. Relatarea tip „raport”** sau **stenografică** are scopul de a prezenta evenimentul cât mai pe larg, în mod exhaustiv, atunci când este vorba de o ședință a consiliului municipal – pentru presa locală sau un simpozion internațional – pentru presa națională. Fiecare punct din ordinea de zi a reuniunii poate fi evidențiat printr-un subtitlu sau pot fi utilizate intertitlurile care vor servi drept ghid de lectură pentru cititor.

**2. Relatarea tematică** evidențiază un anumit subiect sau o anumită temă de la o reuniune, colocviu sau expoziție, celelalte detalii fiind abandonate de ziarist. Subiectul ales va fi acoperit de un număr mare de informații care vor imprima relatării vigoare și o maximă intensitate.

**3. Relatarea de sinteză** sau **analitică** este frecvent utilizată în practica redacțională, deoarece, permite jurnalistului să-și manifeste talentul de observare, de triere, de evaluare a faptelor, oferă cititorului mesajul esențial dintr-un unghi de abordare adecvat evenimentului. Este o metodă compatibilă și aplicabilă la un număr mare de evenimente.

**4. Relatarea tip „povestire”** se caracterizează printr-un stil foarte dinamic, prin prezența replicilor, dialogurilor, detaliilor ce prezintă o manifestare stradală, o ședință amuzantă a Parlamentului, o competiție sportivă plină de dramatism. De exemplu, ziarul moscovit „Коммерсант” a reușit să descrie în asemenea mod negocierile dintre fostul președinte Vladimir Voronin și reprezentantul Rusiei Dmitri Kozak (anul 2003) privind reglementarea diferendului transnistrian – încât cititorul s-a simțit „prezent la eveniment”.

**5. Relatarea tip „reportaj”** cuprinde un eveniment comercial, o ceremonie, o reuniune festivă etc. Contează nu rezultatul, ci evenimentul ca atare. Centrul de interes este nu analiza, ci redarea atmosferei, a „faptelor trăite”. Astfel de relatări pot acoperi, de asemenea, diverse reuniuni științifice ale căror obiect nu necesită o prezentare detaliată a conținutului.

**6. Relatarea „divizată” în segmente** oferă posibilitatea de a prezenta evenimente de mare amploare a căror desfășurare e de durată. De exemplu, congresul partidului politic aflat la guvernare poate fi

reflectat în mai multe materiale abordate dintr-o diversitate de unghiuri, pregătite de mai mulți jurnaliști. O asemenea relatare poate fi compusă din patru materiale: 1) analiza-sinteză asupra principalelor obiective de politică internă; 2) sinteza privind organizarea alegerilor în organizațiile teritoriale de partid înainte de alegerile parlamentare; 3) extrase din decizia finală a congresului adoptată cu o majoritate de voturi; 4) analiza rezultatelor congresului privind principalii vectori ai politicii externe pe termen mediu și în perspectiva îndepărtată.

Unii autori divizează relatările în două categorii: simple și complexe, în funcție de numărul temelor abordate. Structura relatărilor simple și complexe este, în fond, asemănătoare, fiind compusă din:

1) Lead, paragraf inițial (atac) și răspunde la întrebările: Cine? Ce? Unde? Când? Cum? De ce?;

2) Corp propriu-zis. Corpul relatării simple conține detalii, explicații, uneori, informații secundare, pe când corpul relatării complexe este compus din paragrafe de dezvoltare pentru fiecare temă unite prin paragrafe de legătură;

3) Paragraf final sau încheiere.

## 3. Subiecte pentru relatare

Diversitatea vieții sociale în toată amploarea și complexitatea ei este acoperită în presa scrisă și prin genul informativ numit relatare.

Ședințele Consiliului local, adunarea anuală a acționarilor unor unități economice, activitățile comerciale și expoziționale, sărbătorirea zilei orașului etc., pot fi prezentate în presa locală sub formă de relatare.

În ceea ce privește presa națională, ea acoperă prin relatări ședințele Parlamentului, Guvernului, reuniunile internaționale, congresele mișcărilor și partidelor politice, organizațiilor sindicale, religioase, non-guvernamentale, competiții sportive, ceremonii festive naționale.

În centrul de interes al relatării este viața publică și nu viața privată, cu excepția cazurilor unor evenimente personale: ziua de naștere, nunta de aur, alte ceremonii de familie care sunt prezentate la dorința și comanda persoanelor concrete.

Pentru relatare mai potrivite sunt următoarele evenimente:

1) Reuniuni administrative, simpozioane, conferințe, manifestări de stradă, mitinguri;

2) Ceremonii festive (celebrări, înmânare de decorații, dezvelirea de monumente, festivaluri („Invită Maria Bieșu”, „Mărțișor”), ziua ușilor deschise, balul bobocilor, slujbe religioase etc.);

3) Spectacole, filme, competiții sportive;

4) Evenimente neașteptate (accidente, catastrofe naturale, faptul divers);

5) Conferințe de presă.

## 4. Tehnici de documentare

**I. Predocumentarea.** În majoritatea cazurilor, în relatare sunt tratate evenimente despre care se știe din timp, când și unde se vor desfășura. În acest sens, de un real folos pentru ziarist sunt invitațiile, programele, comunicatele de presă.

Aceasta permite o predocumentare, o informare prealabilă despre evenimentele ce urmează să aibă loc și personalitățile care vor participa.

Pregătirea prealabilă va lua în calcul importanța pe care o acordă ziarul evenimentului. Deoarece, în majoritatea cazurilor, jurnalistul nu este specializat într-un anumit domeniu, această etapă de pregătire devine necesară și obligatorie pentru obținerea ulterioară a informațiilor prețioase și alegerea adecvată a unghiului de abordare. Un ziar local poate oferi o pagină întreagă ședinței Consiliului local, de aceea, va fi necesar cunoașterea din timp a tuturor subiectelor incluse pe ordinea de zi, problemele care pot trezi discuții sau polemici între aleșii locali. Diverse simpozioane, reuniuni, conferințe presupun documentarea cu privire la instituția organizatoare și subiectele propuse în ordinea de zi, personalitățile care vor participa la eveniment. Prin intermediul convorbirilor telefonice se poate intra în posesia unor informații suplimentare utile de la purtătorii de cuvânt sau de la organizatorii evenimentului.

Predocumentarea presupune: 1) consultarea prealabilă a documentelor reuniunii sau congresului, propunerile care urmează a fi puse la

vot, proiectele de decizii etc.; 2) intrarea în posesia principalelor rapoarte și cuvântări ale personalităților participante la eveniment; 3) întâlnirea cu una sau două dintre sursele capabile să explice semnificația reuniunii sau importanța unui congres; 4) informarea cu privire la ordinea luărilor de cuvânt, ora la care sosesc personalitățile, eventualitatea susținerii unei conferințe de presă la finalul evenimentului etc.

II. **Documentarea sau munca pe teren.** Documentarea propriu-zisă presupune participarea la eveniment, urmărirea nemijlocită a desfășurării lui.

Un rol important revine alegerii locului de unde jurnalistul poate să audă și să vadă cel mai bine. Totodată, el trebuie să se deplaseze, să fie aproape de o sursă care îi va putea da explicații și amănunte, îl va ajuta să cunoască personalitățile prezente la eveniment.

Este necesar luarea unui număr cât mai mare de notițe. În mod ideal, notele trebuie să răspundă la întrebările esențiale: Cine? Ce? Când? Unde? acordându-se atenție deosebită actorilor și acțiunilor. Urmează a fi fixate intervențiile, detaliile semnificative, frazele-cheie, punctele de vedere diferite, opiniile divergente. Trebuie transcrise corect numele și prenumele persoanelor care vor fi citate în raport, însoțite de funcția exactă pe care o dețin. În unele cazuri, se face o trecere în revistă a vorbitorilor, a persoanelor care au fost alese în forurile de conducere.

Un ziarist cu experiență va colecta rapoartele, rezoluțiile, copiile luărilor de cuvânt, datele statistice, deciziile adoptate – documente necesare pentru scrierea unei relatări de calitate.

Sunt utile discuțiile cu participanții la eveniment, este necesar să aflăm cât mai multe puncte de vedere, mărturii, declarații. Astfel, putem afla adevăruri, subtexte care nu se spun de la tribună, dar care ajută la o înțelegere mai bună a contextului în care se desfășoară evenimentul. Acest lucru se poate face în timpul pauzelor de cafea, când se creează o atmosferă mai sinceră și degajată.

În niciun caz, ziaristul nu trebuie sa părăsească evenimentul înainte de încheierea lui. De multe ori, cele mai interesante episoade apar anume la sfârșitul congresului sau simpozionului, când se alege conducerea și se iau decizii.

Relatarea este un gen operativ, de aceea, încă în timpul derulării evenimentului ar fi bine să ne gândim la unghiul de abordare și la modul de prezentare a faptelor. Acest lucru asigură scrierea operativă a materialului și selectarea detaliilor în procesul desfășurării evenimentului.

Relatarea va avea de câștigat, dacă va fi însoțită de fotografii. În cazul când redacția nu are în statele de personal un fotoreporter, atunci această misiune o va îndeplini jurnalistul. În presa locală, de regulă, se publică două fotografii tradiționale: o imagine a prezidiului și o secvență din sală. Relatările de la diverse ceremonii, competiții sportive vor fi însoțite de mai multe fotografii.

În cazul unor evenimente de amploare, cum ar fi, congresele partidelor sau scrutinele electorale redacțiile creează echipe de ziariști pentru a acoperi în întregime evenimentul. În asemenea situații este desemnat un redactor sau un ziarist-coordonator, care va aduna informațiile colegilor, apoi va scrie singur relatarea, selectând și sistematizând faptele pe capitole aparte, sub un unghi propriu de abordare.

Uneori, jurnalistul este pus în situația de a pregăti o relatare fără a participa la eveniment, fără a se deplasa la fața locului. Cauzele pot fi diferite: suprapunerea activităților, condițiile climaterice nefavorabile etc. În acest caz, jurnalistul se bazează pe mărturiile și impresiile participanților la eveniment, utilizează comunicatele de presă, telegramele, convorbirile telefonice. Desigur, în asemenea situație nu poate fi vorba de scrierea unei relatări-model.

În practică se întâlnesc cazuri când, din anumite motive, jurnalistul nu are acces la eveniment. De exemplu, în anul 2013 în Republica Moldova a fost luată decizia potrivit căreia ședințele de Guvern au loc cu „ușile închise", adică fără prezența jurnaliștilor. O informație oficială în aceste condiții poate prezenta după ședința Guvernului Primministrul, ori purtătorul de cuvânt. Golurile în informație pot fi completate punând întrebări membrilor Guvernului, altor participanți la ședință. În astfel de cazuri, un rol important revine relațiilor personale cu sursele de informare.

De asemenea, jurnalistul nu poate fi prezent la evenimente imprevizibile: cutremur de pământ, accidente rutiere, incendii, crime,

jafuri etc. În aceste cazuri, există două surse principale de informare: una oficială, alta neoficială. Din prima, face parte poliția, departamentul situații excepționale care oferă informațiile de bază: locul, ora, circumstanțele, persoanele implicate, consecințele. A doua sursă, o constituie martorii oculari, persoanele care, involuntar, au fost prezente la eveniment.

## 5. Tehnici de realizare a relatării

Orice formă n-ar alege jurnalistul pentru a prezenta un eveniment, important rămâne respectarea regulilor de bază, a anumitor cerințe, care asigură interesul față de relatare pentru un număr cât mai mare de cititori.

Prima cerință este alegerea unghiului de abordare și a mesajului esențial, adică a concepției viitorului material. Atenția jurnalistului se va concentra asupra elementelor de noutate: numărul și calitatea actorilor participanți la eveniment, precum și acțiuni și fapte interesante, semnificative pentru publicul larg. Documentarea fiind terminată și unghiul de abordare ales, urmează procesul de selectare a faptelor, care în opinia jurnalistului sunt importante, noi și prezintă interes pentru o categorie largă de cititori.

A doua cerință este neglijarea, fără regrete, a faptelor secundare pentru a nu sustrage atenția cititorului de la mesajul esențial. De asemenea, este important de a evita prezentarea faptelor în ordine cronologică, deoarece, în așa mod s-ar exclude existența unui unghi de abordare, cât și sistematizarea și ierarhizarea informațiilor.

A treia cerință este găsirea unui final adecvat, deoarece cititorul acordă o atenție deosebită sfârșitului materialului. De cele mai multe ori, anume el rămâne în memorie. Nu în zadar, se spune: „Sfârșitul încununează opera”.

De asemenea, pot fi formulate o serie de recomandări, printre care:

1) Niciodată nu părăsiți locul înainte de finalul evenimentului. De regulă, anume la sfârșit au loc surprize care determină esența subiectului prezentat;

2) Nu redactați citatele folosite, deoarece anume ele caracterizează personalitatea vorbitorilor (Ghimpu, Voronin);

3) Nu este oportun să caracterizăm doar participanții la eveniment. E suficient să descriem acțiunile lor, comportamentul, înfățișarea, ținuta;

4) Relatările care prezintă situații de conflict sau subiecte potențial contradictorii, trebuie să conțină și punctul de vedere al părții adverse, lăsând cititorul să-și creeze o opinie proprie asupra evenimentului.

# INTERVIUL

**Definiţia interviului * Tipuri de interviuri * Etape ale pregătirii interviului * Tipuri de întrebări * Factori care afectează calitatea interviului * Tehnici de redactare a interviului * Titrarea**

Bibliografie selectivă:


1. Vlad, T. *Interviul. De la Platon la Playboy*. Cluj-Napoca: Dacia, 1997.
2. Agnès, Y. *Introducere în jurnalism.* Iaşi: Polirom, 2011, p. 255-270.
3. Popescu, C. F. *Manual de jurnalism*. Bucureşti: Tritonic, 2005, p. 205-223.
4. Carmen, C. I. *Aspecte psihologice în tehnica interviului*. În: *Mesajul şi impactul informaţiei*. Coord. V.Moraru. Chişinău: CCRE „Presa", 1998, p. 32-42.
5. Tolcea, M. *Interviul*. În: *Manual de jurnalism. Tehnici fundamentale de redactare*. Coord. M.Coman. Iaşi: Polirom, 1997. Vol.I, p. 69-102; Vol. II. Ediţia a II-a, 2001, p. 53-78.
6. Randall, D. *Jurnalistul universal*. *Ghid practic pentru presa scrisă*. Iaşi: Polirom, 1998, p. 64-83.
7. *Manual pentru ziariştii din Europa Centrală şi de Est*. Editor Mallette, M.F. World Press Freedom Committee, 1992, p. 9-13.
8. Keeble, R. (coord.). *Presa scrisă. O introducere critică.* Iaşi: Polirom, 2009, p. 89-97.
9. Eichstaedt, P. *Măiestria interviului*. În: *Jurnalismul pentru omul de rând*. Chişinău: CIJ, 2000, p. 61-72.
10. Cosma, D. *Tendinţe ale evoluţiei interviului în presa contemporană.* Bistriţa: Caruna, 2008.


## 1. Definiția interviului

Interviul este unul din genurile solicitate ale presei. El e prezent, aproape, în fiecare număr de ziar ori program audiovizual. Denumirea

provine de la cuvântul englez *interview*, ceea ce înseamnă convorbire, dialog.

Există mai multe definiții ale interviului. Iată câteva dintre ele: 1. „Interviul este un dialog dintre două persoane: una pune întrebări, iar cealaltă răspunde prompt, complet și coerent”; 2. „Interviul este o conversație, de obicei, dintre două persoane pentru a obține informații în beneficiul unei audiențe largi”; 3. „Interviul este o operă jurnalistică în care reporterul pune întrebări unei persoane pe un subiect dat, la un moment anume pentru a obține informații, explicații sau opinii relativ interesante și exhaustive pentru a fi publicate sub responsabilitatea jurnalistului”; 4. „Interviul este rezultatul convorbirii jurnalistului cu o persoană reprezentativă pe teme ce prezintă interes public în scopul de a fi dat publicității în presa scrisă sau electronică”.

Pentru studenți ar fi mai aproape a patra definiție prin simplitatea și laconismul ei.

În interviu două elemente sunt primordiale: întrebările și răspunsurile, care necesită profesionalism, competență, pregătire prealabilă. Deci, în interviu avem două roluri, doi actori: cel care formulează și pune întrebările și cel care răspunde la ele. Dorința oricărui autor este de a sta de vorbă cu personalități și de a obține de la ele informații inedite, opinii neordinare, aprecieri spectaculoase.

În procesul realizării interviului, jurnalistul rămâne în umbră, rolul lui se reduce la facilitarea exprimării interlocutorului. Interviul nu poate fi un prilej pentru ca jurnalistul să iasă la rampă, să-și facă piar. În același timp, el trebuie să controleze întregul proces, de la început (apariția ideii interviului), până la sfârșit (redactarea și pregătirea pentru tipar). În practică acest control are următoarele efecte: 1. Se obțin informații complete; 2. Relația jurnalist – sursa de informare este supusă intereselor publicului, dar nu al interlocutorului. În aceste condiții există șanse de a obține o informație variată și obiectivă, neafectată de scopuri propagandistice sau publicitare.

În timpul interviului jurnalistul trebuie să fie îmbrăcat adecvat evenimentului: plăcut, dar practic. A intervieva un fermier îmbrăcat la patru ace, sau a discuta cu Prim-ministrul în bluji și adidași, este lipsit de orice gust estetic. Vestimentația jurnalistului se va înscrie în peisa-

jul în care interlocutorul îşi desfăşoară activitatea. Haina subliniază seriozitatea intenţiei reporterului, îl ajută să transmită un semnal care îi favorizează activitatea.

## 2. Tipuri de interviu

Şcoala ziaristică franceză identifică şase tipuri de interviu:

**1. Interviu-relatare**: un funcţionar public prezintă detalii despre proiectele sau deciziile importante în domeniul în care activează;

**2. Interviu-expertiză**: un specialist explică un fapt, un fenomen sau o situaţie în scopul de a-l ajuta pe cititor să pătrundă în esenţă. De exemplu, un cutremur de pământ poate fi explicat de un reprezentant al Institutului de geofizică şi seismologie al Academiei de Ştiinţe;

**3. Interviu-mărturie**: un martor la un fapt divers, eveniment sau incident expune versiunea sa asupra a ceea ce s-a întâmplat;

**4. Interviu-opinie**: un analist politic enunţă un punct de vedere sau comentează un eveniment de actualitate;

**5. Interviu-analiză**: o persoană indicată oferă operativ explicaţii la o situaţie sau un eveniment care a avut loc recent: preşedintele Comisiei Electorale Centrale prezintă rezultatele unui scrutin electoral;

**6. Interviu-portret**: scopul este de a schiţa, pe cât e posibil, obiectiv şi exact portretul intervievatului, de a afla lucruri personale, discrete, de a scoate în evidenţă personalitatea interlocutorului.

În afară de interviul clasic de tip „întrebare-răspuns", mai există o varietate a acestui gen, care poate fi numită convenţional „interviu pe mai multe voci". Din această categorie fac parte microancheta, „masa rotundă", interviul comparativ, interviul „faţă în faţă", conferinţa de presă.

Microancheta include o serie de „interviuri-reacţie": la o singură întrebare răspund mai multe persoane ori celebrităţi. Asemenea materiale pot fi însoţite de o fotografie şi o scurtă prezentare a fiecărui intervievat (vârsta, ocupaţia, domiciliul). Exemplu: „*Ce credeţi despre o stradă în centrul Chişinăului pentru pietoni?*" (Întrebare nu doar pentru personalităţi). „*Unde veţi petrece vacanţa de iarnă?*" (Întrebare pentru celebrităţi).

„Masa rotundă" presupune participarea mai multor invitați sau experți la dezbaterea unei teme de actualitate prin expunerea analizelor și opiniilor participanților. De regulă, tema este anunțată din timp pentru ca invitații să aibă posibilitate de a se pregăti. Această formă a interviului este specifică revistelor, publicațiilor de specialitate dar, mai ales, celor cu profil cultural și literar.

În cadrul interviului comparativ mai multe persoane răspund la aceleași întrebări pe o temă ce prezintă interes public. O asemenea formulă favorizează diversitatea opiniilor și punctelor de vedere expuse de intervievați. Este bine-venit de a evidenția răspunsul fiecărui participant la discuție.

Interviul „față în față" include doar reflecțiile a două persoane pe marginea unui subiect de actualitate, unui eveniment, unei probleme curente. Textul devine interesant, mai ales, atunci când cei doi participanți expun opinii și poziții contradictorii. Ca și în cazul mesei rotunde, ziaristului îi revine rolul de moderator.

Conferința de presă, este tratată în unele izvoare ca interviu colectiv la care participă, pe de o parte, un anumit număr de persoane în calitate de organizatori ai evenimentului și de intervievați, iar pe de altă parte, un număr considerabil de jurnaliști. Conferințele de presă sunt utilizate de către liderii partidelor politice, conducătorii asociațiilor profesionale, reprezentanții societății civile pentru a transmite unui public larg prin intermediul jurnaliștilor a informațiilor sau mesajului în care aceste organizații sunt cointeresate. În acest caz, diapazonul tematic este foarte divers, începând cu conferințele de presă ale poliției în care se dau informații despre descoperirea unei crime, până la cele ale cluburilor de fotbal care își prezintă noile achiziții. De obicei, la început se dă citire unei declarații care exprimă versiunea organizatorului, apoi urmează întrebările reporterilor.

Informațiile obținute în cadrul conferințelor de presă trebuie trecute printr-un filtru critic, deoarece, exprimă punctul de vedere al organizatorilor. În acest caz, este necesar de a contacta și alte persoane vizate pentru a se expune asupra subiectului discutat. Exemplu: Conferința de presă a grupului reformator din Partidul Liberal în frunte cu Ion Hadârcă, care a cerut demiterea conducerii partidului. În acest caz,

se recomandă de a fi expusă și poziția liderilor acestui partid, Mihai Ghimpu și Dorin Chirtoacă.

Conferințele de presă pot fi convocate în cadrul vizitelor oficiale ale conducătorilor de state, ale ședințelor și reuniunilor organismelor internaționale. Pentru jurnalist este important să pună întrebări ce țin de pozițiile și punctele de vedere divergente asupra documentelor adoptate, temelor abordate.

## 3. Etape ale pregătirii interviului

Principalele etape sunt:

1. Predocumentarea;
2. Stabilirea temei, a subiectului;
3. Familiarizarea cu tema, domeniul respectiv;
4. Alegerea interlocutorului, care este determinată de subiect, de temă. Interlocutorul trebuie să fie competent, să dețină informații de care are nevoie publicul;
5. O bună cunoaștere a interlocutorului: declarații anterioare, date biografice, detalii despre temperament, puncte sensibile care trebuie evitate sau, dimpotrivă, exploatate;
6. Formularea scopului interviului;
7. Stabilirea unei liste de întrebări, a succesiunii lor, a locului întrebărilor-cheie, a celor neplăcute, a celor principale pentru jurnalist și pentru public;
8. Anticiparea reacțiilor posibile și a direcțiilor în care ar putea evalua discuția;
9. Pregătirea unui număr de întrebări de rezervă.

### Alegerea temei

Tema interviului se află în raport direct cu interesul opiniei publice față de anumite aspecte ale realității curente. Orice interviu trebuie să-și propună un scop clar, el este luat de la un anumit interlocutor, într-un anumit moment. Deci, contextual spațial-temporal stabilește în mod obiectiv temele și persoanele competente care oferă informații, în exclusivitate, deținute numai de ele.

De exemplu, în cazul unei epidemii va fi contactat – Ministerul Sănătății, a creșterii prețurilor – Ministerul Economiei sau Finanțelor, a înrăutățirii situației infracționale – Ministerul de Interne. Canicula verii va cere sfaturile unui medic, iar poleiul și ghețușul vor scoate la rampă Poliția rutieră.

