

# TVR, SRR și Agerpres – organizații-cheie în structura de securitate națională

**Abstract:** *The regional geopolitical situation appears to be very tense. The media assault executed by various Moscow financed media channels is in full swing. The only Romanian media able to counteract this informational attack is the public one – the Romanian Television Society and The Romanian Radio Society. By emitting abroad in the Republic of Moldova, can be of real help in terms of supporting a pro-European and a pro-N.A.T.O. campaign at their borders. But the two Romania public media channels are confronted for the past several years with a number of issues that must be addressed as quickly as possible.*

**Keywords:** *Romanian public media, media in Republic of Moldova, informational war*

## Definirea situației mediatică actuale

În ultima perioadă se vorbește din ce în ce mai mult în presa, dar și în mediul universitar al științelor relații internaționale și de securitate, despre faptul că astăzi România se află într-un război informațional. Acesta este definit de Iulian Chifu, în ultima sa carte, drept „crearea de

### **Cosmin Gabriel PĂCURARU, PhD<sup>1</sup>**

Universitatea „Babes-Bolyai”, Cluj

realități alternative prin pervertirea adevărului obiectiv (...) unor populații vizate”<sup>2</sup>. Știm că „[...] informația este un grad cuantificabil de reducere a incertitudinii”<sup>3</sup> și această reducere se face în general prin presă. Conform teoriei sale, războiul informațional are trei componente: alterarea spațiului public al ținei vizate prin valorificarea vulnerabilităților țintei și preluarea, dirijarea și controlul spațiului public de către actori terți, acțiuni de lobby și PR prin cumpărarea de media și personalități cu un anumit grad de credibilitate care să legitimeze un anumit set de idei livrat de comanditar și operațiuni psihologice ce au ca obiectiv atingerea credințelor, stărilor psihologice, accentuarea fricilor colective și crearea emoțiilor colective în vederea unor reacții viitoare în forme dirijate și proiectate anterior în vederea declanșării unor evenimente<sup>4</sup>.

Presa este o instituție democratică dar în același timp poate deveni și un instrument al războiului asimetric. În a doua ipostază presa are ca scop, printre altele, „slăbirea statului, escaladarea corupției de stat, decăderea drepturilor și libertăților omului”<sup>5</sup>.

Experiența europeană, din păcate recentă, arată că din toată presa, presa publică are un înalt grad de credibilitate în momentele critice declanșate de dezastre (cutremurul din Italia din septembrie 2016), atentate (atentatul de la Nisa din iulie 2016) sau situații politice explozive

(lovitura de stat din Turcia, august 2016), audiențele canalelor publice crescând simțitor. Cu alte cuvinte, media publică a unui stat reprezintă o armă redutabilă de apărare într-un război informațional.

Statul român deține trei instituții media ce sunt subordonate Parlamentului. Două dintre ele sunt media publice, Societatea Română de Televiziune (SRTV) și Societatea Română de Radiodifuziune (SRR), ce funcționează pe baza Legii Nr. 41 din 1994<sup>6</sup> și sunt publice deoarece toți cetățenii și societățile comerciale înscrise pe teritoriul național trebuie să plătească o taxă specifică. Agenția Națională de Presă Agerpres este media de stat, ce funcționează pe baza legii Nr. 19 / 2003<sup>7</sup> și primește anual un buget de la stat. Toate trei media sunt controlate de Parlamentul României. Trebuie menționat că în cazul SRTV și SRR mai intervine și Legea Audiovizualului Nr. 504 / 2002<sup>8</sup>, care trasează cadrul de funcționare a tuturor canalelor media audiovizuale publice sau private.

După cum se observă, legile de funcționare ale acestora sunt elaborate acum foarte mulți ani și acestea nu mai sunt de actualitate datorită prezentei conjuncturi politice naționale și mai ales internaționale.

În situația actuală când România este asaltată mediatic de multe canale (pro)rusești<sup>9</sup> preluate de multe ori fără discernământ de media românească, când există pericolul declanșării unui conflict regional sau a producerii accidentale a unei calamități, SRTV și SRR sunt singurele canale media care dispun de o structură tehnică ce acoperă aproape 100% din teritoriul național prin canalele TVR 1 și Radio România Actualități (RRA) și care pot transmite informațiile și mesajele instituțiilor statului român. Trebuie specificat că din punct de vedere tehnic, emisia acestora este terestră și recepția se realizează cu o tehnologie disponibilă oricui, celelalte media electronice private presupunând capacități tehnice mai sofisticate de recepție. Mai trebuie amintit că emisia acestora nu are un grad înalt de securizare și poate fi întreruptă în orice moment de către nespecialiști cu tehnică obișnuită.

De asemenea aceste instituții publice media reprezintă singura armă de combatere atacurilor informaționale, psihologice și / sau mediatic care se prefigurează.

Din alt punct de vedere TVR1, RRA și Agerpres nu sunt incluse în nici o strategie de apărare sau securitate și nici în vreun ghid de aplicare a acestora. La toate acestea trebuie să adăugăm că cele trei canale au redacții și în Republica Moldova, zonă importantă din punct de vedere strategic.

Agerpres având un impact limitat, o structura de personal mult mai mică și o difuzare exclusiv pe internet în diverse forme, web sau prin abonament este tratată mai puțin în acest material.

