

## TVR Iassy Contributions to the Public Education of the Moldavian Region through Partnerships Contribuții ale TVR Iași la educarea publicului din regiunea Moldovei prin parteneriate

Vasile ARHIRE  
TVR Iași

### Abstract

In the last decades, television became a vital part of the contemporary world and an important performer in our social existence. Communication system has improved the other subsystems of the society. In this circumstance, the Public Television had a really vigorous position in Romanian society. Its intention is to give to each person the right and the liberty of being informed. It also wants to be a significant education feature for the entire society through the programs that he produces and transmits on the public and local channels. As a central social actor in the Eastern area of Romania, the Regional Studio from Iasi of RSTV shows a special interest in engaging partnerships, on two important ways for the public: information and education. TVR Iasi didn't just built partnerships by using images and sounds recorded on camera, but it was also dynamic and innovative thanks to the specialists who worked on development progress. This way, from 2003 until now, the number of partnerships between TVR Iasi and public institutions, NGOs and associations increased from 31 in the first year to 74 in 2005. The activities from each promotion sustained by partnerships were reflected into the news broadcast. Interactive shows are an efficient way to determine a good understanding for special happenings from real life. TVR Iasi is a partner for "Alaturi de voi" Organization and fights against discriminating people infected with HIV. One more motivating project that we developed with "Alternative sociale" Organization had the topic "16 days of activism against domestic violence". The purpose was to get young people's awareness over violent behavior. Another important partnership was signed with Agentia Nationala Antidrog. This type of partnership has the intention of impressing people, groups and organizations over some situations meant to concern the community under different aspects that influence the community. Such a project, initiated by the Prefecture of Iasi, Moldova Museum and TVR Iasi it's called "SOS Patrimony - Save Palatul Culturii". The most important thing in succeeding in a partnership is to found a high level communication relation. Very important are responsibility, creativity and respect between partners. For the future, TVR Iasi wants to maintain the ideas and social actions from Moldova through partnerships. This way it will have a say into modernizing our society.

### 1. Obiective ale parteneriatelor

În ultimele decenii, televiziunea a devenit o componentă esențială a lumii moderne, devenind un actor important pe scena vieții sociale. Prin sistemul comunicării a modelat celelalte subsisteme ale societății. În acest context, un rol extrem de activ în societatea românească l-a avut și îl are Televiziunea publică, cea care prin statutul sau are rolul de a asigura individului dreptul și libertatea de informare și de a fi pentru acesta, pentru grup și organizație, de fapt pentru întreaga societate, un factor important de educație prin programele pe care le realizează și le difuzează pe canalele naționale și regionale. Legea de organizare a societăților publice de radio și de televiziune prevede explicit realizarea de emisiuni în sprijinul procesului de formare a tineretului sub aspect instructiv-educativ, moral-religios și patriotic, în colaborare cu persoane juridice de drept public și persoane juridice de drept privat, fără scop lucrativ.

Prin televiziune, personalitatea umană este influențată în:

- dimensiunea cognitivă (schimbarea imaginii despre lume)
- dimensiunea afectivă (crearea sau modificarea unor atitudini și sentimente)
- dimensiunea comportamentală (schimbări ale modului de acțiune ale indivizilor și fenomene de mobilizare socială);

Societatea Română de Televiziune colaborează cu instituțiile publice, cu agenții economici, cu persoane juridice de drept privat fără scop lucrativ și se sprijină pe comunicarea cu telespectatorii în scopul realizării obiectului de activitate. Din această perspectivă, pentru a-și atinge obiectivele, televiziunea publică poate amplifica nivelul modului de exprimare în ceea ce privește latura educativă prin parteneriate. Lucru firesc într-o societate democratică și deschisă, în care capacitatea de a crea legături cu ceilalți este determinantă pentru viața modernă și pentru succesul nostru ca indivizi.

