

CUPRINS

ADNOTARE	2
INTRODUCERE	3
CAPITOLUL I. CULTURA ȘI PRESA ÎN SOCIETATEA DEMOCRATICĂ.....	6
1.1. Aspecte teoretice privind rolul culturii	6
1.2. Cultura și presa în societatea contemporană moldovenească.....	17
CAPITOLUL II. MEDIATIZAREA CULTURII ÎN ZIARELE: <i>JURNAL DE CHIȘINĂU</i>	
<i>ȘI ZIARUL DE GARDĂ. STUDIU DE CAZ</i>	29
CONCLUZII ȘI RECOMANDĂRI	51
BIBLIOGRAFIE.....	54

ADNOTARE

Autor: _____ . **Problematica culturală în presa scrisă.** Teză de licență în științe ale comunicării la specialitatea – Jurnalism și procese mediatice. Chișinău, 2020.

Structura tezei: introducere, două capitole, concluzii generale și recomandări, bibliografie din 42 surse, 55 de pagini text.

Cuvinte-cheie: cultura, jurnalism cultural, produse culturale, conținuturi culturale, presa scrisă, știri, tipar.

Domeniul de studiu: Științe ale comunicării.

Scopul lucrării: constă în cercetarea activității presei scrise din Republica Moldova privind starea reflectării problematicei din domeniul culturii.

Obiectivele lucrării: examinarea rolului și locului presei scrise în contextul mediativ contemporan și a jurnalismului cultural din Republica Moldova privind reflectarea și dezbateră problematicei culturii, luând ca bază ziarăle naționale, cercetarea datelor empirice adunate și propunerea de soluții pentru îmbunătățirea activității în domeniul respectiv.

Noutatea și originalitatea științifică a lucrării: constau în cercetarea literaturii la temă și elaborarea unei metodologii proprii de examinare a activității curente a ziarălor *Jurnal de Chișinău* și *Ziarul de Gardă* privind reflectarea problematicei culturii: determinarea genurilor, temelor și a modului de abordare a aspectelor culturale, dar și a dibăciei și profesionalismului de care dau dovadă jurnaliștii din presa scrisă în reflectărea problemelor din domeniul cultural, materialele cărora : știri, interviuri, reportaje, investigații jurnalistice la temă, pot servi exemplul pentru jurnaliștii care se specializează în art jurnalism.

Semnificația teoretică a tezei rezidă în stabilirea unui cadru teoretic de analiză a activității presei scrise privind reflectărea multiaspectuală a problematicei culturii, care poate servi ca bază pentru examinare în continuare a art jurnalismului din Republica Moldova de către studenții de la jurnalism.

Valoarea aplicativă a lucrării: rezultatele cercetărilor, mai cu seamă cele care le conține studiul de caz, pot servi drept călăuză pentru studenții de la jurnalism în cercetărea problematicei culturii în ziare și reviste, dar și în scopul perfecționării lor profesionale și a tinerilor jurnaliști care activează în presa scrisă de la noi.

INTRODUCERE

Actualitatea temei. Presa, deși în prezent nu mai deține monopolul asupra pieței mediatic (nici la nivel mondial, nici la cel național și nici la cel local), după cum se întâmpla cu vreo 20 de ani în urmă, continuă să intereseze populația, grație caracteristicilor sale generale, particularităților specifice și mijloacelor sale de expresie, care îi confer identitate și specificitate în sistemul mediatic contemporan.

Ziarele și revistele au un rol important și în ce privește reflectarea problematicii culturii. Acest lucru e foarte important, deoarece prin cultură, care își găsește reflectare în mass-media se modelează personalitatea umană, întrucât cultura propune modele comportamentale, atitudini sociale, reacții dobândite, învățate, dar și perfecționate întreaga istorie a omului ca ființă socială. Problematika culturii, abordările, interpretările ce țin de acest domeniu, în linii mari, continuă să fie într-o permanentă dezbatere și studiere în mass-media, inclusiv și în segmentul ei tradițional-- presa scrisă, unde sunt reflectate, în temei, prin genurile informative : știre, interviu și reportaj cultural, și mai puțin prin investigații jurnalistice și materiale de problemă.

Din considerentele că problematica culturii joacă un rol substanțial în viața omului, iar reflectarea acestei tematici încă rămâne un apanaj al presei scrise, consider tema aleasă actuală , fapt ce m-a îndemnat să examinez particularitățile mesajelor culturale publicate în anul trecut în ziarele *Jurnal de Chișinău* și *Ziarul de Gardă* .

Îndemnul de a scrie la această temă a fost deperminat și de faptul că la acest capitol avem doar o lucrare capitală la noi: G. Stepanov, L. Tugarev. *Art Jurnalismul*, editată în 2019 la Centrul Editorial-poligrafic al USM. Alte lucrări, care au văzut lumina la noi, doar parțial examinează această temă. Cât mă privește, călăuză pentru elaborarea studiului de caz mi-a fost și “Strategia dezvoltării culturii Republicii Moldova: 2013-2020”, care pune un accent deosebit de important pe problematica culturală, pe felul de administrare și ocrotire a patrimoniului cultural de la noi, dar în care își găsesc reflectare și unele aspecte privind activitatea de mediatizare a culturii, inclusiv și de către presa scrisă.

Suportul teoretico-științific și metodologic al lucrării are la bază principii generale și specifice de studiu pentru științele socio-umanistice, în primul rând cele ce vizează suportul metodologic multidimensional, adecvat științei contemporane, atât la nivel teoretic, cât și practic:

- principiul științific: informațiile sunt prezentate în baza documentelor și literaturii de specialitate și ținând cont de logica lor intrinsecă;

- principiul obiectivității: în analiza și formulării anticipate a concluziilor;
- principiul abordării sistemice și a dialecticii: faptele și procesele au fost studiate în succesivitate, urmărindu-se cauzele și efectele lor;
- analiza comparativă, în contextul examinării detaliate a ziarelor;
- analiza calitativă, din perspectiva analizării conținutului acestora.

Astfel, am citit și consultat articolele și cărțile mai multor autori implicați în domeniul ales pentru tema mea, câteva exemple de surse studiate: „Istoria culturii și civilizației” de Ovidiu Drîmba „Cultură și comunicare” de Grigore Georgiu, „Cultura organizațională și leadership. Fundamentarea capacității competitive a firmei” de Huțu, „Filosofie: cunoaștere, cultură, comunicare” de Constantin Stroe, „Jurnalism cultural în actualitate” de Radu Ilie, dar și articole ale specialiștilor și cercetătorilor de la noi: Tugarev Laura, care își fondează studiile pe activitatea profesională a jurnaliștilor și mass-media din acest domeniu. Studiile și articolele științifice ale specialiștilor amintiți mai sus mi-au ajutat să stabilesc gradul de cercetare a problemei abordate în teza mea de licență, dar și mi-a facilitat lucrul asupra părții teoretice a studiului întreprins.

Metode și procedee de lucru:

- metoda comparativă – trăsături esențiale dintre câteva ziare tipărite;
- metoda structural-funcțională – a înlesnit determinarea direcțiilor de activitate a mijlocului de comunicare de masă, definirea evenimentelor reflectate, a conținuturilor tematice, a formelor de expunere, a varietății de genuri etc;
- metoda analizei de conținut - a fost utilizată, în special, la analiza materialelor din domeniu cultură plasate în ziare.

Ipoteza tezei: În presa scrisă națională problematica culturii își găsește reflectare mai mult în știri, celelalte genuri, fiind exploatate în acest scop mai mult epizodic. În presa scrisă lipsesc materialele critice privind starea culturii, ziarele fac prea puțin pentru redresarea situației în domeniu.

Scopul și obiectivele tezei. Scopul cercetării constă în efectuarea, pe baza cercetărilor teoretice și a materialelor empirice, a unei investigații complexe privind mediatizarea problematicii culturii în ziarele naționale și de a face recomandări pentru o reflectare mai bună a culturii în presă.

Pentru realizarea scopului propus, mi-am trasat următoarele *obiective*:

- Fundamentarea principiilor și abordărilor teoretice ale culturii;
- Conceptualizarea problematicii culturii în presa scrisă;
- Investigarea modului în care sunt abordate problemele de cultură în ziare;

- Prezentarea în presa scrisă a problemelor cu care se confruntă cultura în general;
- Investigarea particularităților materialelor de cultură publicate în ziare.

Noutatea temei investigate: constau în cercetarea literaturii actuale la temă și elaborarea unei metodologii proprii de examinare a activității curente a ziarelor *Jurnal de Chișinău* și *Ziarul de Gardă* privind reflectarea problematicii culturii: determinarea genurilor, temelor și a modului de abordare a aspectelor culturale, dar și a dibăciei și profesionalismului de care dau dovadă jurnaliștii din presa scrisă în reflectarea problemelor din domeniul cultural, materialele cărora: știri, interviuri, reportaje, investigații jurnalistice la temă, pot servi exemplu pentru jurnaliștii care se specializează în art jurnalism.

Importanța teoretică și valoarea aplicativă a lucrării. Semnificația teoretică a tezei rezidă în elaborarea unui cadru teoretic de analiză a activității presei scrise privind reflectarea multiaspectuală a problematicii culturii din perspective funcțiilor care îi revin, a conținuturilor și formelor de exprimare și ale produselor culturale, care poate servi ca bază pentru examinarea în continuare a art jurnalismului din Republica Moldova.

Structura lucrării. În funcție de obiectivele trasate, teza problematica cultural în presa scrisă cuprinde: introducere, două capitole, care redau conținutul de bază al cercetării, concluzii și bibliografie.

În introducere, am argumentat actualitatea temei de cercetare, precizând scopul, obiectivele tezei, importanța teoretică și valoarea aplicativă a temei cercetate.

Capitolul I, „*Cultura și presa în societatea democratică*” scoate în lumină elementele definitorii ale culturii, specificul jurnalismului cultural, funcțiile sociale ale culturii, activitatea presei din perspectiva funcției educativ-culturale, speciile și tehnicile compoziționale în presa scrisă autohtonă.

În capitolul II, „*Mediatizarea culturii în ziarele: Jurnal de Chișinău, Ziarul de Gardă*” am analizat atât specificul cât și elementele creative a paginilor de cultură: *Jurnal de Chișinău, Ziarul de Gardă*. De asemenea, am analizat stilul scriiturii culturale, noutățile ce pot apărea în următorii ani, actul de creație cultural, și reliefurile produsului mediatic cultural: provocări și perspective.

Studiul se încheie cu o serie de concluzii referitor la tema studiată, trecerea în revistă a demersului nostru de cercetare și evidențierea celor mai relevante aspecte ale jurnalismului cultural în presa scrisă. Lucrarea mai dispune de bibliografie din 42 de surse: monografii, articole și surse electronice.

CAPITOLUL I. CULTURA ȘI PRESA ÎN SOCIETATEA DEMOCRATICĂ

1.1. Aspecte teoretice privind rolul culturii

Fenomenul cultural este materia primă pentru scrierea unui material jurnalistic cultural. Jurnalismul cultural nu este critică de specialitate. Nu este literatură. Jurnalismul cultural este un melanj între cele de mai sus. Aparatul critic se întâlnește cu subiectivitatea și cu creativitatea pentru a reda atmosfera din jurul unui eveniment cultural. Fie că este vorba de literatură, muzică, film, artă, istorie, sociologie sau alte domenii conexe, există câteva elemente importante pentru a scrie un articol echilibrat. Emoția, atmosfera, analiza, structura, stilul, informațiile, editarea, comunicarea sunt o parte dintre cuvintele-cheie ale jurnalismului cultural de calitate. Jurnalismul cultural reprezintă un fenomen socio-cultural multidimensional și multiaspectual. Literatura de specialitate prezintă o gamă variată de interpretări al conceptului de jurnalism și al conceptului de cultură.

Astfel, cultura este un complex de comportament, valori, credințe, tradiție și artă, care este transmisă din generație în generație. Lucian Blaga spunea în una dintre lucrările sale: „Prin cultură, existența se îmbogățește cu cea mai profundă variantă a sa. Cultura este semnul vizibil, expresia, figura, trupul acestei variante. Cultura ține deci mai strâns de definiția omului decât conformația sa fizică sau cel puțin tot așa de strâns”. [1, p.15]

„Cultura înseamnă: a) practicile, valorile, credințele și moravurile unei societăți sau un „stil de viață”; b) poate fi reprezentată în diferitele domenii din sfera umanului, precum arta, literatura, cinematografia, filosofia, dansul, teatrul, poezia, critica de artă și cea literară. Toate aceste semnificații sunt esențiale pentru definirea termenului „cultura”.... În percepția noastră, esența termenului „cultură” rezidă în setul de valori, tradiții”[25].

„Cultura reprezintă baza societății actuale, care de-a lungul timpului a suferit schimbări majore, aceasta fiind esența principală ce poate modela masa populară în formarea personalității omului simplu. Primul argument este acela că prin cultură omul a putut învăța arta frumosului, a descoperit noi căi de a-i da frumosului diferite conotații, l-a făcut să se afirme din toate unghiurile posibile, a făcut ca exteriorul să se definească prin interior și astfel să le despartă” [16, p.19].

De-a lungul timpului, noțiunea de cultură a căpătat mai multe sensuri, în funcție de orientarea teoretică și perspectiva societății în care s-a manifestat. În sensul său cel mai larg, conceptul de cultură definește ansamblul formelor tipice de viață specifice membrilor unei anumite comunități, concepțiile acestora despre sine, natura și societatea, inclusiv totalitatea atitudinilor lor spirituale.

Cultura exprimă modul particular de viață și existență al unui grup sau comunități, înglobând de o manieră unitară tiparele de gândire, limbajul, credințele, comportamentele, tradițiile, arta, muzica și literatura acesteia. Între cultură și societatea pe care o reprezintă există o relație de codeterminare.

Sensul cel mai curent al culturii este cel cu care operează antropologia: cultura ca totalitate simbolică obiectiv dată, ansamblu de semnificații și prin care trăiesc oamenii, sub forma unei veritabile „presiuni atmosferice” de ordin simbolic. Cultura este astfel – extensiv – cam totul. Altfel spus: totul este cultural.

Dar intensiv ea nu mai este nimic, deoarece se dizolvă în social. Abia o definiție elitară poate diferenția cultura înaltă (rafinată, instruită, educată) de o sumă de habitus-uri inerțiale consuetudinare. Altfel spus: doar pentru că metoda impune amplificarea extensivă a termenului de descriptiv de cultură (cu diluarea intensivă corespunzătoare), nu înseamnă că trebuie să renunțăm la o definiție normativă, axiologică și aristocratică a ei [26].

Cum poate cineva să fi e om de cultură? Noica a avut următoarele răspunsuri: sunt cel puțin patru motive pentru care merită să faci cultură, pentru care cultura are dreptul de a fi socotită o valoare supremă, singura pe care te poți sprijini într-o viață de om.

Întâi, cultura este singura sursă certă a unei bucurii permanente. Dacă există un teritoriu al lumii în care poți cunoaște deplinătatea bucuriei, acest teritoriu nu poate fi decât cultura. Firește, bucuria e altceva decât plăcerea; spre deosebire de aceasta din urmă, ea poate prelua și tristețile omului, salvându-le din perspectiva spiritului. Cultura salvează totul prin comentariu. Pană și bucuriile senzoriale sunt bucurii în măsura în care sfârșesc în contemplativitatea comentariului trecând astfel într-o condiție suprasenzorială.

Cultura e o satisfacție perpetuă, fără riscuri, fără dezamăgiri, o satisfacție pe care o poți avea fără să depinzi de alții. Cultura, e adevărata formă de maturitate a spiritului. Ea scoate lumea din minoratul care o amenință uneori, investind totul, prin simpla atingere, cu propria ei splendoare. Cultura e un fel de a răspunde de tot, un fel de a da socoteală de oameni, de împrejurări, de cărți, de istorie, pe scurt, un fel de a aduce totul într-o ordine mai înaltă. Cultura trage totul în sus, salvează - cu grație - aparențele. Expresia asta – „a salva aparențele” - a apărut în literatura platoniciană cu sensul de „a găsi justificarea aparențelor”. În sine, aparențele par inconsistente și atunci, ca să le „salvezi”, ca să le faci să persiste, să-și dezvăluie rostul, trebuie să le așezi într-o ierarhie justificativă. Asta face cultura cu tot ce există: ea nu lasă nimic în platitudinea în care se află în mod obișnuit, ci mută totul într-o geografie mai pură. Nu cumva însă ea mută adesea lucrurile din firescul lor? Nu aduce ea în lume prea multă mediere?

Ea echivalează cu suspensia rigorii morale și, la limită, cu dezordinea etică. Ca și sănătatea biologică, libertatea nu e un „în sine”; e o valoare relativă, un instrument care își dovedește îndreptățirea numai prin scopul pe care e pus să-l slujească. Libertatea se justifică prin orientarea ce i se dă. Or, dacă e adevărat că prin cultură ieși de sub tot soiul de determinări stânenitoare, reușind a te mișca liber în lăuntru lumii tale de cărți și de idei, nu e mai puțin adevărat că universul culturii - asigurând fastul libertății - nu îi garantează buna orientare. Ești pus, cu alte cuvinte, în posesia unui magnific instrument, dar nu știi întotdeauna bine ce să faci cu el.

Disciplina culturii e o formă foarte eficientă de igienă a spiritului. Așa cum există o igienă pentru corp, o „spălare” elementară care ține de civilizație, există și o igienă pentru minte, care este cultura. Un om necultivat e un om nespălat, un om lipsit de condiția minimală a mișcării lui în social. Omul e dator să treacă prin curățirea oferită de cultură, dacă vrea sa-și onoreze umanitatea [27].

Cultura este o formare, și se constituie prin forma universalității: astfel, omul cultivat este cel ce știe să imprime tuturor acțiunilor sale sigiliul universalității, care a renunțat la particularitatea sa, care acționează după principia universale. Cultura este o formă de gândire. Astfel omul știe să se rețină; el nu mai făptuiește potrivit înclinațiilor și nemijlocitelor sale dorințe, ci se reculege.

Grație acestui fapt, el recunoaște obiectului o poziție liberă și se obișnuiește cu viața contemplativă. Acestei obișnuințe i se adaugă aceea de a cuprinde aspectele particulare în singularitatea lor, de a fragmenta circumstanțele, de a izola diversele aspecte, de a opera abstract, conferind însă imediat forma universalității fiecăruia din aceste aspecte. Omul cultivat cunoaște diferitele aspecte ale obiectelor, ele există pentru el, iar reflexia sa le-a dat forma universalității. El poate, astfel lăsa să subînțeleagă aspectele lor particulare. Din contra, omul incult, oricât de bine intenționat ar fi el, poate, cunoscând aspectul principal al unui lucru, să deformeze o duzină de altele. Salvând varietatea, omul cultivat acționează concret; el este obișnuit să acționeze potrivit punctelor de vedere și scopurilor universale. Pe scurt, cultura exprimă simplul fapt că un conținut poartă sigiliul universalității [28].