## **Scăderea audiențelor – Tragedia mediei publice**

În acest moment este cunoscut faptul că TVR se află de câțiva ani în incapacitate de funcționare din cauza datoriilor și că SRR a reușit să acopere problemele interne până de curând. Acestea au izbucnit în luna noiembrie și 12 membrii și fost membrii ai consiliului de administrație au fost invitați la DNA pentru declarații.

Dacă studiem evoluția audiențelor TVR ce se află pe site-ul Asociației Române pentru Măsurarea Audiențelor, apreciem că lunar TVR pierde audiență și în 11 ani a pierdut aproape 2.300.000<sup>10</sup> telespectatori, în august 2005<sup>11</sup> având 17.8%<sup>12</sup> cotă de piață, adică 2.459.000 telespectatori iar în septembrie 2016 doar 2.5%<sup>13</sup>, adică 85.000 telespectatori.

Același lucru putem spune și despre Radio România Actualități (RRA)<sup>14</sup>: în 2006<sup>15</sup> RRA avea 3.053.000 ascultători ceea ce însemna 20.2% cotă de piață iar în vara lui 2016 avea doar

1.926.000 ascultători ceea ce înseamnă doar 14.4% din total audiență<sup>16</sup> adică o pierdere mai mare de 1.000.000 ascultători.

Audiențele trebuie judecate și din punctul de vedere al misiunii celor două canale: cea de a informa și educa și nu cea de a distra ceea ce reprezintă misiunea posturilor comerciale.

Dezastru scăderii în audiență a celor două canale publice românești se datorează managementului neprofesionist: în consiliile de administrație au fost numite persoane care au fost politicieni sau rude ale acestora, oricum toate persoane legate de mediul politic și îndatorate partidului care i-au propus, adică artiști, jurnaliști necunoscuți, personalități culturale sau academice dar care au cu toți un mare dezavantaj: nu sunt manageri, deci nu știu să gestioneze o companie cu mulți angajați, nu știu să citească un studiu de audiență sau măcar o banală bilanță contabilă.

Scăderea audienței nu se datorează apariției a foarte multor canale private comerciale, considerate concurente. Aceasta afirmație se susține cu următorul argument: cele două canale TVR și RRA acum 10-11 ani, pe maximum lor de audiență, alocau foarte mult timp de emisie emisiunilor informative și educative, canalele comerciale existente atunci, cam aceleași cu cele care astăzi ocupă primele locuri în audiență, sau cu grile de programe asemănătoare, au grilele de programe bazate pe non-informație sau emisiuni tabloide.

Putem afirma bazându-ne pe date colectate de-a lungul anilor că emisiunile informative ale RRA au scăzut de la 141 de minute (aprox. 10%) buletine de știri (fără sport și meteo) și 222 de minute (aprox. 15%) emisiuni publicistice în decembrie 2005<sup>17</sup> cu o treime în acest moment, adică 95 de minute (aprox. 6.7%) buletine de știri (fără sport și meteo) și 170 de minute (aprox. 11.8%) emisiuni publicistice<sup>18</sup>. De asemenea timpul alocat emisiunilor educative a scăzut substanțial, acest tip de emisiuni fiind mutate noaptea<sup>19</sup>. Trebuie menționat că în rapoartele de activitate din ultimii ani aceste cifre și procente nu există<sup>20</sup>.

În cazul TVR s-a realizat o reducere mai puțin drastică. În 2006 în luna decembrie emisiunile de știri și publicistice însumau 694 de minute (48%)<sup>21</sup>, astăzi acestea nu depășesc 500 de minute (34.7%)<sup>22</sup>. Făcând o corelare a datelor din acest material și datele aflate în raportul de activitate pe anul 2015<sup>23</sup> putem afirma că cele furnizate în prezentul material, calculate pentru o zi lucrătoare și nu pentru un interval mare de timp, sunt valide.

## Marile eșecuri

În legea de organizare și funcționare a SRTV și SRR se specifică clar că misiunea celor două posturi este de a informa și educa<sup>24</sup>. Cu alte cuvinte, scăderea timpului alocat știrilor și emisiunilor publicistice, nu este alceva decât o încălcare a legii. Dacă mai adăugăm și lipsa de reacție a celor două canale în cazuri de breaking news, cu exemplele #Colectiv (30 noiembrie 2015) și Lovitura de stat din Turcia (15 august 2016) putem spune că din punctul de vedere al programelor de informare misiunea acestora nu este îndeplinită. Putem afirma că nu există un control riguros al conținutului publicistic și al grilelor de programe, altele decât jurnalele de știri, acesta nefiind în concordanță cu statutul și misiunea celor două posturi. Foarte mult timp, în SRTV sau SRR, nu au existat emisiuni fanion, care să lanseze agende publice și realizatori asimilați liderilor de opinie, care să genereze probleme pe ordinea de zi a politicului, care să fie preluate de alte media, care să aibă credibilitate și notorietate recunoscute de publicul larg.

Putem afirma că în ultimii ani echipele executive au redirecționat politicile editoriale către publicul comercial, abandonând emisiuni publicistice serioase, credibile și având o mare audi-

ență, către emisiuni de divertisment tabloide, cu formate importate sau copii ale unor formate comerciale. Acest lucru a creat o schimbare a targeturilor, fapt ce a dus la migrarea ireversibilă audiențelor orare către alte posturi comerciale sau preplătite: către canalele de știri, către canalele de știință sau de filme (audiențele premium cu căutare comercială) sau posturile, deja supertargetate de muzică.