Succesul organizațiilor de orice tip și de orice mărime depinde de oameni capabili să comunice, să relaționeze și să se deschidă unul în fața celuilalt. A împărtăși ce gândim înseamnă prefigurarea succesului, rezolvarea problemelor cu care ne confruntăm și pășim pe un teritoriu comun. Simpla exprimare a propriilor opinii și susținerea lor este prea puțin în actualul context al vieții. Acceptarea gândurilor și atitudinilor celor din jur, asocierea cu cei care au preocupări comune în sprijinul unor situații nu poate însemna decât evoluție.

Parteneriatul înseamnă o relație de calitate, care nu se bazează pe compromisul făcut involuntar sau din reflex, ori pe capacitatea de a-i amăgi sau de a-i obliga pe ceilalți să facă lucrurile așa cum vrem noi. Relațiile pe care le stabilim în activitatea cotidiană pe diverse planuri ale vieții se constituie în modele. Indiferent de câtă importanță acordăm acestor relații, le construim și le refacem în mod constant. Legăturile noastre evoluează și sunt în continuă mișcare pe o sinusoidă. Generarea unor parteneriate eficiente poate echivala cu menținerea unei poziții de echilibru. Dacă acționăm unilateral și doar în favoarea propriului interes, îi îndepărtăm pe jucătorii-cheie. Dacă acționăm în totală dependență de ei și dăm dovadă de neputință, ne lăsăm manipulați și controlați. Este ușor să gravităm în jurul acestor extreme. Dar este mult mai stimulant să creăm parteneriate benefice.

Mulți dintre noi au gândit măcar odată cum să schimbe lumea și sistemul de legături care o pune în mișcare pentru a o face mai bună, după modul nostru de gândire. Orice efort am depune, tot n-am reuși să acoperim toate nedreptățile și durerea care bântuie în jurul nostru. Tot ar mai rămâne lucruri de o importanță covârșitoare cărora n-am reuși să le găsim soluția transformării pozitive.

Întotdeauna suntem tentați să încercăm să rezolvăm problemele mari ale vieților noastre și din organizațiile în care trăim zi de zi. Suntem dispuși să contestăm politicile marilor companii și deciziile acestora. Credem ca datorită fiecăruia dintre noi

este de a învăța să trăim în și de a dezvolta organizațiile din care facem parte, cu normele lor specifice. Trebuie să învățăm cum să evoluăm la nivel personal și interpersonal. În momentul în care avem certitudinea că deținem controlul asupra propriei schimbări și evoluții, abia atunci putem acorda mai multă atenție problemelor mai largi ale societății.

În mod evident trebuie să menținem echilibrul între cele două extreme. Atunci când ne gândim la parteneriate, trebuie să optăm pentru a trăi și pentru a ne bucura, chiar dacă în jur este multă dezordine. Nu putem și nici nu trebuie să forțăm schimbarea. Trebuie să devenim proprii noștri instructori, atenți și responsabili față de evoluția noastră, sprijinindu-i și încurajându-i pe cei care ne sunt parteneri și au un impact puternic și benefic asupra existenței noastre. Aceste parteneriate create prin implicarea unor factori sociali importanți permit promovarea idealurilor culturale individuale, un ideal al formării armonioase și echilibrate a individului în comunitate, pentru conturarea unei personalități în spiritul valorilor clasice ale umanismului, în concordanță cu valorile modernității.

Se pare că provocarea constă în modul în care construim parteneriate cu persoanele din jurul nostru, astfel încât să putem supraviețui cu succes provocărilor, să ne îmbunătățim viața și pe noi înșine.

Ca actor social important în regiunea estică a României, Studioul Teritorial Iași al SRTV a acordat și acordă o atenție deosebită parteneriatelor, pe două direcții importante pentru telespectatori: informare și educație.