Comunitatea umană contemporană, constituită din atâtea popoare, din sute de state și din ceva mai mult de 7 mlrd. de oameni, are o cultură unitară. Pe baza culturilor naționale oamenii au ajuns la formele generale de concepere a lumii, adoptă principii general umane, care determină interacțiunea și interdependența diferitor popoare. Acest fenomen se datorează tendinței spre integrare în procesul de dezvoltare a economiei mondiale și apariției unor așa probleme globale ca menținerea păcii, echilibrul ecologic. În cultura contemporană și-au găsit o

largă reflectare idealurile general uman, moral, estetic, se cultivă sentimentele de mândrie față de valorile naționale, de datorie față de patrie, simțul răspunderii pentru soarta lumii, simțul frumosului, egalității [2, p.6].

Revoluția tehnico-științifică a schimbat radical condițiile materiale și modul de viață a oamenilor, mai ales din țările industrial dezvoltate. La dezvoltarea culturii a contribuit substanțial explozia informațională. Datorită inovațiilor tehnice (radioul, televiziunea, presa, cinematograful, tehnica audio și video, banda magnetică, faxul, poșta electronică), informația circulă rapid, pătrunzând în toate domeniile vieții sociale. Mass-media (presa, radioul, televiziunea), fac accesibile oamenilor atât valori culturale universale, cât și cele naționale ale fiecărui popor. [17, p.22]

Noile valori culturale, mutațiile profunde din viața spirituală au oferit oamenilor creșterea numărului tinerilor cu studii superioare, care ocupă un loc important în structurile societății contemporane, este organizată instruirea permanentă a oamenilor de știință și cultură, a persoanelor care participă la producerea bunurilor materiale, la dirijarea producției. Știința se transformă în forță nemijlocită a producției.

Afirmarea culturii de masă este însoțită de procese ce oglindesc diverse confruntări ale societății umane contemporane, care este dezorientată, incapabilă să soluționeze multitudinea de probleme stringente. Așa numita cultură „de consum”, propagă cultul forței, alte vicii umane, ceea ce denotă lipsa unei perspective clare în procesul de concepere a umanității și a principiilor ei etico-morale [3, p.9].

Cu toate că unii autori consideră inutilă și neproductivă distincția dintre cultura, înțeleasă ca ansamblul creațiilor de ordin spiritual și civilizație, ca și cultura materială, se consideră că promovarea acestei diferențieri, cel puțin în planul realității educaționale, este benefică și aducătoare de importante câștiguri epistemologice și acționale. Se are în vedere în acest context nu atât faptul, cultura sfârșește prin a muri în civilizație și nici fenomenul de înstrăinare a omului de însăși esența sa culturală, fenomen datorat prezenței masive a tehnologiei în viața sa cotidiană, ci realitatea ca tehnologie, expresie a civilizației, își pune tot mai mult amprenta pe modul de concepere și realizare a acțiunii educaționale.

Dacă probleme precum cea a „sufocării” culturii prin civilizație sau a înstrăinării esenței umane datorită predominanței existenței tehnologice în raport cu cea culturală rămân deocamdată la nivelul disputelor filosofice, faptul că, datorită tehnologiei, societatea contemporană devine tot mai mult o societate comunicațională care reprezintă, așa după cum preciza *Gianni Vattimo*, o realitate de necontestat.

Societatea contemporană este, datorită progresului tehnologic, o societate comunicațională, o societate a comunicării generalizate, fapt ce implică restructurări adecvate la nivelul realității educaționale. Aceste restructurări ale educației se realizează în contextul societății comunicaționale și sunt impuse în opinia lui J.-F. Lyotard de trecerea, grație progresului tehnologic, de la „jocurile cu informație incompletă” la „jocurile cu informație completă”.

Implicarea educației în raportul cultură-civilizație nu se reduce la adecvarea structurală a acesteia la specificul jocului cu informație completă ci presupune și luarea în calcul a faptului că în prezent asistăm la un proces de multiplicare progresivă, prin tehnologia informațională și mass-media, a imaginilor despre lume, proces ce poate conduce la pierderea sensului realității. La nivelul majorității sistemelor educaționale contemporane se constată, în acest sens, o accentuare a discrepanțelor dintre cărți și realitatea la care acestea fac referire, existând un anumit reducăționism metaforizant în ceea ce privește procesul de transpunere și conversie a realității în idei, concepte sau teorii, fapt ce induce dificultăți majore la nivelul înțelegerii lumii reale și obiective de către cei care se educă [29].

Gradul adeseori redus de semnificativitate al informațiilor vehiculate, incongruențele dintre textele scrise și realitatea efectivă, alături de teoretizările dublate de conceptualizări excesive, sunt elemente care reclamă reconsiderarea la nivelul fenomenului educațional a relațiilor dintre teorie și practică, dintre simboluri și realitate, în vederea facilitării unei apropieri mai consistente a școlii de viață reală.

Cultura este un pilon important al societății, reușind cu ușurință să supraviețuiască într-o lume ce tinde spre tehnologizare. Așadar, ar trebui să protejăm „cultura” pentru că: prin intermediul ei putem reflecta asupra convențiilor sociale și le putem transforma; ea este cea care ne ajută să ne exploatăm creativitatea; este adesea prima și ultima salvare a libertății în circumstanțele unui sistem politic-social; este unul dintre elementele-cheie care ne ajută să fim umani; și în numele salvării creativității umane avem nevoie să protejăm și să respectăm cultura. „O țară fără cultură e ca un trup decapitat” [30]. Acest deziderat aplicat culturii îl putem raporta la nivel mondial tuturor culturilor.

Astfel, cuvântul „cultură” provine din latinescul *colere*, care înseamnă „a cultiva, a avea grijă”. Oratorul din Roma Antică, Cicero, a introdus conceptul de cultura anume, o metaforă agricolă utilizată pentru a se referi la dezvoltarea unui suflet filozofic. Acest concept exprimă modul în care oamenii depășesc barbarismul și devin un popor în adevăratul sens al cuvântului. Cu toții suntem născuți într-o anumită cultură. Cultura reprezintă combinația dintre cunoștințele omului, convingerile și normele sociale pe care le adoptăm și transmitem ulterior

viitoarelor generații. Cultura este factorul principal de socializare care reglementează diverse sfere ale interacțiunii între oameni, începând cu comunicarea de zi de zi și până la funcționarea economiei mondiale [31].

Publicațiile periodice locale, a căror specificitate rezidă în faptul că valorifică un cadru informațional limitat din punct de vedere spațial, are un loc aparte în sistemul mediatic. Acest lucru se datorează faptului că acestea reflectă preponderent realitatea locală și că sunt distribuite pe un spațiu restrâns, de obicei, echivalent cu teritoriul unei unități administrativ-teritoriale, în cel mai bun caz – cu teritoriul a două, cel mult a trei unități administrativ-teritoriale. La începuturile comunicării mediatice, ziarele, în lipsa altor modalități mediatice de informare, erau singurele instituții care asigurau circuitul informațional în societate.

Datorită acestui fapt, informația din ziare era asimilată integral, având efecte considerabile asupra consumatorului de produse mediatice. Totodată, ziarele erau preferate și pentru faptul că își alegeau știrile în funcție de propria clientelă și făceau comentarii în funcție de așteptările cititorilor fideli și de nevoile grupurilor sociale ale căror interese le reprezentau. Astfel politica lor editorială era concepută de pe pozițiile necesităților informaționale ale acestora. Odată cu apariția radioului, a televiziunii, iar mai târziu și a jurnalismului online, presa, în general, și cea locală, în particular, și-a pierdut statutul de monopolist în procesul de informare în masă. Dezvoltarea industrială, dezvoltarea tehnologiilor informaționale și, concomitent, concurența din cadrul mass-mediei (cu presa națională, dar îndeosebi, cu instituțiile audiovizuale și online) provoacă schimbări radicale în sistemul mass-mediei [22].

Cultura însumează „totalitatea valorilor materiale și spirituale create de omenire pe parcursul istoriei”. Cuvântul cultură vine de la latinescul *colere*, tradus prin „a cultiva” / „a onora”, cu trimitere la activitatea umană. UNESCO definește cultura printr-o „serie de caracteristici distincte ale unei societăți sau grupă socială, în termeni spirituali, materiali, intelectuali sau emoționali” [32]. Aceeași sursă afirmă că zestrea (moștenirea) culturală “se transmite cu ajutorul codurilor de comunicație specifice: gesturi, cuvinte, scris, arte, mass media (presa / radio / televiziune), media internațională (telefon)”. Similar, se transmit și „ritualuri, cunoștințe teoretice, norme abstracte, religie”.

Cultura se însușește prin „forma de memorare subiectivă (reflexe, imagini, cuvinte) sau obiectivă (obiecte, peisaje, cărți, reguli, numere)”. Edward Hall scria că „un individ se poate înțelege pe sine, prin introspecție, analiză sau prin forțele care îi modelează viața, fără a înțelege cultura din care face parte”.

Pheyse acceptă dezvoltarea umană prin cultură ca „mod de viața general”, comun unei populații. Din aceste perspective, cultura devine un model integrat de comportament uman care:

- include gândirea, vorbirea, acțiunea și creațiile materiale, depinzând de capacitatea omului de a învăța și transmite cunoaștere generațiilor următoare (Webster's New Collegiate Dictionary, [8, p.21]);

- însumează toate modelele comportamentale cu transmitere socială, artistică, religioasă, instituțională, dar și rezultatele muncii productive sau gândirii umane ale unei populații / comunități (The American Heritage Dictionary);

- exprimă modul de viață al comunității umane prin modele de comportament, însușește atitudini și elemente materiale acceptate anthropologic;

- identifică cultura prin comunicare și dimensionează comunicarea prin cultură [23];

- evită rutinele, cutumele, unele tradiții și obiceiuri devenind un ansamblu de mecanisme pentru controlul programelor ce condiționează comportamentele; cultura este un context real în care unele stări (procesuale / instituționale) devin semnificative.

Trăsăturile fundamentale, specifice, de identificare ale culturii, nu depind de aceste explicitări fiind dependente de existența unui model comportamental uman, integrat într-un sistem social caracteristic, dominant și stabil, pe intervale de timp extinse, posibil să se dezvolte în dependență direct cu capacitatea sistemului de a învăța / comunica și de a transmite cunoaștere „succesorilor printr-un proces de socializare”.

John W. Gardner scrie în *Morale*: „omul este un căutător încăpățânat de semnificații”. Această „încăpățânare” constituie motivul pentru care „oamenii \diamond înțeleșuri prin intermediul culturii, în scopul de a-și satisface nevoia culturală și de a exercita control asupra destinului propriu (...). Nevoia de control are o conotație colectivă și se manifestă prin interpretările comune ale evenimentelor, astfel încât membrii comunicații să stabilească o conduită de comportament unanim acceptată și să creeze raporturi și conexiuni în interiorul sistemului care, astfel, devine o entitate cu identitate distinctă” [9, p.32].

Așadar cultura este un fenomen colectiv și este acceptată total / parțial de către indivizii aceluiași mediu social. Ea trebuie delimitată de natura umana și de personalitatea individuală. Diferența este că natura umană se moștenește, având caracter universal. Personalitatea se moștenește și dobândește (prin învățare) iar caracterul ei este individual. Cultura este rezultatul învățării și caracterizează grupări / categorii de indivizi, dându-le sens existenței lor comune. Normele culturale diferă între ele prin spațiile culturale. Normele unei culturi nu sunt aplicabile (în totalitate, chiar și parțial) altei culturi. De aici termenul de relativism cultural, rezultat din diferențieri culturale dintre două grupări sociale.

Membrii unei culturi pot avea manifestări iraționale. Nivelul de la care acestea devin observabile pot fi situaționale (ex. restricții pentru prevenirea evenimentelor nedorite);

contextual (aplicarea unui context în altul); nevrotic (comportament individual deviant prin excitanți specifici – bani, putere, proprietate, sex, munca, violență, etc.); birocratic / instituțional (în toate culturile potențialul lor este contraproductiv); cultural (viziunea indivizilor despre existență nu depășește limita culturală).

Cultura, specifică grupurilor / categoriilor sociale transmisă prin comunicare / învățare împreună cu natura umană transmisă filogenetic, este factorul esențial care creează personalități și semnificație. Prin semnificație, cultura orientează viața umană, orientând-o prin creație. Eliade definește cultura ca fiind “mod specific de existență a omului în Univers”. Existența și funcționalitatea unei culturi politice, constituie o condiție esențială în ființarea și funcționalitatea unui regim politic democratic. În adevăratul sens al cuvântului, noțiunea de cultură politică nu a existat în sistemul politic totalitar comunist. Ceea ce există și se practică era de fapt propaganda ideologică, ca urmare impunerea și însușirea dogmei comuniste. Regimul comunist nu era interesat în existența și funcționalitatea unei adevărate și autentice culturi politice, întrucât ea ar fi însemnat lărgirea cunoștințelor și orizontului politic, descoperirea unei alte alternative politice la regimul comunist, fapt ce nu era în interesul guvernanților comuniști [22].

Într-un regim totalitar de genul celui comunist o adevărată cultură politică venea în contradicție cu însăși conținutul acestuia, cu structurile sale nedemocratice, cu sistemul politic și ideologic a luptei sale de alternanță politică.

O adevărată și autentică cultură politică nu poate exista și funcționa decât într-un regim fundamentat pe principii și valori democratice. Numai într-un asemenea regim, ea poate să-ți pună în valoare conținutul și esența sa democratică, utilitatea și eficiența socială. Numai o asemenea cultură și conștiința politică este în măsură să asigure o participare activă, în cunoștința de cauză și responsabilă a cetățenilor la viața politică, în crearea și dezvoltarea unui pluralism politic și ideologic, în apariția și impunerea unor noi paradigme doctrinare și programatice, în realizarea unei confruntări de opinii, idei și concepții.

Ca formă de guvernare, regimul politic democratic nu se poate realiza fără a solida cultura politică. Ea se implică atât în fundamentarea și structurarea sistemului politic, cât și în funcționalitatea componentelor sale. Eficiența funcționării unui sistem politic democratic este indisolubil legată de modul cum membrii societății își însușesc normele și valorile politice, cum le transpun în practică.

Gradul participării al membrilor societății la viața politică, eficiență și responsabilitatea acestora este în mod direct legată și de nivelul lor de cultură. Cultura se materializează în participare, în acțiune și comportament politic [33].

Cultura aparține celor mai intime și mai complexe structuri ale naturii ființei umane. Sensul vieții omenești nu poate fi conceput în afara culturii. Se poate afirma că, dacă omul creează cultura, și cultura creează omul, îi conferă scopul suprem al existenței sale, adică îi legitimează nevoile situate în vârful piramidei lui Maslow. Nu există o definiție standardă a culturii, ci, mai degrabă, o serie de teoretizări convergente. Una dintre primele definiții ale termenului a fost oferită de antropologul englez Edward Burnett Tylor, care prezintă cultura drept un „ansamblu complex ce include cunoașterea, credințele, arta, morala, dreptul, tradițiile și orice alte producții și modalități de viață create de omul ce trăiește în societate” [24, p.682].

Ovidiu Drimba definește cultura în sens mai restrâns, cu referire doar la aspectul spiritual: „Cultura include în sfera ei atitudinile, actele și operele limitate - ca geneză, intenție, motivare și finalitate - la domeniul spiritului și al intelectului. Opera, actul și omul de cultură urmăresc satisfacerea nevoilor spirituale și intelectuale; revelarea de sine, descoperirea necunoscutului, explicația misterului și plăcerea frumosului. Iar în raporturile cu natura, cu omul, cu societatea, urmăresc stabilirea, nu a unor relații practice, utilitare, sau de instrumentalizare a unuia de către celălalt, ci a unei relații de comunicare, de căutare, de regăsire în celălalt.”[6, p.6].

Unele definiții ale culturii vizează și câteva semnificații ale conceptului de civilizație. În viziunea lui Ovidiu Drimba, cele două noțiuni se referă la două domenii distincte ale activității umane: „Civilizație înseamnă totalitatea mijloacelor cu ajutorul cărora omul se adaptează mediului (fizic și social), reușind să-l supună și să-l transforme, să-l organizeze și să i se integreze. Tot ceea ce aparține orizontului satisfacerii nevoilor materiale, confortului și securității, înseamnă civilizație”[7, p.7].

Științele comunicării definesc cultura cam în acești termeni: „Producerea și reproducerea culturală a sensului, înțelesului și conștiinței. Sfera înțelesului, care unifică sferaproducției (economicul) și cea a relațiilor sociale (politicul).”[19, p.92]. O definiție strictă e aproape imposibil de configurat în condițiile în care termenul se folosește într-o varietate de contexte, uneori fără nici o legătură între ele: cultura europeană, cultura tinerilor, persoană cultă, cultura clasei muncitoare, cultură victoriană, sau perlă de cultură, cultură de bacterii, agricultură. Prin urmare, termenul „cultură” este multidiscursiv: poate fi discursul naționalismului, al modei, al criticii literare, al marxismului, al feminismului. „În fiecare dintre aceste cazuri, înțelesul termenului cultură va fi determinat relațional sau în mod negativ, prin diferențiere de celelalte din același discurs, dar nu în mod pozitiv, prin referire la vreo proprietate intrinsecă sau evidentă, care să fie fixate în eternitate ca fiind esențialmente culturale”[20, p.93].

Inițial, termenul se referea la agricultură, la cultivarea solului, a plantelor, apoi a ajuns să cuprindă și „cultura de ființe vii”. De aici derivă sensul de „cultivarea minții”, consacrat în

timpul capitalismului agrar timpuriu din secolele XVII și XVIII. Capitalismul urban, industrial din secolul XIX pare să nu respecte acest înțeles al culturii. „Termenul de cultură a fost consacrat, în special de către Matthew Arnold și continuatorii lui, ca reprezentând căutarea nu a perfecțiunii materiale, ci a celei spirituale, cu ajutorul cunoașterii și practicii «marii» literaturi, a artelor «fine» și a muzicii «serioase».” Criticii acestui concept argumentau că definiția elitistă a culturii exclude majoritatea oamenilor, oferind „cultura” doar unei minorități de oameni „culți”. În plus, diviziunea culturii se suprapune și peste alte diviziuni sociale, cum ar fi cele de clasă, gen, rasă etc. Hoggart și Williams au declanșat ofensiva pentru „demolarea supremației culturii engleze de elită”. Apoi, studiile culturale au dus la transformarea conceptului de cultură în termenii abordărilor multiculturaliste [21, p.94-95].

Așa cum demonstrează textele din volumul *Cultura și societate*, examinarea instituțiilor prin prisma valorilor de bază poate fi extrem de revelatorie. Totuși, există probleme fundamentale în ceea ce privește analiza valorilor dacă se consideră ca această subsumează și analiza culturală ca atare. Deoarece interpretarea este limitată la semnificații care pot fi instituționalizate, rezultatul devine ironic: conceptele pe care le dezvoltă analiza valorilor pentru a analiza semnificația se bazează din plin pe vocabularul instituit pentru analiza mecanistă, pur socială. În analiza funcționalistă se găsesc puține lucruri despre fenomene pur simbolice precum ritualul, sacralizarea, poluarea, metafora, mitul, narațiunea, metafizică și codul.