Tot aici trebuie amintit că au fost închise canale importante, cu audiențe mulțumitoare și target specific: TVR Cultural, TVR Info, Radio Romania Tineret, care în fond înseamnă tot o pierdere de audiență generală a SRTV și SRR.

Canalele principate ale SRTV și SRR se canibalizează între ele pe aceleași segmente orare: RRA cu canalele România Regional, Romania Cultural cu Romania Muzical și TVR1 cu TVR2 sau cu canalele regionale. Acest fapt se datorează lipsei de viziune și de profesionalism ale echipelor de conducere executive ale societăților naționale, a proastei organizări, canalele teritoriale având o autonomie excesivă și o subordonare minimă față de managementul național de la București, a lipsei de coordonare a directorilor de canale.

Lăsând la o parte politicile de programe să ne aplecăm asupra problemelor de management. Încă din început trebuie să constatăm că de mulți ani nu a existat o strategie corporativă, de dezvoltare instituțională și de management. Este adevărat că în cazul TVR aceasta ar fi fost imposibil de realizat deoarece consiliile și administrație au fost schimbate de către Parlament foarte des, acestea având o medie de viață de aproximativ doi ani, nesototind interimitate destul de lugi și dese.

Fiecare nouă conducere și-a impus o organigramă proprie, realizată după interesele consiliilor de administrație sau a conducerilor executive și nu după un studiu al necesităților organizatorice. De aici rezultă imposibilitatea de a realiza politici de produs media, specifice fiecărui canal și acest lucru se resimte deoarece a fost redusă schema de personal. Au fost reduse posturile jurnaliștilor corespondenți, acreditați în provincie sau peste hotare, ceea ce a dus la o diminuare a fluxului informativ. Lipsa de colaborare între redacțiile posturilor regionale și redacția de știri a RRA face că din agenda de știri RRA să scape foarte multe informații locale sau regionale dar de interes național. Mai mult decât atât, există oameni cu atribuțiuni în zona tehnică, angajați în diverse departamente care îndeplinesc aceleași funcții, lucru posibil deoarece nu există un sistem tehnic unic în toată organizația.

Schemele de personal sunt încărcate cu non-jurnaliști care nu au acoperire în orele de muncă. Conform ultimului Raport de Activitate (pe 2015) al TVR, în această instituție lucrează 2517 salariați din care 1968 personal tehnic<sup>25</sup>. Ultimul Raport de Activitate al SRR<sup>26</sup> spune că există 2151 de angajați, din care 208 artiști în orchestră și diverse ansambluri, dar nu specifică câți sunt jurnaliști și câți sunt salariați în departamentele tehnice sau TESA.

Tot la capitolul lipsuri în politicile de resurse umane, în SRTV nu există un sistem de evaluare a performanțelor salariaților și în special al jurnaliștilor care să fie echitabil și acceptat<sup>27</sup>. Acest fapt se datorează angajărilor care nu se fac pe criterii profesionale. Tot aici nu există programe de dezvoltare profesională de tip „trainig on job”. Acest lucru se observă în proasta implementare a noilor tehnici new media, ambele societăți naționale având website-uri prost făcute și cu audiență minimă și existând foarte puține website-uri asociate produselor media super targetate. Cel mai bun exemplu este faptul că nici un site al celor două instituții publice nu este auditat sau măsurat, cu toate că majoritatea canalelor media românești sunt auditate de către Biroul Roman de Audit al Tirajelor prin Studiul de Audiență și Trafic Internet (SATI).<sup>28</sup> Luând ca exemplu canalul Radio 3Net, acesta avea acum câțiva ani, când era măsurat de tra-

fic.ro, o medie zilnică de 2000 de vizitatori unici<sup>29</sup>, în situația în care pentru acest canal media lucrau 26 de jurnaliști și încă câteva zeci de salariați pe parte tehnică. De aici tragem concluzia că nu exista un control riguros al cheltuielilor de producție și emisie. Acest lucru care este demonstrat de faptul că în nici un raport anual de activitate nu se regăsește un astfel de parametru, cum ar fi costul unei ore de emisie pe total canal sau pe emisiune. Concluziile pe care le tragem: nu a fost adoptată nici o normă de asigurare a managementului calității și există un sistem prea birocratizat și rigid ce a dus la neîncrederea angajaților în conducerile ce au existat în ultimii ani. Tot ce am enumerat mai sus a făcut ca încasările din publicitate să fie minime.

Revenind la sursele de venit: toate conducerile SRTV și SRR au mimat un dialog cu Parlamentul României în privința taxelor radio și tv, acestea fiind cele mai mici din Uniunea Europeană și fiind neschimbate din 1994. Conform repoartelor celor două societăți naționale, acestea se situează la aproximativ echivalentul a 20 euro / an, ceea ce reprezintă a doistrezecea parte din cât plătește un cetățean al Germaniei (18 euro / lună)<sup>30</sup>. Evident că vina principală în această problemă este a clasei politice, a Parlamentului și a Guvernelor care s-au succedat, care nu au fost conștiente de importanța acestor instituții în securitatea națională, de mediul de securitate alterat din ultimii ani, nu au avut o viziune asupra evoluțiilor viitoare pe plan internațional, nu au avut tăria deciziei politice și nu au fost conștiente de deficitul de management și de situația financiară proastă a acestora.