Însă, există un interes al publicului larg față de așa-numite evenimente „de sezon", cum ar fi, deschiderea stagiunii teatrale, al noului an de studii, festivalurile „Mărțișor", „Invită Maria Bieșu", „Sărbătoarea Vinului" etc. De asemenea, se bucură de succes interviurile solicitate de la persoanele celebre de peste hotare ce se află în vizită sau în turneu în țara noastră. Declarațiile și opiniile vedetelor oricât de plate și banale n-ar fi ele, întotdeauna sunt așteptate de public.

**Alegerea interlocutorului**

Ziariștii cu experiență dau următorul sfat: „*Înainte de a începe discuția asigurați-vă că interviul este cel mai bun mijloc de a obține ceea ce aveți nevoie. Trebuie să decideți cine e mai calificat interlocutor și de ce?*"

Cunoscutul scriitor Aureliu Busuioc menționa: „*Cred că un interviu poate deveni de notorietate publică atunci, când este luat unei personalități… A lua un interviu, a pune întrebări și a da răspunsuri e ca și cum ai aștepta sfaturi…*". (În cartea: Serafim Saka *Aici și acum*, Chișinău, 1976, p. 199).

În calitate de intervievați pot fi persoane care dețin funcții importante, au realizat ceva în viață, posedă informații de interes public.

Din categoria interlocutorilor pot face parte:

1. Oamenii politici care sunt, în general, dispuși și chiar dornici să vorbească. Ar fi inexplicabil ca ei să refuze o ocazie reală de a se adresa unui public larg pe care trebuie mereu să-l recâștige și să-l păstreze. Oamenii politici au pregătite strategii de dialog și anticipează o mare parte din întrebări. Ei au o anumită experiență în această privință și devine dificil de a obține de la ei altceva, decât ceea ce doresc ei să spună. După cum există ziariști specializați în a lua interviuri, astfel sunt și personalități de a da interviuri. În spațiul american este numit Henry Kissinger, în România Ion Iliescu, la noi Petru Lucinschi. Pentru a

realiza un interviu de succes cu o personalitate politică e necesară o documentare profundă, e nevoie de inspirație, dar și de perseverență;

2. Oamenii care dețin funcții importante: miniștri, funcționari publici, președinți de firme și asociații etc.;

3. Persoane care au realizat ceva important. Printre ele sunt celebrități din domeniul culturii, dar și sportivi de performanță despre care publicul vrea să știe ce fac, ce li se întâmplă, ce gândesc. Uneori reacțiile celebrităților sunt imprevizibile, însă, ele acoperă o bogată gamă de sentimente și emoții: de la amabilitatea excesivă – până la refuzul brutal de a conversa, de la confesiunea sinceră și profundă – până la fantezii dintre cele mai bizare. De exemplu, Federico Fellini în diferite interviuri dădea răspunsuri diametral opuse la aceleași întrebări. Anumite situații dificile apar cu sportivii începători, care încă nu dețin arta dialogului, n-au însușit cele trei-patru răspunsuri-standard și apar complexați în fața ziariștilor. Personalitățile din sfera științifică sunt, în general, mai echilibrate, dar aici apare un alt risc, acela al unui discurs hiperspecializat. Este datoria ziaristului de a aduce discuția la un nivel acceptabil pentru publicul mediu;

4. Persoane care cunosc ceva sau pe cineva important. Un funcționar din anturajul Prim-Ministrului sau a unei vedete de cinema va fi în atenția presei datorită poziției sale privilegiate, a informațiilor pe care le deține;

5. Persoane care fără voie au devenit martori ai unei crime sau eveniment public special și datorită acestui fapt pot da detalii prețioase pentru presă despre ceea ce s-a petrecut;

6. Persoane cărora li s-a întâmplat ceva important: victima unui incident, un supraviețuitor al unui accident aviatic sau un câștigător de loterie – devin subiect al interviului datorită evenimentului produs în prezența sau cu participarea lor.

## 4. Tipuri de întrebări

Încă Platon spunea: „*Tu, Socrate, pui întrebări minunate, iar celui ce întreabă bine am plăcerea să-i răspund*”.

Într-un manual american de jurnalism se afirma că „*o întrebare bună este cea care are puterea de a-l face pe interlocutor să fie in-*

*teresat de răspunsul pe care îl va da*". Dacă un cititor după ce a citit un interviu are sentimentul că și el ar fi pus aceeași întrebare, aceasta înseamnă că întrebarea este bună.

Poetul Pavel Boțu, apreciind interviurile lui Serafim Saka, afirma următoarele: „*Se cuvine să remarcăm capacitatea și îndemânarea cu care cel ce pune întrebări menține dialogul și-l readuce când e nevoie în albia temei, insistența cu care caută noi puncte de vedere întru abordarea mai amplă a problemelor, abilitatea cu care aruncă o vorbă de duh și, desigur, deplina convingere că va obține, până la urmă, cel mai adevărat și firesc răspuns*". (În cartea: Serafim Saka. *Aici și acum*, p.4).

Întrebările se împart în două categorii:

1. Întrebări principale;
2. Întrebări subordonate.

Din categoria întrebărilor principale fac parte întrebările: deschise, închise, directe și indirecte.

Din categoria întrebărilor subordonate fac parte întrebările: de clarificare, de amplificare, de confruntare, cu caracter provocator.

Întrebările deschise permit interlocutorului să se exprime pe larg asupra subiectului abordat, să-l examineze din toate punctele de vedere. Mai adecvate sub acest aspect sunt întrebările: „Cum?" și „De ce?". Asemenea întrebări cer răspunsuri-opinie, caracterizează interlocutorul, evidențiază punctul său de vedere, generează informații care sunt imposibile de prognozat. Exemplu: „ – *Printre unii tineri moldoveni care studiază în România există o părere catastrofică, de genul „Se închide Prutul", „Ne retrage de la studii". Ce le-ați spune acestora?*" (Din interviul cu Președintele Petru Lucinschi, „Adevărul", 1996, 25 decembrie).

Întrebările deschise pot avea și următoarea formă: *Ce credeți despre? Povestiți-ne cum s-au petrecut lucrurile? Ce aveți de declarat în legătură cu ...? Cum comentați afirmațiile...?* etc.

Întrebările închise (Cine? Ce? Unde? Când?) solicită un răspuns scurt și exact dintr-o serie limitată de variante, în multe cazuri un răspuns afirmativ sau negativ: *da, nu, nu știu, nu m-am gândit*. Întrebările închise sunt adesea semnale ale unei atitudini de confruntare,

ele solicită răspunsuri clare, neechivoce. O asemenea situație apare mai frecvent în unele interviuri cu vedete și celebrități. Acestea sunt chestionate în legătură cu mașina favorită, bucatele preferate, cifra norocoasă etc.

Întrebările directe îl vizează în mod expres pe interlocutor. Exemplu: „*Cu ce sentimente plecați de la Guvern?*" (Întrebarea unui canal-TV privat adresată lui Vlad Filat după demiterea Guvernului Alianței pentru Integrare europeană-2).

Întrebările indirecte se referă la o situație la care interlocutorul are o anumită implicație fără, însă, ca interogația să i se adreseze explicit. Exemplu: „*De ce Curtea de Conturi iubește atât de mult Parlamentul și Guvernul?*" (Întrebarea unui canal-TV privat adresată lui Serafim Urecheanu, președintele Curții de Conturi).

Teoriile franceze consideră că în cazul acestui tip de întrebare, cel chestionat poate să-și organizeze răspunsul. Scopul întrebării nu este perceput direct: „*Ce faceți în timpul liber?*" Întrebarea indirectă ar putea avea și următoarea formă: „*Ce credeți despre...?*"; „*Ce cred cei mai mulți despre...?*"; „*Să presupunem că ... Ce ați face?*"

Raportul dintre întrebările directe și cele indirecte este determinat de natura relației ce se stabilește între ziarist și interlocutor pe parcursul convorbirii. În cazul când există o atmosferă sinceră și deschisă întrebările directe sunt mai frecvente. Chiar și în situații mai puțin favorabile, un ziarist cu experiență nu va renunța la întrebările sensibile, dar va încerca să lase impresia celui intervievat că nu este direct interesat în tema dată.

Întrebările de clarificare au ca scop obținerea unor precizări sau detalii care favorizează recepționarea de către public a mesajului esențial. Exemplu: „*Domnule Ministru, cine va ordonat să dați indicații poliției pentru a interveni în evenimentele din 7 aprilie de pe Piața Marii Adunări Naționale?*"( Întrebarea unui canal-TV privat adresată lui Gheorghe Papuc, ministrul Afacerilor Interne).

Prezența întrebărilor de clarificare este determinată de categoria din care face parte interlocutorul. Un ministru, un reprezentant al forțelor de ordine va fi solicitat de către reporter să explice, să precizeze unele declarații, să ofere exemple și probe. Acest procedeu necesită un efort

suplimentar din partea ziaristului pentru a pătrunde în esența subiectelor abordate, pentru a recepționa dintr-un unghi de vedere critic argumentele persoanei intervievate.

Întrebările de amplificare presupun dezvoltarea sau extinderea unui răspuns anterior la un subiect, pe care ziaristul îl consideră interesant și actual. Exemplu: „*Ce vor obține moldovenii, în rezultatul unei eventuale semnări a Acordului de asociere cu Uniunea Europeană*?" (Din interviul cu Iurie Leancă, Ministrul Afacerilor Externe și Integrării Europene, acordat unui post privat de televiziune).

Întrebările de amplificare sunt frecvent utilizate datorită mesajului suplimentar oferit cititorilor prin intermediul răspunsurilor exhaustive. Ele creează interlocutorului senzația că răspunsurile lui sunt interesante, din moment ce se solicită detalii suplimentare și oferă o condiție favorabilă de a continua discuția.

Întrebările de confruntare indică prezența unui punct de vedere diferit față de cel al interlocutorului și impun replica, poziția acestuia. Exemplu: „*Sunteți învinuit de distrugerea agriculturii moldovenești prin implementarea programului „Pământ". Cum reacționați la asemenea acuzații?*" (Din interviul cu Petru Lucinschi, Președintele Republicii Moldova, acordat unui post privat de televiziune).

Întrebările de confruntare pot avea și următoarea formă : „*De ce credeți așa? De unde știți? Ce dovezi aveți? Cum argumentați?*".

De regulă, întrebările de confruntare apar mai frecvent în interviurile televizate. Explicația este simplă: pe ecran convorbirea „față în față" are un caracter mai direct, mai tranșant, mai dinamic. Pentru auditoriul televizat întrebările comode ar fi plictisitoare, ar dispare interesul față de intervievat. În cadrul unui dialog televizat interlocutorul nu-și va permite să părăsească studioul, chiar și în condițiile adresării unor întrebări cu un înalt grad de agresivitate. Intervievatul va încerca să se apere, să găsească replici pentru a nu-și afecta imaginea sa și a instituției pe care o reprezintă. Însă, și în acest caz trebuie de ales linia de mijloc, tonul potrivit și adecvat de a pune întrebări.

Întrebările cu caracter provocator sunt dificile pentru jurnalist, incomode pentru interlocutor, dar interesante pentru public. O asemenea situație este deosebit de sensibilă în cazul când între jurnalist și

intervievat există, deja, o relație favorabilă de colaborare, ori în cazul când jurnalistul va fi pus în situația de a mai apela în viitor la persoana dată. Exemplu: „*Considerați că partidul pe care îl conduceți și-a onorat promisiunile electorale?*” (Din interviul cu Mihai Ghimpu, Președintele Partidului Liberal, acordat unui post privat de televiziune). Unui oligarh i se poate pune întrebarea: „*Considerați că ați agonisit averea în mod cinstit?*”.

Întrebările cu caracter provocator nu urmăresc scopul de a intimida sau a insulta interlocutorul, ci de a-l provoca la o discuție mai sinceră în rezultatul căreia pot apărea detalii inedite care, în condiții obișnuite, ar fi imposibil de obținut.

Este necesar de a găsi modalitatea și tonalitatea adecvată pentru a pune întrebările neplăcute, incomode, tăioase. Se recomandă de a crea interlocutorului impresia că nu împărtășiți acest punct de vedere, însă, sunteți nevoiți să puneți asemenea întrebări, deoarece, despre aceasta se discută în societate și răspunsul este așteptat de public.

Însă, oricare n-ar fi interesul redacției, din ce parte n-ar veni anumite presiuni politice sau economice jurnalistul urmează să dea dovadă de respect față de interlocutor, să nu încalce etica profesională, să-și păstreze integritatea, să nu se autocompromită prin adresarea unor întrebări, care nu-i fac cinste și nu-i sporesc autoritatea.

Din categoria unor asemenea întrebări, care nu se recomandă a fi puse, fac parte:

1. Cele care denotă lipsa de profesionalism, necunoașterea temei;
2. Întrebări ce presupun răspunsuri univoce („da” sau „nu”): „Veți fi prezenți la premierea piesei Dumneavoastră?” – în loc de: „Care sunt emoțiile, sentimentele în ajun de premieră?”;
3. Întrebări generale de tipul: „Ce e nou?, Cum Vă simțiți?”;
4. Întrebări prin care jurnalistul se justifică: „Cer scuze, însă, n-am reușit să vizionez ultimul film cu participarea Dumneavoastră?”;
5. Două întrebări cuprinse într-o singură întrebare;
6. Întrebări ce sugerează răspunsul;
7. Întrebări ipotetice: „Ce s-ar fi întâmplat dacă…?, Nu vi se pare că…?”;
8. Întrebări ce conțin comentarii și aprecieri proprii;

9. Întrebări ce conțin taxări și etichetări;
10. Întrebări lungi, complicate.

## 5. Factori care afectează calitatea interviului

Chiar și în condițiile utilizării tehnicilor apreciate de redactare nu pot fi excluse anumite riscuri la diverse etape ale procesului de creație. În cazul interviului, factorii de risc pot fi:

Din partea jurnalistului:

1. Inițiere superficială în temă;
2. Comportament agresiv;
3. Docilitate exagerată;
4. Întreruperi inoportune;
5. Concentrarea excesivă asupra notițelor și întrebărilor în detrimentul ascultării atente a răspunsurilor.

Din partea interlocutorului:

1. Limbajul de lemn;
2. Jargonul profesional;
3. Exprimare ambiguă, incoerentă;
4. Răspunsuri inadecvate;
5. Altitudine ostilă;
6. Retorică înflăcărată.

Acești factori urmează a fi luați în calcul în procesul de realizare a interviului și depuse eforturi pentru a fi evitați.

## 6. Tehnici de redactare a interviului

Există trei etape principale în realizarea unui interviu:

1. Pregătirea prealabilă;
2. Intervievarea propriu-zisă;
3. Scrierea și redactarea interviului.

Să le examinăm pe fiecare aparte.

Pregătirea prealabilă include alegerea temei, interlocutorului, pregătirea listei de întrebări principale și de rezervă, echiparea cu reportofon, stilou, carnet de note, aparat de fotografiat, fixarea zilei și orei întâlnirii.

Alegerea temei este justificată de actualitate, oportunitate, interesul public major față de un subiect al realității curente. Trebuie de făcut o distincție între actualitatea și oportunitatea unei teme. De exemplu, tema sănătății este întotdeauna actuală, însă, ziaristul va alege acel segment al ei care corespunde momentului dat: iarna, va aborda aspecte de precauție împotriva gripei, vara, cum de înfruntat consecințele caniculei.

În domeniul politicului, de exemplu, alegerile parlamentare mereu intră în sfera de preocupări a liderilor de partide, însă, un interviu la această temă ar fi oportun de realizat după ce a fost dat startul campaniei electorale.

Deci, contextul spațial-temporal va stabili în mod obiectiv temele despre care persoane competente vor fi solicitate să ofere informații deținute în exclusivitate de ele.

Tema pentru interviu poate fi propusă de conducerea redacției, însă, ea poate fi și rezultatul inițiativei jurnalistului.

De asemenea, este important ca jurnalistul să cunoască în detalii tema care va constitui subiectul discuției. Cu ajutorul surselor documentare el va lua cunoștință de fapte importante, cifre, detalii specifice ale problemei abordate. Dacă, de exemplu, interviul urmează a fi realizat cu un regizor de cinema, apoi trebuie vizionate principalele filme, cunoscute aprecierile date de critica de specialitate.

De multe ori personalitatea interlocutorului determină reușita interviului. Deci, jurnalistul trebuie să se conducă de anumite criterii la alegerea intervievatului, principalul dintre care este competența și profesionalismul în domeniul dat. Este necesar de a aduna cât mai multe informații, de a cunoaște cât mai bine persoana intervievată. Se recomandă cunoașterea biografiei, ultimelor declarații, dacă avem de-a face cu o personalitate publică; rezultatelor profesionale, dacă este vorba despre un expert; centrelor sale de interes, preocupărilor, preferințelor, când e cazul unei vedete. Date interesante pot oferi prietenii, membrii familiei, colegii de serviciu. Important este de a crea senzația că interlocutorul vă este binecunoscut și sunteți inițiați în sfera intereselor și preocupărilor sale. În acest mod, pe parcursul interviului va fi creată o atmosferă de încredere, care va asigura un dialog sincer și degajat.

Lista întrebărilor trebuie să fie la îndemâna jurnalistului pentru a asigura o discuție coerentă și dinamică. Uneori, jurnalistul nu reușește să pună toate întrebările pregătite din timp. Patru–cinci întrebări este numărul optim pentru a realiza un bun interviu, plus alte câteva întrebări mai mici, suplimentare.

După o pregătire prealabilă serioasă și o documentare pe măsură, următorul pas este intervievarea interlocutorului. Nu sunt acceptabile din start eventualele intenții ale intervievatului de a se autovictimiza sau de a-și crea o imagine de extraterestru. Dialogul urmează să aibă loc de la egal la egal, fără complexe de superioritate sau de inferioritate. În caz contrar, interlocutorul va domina situația, iar jurnalistul va îndeplini rolul de simplu statist. În procesul de realizare a interviului mereu trebuie să persiste ideea, că la dialog participă doi profesioniști: jurnalistul, cu abilitățile de rigoare și interlocutorul, cu competențele sale profesionale. O calitate esențială a jurnalistului este de a fi deschis, disponibil, curios, mereu interesat de ceea ce aude, chiar dacă e vorba de lucruri banale și expirate.

Din primele clipe ale convorbirii, jurnalistul trebuie să dea dovadă de calm, stăpânire de sine, încredere în forțele proprii. După o scurtă prezentare este oportun de a reaminti interlocutorului subiectul interviului, de a preciza timpul care este rezervat pentru convorbire. Nu este de dorit ca în timpul intervievării să mai fie cineva de față: secretara, consilierul sau soția. Cu permisiunea interlocutorului, jurnalistul își va asigura condițiile necesare de lucru: e mai comod să scrii pe masă, decât pe genunchi. Jurnalistul se va așeza în așa mod, încât să poată stabili un contact vizual cu interlocutorul. La un loc accesibil se vor afla stiloul, carnetul de notițe, reportofonul, lista cu întrebări. Unii interlocutori se blochează la vederea dictafonului deschis, lucru care urmează a fi luat în calcul de către jurnalist. Este eficient de a folosi concomitent și dictafonul, și carnetul, fapt ce permite de a fixa unele idei și întrebări care apar pe parcursul intervievării. În timpul convorbirii nu se recomandă fumatul, este exclus comportamentul nonșalant, neadecvat situației lucrative. Jurnalistul va fi concentrat mereu asupra subiectului, nu se va lăsa atras de lucruri secundare, ce nu se referă la interviu.

În literatura de specialitate pot fi întâlnite recomandări despre semnificația distanței pe care o alege interlocutorul în timpul interviului. Există distanța intimă – mai puțin de 45 cm; zona personală – între 45 cm și 1,25 m; distanța socială – între 1,25 m și 3,3 m; zona publică – peste 3,7 m.

Se consideră că alegerea distanței este un semnal pozitiv sau negativ din partea interlocutorului de a coopera. Distanța optimă ar fi în jurul a doi metri. Trei metri și mai mult sau dorința de a sta în fața biroului ar putea semnifica anumite rezerve în comunicare, dorința de a-l menține pe jurnalist într-o poziție de inferioritate, iar tendința situării în zona intimă poate fi înțeleasă ca un semn de agresivitate sau presiune.

Pentru început este necesar a crea o atmosferă de „acomodare" a interlocutorului, abordând subiecte ce nu țin direct de tema interviului, cum ar fi, ultimul rezultat al echipei naționale de fotbal, traficul infernal din capitală, ori capriciile vremii de afară. Se poate pune o întrebare despre stiloul sau fotografia de pe masa: („Aceasta e fiica Dumneavoastră?"), ori despre vreo floare sau alt obiect din birou.

Înainte de a trece la procesul intervievării propriu-zise, este necesar de a evidenția două calități inerente pentru un autor de interviuri: observarea și ascultarea.

Observarea în timpul interviului urmărește două aspecte principale: limbajul nonverbal și decorul.

Limbajul nonverbal poate completa sau nuanța conținutul comunicării verbale. Principalele aspecte ale comunicării nonverbale, care urmează a fi descifrate în textul interviului sunt: portretul interlocutorului, gesturile, expresia feței, mimica, ținuta, modul de a se îmbrăca, mișcările, vocea, privirea.

Observarea permite fixarea decorului, prezența căruia e importantă în orice interviu dar, mai ales, în interviul-portret. Multe pot spune mobilierul sau obiectele din birou despre personalitatea interlocutorului. Un detaliu semnificativ poate determina viitorul unghi de abordare al textului: de exemplu, prezența unui volum de versuri pe biroul directorului unei fabrici de vin.

Ascultarea. Ascultarea este o artă, care alături de spiritul de observare, de gândirea alertă, de curiozitatea neprefăcută constituie gama

de calități inerente unui reporter. Ascultarea este un element al charismei, iar capacitatea de a asculta se obține prin antrenament. Totodată, ascultarea atentă presupune o reacție promptă și adecvată la răspunsurile interlocutorului: „*Cât e de interesant!*", „*Chiar așa?*", „*Numai spuneți...!*". Asemenea intervenții stimulează interlocutorul la răspunsuri mai amănunțite, mai sincere.

După un schimb de amabilități, interviul poate începe cu întrebările cele mai ușoare sau mai puțin controversate. Un jurnalist cu experiență nu se va limita numai la lista de întrebări pregătită din timp. Pe parcursul interviului pot apărea anumite situații favorabile ce vor inspira noi întrebări și răspunsuri, care inițial n-au putut fi intuite. Nu e cazul de a forța momentul adresării întrebărilor dificile sau incomode. Acest lucru poate fi făcut spre sfârșitul dialogului, după ce a fost stabilit contactul, iar interlocutorul este, deja, obosit și mai puțin vigilent. Dacă intervievatul evită răspunsul la o întrebare, atunci ea trebuie reformulată și pusă din nou, după o anumită perioadă de timp. Pentru a nu crea disconfort interlocutorului, întrebările incomode pot fi formulate prin trimitere la alte persoane: „*Cutare spune ... despre Dvs. Ce părere aveți?*"

În cazul când intervievatul deviază de la temă, el trebuie readus la subiectul discutat prin comentarii de genul: „*Asta e foarte important, dar aș vrea să Vă întreb despre...*"

Există interlocutori care se dau cu greu la dialog, așa încât e necesar de a apela la orgoliul propriu, spunându-le cât de mult va câștiga interviul, dacă își vor face public punctul lor de vedere asupra unor subiecte sensibile. Un mod eficient de a provoca astfel de confesiuni este acela de a întreba: „*Care este cea mai dificilă experiență pe care ați avut-o cu ...?*"

Nu-ți fie teamă să întrerupi interlocutorul, dacă n-ai înțeles toate răspunsurile. E firesc să se ceară lămurirea unei expresii, unei cifre, unui detaliu necunoscut, să întrebi cum se scriu corect numele proprii citate.

Este necesar de a nota cu exactitate formulările interesante, vorbele cu duh, elementele de atmosferă, observațiile asupra localului, fapt ce va permite realizarea unui interviu cu substanță, bine ancorat în realitate.