Mai mult chiar, preocuparea față de sistemul social tinde să limiteze interesul funcționalismului pentru cultură la probleme privind impactul culturii asupra stabilității și instabilității, procese ce depind de distribuția efectivă a sancțiunilor și recompenselor. Din această perspectivă, originile și procesele interne ale sistemelor culturale nu sunt de prim interes; este important mai degrabă maniera în care un model dat devine instituționalizat, fie prin socializare, fie prin creșterea statutului sau răsplata materială. Din cauza acestui accent social, analiza funcțională a avut deseori efectul de a separa știința socială de tehnicile interpretative ale științelor umaniste. Ajungem în situația paradoxală în care abordarea funcțională a semnificației subminează autonomia culturală [34].

Astfel, antropologia culturală, axiologia și filosofia culturii au impus demult teza că, pentru om, cultura, în ansamblul ei, reprezintă mediul specific de existență, dispozitivul simbolic prin care societățile își codifică eforturile de cunoaștere și își interpretează experiența istorică. Teoriile comunicării și ale limbajului, semiotica, hermeneutica, abordările interacționist-simbolice din sociologie văd în cultură un sistem organizat de semne, un ansamblu de limbaje simbolice, pornind de la ideea că pentru om comunicarea este o trăsătură definitorie. Omul nu-și poate trăi viața fără a încerca să și-o exprime.

Procesul de comunicare este vital pentru existența omului și pentru desfășurarea tuturor activităților care produc și reproduc viața societăților. Este simptomatic faptul că astăzi se mai poate analiza cultura fără a ne referi la comunicare. Importanța comunicării pentru definirea și înțelegerea omului și a culturii a fost sesizată de gânditorii antici și moderni, dar abia în secolul XX, odată cu extinderea comunicării de masă, comunicarea a devenit obiect de reflecție și de cercetare sistematică pentru disciplinele sociale [5, p.23-24]. Noile orientări filosofice consideră că, privită în complexitatea ei structurală, comunicarea este suportul ontologic al omului și al culturii. În fundamentul cultural al unei societăți se află resortul spiritual și afectiv care orientează, adesea în forme mai puțin vizibile, opțiunile, deciziile și comportamentele practice ale oamenilor.

Așadar, cultura și comunicarea, în unitatea lor, definesc sintetic modul uman de existență și reprezintă simbolul forței creatoare a omului. Destinul omului poate fi descifrat analizând formele de expresie și de creație, imensul patrimoniu de valori spirituale și materiale, acumulat în decursul veacurilor, în cadre geografice și sociale diferite, în societăți având legi, instituții, tradiții și structuri variate. Aceste idei au dobândit o relevanță deosebită în ultimele decenii, când factorii de natură culturală sunt invocați frecvent pentru a explica schimbările din diverse domenii.

Astfel, politologul american Samuel Huntington, autorul faimoasei teze despre “ciocnirea civilizațiilor”, consideră că, în condițiile de astăzi, „cultura contează” atât pentru înțelegerea transformărilor economice și sociale, cât și a raporturilor geo-politice, fiind o “forță ce deopotrivă devine și unifică” [15, p.26].

De fapt, cultura “a contat” dintotdeauna în istoria reală și în viața societăților, nu doar după încheierea războiului rece. E drept că, odată cu dispariția opozițiilor bipolare și a diferențelor ideologice, au ieșit la iveală în mod mai pregnant diferențele culturale dintre societăți. Dar, afirmația politologului american mai conține și un înțeles secund, pe care trebuie să-l punem în evidență. Este vorba de faptul că astăzi cultura “contează” mai mult decât ieri și în discursurile noastre (filosofice, științifice, sociologice, eseistice, publicistice, literare sau mitice) asupra istoriei și a societății [35].

1.2 Cultura și presa în societatea contemporană moldovenească

Cultura este un principiu complex de comportament, valori, credințe, tradiție și artă, care este transmisă din generație în generație. Lucian Blaga spunea în una dintre lucrările sale: “Prin cultură, existența se îmbogățește cu cea mai profundă variantă a sa. Cultura este semnul vizibil, expresia, figura, trupul acestei variante. Cultura ține deci mai strâns de definiția omului decât conformația sa fizică sau cel puțin tot așa de strâns”[1, p.15].

Libertatea presei privește desfășurarea activităților specifice presei de strângere și transmitere de informații de interes public prin intermediul canalelor media, fără intervenția guvernului. Libertății de expresie i se atribuie, dintr-o perspectivă istorică, un rol esențial în influențarea pozitivă a calității vieții cetățenilor, datorită modului în care susține practicile sociale ale democrației, pieței libere și investigației științifice și jurnalistice, responsabile pentru competitivitatea națiunilor.

Astăzi, în Republica Moldova, opiniile despre mass-media sunt împărțite. Unii susțin că presa este „prea liberă“, referindu-se, mai degrabă, la faptul că discursul mediatic preferă trivialitatea, calității informaționale. Alții acuză faptul că presa a devenit o extensie a grupurilor de interese politice, vehiculând nu informații valabile pentru public, ci permanente discursuri electorale. În acest context vine și raportul World Press Freedom Index, privind „libertatea presei în lume“, raport întocmit anual de către organizația franceză Reporters sans frontières. Conform rezultatelor, în 2019, Republica Moldova este pe locul 81, lângă Benin și Armenia.

Rolul presei este esențial pentru o democrație. Mass media are misiunea de a informa populația cu privire la riscurile pe care le comportă corupția, traficul de ființe umane etc. La fel, o presă liberă și activă ar putea să-i mențină și pe oficiali pe drumul onest, ca să zic așa, iar necesitatea ziarelor în viața fiecăruia din noi este obligatoriu, or, doar așa, prin informare corectă și obiectivă, vom avea opinii echidistante.

Astfel că, importanța difuzării presei este primordială, iar necesitatea punctelor de comerț a presei pe arterele principale nu sunt principale, dar cele mai importante spații unde pe lângă consumatorul de rând avem și oaspeții capitalei, care au acces la informație și pot savura din primele surse ceea ce numim azi – libertatea de exprimare[41].

Cetățenii moldoveni nu prea citesc ziare, asta deși declară ca au de unde să le cumpere. Sondajul prezentat de IMAS arată că doar 30% din participanții la sondaj au afirmat că au citit sau răsfoit un ziar în ultimele 30 de zile.

Potrivit studiului, majoritatea cititorilor au studii superioare și studii medii, sunt angajați în câmpul muncii, dar, în același timp există această obișnuință la sate unde 29% au declarat că

au un abonament la o publicație tipărită (spre comparație, în municipii, ponderea abonaților nu depășește 7%).

Autorii studiului menționează că ziarele și radioul rămân mai degrabă preferința celor de peste 55 de ani, a celor care nu lucrează și sunt situați în satele Moldovei.

Mulți dintre moldovenii susțin că citesc ziare pentru a se informa, a învăța ceva sau din obișnuință.

Studiul sociologic a fost efectuat pe un eșantion național de 1513 respondenți. Marja de eroare este $\pm 2,5\%$. Sondajul a fost realizat la comanda Asociației pentru Dezvoltare și Cooperare Moldova, cu suportul Suediei și Statelor Unite ale Americii [42].

Odată cu apariția și creșterea ponderii sistemului mediatic, mass-media și-a asumat un angajament onest de transmiterea valorilor și modelelor culturale, de formare a gândirii și comportamentului. Jurnalismul cultural are menirea de a aduce la dispoziția publicului informații cizelate și creionate în complexitatea procesului creativ. Comunicarea mediatică prin acele conținuturile distribuite a dat motor unor mecanisme unanim acceptate cum ar fi norme de comportament, a contribuit la formarea gustului estetic, a conturat valorile culturale, a fabricat staruri și a scos în relief personalități ai vieții culturale, altfel zis, "convențiile tacite" ale unei societăți. Noile mijloace de comunicare, devin a fi instrumente culturale cu o forță solidă în orientarea și schițarea percepțiilor, atitudinilor, în formarea imaginilor despre lume și în difuzarea unor modele de comportament social. Produsul mediatic cultural poate fi un liant, un factor de conexiune, o pânză brodată migălos care-i unește pe oameni în grupuri, comunități, etnii, societăți, state, națiuni, culturi.

Potrivit literaturii de specialitate, jurnalismul cultural "reprezintă o zonă eterogenă a mass-mediei, a genurilor și a produselor care înglobează producerea, circulația și consumul bunurilor simbolice în domeniul artelor, literaturii, științelor socioumane, în diferite scopuri: creativ, critic sau pur și simplu de a le face publice" [13, p.23].

Mass-media contribuie la mediatizarea sistematică a evenimentelor, proceselor, fenomenelor care se produc în aceste sfere: politică, economică, social sau culturală; individul asimilează produsul mediatic și își poate creiona o realitate, iar această realitate determină în mare măsură nivelul de informare.

„Jurnalismul apare ca un intermediar între realitățile din lumea înconjurătoare și populație. Inițial, prin potențialul informațional, el se impune ca un producător de secvențe din realitate, determinând gradul de informare și viziunile cititorilor”.

Trecerea de la „Galaxia Gutenberg” la „Galaxia Marconi” intensifică procesul de globalizare care este direct proporțional cu utilizarea și implementarea noilor tehnologii de

comunicare; în același timp, creșterea și dezvoltarea acestora au făcut posibilă intensificarea și extinderea circulației produsului mediatic.

Domeniul culturii servește ca „materie primă” art jurnalismului. Elementele de cultură se subordonează actului de creație și, împreună cu presa culturală, trec printr-o perioadă de provocări, deoarece produsul mediatic cultural are pretenția de a se re poziționa în topurile cerințelor consumatorului media. În consecință, se produce un fel de industrializare, pe de o parte, a culturii, iar, pe de altă parte, a presei – fenomen care se datorează unor factori comuni, printre care:

1. creșterea ritmurilor de producere atât în domeniul culturii, cât și în cel mediatic;
2. extinderea fluxurilor de produse atât culturale, cât și mediatice;
3. existența concurenței între instituțiile culturale-între cele mediatice;
4. tendința de a micșora prețurile de cost ale producțiilor, măbind totodată profitul;
5. determinarea obiectivelor de creație în funcție de așteptările consumatorului;
6. ajustarea conținuturilor culturale și mediatice la gusturile consumatorului etc.

În prezent, unul dintre cele mai eficiente și mai frecvent utilizate genuri jurnalistice prin care se diseminează informația pe domeniul cultural se consideră a fi știrea. În acest sens, știrea este cea mai reprezentativă specie a genului informativ care poate fi întâlnită destul de des în publicațiile autohtone. Astfel „știrea în presa tipărită nu poate să dispară definitiv și subit de pe paginile unui ziar, pentru că, în fond, este cea mai operativă formulă de diseminare a informației”[18, p.170].

Specificul jurnalismului cultural rezidă din faptul unui public țintă bine stabilit și precizat, un public care posedă o cultură generală, un univers cultural rafinat și cu o pregătire intelectuală superioară: profesori, scriitori, artiști plastici, pictori, sau tineri aflați în verva circuitului informațional cu tentă socio-culturală. “Un sistem cultural determinat este cel care formează atitudine cetățenilor, așteptărilor lor față de stat, mecanismele de interiorizare a valorilor civice....” [4, p.14].

În societatea actuală mass-media este un important instrument de informare și culturalizare/educație, având o influență puternică asupra omenirii. Mass-mediei îi revine un rol important și anume acela de a promova o cultură sănătoasă de înnoire, schimbare și perfecționare a societății.

Nici o sferă umană – fie aceasta economie sau politică, familie sau educație, artă sau sport nu este posibilă în afara culturii. Nici societatea Republicii Moldova. La etapa actuală jurnalistul cultural/art jurnalismul este un formator și mediator de opinie care poate să deschidă direcția comunicării culturale. Sarcina unui jurnalist cultural este de fapt dificilă, deoarece el trebuie să

facă o anumită selecție a evenimentelor culturale, să le interpreteze, să le evalueze, să le mediatizeze ținând cont de audiența, de publicul țintă, de probabilitatea înțelegerii mesajului și de existența unui cronotop estetic, a unor reprezentări asupra normelor frumosului sau chiar cele referitoare la emoțional, șocant sau teribil.

Sub aspect comunicațional, cultura e înțeleasă ca “mișcare și transmitere a valorilor” create în vederea includerii lor în patrimoniul național și universal iar valorile culturale create trebuie să fie împărtășite. O valoare culturală nereceptată de nimeni, se pierde și devine lipsită de sens ca și o informație fără receptor.

Prin comunicare, cultura își îndeplinește rostul, menirea, îndeplinind o dublă funcție: informativă și formativă. Potrivit lui Stroe Constantin, cultura dispune de anumite funcții sociale:

- funcția cognitiv-transformatoare- cultura îl transpune pe om din realitate și îi oferă omului cunoștințe, instruire și educație;
- funcția comunicativă- cultura provoacă la comunicare, creează instrumentul comunicării, determină căile și tehnologiile perfecționării comunicării;
- funcția informațională – cultura reprezintă un mijloc efectiv de colecționare, adunare, distribuire, sistematizare și transmitere de informații;
- funcția de reglare- cultura stă la baza moralei, a conștiinței umane;
- funcția social-umanitară- cultura contribuie la formarea personalității omului, la dezvoltarea lui intelectuală și totodată la integrarea în societate;
- funcția recreativă- cultura este cea care “descarcă” sufletul uman.

Conform viziunii funcționalității în structura culturii se disting următoarele componente:

- Elementul cultural- unitatea de bază, cea mai simplă a unei culture; orice produs uman ce încorporează o valoare;
- Complexul cultural- ansamblul de elemente culturale correlate funcțional și stilistic;
- Aria culturală- spațiul etno-cultural al valorii;
- Modelul cultural- experiența generațiilor manifestă în modul de trai, gândire și acțiune.

Așadar, cultura reprezintă tot ceea ce a creat, a conservat și a dirijat, ca valoare, mintea omenească, cuprinzând “întregul mozaic al creației umane”. Valorile constituie nucleul culturii. Cu cât valorile sunt mai înalte, cu atât cultura e mai superioară[5, p.125].

Transmiterea valorilor de către presa scrisă din Republica Moldova contribuie la realizarea stabilității sociale și la menținerea în timp, a structurilor culturale. Prin promovarea diferitelor modele de comportament, presa oferă un set de roluri sociale și un vocabular simbolic, răspunzând, astfel nevoii publicului de modele și de termeni de referință. Transmiterea moștenirii culturale înseamnă transmiterea valorilor și a modelelor sociale de la grupuri către indivizi, de la

o generație la alte și numără printre consecințele sale creșterea coeziunii sociale, integrarea socială a indivizilor, impunerea normelor culturale, amortizarea tendinței indivizilor de a se lăsa luați în stăpânire de indistinție ori anomie paralizantă.

Activitatea presei din perspective funcției educativ-culturale presupune realizarea mai multor obiective, precum:

- promovarea modelelor culturale și a celor de conduită umană;
- transmiterea moștenirii culturale naționale și a celei universale;
- promovarea principiilor etice și estetice;
- propagarea valorilor morale supreme;
- popularizarea teoriilor științifice și lărgirea cunoașterii.

Mass-media din Republica Moldova contribuie la formarea culturii generale a cititorului, la dezvoltarea viziunilor, la promovarea principiilor și idealurilor. Potențialul mass-media asupra individului este foarte puternic. De exemplu un mesaj medatic, bine elaborat poate educa, instrui și forma ca personalitate. Însă dacă e folosit cu negativism, el poate forma și promova principii nonvalorice.

Arta avea pînă acum nu demult și în țara noastră un public specializat, instruit și cultivat, care reprezenta un fragment nesemnificativ din întreaga populație, pe cînd astăzi, prin intermediul mijloacelor de comunicare în masă, la ea poate avea acces oricine. Dar, în mod inevitabil, datorită particularităților publicului mass-media, mesajul cultural difuzat de către aceștea cîștigînd ca întindere, pierde ca profunzime. Reieșind din cele expuse mai sus, consider că mass-media trebuie să satisfacă cerințele actuale ale publicului, altfel nu s-ar putea menține, dar totodată trebuie să stimuleze apariția și răspîndirea treptată a unor cerințe spiritual-estetice de factură superioară. Prin mass-media, creația artistică se află în fața unei noi situații: nu publicul vine spre artă, ci arta spre public.

Publicul cultural este expresie a manifestării opiniei publice în raport cu evenimentele culturale în general. Opinia publică nu se poate constitui și exprima decît dacă societatea are la dispoziție mijloace adecvate de informare, încît indivizii să cunoască faptele și evenimentele asupra cărora urmează să-și spună cuvîntul și să ia o atitudine sau hotărîre. Influențarea prin plasarea știrilor este o tehnică prin care editorii știrilor pot reduce la minimum atenția acordată unor evenimente (prin plasarea articolelor în ultimele pagini ale ziarelor) sau, dimpotrivă, pot spori interesul față de aceste evenimente (prin apariții pe prima pagină)[6, p.234].

Știrea se axează pe o informație pură, actuală și autentică, aceste calificative fiind particularități ale știrii ca gen jurnalistic. Alături de acestea, merită a fi menționat caracterul de noutate – un alt imperativ al genului jurnalistic respectiv, în lipsa căruia redactarea unei știri este

imposibilă. Elementul de bază al unei știri cu elemente culturale îl reprezintă faptul sau evenimentul cultural care se produce acum sau s-a întâmplat recent. „Activitatea ziaristului constă în transformarea evenimentelor – sau, uneori, a unor simple informații – în știri, prin faptul că le publică”, menționa Dorin Pop [37].

„Noile mijloace de comunicare, devin a fi instrumente culturale cu o forță solidă în orientarea și schițarea percepțiilor, atitudinilor, în formarea imaginilor despre lume și în difuzarea unor modele de comportament social. Produsul mediatic cultural poate fi un liantul, un factor de conexiune, o pânză brodată migălos care-i unește pe oameni în grupuri, comunități, etnii, societăți, state, națiuni, culturi.” [2, p.53]

Jurnalistul specializat în abordarea fenomenului cultural realizează așa-numita critica de întâmpinare care presupune abordarea operei/creației imediat ce apare. În acest caz, nu se folosește un limbaj prea specializat. Se începe cu simpla informare și se continuă cu descrierea, explicarea textului sau spectacolului luat în discuție, comentarea lui și, desigur, cu formularea judecății de valoare. Cu alte cuvinte ceea ce se petrece este un fel de proces inițiativ al publicului nespecializat. Este un fel de traducere, de interpretare a semnificațiilor textului pentru public. Ea presupune o bună cunoaștere a domeniului, date despre activitatea și preocupările autorului, plasarea lui și a operei în peisajul literar contemporan, pentru a evita falsificarea sensului mesajului actorial.