La sfârșitul lunii octombrie 2016, surprinzător, Parlamentul a hotărât scoaterea taxelor radio și tv plătite de populație, punând aceste instituții în imposibilitatea de a mai funcționa datorită lipsei veniturilor. De asemenea trebuie să specificăm că acest lucru necesită și o modificare de substanță a legii de organizare și funcționare a SRTV și SRR, acestea fiind transformate din media publică în media de stat, subvenționată de la bugetul de stat.

## Scurtă istorie a falimentului TVR

Situația financiară reală a SRTV se numește faliment. Această situație a fost declanșată în mare măsură de fostul PDG, Alexandru Sassu, care, în 2010, înainte de plecare a încheiat, posibil premeditat, cel puțin trei contracte dezavantajoase pentru instituție: cu firma de distribuție a filmelor Universal Pictures, cu Champions League și contractul colectiv de muncă. Aceste contracte, precum și imposibilitatea îndeplinirii obligațiilor fiscale datorate statului au creat mari datorii. Următorii PDG – Alexandru Lăzescu, Claudiu Saftoiu, Stelian Tanase și Irina Radu nu au reușit să rezilieze cele două contracte comerciale și nu au vrut să realizeze o restructurare eficientă a structurii de personal. La un moment dat, fostul premier, Victor Ponta a dorit să aplice legea insolvenței SRTV dar s-a lovit de imposibilitatea ca o societate națională, media publică cu mare parte a bugetului provenită din taxe să intre în procedură de reorganizare. Dacă din punct de vedere legal, acest lucru s-a dovedit imposibil, trebuie specificat că o astfel de procedură ar proteja societatea de creditori, acordându-i un răgaz de timp apreciabil pentru restructurarea și diminuarea datoriilor până la plata integrală a acestora.

În privința restructurării, în acest moment este imposibil ca SRTV să scape de datorii fără a intra în procedură de reorganizare. De asemenea nu există voință politică pentru ca să fie concediați cel puțin jumătate din angajați. Reamintim că din aproximativ 2500 de angajați doar 550 sunt jurnaliști, că structura TESA este supradimensionată, că nici nu se pune în discuție externalizarea unor servicii, că există foarte puține emisiuni realizate de independenți, care evident sunt mult mai ieftine, sau în parteneriat cu independenți (ex: Moise Guran cu BiziDay)

în situația în care legea de funcționare SRTV spune clar că 10% din programe trebuie să fie externalizate.

Este bine să amintim și studiul Deloitte, realizat în 2005, care este încă de actualitate și care spune:

– Legea nr. 41/1994 și amendamentele aduse la aceasta determină o influență politică importantă asupra activității TVR și nu acordă suficientă importanță capacităților profesionale și manageriale ale managementului de vârf.

– Taxa pentru serviciul public de televiziune are o valoare scăzută în comparație cu cea din alte țări europene. () Este nevoie de crearea unui mecanism prin legea de organizare și funcționare, prin care să se coreleze valoarea taxei cu indexările care apar o dată cu inflația și costurile suplimentare pe care le implică trecerea la televiziunea digitală. De asemenea, trebuie îmbunătățit sistemul de colectare a taxei.

– Legea audiovizualului limitează difuzarea spoturilor publicitare numai în pauzele dintre programe. În cazul în care pauzele publicitare ar fi permise în timpul programelor care au o durată de cel puțin o oră (peste o oră), acest lucru ar permite TVR să exploateze dreptul ei de 8 minute de publicitate pe oră, permis de alte prevederi ale legii. Actualele restricții pedepsesc TVR în cazul programelor cu o durată mare, care pot fi de interes foarte mare pentru public.

## **Situația Media de limbă română din Republica Moldova**

Nu ne propunem să tragem un semnal de alarmă asupra fondurilor românești destinate mediei moldovenești care a beneficiat de ajutorul statului român prin diferite mijloace, dar considerăm că trebuie amintite câteva lucruri.

Media moldovenească a fost și este dominată de canalele rusești, care în timp au investit în redacțiile moldovenești deoarece legislația audiovizuală moldovenească obligă canalele audiovizuale să realizeze programe în limba de stat (română).

Dacă presa scrisă de limbă română este destul de firavă și prezentă numai în Chișinău (inclusiv investițiile românești Evenimentul Zilei și Adevărul), presa de limbă rusă este omniprezentă pe tot teritoriul republicii. Tirajele ziarelor de limbă română se află în continuă scădere și dacă acestea acum 5 ani nu depășeau tirajul total de 50.000 de exemplare vândute/săptămână, astăzi apreciez că acest tiraj total săptămânal nu depășește 10.000. Presa tipărită din România lipsește total, prezente fiind câteva titluri de reviste glossy supertargetate și neimportante ca influență. Principalele cotidiene rusești sau de limbă rusă apar și au tiraje care depășesc cu mult tirajele ziarelor de limba română deoarece acestea și-au deschis redacții care contribuie cu câteva pagini locale și în special cu reclamă locală.

În aceeași situație se află și radiourile. Cele mai ascultate sunt cele care emit din Moscova și care au numai inserțiile de publicitate cu titlul de “producție locală”. Acum câțiva ani nu exista nici o televiziune cu întindere națională, care să aibă un program exclusiv în limba română. Astăzi există câteva cu conținut exclusiv în limba română ce aparțin investitorilor locali dar care sunt ostracizate de Grupul de presă Media Production deținut de Vladimir Plahotniuc prin dirijarea controlată a reclamei către propriile media. (TV: Prime TV, Canal 2+, Canal 3, Publika TV, Prime FM, 24h.md, Agenția de Presă Angel S, Agenția de Publicitate Casa Media). Până în luna octombrie 2016 au existat doar două posturi TV românești cu programe destinate cetățenilor moldoveni, ProTV și TVR, din noiembrie începându-și emisia și Realitatea TV Moldova.

