

Raport de activitate al Departamentului Newsroom din cadrul IP Compania „Teleradio- Moldova”



Departamentul și-a început activitatea din 1 aprilie 2024, integrând, treptat, fostele departamente de știri de la TV, Radio și Multimedia.

Funcțiile de bază ale redacției integrate de știri, stipulate în Regulamentul intern, sunt: informare exactă, imparțială și obiectivă a publicului; producere de știri și alt conținut informativ de înaltă calitate; integrarea deplină a procesului de producție a știrilor prin plasarea conținutului în centrul procesului decizional și permițând o eficiență maximă în utilizarea resurselor umane, echipamentelor și tehnologiei; sporirea impactului știrilor Teleradio-Moldova prin transmiterea lor către public pe toate platformele pe care Compania „Teleradio-Moldova” le deține și utilizează (Televiziune, Radio, Social Media); monitorizarea și evaluarea integrării depline a procesului de producție a știrilor prin realizarea studiilor de audiență și de percepție; sporirea nivelului de profesionalizare a angajaților și asigurarea cu resurse umane.

De la constituire, redacția și-a îndeplinit **misiunea**, stipulată în Regulamentul intern, cea de a informa corect, imparțial, obiectiv publicul, prin difuzarea știrilor și emisiunilor informative, cu respectarea prevederilor Codului serviciilor media audiovizuale, Codului deontologic al jurnalistului, standardelor interne și internaționale naționale. Newsroom a difuzat/publicat conținut informativ de înaltă calitate publicului utilizând și combinând cât mai bine fiecare platformă (Televiziune, Radio, Social Media). Producția integrată de știri permite Companiei să ajungă la diverse tipuri de public din Republica Moldova și nu doar, cu conținut personalizat pentru a răspunde cerințelor acestora și permite extinderea acoperirii către diverse tipuri de public, care tind să urmeze platforme de difuzare din ce în ce mai puțin tradiționale. Procesele de planificare și de colectare a știrilor sunt integrate pentru toate platformele fiind orientate spre conținut. Iar procesele de post-producție, adică difuzare/publicare sunt specifice fiecărei platforme fiind coordonate pentru a obține un impact maxim cu cea mai eficientă utilizare a resurselor umane și tehnologice.

Redacția integrată de știri are în prezent 94 de angajați, dintre care circa 40 constituie personal de creație, inclusiv la sport, și ne referim la reporteri, prezentatori, redactori, producători (Radio și multimedia), editori și editori coordonatori șefi. Newsroom are 3 corespondenți în teritoriu - 1 la Soroca și 2 la Comrat – și un acord de colaborare cu o redacție regională din Nordul țării. În afara țării, sunt 2 corespondenți – Dan Alexe (Bruxelles) și Mircea Oprea (București).

Planificarea activității și a fluxului de știri are loc dimineața și seara la ședințele editoriale. La cele de dimineață participă, fizic sau online, tot personalul de creație. La cele de seară participă directoarea și editorii coordonatori șefi de la fiecare platformă. În cadrul ședințelor de planificare sunt discutate și planificate subiectele care urmează a fi acoperite, modalitățile de reflectare ale acestora și distribuția generală a resurselor și priorităților. Editorii coordonatori șefi selectează, însărcinează și combină producția de știri în formatele și pentru platformele care se potrivesc cel mai bine tipului de știri difuzate și vizează mai precis diferite tipuri de public, cu conținut provenit de la același eveniment. În procesul integrat de colectare a știrilor, reporterii creează simultan conținut de știri pentru publicare pe toate platformele, la cererea specifică a editorilor șefi.

Politica editorială se bazează pe obligația asumată de a oferi informații corecte, obiective, imparțiale și un jurnalism profesionist. Misiunea Newsroom este să promoveze valori și instituții democratice, să susțină drepturile omului și să ofere audienței ceea ce de multe ori lipsește în alte surse: știri/interviuri/relatări/dezbateri serioase, analitice și echilibrate. Dincolo de agenda publică, pe care trebuie și o reflectă de fiecare dată, redacția integrată de știri se concentrează pe subiecte care vizează principalele provocări ale R. Moldova, cum ar fi: sărăcia, migrația, inechitatea socială, dezinformarea, propaganda, violența domestică, discriminarea, infrastructura rurală precară, corupția, reformele sistemice, descentralizarea etc. O temă prioritară și majoră

este integrarea europeană și aderarea Republicii Moldova la Uniunea Europeană. Newsroom reflectă toate evenimentele relevante de pe agenda europeană care au loc atât în țară, cât și în afara ei; relatează despre proiectele și investițiile, nu doar financiare, europene; analizează beneficiile, dar și provocările procesului de aderare etc.