Critica spectacolului se exprimă în fraze, pentru a sugera imagini, sunete, muzica, mișcările, punerea în scenă. Dacă cultura de bază diferă în funcție de rubrica (muzica, film, teatru, varietăți), calitățile care se cer sunt aceleași pentru toate domeniile: ascultare și viziune, redactarea textului... Înțelegem că descrierea, explicarea, judecarea în scris a unui spectacol muzical, arte plastice este o întreprindere extrem de dificilă, spre deosebire de realizarea acestui tip de text în televiziune unde imaginea reproduce identic ceea ce în scris, trebuie povestit în cuvinte.

Cronica dramatică. Cronicarul dramatic ar trebui să aibă o cultură estetică polivalentă: o cultură specifică criticului literar tradițional, dar și una proprie criticului spectacolului, capabil să recepteze valențele estetice spectaculare vizuale. Același principiu se aplică și în cazul unui spectacol de operă cu diferența că acum criticul are de evaluat interpretarea muzicală – fidelitatea față de partitura și măsura în care este realizată exprimarea sentimentelor pe care le suscită partitura de către actorii lirici.

Spectacolul dramatic fiind polifonic, textul scris este transpus în scenă: actorii dau viață personajelor mișcându-se într-un spațiu – scena – pe care sunt montate decorurile. Cronicarul dramatic poate urmări intențiile autorului piesei în raport cu punerea în scenă. Regizorul este

acela care și-a imaginat transpunerea semnificațiilor textului în jocul actorilor (intonație, expresivitatea privirii, a feței, mișcarea) și armonizarea lui cu scenografia (d décor + vestimentație). Transpunerea regizorală poate urma fidel intențiile autorului sau poate reprezenta o interpretare personală, o parafrază a textului inițial, adică un alt text, cu noi semnificații psihologice, politice, estetice.

Cronicarul spectacolului se adresează publicului care a văzut sau nu spectacolul și trebuie să informeze și să explice elementele care transformă textul scris într-un spectacol reușit sau nereușit. Cronicarul dramatic fiind un cititor specializat al literaturii dramatice și un critic în același timp poate să-și formuleze opiniile favorabile sau nefavorabile într-un text argumentativ sau chiar să spună cum ar fi pus el însuși spectacolul în scenă. Sunt posibile și comparații cu alte montări sau cu una de referință. În acest caz cronicarul se adresează unui public competent, apelează la memoria lui; este un public care are o opinie cristalizată asupra textului și autorului, deci cronicarul trebuie să-i surprindă cu ceva nou, incitant care să-i dea de gândit, să-l contrarieze, performanța greu de atins.

Cronica de film. Cea mai eficientă cale de a scrie despre un film pare să fie descrierea. Ea face posibilă sublinierea caracterelor, a ideii care organizează acțiunea, a momentelor de intensitate maximă și, nu în ultimul rând, jocului interpreților. Rolul criticii de film este în bună măsură asemănător cu cel al criticului sau cronicarului dramatic, dar în acest caz, în afara de viziunea regizorală, importantă este tehnica înregistrării de imagini care devine o artă de sine stătătoare. În funcție de profunzimea analizei, ea poate fi doar o cronică, o expunere informativă sau o critică referitoare la valoarea estetică și ideatică a scenariului, imaginii, regiei, prestației actoricești.

Filmul ca și romanul se adresează unui public foarte larg, fără o omogenitate culturală sau de clasă, asupra căruia exercită o atracție considerabilă. Dar faptul că este o artă de masă nu justifică amestecul registrelor limbii. Apariția în cronici a unor formulări din registrul familiar, învecinat cu argoul sau a barbarismelor combinate cu alte scăpări cum ar fi lipsa clarității în expunere sau simpla rezumare a acțiunii poate să creeze o imagine falsă asupra filmului și să scadă interesul cititorilor cronicii față de o eventuală vizionare.

Critica muzicală. Comunicarea muzicală fiind fundamental diferită de cea verbală, devine evident faptul că sensul muzicii trebuie căutat în ea însăși, iar nu în pretextele literare sau în comentariile ce o pot eventual însoți. Totuși cronicarul poate sublinia diversitatea sau unitatea tematică a programului, poate face aprecieri asupra fluentei discursului, caldura sunetului, virtuozitatea interpretării sau poate aborda spectacolul din perspectiva istoriei muzicii. Acest tip de text se găsește în publicații specializate și se referă la muzica clasică.

Critica plastică este de multe ori cronica a muzeelor, cronica expozițiilor încercând să transmită cititorului impresii și judecăți de valoare care trasează granițele dintre frumos și kitsch, original, unicitate și imitație, reproducere, serializare. Ea transcrie percepția vizuală și încearcă să transfigureze în cuvinte emoția artistică provocată de diferitele manifestări ale frumosului: pictura, desen, grafica, sculptura, fotografie, design, arta populara, artizanat.

Primele repere care modelează textul sunt tipul publicației care poate fi specializată sau generalistă și publicul atras de acestea. Personalitatea semnatarului textului, cultura sa estetică conferă originalitate relatării experienței sale lirice și o convertește într-un îndemn ca această experiență să fie împărtășită și de cititorii săi. Evitarea clișeelelor care nu spun nimic este posibilă dacă autorul textului are cultura estetică și-și ordonează discursul urmărind evidențierea locului și rolului artistului și operei sale în arta românească sau universală, exemple de autori sau opere și folosirea principalelor elemente ale limbajului plastic [7, p.80].

“Obiectul jurnalismului cultural, așa cum îl văd eu, ar fi tot ce se petrece în jurul cărții, în jurul unei expoziții, în jurul unui spectacol, în imediata apropiere a scriitorului, a artistului plastic, a actorilor și a regizorilor etc., adică să fie interesat de fenomenele marginale ale culturii. (Viata literară și artistică – iată titlul banal al unei publicații posibile !) De aceea nu cred că un bun jurnalism cultural se poate face fără sociologie și fără un bun spirit publicistic. Mai trebuie să spun că jurnalismul cultural este cu totul altceva decit critica literară? Cele două profesii nu se exclud, sint complementare. Discursul critic (unul social sau politic) trebuie să fie, într-adevar, cu totul altul în jurnalismul cultural decit în critica de specialitate. Nu-i mai puțin adevărat că revistele literare (sau culturale) tradiționale s-ar înviora dacă ar include mai mult jurnalism cultural, în sensul de a acorda mai multă atenție sociologiei actului creator. Dar reciproca nu prea e valabilă: dacă jurnalismul cultural include prea multă critică literară (sau plastică, muzicală, teatrală), riscă să-și piardă din interes” [8, p.8].

În presa scrisă din Republica Moldova (specialiată în cultură sau generalistă), multe dintre exigențele jurnalistice suportă retușuri și amendamente majore. Concizia și claritatea cedează teren în favoarea nuanțării și a eleganței în exprimare, iar gradul de actualitate este impus mai mult de voința jurnalistului, decît de un eveniment anume. Principalele specii culturale sunt:

- *Editorialul cultural.* Acest tip de articol reprezintă în bună măsură punctul de vedere al redacției asupra unei probleme mai importante și obligă la o luare de poziție fermă, activă și convingătoare. În principiu, presa culturală nu are nevoie de editorial, excepție făcînd cazurile cînd publicația este la primul său număr, cînd își schimbă formatul sau politica

redacțională ori cînd răspunde la acuze mai mult sau mai puțin întemeiate formulate de revistele concurente sau de o personalitate artistică.

O revistă literară traiește, prin forța împrejurărilor, într-o actualitate vagă și discutabilă, chiar dacă lumea culturală nu duce lipsă de evenimente: ziua de naștere sau centenarul unui scriitor important, apariția unei cărți de succes, vizita unui scriitor străin, etc. Cum aceste evenimente nu sunt nici presante și nici supuse prea mult erodării timpului, editorialistul are o zonă mare de manevră în alegerea subiectului, a unghiului de atac, a tipului de scriitură etc.

Mult mai indicat este ca presa culturală să găzduiască falsul editorial. Este vorba despre acel text de opinie care, bine poziționat tipografic și avînd girul unei semnături de prestigiu, trebuie să atragă atenția asupra dosarului tematic sau a celui mai important text din interiorul revistei. Provocator, alert scris și incitant la lectură, acest editorial vădește un caracter publicitar, pregnant. Nerecomandabil din toate punctele de vedere, acest simulacru de editorial conține toate defectele genului:

- lipsa unei idei clare;
- ton retoric;
- invocații culturale;
- fraze arborescente;
- mimarea actualității prin unele elemente de oralitate („ne călcăm pe suflet”; „auzind în dreapta și-n stînga”) [9, p.17].

➤ *Însemnarea culturală.* Este găzduită de o rubrică de prestigiu a ziarului, orice însemnare se transformă în tabletă de autor, avînd toate caracteristicile genului: notorietatea semnăturii și libertatea totală- de ton, de stil, de subiect.

Foarte mult contează în acest tip de text personalitatea autorului și mai ales virtuțile stilistice ale scriiturii. Prin urmare, însemnarea culturală suportă excese și elemente expresive inedite. Accentul nu cade pe ce anume spui, ci pe cum spui.

➤ *Analiza literară.* Orice analiză trebuie să plece de la o realitate, să o desfacă în părți componente, să vadă modul lor de funcționare și, finalmente, să valorizeze și să dea un verdict.

„Articolele de analiză disecă evenimentul, temele, problemele și consecințele lor, în încercarea de a explica ce se întîmplă în prezent sau ce se va întîmpla în viitor. Aceste articole nu trebuie să conțină vechi știri reîncălzite și servite cititorului cu o garnitură firavă de opinii. El trebuie să aducă indicii originale și viziuni noi referitoare la subiect.” [10, p.201]

Analiza este, finalmente, o demonstrație, ce presupune urmărirea unor pași logici, argumentativi, subsumați premisiei și concluziilor intermediare.

- *Critica literară.* În redacția fiecărui ziar, criticul are un statut aparte. El scrie ce pofteste, decide ce carte și ce spectacol sunt importante și demne de a fi luate în seamă. El stabilește dacă artistul luat în discuție are talent sau nu, dacă merită să rămână în istorie ori asupra lui se va așeza lespeda penibilă a uitării. Nu trebuie să confundăm analiza cu articolul critic, chiar dacă și acesta din urmă folosește elemente și procedee analitice. Diferă tonul, gradul de implicare a autorului și mijloacele.

În presa cotidiană, în pagina specializată de cultură, criticul trebuie să se supună regulilor jurnalistice de bază: clar, concis, interesant, dinamic etc.

- *Recenzia.* Este un text de prezentare, cu minime elemente de valorizare, care nu trebuie susținute cu argumente. Text scurt (cel mult o filă) recenzia suportă anumite diferențe, în funcție de specificul ziarului: dinamic-publicitar-în cotidian sau mai subiectiv și eventual ironic-în revistele literare. De asemenea, în cotidian, recenzia se ocupă de cărți-eveniment sau cu un potențial succes de public, în revistele de specialitate, textul este rezervat cărților de debut sau celor de raftul al doilea.
- *Nota culturală.* În acest caz, avem de-a face cu o știre scurtă. Semnalăm apariția unei cărți, film, program TV, și o facem corect, fără detalii inutile, fără exemple și justificări.

Valorizările sunt restrânse la un adjectiv sau la o formulă consacrată.

Detaliile tehnice (editură, preț, nr. de pagini etc) sunt lăsate la final, pentru a nu îngreuna textul. Micile libertăți (o ironie, un joc de cuvinte) sunt permise și chiar necesare, tocmai pentru a evita plictisul și monotonia. De regulă acest text nu este semnat. Tonul direct și abordarea publicitară trebuie să se expună exigențelor piramidei inversate-de la informația de bază spre elementele de decor [9, p.23].

- *Cronica literară.* Ca gen de sine stătător, cronica este un text de opinie bine valorizat tipografic, semnat de o personalitate și avînd o anumită regularitate în apariție.

Cronica este caracterizată de mai multe forme de libertate în opinia lui Michel Voirol:

- *de subiect.* Orice domeniu îi este abordabil: modă, religie, fapt divers, social etc. Ceea ce se cere jurnalistului este consecvența. Trecerea haotică de la un domeniu la altul poate fi percepută de cititor ca o ezitare;

- *de ton.* Nimeni nu poate impune unui cronicar felul în care scrie. Autorul este suveran în toate și mai ales în stil. Fiecare cronicar își are cititorii săi;

- *de asumare.* În cronică, eul și subiectivitatea se află la ele acasă. Cititorul vrea opinia semnatarului și mai puțin o lămurire oarecare, anonimă și fără pregnanță.

Ceea ce individualizează cronica față de alte articole nu este doar ritmicitatea apariției, libertatea și gradul de subiectivitate premise autorului [11, p.31].

- *Tableta de autor* (specifică doar presei românești). Se poate confunda destul de ușor cu cronică, dacă nu ținem cont de faptul că tableta nu are o dată fermă de apariție și nu reprezintă propriu-zis o rubrică. În rest vom regăsi aceleași caracteristici: libertate totală de ton, de subiect, de stil. Tableta trăiește prin gândurile și prospețimea autorului.
- *Eseul*. Termenul provine din limba franceză și înseamnă “ încercare”. Prea puțin prezent în ziarul cotidian, dar promovat în presa culturală și de opinie, eseul are toate trăsăturile tabletei și ale cronicii: semnătură de prestigiu și libertate totală de ton, de stil, de subiect. Diferențele țin de nuanță.

Eseul este un text de mari dimensiuni, nu are un subiect anume, ci mai degrabă o temă generală, pe care o abordează fără complexe, într-un amestec de gânduri, constatări.

Dintre toate genurile culturale, eseul pare cel mai puțin jurnalistic. Pentru ca acest tip de articol să fie găzduit de presă, trebuie ca eseul respectiv să acopere măcar o singură cerință jurnalistică majoră-textul trebuie să trimită la o problemă de actualitate. Trimiterea minimă la actualitate este obligatorie.

- *Dosarul tematic*. Întâlnim destul de rar dosarul tematic în presa culturală. Înrudit cu pagina tematică specifică unui cotidian, dosarul thematic oferă multiple avantaje: dinamism, multitudine de genuri jurnalistică, unghiuri felurite de abordare, putere de convingere.

Pentru ca un dosar să-și atingă scopul propus, el trebuie să se fixeze asupra unei probleme importante, preocupante pentru societate: cenzura comunistă, procese literare celebre etc.

Extinderea comunicării de masă și a culturii de masă a readus în discuție sensul culturii, valoarea și condiția ei. Aspectul cel mai important, care trebuie subliniat înainte de orice alte considerente, privește faptul că noile mijloace de comunicare au permis *o difuzare socială a creațiilor și a valorilor culturale către un public de dimensiuni fără precedent în istoria umanității*. Prin accesul unor largi categorii de populație la informație și la valorile culturale, s-a schimbat fundamental relația dintre cultură și societate. Sistemul mass media are un excepțional potențial educativ și formativ. Dar, utilizarea acestui potențial depinde de o serie de factori de ordin politic, economic și social. Mulți teoreticieni consideră că subordonarea sistemului mediatic față de interesele comerciale a ratat șansa de a folosi acest sistem în scopuri educative. Pe lângă efectele pozitive de care am amintit, cultura de masă ridică și o serie de întrebări referitoare la *calitatea* mesajelor difuzate, la utilizarea mijloacelor electronice de comunicare în scopuri preponderent comerciale, la transformarea lor în instrumente ale violenței simbolice. Datorită impactului lor social, aceste mijloace au amplificat posibilitățile de manipulare a indivizilor prin mesajele mediatice, au problematizat și procesele de formare, socializare și

educație, care trebuie abordate în alți termeni decât cei tradiționali. Solicitățile mediului social asupra indivizilor sunt tot mai diversificate, astfel încât și răspunsurile lor trebuie să fie diversificate, creatoare, anticipative [13, p.196].

Ziarele tipărite sunt citite cu regularitate de 1 din 3 moldoveni. În timp ce în Republica Moldova fraza „tipăriturile sunt pe cale de dispariție” își găsește justificare, lucrurile se prezintă un pic altfel în alte țări. De exemplu, 51% dintre americani citesc lunar ziare exclusiv tipărite – iar $\frac{3}{4}$ dintre ei au vârsta de peste 35 de ani. La noi, doar $\frac{1}{3}$ afirmă că citesc ziare în varianta fizică lunar și mai des. Cei mai mulți dintre aceștia sunt din mediu rural al țării și au vârsta de peste 46 de ani. Am observat că jumătate dintre cititorii de ziare sunt pensionari și șomeri – citește ziare acel care are mai mult timp liber. Femeile, de asemenea, citesc ziare într-o proporție mai mare decât bărbații.

Este adevărat că în Republica Moldova presa scrisă se lecturează într-o proporție mai mică. Cel puțin din filmele americane, ne putem da seama că un motiv de ce în State presa scrisă se citește mai mult decât la noi este modul în care ziare ajung la populație – în fiecare dimineață, un adolescent pe bicicletă aruncă ziare din mers pe la case. În SUA, cel mai des, distribuția este gestionată direct de redacția ziarului, pe când la noi de aceasta se ocupă angajații oficiilor poștale. Însă dacă o altă organizare a distribuției de presă scrisă în Moldova ar influența cumva ponderea persoanelor care citesc ziare cu regularitate – aceasta nu o putem ști cu siguranță. Rămâne doar de încercat.

În Moldova, acei care încă mai citesc ziare în format tipărit nu sunt mulți la număr, iar persoanele care citesc reviste autohtone – încă și mai puține sunt. Motivele pot fi mai multe – trecem cu încetul pe mediul online, conținutul nu prezintă interes pentru cititori sau poate trebuie să depui prea mult efort ca să ai acces cu regularitate la un ziar tipărit?[40].

CAPITOLUL II. MEDIATIZAREA CULTURII ÎN ZIARELE: *JURNAL DE CHIȘINĂU* *ȘI ZIARUL DE GARDĂ*. STUDIU DE CAZ.

Ziarul tinde să fie aproape de fiecare cititor al său și să valorifice cât mai veridic și mai obiectiv masivul informațional potențial din apropierea imediată a acestuia, creând, astfel, legătura dintre locuitor și comunitatea sa. Or, această opțiune de primă importanță constituie una dintre virtuțile pe care presa locală o pune permanent în evidență. Acest lucru se manifestă atât la nivel conceptual, cât și la nivel funcțional și se realizează prin armonizarea coerenței discursului mediatic cu aspectul grafic al spațiului în care acesta este amplasat.