Nu se recomandă de a intra în polemică cu interlocutorul, de a face aprecieri personale. Rolul jurnalistului este de a pune întrebări.

La sfârşitul discuţiei reporterul va întreba neapărat: „*Mai există ceva de adăugat la cele spuse?*", sau „*Mai există ceva ce nu v-am întrebat?*" Acest procedeu va pune interlocutorul pe gânduri şi există perspectiva de a afla lucruri absolut noi şi surprinzătoare.

Un efect neaşteptat se poate obţine dacă continuaţi să vorbiţi şi după ce aţi închis carnetul cu însemnări sau dictafonul. Este un moment extrem de favorabil pentru a primi răspunsuri sincere şi originale.

La încheierea discuţiei, potrivit etichetei, jurnalistul va mulţumi interlocutorului pentru timpul acordat, va face schimb de telefoane şi adrese pe e-mail. Nu rataţi ocazia de a întreba unde va fi de găsit în următoarele zile, în caz de necesitate.

Există mai multe modalităţi de înscriere sau înregistrare a interviului. Prima – stenografierea în carnet, a doua – înregistrarea la reportofon, şi a treia – metoda mixtă. Reporterii cu experienţă preferă să folosească carnetul, mai ales, dacă pot stenografia 100 de cuvinte pe minut, aceasta fiind norma în Marea Britanie pentru a obţine certificatul în domeniu. Carnetele le poţi lua cu tine oriunde: la şedinţele Parlamentului, la conferinţele de presă, lor nu li se descarcă bateriile şi nu pot fi confundate cu ale altor colegi. Există şi alte avantaje. În carnet se poate fixa comportamentul interlocutorului în vremea interviului: gesticulează, se îmbujorează, se încruntă ceea ce nu se poate face cu ajutorul reportofonului. Însă, este necesar de a lua în calcul faptul, că în timpul stenografierii se pierde contactul vizual cu intervievatul.

Folosirea reportofonului este utilă atunci când conversezi cu o personalitate politică de prim-rang sau când interlocutorul e dificil, de la care nu sunt excluse ulterior unele contestări sau negaţii ale celor spuse. În acest caz înregistrarea va putea fi folosită în calitate de argument-forte. De asemenea, înregistrarea va servi, eventual, pentru a verifica o frază, un pasaj important în scopul de a păstra stilul interlocutorului. Totodată, transcrierea înregistrării ia mai mult timp pentru că va trebui să opreşti des reportofonul şi să-l porneşti din nou, după fiecare fragment înregistrat.

Atât stenograma, cât şi înregistrarea urmează a fi transcrise după interviu într-un timp cât mai repede posibil, pentru a nu scăpa detalii din atmosfera discuției. Carnetele cu însemnări şi casetele trebuie păstrate un an de zile de la publicarea interviului în eventualitatea unui proces.

Dacă se dorește ca interviul să fie însoțit de fotografii pentru a individualiza personalitatea interlocutorului prin gesturile şi expresiile sale, atunci în cadrul convorbirii este necesară prezența unui fotograf. Comportamentul lui va fi cât mai discret şi modest pentru a nu afecta discuția dintre jurnalist şi intervievat. În caz dacă reporterul îndeplinește rolul de fotograf, atunci el va face pozele după terminarea convorbirii sau înainte de a-şi lua rămas-bun, încercând să redee atmosfera din timpul discuției.

Interviul clasic este cel realizat față în față, pe teren. Însă, există şi practica interviurilor prin telefon, e-mail sau fax. În asemenea cazuri, interviul se realizează fără contact fizic, fără o relație directă între jurnalist şi persoana intervievată. Este utilizat principiul unei liste de întrebări prin internet la care se dă răspuns în acelaşi mod. În acest caz, se pierde stilul nonverbal al interlocutorului, e prezent limbajul de lemn, răspunsurile pot fi formale. Asemenea interviuri nu sunt rezultatul unei munci nemijlocit pe teren, a unui proces viu de căutare a informațiilor şi comentariilor inedite. Un cititor exigent depistează uşor stratagema realizării unui atare interviu.

Însă, pregătirea unor interviuri fără deplasarea pe teren este motivată când potențialul interlocutor se eschivează de la contactul direct sau când este imposibil de ajuns la anumite personalități datorită funcției pe care o ocupă sau modului de viață practicat.

Sunt situații când interlocutorul lansează cererea de a citi interviul înainte de a fi publicat. Se pot da asigurări că va fi contactat ulterior la telefon pentru a preciza unele detalii din text. Dacă, din anumite motive, interlocutorul nu va avea posibilitatea să ia cunoştință de materialul publicat, atunci reporterul îl va expedia în mod expres.

Despărțiți-vă de interlocutor cu senzația că poate o să mai aveți nevoie de el în viitor ca sursă de informații actuale.

Redactarea interviului se supune regulilor generale aplicabile oricărui text jurnalistic. Totodată, este oportun de a reține că genul inter-

viului, mai mult decât oricare altul, necesită recitirea imediată după convorbire a notițelor și audierea înregistrărilor pentru a nu fi estompată atmosfera și detaliile discuției.

Prima etapă începe cu recitirea notițelor, trierea răspunsurilor mai interesante, evidențierea momentelor-forte, a formulelor-șoc. Tot ce este secundar și nerelevant, rămâne dincolo de parametrii interviului. Această muncă preliminară va permite de a stabili unghiul de abordare și mesajul esențial, care va constitui miezul interviului și va trebui să se regăsească în titlu. Apoi, urmează a fi alcătuit planul, adică ordinea întrebărilor și răspunsurilor. În majoritatea cazurilor ordinea textului nu coincide cu ordinea cronologiei reale din timpul discuției propriu–zise. Aceasta se face pentru a obține o coerență și o anumită logică, pe care convorbirea nu o are.

Procesul redactării presupune trecerea de la limbajul vorbit la cel scris, precum și stabilirea unei sintaxe corecte, eliminarea barbarismelor și a altor greșeli de limbă. În interviu nu sunt binevenite ezitările de genul (ăăă...), introducerile specifice limbajului vorbit (știți... auziți...). În schimb, vor fi păstrate expresiile originale ale interlocutorului, stilul propriu, cuvintele cu duh, iar în unele cazuri motivate, chiar jargonul.

În timpul redactării poate avea loc reformularea întrebărilor pentru a le simplifica și, reformularea răspunsurilor, pentru a le scurta, făcându-le mai clare și mai accesibile pentru public. Se poate întâmpla, că cel intervievat să uite unele date, nume, să încurce consecutivitatea desfășurării unor evenimente. Deci, înainte de publicare jurnalistul e obligat să verifice corectitudinea numelor, datelor, faptelor. Dacă, citind interviul, interlocutorul va spune: eu nu m-am exprimat chiar așa, dar exact asta voiam să spun, înseamnă că textul este reușit din toate punctele de vedere.

Întrebările jurnalistului și răspunsurile intervievatului trebuie să fie diferențiate vizual. De regulă, întrebările se evidențiază cu bold, iar răspunsurile se culeg cu caractere normale. Atât din punct de vedere grafic, cât și al accesibilității întrebările trebuie să fie scurte, directe, laconice. Răspunsurile nu se recomandă să depășească 10–15 rânduri de text, iar cele voluminoase se divizează cu o întrebare sau o frază de relansare.

Elementele de ambianță, care redau atmosfera convorbirii pot fi introduse între paranteze (gesticulează, zâmbește, își aprinde o țigară).

Trebuie să se acorde o atenție sporită scrierii corecte a numelui interlocutorului. Ordinea este prenume, nume de familie și nu invers. (Redactorul-șef al revistei „Săptămîna" este Viorel Mihail. Dacă am inversa Mihail Viorel, atunci acesta ar fi fost o altă persoană).

În cazul când cifrele nu au o importanță decisivă ele pot fi date în interviu cu aproximație. De exemplu, în loc de „93 de localități" se poate redacta „aproape 100 de localități".

Numeralele, de regulă, se scriu în litere pentru a face mai ușoară și mai rapidă perceperea lor. Dacă autorul dorește ca o sumă să impresioneze, atunci ea trebuie scrisă în cifre: „*A câștigat la loterie 1.500.000 de lei*" exprimată în cifre este mai impresionant, decât „*A câștigat la loterie un milion cinci sute mii de lei*" – în litere.

Este indicat de a verifica cifrele comunicate de interlocutor. Dacă nu ați convenit să-i arătați interviul înainte de publicare, verificați cifrele și datele la telefon.

Procesul redactării include și explicarea eventualelor nume necunoscute publicului larg. Din start trebuie exclus faptul că o anumită persoană este cunoscută de toți cititorii. De aceea, este necesar ca ea să fie identificată fie într-o paranteză, fie la subsol.

Nu există o regulă stabilită privind volumul unui interviu. Totul depinde de actualitatea temei și personalitatea interlocutorului. Dacă intervievatul este o vedetă, atunci nu există o limită în ceea ce privește volumul interviului. Pe de altă parte, tipul „*Trei întrebări pentru...*" este ideal pentru un interviu axat pe evenimente curente sau pentru comentariul unui specialist într-un domeniu de interes public.

## 7. Titrarea

De regulă, titlul reia mesajul esențial al interviului. În titlu poate fi scoasă cea mai importantă sau șocantă frază a interlocutorului. Dacă fraza e prea lungă, ea poate fi parafrazată. La rândul său, subtitlul poate fixa contextul sau, pur și simplu, prezintă numele intervievatului. Adaugă importanță fraza: „În exclusivitate pentru „Timpul", sau „Domnul cutare declară în exclusivitate pentru „Timpul".

Interviul poate fi precedat de un șapou, rolul căruia este de a spune publicului de ce acest interviu este realizat acum, cu această persoană. Șapoul îl ajută pe cititor să vadă, să audă, să simtă atmosfera contextului.

Șapoul poate fi folosit pentru prezentarea interlocutorului, furnizarea datelor din curriculum vitae: numele și calitatea persoanei intervievate, denumirea instituției pe care o reprezintă însoțită de date minime pentru a situa instituția în contextul interviului. După titlu, șapoul este al doilea element în care cititorul găsește informația primară despre conținutul materialului.

Interviul nu necesită intertitluri, deoarece acest rol îl joacă întrebările. În cazul când interviul este foarte lung, el se întrerupe cu câteva subtitluri și e fragmentat cu unul sau mai multe citate. Fotografiile, având subtexte extrase din interviu, servesc la aerisirea paginii fiind, totodată, un stimul pentru lectură.

***

Indiferent de evoluțiile care se produc în mass-media, interviul continuă să fie unul din genurile preferate atât în presa scrisă, cât și în cea audiovizuală. Pentru publicul larg va prezenta mereu interes viața, cariera, succesul, eșecul celebrităților și persoanelor publice, modul lor de gândire, atitudinea și aprecierile vizavi de realitățile curente, de ceea ce se întâmplă în societate, în țară, în lume. În acest sens, interviul vine să satisfacă exigențele unui public larg și divers prin operativitate, dinamism, accesibilitate, informare din prima sursă.

# REPORTAJUL

**Definiţia reportajului * Tipologia reportajului * Tehnici de documentare * Tehnici de redactare a reportajului ***

Bibliografie selectivă:


1. Ciobotea, R. *Reportajul: Tehnici de redactare.* Chişinău: Cartier, 2012.
2. Popescu, C. F. *Manual de jurnalism*. Bucureşti: Tritonic, 2005, p. 223-234.
3. Hemp, P. *Zece sfaturi practice pentru scrierea reportajelor despre business şi economie în ţările în curs de dezvoltare.* Centrul pentru ziariştii străini*,* 1991.
4. Agnès, Y. *Introducere în jurnalism.* Iaşi: Polirom, 2011, p. 239-254.
5. Eichstaedt, P. *Utilizarea detaliilor descriptive*. În: *Jurnalismul pentru omul de rând*. Chişinău: CIJ, 2000, p. 57-60.
6. Roşca, L. *Reportajul*. În: *Manual de jurnalism. Tehnici fundamentale de redactare*. Coord. M.Coman. Vol.I, 1997, p. 54-68; Vol. II. Ediţia a II-a, 2001, p. 9-52.
7. *Manual pentru ziariştii din Europa Centrală şi de Est*. Editor Mallette, M.F. World Press Freedom Committee, 1992, p. 1-7.
8. Keeble, R. (coord.). *Presa scrisă. O introducere critică*. Iași: Polirom, 2009, p. 143-185.


## 1. Definiția reportajului

**Reportajul** este un gen informativ axat pe fapte actuale de interes public major, din realitatea imediată, selectate la locul producerii evenimentului, utilizând adesea procedee literare de expresie.

În această formulă, definiția identifică calitățile principale ale reportajului: 1) relatează despre fapte actuale; 2) acumulate la fața locului; 3) prezintă un interes public larg; 4) sunt precizate particularitățile stilistice.

La baza reportajului stau fapte, locuri, scene, evenimente expuse într-un mod dinamic, atractiv, accesibil. Reporterul informează despre ceea ce a văzut și a auzit personal. El reconstituie evenimentul în așa mod, încât cititorul are impresia că asistă, că participă.

Reportajul este un gen care necesită în mod obligatoriu deplasarea pe teren. El nu poate fi realizat stând în fața calculatorului. În reportaj rolul de a informa este secundar, principalul constă în a reproduce un eveniment, o situație, o întâmplare. Spre deosebire de știre, el nu răspunde la întrebarea **ce** s-a întâmplat? ci **cum** s-a întâmplat? Reportajul reconstituie realitatea în detaliile ei cele mai semnificative și relevante.

Unii cercetători văd în reportaj un „jurnalism literar", deoarece în el e prezentă libertatea de expresie de tip literar. Într-adevăr, în reportaj realitatea e exprimată într-o manieră artistică, adică sunt folosite tehnici literare. Acest procedeu oferă atât descrierea obiectivă a evenimentelor realității, cât și prezența punctului de vedere subiectiv al autorului vizavi de cele văzute și trăite, a emoțiilor personale.

Potrivit teoriilor americane, reportajul este o simbioză între fenomenul real, bazat pe date concrete și modalitatea artistică de descriere, care include unghiul de abordare, elemente de structură, tonalitate, stil. În reportaj, realitatea văzută prin „optica jurnalistică" este compatibilă tratării literare.

Așadar, reportajul poate fi considerat un gen de frontieră între jurnalistică și literatură. În reportaj, dimensiunea publicistică și cea literară sunt compatibile, mai mult, ele se completează una pe alta. Însă, componenta literară se limitează doar la modalitatea de interpretare a faptelor, la structura reportajului și expresiile stilistice. Ea este secundară în raport cu semnificațiile de bază ale reportajului, cum sunt, proximitatea temporală și spațială, relevanța faptelor, prezența conflictului, consecințele și captarea interesului public. Forma este una literară, însă conținutul se bazează pe realități concrete, și nu imaginare sau inventate, ca în literatură. Deși literatura, de asemenea, se alimentează din realitate, însă în ea predomină imaginația, ea este rodul fanteziei autorului.

Un reportaj e scris cu scopul de a fi publicat cât mai operativ într-o publicație periodică cu o difuzare cât mai mare. Acesta este un alt semn distinctiv, care deosebește reportajul de literatură.

Cu toate că reportajul utilizează procedee stilistice literare (metafora, comparația, alte figuri de stil), el nu aparține literaturii în sensul ei clasic, deoarece, are dimensiunea sa informativă și comunicativă. El s-a dezvoltat preluând elemente din literatura de confesiune – jurnal intim, memorii, note de călătorie – dar și din practica gazetărească, mai bine zis, din genurile informative, cum sunt, știrea și relatarea. De aici, rezultă dubla dimensiune a reportajului și dubla semnificație de valori pe care o posedă.

Pentru reportaj, spre deosebire de literatură, nu este compatibilă zona estompată a memoriei, observațiile segmentate sau înlocuirea faptelor cu supoziții. În reportaj imaginația este limitată, iar în primplan apar faptele concrete, întâmplările reale.

Se știe că faptul real are profunzime, conține conflict, tensiune, ritm și ceea ce este deosebit de important, posedă o multitudine de semnificații. Adesea, faptul concret este mai spectaculos și mai neverosimil decât orice imaginație sau fantezie.

Un reportaj de calitate îl aduce pe cititor în epicentrul evenimentului, îi creează senzația de parcă l-ar urmări la televizor. Totodată, reportajul trece dincolo de informația propriu-zisă, el prezintă evenimentul într-o formă mai desfășurată, mai originală, mai personalizată, mai aproape de viața reală. În comparație cu alte genuri informative, el are avantajul de a fi mai emotiv, mai sensibil, mai aproape de cititor. Un asemenea efect se obține datorită prezenței autorului la eveniment și structurizării informațiilor adunate la fața locului.

## 2. Tipologia reportajului

Clasificarea reportajului nu este decât una convențională. Însă cunoașterea tipurilor de reportaj și a principiilor de tipologizare permite o înțelegere mai profundă a tehnologiilor de realizare a operei jurnalistice de o asemenea anvergură și complexitate.

În literatura de specialitate pot fi întâlnite mai multe variante de clasificare a reportajului la baza cărora sunt puse diverse criterii, inclusiv, cel tematic, al operativității, al volumului, al actualității. În acest sens, există reportaje politice, sportive, de călătorie, reportaj-portret, reportaj mare, reportaj mic, reportaj de fapt divers etc.

O asemenea catalogare are o valoare mai mult teoretică și didactică, decât una practică.

Potrivit teoriilor franceze, tipologia reportajului este determinată de prezența predominantă în text a uneia din cele două componente: 1) **A elementelor de decor**; 2) **A avalanșei de fapte**.

Potrivit acestui criteriu, există două grupuri de reportaje: 1) **Reportaj de atmosferă**; 2) **Reportaj de eveniment**.

Pentru un cititor simplu e greu de a face o delimitare strictă între un reportaj de atmosferă și unul de eveniment. Un semn distinctiv ar fi, totuși, tematica diferită. Pentru reportajul de eveniment sau „de serviciu" este inerentă proximitatea temporală și spațială, iar pentru reportajul de atmosferă sunt specifice subiectele atemporale, faptul divers, care nu e legat atât de strâns de actualitate.

Reportajul de eveniment e prezent aproape în fiecare număr de ziar. El este compatibil cu orice eveniment ori situație: accidente, cutremure, incendii, manifestări de stradă, greve, competiții sportive etc. Reportajul de eveniment are un volum redus, deoarece, trebuie să se încadreze în spațiul deja rezervat și este publicat, de regulă, a doua zi după eveniment. Etapele de predocumentare, documentare pe teren, stabilire a planului, redactare și revizuire sunt realizate în doar câteva ore. În acest sens, de la reporter se cere spirit de observație, măiestrie de a scrie operativ, concis și lapidar pentru a-l face pe cititor să „vadă" și să „simtă" evenimentul la care a participat.

În reportajul de eveniment principalul sunt faptele prezentate în derulare, semnificația lor, dramatismul întâmplării reale, forța de atracție a subiectului. În el nu lipsesc detaliile de atmosferă, însă, ele sunt plasate în planul doi și au menirea de a prezenta cât mai atractiv și veridic evenimentul. Teme, cum ar fi, salvarea pasagerilor de pe un vapor ce suferă naufragiu sau eliberarea de ostatici captivează cititorul prin dramatismul faptelor, dar nu al detaliilor de atmosferă.

Deși joacă un rol secundar, elementele de atmosferă înviorează reportajul de eveniment, îi imprimă dinamism și veridicitate.

În mod ideal, reportajul de eveniment este o sinteză a observațiilor pe teren, a expunerii lor fluente, o reconstituire fidelă a evenimentului la care a participat ziaristul.

Prezintă interes, în acest sens, reportajul „*Marea adunare pro-Europa*” publicat în ziarul „Adevărul-Moldova” din 4 noiembrie 2013, în care este reconstituit nu numai evenimentul propriu-zis, dar și atmosfera în care s-a produs: „*100.000 de moldoveni, potrivit organizatorilor, sau 60.000, potrivit unor surse din poliție, s-au adunat ieri în Piața Marii Adunări Naționale să sprijine cursul european al țării noastre. Bătrâni, tineri și copii au împânzit Piața Marii Adunări Naționale în semn de susținere a cursului proeuropean al Republicii Moldova. Cei mai tineri sau perindat prin centrul capitalei cu drapele imense ale Uniunii Europene și ale Republicii Moldova în mâini sau desenate pe obraji, dar și cu pancarte pe care scria cu albastru sau cu verde raioanele din care vin. Cei mai în vârstă ridicau în sus steaguri mici. Scopurile lor erau diferite: unii au venit să susțină Republica Moldova pe calea europeană, s-o încurajeze înainte de Vilnius, alții – pentru un viitor mai bun, pentru abolirea vizelor sau pentru revenirea părinților și a copiilor acasă*”.

Unele dintre reportajele de eveniment scrise cu mulți ani în urmă au devenit documente istorice prin semnificația detaliilor și veridicitatea faptelor. În această listă pot fi incluse reportajele lui John Reed despre revoluția bolșevică din 1917, reportajul lui Sefton Delmer despre incendierea Reichstag-ului (1933), reportajul lui Jack London despre cutremurul din San Francisco din 1906.

Spre deosebire de reportajul de eveniment, care urmează a fi publicat în regim de urgență, reportajul de atmosferă nu este strict legat de actualitatea zilei, el este lipsit de forța de impact a evenimentului produs recent. În schimb el are calitatea mereu valabilă pentru a fi publicat oricând, dar e prețios, mai ales atunci când nu se întâmplă nimic deosebit, când nu au loc evenimente semnificative, când e perioada „secetei” informaționale. În asemenea cazuri, reportajul de atmosferă salvează situația, propune cititorului subiecte despre fenomene și lucruri neobișnuite, locuri pitorești, destine omenești în cele mai dramatice momente ale vieții.

În practica gazetărească reportajul de atmosferă se consideră unul elitar. Un jurnalist specializat în reportajul de eveniment sau „de serviciu”, cum i se mai zice, nu va putea scrie, oricât s-ar strădui, un reportaj

de atmosferă de calitate, deoarece acest gen presupune talent, originalitate, măiestrie literară pentru a reda lucruri care nu se întâmplă, dar care se văd, care există în realitate. În acest sens, reportajul de atmosferă se apropie mai mult de „jurnalismul literar", decât de jurnalismul de informare, iar întrebarea la care răspunde este „cum" și nu „ce" se întâmplă.

De regulă, reportajul de atmosferă este unul tematic. Șomajul, copiii orfani, câinii vagabonzi, fenomenul drogurilor, adică tot ce ține de faptul divers pot deveni subiecte pentru reportajul de atmosferă. Se știe că „faptul divers" este faptul de actualitate, care nu e nici politic, nici diplomatic, nici economic, nici social, nici judiciar, nici sportiv, nici cultural. Anume astfel de subiecte determină, de obicei, diapazonul tematic al reportajelor de atmosferă.

Deci, în mod obiectiv, reportajul de atmosferă nu e legat în mod direct de eveniment. El este „atemporal" și e valabil aproape oricând, fiindcă nu e nemijlocit ancorat în actualitate, ci e legat de ideea de actualitate.