Marea audiență tv este a posturilor de limbă rusă, lider fiind televiziunea de stat moscovită Oostankino – Piervai Canal, retransmisă de Prime TV, este măsurată și are peste 50% din audiență<sup>31</sup>. Canalele media moldovenești cu patronat românesc sau moldovenesc beneficiază de ajutoare alocate de instituții ale statului român au un impact mic în societatea moldovenească și nu există un control editorial real, așa cum ar fi cerințele normale ale finanțatorilor.

Nu există o analiză cantitativă și / sau calitativă a informațiilor difuzate de media din Republica Moldova care prezintă interes pentru România, dar dacă am realiza-o am constata că acestea sunt foarte puține și cuprind o agendă de informații neimportante. Lăsând la o parte informațiile de interes direct, privitoare la vize, la relațiile diplomatice sau viața studenților basarabeni, imaginea și percepția față de România a celor care le citesc, ascultă sau privesc media românească sau moldovenească ajutată de Departamentul Romanilor de Pretutindeni (DRP), este destul de proastă, atacându-se subiecte tabloide, gen accidente, droguri, infracționalitate, și foarte rar se găsesc informații obiective și tratate corect jurnalistic, acestea fiind preluate din diversele ziare centrale românești cu difuzare on-line.

Nu cunoaștem sumele alocate presei moldovenești prin DRP în ultimii 10 ani, dar le putem aprecia ca mari, cunoscând valorile necesare investițiilor în redacții și funcționarea acestora, tehnica necesară emisie radio și TV. De asemenea le putem aprecia ca nejustificate, cunoscând impactul așteptat mare și impactul real infim. Credem că ar trebui făcută o analiză a societăților comerciale care au beneficiat de fonduri din România, a echipelor de management și a patronatelor acestora, precum și a averilor acestora sau a averilor celor care au aprobat și distribuit acești bani publici românești.

Mari sume de bani au fost cheltuite pentru ajutorarea audiovizualului moldovenesc. Un exemplu este suma alocată pentru un post de televiziune, care nu a deținut licență de emisie și care nu a funcționat niciodată. Este vorba de firma jurnalistului Alexandru Dorogan, care între 2004 – 2006 a beneficiat de aproximativ 1.000.000 euro de la statul român, pentru respectivul post de televiziune. În aceeași perioadă firma moldovenească Pajura Albă SRL a luat un grant de la DRP de 50.000 euro pentru înființarea Radio 10. A avut 3 licențe, niciuna în Chișinău. Aceasta societate comercială făcea parte din grupul de presă a PPCD, a lui Iurie Roșca. Postul a fost pus pe picioare și a intrat în emisie abia în noiembrie 2008. Radio 10 a fost vândut și transformat pentru câteva luni în Arena FM, după care a fost revândut Societății Române de Radiodifuziune pentru suma de 350.000 euro și transformat în Radio Chișinău. Alți bani cheltuiți fără rost, aproximativ un milion de euro, au fost cei alocați Radio Trinitas pentru cumpărarea de echipamente de emisie, amplasate în România, care ar fi trebuit să facă posibilă recepția acestuia pe toată suprafața Republicii Moldova. Oricine poate constata că Radio Trinitas nu se recepționează mai mult decât celelalte posturi românești peste graniță, adică maxim 20 de km.

În acest moment, cunoscând conjunctura geopolitică, este evident că Moldova trebuie să aibă o presă audiovizuală profesionistă de limbă română. Cunoaștem că este foarte greu să concurezi cu banii investiți în canalele de limbă rusă, care se adresează unei piețe de 450 de milioane de vorbitori de rusă, mult mai mare decât piața vorbitorilor de limbă română, apreciată la 30 de milioane de vorbitori.

## Despre Radio Chișinău și TVR Moldova

În actuala conjunctură regională, în care Federația Rusă este în ofensivă mediatică, trebuie subliniat faptul că Radio Chișinău al SRR și TVR Moldova sunt singurele voci ale Uniunii Europene și NATO din Republica Moldova. Considerăm că situația actuală este inacceptabilă, ca România să nu poată să întrețină cele două media de importanță majoră regională din Republica Moldova. Trebuie să subliniem că cele două canale sunt singurele capabile să acopere dezinformările posturilor locale sau cu emisie din Federația Rusă, în majoritate pro-rusești, anti românești și anti occidentale.

Trebuie să accentuăm faptul că cele două canale românești nu dispun de o distribuție bună în teritoriul a programelor emise. TVR Moldova emite terestru numai în norma digitală, cetățenii neavând televizoarele necesare recepției. TVR Moldova nu este distribuit de toți difuzorii de televiziune prin cablu și nu are o poziție favorabilă în grila de canalele a acestor retransmițători. Radio Chișinău nu dispune de o frecvență națională și emite pe 7 frecvențe locale<sup>32</sup> de puteri mici și fără acoperire.<sup>33</sup> Nu există date despre audiențele celor două canale Românești dar apreciem că acestea sunt minime<sup>34</sup>. Mai trebuie specificat că studiile de audiență radio și tv sunt realizate de firme cu acționariat rusesc și nu măsoară posturile românești TVR și Radio Chișinău.