Acțiunile noastre și ale partenerilor au vizat în principal adulții, segmentul de populație care, prin capacitatea de implicare în diferite activități, poate influența diverse aspecte ale vieții noastre cotidiene. Am considerat întotdeauna că televiziunea are elementele specifice care, împreună cu cele ale unor instituții sau ONG-uri de un anumit profil, pot susține de o manieră mai convingătoare idei și teme benefice societății. Aceste parteneriate le-am considerat adevărate construcții, la edificarea cărora TVR Iași n-a avut doar o contribuție delimitată de imaginea și sunetul surprinse de camera de filmat, ci a participat activ și creativ la elaborarea unor proiecte și punerea lor în practică prin specialiștii săi și prin reprezentanții conducerii. Parteneriatele în care postul nostru de televiziune au însemnat adevărate campanii de presă pe durate variind între 14 zile și un an, funcție de amploarea proiectului propus.

Interesul manifestat de noi și atitudinea activ-participativă i-a încurajat și pe partenerii noștri în a ne propune colaborări numeroase și interesante, cu atractivitate pentru public. Astfel, din anul 2003 și până în prezent, numărul parteneriatelor realizate de TVR Iași cu instituții publice, ONG-uri, asociații a crescut treptat, ajungând de la 31 în primul an la 74 în anul 2005. Simpla enunțare a cifrelor poate nu este spectaculoasă, dar analizarea activităților care implică realizarea unui astfel de parteneriat poate oferi dimensiunea reală a însemnătății pe care o acordăm acestui gen de preocupări.

Scopurile parteneriatelor la care participăm sunt următoarele:

- sensibilizarea populației asupra problemelor sociale, de integrare a grupurilor în societate (campaniile de sensibilizare non-discriminatorie, de implicare a comunității)
- focalizarea atenției asupra problemelor specifice regiunii (ex. implicațiile integrării europene la nivel regional, problemele clădirilor de patrimoniu din județele Moldovei)
- promovarea valorilor (ex. prin susținerea acțiunilor organizate de inspectorate școlare, organizații studențești, asociații educative)

În promovarea modalităților de atingere a obiectivelor concretizate în diversele campanii am folosit mijloace specifice televiziunii. Pentru ca mesajul să ajungă la un număr cât mai mare de telespectatori, lucru necesar pentru a determina reacții în comunitate, am folosit în special difuzarea de spoturi promoționale. Durata acestora, avizate de Consiliul Național al Audiovizualului, este de 30 de secunde.

Pentru o comunicare eficientă către telespectatori și în raport cu normele audiovizuale au fost difuzate câte patru spoturi în spațiul de emisie regională cu durata de două ore, înainte sau / și în timpul campaniei, funcție de strategia organizatorilor.

## **2. Parteneriate promovate de TVR Iași. Tipuri, modalități de acțiune, rezultate**

Complexitatea demersului a determinat de multe ori amplificarea și diversificarea modalităților de aprofundare a intențiilor partenerilor. Astfel, acțiunile punctuale ale campaniilor au fost reflectate în emisiunile de știri.

O modalitate eficientă de a determina o înțelegere a diverselor fenomene cât mai apropiată de realitate au fost emisiunile de dezbatere interactivă. În cadrul acestora, parteneriatul și-a dovedit pe deplin eficacitatea, contribuind la informarea corectă a privitorilor, dar și la atragerea, chiar provocarea lor pentru găsirea unor soluții de remediere a situațiilor puse în discuție. Organizația inițiatore a proiectului a pus la dispoziție baza sa de date și trebuie spus că ONG-urile cu care am colaborat au o astfel de bază foarte bine pusă la punct, plecând de la legislația internă și europeană la cazuri ilustrative pentru diverse teme. Acest lucru a permis jurnaliștilor o documentare serioasă și coerentă, precum și o înțelegere a fenomenelor în adâncimea lor. Coordonatorii de proiect și voluntarii au oferit exemple sugestive, fapt care a determinat o creștere a credibilității.

Televiziunea a pus în joc mijloacele specifice, capacitatea creatoare și de comunicare a reporterilor și moderatorilor săi. Aceștia au generat interesul și atractivitatea discuțiilor și reportajelor prezentate, emoția în rândurile celor aflați în fața micilor ecrane. Efectul a fost atragerea acestora la dezbateri prin telefon, intrând în contact direct cu invitații din platou. Atunci când situația a permis-o, printre oaspeții din studio s-au aflat chiar exponenți ai situațiilor dezbătute. Astfel de programe s-au realizat în timpul campaniilor sau la sfârșitul acestora.