Din această categorie face parte reportajul „Gânduri din Poiana Nouă" de Ion Proca publicat în ziarul „Curierul agricol" din 15 noiembrie 2013, pe care, din motive didactice, îl reproducem integral: *„Am fost invitat la vila unui prieten. Căsuța lui în două caturi, ca o jucărie, stilată și europenizată te îmbie să-i treci pragul cu evlavie ca într-un templu de reculegere.*

*Teritoriul e bine amenajat, cu drumuri de acces cam înguste, dar priveliștea e de zile mari. În stânga se întinde cât vezi cu ochii o pădure seculară, iar în dreapta, protejat de un val mai mare de șapte ori ca cel al lui Traian, curge lin spre mare mereu tristul Nistru.*

*E zi de sâmbătă. Și e mult soare. De parcă nici nu ar fi un început de noiembrie. Această ultimă lună de toamnă și-a adunat ortacii, îmbrăcați ca pe lângă casă, dar purtând neapărat mănuși albe ca să nu facă bătături în palmele fine de foști și actuali nomenclaturiști.*

*Dintre toate casele se evidențiază doar cea a lui Gheorghe Papuc, ex-ministru la interne. Se aseamănă cu un palat al țarilor de la Petergoff. Privit de sus, de pe iezătură, castelul pare a fi locuit de stafii, iar apele unui bazin au înverzit de când stăpânul a abandonat casa, nu pentru bani, ci să scape de gura lumii.*

*Vila lui Vladimir Voronin se vede că e construită pe la sfârșitul secolului XX și nu e arătoasă ca a fostului coleg de partid. În schimb are un spațiu de 12 ari și grădina e bine îngrijită de niște bieți argați din Pârâta. Un călin cu boabe roșii ne dă de înțeles că asta-i culoarea preferată a tovarășului V. N. Voronin. Iar chioșcul pustiu, unde se afla garda de corp a președintelui Voronin, ne dă de înțeles că toate-s trecătoare, ca și apa curgătoare a Nistrului.*

*În vecinătate se află și vila lui Vasile Iovv, camarad de idei al lui Voronin, dar și consătean din Corjova. Vila acestuia e monumentală, în stil stalinist. În ziduri predomină lemnul și gustul nerafinat.*

*Casa lui Dumitru Braghiș, fost lider comsomolist și Prim-ministru, nu-și ia hogeagul la purtare și nu iese ca păduchele în frunte, ci se lasă uitată și părăsită ca și partidul dat de zestre unui oarecare Șelin.*

*După ce am inspectat acest locușor de rai am încercat să-mi imaginezi câtă lume nu are un acoperiș de asupra capului și câtă risipă de pământ, de bani, de trudă se pierde în zadar pentru a ogoi poftele unor chiaburi sau crai de curte veche.*"

În acest reportaj de atmosferă, ideea de actualitate se conține în primele propoziții din alineatul trei, în rest el este „atemporal" și publicarea în ziar nu ține de anumiți termeni concreți.

Din familia reportajului de atmosferă face parte reportajul de călătorie, de altfel, foarte răspândit în toate timpurile. Încă, în 1830 Gheorghe Asachi publică impresiile sale despre orașul Sankt-Petersburg sub denumirea „Extractul din jurnalul călătorului moldovean". Acest reportaj conține informații inedite pentru acea vreme despre monumentele istorice și culturale din capitala Imperiului Rus. Autorul povestește cu mult entuziasm despre „prințul Petru Movilă", care a deschis primul seminar teologic în Rusia, despre „prințul Dimitrie Cantemir, care a lucrat cu Petru I la ale sale reforme".

De altfel, călătoria a fost și rămâne o temă permanentă pentru reportajul de atmosferă. În acest context se înscriu cărțile de reportaj *Basarabia, țară de pământ* de Geo Bogza, *Путешествие с молодым месяцем* de Vasili Peskov, *Prospectul patriei* de Tudor Țopa.

Deseori, reportajul de atmosferă este realizat în urma călătoriei de-a lungul unui fluviu, a impresiilor despre locurile și localitățile în-

tâlnite în cale. Pagini de o autentică valoare publicistică găsim în reportajul lui Geo Bogza „Viața pe Nistru", a lui Tudor Țopa „Izvorul", iar „Cartea Oltului" a aceluiași Geo Bogza, este un reportaj-poem în care e descris traseul râului Olt de la izvoare până la vărsarea lui în Dunăre. Aici realul se contopește cu dimensiunea literară care, luate împreună, imprimă reportajului valoare de document, evidențiază calitățile lui artistice.

Pasiunea de a călători pe apele unui fluviu este o temă omniprezentă și în alte reportaje ale lui Geo Bogza, unde frumusețea spațiului geografic e reprodusă metaforic dar, totodată, în strânsă legătură cu realitatea văzută și simțită. Semnificative, în acest sens, sunt următoarele rânduri din reportajul „Nopți albe în Leningrad": „*Doar pe malurile Nevei mirosea a mare. Puternic, tulburător și încărcat de vaste promisiuni era acolo mirosul mării! Cînd vii dinspre miazăzi, în locul acela nu e încă marea , dar parcă e mai mult decît atît: presimțirea ei. Vastă, nemărginită, copleșitoare presimțire! Toate cîte sînt între cer și pămînt, aerul lumina, copacii, mersul măreț al fluviului, par să anunțe apropierea mării. Mai mult decît pe înseși țărmurile ei, se vestește acolo imensă și plină de uriașe promisiuni. Așa o va fi simțit și Petru cel Mare cînd pe aceste maluri, pustii pe atunci, s-a hotărît să întemeieze capitala stăruitorului său vis nautic"*. (Bogza G. *Pagini contemporane*. București, 1957, p.292).

Reportajul de atmosferă este compatibil, de asemenea, cu subiecte despre destinații turistice, meleaguri exotice, locuri neobișnuite. În acest sens, poate fi adus în calitate de subiect pentru reportaj fenomenul din pădurea Orheiului, unde vehiculele urcă la deal fără ca motorul să funcționeze.

Reportajul de atmosferă exploatează activ teme care au o puternică componentă sentimentală, emotivă. Aici se înscriu subiecte despre destine dramatice, sărăcie, copii abandonați, bătrânețe solitare, cataclisme naturale, adică despre tot ce provoacă interesul uman. Reportajul lui Geo Bogza „Cizmarii și croitorii" reproduce sărăcia ce domnea în satele moldovenești în perioada interbelică: „*Sînt oameni în Basarabia care n-au avut niciodată, un costum nou. Sînt familii în care nu există decît cîte un rînd de haine, pentru fiecare epocă de vîrstă. Un*

*rînd de haine pentru epoca dintre 5 și 10 ani, altul de la 10 la 15, altul de la 15 la 20. Băiatul care împlinește 5 ani, întră în costumul respectiv, și cînd îi rămîne prea mic, îl lasă altuia, și el trece în celelalte, pe rînd, pe măsură ce cei dinaintea lui le părăsesc, parcurgîndu-le unul după altul. Șalul de lînă, pe care fetele îl poartă seara, pe sub felinarele strîmbe ale ghettoului, e întotdeauna, cel puțin „de la bunica". Ca și cum facerea unui rînd de haine ar necesita efortul unei vieți întregi, costumele trec din generație în generație, sînt mai aproape de eternitate decît oamenii. Abia pe la sfîrșitul vieții, bunicul reușește să-și comande primul lui rînd de haine noi, și cum nu se îndură să-l poarte, îl lasă fiului. Și acesta nepotului.*" (Bogza G. *Basarabia, țară de pămînt*. București, 1991, p. 65-66).

În culori sumbre este prezentat de același autor, în alt reportaj de atmosferă, orașul Bălți, așa cum arăta el în anul 1934: „*Era într-o miercuri, aproape de seară, într-o zi cu cerul întunecat de nori vineți, cum e cremenea și tot atît de compacți, cînd am ajuns în orașul Bălți, și cu aceasta, voiajul meu în Basarabia a atins cel mai dramatic și mai uluitor episod... Mă vor crede oamenii? Orașul acesta din Basarabia e un oraș al infernului, e tot ce poate fi mai îngrozitor pe fața pămîntului.*

*Închipuiți-vă un cîmp pe care s-ar afla o sută de mii de cadavre de cai întrate în descompunere. Cuiva i-a dat prin minte să clădească deasupra acestui cîmp, un oraș. E Bălți.*

*Cîrduri de ciori, zeci de mii de ciori, se rotesc fără încetare deasupra orașului. De cum pornești de la gară, pe strada care duce spre centru, un val de putoare pestilențială, de cadavru intrat în descompunere, te ia în primire și nu te mai lasă pînă ce nu părăsești orașul. Așa întîmpină Bălți pe toată lumea, așa m-a întîmpinat și pe mine*". (Ibidem, p. 77-78).

Este oportun de a menționa prezența masivă a informației în majoritatea reportajelor de călătorie. Și în acest caz, vom apela la Geo Bogza, mai precis la reportajul „Viața pe Nistru": „*La Karalașofca, într-o pădure de pe malul Nistrului, se află o biserică de călugărițe. Exact în partea cealaltă, pe malul rusesc, se află cîteva fabrici, cu acoperișul de țiglă roșie, arse de soare, într-un peisaj torid. La Karalașofca, bat*

*clopotele din turla bisericii. Pe malul celălalt, sirenele fabricilor țipă strident, infernal. La Karalașofca, încet, tîrîș, călugărițele bătrîne, frînte în două, se îndreaptă sprijinite în toiag spre ușa neagră a bisericii. Pe malul rusesc, în curtea fabricii aleargă oameni tineri, în capul gol, numai în cămașe, cu mînicele sumuse. În fiecare seară și dimineață, la Karalașofca bat clopotele de bronz, un sunet lung, tînguitor. În partea celălată, sirenele sună scurt, puternic, ca o poruncă*". (Bogza G. *Basarabia, țară de pămînt*. București, 1991, p.101).

Autorul folosește cu iscusință metoda contrastului pentru a reproduce atmosfera specifică de pe ambele maluri ale Nistrului.

Alături de reportajul de atmosferă, în presă e mereu prezent reportajul de „interes uman", care acoperă subiecte tari, șocante, neobișnuite are, prin definiție, o puternică componentă emoțională, adesea, pășește alături de senzațional. În această categorie pot fi incluse reportajele din casele de alienați, orfelinate, penitenciare, săli de judecată, adică din zone cu un înalt grad de risc uman.

Reportajul pe aceste teme poate fi realizat sub două unghiuri. Primul, găsirea unui ton echilibrat, calm și adecvat situației, evitând ispita senzaționalului. În al doilea caz, este evidențiat caracterul șocant al informației și ilustrațiilor, relatarea de date neverificate sau declarații fragmentate, încălcându-se normele deontologice elementare. La asemenea procedeu recurg ziarele de format tabloid, cu un caracter pronunțat de bulevard.

În gama reportajului de atmosferă un loc aparte îi revine reportajului istoric frecvent utilizat, mai ales, cu prilejul unor aniversări. De obicei, asemenea subiecte pun în valoare fapte istorice de mare amploare, trezesc emoții și asociații, reproduc pentru cititorul contemporan episoade eroice din trecut, raportându-le la realitățile de astăzi. Din această categorie fac parte reportajele despre conflictul armat de pe Nistru, locurile unde au avut loc operații militare în timpul celui de al Doilea Război Mondial, bătăliile lui Ștefan cel Mare de la Vaslui și Codrii Cosminului etc.

Este semnificativ, în acest sens, reportajul lui Ion Proca „Un car cu făină pentru Ștefan cel Mare" în care autorul pune în gura lui Eminescu următoarea versiune despre un episod din istoria Bucovinei: „*La*

*anul 1774 au intrat oştirile austriece şti, cu dispreţul oricărui drept al gînţilor, în pace fiind cu Poarta şi cu Moldova, în partea cea mai veche şi mai frumoasă a ţării noastre; la 1777 această răpire fără de seamăn s-a încheiat prin vărsarea sîngelui lui Grigore Ghica Vodă... Vînzarea Bucovinei va fi o veşnică pată pentru împărăţia vecină, de-a pururea o durere pentru noi. Dar nu vom lăsa să se închidă această rană. Cu a noastre mâini o vom deschide de-a pururea, cu a noastre mâini vom zugrăvi icoana Moldovei de pe acea vreme şi şirurile vechi, cîte ne-au rămas, le vom împrospăta în aduceri aminte, pentru ca sufletele noastre să nu uite Ierusalimul. Căci acolo e sfînta cetate a Sucevei, scaunul Domniei vechi cu ruinele măririi noastre, acolo sînt moaştele celor mai mari dintre domnitori...*" (Ion Proca. *Prispe de sâmbătă seara.* Chişinău, 1989, p. 63).

Aici autorul a păstrat stilistica expunerii, a utilizat mijloacele expresive ale limbii din acele vremuri.

Tot în această categorie se înscriu reportajele despre monumentele ce evocă războaiele ruso-turce, cum ar fi, cel din apropierea orăşelului Vulcăneşti, de lângă satul Larga, raionul Cahul, despre obeliscul lui Grigori Potiomkin de lângă satul Rădenii Vechi, raionul Ungheni, reportaje care au apărut în diferite perioade în presa din republică.

În literatura de specialitate poate fi întâlnită noţiunea de reportaj-portret care, prin definiţie, se deosebeşte de curriculum vitae. Reportajul-portret nu este biografia unei personalităţi, ci o sinteză a celor mai importante evenimente din viaţă, a circumstanţelor care i-au influenţat destinul. Într-un asemenea reportaj sunt scoase în evidenţă trăsăturile esenţiale ce caracterizează personajul, îl plasează în contextul actual, motivează oportunitatea alegerii temei. Ceea ce deosebeşte reportajul-portret de alte genuri în care în prim-plan apare omul, este prezentarea lui în acţiune, în circumstanţe concrete: la locul de muncă, pe platoul de filmare, în mijlocul familiei, în timpul unei deplasări etc. Este punctat portretul eroului: mersul, gesturile, privirea, vestimentaţia, gusturile, preferinţele, obiectele care îl înconjoară. Toate acestea dezvăluie personalitatea, pun în valoare calităţile ei.

În unele publicaţii reportajul-portret este inserat sub rubrica „O zi împreună cu...", unde eroul este prezentat în context: în biroul de lu-

cru, călătorie, manifestare publică, eveniment sportiv etc., sunt utilizate pe larg spusele eroului, reflecțiile despre anumite realități ale vieții. Date interesante pot fi obținute din interviuri adiacente, din discuții cu persoane apropiate, cu care a învățat, a colaborat, cu adversarii ori rivalii săi. Astfel, personalitatea este prezentă în toată multitudinea şi complexitatea ei.

Din această categorie face parte reportajul-portret „Frate al pământului" de Ion Proca, al cărui erou este poetul-academician Andrei Lupan. De altfel, „Frate al pământului" e titlul unei plachete de versuri a renumitului poet şi e preluat de Ion Proca pentru a facilita intrarea cititorului în temă. Deoarece, în timpul verii Andrei Lupan locuia la vila sa din Mălăești, Criuleni, autorul face următoarea precizare: „*În casa de la oraș aparatul telefonic rămânea surd la toate insistențele noastre. Și atunci ne-am pornit spre Mălăiești... Aici printre ruinele naturii căutam un om pe care îl cunoaște o lume. Ne-am oprit în dreptul unei porți vopsite în verde, lângă o căsuță obișnuită, cu straturi și vetre revene, cu vița-de-vie proaspăt tăiată și cu un petec de iarbă verde, ce sprijinea parcă o cărăruie betonată. Veneam la cel mai frumos țăran, poate mai țăran decât toți țăranii, vorba lui Dumitru Matcovschi. Titlurile dumisale onorifice de academician, de poet și de Erou al Muncii Socialiste, de Laureat al Premiului de Stat al URSS nu i-au știrbit cu nimic vechea lui patimă de om al pământului, de agronom și de plugar înrădăcinat nu numai în glie, ci și în cuvânt. Pentru că Andrei Lupan rămâne temerar ca un arbore să fremete duios peste cuvântul scris sau rostit și nu uită nici pe o clipă de unde vine, de cel „sat uitat" de odinioară, ca să se cutremure la un moment al discuției noastre și să ne facă să tresărim și noi*". (Ibidem, p.96).

Este prezentat un om real, într-un mediu concret, bine definit, cu toate regaliile şi titlurile onorifice, important rămânând încercarea de a creiona în culori fine, abia simțite portretul acestei personalități marcante care a fost Andrei Lupan. În prim-plan apare poziția civică a eroului în raport cu problemele stringente ale timpului: chimizarea excesivă a pământului, cultivarea tutunului în proporții de masă, alcoolizarea populației de la sate. Sfârşitul reportajului, de asemenea, este unul pe măsură: „*Acolo, la poartă, lângă postata cea de iarbă crudă*

*și verde ca buratecul, ne-am luat rămas bun de la Andrei Lupan, admirându-l că la vârsta-i înaintată e la fel de sfătos, îngăduitor și bun, așa cum l-am cunoscut în crestomațiile școlare, așa cum l-am văzut la întruniri și de pe ecranul televizorului. Și parcă am citit în ochii lui frumoasa destăinuire: „Cine vrea să aibă o bătrânețe – soră cu tinerețea, să mai arunce din cele vicii lumești și să lucreze pământul onest, chibzuit, fără a-i gustă otrava tutunului și tulburarea vinului*". (Ibidem, p. 100).

Rămân mereu actuale reportajele despre personalitățile care au influențat mersul istoriei, despre preocupările și modul lor de viață, de gândire, de comportament după finalizarea carierei politice. Textele pot conține aprecieri ale activității precedente, a rolului pe care l-au jucat în perioada când se aflau la putere. Este semnificativ, în acest sens, reportajul-portret în care apare în calitate de erou fostul conducător al Uniunii Sovietice, Mihail Gorbaciov, – autor Iakov Kedmi, publicist din Israel. Caracteristicile date sunt pe atât de valoroase și surprinzătoare, pe cât de imparțiale, deoarece, ele aparțin unui autor echidistant față de persoana și epoca despre care scrie. Detalii inedite la portret s-au conturat după întrevederea tête-a-tête: „*M-am întâlnit cu Gorbaciov la scurt timp după înlăturarea lui de la putere. După două ore de discuții care au produs asupra mea o impresie dezastruoasă nu-mi puteam imagina acel nivel de degradare a elitei sovietice care în 1985 l-au adus pe Gorbacoiv în fruntea imperiului Sovietic. Într-un timp scurt el a comis toate greșelile posibile. Incapacitatea de a lua decizii adecvate în momente de criză, pe care el însuși le-a provocat, a adus la dispariția statului în fruntea căruia se afla. Uniunea Sovietică a dispărut nu pentru că cineva a dorit, ori a planificat acest lucru... Puterea sovietică s-a prăbușit din cauza degradării și putrezirii ei din interior, a incapacității conducătorilor de a adopta și realiza decizii oportune. În plan istoric Gorbaciov poate fi comparat doar cu Kerinski, care i-a adus la putere pe bolșevici în 1917, iar Gorbaciov a făcut să dispară imperiul sovietic. În ambele cazuri adevărata pricină rezidă în faptul că, în momente critice, Rusia n-a avut parte de conducători destoinici*". („Комсомольская правда", 2012, 19 decembrie).

E greu de adăugat ceva la acest portret politic.

Pentru reportajul-portret există o largă gamă de subiecte, principalul rămânând celebrităţile, vedetele, personalităţile care au obţinut succese uimitoare în anumite domenii de activitate. Desigur, asemenea teme sunt atractive pentru cititori, dar ele prezintă şi un risc pentru jurnalist, deoarece, realizarea necesită talent, abilităţi pentru a pătrunde în lumea sofisticată a VIP-urilor. Practica demonstrează, că nu întotdeauna personalitatea determină succesul reportajului, mai ales atunci, când este ales greşit unghiul de abordare, stilul, tonalitatea. Este o adevărată artă să faci persoana despre care scrii – vizibilă, atractivă, inteligibilă, credibilă pentru publicul cititor.

## 3. Tehnici de documentare

Reportajul este genul informativ care necesită în mod obligatoriu documentarea directă, deplasarea la locul evenimentului. Ajuns pe teren, reporterul depăşeşte prima impresie, care nu întotdeauna este cea mai obiectivă, pătrunde în sensuri, valori, motivaţii, semnificaţii, nu se lasă captivat de ceea ce se petrece la suprafaţă, în prim-plan. În reportaj este important nu numai culegerea de informaţii şi replici, dar şi elucidarea adevărului despre ceea ce s-a întâmplat, despre comportamentul uman în circumstanţe neordinare. Pentru criticul român Tudor Vianu, un bun reporter este acela „*care se deplasează pentru a observa oameni,lucruri şi împrejurări la faţa locului, acela care procedează cu mijloacele anchetei sociale şi care recompune observaţiile sale nu în sinteze festive ale fanteziei, ci într-un fel care urmează de aproape configuraţiile realităţii*”. (Vianu T. *Probleme de stil şi artă literară*. Bucureşti, 1957, p.115).

Efectul prezenţei la eveniment imprimă textului jurnalistic autenticitate, realism, credibilitate. În viziunea lui Ernest Hemingway reporterul e un profesionist al privirii şi ascultării. „*Majoritatea oamenilor*, – scria el, – *nu ascultă niciodată. Nici nu observă. Ieşind dintr-o cameră ar trebui să ştii tot ceea ce ai văzut acolo şi nu numai atât*”. Pentru a reproduce atmosfera evenimentului, acelaşi Hemingway recomanda: „*Găseşte detaliul care ţi-a provocat emoţia, acţiunea care te-a entuziasmat. Apoi scrie totul atât de clar, încât cititorul să*

*înțeleagă atât de bine ca și tine și să aibă aceleași trăiri pe care le-ai avut și tu*".

Diferiți ziariști utilizează diverse modalități de documentare, în funcție de semnificația și valoarea evenimentului, de scopul propus. În acest sens, distingem trei tipuri principale de documentare: 1) documentarea neutră, neparticipativă; 2) documentarea participativă sau „de imersiune"; 3) documentarea de reconstituire.

În cazul documentării neparticipative, rolul reporterului este unul neutru, el nu întreabă, ci observă, privește, ascultă. A asculta este o artă, o calitate profesională care nu toți o posedă, dar care trebuie neapărat însușită. Regula „de aur" este de a lăsa interlocutorul să vorbească până când vă comunică detalii importante, fapte inedite ce contribuie la dezvăluirea subiectului.

Din tehnica documentării neparticipative face parte observarea, calitate inerentă unui adevărat reporter.

Procedeul observării este utilizat aproape în toată creația jurnalistică a lui Geo Bogza. Elocvent, în acest sens, este reportajul „Morile de vînt și alte evenimente": „*După cîteva luni de zile, floarea-soarelui e coaptă. O nouă recoltă invadează piețele din tîrgurile Basarabiei. Oamenii își pregătesc bani de cîte un leu să cumpere cănițele în care e vîndută. În China e orezul. În alte țări e nuca de cocos. În Basarabia e floarea-soarelui. Hrana națională. Stema atîtor lucruri care se petrec în această provincie. Simbol al plictiselii și al sărăciei. Sute de mii de oameni rod, de dimineață pînă seara, sămînță de floarea-soarelui. Cel mai mizerabil locuitor al tîrgurilor basarabene își are, în fiecare zi, ca un drept suprem la care nu poate să renunțe, paharul lui de ceai și mîna de semințe de floarea-soarelui*". (Bogza G. *Basarabia, țară de pămînt*, p.51).

Prin asociații cu alte țări, autorul remarcă cultura floarea-soarelui în calitate de hrană națională pentru populația dintre Prut și Nistru în perioada interbelică.

Pe același model de documentare este construit reportajul „Gânduri din Poiana Nouă" de Ion Proca, text în aparență fără subiect, fără implicare, fără acțiune, aproape fără personaje. Totuși, personaje există, însă ele vin să completeze peisajul ireproșabil al naturii,

unde sunt situate mai multe vile: „ *În stânga se întinde cât vezi cu ochii o pădure seculară, iar în dreapta, protejat de un val mai mare de șapte ori ca cel al lui Traian, curge lin spre mare mereu tristul Nistru... Vila lui Vladimir Voronin se vede că e construită pe la sfârșitul secolului XX și nu e arătoasă ca a fostului coleg de partid. În schimb, are un spațiu de 12 ari și grădina e bine îngrijită de niște bieți argați din Pârâta. Un călin cu boabe roșii ne dă de înțeles că asta-i culoarea preferată a tovarășului V. N. Voronin. Iar chioșcul pustiu, unde se afla garda de corp a președintelui Voronin, ne dă de înțeles că toate-s trecătoare, ca și apa curgătoare a Nistrului*”. („Curierul agricol”, 2013, 15 noiembrie).