Epocile culturale sau istorice își au particularitățile proprii, prin care își lasă amprenta asupra generațiilor ce vin. Consider că în formarea acestor particularități un rol deosebit îl are presa literară. Dacă în ziua de azi putem vorbi de o presă online, mult mai accesibilă oamenilor prin intermediul unui computer, în trecut revistele și ziarele erau cele care se impuneau în rândul cititorilor și ghidau prin articolele pe care le conțineau spiritul oamenilor vremii. Mass-media este un mijloc de informare dar și un promotor a educației care trebuie să amplifice experiențele comportamentale ale indivizilor. Acțiunile instituțiilor culturale și artjournalismul trebuie să modeleze comportamentul omului contemporan.

În ultimii ani, s-au produs schimbări radicale în câmpul culturii, dintre care se detașează succesele obținute de cunoașterea științifică, accelerarea schimbărilor culturale, criza valorilor tradiționale, creșterea în intensitate a creației, căutarea unor noi mijloace și forme de expresie, integrarea rapidă a culturii în sistemul activităților prin mass-media, democratizarea accesului la cultură, extinderea culturii de masă etc. Comunicarea socială a fost favorizată de exinderea sistemului mediatic, iar schimbul de valori a devenit astăzi o parte dominantă. Mass-media reprezintă azi o rețea ce difuzează instantaneu informațiile pe tot globul, iar creațiile culturale de ultimă oră pot fi receptate în toate societățile și regiunile planetei.

Ultimele statistici arată că presa scrisă este în declin, că tirajele publicațiilor scad de la an la an, fie că este vorba de cotidiene generaliste, fie de cotidiene de nișă, presa tipărită nu va muri niciodată. Poate că acest lucru ar trebui să înceapă cu presa culturală care este abordată tot mai puțin. Din păcate paginile de cultură sunt înlocuite tot mai mult cu paginile de natură politică, economică și senzaționale care exploatează și distorsionează știrile pentru a atrage cititorii. Pentru patronii de presă departamentele de cultură nu au fost niciodată o prioritate deoarece ei susțin că materialele culturale sunt neinteresante, că nimeni nu le citește, că au poate mai puține resurse în economia unui cotidian.

Presă scrisă este într-o criză majoră, iar una din cauzele principale ale acestui fenomen este Internetul – societatea contemporană preferă să citească rapid știrile fără a depune efort suplimentar.

Prezentul studiu examinează modul în care ziarul *Jurnal de Chișinău* și *Ziarul de Gardă*, abordează subiectele privind fenomenul cultural, problematica și analiza acestei tematici. Am ales cele mai populare ziare naționale la moment, deoarece sunt ziarul pe care le citesc cel mai des și prezintă pentru mine un interes sporit. Temele sunt tratate de jurnaliști cu prestație întrucât volumul lor este mare și plin de informații din diverse domenii. Perioada de investigație a ziarului: *Jurnal de Chișinău* și *Ziarul de Gardă* a fost anul 2019.

Monitorizarea timp de un an a ziarului *Jurnal de Chișinău* și *Ziarul de Gardă* are următoarele obiective:

- de a trece în revistă modalitățile existente de reflectare a subiectelor culturale;
- de a analiza comparativ aspectul calitativ și cantitativ a celor două ziare;
- de a determina pe cât de profunde și cuprinzătoare sunt materialele cu tematică culturală;
- de a elabora recomandări cu privire la realizarea unei pagini cu tematică culturală.

Pentru analiză au fost selectate două ziare, considerate cele mai populare ziare naționale: *Jurnal de Chișinău* - cu un tiraj săptămânal total de 11563 exemplare; *Ziarul de Gardă* - cu un tiraj săptămânal total de 335 650 exemplare.

Analiza cantitativă → *Ziarul Jurnal de Chișinău*:

Apariția ziarului odată pe săptămână, îi dă posibilitatea mai puțin să aprofundeze și să ofere o atenție mai mare fenomenului cultural. *Jurnal de Chișinău* numără 24 de pagini. Acest ziar reflectă aspectul cultural și oferă posibilitatea unei direcționări la fel de importante ca și celelalte domenii sociale, politice și economice.

Mărimea articolelor sunt mari, medii sau scurte. Acest indicator este unul care demonstrează atitudinea ziarului față de fenomenul cultural.

Ziarul Jurnal de Chișinău a publicat în total 75 de materiale culturale însoțite de fotografii. Consider că unele materiale nu necesitau câte 3-4 fotografii, din perspectiva importanței lor, iar alte ilustrații erau prea mari și poate ne semnificative.

Fotografiile au devenit un element important al oricărui ziar. Rolul fotografiilor este de a prezenta și a rezuma informațiile transmise în text. În ziarul monitorizat nu am găsit nici un articol în care să lipsească vreo fotografie, iar de aici deduc că utilizarea fotografiilor a devenit din ce în ce mai importantă. Dacă nu ar fi imaginile care să completeze paginile de ziar numărul de cititori ar fi foarte mic. Principiile etice se aplică și în cazul fotografiei. În primul

rând fotoreporterul trebuie să respecte intimitatea persoanelor și trebuie să ceară permisiunea de a le face fotografii. În ziarele monitorizate nu toate fotografiile reprezintă acuratețe, unele fotografii sunt un pic obscure. O caracteristică importantă a materialelor culturale este că ele nu conțin fotografii șocante, cu conținut violent sau indecent al cărora poate provoca anumite stări psihice negative asupra cititorilor, ci au un impact pozitiv de a scoate frumosul în evidență (expoziții, picturi, oameni celebri, lansări de carte, concerte).

În articolul „Să ne amintim de locurile eminesciene” din 11 ianuarie 2019, imaginea nu ne spune foarte multe. În fotografie este prezent scriitorul Mihai Eminescu. Consider că centrul de interes în această imagine ar fi trebuit să sugereze și să arate cu adevărat locurile despre care se vorbește în știre. Totuși e bine că această imaginea cuprinde o emoție, atenție, concentrare dar în rest nimic mai mult.

În unele articole s-a observat formatul prea mare a fotografiilor dar și prea mic, neconcordanța cu textul și numărul prea mare a fotografiilor la unele articole. Deasemenea designul și așezarea în pagină mai lasă câte un loc pentru critică.

Ziarului de Gardă În perioada ianuarie-decembrie 2019 *Ziarului de Gardă* a inserat 28 de materiale culturale.

Ziarului de Gardă numără 24 de pagini, o pagină fiind dedicată subiectelor cu tematică culturală. Astfel, *Ziarul de Gardă* este un săptămânal de investigații jurnalistice. Instituția se autodefineste ca ediție de presă independentă, care militează pentru transparență și pentru respectarea drepturilor omului. *Ziarul de Gardă* este cel mai cunoscut ziar de limba română din Republica Moldova, potrivit Studiului național de audiență a mass-mediei din 2018. În 2018 *Ziarul de Gardă* a luat premii pentru cea mai bună investigație, cea mai bună emisiune TV, cel mai bun reporter al anului, cel mai bun management.

Pe parcursul anului 2018, edițiile tipărite ale *Ziarul de Gardă* în limbile română și rusă au fost abonate în zeci de sate din toate raioanele din Republica Moldova. În 2018, tirajul total al *Ziarul de Gardă* în limba română a constituit circa 335 650 exemplare, iar ediția de limba rusă a avut un tiraj total de 70 413 exemplare, fiind abonată și distribuită în special în zonele în care locuiesc preponderent etnici ucraineni, găgăuzi, bulgari, ruși.

Astfel, în *Ziarul de Gardă* materiale culturale sunt însoțite de fotografii.

Mărimea articolelor sunt mari, medii sau articole scurte. Pornind de la acest fapt se observă abordarea evenimentelor culturale de o importanță semnificativă. În ceea ce privește ilustrațiile grafice relevante, *Ziarul de Gardă* inserează 2-3 fotografii a celor 28 de materiale.

Cu toate acestea unele materiale nu necesitau câte 2-3 fotografii, din perspectiva importanței lor, iar alte ilustrații erau prea mari și ne semnificative.

În articolul „Regizorul moldovean Igor Cobileanski, premiat în Germania cu 7 premii GRIMME pentru serialul „Hackerville” februarie 2019, chiar dacă pare o fotografie simplă la prima vedere, ea de fapt este una foarte sugestivă. Fotografia este de la distanță medie identificând subiectul și acțiunea acestuia și redă evenimentul petrecut. E bine că fotoreporterul a adus privitorului o senzație dinamică, o acțiune.

Analiza calitativă:

Știrile au rămas cel mai popular gen ziaristic utilizat de ziarele monitorizate. Ziarele au inserat, de asemenea, reportaje și interviuri culturale.

Descrierea genurilor cu referire la ziarele monitorizate

1. Interviul cultural

Asigurarea unui dialog liber în societate, a unui schimb continuu de idei și valori reprezintă una din misiunile și preocupările de bază ale mijloacelor de comunicare în masă. Interviul cultural constituie una dintre cele mai eficiente modalități de asigurare a comunicării, prin care punem în circulație dar și valorificăm multiple idei, opinii exprimate de personalități marcante ale culturii cât și de orice persoană cointerесată de dezvoltarea și accelerarea vieții culturale. O persoană cultă este definită, ca fiind rafinată, sofisticată, având cunoștințe din domeniul artei și are capacitatea de a o aprecia. Dialogurile culturale trebuie să aibă o aură mistică în care să includă toate valorile create de omenire, de frumos.

Ziarul *Jurnal de Chișinău* publică în perioada monitorizată 12 de interviuri culturale. Cel mai semnificativ interviu este cu Ludmila Moisei, cercetătoare, autoare a cărții „Ornamentul – fenomen artistico-estetic”. Autoarea Irina Nechit, ne prezintă un interviu cu o structură foarte bună, formulat din 13 întrebări bine-conturate. Interviul nu abordează doar tema despre frumoasă carte a Ludmilei Moisei „Ornamentul – fenomen artistico-estetic”, dar și despre ornament, mai exact despre ornamentalul de pe coperta cărții lansate, căci ornamental reprezintă un fenomen artistico-estetic și ca orice proces cultural este supus tradiției.

Un interviu la fel de semnificativ este „Arta nu are limite de vîrstă”, cu Galina Vieru, artist plastic. Interviul este alcătuit din 10 întrebări semnificative, iar autoarea Svetlana Corobceanu este bine-informată și pregătită ca la carte. Acest dialog nu este unul întâmplător, întrucât are menirea de a discuta o problemă și anume despre frământările sociale și naționale. Despre lucrările sale care au fost expuse în România, Marea Britanie, SUA, Japonia și în alte țări. La fel a vorbit și despre cum predă pictura copiilor, dar și unor adulți.

Un alt interviu publicat, este cu Valentina Rusu-Ciobanu: „Cred în viață, totul e viață în jur” Interviul este alcătuit din 3 întrebări semnificative, iar autoarea Nechit Ecaterina, este bine-informată și pregătită ca la carte, ci cu ocazia celor 99 de ani pe care i-a împlinit în octombrie

2019. Longevitatea ei uimește, ne bucură, dar, deopotrivă, fascinează vitalitatea operei ei. I-am căutat picturile pe internet, în albume, la biblioteci, am revăzut pozele ei, mai cu seamă cele postate pe o rețea de socializare de către fiul domniei sale, pictorul Lică Sainciuc. Interviewul nu este unul întâmplător întrucât are menirea de a discuta o problemă și anume despre frământările sociale și naționale.

Ziarul de Gardă publică în perioada monitorizată 4 interviuri culturale, cel mai expresiv fiind cu scriitoarea Tatiana Țibuleac, cu titlul „Singura mea tangență cu politica este votul”. Este o discuție caldă cu un interviu compus din 32 de întrebări bine conturate.

Spre deosebire de *Ziarul de Gardă* ziarul *Jurnal de Chișinău* a publicat interviuri, cu o structură a întrebărilor riguroasă. Este o diferență foarte mare a numărului de interviuri în comparație cu cotidianul *Ziarul de Gardă*. *Jurnal de Chișinău* a dat o mai mare importanță promovării culturii întrucât se observă și o încercare de a promova talentele tinerilor actori dar și a scoate în evidență personalități din afara țării.

Alte interviuri în *Jurnal de Chișinău*:

„Poezia actuală din Basarabia face parte integrantă din literatura română” - 18 ianuarie 2019

„De la Cornești au pornit mulți artiști cunoscuți” - 25 ianuarie 2019

„Prietenii bruxellezi deja își așteaptă mărțișoarele” - 1 martie 2019

Valentina Tăzlăuanu: „Idea că frumusețea va salva lumea îi consolează doar pe melancolici” - 5 august 2019

„Scriu când îmi ajunge cuțitul la os” - 4 octombrie 2019

„De 20 de ani, scriem jurnalul zilelor tale // Mielul gigantic” - 18 octombrie 2019

„Natalia Cociu: „Biblia am citit-o și răscitit-o, chiar și la lumina lunii” - 25 decembrie 2019

Alte interviuri în *Ziarul de Gardă*:

„Romanul „Grădina de sticlă” de Tatiana Țibuleac, nominalizat la Premiul Uniunii Europene pentru Literatură” - 6 mai 2019

Un interviu cultural necesită o informare în domeniu, o apreciere corectă a faptului și evenimentelor petrecute, iar acest fapt îl observ cu siguranță în interviurile de mai sus. Majoritatea autorilor au manifestat interes și au dat dovadă de spirit de observație și perspicacitate, astfel încât detaliile au oferit textului autenticitate. În continuare vă prezint o scurtă analiză a acestor interviuri:

Actualitatea. Atât în *Jurnal de Chișinău* cât și în *Ziarul de Gardă*, interviurile nu sunt atât de actuale ca și știrile sau reportajele. Articolele atrag atenția asupra unui anumit eveniment

cultural sau este prezent interviul-portret, unde interlocutorul este invitat să-și prezinte drumul către succes, să-ți deschidă inima sau să-și dezvăluie vre-un secret.

Impactul. Orice eveniment care afectează un număr mare de persoane are o valoare. În cercetarea mea, fiecare interviu avea ceva nou, ceva care să surprindă publicul. Fiecare întrebare are un moment optim în care poate fi adresată: “Fiind în trend, teatrul independent a schimbat cumva atitudinea spectatorilor față de teatru în general?”; “Teatrul vă dăruie fericire? Sau fericirea, liniștea sufletească vă dau puteri să faceți teatru?”; “În spectacol un personaj afirmă că altundeva nu e mai bine sau mai rău decât aici. Credeți în asta?”; “Cum poate rezista un artist ca al nostru?”.

Proximitatea. Interviuurile au un impact mai mare asupra cititorului din universul culturii.

Sfaturi utile. La difuzarea unui interviu, trebuie de luat în considerație următoarele: a) Subiectul trebuie să fie potrivit pentru persoana pe care trebuie să o interviezi; b) Interviul trebuie să trateze o temă sau un eveniment care să aibă importanță pentru public; c) Jurnalistul trebuie să-i ofere interlocutorului posibilitatea de a transmite cu plăcere informația.

Țin să precizez că în rubricile de cultură, toate interviurile sunt pregătite din timp, nu am observat nici un interviu spontan. Intervievații erau pregătiți cu toate răspunsurile despre subiectul dat, asta e și cheia succesului în interviu. Presa scrisă are un avantaj mare în comparație cu interviurile pentru radio și televiziune.

Reportajul cultural. Reportajul este o relatare, o povestire despre un eveniment sau despre niște evenimente la care ziaristul a fost martor. Nu orice fel de informație de presă poate constitui subiectul unui reportaj. Faptele care nu se produc literalmente sub ochii jurnalistului, nefiind posibilă culegerea informațiilor brute concomitent cu desfășurarea evenimentului, nu pot constitui fundamentul redactării unui reportaj. Chiar dacă sunt întrunite toate elementele de baza ale redactării unui reportaj suntem încă departe de a fi depășită etapa teoretizării, reportajul fiind, prin natura sa, complex și greu abordabil, chiar în cazul respectării stricte a regulilor enunțate până acum. Așadar, trebuie avută în vedere, în primul rând, calitatea reporterului relativ la eveniment, el putându-se afla în ipostaza de martor sau în cea de participant.

Reportajul cultural ar fi tot ce se petrece în jurul unui spectacol, în jurul cărții, în jurul unei expoziții, în apropierea unui scriitor, artist plastic sau actor etc., adică să fie interesat de fenomenele culturii.

În ziarul *Jurnal de Chișinău* au fost publicate 7 reportaje culturale care ne oferă detalii și ne anunță ce se petrece dincolo de „uși”. Un reportaj bine realizat și destul de semnificativ este intitulat „Atunci când venim în această lume suntem dăruți cu niște aripi” unde se descrie o expoziție de lucrări ale unuia dintre cei mai mari pictori români, Ștefan Câlția. Expoziția cu

genericul „Uroborus” a atras sute de vizitatori care, trecând prin fața lucrărilor aranjate sub formă de labirint, au călătorit în spațiu și în timp, fascinați de claritatea și vigoarea imaginilor ce au deschidere spre mitologic, spre o liniște luminoasă și o concentrare asupra lucrurilor esențiale. secretele procesului de colorare naturală a lânii pentru țesutul unui covor basarabean. Este un reportaj de atmosferă astfel creându-ne impresia ca suntem chiar acolo. Autoarea acestui material, Irina Nechit, ne construiește imaginile într-o manieră naturală și în același timp frumoasă. „Expoziția devine o călătorie labirintică, care creează cadrul în care vizitatorul intră în dialogul cu spațiul și lucrările. Uroborus este, în această expoziție, cheia oferită amăgitor de la intrare, dar care nu îți folosește decât după parcurgerea celor patru părți. Părțile călătoriei, modalități de a privi lumea, ce cuprind deopotrivă distrugere și învălmășeală, compromis și minciună, regret și căință, primenire și renovare, sunt poate structura felului în care trăim, lucrăm, simțim. Totul se află atât în fiecare din noi, cât și la o scară mai amplă, în orașul în care locuim, în satul copilăriei și în natura cu legile sale, se află în personal, politic, social, pe care arta ni-l povestește și ni-l face vizibil”.

Un alt reportaj cultural cu titlul „*Cronica teatrală // O piesă, un spectacol*” din 26 februarie 2019. Astfel, acest context scenic e perfect pentru un musical sau rock-operă. „Dialogurile surzilor” de pe scenă, în fapt – niște monologuri, fiecare rostindu-și păsul fără să-l asculte pe celălalt, ar fi fost o bună substanță pentru niște arii. Piesa/ spectacolul reprezintă o conjurație a micilor și marilor ticăloși împotriva inocenței.

Ziarul de Gardă a publicat în perioada monitorizată 3 reportaje culturale. Aici la fel avem un reportaj semnificativ de atmosferă intitulat „*Refugiați, sportivi și prizoniere, într-un proiect multimedia realizat de jurnaliști din Lituania*”. Articolul este realizat de Nicolae Galaju care prin realizarea acestui material Proiectul Nanook „*While The Red Is On*” prezintă istoriile unor oameni care își iubesc țara, dar aflându-se în opoziția regimului de la Kremlin, au fost nevoiți să părăsească Rusia și să se stabilească în Lituania. Materialul multimedia relatează despre oponenți politici, apărători ai drepturilor omului și mediului, jurnaliști independenți, reprezentanți ai comunității LGBT sau a altor comunități, care au fost supuși persecuțiilor și represiunilor regimului din motive politice și ideologice. Aceast material multimedia are scopul de a familiariza cititorii cu femeile prizoniere și povestirile lor. În prezent, în închisorile din Lituania își ispășesc pedeapsa aproximativ 8-9 mii de deținuți și doar 300 dintre ei sunt femei.