Una dintre temele la care TVR Iași a fost și este partener al Fundației "Alături de voi" este lupta pentru combaterea discriminării și stigmatizării persoanelor infectate HIV.

Prima propunere a partenerilor noștri a venit în anul 2004. După mai multe runde de întâlniri am considerat că o colaborare cu aceasta ar fi benefică telespectatorilor. Fundația "Alături de Voi" este o organizație non-guvernamentală, înființată în martie 2002 de către Holt International Children's Services cu finanțare USAID. ADV a preluat personalul și programele HIV derulate în România de către Holt din anul 1992. Înființarea Fundației "Alături de Voi" a venit ca răspuns la nevoia de diversificare a serviciilor existente în domeniul HIV/SIDA. ADV are sediul național la Iași și filiale în Constanța și Târgu Mureș.

Misiunea sa este îmbunătățirea calității vieții persoanelor infectate și afectate HIV/SIDA din România. Obiective sale, să

răspundă direct nevoilor persoanelor infectate și afectate HIV/SIDA din România; să contribuie la prevenirea transmiterii HIV/SIDA în comunitate; să susțină dezvoltarea managerială a actorilor implicați în domeniul HIV/SIDA, precum și valorile fundamentale ale fundației: Familia, Parteneriatul, Incluziunea, Comunitatea responsabilă, Profesionalismul ne-au determinat să începem un parteneriat pe care îl apreciem ca fructuos.

Sintetic, parteneriatul cu “Alături de voi” s-a materializat în promovarea mai multor programe, cum ar fi: Replicarea modelului “Asistența maternală pentru copilul seropozitiv HIV în șase județe din țară: Bacău, Botoșani, Galați, Prahova, Vaslui și Suceava; Integrarea socială și școlară a tinerilor seropozitivi HIV din România - la acesta, TVR Iași a realizat filmul “Hotărât să învăț cu voi” și “Mă implic pentru tine”.

Ultima campanie menționată este o inițiativă a unui grup de oameni din mass-media și din cadrul Fundației “Alături de Voi”, care își propune implicarea actorilor sociali cu putere de decizie la cel mai înalt nivel în comunitatea ieșeană, în prevenirea transmiterii infecției cu HIV și în combaterea discriminării, a marginalizării persoanelor care trăiesc cu HIV.

Campania se desfășoară în perioada iunie 2006 – mai 2007, timp în care 48 de actori sociali (2 persoane timp de 2 săptămâni) se vor implica în activitățile de la Clubul Tinerilor și Atelierele Protejate ale Fundației “Alături de Voi”, vor lua parte la campaniile ADV de comunicare din școli, licee, discoteci, cluburi, comunitate, precum și la alte evenimente speciale derulate de fundație.

Un alt proiect vast și interesant l-am dezvoltat împreună cu Asociația “Alternative Sociale” și a avut ca generic “16 zile de activism împotriva violenței asupra femeii”. Scopul era creșterea gradului de conștientizare a tinerilor referitor la fenomenul de violență asupra femeii, în special, și în familie, în general. Datele și cazurile puse la dispoziție de inițiatori au devenit mai puțin rigide prin mijloacele specifice televiziunii, reacția telespectatorilor fiind una favorabilă aprofundării numeroaselor aspecte legate de subiect în societatea noastră. Foarte interesantă a fost și asocierea în scopul sensibilizării individului și grupurilor cu Agenția Națională Antidrog. Fenomen în extindere în ultimii ani, mai ales la adolescenți și tineri, consumul de substanțe interzise trebuie să preocupe într-un mod major. Un impact asupra publicului l-au avut reportajele cu tinerii din centrele de dezintoxicare – a căror identitate, desigur, a fost protejată conform legii. La o cotă superioară de interes s-a ajuns atunci când, în cadrul unei dezbateri televizate cu acest subiect, în platoul emisiunii, alături de medici, psihologi, polițiști, voluntari și ziariști s-a aflat și un fost consumator de droguri. Interesul publicului s-a simțit rapid prin numărul mare de apeluri telefonice. Unii erau curioși cum se poate ajunge într-o astfel de situație dramatică, alții ofereau încurajări și sfaturi. Dezbateră, în aceste condiții, nu a fost una moralizatoare, ci mai curând s-a transformat într-o modalitate eficientă de comunicare a pericolelor asupra generației tinere în condițiile folosirii substanțelor stupefiante.

