FENOMENUL IDENTITAR ÎN CULTURA MEDIATICĂ DIN ANII '60 AI SECOLULUI DOUĂZECI

DOI: <https://doi.org/10.52603/arta.2021.30-2.15>

Rezumat

Fenomenul identitar în cultura mediatică din anii '60 ai secolului douăzeci

Deceniul 7 al secolului XX din perioada regimului comunist este semnificativ din mai multe puncte de vedere. În primul rând, prin scurta „liberalizare” a vieții politice, sociale și culturale din fosta țară a sovietelor, care a urmat după înghețul stalinist de tristă pomină. Însă constrângerile ideologice în domeniul culturii și mass-media n-au dispărut cu totul. Iar o caracteristică fundamentală a paradigmei de cercetare *Studiile culturale britanice* glosează că nicio practică cultural-artistică ori produs cultural nu pot fi înțelese în afara contextului, de aceea studiul dimensiunilor identitare ale culturii media din perioada respectivă necesită o grilă de analiză complexă. Starea de fapt a culturii în general, dar și a comunicării mediatice în special, poate fi înțeleasă în toată plenitudinea numai dacă se purcede la o deconstrucție a mecanismelor de transfigurare propagandistică a „realității socialiste” și a discursului cultural ori mediatic din societatea acelor timpuri.

Cuvinte-cheie: fenomenul identitar, cultura media, arte audiovizuale, mediologie, media clasice și noile media, cuvânt și imagine, literatură-crație.

Summary

The identity phenomenon in the media culture of the 60s of the XX century

The seventh decade of the XX century of the communist regime is significant in many ways. First of all, it is through the brief “liberalization” of the political, social and cultural life of the former Soviet country, which followed the Stalinist frost of sadness. Nonetheless, the ideological constraints in the field of culture and the media have not completely disappeared. A fundamental feature of the research paradigm of *British cultural studies* explains that no cultural-artistic practice or cultural product can be understood out of context that is why the study of identity dimensions of media culture in the given period requires a complex grid of analysis. The factual state of culture in general, but also of media communication in particular, can be fully understood only if we proceed to a deconstruction of the mechanisms of propagandistic transfiguration of “socialist reality” and of the cultural or media discourse in the society of those times.

Keywords: identity phenomenon, media culture, audiovisual arts, media studies, classical and new media, word and image, literature-craçy.

Cadraj teoretic sau câteva clarificări conceptuale

Pornim de la premisa că identitatea este un construct dinamic ce implică acte de comunicare și o structură socială aidoma spațiului public în care entitatea respectivă se manifestă, dezvăluind indiciile unor proiecte existențiale latente și staturile de viață definitorii ale ființelor umane, iar mass-media a oferit dintotdeauna un context favorabil reprezentărilor identitare, fiind dominată, actualmente, de televiziune și noile media (de rețelele sociale, îndeosebi). Mecanismele de atracție și seducție vehiculate în cultura audiovizuală de azi creează un spectacol mediatic continuu, impulsionează și modelează schimbarea sistemelor de referință ale actorului social (individual ori

colectiv) și, astfel, capătă contur noile dimensiuni identitare.

Cultura mediatică include texte, imagini, sunete, asamblate după chipul și asemănarea unor spectacole captivante care penetrează urzeala vieții cotidiene, furnizând o panoplie întreagă de elemente simbolice care sunt preluate de către receptori și utilizate în construcția identităților: naționale, etnice, culturale, profesionale, sociale etc. Astfel, cultura media „creează modele referitoare la identitatea masculină sau feminină, definește criteriile succesului și eșecului și semnalează cine deține puterea și cine nu. Cultura media contribuie la formarea perspectivelor asupra lumii și asupra valorilor umane fundamentale. Narațiunile și imaginile mediatice transmit simboluri, mituri și

resurse care facilitează constituirea unei culturi comune” [4, pp. 28-29].

Altfel zis, dacă ne propunem să analizăm mărcile identitare din cadrul „industriilor culturale/creative” moderne, vom sesiza că toate acestea se regăsesc în mai multe tipuri de media, grație unor tehnologii și discursuri distincte, care constituie diverse ipostaze ale comunicării de masă sau, mai nou, domenii ale culturii mediatice. Însă, pentru o circumscriere mai pregnantă a compartimentelor comunicării mediatice, am apelat la un text de anvergură clasică, un manual universitar de mare profunzime, dar și de o anume savoare în expunerea axelor tematice, care a cunoscut 15 ediții în limba engleză până la apariția versiunii românești [7]. Iată secțiunile nominalizate: 1. media tipărită, ziarele și revistele; 2. editarea cărților; 3. radioul și înregistrările audio; 4. fotografia și filmul; 5. televiziunea și înregistrările video; 6. media digitală; 7. internetul.