Reflectarea subiectelor se bazează pe o structură simplă, după cum urmează: istorii umane (cetățeanul) – mediul academic/parteneri sociali/experti/analisti/ONG-uri – autorități/politicieni. „Centrul de greutate” al fiecărui subiect trebuie să fie omul. În era tehnologiilor informaționale, politicienii/autoritățile statului nu mai au nevoie de jurnaliști. Ei au comunicatori bine pregătiți și folosesc zeci de platforme ca să-și transmită mesajele rapid și eficient cetățenilor. Ca să nu ne pierdem utilitatea, în contextul ascensiunii social-media, trebuie să fim acea punte de legătură între oameni și politicieni. Iată de ce **trebuie să ne concentrăm pe poveștile oamenilor**, agenda cetățenilor, să le explicăm cum fiecare decizie politică le influențează viața și să-i implicăm în procesele decizionale. Prioritare sunt jurnalismul original, de autor. Iar modul de reflectare și prezentare a subiectelor trebuie să fie captivant și relevant pentru audiență. În acest context, Newsroom aplică tot mai frecvent practica BBC de a reflecta cele mai importante subiecte prin intervențiile LIVE ale reporterilor în discuție cu prezentatorii.

Numărul buletinelor de știri TV prezentate de către prezentator s-a majorat de la două la șase. Astfel, în prezent doar un singur buletin, cel scurt de la ora 16:00, este fără prezentator.

S-a diversificat modul de „împachetare” a subiectelor pe online și social media (Live bloguri, explainer, linkuri active, poze atractive, video scurte pentru social media, stories, reels). În pofida resurselor umane limitate, platformele social media rămân o prioritate. De la 1 aprilie, numărul urmăritorilor s-a majorat pe toate platformele sociale. Pe Facebook, pe pagina Compania Teleradio Moldova – 9,1 mii urmăritori noi; pe TV Molodva 1 – 20,7 mii; pe Radio Moldova – 613 urmăritori noi. Numărul total al celor care ne urmăresc pe Facebook este acum: Compania Teleradio Moldova - 180 mii; TV Moldova 1 - 168 mii și Radio Moldova - 7 mii. Pe Youtube avem 56.552 cu aproape 15 mii mai mulți decât pe 31 martie 2024 (41.652).

Pe Instagram numărul urmăritorilor a crescut de la circa 6500 în aprilie la peste 9000 în decembrie, iar impactul postărilor este de peste 64 de mii, adică conținutul pe care îl producem este consumat de foarte mulți non-urmăritori, pe care încercăm să îi atragem.

Tiktok-ul am început să-l utilizăm de la crearea Newsroom și avem acum peste 23 de mii de urmăritori. Peste 50% sunt persoane cu vârste cuprinse între 25 și 44 de ani. Peste 32% sunt din Republica Moldova, 30% - din România, 8,8% - Italia.

În perspectivă, analizăm oportunitatea de a reanima canalul de pe Telegram.

Pe social media tendințele în creștere puteau fi și mai accentuate dacă existau suficiente resurse umane dedicate acestor platforme.

Pe site-uri - radiomoldova.md și moldova1.md – tendințele se mențin constante și oscilează zilnic în funcție de principalele evenimente. De la crearea Newsroom, colegii din multimedia au început să și realizeze subiecte, nu doar să publice și să adapteze pentru site cele preluate de la TV și Radio. Astfel, se constată o creștere a numărului de știri și articole mai ample, documentate, inclusiv ale celor de autor, originale. La fel s-a îmbunătățit aspectul vizual al materialelor publicate prin folosirea fotografiilor mai calitative, graficelor, diagramelor, Live textelor, linkurilor active, încorporarea postărilor social-media etc. Întrucât conținutul pe ambele site-uri se dublează, în mare parte, este examinată opțiunea de a avea un singur site al Companiei dedicat știrilor.