Acest fapt denotă că managementul SRTV și SRR nu acordă o atenție deosebită acestor canale, realizându-se foarte puține programe locale adecvate așteptărilor audienței moldovenești, TVR Moldova fiind coordonat de echipa de la București a TVR Internațional.

TVR a început să emită legal programul TVR 1 în 1993. În 2007 Vladimir Plahotniuc, pe atunci om de afaceri apropiat de PCRM și deținător al celui mai mare trust media local, a influențat Consiliul Consultativ al Audiovizualului (CCA) pentru a i se retrage licența TVR-ului și ulterior, în 2008, a o câștiga și a o opera prin trustul său media. Există posibilitatea ca această acțiune să fi avut și sprijinul Președintelui – Director General (PDG) al TVR de atunci, Alexandru Sassu. Menționăm că trustul media a lui Vladimir Plahotniuc mai opera o altă licență națională TV prin care retransmitea integral Ostankino – Piervai Canal, la care doar adăuga inserturile de publicitate locale, astăzi rebranduit în Prime TV. Fosta frecvență națională a TVR a devenit Canal 2+. Președintele de atunci al TVR, Alexandru Lazescu, a negociat cu trustul media alui Plahotniuc retransmiterea programului TVR 1 începând din 2010. Acesta a fost transmis fragmentat și nerespectându-se nici o grilă de programe clară. În septembrie 2013 Guvernul României și Guvernul Republicii Moldova au încheiat un acord prin care TVR are voie să emită în Republica Moldova pe o frecvență terestră digitală (accentuăm că populația nu deține aparatura necesară recepționării) până la obținerea unei licențe, tot digitale, de la CCA. Cu aceasta ocazie s-a renunțat la procesul intentat de TVR la Haga, CCA și Republicii Moldova. Pe 1 decembrie 2013 a început retransmisia unui canal special dedicat Moldovei realizat de TVR la București – având licențierea și din România, de la CNA.

După trei ani de emisie putem afirma că programele TVR Moldova sunt insuficiente și acoperă, conform legislației moldovenești, 30% din totalul timpului de emisie. În marea majoritate emisiunile transmise pe TVR Moldova sunt realizate de celelalte canale TVR și redifuzate. Apreciam că acestea (ca și cele ale Radio Chișinău) nu corespund nevoilor și așteptărilor cetățenilor moldoveni, grila fiind concepută la București de angajați care nu au habar de cultura și istoria recentă a basarabenilor și nu cunosc prea multe despre realitatea socială și politică de la Chișinău. Trebuie să semnalăm o lipsă de coerență a managementului TVR



Moldova: primul sef interimar a fost Cristian Tabără, plecat comentator la puțin timp la Publika TV, deținut de Vladimir Plahotniuc. Fostul PDG, Stelian Tănase, l-a numit pe jurnalistul de sport Dragoș Bocănaciuc în funcția de coordonator al TVR Chișinău. Acesta a devenit imediat colaborator al programului Canal 3, post bazat pe sport, al aceluiași Vladimir Plahotniuc unde comentează diverse evenimente sportive.

## Previzuni și soluții în loc de concluzii

Responsabilitățile sunt exclusiv ale clasei politice. Cele două media publice românești depun anual un raport de activitate. Urmărind stenogramele discuțiilor din plen a parlamentarilor și rapoartele celor două comisii, din Senat ca și cameră decizională sau din Camera Deputaților, niciun parlamentar nu a ridicat vreo problemă sesizată în acest articol. De asemenea analizând competențele parlamentarilor din cele două comisii<sup>35e</sup> putem sesiza că foarte puțini dintre ei au avut legatură cu media și, și mai puțini cu managementul de presă.

În situația în care interesul clasei politice va fi focusat în alte direcții, SRTV și SRR vor funcționa ilegal datorită legislației elaborate și votate în octombrie 2016 și care schimbă statutul acestora din media publică în media de stat. Este greu de previzionat dacă se va găsi o soluție legislativă de a plăti datoriile SRTV de la bugetul de stat, deoarece această instituție nu își va putea plăti singură datoriile, motivele fiind enumerate mai sus. Parlamentul, Presedinția și Guvernul trebuie să propună profesioniști în media și management de media pentru viitoarele consilii de administrație care să rezolve gravele probleme ale celor două instituții.

Viitoarele consilii de administrație și viitorii PDG trebuie să se focuseze pe adevăratele probleme manageriale din zona programelor, a resurselor umane și gestionării resurselor financiare, acordându-se o mare atenție marketingului inexistent ale celor două instituții și fără a uita misiunea dată de legea de funcționare a mediei publice, aceea de a informa și educa audiența și nu de a concura cu posturile comerciale.

Plecând de la problematica enunțată în introducerea acestui material, cea a pregătirii celor două instituții media pentru contracararea presiunii mediatică a canalelor angajate în războiul informațional, trebuie construite strategii care să facă față noilor realități, ajungându-se inclusiv la planuri de criza în eventualitatea declanșării unor dezastre sau atacuri de orice fel de natură.