Alte reportaje în ziarul Jurnal de Chișinău:

„*Cronica teatrală // Farmecul discret al istoriilor [foarte] simple*” - 5 februarie 2019

„*Bunelul fetei care a desenat Lacrima tricoloră e din Basarabia*” - 29 martie 2019

„*Pasărea albastră a fericirii din preajmă*” - 15 aprilie 2019

Alte reportaje în *Ziarul de Gardă*:

„Festivalul de Film și Cultură Europeană în Grădina Publică „Ștefan cel Mare” - 12 mai 2019

„Festivalul Internațional CRONOGRAF prezintă în acest an 49 de filme documentare” - 15 mai 2019

Poezie politică poloneză, într-un volum nou, editat la Chișinău” - 8 decembrie 2019

Ziarul de Gardă a publicat câteva reportaje “sărace” în redarea atmosferei și în unele momente depărtate de reportaj. Reportajele de mai sus au fost cele mai semnificative și se observă că ziaristul prezintă interes în crearea imaginilor. În ziarul *Jurnal de Chișinău* observ o mai mare înrudire a reportajelor cu literatura pe care le putem citi cu plăcere: “Regizorul a mizat nu doar pe culoarea lor, luminoasă, dar profund melancolică, ci și pe senzația de părăsire, cădere, lunecare în neant pe care o transmit”; “Poezia începe de la acest anturaj vegetal decadent, de la sentimentul devăstării al furiei, al declanșării unor forțe necontrolate ale naturii, care bătăuie psihicul”; “Este vizualizată și, pe alocuri, verbalizată violența provocată de lupta dintre sexe... ”; “Dansatorii profesioniști au cristalizat înălțările și căderile iubirii în duelul lor”. (Exorcizarea violenței la Teatrul “Eugene Ionesco”).

Majoritatea reportajelor sunt de atmosferă și au rolul de a transmite cititorului “culoarea” evenimentului, de a re-crea atmosfera publicului larg așa cum au perceput-o autorii. Ei folosesc mai mult tehnica de a-l transforma pe cititor într-un participant virtual. Evenimentele se înscriu în aria preocupărilor de larg interes uman (expoziții, lansări de carte, festivaluri culturale, scene de teatru etc.).

Sfaturi utile. La difuzarea unui reportaj, trebuie de luat în considerație următoarele:

a) Demersul jurnalistic în cazul reportajului presupune scufundarea, pătrunderea sub evenimentele de suprafață, pentru a surprinde realitatea, care altfel refuză să se dezvăluie.

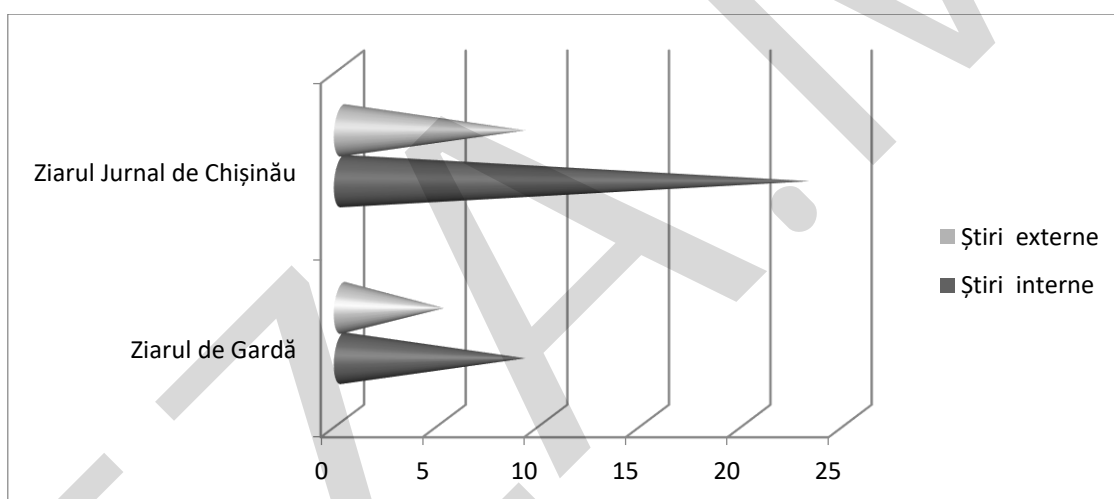
b) Reportajul pune accent în mod deosebit pe senzații, pe impresii – mirosuri, culori, sunete, gust. Aceasta înseamnă că reporterului i se solicită participarea cu întreaga ființă, implicarea totală; jurnalistul lucrează cu ochii, urechile, nasul și memoria.

c) Reporterul trebuie, astfel, să dea dovadă de rapiditate și inteligență în alegerea persoanelor apte să furnizeze asemenea informații la momentul potrivit. [2]

Știrea culturală. Știrile prezintă cel mai mare interes pentru mulți oameni. Datorită lor aflăm lucruri noi, cunoaștem fapte și întâmplări, desfășurarea de evenimente și izbucniri de conflict.

Știrea culturală trebuie să fie cea care anunță despre expoziție, lansări de carte, aniversări și omagieri a scriitorilor, desfășurarea unui spectacol. Veridicitatea și echilibrarea raportului dintre momentul desfășurării evenimentului și publicarea lui sunt elementele cel mai importante.

Atît în *Ziarul de Gardă*, cît și în *Jurnal de Chișinău* știrile culturale ocupă locul întâi în clasamentul genurilor. În publicarea acestora nu s-au observat mari diferențe, practic majoritatea știrilor fiind echivalente. Ambele scriu: „*Bustul lui Dumitru Matcovschi a fost instalat pe Aleea Clasicilor*”; „*Poezia actuală din Basarabia face parte integrantă din literatura română*”; „*Festivalul Internațional „Primăvara Europeană a Poeților” a reunit poeți din 7 țări*”; „*Tabăra Internațională de Sculptură „Drumul Crucii” a fost inaugurată la Condrîța*”; „*O expoziție despre Orheiul Vechi de Ziua Internațională a Muzeelor*”; „*E o bucurie să îți vezi filmul proiectat în cadrul acestui Festival*”; „*Rădăcinile rămân chiar și atunci când au fost tăiate*”; „*În mai 1992 am fost chemat în armata a 14-a*”; „*Autorii și cărțile anului 2018, premiate de Uniunea Scriitorilor*”; „*Gala Premiilor Uniunii Scriitorilor 2018*”; „*Poezia lui Emilian Galaicu-Păun între „Grădina Paradisului” și „Pietă”*”. În următoare diagramă voi prezenta numărul de știri culturale externe și interne.



Analiza știrilor pe teme de cultură din ziarul *Jurnal de Chișinău* și *Ziarul de Gardă*:

Actualitatea. Cea mai importantă caracteristică a unei știri este actualitatea, adică ceea ce înseamnă o știre proaspătă, în cazul dat ambele ziare au scris știri actuale și cu un conținut unitar.

Impactul. Nu s-au folosit fraze ambigue. Știrile au fost scrise pe înțelesul cititorilor fără a-l determina să meargă la dicționar să caute sensurile. S-a folosit un limbaj clar și simplu. Pe bună dreptate, fiecare imagine și fiecare cuvânt trebuie să aibă un scop, să vizeze menținerea interesului public. Pentru presa culturală scrisă, ar fi bine să ne rezumăm la trei procedee fundamentale: descrierea, povestirea și argumentarea. Este greu să facem o distincție între genurile culturale și cele de opinie, totuși în presa culturală, multe dintre exigențele jurnalistice obișnuite se suspendă sau suportă retușuri și amendamente majore.

Proximitatea. Cu cât faptele despre care vorbim în știri se petrec mai aproape de publicul nostru, cu atât și interesul este mai mare. Știrile din ambele ziare au o importanță mai mare pentru locuitorii acestei țări.

Sfaturi utile: a) A se ține cont că fiecare propoziție care face parte din text trebuie să transmită ceva; b) Maxim de informație cu minim de cuvinte; c) excluderea a orice opinie a jurnalistului.

Din ziarul *Jurnal de Chișinău*, o știre ce a captat atenția în rubrica Cultură, a fost titlul „*Hânceșteanca din cinematografia franceză*” din 29 martie 2019. Atfel, Ana Daud a cucerit publicul londonez cu spectacolul „*I’m Woman*”. Este vorba de spectacolul biografic al actriței Ana Daud în care aceasta joacă și rolul principal. Ana este originară din Hâncești, a studiat la Academia de Muzică, Teatru și Arte Plastice din Chișinău, 29 martie.

Observăm că sunt materialele unei ediții de ziar fiind expuse în forme de expresie tradiționale și promovând conținuturi pur publicistice. Această situație se explică prin faptul că jurnaliștii de la *Jurnal de Chișinău* se axează prioritar pe cotidian, mediatizând constant realitatea la zi. Deci, majoritatea produselor culturale din acest ziar fac parte din jurnalismul de informare. Totodată, în acest ziar cea mai puțină atenție se acordă promovării operelor de cultură, iar cea mai mare – vieții private a oamenilor din cultură, produsele jurnalistice înclinând mult spre divertisment și propunând o abordare a interviurilor despre viața și activitatea unui om de cultură.

Așadar, în timp ce realitatea culturală autohtonă a fost reflectată prin intermediul tuturor genurilor jurnalistice, realitatea culturală externă a fost mediatizată doar prin intermediul știrilor, care, de regulă, au apărut la rubrica Monden. Această constatare demonstrează că produsele care reflectă cultura națională relatează atât despre evenimentele, cât și despre problemele, fenomenele sau procesele din acest domeniu, în timp ce produsele din și despre cultura universală sunt axate, prioritar, pe faptul divers, ele având mai degrabă misiunea de a relaxa și de a distra.

Titlul unui articol de presă trebuie să fie foarte bine gândit, el este cel care face ochiul consumatorului de informație de astăzi. Fiecare cititor mai întâi scanează informația, se uită după poze, titluri, intertitluri și apoi abia începe să continue lectura. Desigur degeaba sunt articole geniale dacă avem titluri proaste. În ziarele monitorizate, cele mai multe titluri informează și îți spun pe scurt despre ce este vorba: „*Un muzeu dedicat poetului Grigore Vieru va fi deschis la Chișinău*”; „*Au fost decernate premiile Nobel pentru Literatură. Cine sunt câștigătorii*”; „*Scriitoarea Tatiana Țibuleac, decorată de președintele României cu Ordinul „Meritul Cultural” în grad de Cavaler*”; „*Inaugurarea bustului marelui poet Dumitru Matcovschi, instalat pe Aleea*

Clasicilor"; „*O naistă din RM a impresionat publicul din România*"; „*Un violonist de 27 de ani, originar din Republica Moldova, este noul concertmaistru al „Filamonicii din Israel*”; „*Zilele Literaturii Române, la a V-a ediție*”; „*Gala Premiilor Uniunii Scriitorilor 2018*”.

Paginile de cultură nu conțin titluri șocante, cele mai multe sunt titlurile informative care readau pe scurt mesajul esențial.

Știrile publicate de ziarul *Jurnal de Chișinău* sunt construite conform principiilor „piramidei inversate”, adică în majoritatea cazurilor primul paragraf (lead-ul) conține răspunsurile la întrebările mesajului esențial plus atribuirea informației. După care, fiecare paragraf conține informații din ce în ce mai puțin importante, încât ultimul paragraf ale textului conține detalii la care se poate renunța. De exemplu din știrea cu titlul „*O naistă din RM a impresionat publicul din România*” în lead practic este expusă toată informația strict necesară și anume că: Adriana Babin, o instrumentistă de 18 ani din Republica Moldova, a câștigat recent premiul I la prestigiosul Festival de Muzică Populară „Florile Ceahlăului” din România. Etapa finală a concursului a avut loc în perioada 15-17 martie, curent. Adriana cântă la nai și a concurat alături de alți 70 de instrumentiști la secțiunea „Instrumente populare”. Visul ei e să concerteze pe scene din Austria, Marea Britanie, SUA. Și-ar mai dori să cânte în calitate de solistă în cadrul Orchestrei „Lăutarii” dirijată de maestrul Nicolae Botgros.”

Știrile semnate *Jurnal de Chișinău* au un volum mediu și prezintă succint informațiile. Exemplu poate fi știrea cu titlul: „*Zilele Literaturii Române, la a V-a ediție*”. „*Gala Premiilor Uniunii Scriitorilor 2018*”.

Materialele culturale au nevoie de o cunoaștere profundă a fenomenului cultural, ce ține de înțelegere persoanelor ce activează în domeniul dat, vocabularul care se vehiculează, problematica și activitatea tuturor părților componente, „aerul cu care se respiră în acest mediu”, cu alte cuvinte pătrunderea în miezul acestui aspect cultural și redarea corectă a evenimentelor culturale publicate mai apoi în ziare. De fapt, la acest capitol, cel mai bine ar reda un fapt cultural, un om din domeniul cultural, el fiind deja inițiat, cunoscător a tuturor substraturilor, percepînd corect și realist lucrurile. Materialele culturale ale ziarului *Jurnal de Chișinău* sunt semnate de: Daniela Luca, Irina Nechit („*30 de ani de la Revoluția din decembrie 1989*”, *Poezie politică poloneză, într-un volum nou, editat la Chișinău*, „*Dacă ajungi să votezi răul cel mai mic, este grav*”); Olga Pascaru, Svetlana Corobceanu. Autorii materialelor nu sunt jurnaliști culturali și nici oameni care vin din acest domeniu, decât cu unele excepții.

Irina Nechit, poet din Republica Moldova. Considerată o scriitoare din generația postmodernistă, cunoscută și ca jurnalist, cu ale sale articole despre artă și diverse probleme ale culturii, publicate în special în săptămânalul Literatură și Artă, dar și ca dramaturg și traducător.

Pe pagina tematică a ziarului *Ziarul de Gardă* materialele culturale sunt semnate de: Diana Gațcan. Cele mai multe articole le publică la segmentul cultură (Cine ne va prezenta țara la Eurovision 2019); Diana Severin (*Cine sunt cei cinci tineri din R. Moldova, incluși în lista Forbes România „30 Under 30”*, Romanul „Grădina de sticlă” de Tatiana Țîbuleac, nominalizat la Premiul Uniunii Europene pentru Literatură).

Pe lângă Diana Gațcan și Diana Severin, care publică în fiecare număr materiale culturale, se mai numără și alte nume, mai rar întâlnite pe pagina cu tematică culturală, printre care menționăm: Nicolae Galaju („Refugiați, sportivi și prizoniere, într-un proiect multimedia realizat de jurnaliști din Lituania”); Alina Ciurcă (Un moldovean de 27 de ani, numit concertmaistru al Filarmonicii din Israel); Viorica Tataru (*Ziarul de Gardă la Orașelul European 2019*,); Maxim Stratan (Festivalul de Film și Cultură Europeană în Grădina Publică „Ștefan cel Mare”).

Ziarele analizate sunt publicații mass-media ce reprezintă informații din diferite categorii. Pe lângă cele mai principale genuri ale mass-media, atât *Ziarul de Gardă* cât și *Jurnal de Chișinău* conțin editoriale, articole de opinie cu tematică culturală. Câteva exemple de articole de opinie intitulate: „*Emoții redade prin culori*”; „*Dramaturgia basarabeană contemporană, pe linie moartă*”; „*Festivalul Internațional CRONOGRAF prezintă în acest an 49 de filme documentare*”; „*Piesa care va reprezenta R. Moldova la Eurovision, pe ultimele locuri în topul caselor de pariuri*”; *Noaptea Muzeelor 2019. Ce activități și evenimente vor avea loc la Chișinău*; „*Despre Republica Moldova nu se vorbește la Düsseldorf mai deloc*”; „*Arta nu are limite de vârstă*”; „*Ethno Jazz Festival, o pledoarie pentru libertate*”; „*Și străinii ne poartă ia cu mândrie*”.

Astfel, în cele 75 de articole din ziarul *Jurnal de Chișinău* au fost reflectate realitățile din toate domeniile vieții culturale. Acestea, în mare parte, relatează despre viața și activitatea oamenilor de cultură din realitatea autohtonă și din cea internațională, uneori înclinând foarte mult spre divertisment.

În opinia mea, produsele culturale ca atare nu se axează pe senzație și scandaluri, or, tocmai materialele de genul celor din urmă sunt, de regulă, cel mai adesea și cel mai mult comentate în publicațiile periodice generaliste.

Aș susține că cultura din presa tipărită generalistă vine cu „abordări minimaliste” în societatea contemporană. Din perspectiva condițiilor sale de manifestare, producția culturală din publicațiile periodice generaliste „nu e, în general, supusă mutațiilor semnificative de la un an la altul, pentru simplul motiv că miza în sine e mică până la a da impresia de invizibilitate. Impactul social minor, influența redusă chiar în mediul artistic, rolul moderat ca vehicul ideatic și spațiu de dezbatere (din pricina concurenței televiziunii și, mai ales, a preeminenței

informalului în schimbul de opinii) și, în cazul ziarelor, contaminarea cu aerul superficial al paginilor mondene fac ca jurnalistica de cultură să aibă mai degrabă un caracter consecvent (aceeași orientare, aceleași semnături) în timp. Dat fiind faptul că, mediatizarea se axează, prioritar, pe reflectarea realității cotidiene.

De ce este bine să citim editoriale și articole de opinie? Pentru că scriitorul ne convinge prin argumente și ne arată punctul său de vedere prin subiectivitate. În cazul dat avem subiecte culturale foarte interesante, de actualitate care trezesc și atrag cititorul în primul rând prin titlurile atractive și ușor ironice. Autorii ne conving să citim părerea lor personală vizavi de un subiect folosind raționalizarea, un limbaj persuaziv, convingător.

Astfel, în ziarele: *Jurnal de Chișinău* și *Ziarul de Gardă* materiale privind diferite evenimente culturale. Foarte rar însă sunt abordate problemele existente în domeniul culturii sau sunt analizate fenomenele și procesele culturale. Produsele culturale, care se axează, prioritar, pe cotidian, câștigă sub aspectul volumului, dar pierd sub aspectul profunzimii, pentru că sunt adaptate la nivelul de cultură generală a publicului-țintă, acesta fiind, de regulă, eterogen și puțin inițiat în domeniul culturii; - mediatizarea realității culturale se realizează, prioritar, prin intermediul genurilor jurnalistice tradiționale, mai cu seamă, prin intermediul jurnalismului de informare. Materialele de opinie și comentative pe teme culturale apar mai rar în publicațiile periodice. Genurile specifice culturii sunt utilizate și mai rar în presa scrisă, prioritate având afișul cultural.