Cea de a doua modalitate de documentare numită participativă sau „de imersiune” presupune o implicare totală a jurnalistului în lumea pe care o investighează. Jurnalistul devine pentru o perioadă taximetrist, frizer, chelner, administrator la hotel și asta pentru a pătrunde din interior în universul domeniului despre care vrea să scrie. Practicând o astfel de documentare, jurnalistul, de regulă, nu se limitează la unul, ci pregătește o serie de reportaje la tema investigată.

În acest mod a procedat corespondentul ziarului „Комсомольская правда” Evghenia Suprîciova, care a publicat patru reportaje în numerele din 8, 9, 11 și 15 octombrie 2013 sub titlul „Cum am încercat să fiu migrant legal”, la rubrica „Cum trăiesc gastarbaiterii în capitala Rusiei”. Sub motivul de a se angaja la serviciu în mod legal autorul, sub acoperire, a păşit pragul mai multor organizații, simțind pe propria-i piele prin ce obstacole și greutăți trebuie să treacă migranții din fostele republici sovietice pentru a obține un loc de muncă la Moscova.

O astfel de documentare sub acoperire se mai numește „jurnalistul își schimbă profesia” și este frecvent practicată, mai ales, de reporterii ruși, atât în trecut, cât și în prezent. Primul care a folosit acest procedeu a fost cunoscutul publicist Mihail Kolțov, care pentru câteva săptămâni a devenit şofer de taxi. Corespondentul ziarului „Tinerimea Moldovei”, Ion Proca, a fost în anii “80 ai secolului trecut pentru o zi directorul Fabricii de confecții din Chișinău „Ionel”, iar doi corespondenți ai ziarului „Glasul națiunii” au devenit pentru o noapte pompieri.

Reportajele în care e utilizată tehnica documentării „de imersiune" sunt scrise la persoana întâi, deoarece, jurnalistul a trăit o experiență, a pătruns în interiorul unei lumi până atunci necunoscută, ori aparent cunoscută pe care o propune publicului. În asemenea reportaje cititorul „vede", „aude", „simte" ceea ce jurnalistul a văzut, a auzit, a simțit personal. În plus, narațiunea la persoana întâi vizualizează informația, o autentifică, îi conferă un înalt grad de credibilitate.

În viață există situații când jurnalistul nu poate fi prezent la eveniment. Aceasta se întâmplă în cazul accidentelor rutiere, catastrofelor aviatice, incendiilor etc. În asemenea situații jurnalistul recurge la metoda de reconstituire a evenimentului. Această tehnică de documentare permite de a reproduce un eveniment petrecut cu o zi în urmă prin ochii celor care au participat sau au fost martori la eveniment.

În funcție de subiectul reportajului, există două tipuri principale de reconstituire: 1) reconstituirea unui eveniment produs recent; 2) reconstituirea unui eveniment istoric, ce a avut loc cu mulți ani în urmă. În a doua categorie pot fi incluse reportaje despre cel de al doilea război mondial, deportările din 1949, războiul de pe Nistru din 1992 etc. Asemenea episoade pot fi reconstituite prin prisma unui participant sau a unui martor la eveniment.

Un atare procedeu a utilizat Ion Proca în reportajul „O călătorie în toamnă" în care eroul principal este sculptorul Alexandru Plămădeală, autorul monumentului domnitorului Ștefan cel Mare din Chișinău. Modul cum a lucrat maestrul la opera sa este reconstituit din spusele soției sale, Olga Plămădeală, când aceasta avea, deja, vârsta de 90 de ani. Reportajul începe cu o descriere lirică, ca mai apoi să treacă la subiectul propriu-zis: „*Muncea cum n-a mai muncit niciodată. Și nu simțea nici pic de oboseală. Doar atunci când își văzu opera turnată în bronz, căzu buștean și dormi două zile și două nopți ca mort, că mai nici să se trezească în ziua dezvelirii monumentului lui Ștefan cel Mare.*

*În grădina publică fu întâmpinat cu strigăte de „ura" și fu purtat pe brațe până în fața voievodului. Vocile mulțimii îl amețeau. Deschise ochii și i se păru că voievodul, sprijinit în sabie, i s-a pornit în întâmpinare*". (Proca I. *Prispe de sâmbăta seara*, p. 33).

Tehnica reconstituirii este una din cele mai vechi metode de documentare. Ea acoperă zone vaste din timp și spațiu, pe de o parte, iar pe altă parte, încadrează subiectul istoric în actualitatea curentă în care trăiește cititorul.

## 4. Tehnici de redactare a reportajului

Alegerea temei, documentarea pe teren, informarea adiacentă, consultarea izvoarelor suplimentare sunt etape care anticipează cel mai important moment al creației – scrierea propriu-zisă a reportajului. Chiar dacă informația culeasă pe teren este relevantă, dar nu e transpusă într-un text viu și atractiv, nu îl aduce pe cititor în atmosfera evenimentului, nu-i creează imaginea de participant sau martor, atunci textul respectiv nu este reportaj.

În reportaj este inclus tot ce nu putea să apară în știre: elemente de descriere, de conflict, de atmosferă, sunt prezente originalitatea stilului autorului, libertatea exprimării literare. Dacă în știre citatul este ales în funcție de mesajul informativ, iar particularitățile de expresie ale vorbitorului sunt cizelate și aduse la standardele recunoscute, apoi în reportaj, dimpotrivă, sunt păstrate elementele specifice vocabularului interlocutorului, uneori, chiar regionalismele, limbajul familial. Pentru știre, dialogul nu este specific, pe când în reportaj, el dinamizează textul, îl dramatizează. Dacă în știre decorul se reduce la o simplă constatare („Sala de ședințe a primăriei”), apoi în reportaj decorul transmite informații suplimentare („În sala de ședințe a primăriei scaunele au rămas într-o dezordine de nedescris, semn că încăperea a fost părăsită în mare grabă, sau poate chiar cu nervozitate?”).

Reportajele includ câteva dintre următoarele elemente (în unele cazuri chiar toate) și anume: 1) fapte; 2) declarații; 3) descrieri; 4) fabule (istorioare); 5) opinii; 6) analiză. Nu întotdeauna toate cele enumerate mai sus fac parte din corpul reportajului, pentru că adesea ele se suprapun. Faptele, de exemplu, pot fi incluse în cadrul descrierii sau al analizei, în timp ce declarațiile directe se pot folosi pentru a povesti o fabulă (istorioară).

Pentru a evita repetările și a nu omite ceva important este necesar schițarea unui plan, care disciplinează gândirea, ajută la selecta-

rea detaliilor. Desigur, că planul nu este o schemă rigidă ce limitează imaginația și inhibă fantezia creației. Dimpotrivă, el oferă jurnalistului posibilitatea de a ierarhiza informația acumulată, de a o încadra într-un scenariu, care are început, continuare și sfârșit.

În reportaj nu întotdeauna este respectată cronologia faptelor, dacă acest lucru nu e motivat de o situație concretă, care necesită anumită consecutivitate: o competiție sportivă, o grevă, o revoltă stradală. Un reportaj de calitate nu este relatarea minut cu minut a ceea ce a văzut și a auzit jurnalistul, ci este o reconstrucție a evenimentului cu ajutorul faptelor, detaliilor, imaginilor.

Este contraproductiv, dar și imposibil de a oferi scheme și rețete privind tehnicile de redactare pentru toate cazurile și pentru toate zilele. Teoreticienii reportajului ocolesc acest lucru și nu fără temei, deoarece, ar văduvi și banaliza însuși actul de creație. De obicei, în manualele de profil sunt prezente criterii generale care stau la baza unui reportaj de calitate. Americanul Melvin Mencher formulează câteva recomandări pentru jurnaliștii începători: 1) Arată oamenii în acțiune; 2) Lasă-i să vorbească; 3) Lasă personajele și dialogul să conducă acțiunea; 4) Imprimă dinamism conținutului.

Prin analogie, scrierea reportajului seamănă cu montajul unui film, deoarece, și în unul, și în altul sunt reproduse scene, evenimente, imagini care vin să ilustreze tema, ideea principală.

Se recomandă ca, înainte de a se apuca de scris, jurnalistul să-și pună următoarele întrebări: 1) Care este cel mai surprinzător fapt care l-a descoperit? 2) Care este cea mai bună și mai puțin cunoscută fabulă (istorioară) ce urmează a fi introdusă în text?; 3) Care este cea mai neașteptată declarație?; 4) Care este cel mai neobișnuit eveniment?; 5) Care este fraza ce conține în cea mai mare măsură răspunsul la întrebarea – „Știați că...”?

Răspunsurile la aceste întrebări sugerează un mod adecvat de utilizare a materialului factologic.

Practica demonstrează că un reportaj bun se scrie într-o suflare, imediat după eveniment, când faptele și detaliile sunt încă proaspete, neestompate. Din această perspectivă e necesar a stabili unghiul de abordare încă în perioada documentării pe teren, de a găsi schema,

concepția, calupul în care vor fi turnate faptele, detaliile, exemplele, cifrele, citatele, impresiile fascinante.

După revenirea de la eveniment sau de pe teren este necesară o scurtă pauză pentru a lăsa să se coaguleze impresia dominantă, care va trece ca un fir roșu prin tot reportajul. Apoi sunt reconstituite pe hârtie momentele-cheie, întâlnirile marcante, evenimentele semnificative. Următorul pas este revizuirea faptelor, detaliilor, citatelor, selecția lor drastică. În continuare se va stabili ideea-forță în jurul căreia se va construi întreg scenariul, se va contura mesajul esențial.

După precizarea acestor detalii, urmează scrierea propriu-zisă a textului. Începe una din cele mai responsabile, mai dificile și mai intime etape ale procesului de creație, rezultatul căruia este produsul final – textul jurnalistic numit reportaj.

Reușita reportajului, impactul asupra cititorului depinde, în bună măsură, de **prima frază**, de **primul alineat** care are scopul de a intriga, de a trezi interesul pentru lectură. De regulă, începutul este atractiv, surprinzător, expresiv și concis. Reportajul poate începe cu un detaliu concret, o imagine incitantă, un citat semnificativ ce exprimă ideea de bază a textului sau perspectiva evaluării subiectului principal.

**Intro-ul** poate fi compus din elemente foarte specifice – un mic comentariu, o privire, un gând, o convorbire telefonică, o amintire, o călătorie, o sosire, o panoramă, un detaliu concret, care ilustrează mai degrabă un fapt mărunt, decât o imagine de ansamblu.

Deci, există multiple procedee de a începe un reportaj, iar întrebarea esențială este, care dintre ele s-ar potrivi cel mai bine, ar fi mai adecvate subiectului dat.

În reportajele lui Geo Bogza începutul este unul fascinant, el captivează prin neobișnuința detaliilor reproduse. Un asemenea procedeu este utilizat în reportajul „Cum începe Basarabia", care reține atenția de la prima frază: „*În comuna Corjeuți, din județul Hotin, am întîlnit o înmormîntare atît de ciudată, încît, dacă mi-ar fi fost povestită, aș fi pus-o mai curînd în seama cine știe cărui popor îndepărtat, african, ale cărui obiceiuri de înmormîntare ar păstra încă în ele tot fantasticul ceremoniilor primitive*". (Bogza G. *Basarabia, țară de pămînt*, p.9). În continuare reporterul descrie faptul care l-a uimit cel mai mult

și anume, că în mijlocul lunii iunie „*mortul este dus la cimitir cu sania*”. Apoi urmează alte detalii din același registru care sugerează ideea de bază a reportajului – sărăcia și ignoranța ce dominau în satele moldovenești din acea perioadă: „*Nămolul fertil al pământului dintre Prut și Nistru, pământ chinuit de la un capăt la altul, pământ negru din care au fost plăzmuiți oamenii aceștia, din a căror minte plină de superstiții și întuneric a ieșit practica unei atît de ciudate, unei atît de substanțiale înmormîntări*”. (Ibidem, p.11).

În calitate de introducere poate apare o digresiune lirică, în cazul când aceasta este adecvată situației și se înscrie în registrul textului. Reportajul „*O călătorie în toamnă*” de Ion Proca începe cu o descriere poetică a acestui anotimp, anticipând subiectul principal – dezvelirea monumentului lui Ștefan cel Mare la Chișinău: „*Era o toamnă lungă și blândă a anului 1925. Mai la deal de căsuța sculptorului Alexandru Plămădeală ieșiseră culegătorii să despovăreze viile de struguri, să bată nucile, să culeagă merele domnești. Forfotă mare în Valea Dicescu. Olguța, soția lui, se sculase cu noaptea în cap și-i pregăti o iahnie, mâncare gustoasă, cum se făcea la baștina ei, prin părțile Bricenilor. Însă el nu se atinse de bucate. Ieși în pridvor și mult timp privi spre culegătorii veseli, dar nimic nu-l mai bucura.*

*– Ce-i cu tine, Sandule? – îl întrebă îngrijorată Olguța. – Poate ești bolnav?*

*– Nu! – răspunse el absent, de parcă na-r fi existat nimeni în jur*”. (Proca I. *Prispe de sâmbătă seara*, p. 31).

Dialogul introdus în primul alineat denotă starea de spirit, emoțiile marelui sculptor în procesul creației. Totodată, el înviorează începutul reportajului, îi imprimă dinamism și consistență.

Începutul este considerat unul din elementele dificile ale procesului de creație, mai ales, pentru jurnaliștii tineri. Deseori, se pierde mult timp și energie la primul paragraf, ca în cele din urmă el să fie scos de către redactor, iar reportajul va începe cu al doilea paragraf. Aceasta se întâmplă în cazul când începutul are un caracter general și nu poate îndeplini rolul de catalizator pentru lectură.

În mod ideal, primul paragraf sau alineat conține ideea esențială a reportajului, impresia dominantă despre eveniment cu ajutorul căreia

autorul vrea să capteze atenţia publicului, să trezească dorinţa de a citi în continuare textul.

Odată cucerit, este important de a menţine în continuare interesul cititorului şi rolul acesta îi revine părţii de mijloc a textului, cuprinsului, care se mai numeşte „corp" al reportajului. În acest segment sunt introduse fapte, dialoguri, portrete, citate, detalii ce transmit ideea de bază a textului. Se impune o selecţie strictă a cifrelor, exemplelor, personajelor pentru a nu estompa subiectul principal şi pentru a evita repetările, locurile comune. La această etapă măiestria jurnalistului se manifestă în a păstra în text doar acele informaţii şi detalii, care asigură menţinerea interesului pentru lectură şi dezvoltă ideea centrală a subiectului.

În cazul reportajului lui Geo Bogza „Misterele Chişinăului", partea de mijloc a textului o constituie descrierea unei vizite nocturne în zonele tenebre ale oraşului, impresiile şocante redate prin cuvintele-cheie: „*uliţe infecte, boli, mizerie, borfaşi, cuţitari, dezertori, peşti, prostituate*."

**Sfârşitul** reportajului este tot atât de important ca şi începutul sau conţinutul propriu-zis. Dacă introducerea are menirea de a capta atenţia, iar mijlocul de a menţine interesul, apoi paragraful final încununează textul printr-o impresie puternică, scenă relevantă, detaliu semnificativ. Finalul reportajului lui Geo Bogza, citat anterior, e scurt, nervos, consistent: „*Misterele Chişinăului? Ploşniţe, păduchi, foame, mizerie. Aşa sunt poate, de altfel, misterele tuturor mahalalelor din lume*". (Bogza G. *Basarabia, ţară de pământ*, p. 94).

Este necesar de menţionat ca sfârşitul reportajului nu presupune concluzii, recomandări, reflecţii cu caracter moralizator. Textul trebuie construit în aşa mod încât, în rezultatul lecturii, cititorul singur să poate decide „ce e rău şi ce e bine", să tragă concluziile respective.

Aspectul lingvistic, stilul, tonul în care e realizat reportajul trebuie să fie adecvate evenimentului, subiectului principal. Nu se poate scrie în acelaşi registru despre un omor în culpă şi o solemnitate cu ocazia unui jubileu festiv. Primul caz, categoric nu poate fi descris într-un stil romantic, liric, atractiv, iar în cel de al doilea, dimpotrivă, se impune o intonaţie solemnă, epitete puternice, un limbaj sobru, grav, somptuos.

Misiunea reporterului constă în transcrierea realității brute într-un limbaj mediatic accesibil și convingător, utilizarea unui stil ce pune în valoare întreaga gamă de semnificații a evenimentului.

Spre deosebire de știre sau relatare, reportajul se caracterizează printr-o evidentă libertate stilistică, un înalt grad de expresivitate și originalitate. Dacă într-un text administrativ sau proces-verbal nu se simte personalitatea autorului, apoi în reportaj apare temperamentul lui, fața stilistică ce îl individualizează. De exemplu, reportajele lui Geo Bogza sau Tudor Țopa pot fi identificate fără a fi citite numele de familie. Pentru a obține acest lucru se cere talent, fler pentru fapte, capacitatea de a reconstitui realitatea prin mijloace stilistice autentice și irepetabile.

O modalitate stilistică frecvent utilizată în reportaj este descrierea. Ea devine elementul esențial, mai ales, atunci când e vorba de prezentarea naturii, unei țări sau localități. Acest procedeu îl întâlnim în reportajul lui Geo Bogza „Cum începe Basarabia": „*Orașul Cahul. Surprinde, frapează aproape ochiul, așezarea lui atît de precis aliniată, zece străzi paralele, pe care le taie perpendicular alte zece străzi paralele. Pare construit cu rigla și echerul. Și ce e mai ciudat, e că o șosea care prelungește una din străzile lui afară, peste cîmp, începe să se zvîrcolească în toate părțile, să facă ocoluri și cotituri imense. Orașul pare o cutie netedă din care iese un șarpe. În coasta stîngă a Cahulului, o baltă verde doarme*". (Bogza G. *Basarabia, țară de pămînt,* p. 14-15).

Un asemenea stil se numește descriptiv sau poetic.

În același timp, stilul rapid, sacadat, nervos, expresiv al reportajului este de neconceput fără utilizarea adecvată a epitetelor, comparației, metaforei. Aceste figuri de stil înviorează, extind universul mesajului, fac mai clară perspectiva, apropie textul de cititori.

Aproape în toate tipurile de reportaj sunt utilizate masiv epitetele care, fiind puse pe lângă un substantiv sau pe lângă un verb, au menirea de a scoate în evidență mai nuanțat o trăsătură a obiectului sau a acțiunii, de a imprima mai multă expresivitate creației jurnalistice. Epitetul original, proaspăt, neașteptat adaugă elemente și semnificații noi textului jurnalistic, îl face mai lizibil, mai atractiv, mai convingător.

Tehnica de a apela la epitete domină în creația lui Geo Bogza, mai ales, în reportajele sale de călătorie. Semnificativ, în acest sens, este reportajul „Muntele stelelor" despre Georgia, unde bărbații sunt „*înalți și zvelți*", cu părul „*negru și strălucitor*", apele „*albastre și limpezi*", aerul „*dulce și plin de miresme*", iar pădurile sunt „*misterioase*", imensitățile „*strălucitoare*", zăpezile „*veșnice*". În ciclul de reportaje „*China adorată*" al aceluiași autor, pământurile acestei țări apar „*aride și fierbinți*", spațiile „*imense*", zgomotele „*misterioase*". Aceste epitete care, nu sunt decât niște simple adjective, dau textului culoare, lumină, veridicitate.

Atunci, când o cere situația, epitetele pot fi scoase în titlurile de reportaj, așa cum procedează, de altfel, Geo Bogza: „Un fluviu puternic și generos", „Marile șantiere, marile transformări", „Tristețea coloniilor" – texte incluse în volumul *Pagini contemporane*.

Există, însă, și un pericol în folosirea abundentă a epitetelor, mai ales, de către jurnaliștii începători. În asemenea cazuri, textul e încărcat artificial cu elemente semantice auxiliare, care îngreunează asimilarea conținutului și diminuează valoarea reportajului.

În ceea ce privește comparația, ea extinde realitatea concretă prin conotații simbolice, imaginare, explică prin asociații anumite episoade și adevăruri ce urmează a fi transmise publicului. Deși, originalul întotdeauna câștigă în fața echivalentului cu care este asemănat, totuși, comparația amplifică imaginea unei senzații reale din reportaj. O comparație reușită poate completa portrete, preciza atitudini, poate fi un catalizator pentru lectură.

Diapazonul comparației la Geo Bogza dă senzația unei ample panorame de semnificații, cum e în cazul reportajelor din Georgia, unde „*locuințele sunt agățate de stînci ca niște cuiburi de vultur*", „*povestitoarea Ana Hațașvili e cu părul alb ca piscurile Caucazului*", „*castelul reginei Tamara e ca o cetate de piatră*", iar eroina Suliko din cântecul georgian cu același nume e asemenea „*unui trandafir, unei privighetori, unei stele*". În aceste exemple găsim creionare de portret, caracteristici ale modului de viață, readucerea istoriei la contemporaneitate.

În raport cu epitetul sau comparația, metafora este mai puțin utilizată în reportaj, deși, ea propune nu numai noi modalități de a privi

și a înțelege realitatea, ci prezintă și un exercițiu de imaginație pentru cititor. Un model de reportaj-metaforă este „Cartea Oltului" de Geo Bogza, care întrunește condiții comunicative, cognoscibile, informative fiind, totodată, o simfonie romanțată dedicată naturii. Metafora, ca figură de stil, este utilizată de Geo Bogza și în alte texte, ca de exemplu, în reportajul amintit, deja, „Muntele stelelor": „*Caucazul e un singur parfum de legende, un singur foșnet de mătăsuri și de popoare*", aici „*pietrele au nu numai glasul din adînc al erelor geologice, ci și o fierbinte vibrație istorică*", „*zările sunt străjuite de piscurile Caucazului*", iar la poalele lui se rostogolește „*bulgărele de foc al soarelui*".

În reportajele lui Geo Bogza, poate mai mult decât la alți autori, întâlnim așa-numita comparație-metaforă, care extinde cadrul percepерii realității, amplifică dimensiunea imaginară a subiectului reflectat. În viziunea autorului „*munții strălucesc de la un orizont la altul ca o tălăzuire minerală a secolelor și mileniilor*", iar „*legendele despre vremea reginei Tamara coboară din secolul lor asupra lumii, asemeni ghețarilor ce alunecă de pe crestele Caucazului*". Geo Bogza e atât de pasionat de această figură de stil, încât într-un alineat pot fi întâlnite două comparații-metafore: „*Ca o pulbere de aur se ridică în lungul acestui drum gloria atîtor nume, în vreme ce într-o parte și alta prăpăstii adînci și piscuri amețitoare coboară în întuneric sau urcă în lumină, ca o lecție solemnă despre măreția lumii și istoria popoarelor, pe care Caucazul o dă tuturor celor ce, cuprinși de o înțeleasă slăbiciune, pășesc pe sub splendoarea crestelor sale*". (Bogza G. *Pagini contemporane*, p. 349).

Tot la stilistica reportajului poate fi atribuită repetarea uneia și aceleiași fraze la începutul fiecărei propoziții, procedeu pe care, de asemenea, îl găsim la Geo Bogza. Reportajul „*China adorată*" este un exemplu semnificativ, în acest sens: „*Zile și nopți pluteau, încrucișîndu-se cu ambarcațiuni asemănătoare, sau cu lungile plute de bambus. Zile și nopți pluteau, alunecînd în lungul țărmurilor plantate cu bananieri sau cu ananas, pe care uneori se ridică un far ce părea minuscul în umbra pagodelor cu nouă etaje. Zile și nopți pluteau, lăsînd în urmă munți roșietici sau verzui, trecînd din fluviu în lacuri, prin tot felul de rîuri și canale, ajungând în provincii unde se vorbea o*

*limbă pe care n-o mai înțelegeau. Zile și nopți pluteau, lăsînd în urmă porturi pline de bărci și corăbii, trecînd în lungul țărmurilor pe care se înșirau ciorchini de femei și de fete, venite să spele rufele în apa fluviului. Zile și nopți pluteau, mîncînd puțin la prînz și foarte puțin seara, stînd pe vine cu castronul de orez în mînă. Zile și nopți pluteau, pe arcuri și pe fluvii, fără să știe unii de alții, alcătuind totuși o singură flotă, o întreagă lume plutitoare, acoperind cu truda, cu cîntecele și cu necontenita ei peregrinare, multele ape ale Chinei.*

*Zile și nopți pluteau, iar eu, învăluit în adînca și calda lor umanitate, îi iubeam*". (Bogza G. *Pagini contemporane*, p. 451).