În cazul în care decizia politică în privința Republicii Moldova este în sensul măririi numărului proiectelor comune, TVR Moldova și Radio Chișinău trebuie restructurate astfel încât să își îndeplinescă misiunea. TVR Moldova și Radio Chișinău trebuie să aibe într-un viitor cât se poate de apropiat strategii consistente de a răspunde războiului mediatic al Federației Ruse, de a apăra interesele României și de a răspunde așteptărilor cetățenilor din Republica Moldova. Astfel România prin SRTV și SRR va avea posibilitatea de a contracara dezinformările continui lansate de presa rusească, ținând cont că se vor lupta pe piața media locală cu cele mai importante canale rusești și moldovenești (majoritatea pro ruse) și având numai profesioniști care să realizeze programe proprii locale competitive. Putem anticipa că trustul de presă a lui Vladimir Plahotniuc va împiedica în continuare dezvoltarea TVR și SRR care i-ar putea scădea audiențele canalelor proprii, puterea de penetrare a informațiilor dorite în sensul manipulării.

Știm că întreținerea a două canale media într-un mediu ostil este dificilă din punct de vedere financiar. O abordare simplă, ieftină și eficientă ar putea fi prin realizarea unei singure echipe redacționale în Republica Moldova care să gestioneze spațiile de emisie locale ale celor două canale TVR Moldova și Radio Chișinău. Dacă s-a făcut prea puțin în cooptarea jurnaliștilor

moldoveni, credem că atragerea în această echipă redacțională a jurnaliștilor și analiștilor moldoveni cu credibilitate mare ca angajați sau colaboratori pentru acoperirea 100% a grilei locale ar da plusvaloare programelor realizate.

În cazul insuficienței fondurilor și ținând cont că aceste două canale sunt singurele canale occidentale din Republica Moldova, se poate apela oricând la sprijinul partenerilor din UE și NATO pentru ca aceste două canale să devină competitive și combative în războiul informațional ce se află în desfășurare.

## Note

<sup>1</sup> Cosmin Pacuraru este doctor in Relatii Internationale si Studii Europene la Universitatea Babes Bolyai din Cluj Napoca, este fost jurnalist, manager de presa si trainer in jurnalism in Romania si Republica Moldova.

<sup>2</sup> Chifu Iulian, Oazu Nantoi – „Război Informațional: Tipizarea Agresiunii Informaționale a Federației Ruse”, Editura Institutului de Științe Politice și Relații Internaționale „Ion I. C. Brătianu”, București 2016, p. 17.

<sup>3</sup> Rus, Calin – Forme și teorii ale comunicării, curs, anul 1, UBB, Facultatea de Științe Politice, Administrative și ale Comunicării, Cluj Napoca, 2012, p. 15.

<sup>4</sup> Chifu, Iulian – Tipizarea războiului informațional al Rusiei, Adevărul, [http://adevarul.ro/international/europa/tipizarea-razboiului-informational-rusiei-1\\_577a48e35ab6550cb88ba7cf/index.html](http://adevarul.ro/international/europa/tipizarea-razboiului-informational-rusiei-1_577a48e35ab6550cb88ba7cf/index.html), 03.08.2016.

<sup>5</sup> Simileanu Vasile – Conflicte Asimetrice, Editura Top Form, București 2011, p. 34.

<sup>6</sup> Legea actualizată se găsește la <http://www.cna.ro/LEGE-Nr-41-din-17-iunie-1994,2196.html>.

<sup>7</sup> [http://www.cdep.ro/pls/legis/legis\\_pck.htm\\_act\\_text?id=39839](http://www.cdep.ro/pls/legis/legis_pck.htm_act_text?id=39839).

<sup>8</sup> [http://www.cna.ro/IMG/pdf/LEGEA\\_504\\_CU\\_ULTIMELE\\_MODIFICARI.pdf](http://www.cna.ro/IMG/pdf/LEGEA_504_CU_ULTIMELE_MODIFICARI.pdf).

<sup>9</sup> Toate posturile importante rusești de limba engleză și rusă pot fi vizionate cu ușurință pe orice smart tv, tableta, pc sau telefon, au apărut site-uri rusești în limba română afiliate la radiouri și televiziuni locale (sputnik.md cu Radio Sputnik și NTV), câteva canale ce emit din România au fost acuzate că promovează ideologia euroasianistă – dughinistă.

<sup>10</sup> Datele din 2005 puse la dispoziție de ARMA nu sunt suficiente dar am calculat.

<sup>11</sup> Prima măsurare a audienței elor tv la <http://www.arma.org.ro/ro/audiente>.

<sup>12</sup> <http://admin/uploads/assets/81a0fac47403c7b588b1.pdf>.

<sup>13</sup> <http://www.arma.org.ro/admin/uploads/assets/9f7a6c1ce495494a42eb.xlsx>.

<sup>14</sup> Nu luăm în socoteală și celelalte canale deoarece nu au aceeași acoperire.

<sup>15</sup> Prima măsurătoare de audiență radio.

<sup>16</sup> <http://www.audienta-radio.ro/default.aspx?id=7>.

<sup>17</sup> Note personale.

<sup>18</sup> <http://www.romania-actualitati.ro/rpages/viewprogram/1> – accesată 31.10.2016.

<sup>19</sup> Toate datele (TVR și RRA) se referă la grila de programe pentru o zi lucrătoare.

<sup>20</sup> Rapoarte pot fi consultate la: <http://www.srr.ro/RadioRomania/rapoarte-20>.

<sup>21</sup> Note personale.

<sup>22</sup> <http://www.tvr.ro/program.html>.