Afișile culturale au însemnătate la fel de mare pentru consumatorul de frumos deoarece se poate inspiira și informa din presă despre cele mai importante evenimente culturale.

Ziarul de Gardă are mai multe secțiuni culturale (carte, spectacole, artă, istoric, divertis). *Jurnal de Chișinău* are doar două rubrici (carte, știință), chiar dacă are mai puține rubrici, numărul de articole culturale este mai mare comparativ cu ziarul *Ziarul de Gardă*. În câteva ediții lipsesc articolele culturale.

Acum articolele culturale se banalizează, dar găsesc și anumite circumstanțe atenuante, această banalizare aduce cultura mai aproape de oamenii de rând. Astfel, aflăm despre piese de teatru, filme, actori, festivaluri, recenzii de cărți, ne îndeamnă să vizionăm, citim, ascultăm, participăm. Deja cultura nu mai aparține acelei caste sus-menționate, cultura aparține tuturor. Iar cei care doresc produse culturale mult mai specializate, bunăoară au acces la reviste și ziare ale diversilor profesioniști.

Fiecare jurnalist își conturează stilul său propriu, însă el trebuie să fie mai aproape de public prin utilizarea unui limbaj cunoscut, și să atragă publicul prin inedit și originalitate. Jurnaliștii culturali trebuie să fie niște profesioniști care să prezinte populația. Prin articolele lor,

ei devin oameni literați și nu oricine poate să devină om al culturii. Lucrul cel mai important pe care îl poate face un jurnalist este contribuția lui la educarea populației și schimbarea mentalității învățând cetățenii să gândească și să-și dezvolte cultura. Formarea unui om gânditor, imaginativ, visător, din brutul ce-l conține omul este una dintre cele mai urgente sarcini ale societății. “Orice instituție mare sau mică, faimoasă sau necunoscută, care se dedică muncii necesare și dificile de a-i învăța pe oameni să gândească merită recunoștința întregii rase umane”, spunea A. W. Tozer în cartea sa “Ridicarea pânzelor”.

Chiar dacă cultura nu e atât de promovată, unii ziariști folosesc limbajul poetic care face ca lucrarea să devină inedită cu o imagine poetică bine realizată, alții folosesc un limbaj mai sărac. Fiecare creație trebuie să treacă printr-o succesiune de operații a unui lexic bogat și mai apoi combinarea lui de a impresiona cititorul. Limbajul metaforic trebuie să se nască din adâncul sufletului și să corespundă cerințelor esteticii. În paginile culturale, forma devine un element important în transmiterea informației și doar prin făurirea cuvintelor se poate obține. Figurile de stil, expresiile, structurile sintactice, topica, punctuația scoate în relief starea autorului ce ne transmite imagini artistice.

La etapa actuală presa capătă alte funcții decât a avut în trecut. Limba presei actuale se caracterizează prin:

- caracter mobil;
- diversitate a limbajului;
- comprehensibilitate (capacitate de a pătrunde cu ușurință în esența lucrurilor);
- termeni concreți;
- flexibilitate;
- determinare;
- clișee inovatoare.

Realitatea culturală din Republica Moldova cunoaște de vreo câțiva ani încoace o varietate contradictorie. În țara noastră stilul publicistic a început să se contureze abia acum. Acceptat de unii și contestat de alții, stilul publicistic în variantele sale continuă să rămână unul din mijloacele specifice de comunicare.

Trăsăturile generale ale exprimării corecte sunt: claritatea (formulare limpede, logică și coerentă a ideilor, gândurilor); corectitudine (respectarea normelor literare); puritate (utilizarea cuvintelor, sensurilor admise în limba română); precizia (utilizarea riguroasă a mesajelor lingvistice). Fiecare autor are stilul său propriu, fiecare se deosebește prin maniera sa de gândire și de exprimare. În perioada monitorizării am constatat că:

- Limbajul jurnalistic este foarte deschis inovațiilor;

- Nu se respectă normele limbii literare în totalitate;
- Nu se apelează la titluri senzaționale.

În materialele culturale ale ziarelor monitorizate am depistat următoarele greșeli gramaticale:

Ziarul Jurnal de Chișinău

- În mediu rural (mediul);
- După câteva festivaluri și-a câștigat renumele de star (festivaluri);
- Stimat domn (stimate);
- Evenimentul editorial al anului (evenimentul)
- Idea acestei expoziții (ideea);
- Culmele succesului au fost atinse prin opera sa prestigioasă.(culmile).
- Un miracol a creației divine (al creației);

Din lipsă de neatenție sau din grabă erorile gramaticale țin de lexic. Iar dacă ar fi să fac o monitorizare mai atentă, aş scoate la iveală mult mai multe carențe, inclusiv de ortografie și de punctuație. În unele cazuri corectitudinea exprimării lasă de dorit.

În conținutul materialelor se folosesc neologismele, cuvinte care dau culoare și vivacitate textului. Ca exemple pot fi: “Locuiam la Drochia, mașina era *impracticabilă*, alta mai simplă avea litere rusești, iar *calculatorul* încă nu se inventase pentru noi. Se întâmpla în mileniul trecut!

Versul apare chiar în finalul acestui cel-mai-lung-poem. M-am îngrozit de lungimea lui, dar era un timp când poemele lungi, narrative (o influență americană?) erau în *vogă*”.

Termenii de specialitate sunt cuvintele caracteristice unor domenii de activitate sau discipline științifice. De aici observăm că domeniul cultural al presei, ca și cel social, politic, economic, are lexiconul propriu de cuvinte.

Astfel în ziarele *Jurnal de Chișinău* și *Ziarul de Gardă* descoperim destul de des următorii termeni din domeniul cultural: universul culturii, fragmente de eseuri, cultură română modernă, spectacole, arta retoricii verbale, arta comediei, ficțiune, asocieri de idei, limbaj artistic, imagine în artă, colecție, artă iconografică, actor, critic teatral, eseist, regizor, poet, teatru, creație în artă, limbaj artistic, operă, postmodernism, literatură, om al culturii etc. Stilul publicistic este caracteristic ziarelor deoarece este destinat unui public eterogen, cu o pregătire profesională diferită sau cu diverse niveluri de cultură. Acest stil include o mare varietate de texte. Scopul pe care îl urmărește este unul de informare a publicului dar și de comentare a diverselor fapte de viață socială, de cultural pe înțelesul tuturor.

În zierele *Jurnal de Chișinău* și *Ziarul de Gardă*, materialele culturale sunt bogate în stil (procedeele stilistice sunt des întâlnite sau și folosite; există un rafinament literar, mijloace lingvistice).

Cel mai des întâlnite în zierele monitorizate sunt:

- figurile de stil (originalitatea abia încolțită la orizontul tandru al culorilor, mantia unui maestru este mereu proaspătă doar pe umerii domniei sale, tavanul lăcrimează în permanență, în sașă e o acustică perfectă, simplitatea sau umorul sunt efecte literare teribile de greu de obținut, literatura adevărată este limfa lumii, serul acela care are darul de a curăța și vindeca, accident biografic);
- expresii frazeologice (tineretul creator de azi e clam și bun ca o pâine caldă, tinerilor le plouă-n cap la propria expoziție, duce steagul, își mănâncă mălaiul, nu i-a deschis nimeni ochii, la o aruncătură de băț).

Limbajul poetic în jurnalism cultural are un rol important de aceea un atribut imanent al limbii îl constituie funcția estetică dominantă ce derivă din ineditul expresiei și imaginii poetice realizate.

Trăsături caracteristice stilului publicistic:

- Utilizarea limbajului literar alături de utilizarea limbajului cotidian. Amestecul de elemente ce provin din celelalte stiluri funcționale: administrativ, științific, beletristic (artistic) și colocvial;
- Varietatea și bogăția vocabularului determinat de diversitatea ariei tematice abordate;
- Folosirea unui limbaj accesibil determinat de varietatea publicului țintă căruia i se adresează;
- Utilizarea unor clișee lingvistice;
- Apeluri la procedee menite să capteze atenția cititorului cum ar fi: titluri, subtitluri incitante, utilizarea unor imagini și ilustrații grafice (culoarea);
- Excluderea unor noțiuni științifice și explicații de strictă specialitate [3].

Totodată, menționăm că în publicațiile periodice tipărite sunt publicate cu anumite ocazii poezii, proză sau texte literare; - materialele jurnalistice de autor pun în circuit, în special, conținuturi publicistice; - materialele culturale din publicațiile periodice generaliste sunt realizate adesea spectaculos, utilizând limbaje specifice produselor de divertisment.

Cât privește conținuturile artistice, ele comportă frecvent diferite glisări, îndeosebi, spre beletristica de senzație. Aceeași idee o promovează și R. Dună, care afirmă că „jurnalismul cultural, printr-o profesionalizare treptată, dar și prin tehnica scandalurilor în serie, a devenit mai vizibil. Am putea spune, cu unele rezerve, că aceasta a conferit și culturii o vizibilitate sporită în

spațiul public. Dincolo de aspectul furios ori trendy al jurnalismului cultural, tinerii redactori ai paginilor de cultură de la mari cotidiene, și nu numai ei, au propus un nou limbaj despre cultură, mai dezinhibat, mai personal, mai dinamic. Cred ca au găsit astfel și modalitatea de a plasa cultura în spațiul imaginal pe care presa îl construiește și din care, mulți ani, a fost practic absentă”.

Deși, trebuie să recunoaștem, conținuturile materialelor din ziarele analizate *Jurnal de Chișinău* și *Ziarul de Gardă* sunt realizate deseori fără valoare de utilitate sau chiar fără o finalitate practică. Structura discursului produselor culturale include ludicul din raționamente pur pragmatice, pentru ca acestea să devină mai atractive și mai ușor asimilabile. Astfel, legile marketingului substituie, într-o anumită măsură, atât valoarea simbolică, cât și pe cea estetică a produselor culturale.

Limbajul poetic în jurnalism cultural are un rol important de aceea un atribut imanent al limbii îl constituie funcția estetică dominantă ce derivă din ineditul expresiei și imaginii poetice realizate. Trăsăturile caracteristice stilului publicistic:

- Utilizarea limbajului literar alături de utilizarea limbajului cotidian. Amestecul de elemente ce provin din celelalte stiluri funcționale: administrativ, științific, beletristic (artistic) și colocvial;
- Varietatea și bogăția vocabularului determinat de diversitatea ariei tematice abordate;
- Folosirea unui limbaj accesibil determinat de varietatea publicului țintă căruia i se adresează;
- Utilizarea unor clișee lingvistice;
- Apeluri la procedee menite să capteze atenția cititorului cum ar fi: titluri, subtitluri incitante, utilizarea unor imagini și ilustrații grafice (culoarea);
- Excluderea unor noțiuni științifice și explicații de strictă specialitate.

Tot, jurnalismul cultural din publicațiile periodice tipărite: *Jurnal de Chișinău* și *Ziarul de Gardă* promovează tot mai frecvent unele conținuturi și unele discursuri critice care antrenează un mod de receptare, influențat mai puțin de tradiție și mai mult de trend. Prin apariția unor pagini culturale tot mai profesioniste, realizatorii lor tind să impună un nou tip de discurs critic, „de piață”, în care topul ia locul canonului, iar judecata de valoare nu se mai revendică de la o estetică imuabilă, ci vizează atât performanțele comerciale, cât și adecvarea la sensibilitatea contemporană. Astfel, conținuturile materialelor din domeniu cultură din presa tipărită generalistă sunt orientate spre discursurile promoționale, în detrimentul celor evaluatoare.

În presa tipărită, radio, televiziune sau presa online art jurnalismul trebuie văzut ca un puternic factor ce influențează omul contemporan. După ce am analizat și am comparat un ziar

cu altul am dedus faptul că “cultură” nu există îndeajuns. Articolele politice, sociale, economice le înlocuiesc pe cele culturale cu mult.

De ce subiectele culturale nu se consumă? Consider că pentru omul contemporan știrile de senzație sunt în topul preferințelor. Articolele de scandal, emisiunile, sau articolele online sunt la mare căutare. Nu cred că există vreo știre despre o lansare de carte sau deschiderea unei expoziții care să fi depășit numărul de vizualizări.

Provocările jurnalismului cultural. Ziarele au fost dominate de apariția internetului care a schimbat relația din mass-media și om. De multe ori importanța jurnalistului profesionist a fost pusă în discuție. Dar de fapt cine a colonizat acest mediu nou de comunicare dacă nu tot ele. Pe site-urile fiecărui ziar sunt materialele copiate din edițiile tipărite. Evident că instituțiile de presă au contribuit cu oarecare resurse financiare în dezvoltarea saiturilor. Mai apoi au apărut blogurile și rețelele sociale care au inundat și mai mult universul informațional, unde găsirea informației a devenit o problemă din cauza cantității mari. Chiar dacă la prima vedere internetul pare ceva benefic oricum mai devreme sau mai târziu el va duce la dispariția presei scrise. Oare pot face blogurile o cultură? Nu cred.

În Moldova există un public iubitor de cultură, însă presa nu îi satisface poftele decât în foarte mică măsură. La chioșcuri sau în librării nu mai găsim reviste de cultură cu excepția săptămânalului *Literatura și Arta* și revista *Contrafort* (revistă de literatură și dialog intelectual). Chiar dacă există aceste reviste, rubricile de cultură oricum nu mai cuprind proză, poezie, eseuri critice, dezbateri pe teme de actualitate, traduceri, articole de promovare a limbii și istoriei naționale. În așa mod publicul este scutit de informații și analize privind creația autorilor din Republica Moldova, sau în general despre viața culturală din Republica Moldova.

Ca jurnalismul să se extindă și să capete o formă vastă ar trebui ca statul să sprijine financiar cultura, iar jurnaliștii să utilizeze un limbaj mai bogat și să sprijine evenimentele culturale pentru a fi promovate în rândul cititorilor.

Funcția de culturalizare a presei scrise a fost motivul principal al acestei cercetări. Presa scrisă nu îndeplinește funcția de culturalizare, adică cultura nu se vinde, oamenii nu sunt interesați de ea, oamenii demult au înlocuit cultura cu alte preocupări. Moldovenii sunt din ce în ce mai ocupați și nu au timp liber pentru a citi articole culturale. De aceea citirea presei scrise a ajuns pe ultimul loc, iar un mod de a petrece timpul liber citind s-a uitat de mult timp. Rubrica divertisment la fel se numări în jurnalismul cultural, doar de câțiva ani se observă o schimbare puternică în rândul acestui subiect. Divertismentul este promovat foarte slab. În ziarele monitorizate *Jurnal de Chișinău* și *Ziarul de Gardă*, divertismentul constă din:

- *Jurnal de Chișinău*: Afîș cultural, integramă, publicitate

➤ *Ziarul de Gardă*: Probleme de logică, integramă, publicitate

În ambele ziare observăm o abordare obișnuită a divertismentului care constă din Programe TV, horoscop, publicitate, integrale și rebus.

Chiar dacă trăim într-o epocă a informației și ne aflăm într-un proces de schimbare și instabilitate culturală, avem nevoie de multă informație care să ne ajute să menținem un echilibru între valori. Ziarul ar trebui să fie cea mai bună sursă de informare, să ne informeze de lansare de carte, expoziție de picturi, expoziție fotografică, concerte, festivaluri, târguri, filme autohtone, teatre, spectacole, să facă auziți cântăreți, scriitori, tinerii scriitori, pictori, sculptori, organizatori. Cine nu ar avea nevoie de o astfel de sursă, ea fost, este și va fi benefică pentru toată lumea.

Atât în *Ziarul de Gardă*, cât și în *Jurnal de Chișinău* nu sunt pagini culturale. Presa nu răspunde în totalitate necesităților indivizilor de a se relaxa în timpul liber. Oamenii au **access** la internet oriunde, acasa la serviciu, pe stradă, în parcuri, spațiul digital se află peste tot. Modul de difuzarea a culturii s-a modificat radical. O cauză ar fi faptul că revistele de cultură se vînd mai puțin. Sigura explicație este mutarea câmpului lor de interes pe internet. Avantajele vizualizării pe internet a produsului cultural are mai multe avantaje: informația este prezentată rapid, poți vedea arhive, poți sa intri în contact direct cu autorii.

Presa scrisă din Republica Moldova, se află într-o perioadă de stagnare, și chiar scădere. În secolul XXI s-a produs o o criză economică financiară iar pentru a se menține presa scrisă pe piață, s-au luat mai multe măsuri:

- Reducerea sau stoparea investițiilor;
- Închiderea publicațiilor neprofitabile;
- Reducerea cheltuielilor cu personalul și renunțarea la colaboratori;
- Reducerea tirajelor;
- Reducerea numărului de pagini ale publicațiilor;
- Transferul edițiilor tipărite în online;
- Renunțarea ziarelor naționale la edițiile locale.

Aceste măsuri afectează în mare parte calitatea informației din mass-media.

Presa culturală ar trebui să fie susținută, să se elaboreze un program special care să sprijine revistele culturale, iar ziarele să introducă mai multe rubrici culturale și divertisment.

La insistența Guvernului și Ministerului Finanțelor, în 1995 Statul a suspendat finanțarea pentru revistele de cultură. În consecință, două reviste (*Columna* și *Кодры*) au încetat să funcționeze, altele 8 (săptămânalul *Literatura și arta*, revistele cu apariție lunară *Basarabia*, *Contrafort*, *Semn*, *Viața Basarabiei*, *Atelier*, *Limba Română* și trimestrialul *Sud-Est*) supraviețuind datorită susținerii unor companii private, organizații non-guvernamentale,

fundații. Institutul Cultural Român și Fundația Culturală Română au contribuit de asemenea la susținerea revistelor culturale. Deși aproape toate aceste reviste și-au păstrat numărul lor constant de cititori, periodicitatea și tirajul lor s-a diminuat în rezultatul finanțării sporadice. În afara revistelor culturale, 8 săptămânale și 12 cotidiene abordează periodic subiecte culturale. În 2012 tirajul anual al revistelor și publicațiilor periodice a constituit 2,9 milioane de exemplare, ceea ce este cu 1,3 milioane mai puțin comparativ cu anul 2011. Cota edițiilor în limba română se menține la nivelul de 46% în 2012. Mai dificilă este situația referitor la editarea ziarelor, tirajul unic al cărora este în scădere pe parcursul ultimilor ani: de la 1,5 milioane de exemplare în anul 2009 la 0,9 milioane în anul 2012, iar tirajele anuale au scăzut de la 54 milioane (2009) la 40 milioane de exemplare (2012). Conform datelor sociologice, pentru 82% din populația Republicii Moldova principala sursă de informație este televiziunea și doar 14 % recepționează informația din media tipărită. Atitudinea populației din Republica Moldova față de produsul mass mediei scrise este determinată de condițiile sociale și economice dificile [40, p. 31-32].