Printre evenimentele majore pe care Newsroom le-a reflectat, de la creare, se numără: alegerile prezidențiale; referendumul republican constituțional; procesele de aderare europeană (inclusiv deschiderea negocierilor de aderare și screeningul bilateral, reuniunile Consiliului de asociere UE-RM, vizitele înalților oficiali europeni); Recensământul 2024; alegerile europarlamentare; alegerile parlamentare și prezidențiale din România; Campionatul European de fotbal ș.a.

Alegerile prezidențiale și referendumul republican constituțional din 20 octombrie. Cele două scrutine au fost un prim test important pentru redacția integrată de știri. Newsroom a

reflectat pe larg cele două scrutine pe toate platformele prin știri informative, comentarii, analize, voxuri și interviuri. Au prezentat echilibrat programele și activitatea tuturor concurenților electorali și opțiunile participanților la referendum. Plebiscitul a fost reflectat un pic mai anemic, pentru că și campania pentru el a fost destul de anemică, dar era nevoie de o mobilizare mai mare. Am planificat și elaborat o amplă campanie în ajun despre beneficiile și provocările aderării europene, dar din lipsă de resurse, în special umane, nu am reușit să o realizăm. Am organizat dezbateri electorale pentru ambele scrutine la care am invitat toți concurenții și participanții, majoritatea au dat curs invitației. În premieră, după fiecare rundă de dezbateri am analizat cu experți falsurile în declarații. Emisiunile CHECKATHON au avut un impact mare pe online și au fost apreciate în breaslă și în mediul experților. Pe 20 octombrie și pe 3 noiembrie am avut ediții speciale la TV, iar la radio a fost majorată durata buletinelor de știri. La TV, pe 20 octombrie au avut ediții speciale timp de 8 ore și 50 min. Iar pe 3 noiembrie - 15 ore și 17 min. Acestea au inclus interviuri cu experți, live-uri reporteri din teren, reportaje, discuții cu reprezentanți din diaspora ș.a. La edițiile speciale în limba rusă au participat invitați de top care au adus maximă audiență (frunțași ai trupei Bi 2, opozantul Dmitri Gudcov, analistul Global Counsel Alexandr Smotrov, interpreta Laima Vaikule, jurnalistul ucrainean Vitali Portnikov etc.). La Radio, pe 20 octombrie durata totală a buletinelor de știri a fost de 2 ore și 50 min. (față de 1 oră și 55 min., în mod obișnuit). Pe 3 noiembrie durata totală a fost de 4 ore și 11 min. În ambele zile, toate buletinele nocturne au fost în direct. Pe site-uri în ambele zile de alegeri au fost Live bloguri, cu știri actualizate constant până după miezul nopții.

Aderarea la Uniunea Europeană și deschiderea negocierilor. Subiectul integrării europene este prioritar în mod constant. Newsroom a realizat mai multe reportaje și relatări, pe toate platformele, despre beneficiile aderării, dar și despre provocările în diferite domenii (agricultură, protecție socială, piața muncii, educație, nivel de trai etc.) pornind de la experiența României și nu doar. Au fost realizate mai multe reportaje despre proiectele susținute de Uniunea Europeană și beneficiile concrete pe care le-au adus cetățenilor. La fel, Newsroom a reflectat toate evenimentele legate de agenda europeană a Republicii Moldova, inclusiv prin relatări de la fața locului despre evenimentele desfășurate la Luxembourg (deschiderea oficială a negocierilor de aderare), la Bruxelles (reuniunile comitetului de asociere și rundele de screening bilateral) etc. La fel, am avut mai multe interviuri în exclusivitate cu înalți oficiali, inclusiv Ministrul de Externe al Norvegiei, Comisari Europeni, cu președinții Țărilor Baltice, Ministerul Afacerilor Europene al Cehiei, Ministrul Afacerilor Externe al Ungariei, Ministrul Afacerilor Externe al Marii Britanie etc.