Această fascinantă descriere a itinerarului marinarilor chinezi conferă reportajului prospețime, dinamism, autenticitate, denotă un stil incandescent, original, irepetabil.

Tehnica redactării presupune găsirea unei tonalități adecvate pentru tratarea diverselor subiecte de reportaj. Nu poate fi utilizată aceeași tonalitate pentru a descrie o dramă în familie și o ceremonie de căsătorie, sau o ședință de guvern și un meci de fotbal. Vor fi exprimate pe tonuri diferite sentimentul de dispreț, nemulțumire, acuzare, amenințare, sau sentimentul complementar, de laudă, de susținere. Totodată, tonul ales de autor denotă atitudinea lui față de evenimentul reprodus.

Un ton somptuos, elegant sugerează ideea despre o anumită simpatie a autorului față de cele relatate, pe când tonul neutru poate fi interpretat ca o atitudine obiectivă față de evenimentele sau faptele descrise. Tonul moralizator nu este întotdeauna acceptat de public, iar tonul umoristic sau ironic indică o poziție critică a autorului în raport cu subiectul prezentat.

Un element-cheie în tehnica redactării este titrarea. Titlul în reportaj are funcția de a impresiona, de a intriga, de a crea așteptări pentru cititor. Este important ca textul propriu-zis să corespundă conținutului anunțat în titlu, în mod contrar ziaristul nu-și va onora promisiunea față de public. Spre regret, în unele ziare de tip tabloid conținutul nu are nimic comun cu titlul reportajului, iar cititorul în zadar caută în text dezvoltarea ideilor anunțate în titlu.

Deoarece, titlul reprezintă primul contact cu cititorul, primul nivel de lectură al textului titrarea, în mod ideal, trebuie să ia în calcul tipul

de reportaj, natura evenimentului, categoria de cititori căreia se adresează.

De modul în care reporterul dozează informațiile din titlu, de cantitatea și calitatea acestora depinde în mare măsură impactul pe care îl are reportajul.

Uneori, o metaforă sau o comparație bine aleasă în titlu asigură reușita reportajului, îl face pe cititor să parcurgă textul de la un capăt la altul. În acest registru se înscriu și următoarele titluri de reportaje semnate de Ion Proca: „Ca o stea din sfântul plai", „Fulgerul a săgetat încă un stejar", „O casă cu douăsprezece geamuri deschise spre lume".

În același timp, titlul trebuie să evite formulările vagi, generale, cuvintele polisemantice, verbele devenite clișee.

În reportaj un rol important îi revine ilustrației, care în mod vizual autentifică informațiile ce se conțin în text. Ilustrațiile îl ajută pe cititor să asimileze mai ușor conținutul, să reconstituie scene, să vadă personajele, eroii evenimentului. Uneori, o fotografie expresivă poate înlocui zeci de pagini de text. În mod ideal, un reporter ar trebui să posede în egală măsură și arta scrisului, și cea a fotografiei. Asemenea calități le-a întrunit într-un mod excelent cunoscutul ziarist rus Vasili Peskov (1930 - 2013).

Pentru a realiza un reportaj de calitate, de la ziarist se cere 1% de inspirație și 99% de transpirație. Reporterul trebuie să fie îndeosebi de receptiv la imagini, mișcări, sunete, zgomote, gusturi, senzații din care se nasc violența, veselia, tristețea, dramatismul, eroismul, decepția, entuziasmul. Practica reportajului îl obligă pe jurnalist să posede anumite calități inerente profesiei: 1) Curiozitate și minte proaspătă, capacitatea de a se mira, de a se emoționa, de a se entuziasma, de a privi la lucruri cu ochi de copil, de adolescent; 2) Necesitatea și plăcerea de a se întâlni cu oameni, de a discuta cu ei, de a-i asculta, abilitatea de a vorbi cu diferite persoane, de diferite vârste, de diferite profesii, de a manifesta interes pentru felul cum trăiesc, ce vorbesc, ce gândesc, cum acționează în situații excepționale, neordinare; 3) O sensibilitate fină pentru a percepe situația, a înțelege atmosfera, a intui perspectiva; 4) Operativitate, dinamism, concentrare pe teren, capacitatea de a se deplasa ușor, fler pentru fapte și semnificația lor; 5) Un stil capabil să

redee toate lucrurile văzute, auzite, trăite și asta într-o manieră vie, agreabilă, personificată.

Orice reporter trebuie mereu să-și cultive și să-și dezvolte aceste calități pentru a intra și a rămâne în profesie, a fi apreciat de colegi, de publicul larg de cititori.

Într-un vechi manual de jurnalism se afirma că dacă un reportaj are maximum 800 de cuvinte, este plasat pe trei coloane în dreapta paginii, e însoțit de o fotografie cu text explicativ, înseamnă că materialul este perfect.

În concluzie, se cere de menționat că și în epoca ziarelor pe monitor și a blogurilor pe internet, reportajul nu este pe cale de dispariție și nici nu e amenințat de vreo criză. Atâta vreme cât publicul manifestă interes față de evenimentele și fenomenele neordinare din realitatea cotidiană, reportajul va fi solicitat și va ocupa spații considerabile în coloanele ziarelor și revistelor, în programele televizate și radiofonice.

## BIBLIOGRAFIE


1. CAPELLE, M. *Ghidul jurnalistului*. Bucureşti: Carro, 1994.
2. CAPPON, R. *Cuvântul*. Bucureşti: Fundația Rompress, 1999.
3. COMAN, M. (coord.) *Manual de jurnalism. Tehnici fundamentale de redactare.* Vol.I, II. Iaşi: Polirom, 2006.
4. *La început a fost cuvântul.* Vol.I: Manualul Agenției France Presse. Editor coordonator N.BERCAN. Bucureşti: Fundația Rompress, 1998.
5. POPESCU, C.F. *Manual de jurnalism*. Bucureşti: Tritonic, 2005.
6. POPESCU, C.F. *Dicționar explicativ de jurnalism, relații publice și publicitate.* Bucureşti: Tritonic, 2002.
6. AGNÈS, Y. *Introducere în jurnalism.* Iaşi: Polirom, 2011.
7. STEPANOV, G. *Introducere în studiul jurnalismului.* Chișinău: CEP USM, 2010.
8. FLOREA, L.S. (coord.). *Gen, text și discurs jurnalistic.* Bucureşti: Tritonic, 2011.
9. BERTRANDT, C.-J. (coord.). *O introducere în presa scrisă şi vorbită.* Iaşi: Polirom, 2001.
10. Keeble, Richard (coordonator). *Presa scrisă: O introducere critică.* Iaşi: Polirom, 2009.
11. CIOBOTEA, R. *Reportajul. Tehnici de redactare.* Chişinău: Cartier, 2012.
12. COSMA, D. *Tendinţe ale evoluţiei interviului în presa contemporană.* Bistriţa: Caruna, 2008.
13. *Dicţionar de media*. Coord.: Francis BALLE. Bucureşti: Univers enciclopedic, 2005.
14. TUDOR, V. *Interviul de la Platon la Playboy*. Cluj- Napoca: Dacia, 1997.
15. GRIGORYAN, M. *Manual de jurnalism*. Chişinău: CJI, 2008.
16. MORARU, V. (coord.). *Mesajul şi impactul informaţiei*. Chişinău: CCRE „Presa", 1998.
17. *Manual pentru ziariştii din Europa Centrală şi de Est*. Editor: MALLETTE, M.F. World Press Freedom Committee, 1992.

18. RANDALL, D. *Jurnalistul universal. Ghid practic pentru presa scrisă*. Iaşi: Polirom, 1998.
19. HELM, P. *Zece sfaturi practice pentru scrierea reportajelor despre business şi economie în ţările în curs de dezvoltare.* 1991.
20. ROŞCA, L. *Producţia textului jurnalistic*. Iaşi: Polirom, 2003.
21. PREDA, S. *Tehnici de redactare în presa scrisă.* Iaşi: Polirom, 2006.
22. RAD, I. (editor coordonator). *Obiectivitatea în jurnalism.* Bucureşti: Tritonic, 2012.
23. ŞERBĂNESCU, A. *Întrebarea. Teorie şi practică.* Iaşi: Polirom, 2002.
24. КИМ, М.Н. *Основы творческой деятельности журналиста.* Санкт-Петерсбург: Питер, 2011.
25. ЛАЗУТИНА, Г.В. *Основы творческой деятельности журналиста*: *Учебник для вузов*. Москва: «Аспект Пресс», 2000.
26. ЗИНСЕР, У. *Как писать хорошо: Классическое руководство по созданию нехудожественных текстов.* Москва: АЛЬПИНА ПАБЛИШЕР, 2014.
27. ТЕРТЫЧНЫЙ, А.А. *Жанры периодической печати*: *Учебное пособие*. Москва: «Аспект Пресс», 2000.
28. ЧЕРНИКОВА, Е.И. *Основы творческой деятельности журналиста*. Москва: Гардики, 2005.

# ANEXE

În anexe sunt incluse texte ce reprezintă principalele genuri ale jurnalismului de informare: reportajul, interviul, relatarea, ştirea. Ele aparţin diferiţor autori, au fost scrise în diferite perioade, au apărut, evident, în diferite publicaţii. Însă ceea ce le uneşte este faptul că sunt rezultatul activităţii jurnalistice a unor autori consacraţi care, la rândul lor, dezavuează teza că operele ziaristice trăiesc doar o singură zi. Deşi, aceste texte sunt diverse ca tematică, ca manieră de interpretare a faptelor, ca realizare publicistică, ele prezintă pentru studenţi şi pentru ziarişti începători un interes nu numai didactic şi instructiv, dar, într-o anumită măsură, includ şi dimensiunea cognoscibilă cu valoare de document al epocii în care au fost scrise.

Pentru a deveni un bun ziarist, nu e suficient să cunoşti doar teoria. Nu mai puţin important, dar poate chiar mai mult, este necesar de a însuşi experienţa autorilor recunoscuţi, de a studia opera lor, deoarece se ştie că cea mai bună şi recunoscută metodă de a învăţa cum să scrii – este de a citi cât mai mult.

Din această perspectivă sunt propuse pentru lectură opere jurnalistice, care au trecut examenul vremii şi care pot servi, într-un anumit sens, drept model pentru viitorii ziarişti de a învăţa cum se poate scrie fără manierisme intelectuale, înfloriturі verbale, artificii literare. În acest scop, am apelat la reportajele lui Hal Boyle, cunoscut reporter american, laureat al prestigiosului premiu Pulitzer, şi Geo Bogza, unul din cei mai mari ziarişti români, care a activat în presă pe parcursul a cinci decenii, lăsând o vastă moştenire publicistică.

Prezintă interes din punct de vedere didactic şi interviul realizat de prozatorul şi publicistul Serafim Saka cu cel mai vestit regizor moldovean de cinema din toate timpurile, Emil Loteanu, inclus în culegerea „Aici şi acum”, ce conţine 33 de interviuri. De asemenea, am considerat oportun de a propune pentru lectură câteva texte ce fac parte din jurnalismul de informare, apărute în hebdomadarul „Săptămîna”, una dintre cele mai vechi publicaţii periodice din istoria modernă a presei din Republica Moldova.

Tot în acest compartiment am inclus și un „Ghid de interviu”, elaborat de Dorel Cosma (Bistrița-Năsăud, România), autor a mai multor cărți de interviuri, care și-a luat doctoratul la Chișinău prin studiul „Tendințe ale evoluției interviului în presa contemporană” (consultant și îndrumător – conf.univ. dr. Mihail Guzun).

# VIAȚĂ ȘI MOARTE ÎNTR-UN GRAJD

Era o duminică obișnuită. Oamenii îmbrăcați de sărbătoare veneau și plecau la biserică, iar cei îmbrăcați mai comod, de la oraș, se bucurau de o duminică însorită la iarbă verde.

Înăuntrul grajdului de vite era o zi și mai obișnuită. Vacile nu au duminici. Drama de fiecare zi a vieții și a morții în cireadă se desfășura neschimbată, cu o singură excepție.

Era acolo o fată care asista la o astfel de dramă pentru prima oară în viața ei. Evenimentele din ziua acea au schimbat ceva în ea, poate pentru totdeauna.

Cele trei vaci cu pricina aveau numerele 204, 140 și 219 – prima era bătrână și terminată, a doua era tânără și năștea primul ei vițel, iar a treia era de vârstă mijlocie și pe cale de a avea cel de-al treilea sau al patrulea vițel.

Nr. 204 zăcea la capătul grajdului, prea obosită pentru a se putea ridica în picioare. Avea 14 ani, foarte mult pentru o vacă. Laptele ei hrănise o mie de copii pe care nu-i văzuse niciodată. Acum zăcea acolo, fără să protesteze, așteptând sosirea camionului da la abator care să o ridice.

În cursul dimineții, nr. 140, juninca, fătă cu greu primul ei vițel. Epuizată de efort și necunoscându-și îndatoririle de mamă, ea rătăcea departe de vițelul ei, care zăcea întins pe jos, slab și cafeniu.

Un grup de vilegiaturiști care veniseră să vadă vițelul constatară că vaca nr. 219, cea de vârstă mijlocie, preluase îndatoririle tinerii mame derutate. Cu grijă, metodic, curăță vițelul întins pe jos cu limba, așa cum fac animalele.

Brusc deveni evident faptul că vacii de vârstă mijlocie îi venise timpul să fete. Unul din bărbați se întoarse spre tânăra sa nepoată, și îi spuse:

– Dacă vrei să te întorci în oraș înainte ca traficul să te blocheze, ar fi mai bine să pleci acum.

– N-am văzut niciodată o naștere, spuse ea. Vreau să rămân.

– Dar poate dura ore întregi, replică el. Nu poți ști exact.

– Încă puțin, se rugă ea. Apoi o să plec.

Unchiul ei și ceilalți ieșiră, și tânăra rămase singură în lumina filtrată din grajd, învăluită de mirosul dulceag al fânului și al animalelor. Bătrâna vacă nr. 204, care nu mai era bună de nimic, se uită la ea cu acea privire obosită și placidă care mărturisește lipsa de interes a bătrânilor.

Fata îngenunchie lângă nr. 219. Miracolul nașterii apropiate le unea. Își strânse pumnii, în același ritm cu spasmele vacii în durerile facerii.

– Te rog, șopti ea, încearcă încă o dată, mai susținut.

Dintr-o dată au fost trei – sau aproape trei. Vițelul ieșise pe jumătate. Apoi ceva nu a fost în regulă.

– Te rog, te rog, te rog, țipă tânăra. Auzi un zgomot. Doi îngrijitori intraseră din celălalt capăt al grajdului.

– Repede, tipă ea. Vițelul se strangulează.

Cei doi bărbați veniră în fugă. Unul apucă o frânghie. Cu ajutorul ei desăvârșiră obstetrica rudimentară a fermei și vițelul se născu, cu copitele din față ridicate în dreptul botului, de parcă s-ar fi rugat.

Vițelul zăcea acolo – cald, umed și nemișcat. Unul din îngrijitori se aplecă și îi șterse botul și nările, după ce îi masă coastele încercând sa-i facă respirație artificială. Vițelul zăcea nemișcat.

– Dar i-am văzut ochii mișcându-se, spuse tânăra. Dacă v-aș fi putut chema la timp!

Îngrijitorii o priviră mirați. Un vițel valorează aproximativ 20 dolari și se nasc mulți într-o fermă mare.

– Nu cred, spuse unul din îngrijitori, nu fără delicatețe. Ce să-i faci. Se întâmplă.

În timp ce unul din îngrijitori trăgea afară vițelul mort, mama, vaca nr. 219, scoase un urlet aproape omenesc de disperare și se lovi de o barieră. Făcu câțiva pași înnebunită, apoi își lăsă capul în jos și începu din nou să lingă vițelul vacii nr. 140, juninca mirată care nu-și asumase încă îndatoririle de mamă.

Fata se urcă în mașină.

„Dar i-am văzut ochii mișcându-se”, repeta ea aproape plângând. „Dacă aș fi putut”...

Își întoarse mașină și se îndreaptă spre oraș. Văzuse cum moartea pune capăt vieții în pragul nașterii și avea sa-și amintească întotdeauna de această duminică, care fusese doar o zi ca toate celelalte într-o fermă prosperă.

**Hal BOYLE**

## O SEARĂ DE POEZIE LA TBILISI

Pentru că soarele Georgiei e arzător, răcoarea acelei grădini era bine venită. Arbori înalți și bătrâni își roteau coroanele pe cer, acoperindu-l aproape; dar prin cele câteva spații libere, firmamentul se zărea la ora gravă și liniștită, când din adâncimea lui se pregătesc să iasă primele stele. Un sentiment odihnitor pusese stăpânire pe noi, sentimentul că sântem oaspeții acelei grădini, aflată la rândul ei în capitala unei țări pe care o străbatusem toată ziua, fără să uităm o singură clipă în ce locuri străvechi și vestite era așezată: la poalele Caucazului, între apele Mării Negre și Mării Caspice. Kura – fluviul ce străbate orașul – își mâna apele spumegânde spre Caspica, aducându-ne mereu aminte depărtările răsăritene și măreție în care ne aflam.

Eram oaspeții unei țări vechi, a cărei istorie dramatică o ascultam evocată de înșiși fiii ei, în fața cetăților singuratice ce se zăreau pe fiecare coamă de munte, sau în fața monumentelor pe care le-a ridicat spre a-și glorifica eroii, începând cu acela din inima capitalei, închinat lui Șota Rustaveli, poetul, autorul nemuritoarei epopei „Viteazul în piele de tigru", și sfârșind cu acela ridicat afară din oraș, lângă barajul unei hidrocentrale, în memoria lui Ilva Ceavceavadze, alt mare poet asasinat pe vremea țarilor.

Cu toate aceste cunoștințe, devenite mult mai colorate și mai expresive la fața locului, cu un sentiment mai viu și mai profund al mitologiei, acum când ne aflam atât de aproape de stâncile Caucazului și de amintirea lui Prometeu, mereu vorbind de marele drum gruzin din care străbătusem o parte evocându-i pe Lermontov și pe Pușkin, ne aflam în seara aceea sub arborii bătrâni și în grădina plină de răcoare a unei case vechi și spațioase din Tbilisi, oaspeți ai scriitorilor georgieni.

Sentimentul de sărbătoare, de oră propice și loc fericit, în care oameni necunoscuți până atunci se întâlnesc plini de bunăvoință și

animați de o nobilă curiozitate unii față de alții, era accentuat de imensul foșnet de mătase, care sub adierea arborilor bătrâni umplea aleile grădinii. Parte a duzilor și a viermilor de mătase, producătoare a unora din cele mai vestite mătăsuri din lume, Georgia e țara în care nu numai femeile, ca și bărbații se îmbracă adeseori în nobila și prețioasa țesătură. De două zile mă obișnuisem sa-i întâlnesc, bătrâni și tineri, în strălucitoarele lor bluze albe, dar în seara aceea mai foșnitoare păreau, așa cum pe aleile grădinii numeroasele grupuri se contopeau între ele și se desfăceau iarăși, ca niște uriașe evantaie.

În fața acestor oameni al căror auz nu putea fi decât cu deosebire fin, Mihai Beniuc și Maria Banuș au citit versuri proprii, în limba natală. Dar din dubla traducere a acelor versuri, întâi în limba rusă și apoi în cea gruzină, ce mai putuse rămâne? Cu o ușoară neliniște am văzut-o îndreptându-se spre tribună pe Maria Mahvala, traducătoarea gruzină a versurilor românești, și mă așteptam ca din clipă în clipă atenția de la început a ascultătorilor, față de accentele unei limbi necunoscute, să scadă treptat în fața tălmăcirii, ajungând până la decepție. Cu ce voce adâncă și caldă, străbătută de grave și nobile inflexiuni, a citit Maria Mahvala versurile poeților noștri! Ce înțelegere subtilă va fi avut, și cât de bogate și copleșitoare posibilități de expresie, în vechea și nobila limbă a patriei sale! Poezia românească va trebui să rămână mereu recunoscătoare acelei minunate femei din Tbilisi, care a reușit să transmită ascultătorilor un atât de înalt fior liric. Din prima clipă, am simțit că atenția auditorilor nu scade și că, treptat, inima lor începe a fi cuprinsă de o emoție vie și adevărată. Cu fiecare vers această emoție creștea în intensitate, încât de la o vreme mi s-a părut că respirația li se va opri pe buze.

Cum curg apele Kurei spre Marea Caspică, năvalnice și pline de sinceritatea forței lor, așa au izbucnit aplauzele la sfârșit, făcându-ne să înțelegem cât de adâncă, reală și cuprinzătoare poate fi prietenia dintre popoare.

Începută atât de fericit, continuată cu poeme gruzine, cu vinul fără pereche Huancihara și cu Suliko – cântecul pe care eu mereu l-aș asculta, seara de poezie de la Tbilisi a ținut până spre zorii zilei, când sub privirile noastre au fost din nou culmile îndepărtate și mărețe ale Caucazului.

**Geo BOGZA**

INTERVIUL

# NE-AM DORIT O POLITICĂ BUGETAR-FISCALĂ CARE SA STIMULEZE AGRICULTURA

*(Interviu cu Ion BALAN, deputat în Parlamentul Republicii Moldova)*

*– La începutul săptămînii curente, cu doar cîteva zile înainte de sfîrşitul acestui an, au fost adoptate principalele documente cu caracter bugetar-fiscal pentru anul următor. Este vorba despre politica bugetar-fiscală şi Legea Bugetului de Stat. Am înţeles că, în principiu, sînteţi mulţumit, domnule Balan, atît de volumul de lucru care s-a înfăptuit, cît şi de calitatea documentelor adoptate?*

– Chiar dacă acea şedinţă a Parlamentului în care au fost adoptate aceste documente a fost nespus de lungă, munca depusă pentru elaborarea, promovarea şi adoptarea documentelor la care vreau să mă refer a fost extrem de impunătoare atît ca volum, cît şi ca durată, ca efort şi ca putere de convingere.

*– Pentru ce a fost nevoie de această „putere de convingere”?*

– În calitatea mea de deputat, reprezint, înainte de toate, sectorul agrar şi, credeţi-mă, în legislativ nu sînt chiar atît de mulţi deputaţi care fie că vin, fie că activează în continuare în acest domeniu. Pe de altă parte, eu mă aflu destul de mult timp printre agricultori şi cunosc foarte bine care sînt problemele cu care se confruntă ei şi care sînt soluţiile.

*– Dumneavoastră sînteţi autorul, iar în unele cazuri, persoana care a promovat în Parlament un pachet de legi de o importanţă extremă pentru agricultură şi pentru mediul rural. La un calcul mai atent s-ar putea afla chiar şi efectul în bani al aplicării acestor legi.*

– În principiu, legile pe care le-am promovat nu îi pun agricultorului bani în buzunar. Ele însă nu-i vor scoate din buzunar acei bani de care are nevoie pentru a se dezvolta, pentru a face agricultură, de fapt.