În fond, mijloacele comunicării de masă pot fi delimitate în două categorii: media tradiționale (clasice) și noile media (*new media*). Reieșind din acest fapt, comunicarea de masă din perioada regimului comunist a fost dominată de mediile de comunicare de factură clasică, iar inter-relațiile dintre cele cinci medii principale au fost reprezentate în formulă grafică prin ceea ce în limbajul experților din teoria comunicării se numește modelul circular al media [8, p. 363].

În conformitate cu modelul respectiv, fiecare media oferă similitudini sporite cu două medii „vecine”: astfel, în lipsa unui tip de media funcțiile sale sunt preluate și suplinite de către vecinii săi. Funcțiile cărții, spre exemplu, pot fi mai ușor preluate de către ziar sau de arta cinematografică; lipsa unui aparat de radio poate fi înlocuită de ziare și de televiziune etc. Condiția de bază a modelului rezidă în faptul că aceste asemănări și deosebiri sunt disociate după necesitățile satisfăcute precumpănitor și după principalele satisfacții oferite. Așadar: a) oamenii apelează la ziare și radio/TV mai mult

pentru a se pune în contact cu realitatea, pentru a ști ce se întâmplă în lume (omul modern nu poate exista într-un vid informațional); b) ei optează pentru cărți și filme mai mult pentru a se îndepărta de realitate. Unii indivizi sunt marcați de aceste tipuri de comunicare, întrucât le procură o anume compensație la deficiențele cauzate de rolurile lor sociale (facilitează evadarea dintr-o realitate tensionată); c) oamenii mai cultivați preferă mediile tipărite, deoarece acestea stimulează curiozitatea, imaginația și atracția pentru studiu/cercetare; d) cei mai puțin instruiți preferă audiovizualul (programele de ficțiune). Universul imaginar al televiziunii oferă divertisment și relaxare, dar cumulează și invazia culturală de proastă calitate (fenomenul *kitsch*), când canalul TV este aservit unor interese comerciale; e) cartea constituie mijlocul de comunicare cel mai utilizat pentru „înțelegerea sinelui”.

Dacă analizăm conceptul de identitate din perspectiva tehnologiilor de comunicare, este oportun să apelăm la o viziune integratoare asupra evoluției culturii în general, elaborată de către un cunoscut filozof francez [6]. Pornind de la teoriile lui Marshall McLuhan, care a lansat faimoasa, dar paradoxala expresie *Mediumul este mesajul*, mediologul Régis Debray împarte istoria culturii universale în trei mari etape: *logosfera* (autoritatea supremă aparține cuvântului rostit, prezența autorului fiind definitorie), *grafosfera* (dominația cuvântului scris, imaginea este subordonată textului, iar unul dintre reperele modernității este instituția autorului – *Verba volant, scripta manent*) și *videosfera* (când „puterea imaginii” – preluând titlul unei renumite cărți a istoricului de artă René Huyghe – aproape că s-a generalizat).

Între elementele constitutive ale celor 3 categorii mediologice sau „lumi media” există o multitudine de interferențe, chiar dacă ele au fost prezentate într-o anume succesiune. Astfel, definind conceptele de **grafosferă** și **videosferă**, profesorul francez Daniel Bounoux arată că prima *mediasferă* din acest tandem demarează în momentul când „cartea devine instrumentul prin excelență al autorității simbolice și forma pe care trebuie să o capete informația, memoria, imaginația sau cunoașterea științifică”, pe când videosfera care s-a născut odată cu apariția ecranului de televiziune și, mai apoi, a calculatorului nu exclude grafosfera, însă „face concurență textului prin imagine și sunet, timpului decalat al textului scris prin directul audiovizual și prin interactivitatea propriilor tehnologii” [1, p. 148].

Într-un context oarecum asemănător, filozoful, sociologul și futurologul american Alvin Toffler, care a fundamentat binecunoscuta teorie a celor „trei valuri” în evoluția civilizației umane, a ținut să sublinieze un fapt destul de interesant: contactul între două culturi aflate în faze inegale de dezvoltare provoacă anumite seisme în cadrul celei mai puțin evoluată, declanșând așa-zisul fenomen de „ardere a etapelor” și adoptare a caracteristicilor civilizației mai avansate [5].