<sup>23</sup> [http://media.tvrinfo.ro/media-tvr/other/201604/raport-activitate-2015\\_97554500.pdf](http://media.tvrinfo.ro/media-tvr/other/201604/raport-activitate-2015_97554500.pdf).

<sup>24</sup> Legea 41 / 1994 art. 4, lit. 1.

<sup>25</sup> [http://media.tvrinfo.ro/media-tvr/other/201604/raport-activitate-2015\\_97554500.pdf](http://media.tvrinfo.ro/media-tvr/other/201604/raport-activitate-2015_97554500.pdf), paginile 121 și 122.

<sup>26</sup> <http://www.srr.ro/files/CY1923/RAPOARTE/RadioRomania-RAPORTANUAL2015.pdf>, p. 68.

<sup>27</sup> [http://economie.hotnews.ro/stiri-media\\_publicitate-21504170-radu-carp-membru-tvr-fost-numite-arbitrar-60-persoane-functii-conducere.htm](http://economie.hotnews.ro/stiri-media_publicitate-21504170-radu-carp-membru-tvr-fost-numite-arbitrar-60-persoane-functii-conducere.htm).

<sup>28</sup> <http://www.brat.ro/sati/rezultate>.

<sup>29</sup> Note personale.

<sup>30</sup> <http://germaniadirect.de/der-rundfunkbeitrag-taxe-radiotv-obligatorie-in-germania/>.

<sup>31</sup> Cosmin Pacuraru – Jocurile politice și presa de dincolo de Prut, Revista 22, <http://www.revista22.ro/jocurile-politice-si-presa-de-dincolo-de-prut-5699.html>.

<sup>32</sup> <http://radiochisinau.md/fregvente.html>.

<sup>33</sup> Afirmatia se bazeaza pe experienta personala, am circulat prin Republica Moldova in mai multe perioade și in foarte multe zone și imi permit sa pun la indoiala informatia ce se afla pe site-ul canalului, care spune că ar fi 70%. [http://www.radiochisinau.md/despre\\_noi-594](http://www.radiochisinau.md/despre_noi-594).

<sup>34</sup> Din proprie experienta: Eu au pus in functiune Radio 10 a SC Pajura Alba SRL, transformat in Radio Chisinau. Am lucrat o scurta perioada de timp pentru Euro TV, Centrul Independent de Jurnalism Chisinau și Prime TV. Am lucrat pentru UNDP Chisinau, OMS in Republica Moldova și Casa Nationala de Asigurari de Sanatate a Republicii Moldova.

<sup>35</sup> Cv-urile acestora se gasesc pe site-urile celor doua camere ale Parlamentului.

<sup>36</sup> <http://www.senat.ro/ComponentaComisiei.aspx?Zi=&ComisieID=4383CB1C-8F08-4800-9D81-2BF256A3DEDF>.

<sup>37</sup> <http://www.cdep.ro/pls/parlam/structura2015.co?idl=1&idc=10>.

## Bibliografie

Chifu Iulian, Oazu Nantoi – „Război Informational: Tipizarea Agresiunii Informationle a Federatiei Ruse”, Editura Institutului de Stiinte Politice și Relatii Internationale „Ion I. C. Bratianu”, Bucuresti, 2016.

Legea 41/1993 privind organizarea si functionarea SRTV si SRR.

Legea 19/2003 privind organizarea si functionarea Agentiei Agerpres.

Legea 504/2002 Legea Audiovizualului.

Rus, Calin – Forme și teorii ale comunicarii, curs, anul 1, UBB, Facultatea de Stiinte Politice, Administrative și ale Comunicarii, Cluj Napoca, 2012.

Simileanu Vasile – Conflicte Asimetrice , Editura Top Form, Bucuresti 2011.

## Articole

Chifu, Iulian – Tipizarea războiului informational al Rusiei, Adevarul, [http://adevarul.ro/international/europa/tipizarea-războiului-informational-rusiei-1\\_577a48e35ab6550cb88ba7cf/index.html](http://adevarul.ro/international/europa/tipizarea-războiului-informational-rusiei-1_577a48e35ab6550cb88ba7cf/index.html), 03.08.2016.

Cosmin Pacuraru – Jocurile politice și presa de dincolo de Prut, Revista 22, <http://www.revista22.ro/jocurile-politice-si-presa-de-dincolo-de-prut-5699.html>.

## Site-uri

Asociatia pentru Radioaudienta [www.audienta-radio.ro](http://www.audienta-radio.ro).

Asociatia Romana Pentru masurarea Audientelor [www.arma.org.ro](http://www.arma.org.ro).

Biroul Roman de Audit al Tirajelor [www.brat.ro](http://www.brat.ro).

Hotnews [www.hotnews.ro](http://www.hotnews.ro).

Parlamentul Romaniei, Camera Deputatilor [www.cdep.ro](http://www.cdep.ro).

Parlamentul Romaniei, Senat [www.senat.ro](http://www.senat.ro).

Radio Romania Actualitati [www.romania-actualitati.ro](http://www.romania-actualitati.ro).

Romani in Germania [www.germaniaindirect.de](http://www.germaniaindirect.de).

Societatea Romana de Radio [www.srr.ro](http://www.srr.ro).

Societatea Romana de Televiziune [www.tvr.ro](http://www.tvr.ro), [www.media.tvrinfo.ro](http://www.media.tvrinfo.ro), [www.radiochisinau.md](http://www.radiochisinau.md).