Pentru ca cultura să fie bine promovată, în primul rând trebuie să se elaboreze linii directorii a procesului cultural din republica Moldova. În continuare voi enumera câteva strategii de dezvoltare a culturii:

- Realizarea priorităților procesului cultural din țară;
- Dezvoltarea artei contemporane și crearea condițiilor;
- Asigurarea transparenței în distribuirea bugetului culturii;
- Susținerea artiștilor și a oamenilor de creație.

Pentru Republica Moldova, la fel, viitorul jurnalimului este unul participativ și digital, deși o previziune sigură nu o pot face nici măcar experții în domeniul tehnologiilor informaționale, or trăim într-un ritm atât de rapid încât orice previziune este extrem de aproximativă.

Astfel, știrile publicate de *Ziarul de Gardă* și *Jurnal de Chișinău* au câteva trăsături caracteristice, care le identifică în contextul mediatic autohton:

- Informații complexe. Știrile din ziarele monitorizate de *Ziarul de Gardă* și *Jurnal de Chișinău*, prezintă un eveniment în complexitatea sa. Acestea nu fragmentează informațiile și nu le rupe din context, prezentând cititorilor date integrale și complexe. Cititorii pot astfel să-și construiască propriul punct de vedere asupra unui eveniment, fără ca acesta să le fie impus de instituția mediatică. De exemplu în materialul cu titlul „Ethno Jazz Festival, o pledoarie pentru libertate”, aflăm informații atât din conferințe și interviuri:

- La baza știrilor publicate de *Ziarul de Gardă* și *Jurnal de Chișinău* o documentare temeinică asupra subiectului abordat, care permite reporterului să transmită cititorilor o informație în

cunoștință de cauză, ceea ce sporește calitatea știrii difuzate și credibilitatea agenției în general. Backgroundul oferit de știrile din *Ziarul de Gardă* și *Jurnal de Chișinău* este complex și prezintă date importante despre evenimentul care s-a produs și care contribuie la crearea unei viziuni de ansamblu asupra faptului sau evenimentului prezentat.

- Surse credibile. Știrile din *Ziarul de Gardă* și *Jurnal de Chișinău* sunt scrise în baza informațiilor oferite de diverse surse de informare, care prezintă date credibile și de interes public. O știre din *Ziarul de Gardă* și *Jurnal de Chișinău* nu se va baza niciodată pe un zvon sau pe o declarație „tare” fără ca acestea să nu fie bine documentate și obținute informații veridice pe marginea subiectului argumentat.

- Subiecte argumentate. Senzațiile, zvonurile și informațiile neverificate nu-și au locul în fluxul de știri din *Ziarul de Gardă* și *Jurnal de Chișinău*

- Limbaj accesibil. Știrile din *Ziarul de Gardă* sunt scrise într-un limbaj accesibil tuturor categoriilor de persoane, astfel încât acestea să poată servi drept sursă de informare pentru alte instituții media, pentru cetățeanul simplu și pentru instituții naționale și internaționale.

În opinia noastră, această schimbare de accente în diapazonul funcțiilor, duce la minimalizarea rolului acestora în contextul mediatic generalist și reduce potențialul presei tipărite generaliste în ceea ce privește promovarea și crearea produselor culturale și asigurarea dialogului între culturi. Așadar, în urma realizării acestui studiu, au fost obținute date referitoare la structura și consistența fluxului informațional cultural, tipologia materialelor jurnalistice, frecvența utilizării genurilor jurnalistice și tipurile acestora etc. Produsul specializat în domeniul culturii în presa tipărită generalistă ne-a interesat din punct de vedere cantitativ și calitativ, or, de rând cu cantitatea și frecvența, am analizat, de asemenea, ponderea și discursivitatea acestora. Produsele de jurnalism cultural reprezintă un element constant al fluxului informațional pus în circuit prin intermediul presei generaliste, or, toate edițiile publicațiilor analizate, alături de materialele pe teme politice, sociale sau economice, au inclus și conținuturi culturale. Astfel, cultura și arta sunt subiecte constante de reflectare în presa generalistă și parte a problematicii ei.

Ziarele *Jurnal de Chișinău* și *Ziarul de Gardă* nu au realizat că publicul de cultură din secolul al XXI-lea, este unul de masă, care trebuie abordat cu mijloace adecvate. Publicul trebuie satisfăcut ținând cont de nevoile sale specifice. Lipsesc, în același timp, din peisajul presei culturale genuri esențiale: reportajul pe problemă (feature story), profilul biografic, cronica de informare etc. Acestea ar putea implica în lectura oameni care vor să afle mai multe despre autorii la modă (Coelho, Cartărescu etc.) și despre problemele pe care le dezbat cărțile lor. Ele sunt nu numai informative, dar îmbină utilul cu plăcutul. Fără aceste inovații, însă, presa culturală actuală va deveni din ce în ce mai nesemnificativă pentru publicul larg și din ce în ce

mai dependentă de puterile politice sau economice ale grupurilor de prestigiu și ale statului. Drumul către salvare trece prin schimbare, nu prin repetarea greșelilor trecutului.

Așadar, în urma realizării acestui studiu, au fost obținute date referitoare la structura și consistența fluxului informațional cultural, tipologia materialelor jurnalistice, frecvența utilizării genurilor jurnalistice și tipurile acestora etc. Produsul specializat în domeniul culturii în presa tipărită generalistă ne-a interesat din punct de vedere cantitativ și calitativ, or, de rând cu cantitatea și frecvența, am analizat, de asemenea, ponderea și discursivitatea acestora. Produsele de jurnalism cultural reprezintă un element constant al fluxului informațional pus în circuit prin intermediul presei generaliste, or, toate edițiile publicațiilor analizate, alături de materialele pe teme politice, sociale sau economice, au inclus și conținuturi culturale. Astfel, cultura și arta sunt subiecte constante de reflectare în presa generalistă și parte a problematicii ei.

CONCLUZII ȘI RECOMANDĂRI

Cu toții suntem născuți într-o anumită cultură. Cultura reprezintă combinația dintre cunoștințele omului, convingerile și normele sociale pe care le adoptăm și transmitem ulterior viitoarelor generații. Cultura este factorul principal de socializare care reglementează diverse sfere ale interacțiunii între oameni, începând cu comunicarea de zi de zi și până la funcționarea economiei mondiale. Astfel, cultura este un pilon important al societății, reușind cu ușurință să supraviețuiască într-o lume ce tinde spre tehnologizare. Tot cultura își găsește reflectare și în presa scrisă sub diferite forme și genuri. Acest lucru ni-l demonstrează și materialele analizate pe teme culturale, publicate în ziarele *Jurnal de Chișinău* și *Ziarul de Gardă* în anul ianuarie-decembrie 2019.

Ziarele Jurnal de Chișinău și Ziarul de Gardă au fost cercetate prin metoda monitorizării directe, metodologia cercetării, aplicată în vederea realizării acestui studiu, având următorul concept: forma de expresie a produsului mediatic; subiectul, genul în care a fost abordat; realitatea mediatizată; autorii materialelor culturale; modul de structurare a conținutului în ziare.

Așadar, cercetarea s-a axat pe următoarele criterii de analiză:

- modul de structurare a conținutului ziarului: pe pagini, pe rubrici, mixt;
- forma de expresie a produsului mediatic: genuri jurnalistice tradiționale, genuri de alternativă;
- domeniul abordat (literatură, arte plastice, muzică, teatru, cinematografie, altele);
- realitatea mediatizată (autohtonă sau internațională);
- autorul (jurnaliști profesioniști, redactori asociați, oameni din domeniul culturii).

Primul criteriu de cercetare este modul de structurare a conținuturilor revistelor specializate pe domeniul culturii.

Acest criteriu este important pentru cercetarea noastră, întrucât ne oferă posibilitatea, pe de o parte, de a determina problematica ziarelor și direcțiile prioritare de activitate a lor privind promovarea culturii, iar, pe de altă parte, de a identifica genericul paginilor/rubricilor.

Ziarul *Jurnal de Chișinău* acordă o atenție mare promovării culturii. Ei prezintă ultimile noutăți din acest domeniu, promovează tinerii artiști, scriitori, pictori, readuc istoria culturii pe paginile ziarului, comunică cu scriitori, aceasta din urmă devenind o sursă de informație și cultură. Pentru anul 2019, ziarul *Jurnal de Chișinău* a publicat 75 de materiale culturale multe din care au fost însoțite și de fotografii. În această perioadă ziarul *Jurnal de Chișinău* a publicat 12 interviuri culturale; 7 reportaje culturale și 56 știri culturale.

Dar și *Ziarul de Gardă* are materiale culturale, însă numărul acestora este redus. În perioadă de monitorizare -- anului 2019, au fost publicate 10 interviuri și 6 reportaje culturale; și 52 de știri consacrate acestui domeniu.

Concluzionând asupra fotografiilor relevante care însoțesc materialele culturale, remarcăm faptul că ele toate au foto, în concordanță cu tematica propusă. De exemplu, în ziarul *Jurnal de Chișinău*: „Ornamentul – fenomen artistico-estetic” „Cred în viață, totul e viață în jur” și în *Ziarul de Gardă* : „Și-a transformat pasiunea în afacere, cu ajutorul unui grant oferit de UE”, „De 20 de ani, scriem jurnalul zilelor tale // Mielul gigantic”.

Obiectul jurnalismului cultural, așa cum îl văd eu, se referă la atitudinea față de cărți, expoziții, spectacol, reflectarea preocupărilor scriitorului, a activității artistului plastic, a actorului și a regizorului de film/spectacol etc., De aceea un bun jurnalism cultural nu se poate face fără a cunoaște aprofundat un domeniu al culturii și fără un bun spirit publicistic

Ambele ziare monitorizate au în paginile lor rubrica *Cultură*, unde și publică materialele de diferite genuri autori/ persoane care dețin cunoștințe despre cultură. și cunosc diferite domenii ale ei.

Pentru ca ziarele să transmită corect, exact și veridic evenimentele și valorile culturale, caracterice, ce se produc/au loc în cotidian este necesar ca *Ziarul de Gardă* și *Jurnal de Chișinău* este necesar să editeze sistematic pagini culturale tematice, să-și concentreze prioritar atenția pe segmente mici ale domeniului, fapt ce ar permite de a examina multilateral și aprofundat problemele existente în unele segmente ale domeniului cultural. Astăzi în ziarele monitorizate rar găsim materiale culturale de actualitate (muzică nouă, noi curente literare, dezbateri tematice privind redresarea unor segmente din domeniul culturii).

În *Ziarul de Gardă* cât și în *Jurnal de Chișinău*, nu se acordă atenția cuvenită nici design-ul paginilor culturale. Multe materiale la tematica culturală denotă superficialitate și redau în limbaj sec acțiunile/evenimentele la care se referă, iar reportajele sunt sărace în descrierea atmosferei și sublinierea prezenței reporterului în mijlocul acțiunii.

Scopul și obiectivele presei de cultură în *Jurnal de Chișinău* și *Ziarul de Gardă* sunt orientate să răspundă nevoilor informaționale, ale consumatorilor de produse culturale și creatorilor de opere de artă. Conținuturilor produselor de cultură în cele două publicații periodice monitorizate sunt de două tipuri: artistice și publicistice. Conținuturile publicistice, având misiunea de a informa societatea, de regulă, sunt puse în circuit preponderent prin intermediul știrilor.

După analiza ziarelor *Jurnal de Chișinău* și *Ziarul de Gardă* am stabilit că atât conținuturile culturale artistice, cât și cele publicistice, mediatizează arena artistică și cea

culturală, influențând formarea culturii generale și a gustului estetic al publicului. Pe această cale jurnalistul cultural sau cum ne-am obișnuit să-l numim în ultimul timp art jurnalismul este un mediator, un formator de opinie care deschide noi posibilități în asimilarea comunicării culturale.

Ziarele *Jurnal de Chișinău* și *Ziarul de Gardă* reflectă domeniul culturii dar nu în măsura cuvenită. Ele nu folosesc în acest scop toate genurile, nu i-au atitudine critică față de unele situații deplorabile din domeniul culturii, reglementându-se mai mult la știri și mai puțin la materiale analitice privind starea de lucruri.

Din aceste considerente vin cu unele *recomandări* privind îmbunătățirea reflectării de către ziarele *Jurnal de Chișinău* și *Ziarul de Gardă* a problematicii culturale :

1. Este necesar de modificat rubricile *Cultură* și de îmbunătățit design paginilor care înserează materiale pe teme culturale din ziarele respective, ca acestea să devină mai atrăgătoare pentru publicul-cititor ;
2. Cele două instituții media ar fi de dorit să stabilească relații strânse de colaborare cu autori tineri, cu inițiativă și buni profesioniști, specializați și cunoscători ai diferitor segmente ale domeniului cultural, fapt ce ar conduce la diversificarea genurilor și abordarea problematicii culturale ;
3. Readucerea în paginile celor două publicații periodice a genurilor specific art jurnalismului, cum sunt: recenzia, critica literară, tableta consacrată culturii sau cronică.
4. Venim cu un îndemn pentru cele două publicații ca să îmbunătățească calitatea materialului ilustrativ, întâi de toate a fotografiilor care însoțesc materialele publicate la rubricile cultură, dar și în paginile *Cultură*.
5. Se impune un re-design rapid și foarte frecvent la rubrica cultură din ambele ziare.

BIBLIOGRAFIE

1. Blaga Lucian, *Trilogia Culturii*, 504 p.
2. Calugher V. *Culturologie. Curs de lecții*. Chișinău, USEFS, 2010, 88 p.
3. Coman, M. *Introducere în sistemul mass media*. București: Polirom, 1999, 360 Pp
4. Coman M. *Introducere în sistemul mass-media*. București: Polirom, 2007, 360 p.
5. Dobrescu P., Bârgăoanu A., Corbu N. *Istoria comunicării*. București: Editura Comunicare.ro, 2007, 372 p.
6. Drîmba O. *Istoria culturii și civilizației*. Editura Saeculum I.O., București, 2007, 1264 p.
7. Grigore Georgiu. *Cultură și comunicare*. București, 2008, 310 p.
8. Huțu C.A. *Cultura organizațională și leadership. Fundamentarea capacității competitive a firmei*, Editura Economică, București, 2007, 275 p.
9. Stroe Constantin. *Filosofie: cunoaștere, cultură, comunicare*. București: Lumina Lex, 2000, 168 p.
10. Keeble, R. (coord.). *Presa scrisă. O introducere critică*. Iași: Polirom, 2009, 384p.
11. Lazăr M. *Evenimentul și mass-media*. În: *Manual de jurnalism. Tehnici fundamentale de redactare*. Coord. M.Coman. Vol. II. Iași: Polirom, 1999, 288 p.
12. Pop, Doru, *Mass-media și democrația*, Editura Polirom, Colecția Collegium. Media, Iași, 2001, 328 p.
13. Radu Ilie. *Jurnalism cultural în actualitate*. Cluj-Napoca: Tribuna, 2005, 352 p.
14. Runcan M. *Evaluarea produsului cultural în mass-media*. În: *Curente și tendințe în jurnalismul contemporan*. Cluj Napoca: Limes, 2003, 256 p.
15. Samuel P. Huntington, *Ciocnirea civilizațiilor și refacerea ordinii mondiale*, București, Editura Antet, 1998, 286 p.
16. *Istoria și filosofii a culturii*. Coord: Socolov Gr. Chișinău, 1998, 88 p.
17. Preda Sorin. *Jurnalismul cultural și de opinie*. Iași: Polirom, 2006, 231 p.
18. Stepanov G. *Jurnalismul social: aspecte definitorii*. Chișinău: CEP USM, 2015, 246 p.
19. Tim O'Sullivan, Hartley J., Saunders D., Montgomery M., Fiske J. *Concepte fundamentale din științele comunicării și studiile cultural*. Trad. de Monica Mitarcă, București, Editura Polirom 2001, 278 p.
20. Tugarev Laura. *Esența și particularitățile jurnalismului cultural. Integrare prin cercetare și inovare; Conferința științifică națională cu participare internațională*. Chișinău, 262 p.
21. Simut Ion. *Un bun jurnalism cultural nu se poate face fără sociologie și fără un bun spirit publicistic*. Observator Cultural, 05.02.2006, 180 p.

22. Denison D.R. Corporate Culture and Organisational Effectivness, John Wiley & Sons, New York, 1990. 345 p.
23. Hall E.T. The Hidden Dimension, Anchor Books, Doubleday, New York, 1990. 150 p.
24. Tylor, E.B., apud Pierre Bonnte și Michel Izard, Dicționar de entologie și antropologie, trad. De Smaranda Vultur și Radu Răutu, Editura Polirom, Iași, 1999, 682 p.
25. <http://atelier.liternet.ro> (accesat 12.03.2020).
26. <https://vladmuresan.wordpress.com> (accesat 15.03.2020).
27. <http://www.crestinortodox.ro> (accesat 14.03.2020).
28. <https://vladmuresan.wordpress.com> (accesat 15.03.2020).
29. <http://www.scribub.com> (accesat 12.03.2020).
30. <http://atelier.liternet.ro> (accesat 12.03.2020).
31. <https://www.culturepartnership.eu/ro/publishing/course/lecture-1>(accesat 14.03.2020).
32. <http://ro.wikipedia.org/wiki/Cultura> (accesat 12.03.2020).
33. Rusu Rodica, Cultura politică. Curs de lecții, Chișinău, 2012. Disponibil: http://dspace.aap.gov.md/bitstream/handle/123456789/265/Rusu_curs%20de%20lectii_Cultura%20politica_2012.pdf?sequence=1&isAllowed=y (accesat 19.03.2020).
34. <https://www.cel.ro/carti/cultura-si-societate-dezbateri-contemporane-jeffrey-c-alexander-steven-seidman-pMic7PDIu-1/> (accesat 22.03.2020).
35. <http://consulting.md/rom/statistici-si-publicatii/infografic-cine-citeste-presa-scrisa-in-moldova> (accesat 12.03.2020).
36. Jurnalismul de teren. Știrea. Disponibil: <http://dorin-popa.blogspot.com/2007/10/> (accesat 25.03.2020).
37. <https://lege5.ro/Gratuit/gmztsnbwgeyq/dreptul-la-cultura-si-importanta-lui-fundamentala-in-protectia-juridica-a-patrimoniului-cultural> (accesat 12.03.2020).
38. Mircea Cărtărescu, Postmodernismul românesc, Editura Humanitas, București, 2010, p. 477.
39. <http://consulting.md/rom/statistici-si-publicatii/infografic-cine-citeste-presa-scrisa-in-moldova> (accesat 20.03.2020).
40. Strategia de Dezvoltare a Culturii Republicii Moldova / Cultura 2020; pag. 31-32. Disponibil:<https://www.slideshare.net/ghenador/strategia-de-dezvoltare-a-culturii-moldova-2020> (accesat 20.03.2020).
41. <https://diez.md/2019/04/09/vreti-sa-aveti-o-presa-libera-cititi-si-ziarele-tiparite/>
42. https://www.realitatea.md/moldovenii-citesc-ziare-tot-mai-pu-in-care-sunt-cele-mai-populare-publica-ii-tiparite_73891.html