Maraton Ziua Independenței. Newsroom și-a adaptat grilele de emisie și activitatea pe toate platformele realizând un „maraton” de ediții speciale în emisie directă de peste 12 ore dedicate Zilei Independenței Republicii Moldova. A reflectat evenimentele publice consacrate evenimentului, a avut invitați de marcă în studiouri, intervenții live ale reporterilor care s-au aflat în punctele de importanță majoră în capitală (Complexul Memorial „Eternitate”, monumentul lui Ștefan cel Mare și Sfânt și Piața Marii Adunări Naționale), dar și în localități din sudul, centrul și nordul țării. A fost realizat un număr apreciabil de interviuri și reportaje cu cetățenii moldoveni din zonele rurale și din diasporă. Iar, în după-amiaza zilei, Newsroom a realizat un interviu în direct cu președinții Țărilor Baltice, Gitanas Nausėda, Alar Karis și Edgars Rinkēvičs, care au vizitat Republica Moldova.

Alegerile europarlamentare. Re lângă știrile de actualitate, Newsroom a realizat o serie de interviuri exclusive cu Dacian Cioloș, Eugen Tomac, Sigfried Mureșan, Dan Alexe, Sabina Fati, Iulian Groza, Ovidiu Nahoi ș.a. despre miza acestor alegeri, rolul și atribuțiile Parlamentului European, balanța de forțe, importanța participării cetățenilor moldoveni la aceste alegeri. Subiectul a fost constant abordat și la emisiunea În Context.

Campionatul European de fotbal. Newsroom a asigurat comentarea fiecărui meci. Reporterii Newsroom au reflectat de la fața locului, din Germania, cele mai importante și relevante momente ale Campionatului. Timp de două luni, o lună înainte de Campionat și o lună după, a fost difuzată emisiunea Euro Arena, lansată în contextul Campionatului. După finisarea acestuia,

s-a decis lansarea emisiunii săptămânale Arena Sportivă. Pe durata **Jocuri Olimpice Paris 2024** Newsroom a avut mai multe ediții speciale la care au participat inclusiv mai mulți sportivi moldoveni medaliați.

Dincolo de evenimentele cheie de pe agenda publică am realizat mai multe **materiale originale, de autor, centrate pe istorii umane**, între care: reportaj despre foști dependenți de droguri; reportaj despre foști dependenți de alcool; reportaje despre violența domestică; reportaj despre o deținută care a născut în detenție și are șapte copii; reportaj despre persoanele cu nevoi speciale; reportaje despre starea deplorabilă în care se află monumente de arhitectură; reportaje despre investițiile care au fost efectuate de către diasporă băștinașă în satele din Republica Moldova; documentar despre apă potabilă care rămâne a fi un lux pentru multe sate; reportajele despre oamenii străzii; reportaje despre refugiați; reportaje despre Prima Clasă; reportaje despre pregătiri de iarnă în prag de eventuală criză energetică; reportaje despre bani europeni pierduți; reportaje despre asistenți parentali pentru care autorul a fost premiat de Asociația Presei Independente etc.

În concluzie, **printre principalele realizări** am putea menționa următoarele: personalul de creație din Newsroom devine universal producând pentru toate cele trei platforme (TV, Radio, multimedia), nu doar pentru cea la care muncește de bază; multimedia a început să producă știri și articole mai ample, nu doar se le preia și să le adapteze de la celelalte platforme; schimbarea treptată a „culturii” de reflectare a subiectelor, cu accent pe jurnalismul original, cel bazat pe poveștile umane și pe jurnalismul de soluții; autenticitate în reflectarea și prezentarea subiectelor prin simplificarea și debirocratizarea mesajelor; majorarea numărului de intervenții LIVE ale reporterilor; renunțarea la buletinele de știri TV fără prezentatori; diversificarea modului de adaptare a conținutului pentru online și social media (Live bloguri, explainer, linkuri active, poze atractive, short video, stories, reels etc.); creșterea capacităților de planificare, producere și prezentare a edițiilor speciale de lungă durată etc. Printre cele mai majore **provocări**, care explică și eventuale **irealizări**, este insuficiența resurselor umane de calitate. Deși aparent Newsroom are mulți angajați, personalul de creație este relativ mic, ceea ce creează goluri pe care le acoperim cu resursele disponibile, care își asumă și alte funcții și angajamente decât cele prevăzute în fișa de post. Această practică nu este sustenabilă, iar riscurile să pierdem resursele pe care le avem sunt foarte mari. Iar problema este agravată de criza de resurse umane pe piața media din Republica Moldova.

*Alla Ceapai-Galagan,
directoarea Departamentului „Newsroom”*