*– Să le luăm pe rînd, domnule deputat.*

– Este vorba, în primul rînd, de acea prevedere în politica bugetar-fiscală de restituire a Taxei pe Valoarea Adăugată la înfiinţarea plan-

taţiilor multianuale. Din neatenţie sau din necunoaştere a specificului acestor activităţi, pînă acum gospodăriilor sau fermierilor care înfiinţau plantaţii multianuale – vii, livezi etc. – li se restituia TVA în primul an de rod, ceea ce însemna o reţinere sau o decapitalizare de durată, pe o perioadă de patru-cinci ani. Ţăranii, agricultorii nu au avut niciodată prea mulţi bani încît să poată suporta blocarea unor mijloace pentru un timp atît de îndelungat. Mulţi dintre ei înfiinţau aceste plantaţii cu bani împrumutaţi din bănci, ceea ce însemna o povară nespus de mare la achitarea dobînzilor, în general la rambursarea creditelor. Conform noilor prevederi, TVA se restituie anual, în funcţie de lucrările care s-au înfăptuit, de procurări. Iniţial, aceste modificări făceau obiectul unei legi separate, însă în procesul legislativ s-a decis introducerea lor în politica bugetar-fiscală.

*– Dar problema cu efecte generale pentru agricultură era cota TVA.*

– Despre cota TVA pentru producţia agricolă - fitotehnie şi zootehnie - s-a vorbit practic întreg anul 2013. Nu ştiu cui îi făcea bine acea cotă de 20 la sută, însă ştiu că Moldovei, agriculturii noastre în ansamblu, îi genera probleme. Am avut foarte multe întîlniri cu agricultorii şi cunosc din interior toată această poveste. Înţelegem foarte bine opţiunea partenerilor noştri de dezvoltare pentru a asigura condiţii egale de activitate pentru toţi, însă noi i-am putut convinge, pînă la urmă, că Moldova are o economie specifică. Chiar şi în Europa TVA este diferită în funcţie de ponderea agriculturii în economia naţională. Acum, în Moldova există circa 250 mii hectare de teren arabil necultivat. Da, probabil sînt şi cazuri în care unii deţinători nu au nici în clin, nici în mînecă cu agricultura şi pur şi simplu aşteaptă preţuri mai bune pentru a le vinde, dar de cele mai multe ori condiţiile impuse şi politicile fiscale îi descurajează. Stabilirea unei cote reduse – de 8 la sută – precum s-a decis – face parte din acel pachet de măsuri fără de care terenurile necultivate nu vor fi reintroduse în circuitul agricol. Şi acest proiect pe care l-am promovat insistent a fost înglobat în Politicile bugetar-fiscale, ca apoi să se bucure de întreaga susţinere a partenerilor noştri din cadrul coaliţiei de guvernare, fapt pentru care le sînt recunoscător. S-a reparat o greşeală, s-a legiferat o abordare

stimulatorie pentru agricultură. Sîntem convinşi că, în anul care vine, agricultorii vor avea mai multe posibilităţi pentru a-şi dezvolta afacerea, pentru a recurge la tehnologii şi pentru a îmbunătăţi calitatea mărfurilor pe care le produc, a fructelor, legumelor, strugurilor.

*– Dar aţi promovat şi alte iniţiative legate tot de TVA.*

– O altă iniţiativă a vizat scutirea de plata TVA la procurare pentru toată tehnica agricolă, indiferent dacă aceasta este nouă sau folosită. Repet – pentru tot ce înseamnă tehnică agricolă. Înţeleg foarte bine cît de bine ar fi ca agricultura să fie dotată cu tractoare, combine, semănători de ultimă generaţie. Asta înseamnă calitate, economie de carburanţi, recolte înalte garantate, timp etc. Dar politicile pe care le promovăm, legile, actele normative trebuie să pornească de la realitatea pe care o trăim. Cu părere de rău, nu toţi agricultorii au o condiţie financiară care le permite procurarea tehnicii noi.

Aceeaşi politică bugetar-fiscală prevede în anul 2014 reducerea termenului de restituire a TVA de la 90 de zile la 45. De multe ori, aceste 45 de zile sînt definitorii. În general, în agricultură, lucrările sînt de aşa natură încît orice amînare înseamnă compromiterea roadei. Nu poate fi amînat semănatul, nici lucrările de întreţinere, nici recoltarea sau procesarea. Fără bani, nu există continuare.

Anul 2014 este acela pentru care s-a reuşit să avem un fond de subvenţionare majorat cu o sută milioane de lei. Deci, Agenţia pentru Intervenţii şi Plăţi în Agricultură porneşte din start cu un portofoliu de 500 milioane de lei. Vom avea, credem, şi alte surse de finanţare, aşa cum Republica Moldova a intrat, odată cu parafarea Acordului de Asociere, în zona unor relaţii cu Uniunea Europeană mult mai active. Multe dintre aceste finanţări vor avea şi o cotă de grant semnificativă. Potrivit unor calcule prealabile, fondul total de susţinere a agriculturii va constitui în anul 2014 circa 1,5 miliarde de lei. Cifra pare să fie foarte mare, însă să nu uităm că la fel de înaltă este şi ponderea agriculturii în Produsul Intern Brut al ţării.

Este practic aprobată şi Legea cu privire la grupurile de producători. Legea vine de la Guvern, însă în calitatea mea de deputat i-am oferit tot suportul pentru a fi promovată. Crearea grupurilor de producători înseamnă acces la finanţe, inclusiv cu componentă de grant

pentru dezvoltarea infrastructurii postrecoltare – un segment mai puţin dezvoltat acum, dar care este decisiv pentru comercializarea producţiei agricole. Aceeaşi lege prevedea stimularea exporturilor. Grupurile de producători care exportă producţie în valoare de peste un milion de lei vor primi în primul an 5 la sută din costurile exporturilor, în al doilea an - 4 la sută, în al treilea an - 3 la sută, această descreştere avînd o durată de cinci ani, perioadă suficientă pentru a pune în funcţiune un mecanism sigur de promovare a produselor agricole. Pentru sectorul zootehnic este exclus acel milion de lei, suportul fiind acordat de la primul leu. Sectorul zootehnic are nevoie de o mai mare susţinere, dată fiind şi starea în care se află, dar şi exigenţele mai mari la exportul producţiei. Respectivul document intră în vigoare începînd cu anul care vine.

*– Dar aveţi în agendă şi alte iniţiative.*

– Am mai multe iniţiative, însă trei dintre ele sînt prioritare. Prima vizează dreptul de a folosi apele subterane pentru irigarea prin picurare. În sfirşit, avem dovada caracterului regenerator al apelor subterane şi asta exclude eventualele daune provocate de utilizarea acestor surse. Cu atît mai mult cu cît există modele de acest fel în Spania, Italia, Israel şi în alte ţări în care sursele de irigare sînt limitate. O altă lege se referă la liberalizarea importurilor de carburanţi, în primul rînd, a motorinei. Acum, agricultorii cumpără motorină de la cei cîţiva jucători de pe piaţa produselor petroliere, ceea ce înseamnă un adaos la preţ în medie de trei lei. Anual, agricultura foloseşte 170-180 mii de litri de carburanţi, ceea ce înseamnă plăţi suplimentare de circa 600 milioane de lei. Şi, în sfîrşit, este vorba de promovarea iniţiativei de a declara agricultura drept ramură strategică prioritară. Partenerii noştri de dezvoltare pur şi simplu nu ne înţeleg - Moldova este o ţară preponderent agrară, însă agricultura are un statut absolut nedefinit.

*– Domnule Balan, dar, în calitatea Dumneavoastră de deputat, sînteţi implicat activ şi în dezvoltarea rurală, mai cu seamă la Cantemir, acolo fiind oamenii pe care, haideţi să spunem, îi reprezentaţi în primul rînd.*

– Nu poţi să nu te implici. De la cine o să ceară oamenii dacă nu de la un deputat? Cine altul îi poate ajuta?Acum, construim o grădi-

niţă de copii în satul Porumbeşti, unde sînt peste o sută de copii care nu frecventează grădiniţa, pentru ca ea nu există. Sînt localităţi unde nu poţi ajunge, pentru că, de zeci de ani, nu sînt drumuri. Sînt sate în care problema apei potabile este gravă de tot şi pentru care construim apeducte. Ştiu că s-au găsit şi dintre acei care nu fac altceva decît să împroaşte noroi, dar se vede că acesta este rostul lor pe pămînt. Noi ne vedem de treabă şi de viaţa noastră.

Cu atît mai mult acum, cînd în satele noastre se aprind luminile Naşterii Domnului, cînd ne aflăm la răscruce de ani. Este un frumos prilej pentru a le ura tuturor un an mai bun, cu pîine pe masă şi căldură în case, sănătate. Să ne fie copiii şi părinţii sănătoşi. Să înflorească Moldova aşa cum înfloresc livezile ei primăvara.

**(„Săptămîna”, 27 decembrie 2013)**

## ...ACEST „NOI”, APARENT ABSTRACT, A STAT LA ÎNCEPUTURILE REVOLUȚIILOR

*(Interviu cu Emil Loteanu, poet și regizor)*

*– Într-o poezie de confesiune din tinerețe urcai din stepa Bugeacului. În alta, tot de-atunci, coborai din munții păduroși ai Bucovinei. De unde totuși vii, Lotene?*

– De pretutindeni. Aproape de peste tot. N-aș vrea să regăsesc ceva din mine într-o Sahară, de exemplu, sau într-un oraș de cazarme, simetric și cenușiu. Dar nimeni nu mă poate împiedica să mă trag din durerea colinelor, unde își fumează inutila pipă a păcii căpeteniile aproape decimatelor pei-roșii; ori din imensitatea Kareliei, care aduce din avion a peisaj selenar, iar gurile craterelor, odată cu decolarea, se transformă în mii de ochi licărind albastru-palid... Dar, colega, eu sînt pasărea cu blestemul dragostei de cuib răsădit în trup și suflet și, adunîndu-mă de pretutindeni, revin (mai des în orele de vis și mult mai rar cu pasul) la acele păduri nordice, unde toate lucrurile capătă alte dimensiuni și alte sensuri. Poate acolo lumea se măsoară cu coloana vertebrală a brazilor, nici odată aplecați, și această imagine rămîne în

irişii noştri (iar de acolo coboară în toată fiinţa) încă din anii copilăriei? Sau poate eu le născocesc, halucinez, fac alchimie?

*– Ba visezi cu ochi deschişi, poate chiar prea deschişi?*

– Dragă Serafime, începe să-mi pară rău, că mă aventurez în intimităţi. Aş vrea să-ţi fac o declaraţie, poate cam dură, ceea ce nu înseamnă că subestimez instituţia ca atare: „Genul interviu", după cîte l-am priceput eu, este un fel de despuiere în văzul lumii cu o insistenţă aprigă de a stîrni entuziasmul publicului spectator. Se leapădă bietul om de straie şi, desfăcîndu-şi braţele cu gest de Mesia, cuvîntă astfel: iata-mă-s, cu subtila mea ţesătură „psiho", „pato" şi „bio" – logică!

*– Zi-i atunci şi intelecto – logică.*

– Pînă la urmă mă alătur şi eu asistenţei şi strig de comun acord cu ceilalţi entuziasmaţi: „Tare spectacolul! Al naibii nea cutare!.." După cîteva secunde, însă, mă cuprinde un sentiment de jenă şi îmi dau seama, că intervievatul e din nou îmbrăcat şi ne părăseşte la fel de enigmatic şi nepătruns ca şi pînă acum... Eu, din naivitate, am încercat să evit spectacolul, pretinzînd o confesiune. Stimabile colega, să ştii, însă, că nu merge! Rămîne să accept regulile jocului şi să merg în buestru vajnic spre celelalte întrebări...

*– Nu-ţi fie frică... Jocul presupune şi confesiune, şi... Dar altceva mă interesează: cînd te simţeai mai „călare pe cal", atunci cînd mai eram „noi" sau acum de cînd eşti numai tu?*

– Este incomparabilă magia noţiunii „noi". Acolo se ascunde sentimentul, pe care şi tu l-ai încercat şi, sper, nu o singură dată, la un joc de fotbal pe maidanul satului; la furatul merelor, la o păruială iscată din senin, cînd noţiunea „ai noştri" te transformă din pitic în Gulliver. Acest „noi", aparent abstract, a stat la începutul revoluţiilor, la depăşirea imposibilului, la cunoaşterea propriei tale persoane... „Marii singuratici" n-au fost realmente nişte sihaştri – ei trăiau în parametrii memoriei prin acest „sentiment-noţiune", legîndu-se trainic cu imagini ascunse în timp.

M-am simţit un „eu", ireductibil doar atunci cînd „eu"-l descindea dintr-un „noi" netăgăduit. Şi atunci din „eu"-l meu se desprindea un chiuit de sărbătoare!

*– Fiindcă nu ne-ai dat nici o pagină cu impresii din călătoriile tale (știm că ai călătorit mult!), spune-mi cu ce te alegi din toate aceste „aventuri”?*

– Călătoriile, aceste mari aventuri, din care te întorci spre tine însuți în alte straie și veșminte! Te-ai simțit vreo dată argonaut sau mare preot al Bizanțului?

*– Nici odată. Toată vremea mă simt cu totul altcineva, mai important sau mai puțin important, dar altcineva.*

– Cine?

*– Saka, cine altul?*

– Eu, da. Am străbătut Colhida, adăugînd la cei treizeci de ani ai mei (pe atunci) încă două mii, gustînd fiorul păgîn al pătrunderii în timpul hărăzit mie. Am coborît lespezile templelor bizantine pe acea insulă de granit numită Neseber – o palmă de pămînt ruptă din continent, pe care pîlpîie neadormit, și de mii de ani! ochiul roșu, injectat, al farului!

Imaginează-ți ce s-a întîmplat cu vîrsta reală a lui Șliman după ce a descoperit Troia... Iar Troia mea și a ta se află întotdeauna la capătul unei călătorii...

*– Care ambianță – cea scriitoricească sau cea cineastică – ți-i mai pe gust și mai aproape de inimă?*

– Cărțile scriitorilor mei dragi, masa, sub sticla căreia îl am în veghea ochiului pe tata cînd era tînăr, pe bunica și încă imaginea acelei femei... Și, în mod obligatoriu, relativa liniște a globului, care pe strada mea coboară după miezul nopții.

*– Popularitatea, această gălăgioasă „lînă de aur”, ca să vorbesc în termenii propuși de tine, spre care urci glorios cu ajutorul camerelor de filmat, strîmbăturilor sau trăirilor actoricești, nu se revoltă atunci cînd rămîi, cînd încerci să rămîi în tăcerile poetului de cîndva?*

– Dimpotrivă. Refugiul în lumea albă a colii de hîrtie este marele meu avantaj și poate recompensa pentru zilele trăite în „jungla” cinematografică.

*– Această, hai să-i zic și eu junglă cinematografică, place din cîte mi-i dat să știu, leului-regizor. Dar altceva mă interesează: de ce nu-ți ei în expedițiile tale prin mărăcinoasa junglă cinematografică și un nobil elefant scenarist?*

– Sînt de-acord să iau cu mine în „junglă” orice reprezentat al regnului animal, inclusiv și un elefant, cu condiția să fie talentat. Riscînd chiar să fim zdrobiți de copita colegului elefant, care ar putea zdrobi mirificele urme ale modestei mele caligrafii. De aceea îmi caut condrumeți între frații mei „lei” (accept tot ce urmează la vale, pînă la tigru inclusiv), deoarece e vorba de un pas mai aprig, mai violent, mai dezlănțuit, mai pe scurt, pas de leu. Îmi cer cu plecăciune scuze față de restul reprezentanților faunei, păstrîndu-le tot odată simpatia ce li se cuvine.

– *Mai scrii poezii?*

– Sigur, însă fără „mai”. Vrei să-ți mărturisesc că sînt o fire cu permanențe și fidelități?

- *Mai bine spune-mi de care generație ții, și dacă într-adevăr ții, spune-i ceva, ceva ca să te țină multă vreme minte.*

– Este o întrebare de domeniul conștiinței. Am epuizat-o, sper, în două poezii, pe care ți le indic spre cercetare. Poate mă redescoperi, pe mine, cel adevărat, aparținînd într-adevăr unei generații. Deci, „Pădure nordică” și „Vin toamnele, prieteni, toamnele...” Placheta „Ritmuri”, 1965. Nu cred, că aș interveni vreo dată cu rectificare de atitudine. Nici chiar la o a zecea (prea puțin posibilă) ediție.

– *Dacă ești bun, reprodu-mi din memorie strofa sau rîndurile care răspund doleanței mele.*

- Vin toamnele, prieteni,
toamnele,
Cu sîngele astîmpărat și
cuminți t...
...Să bem și prevestirea mea s-o
răscolim
Cu rîs puternic, cutremurător,
Căci toamnele sînt încă prea departe.
... Vin toamnele, prieteni,
toamnele...

– *Ce planuri îți faci (bineînțeles, de creație) în clipele celui mai înflăcărat optimism?*

– Mă prăbușesc zdrobit de măreția lor!

*– Citezi pe cineva?*

– Mă citez pe mine. Dar... să fim serioşi! Planurile de viitor – cea mai fecundă sferă a creaţiei mele artistice. Mirifică şi dubioasă. Vrei visul meu de aur? Să am zece copii şi să mă joc tot restul vieţii cu ei de-a filmul şi de-a scrisul.

*– Ai rămas, vreau să-ţi spun, acelaşi incorigibil optimist, deşi tot mai mult laşi impresia de mare grabă, mare preocupare, mare îngrijorare, nelinişte şi chiar nemulţămire. Divulgă-mi secretul: cum reuşeşti să laşi această impresie şi să-ţi menţii tot odată echilibrul?*

– Muncind pînă la istovire. Abia la senzaţia de sfîrşire totală, de stoarcere, de lup hăituit, care cade cu botul pe labe la marginea văgăunii, nemaipăsîndu-i de clipa ce vine, abia atunci îmi găsesc echilibrul sufletesc. Pînă în clipa respectivă – mă declar un dezechilibrat notoriu.

*– „Această clipă" – apreciată şi la noi şi prin alte părţi – s-a vrut o continuare a ceea ce s-a voit, dar nu s-a prea reuşit în „Aşteptaţi-ne în zori". Consideri „clipa" împlinită sau simţi nevoia de a mai reveni la ea?*

– Da, socot „clipa" împlinită cu deplina consecinţă a celor izbutite şi a deficienţelor. Este un cont plătit, un cerc care s-a închis, o experienţă consumată şi care, după cum ai observat cu abilitate şi promptitudine de mare magistru, şi-a avut începuturile (pueril şi ambiţios) în filmul „Aşteptaţi-ne în zori".

*– Dacă ai (dar nu-mi închipui sa nu ai!) vreun părinte-regizor, divulgă-mi-l, ca să-ţi spun spre ce alte „clipe" sau poate chiar minute, te îndrepţi în prezent.*

– Mă declar polipatern. Geniul uman s-a desăvîrşit prin temperamente opuse, dar eu îmi scot pălăria la fel de pios şi în faţa lui Eizenştein, şi în faţa lui Grifit. Cele două genii ale copilăriei cinematografului ne-au lăsat unelte pentru a ridica edificiu de talia Everestului. Ei au fost şi au rămas părinţii, marii preoţi ai ecranului. Tind să învăţ caligrafia cinematografică. Să ne uităm cu importanţă la mutrele noastre de analfabeţi şi să recunoaştem (măcar în fundul sufletului, fără martori), că ştim doar cîteva din buchiile acestei pregnante şi maestre scrieri cinematografice. Cei doi mari preoţi, însă, ştiau.

*– Care sînt actorii (descoperiți de tine, bineînțeles) și pe care nu ai vrea să-i vezi într-o bună zi „acoperiți" de alții.*

– Svetlana Toma, Grigore Grigoriu, Maria Sagaidac, Victor Ciutac, Iulian Codău, Dumitru Caraciobanu – mari zăcăminte de uraniu, de aur, de piatră solară, în care trebuie săpat permanent și fără milă. A se folosi cu acest scop orice, începînd cu tîrnăcopul și terminînd cu dinamita. A descoperi un actor (unul bun poate rezista și la cîteva descoperiri), înseamnă a pătrunde spre filon prin aruncarea în aer a tone de piatră inutilă.

*– Frumos, dar permite-mi să arunc și eu (în aer!) cîteva tone de patetisme și să te întreb simplu: cum se numește această „piatră inutilă" într-un limbaj mai aterizat?*

– Roca mediocrității aparente, sau și mai aterizat – insuficienta cunoaștere de sine. Sau și mai explicit – ceea ce este în noi, fără a însemna ceea ce sîntem.

*– Și ce te incomodează la colegii tăi cineaști din ultima, cea mai recentă și mai numeroasă „generație"?*

– Acceptarea mediocrității profesionale. Mai mult chiar – arta de a declara „ușă de biserică" orice lucru plămădit la repezeală, de a-i transforma nedesăvîrșirea în calitate , iar „calitatea" (dubioasă și efemeră) în stil. Brîncuși toată viața n-a făcut altceva decît a șlefuit. Or, pasiunea aceasta pentru perfecta cizelare a materiei, după ultima mea părere, îi desparte pe artiști de neartiști. Dar, după cum știi, stimabile, trăim epoca răsturnărilor de criterii, cînd avem mai mulți descoperitori de căi noi, decît consumatori ai rețetelor respective... M-a tulburat grozav declarația fiicei lui Chaplin: „...tata a reușit să rămînă el însuși în acea epocă doldora de „isme" ademenitoare a anilor douăzeci... Și așa tot restul vieții – el însuși. Același..." Poate că acesta e supremul hotar. A fi Omul, care, opunînd rezistență conjuncturii, transformă modul său de gîndire și existență în Stil! De aici numai integritatea și originalitatea organică a Stilului. Omul este Stilul – vorba englezului zgîrcit la maxime...

*– Și stilul face omul – vorba francezului vorbăreț. Dar să trecem la altceva... Cu ce cineaști din alte părți ții legături, te vezi, te simți și, mai ales, te „asculți"?*

– M-am bucurat de prietenie și confesiuni lîngă Liviu Ciulei, Mihail Kakoianis („Zorba Grecul”), Costa Gavras (zguduitorul „Zet”), Micloș Iancio („Sărmanii flăcăi”, „Fără speranță”), Ion Popescu Gopo, părintele acelui fenomenal și simpatic Homo-Sapiens, Angel Vaghenștain, scenaristul marei montări cinematografice „Goia” cu Banionis în rolul titular, și dacă aș continua cu destăinuiri de felul acesta, am risca inițierea unui capitol dintr-un volum inexistent de amintiri cu titlul: „Acești băieți de treabă cu suflete atît de mari!..”

*– Cum birui dezamăgirile, îndoielile și alte chestiuni de felul acestora?*

– Caut tot timpul să trec printre. Încerc, cu eleganță de toreador, să mă feresc de împunsătura dureroasă a cornului de taur, supranumit convențional dezamăgire sau îndoială.

*– Și reușești?*

– Uite, că asta nu prea!.. Cicatricele se pot observa cu ochi liber de la orice distanță!

*– Cunoști vreo „formulă” cinematografică, pe care ai vrea s-o sugrumi?*

– Nici una. Patosul destructiv echivalează pentru mine, la ora actuală, cu prețul unei cepe degerate.

*– Ce lași pe a doua zi?*

– Nimic din tot ce reușesc să fac azi.

*– Aud că te mai pasionează documentarul.*

– Necesitatea de a fi elev la școala adevărului brut.

*– Care critici îți sînt mai pe plac: cei literari, cam zgîrciți, sau cei de cinema, prea darnici?*

– Cei cu talent. Care fac, la fel ca și noi, creație. Vrei o ultimă confesiune? Am impresia, că am ajuns inexpugnabil pentru săgețile (fie și otrăvite) ale criticii. Îmi aduc laude pentru acest lucru și îmi strîng mîna personal, cu simpatie și efuziune. Creștem, nu?

*– În orice caz, nu stăm pe loc. Nu mai stăm*.