Contribuția televiziunii publice la educarea adulților include și parteneriatele menite să sensibilizeze indivizii, grupurile, organizațiile asupra unor stări de lucruri menite să afecteze sub diverse aspecte comunitatea. Un astfel de proiect, inițiat de Prefectura județului Iași, Complexul muzeal “Moldova” și TVR Iași, se află în derulare și se intitulează “SOS Patrimoniu – Salvați Palatul Culturii”.

Prin această campanie ne-am adresat ieșenilor de toate vârstele, persoanelor juridice, românilor aflați în afara țării cu intenția de a-i sensibiliza asupra pericolului în care se află Palatul Culturii, datorită degradării construcției, și de a genera o reacție pentru strângerea de fonduri necesare consolidării.

Pe canalul regional al TVR am lansat într-o primă etapă spoturi video, tip teasing, și fluturași de informare asupra campaniei. Într-o altă etapă am prezentat în emisiuni culturale, dar și în cele magazin, cu o audiență sporită la un segment mai larg de telespectatori, reportaje despre valoarea arhitecturală a clădirii-efigie a Iașului și despre comorile artistice deținute în muzeele din incinta Palatului.

O altă perioadă a campaniei a fost consacrată emisiunilor-dezbateri cu participarea unor specialiști în diverse arte, arhitectură, reprezentanți ai administrațiilor județene și locale, politicieni, reprezentanți ai societății civile și, în paralel, difuzării unor spoturi tip testimonial. Acestea au fost necesare deoarece aduc credibilitate mesajului (prezentând importanța obiectivului, apoi pericolul pe care îl reprezintă amânarea renovării lui și modalități de susținere a refacerii), cu accent pe sentimente și pe reciprocitate în mesajul către public (“inima Iașului”, “este rândul tău” etc.).

Un punct culminant l-a constituit lansarea canalelor de acces pentru contribuțiile materiale: un Bal de caritate la Palat în cadrul căruia oameni de afaceri și politicieni au oferit contribuții substanțiale sub “privirea” camerelor de filmat, urmat de punerea la dispoziția publicului de conturi și numere de telefon pentru donații. Campania de strângere de fonduri se află în plină desfășurare. Subliniez, deși cred că nu mai este necesar, că această acțiune am gândit-o nu ca pe o simplă colecție de fonduri, altfel justificată și onorantă, ci și ca un bun prilej de apropiere a publicului de toate vârstele și profesiile de valorile culturii române.

Am prezentat succint câteva tipuri de parteneriate pe care TVR Iași le-a promovat în perioada 2003-2006. Analizele efectuate la momentul finalizării fiecărui proiect au relevat faptul că acest tip de colaborare în scopul atingerii unor obiective educaționale este benefic pentru toate părțile: organizație inițiatoare – televiziune – public. Parteneriatele cu organizații sau grupuri comunitare sunt o bună metodă prin care o televiziune își poate atinge obiectivele de PR. Clienți mai fideli, angajați mai responsabili și mai implicați, colaboratori de calitate sunt doar câteva dintre rezultatele unui astfel de parteneriat.

Reușita poate fi atinsă însă printr-un nivel înalt de comunicare, responsabilitate, creativitate și respect între parteneri, toate aceste atribute manifestându-se prin efort general maxim. Colectivul TVR Iași își propune să continue susținerea prin parteneriate a ideilor și acțiunilor cu efect social important în județele din zona Moldovei, conștient fiind că și acest mod de manifestare este în consonanță cu exigențele unei societăți moderne.