**Serafim SAKA**

# O CONFERINȚĂ ANTIFRAUDĂ LA BANCA NAȚIONALĂ

La începutul săptămînii curente, s-au scos la vedere mecanismele de prevenire a fraudei în cadrul conferinţei „Frauda nu are frontiere. Programe, metode şi tehnologii antifraudă", organizată de către Banca Naţională a Moldovei şi Asociaţia Băncilor din Moldova, în cadrul Săptămînii Antifraudă consemnate în mai multe ţări. Evenimentul a reunit reprezentanţi ai managementului de diferite niveluri de la Asociaţia Română a Băncilor, Asociaţia Investigatorilor de fraudă din România, compania de consultanţă şi audit KPMG şi compania de audit Deloitte-oficiile din România, precum şi de la băncile licenţiate, Centrul Naţional Anticorupuţie şi Centrul pentru Combaterea Crimelor Informatice din Republica Moldova.

Participanţii la conferinţă şi-au propus crearea unei platforme de discuţii între diverşi profesionişti din sectorul financiar-bancar şi de la instituţii publice de resort, cu referire la problematica riscului de fraudă şi soluţiile aferente. Mesajul de prevenire şi eliminare a riscului respectiv urmează a fi extins, în cadrul acestei săptămîni tematice, la nivelul băncilor licenţiate, pentru o abordare optimizată, particularizată şi, deci, mai eficientă. Frauda reprezintă mai mult decît o pierdere financiară şi afectează entităţile bancare ca pierdere reputaţională.

Moderatorii reuniunii, viceguvernatorul Băncii Naţionale Emma Tăbîrţă, şi preşedintele Asociaţiei Băncilor din Moldova Leonid Tălmăci, au subliniat importanţa pentru întreaga societate a combaterii fraudei bancare, în contextul dificultăţilor economice pe care le traversăm actualmente.

Cea mai bună politică antifraudă se bazează pe crearea unei culturi a integrităţii. Aceasta constituie premisa principală pentru dezvoltarea guvernării corporative într-un mediu care să inhibe frauda. Politica respectivă trebuie să fie adaptată la specificul şi dimensiunea instituţiei financiare şi să conţină programe speciale de asistenţă şi consultanţă în acest sens pentru angajaţi.

Cei prezenţi au remarcat un scurt istoric de implicare a unor companii notorii în combinaţii de fraudă sonore, soldate cu pierderi de zeci de miliarde de dolari. În acest context, au fost nominalizate cauzele falimentelor respective de luat în considerare – lipsa controlului intern, a transparenţei şi a guvernării corporative, managementul precar, incompetenţa şi neglijarea auditului intern.

Experţii au opinat asupra modelelor şi sistemelor de monitorizare a tranzacţiilor în bănci, invocînd studii de caz relevante. De asemenea, dezbaterile au vizat instrumentele de integrare a tehnologiilor informatice pentru efectuarea analizelor de înaltă performanţă ale soluţiilor, managementului şi sistemelor electronice de tip business intelligence.

Alte subiecte incluse în agenda evenimentului s-au referit la tehnologiile de administrare a riscului de fraudă, scenariile de fraudă în creditarea retail şi elementele-cheie ale prevenirii acesteia.

Ce-a de-a doua ediţie a conferinţei în cadrul Săptămînii Antifraudă este menită să responsabilizeze specialiştii băncilor licenţiate din Republica Moldova la toate nivelurile - de la factorii decizionali pînă la angajaţii de pe ultima linie – în abordarea atitudinii antifraudă pentru eliminarea acestui flagel social-economic.

**(„Săptămîna”, 29 noiembrie 2013)**

## COMPANII DIN PESTE 15 ŢĂRI PARTICIPĂ LA EXPOZIŢIA INTERNAŢIONALĂ „EXPOVIN MOLDOVA 2014”

Circa 150 de companii din peste 15 ţări participă la Expoziţia Internaţională specializată de vinuri, băuturi alcoolice, utilaj şi materiale pentru industria vinicolă, care se va desfăşura în perioada 19-22 februarie curent la Centrul “Moldexpo” din Chişinău.

Expoziţia este organizată de Compania Poliproject Exhibitions Ltd. şi Oficiul Naţional al Viei şi Vinului, cu sprijinul financiar al Ministerului Agriculturii şi Industriei Alimentare al Republicii Moldova. Evenimentul desfăşurat sub brandul EXPOVIN Moldova include două expoziţii: “Wine Technology” şi Teatrul Vinului şi Gastronomiei.

Prezent la inaugurare, Vasile Bumacov, ministru al Agriculturii şi Industriei Alimentare, a menţionat că „acest eveniment este unul deosebit de important nu numai pentru dezvoltarea viticulturii şi vinificaţiei din Moldova, dar şi pentru economia ţării. Ediţia din anul curent este una deosebită şi asta din două motive. În primul rînd, ea se desfăşoară în premieră, după ce a intrat în vigoare noua legislaţie vitivinicolă. În al doilea rînd, Ministerul Agriculturii a delegat prerogativele gestionării acestui eveniment major Oficiului Naţional al Viei şi Vinului, care astfel obţine o ocazie deosebită de a se manifesta în vederea dezvoltării acestui sector atît de important pentru economia naţională, care are în competenţă promovarea şi comercializarea vinurilor pe pieţele internă şi externă".

De asemenea, ministrul a remarcat importanţa evenimentului în această perioadă complicată de instituire a embargoului din partea Rusiei, manifestîndu-şi speranţa că vom reuşi, în schimb, să ne afirmăm pe piaţa UE. "Viticultorii şi vinificatorii reprezintă cea mai inovativă şi întreprinzătoare "castă" de producători din ţară, care au demonstrat cu brio pînă acum acest lucru şi care sînt capabili să înveţe de la alţii şi să crească valoric", a accentuat Vasile Bumacov.

Programul evenimentului prevede premierea învingătorilor "Chişinău Wines&Spirits Contest' 2014", care se va desfăşura în formatul unei festivităţi de seară, ce va avea loc astăzi, ora 17.00, la CIE Moldexpo, unde vor fi degustate mai mult de 300 de mostre participante la concurs din peste 15 ţări - Republica Moldova, România, Ucraina, SUA, Franţa, Italia, Portugalia ș.a. Aceasta va fi o oportunitate unică pentru specialişti de a se familiariza cu produsele alcoolice străine, care încă nu sînt prezente pe piaţa din Republica Moldova.

**(„Săptămîna", 21 februarie 2014)**

**De la Abdullah Gul ascultare**

Preşedintele Turciei Abdullah Gul a declarat, în cadrul întrevederii cu omologul său moldovean Nicolae Timofti, că nu susţine ideea referendumului privind aderarea la Uniunea Vamală Rusia-Belarus-Kazahstan, promovată de autorităţile din Găgăuzia. „Politica externă a unei ţări trebuie să fie promovată în exclusivitate de organele centrale ale statului. Toţi cetăţenii Republicii Moldova, inclusiv cei din Găgăuzia, vor beneficia de efectele integrării în Uniunea Europeană", – a declarat preşedintele Turciei.

**Crăciun mai nou şi mai vechi**

Ziua de 25 decembrie a fost declarată prin lege zi de sărbătoare şi a fost inclusă în lista zilelor de odihnă. Un proiect de hotărîre în acest sens a fost aprobat ieri, 19 decembrie, de către Parlament, la iniţiativa liberalilor. Comuniştii s-au opus acestei iniţiative legislative şi au cerut să aibă loc consultări largi cu societatea civilă. Deputatul PCRM Sergiu Stati a propus chiar ca mitropolitul Vladimir să fie invitat în Parlament, ca să participe la dezbateri. Mitropolia Moldovei s-a expus în repetate rînduri la acest subiect, menţionînd că Biserica de la Chişinău se conduce după Calendarul iulian, stilul vechi, şi astfel Crăciunul este sărbătorit pe 7-8 ianuarie.

**E puţin să fii doar mamă-eroină**

Femeile care au născut trei şi mai mulţi gemeni vor primi o indemnizaţie lunară pentru a angaja o dădacă. Acest lucru este prevăzut într-un proiect de lege care a fost adoptat, ieri, de Parlament în prima lectură. Autorii proiectului sînt un grup de deputaţi liberal-democraţi. Aceştia propun ca mărimea indemnizaţiei să fie egală cu două salarii minime pe economie, adică aproximativ 2200 de lei. Indemnizaţia va fi oferită timp de un an şi jumătate de la naştere.

**Iurie Leancă – Prut trecut**

Premierul Iurie Leancă se va afla luni, 23 decembrie, într-o vizită de lucru la Bucureşti, în cadrul căreia va avea o întrevedere cu

prim-ministrul României, Victor Ponta. Cei doi oficiali au convenit cu privire la această vizită în cadrul unei discuţii telefonice. Potrivit unui comunicat de presă al Guvernului de la Chişinău, Victor Ponta l-a informat pe omologul său moldovean că Guvernul României va oferi un grant de 20 de milioane de euro pentru dezvoltarea educaţiei preşcolare din Moldova, ca un gest de solidaritate şi sprijin pentru Republica Moldova.

**40 de mii de moldoveni nu au somn**

Insomnia, totuşi, este o boală care poate fi tratată. Oamenii care adorm greu sau cărora li se opreşte respiraţia în somn vor fi vindecaţi într-un centru special, care va fi inaugurat, astăzi, la Institutul de Neurologie şi Neurochirurgie din Chişinău. Şase din zece moldoveni care sforăie riscă să nu mai poată respira, pe intervale scurte de timp. Acest lucru poate duce la moartea subită în somn, infarct miocardic, accident vascular cerebral sau diferite maladii ale creierului. O parte din tratamentele oferite de noul centru vor fi incluse în programul unic acordat de Compania Naţională de Asigurări în Medicină.

**(„Săptămîna”, 20 decembrie 2013)**

## Ghid de interviu

(pentru eventualul interlocutor)

**Cheile interviului:**

**1.** Recomandări generale:

– fiţi pe faţă;

– distilaţi-vă mesajul, păstraţi-vă clar în minte ideile principale. Să ştiţi ce doriţi să realizaţi şi ce vreţi să spuneţi.

**2.** Interviul bun oferă informaţie pozitivă. Reporterul îşi doreşte un interlocutor competent şi interesant. Interlocutorul vrea să fie interesant în timp ce îşi comunică mesajul.

**3.** Anticipaţi întrebări şi pregătiţi răspunsuri. Documentaţi-vă despre mediu, reporter şi audienţă, mult înainte de interviu.

**4.** Păstraţi-vă calmul şi concentraţi-vă chiar şi atunci când reporterul vă pune întrebări dificile sau sub centură. Nu fiţi arogant sau bătăios, pentru că dvs. aveţi de pierdut.

**Câteva puncte de reper:**

1. Înregistrarea:

– **înregistraţi-vă interviurile oficiale pentru propria protecţie.** Acesta este un mecanism de protecţie pentru a riposta la jurnalist prezentarea incorectă şi inexactă a situaţiei. În plus, ascultaţi după interviu înregistrarea, pentru a vă îmbunătăţi prestaţia**.**

2. Pregătirea:

– **informaţi-vă asupra nevoilor de relatare ale reporterului.** Asiguraţi-vă că aţi obţinut dinainte parametrii interviului;

– **pregătiţi trei sau patru idei** pe care vreţi să le precizaţi, incluzând câteva precizări efective despre instituţie la tema interviului. Declaraţi-le la începutul interviului;

– **folosiţi propoziţii scurte, cu miez,** în care să vă exprimaţi ideile principale, pe care autorul le poate uşor cita în relatare;

– **anticipaţi întrebări dificile.** Formulaţi-vă răspunsul ca declaraţie pozitivă, mai degrabă decât ca răspuns la ceea ce ar putea fi un ton negativ al întrebării;

– **adresaţi-vă audienţei-ţintă** a publicaţiei.

3. Tactica:

– **folosiţi fraze scurte.** Exprimaţi-vă ideile imediat şi concis. Probabil că nu veţi avea timp să construiţi o explicaţie extensivă care să se încheie cu concluzia dvs.;

– **nu fiţi sclavul unei întrebări.** Gândiţi-vă la întrebare şi analizaţi-i semnificaţia. Apoi construiţi o punte spre prezentarea dvs., folosind expresii ca "dar să plasez asta într-o perspectivă" sau "să plasez asta într-un context";

– **ascultaţi cu atenţie.** Nu vă fie teamă să cereţi intervievatorului lămuriri, dacă nu înţelegeţi întrebarea. Puneţi şi dvs. întrebări, cum ar fi "vreţi să spuneţi….sau …?";

– **liniştea este OK.** Răspundeţi şi apoi opriţi-vă din vorbit. Nu vă fie teamă de linişte – e mai bine decât să spuneţi mai mult decât trebuie. Folosiţi liniştea pentru a vă aduna gândurile şi pentru a vă formula ideile în gând.

4. Preluaţi controlul:

a. fiţi pozitiv;

b. susţineţi-vă declaraţiile;

c. fiţi plin de culoare;

d. evitaţi rigiditatea.

**Modul de comportament şi de manifestare a atitudinii în timpul interviului**

1. **Răspundeţi la întrebări**, nu vă simţiţi presaţi să răspundeţi imediat. Dacă nu aveţi un răspuns imediat la o întrebare, spuneţi: "Voi lua legătura cu dvs. pentru un răspuns, la care trebuie să mă clarific în privinţa anumitor detalii". Nu răspundeţi, dacă documentarea suplimentară poate oferi un răspuns mai complet. Urmărind o exactitate de 100 de procente, vă veţi spori reputaţia ca sursă demnă de încredere.

2. **Fiţi amabil**, chiar dacă nu beneficiaţi de aceasta. Nu trataţi solicitările media ca fiind abuzive. Scopul este de a construi relaţii pe termen lung cu organizaţii de ştiri. Colaborarea acum înseamnă că veţi mai fi solicitat ca purtător de cuvânt al domeniului.

3. **Termene** – ajutaţi reporterii să respecte termenele pentru că neglijaţi să le răspundeţi la apeluri. Dacă vă angajaţi să oferiţi infor-

maţii, respectaţi-vă rapid ***promisiunea. Dacă nu*** puteţi obţine datele necesare pentru a da interviul, luaţi legătura cu reporterul pentru a-l informa.

4. **Nu vă ascundeţi, nu încercaţi să evitaţi întrebările**. Dacă nu răspundeţi la o întrebare, se poate crea impresia că ascundeţi ceva. Dacă o întrebare este sensibilă, daţi un răspuns scurt şi treceţi mai departe. Fiţi informat asupra chestiunilor majore ce vă afectează instituţia şi aflaţi răspunsul standard al organizaţiei înainte de a vorbi cu mass media. Învăţaţi să "creaţi o trecere" spre o afirmaţie pozitivă după ce aţi dat răspunsul.

5. **Exactitudine**. Fiţi exact. Dacă descoperiţi că informaţiile furnizate reporterului nu mai sunt de actualitate, sunaţi-l pe reporter cu date corecte. El va aprecia grija dvs. pentru exactitate.

6. **Răbdare**. Aveţi răbdare. Nu lăsaţi să pară că timpul dvs. este prea valoros pentru a fi irosit pe mass media. Dacă sunteţi ocupat când sună un reporter, oferiţi-vă să sunaţi dvs. înapoi la o oră convenabilă. Apoi faceţi-o.

7. **Ranchiună.** Nu ţineţi ranchiună. Dacă un reporter a scris o relatare negativă despre instituţia dvs., apoi un alt reporter solicită un alt interviu, nu refuzaţi. Obiectivul dvs. este de a realiza o relaţie profesională cu media. Nu lăsaţi acţiunile anterioare ale unui reporter să vă împiedice să creaţi relaţia.

8. **Purtător de cuvânt al întreprinderii**. Comentaţi tendinţele generale din domeniu. Nu insistaţi să vi se garanteze că instituţia dvs. va fi inclusă într-o relatare. Jurnaliştii apreciază ajutorul conducerii executive care sunt la curent cu tema. Este foarte probabil ca instituţia dvs. să primească o recunoaştere în interviu. Chiar dacă nu este aşa, dvs. şi instituţia dvs. veţi beneficia, dacă veţi fi intervievat ca un lider competent în domeniu.

9. **Analogii.** Analogiile sunt puternice, pline de culoare.

10. **Exemple**. Susţineţi declaraţiile cu exemple dacă este posibil.

11. **Statistici**. Datele statistice exacte dau viaţă informaţiilor dvs.: "Creăm 5.600 locuri de muncă anul acesta…" .

12. **Experienţa personală**. Experienţa personală este credibilă şi importantă. „Când am venit la această instituţie, am…". – răspunsuri

de acest fel vor conferi opiniilor expuse de Dvs. mai multă credibilitate.

13. **Opinia experţilor**. Experţii independenţi pot oferi susţinere tezelor dvs.

**1. Întâmplările** de felul „Odată am descoperit o fraudă...” dau perspectivă şi sens mesajului dvs.

**2. Citate.** Citatele din specialişti notorii sporesc credibilitatea comentariilor dvs.

**Întrebări dificile**

*a)* Documentarea este sursa unor răspunsuri bune.

*a)* Falsa alternativă.

- **Exemplu*: „Decizia dvs. S-a bazat pe practica monopolistă sau aţi ştiut pur şi simplu?”***
- **Soluţie:** ***Ignoraţi alternativa şi concentraţi-vă asupra mesajului dvs. Încercaţi să conduceţi intervievatorul, în loc să-l lăsaţi să vă conducă el pe dvs. „Rădăcina întrebării dvs. Este motivaţia …”.***

*b)* Ipoteticul.

- **Exemplu*: „Dacă se întâmplă …. , ce veţi face?”.***
- **Soluţie**: ***Evitaţi speculaţiile. Canalizaţi conversaţia spre un punct pozitiv: „Nu am glob de cristal, însă …”.***

d) *Prefaţa încărcată.*

- Exemplu*: „Compania dvs. a fost numită de sindicate ca fiind insolvabilă. Ce veţi face cu concedierile?”*
- Soluţie*: Încercaţi că corectaţi percepţia şi apoi deplasaţi-vă spre pozitiv: „Dimpotrivă, noi …”.*

e) *Partea absentă.*

- Exemplu*: „Cutare a declarat că organizaţia dvs. a pierdut pasul…”*
- Soluţie*: Nu intraţi în dispută cu cineva care nu este prezent. În loc să comentaţi declaraţia respectivă, îndreptaţi-vă spre altceva: „Nu cunosc această remarcă, dar noi …”.*

f) *Inconsecvenţa.*

- Exemplu*: „În 1997 spuneaţi că ……. ; acum faceţi ...? De ce această schimbare?”*

- Soluţie *: Abordaţi o perspectivă istorică: „Împrejurările erau diferite în 1997, şi noi …”.*

g) *Irelevanţa.*

- Exemplu*: „Ca preşedinte al companiei XYZ şi participant avid la curse, ce faceţi pentru siguranţa curselor…?”*
- Soluţie*: Daţi o informaţie scurtă asupra curselor şi apoi treceţi înapoi la tema majoră.*

h) *Cum vi se pot atribui afirmaţii.*

- Exemplu*: „V-aţi abuzat soţia?”*

Răspuns*: „Niciodată nu mi-am abuzat soţia”.*

Titlu*: „CEO declară că nu şi-a abuzat soţia”.*

- Soluţie*: Nu repetaţi cuvinte incendiare pe care reporterul vi le pune în faţă, de felul: „Aceasta este o întrebare pe care nu o voi onora cu un răspuns”.*

## *Zece păcate capitale*

**admise de jurnalişti la formularea întrebărilor pentru interviu:**

- Întrebări ce presupun răspunsuri univoce („da” sau „nu”).
- Propoziţii afirmative în loc de propoziţii interogative.
- Două întrebări cuprinse într-o singură întrebare.
- Întrebări prea încărcate, prea stufoase.
- Întrebările ce sugerează răspunsul.
- Întrebări ce conţin comentarii şi aprecieri proprii.
- Întrebări ce conţin estimări şi supoziţii proprii.
- Întrebări ce conţin taxări şi etichetări.
- Întrebări ce conţin exagerări.
- Întrebări prea complicate.

Autor: **John Savotsky**, jurnalist canadian.

Sursa: **Mark Grigoryan.** *Manual de jurnalism*. Chişinău: Centrul Independent de Jurnalism, 2008, p. 78.

## Știrea – Relatarea – Interviul – Reportajul: analiză comparativă

(În loc de încheiere)

| Perspective de analiză | Știrea | Relatarea | Interviul | Reportajul |
|---|---|---|---|---|
| ***Metode/ tehnici de realizare*** | Informație operativă despre producerea evenimentului | A informa operativ despre cele înregistrate | A interoga (o persoană sau mai multe persoane) | A relata despre cele văzute și înregistrate |
| ***Obiectivul/ scopul urmărit*** | A semnala producerea evenimentului, faptul că el s-a produs: Cine? Ce? Unde? Când? | A-l inița pe cititor (...) în miezul problemelor discutate | A oferi informație din prima sursă/ direct de la sursă | A-l transfera pe cititor/ beneficiarul de informație la fața locului |
| ***„Actorii”*** | Realitatea proximă | Discuție contradictorie | O persoană (...) | Spectacol |
| ***Sursa*** | 2 - 3 | Mai multe (suficiente) | O sursă (de obicei) | Mai multe |
| ***Unghiul de abordare*** | Așteptările publicului | În funcție de scopul urmărit | Îngust (subiectiv) | Evenimențial |
| ***Documentarea (înregistrarea celor văzute)*** | Exactă | Exactă | Fidel, veridic, întocmai | Sub imperiul impresiilor („impresionist”) |
| ***Volumul*** | Scurt, succint | Aproximativ o mie de semne | Scurt, mediu (în funcție de interlocutor și de subiectul abordat) | Mediu |
| ***Narațiunea*** | Redare exactă | Citare exactă | Eu citez | Eu raportez (ceea ce văd și cum îmi imaginez) |
| ***Conținutul*** | Fapte, date | Probleme, aspecte ale realității reflectate | Citate, descrieri | Descrieri, impresii |

**CUPRINS**

Obiectul şi sarcinile disciplinei „Jurnalismul de informare”
*( În loc de prefață)* .....5

Partea I
**Jurnalismul de informare: repere conceptuale**

1. Informația de presă: specificul şi calitățile ei.....12
   1.1. Caracteristica şi particularitățile informației de presă.....12
   1.2. Legea proximității ca factor determinant în selectarea informației pentru mass-media.....13
   1.3. Factori care asigură succesul informației de presă.....17
   1.4. Parametrii informației de calitate.....20
2. Faptul ziaristic şi relația ziarist-fapt.....21
   2.1. Faptul ziaristic şi calitățile sale.....22
   2.2. Corelația fapt – eveniment în opera ziaristică.....23
   2.3. Obiectivism şi subiectivism în interpretarea faptelor.....24
3. Noțiunea de gen în creația jurnalistică.....27
   3.1. Genul în creația jurnalistică: delimitări teoretice.....27
   3.2. Clasificarea genurilor ziaristice.....29
   3.3. Criterii de alegere a genului în ziaristică.....32
4. Tehnici de colectare a informației în operele ziaristice. Surse de documentare.....34
   4.1. Observarea.....34
   4.2. Lectura şi studierea documentelor.....35
   4.3. Interviul.....36
   4.4. Surse de documentare.....36
   4.5. Clasificarea surselor de documentare.....37
5. Elemente intrinsece textului jurnalistic.....39
   5.1. Titlul.....39
   5.2. Şapoul.....42
   5.3. Intertitlul.....43
   5.4. Legenda.....43

Partea II
**Genurile informative**

ŞTIREA.....46
RELATAREA.....63
INTERVIUL.....72
REPORTAJUL.....93
BIBLIOGRAFIE.....121
ANEXE.....123
Ştirea – Relatarea – Interviul – Reportajul: analiză comparativă.....150

**Mihail GUZUN**
**Gheorghe GORINCIOI**

# JURNALISMUL DE INFORMARE

***Note de curs***

Redactare – *Antonina Dembiţchi*
Asistenţă computerizată – *Maria Bondari*

Bun de tipar 28.09.2017. Formatul 60 x 84 $^{1}/_{16}$
Coli de tipar 9,5. Coli editoriale 7,0.
Comanda 68. Tirajul 50 ex.

Centrul Editorial-Poligrafic al USM
str. Al. Mateevici, 60, Chişinău, MD 2009