Mediologia furnizează instrumente utile pentru a regândi relația dintre mediul de comunicare și conținuturile culturale vehiculate, stabilind corelații inedite între activitățile simbolice – ideologie, politică, cultură, pe de o parte, formele de organizare și instituțiile de autoritate induse de cutare sau cutare mod de producție, de arhivare și de transmitere a informației, pe de altă parte. Astfel, multă vreme în mediile de comunicare audiovizuale, mai ales în spațiul cultural al fostei URSS, predomina o axiomă moștenită din cultura „omului tipografic” – prioritatea conținutului asupra formei. Însă, în conformitate cu paradigma „determinismului tehnologic”, mediul însuși instituie caracterul a ceea ce este comunicat, contribuind la nașterea unui nou tip de civilizație [10, p. 138].

Acestea fiind spuse, credem că analiza dimensiunilor identitare ale culturii mediatice din Republica Moldova în perioada regimului comunist trebuie raportată, în primul rând, la fenomenul cultural-artistic șaizecist, când s-a produs o „scurtă și efervescentă destindere culturală” (diagnosticul respectiv aparține criticului literar Andrei Țurcanu), întrucât „obsedantul deceniu” (1950-1960) a fost unul destul de arid în producerea de bunuri simbolice [12, p. 22].

Cultura mediatică în perioada „dezghețului” ideologic (viziune de sinteză)

Anii '60 ai secolului douăzeci fac parte, cu adevărat, dintr-un „deceniu al devenirii”, conform formulei plastice din subtitlul unui volum despre Teatrul „Luceafărul” [13], al izbânzilor de ordin creator și al unor mari speranțe de viitor pentru o întreagă generație de artiști dotați – din toate domeniile literaturii și artei, – ale căror traiecte artistice au fost stăvilite de *culturnicii* regimului sovietic (sintagma „zbor frânt” din titlul celebrului roman al scriitorului Vladimir Beșleagă este mai mult decât o metaforă, una aproape providențială).

În fond, anii constrângerilor ideologice s-au suprapus peste o perioadă destul de complicată, când retorica propagandei și viziunile triumfaliste asupra vieții s-au manifestat din plin. După scurtul „dezgheț” ideologic din perioada post-stalinistă și „reabilitarea” parțială a clasicilor literaturii române, în Basarabia s-a declanșat o amplă resurrecție a vieții noastre culturale în toate direcțiile, deceniul 7 al secolului XX putând fi asemuit, păstrând proporțiile, firește, cu o „explozie” de tip iluminist.

O observație de bun-simț ne sugerează că dacă la ora actuală ne-au copleșit magia nenumăratelor ecrane care ne-au „invadat” literalmente traiul cotidian, ba chiar suntem tiranizați de un fenomen căruia cercetătorii culturii media i-au spus *videocrație* – intervalul temporal abordat în acest studiu poate fi încadrat, prin analogie, într-o perioadă dominată de *literaturocrație*.

Altfel zis, la început a fost cuvântul, ca în Sfânta Evanghelie după Ioan. De aceea, afirmația marelui nostru compatriot, lingvistul de talie internațională Eugen Coșeriu – „Acolo, în Moldova, toate au pornit de la *Frunze de dor*” – nu este deloc o exagerare. Credem că în literatura și artele românești din Basarabia anilor '60 noi am avut un triumf al emancipării culturale, ca să zic așa, trei centre de putere simbolică (și de atracție publică, bineînțeles): Uniunea Scriitorilor din Moldova, Studioul cinematografic „Moldova-Film” și Teatrul „Luceafărul” care, la începuturile sale atât de frumoase și de mare perspectivă (1964-1971), când director artistic a fost actorul și regizorul Ion Ungureanu, devenise catalizatorul vieții noastre culturale.

În deceniul 7 scriitorul Ion Druță publică renumita dialogie *Povara bunătații noastre* (1970, prima parte *Balade din câmpie* este editată în 1963); scrie piesele *Casa mare* (1961) și *Doina* (1968). În anul 1966, văd lumina tiparului trei romane care au produs *schimbarea la față* a prozei basarabene, plasând-o pe orbita modernității: *Povestea cu cocoșul roșu* de Vasile Vasilache, *Zbor frânt* de Vladimir Beșleagă și *Singur în fața dragostei* de poetul Aureliu Busuioc. În 1969, la Teatrul „Luceafărul” este montată piesa *Radu Ștefan, întâiul și ultimul* de Aureliu Busuioc, interzisă de autorități după câteva reprezentații. Anul 1968 consemnează două evenimente literare cu adevărat remarcabile pentru destinele culturii noastre: publicarea volumului *Numele tău*, semnat de poetul Grigore Vieru (cu o prefață excepțională de Ion Druță) și *Sunt verb* de Liviu Damian.

În același timp, uniunile de creație, cenaclurile (îndeosebi, clubul literar „Miorița” de pe lângă Biblioteca Națională a Moldovei: fondatori – Mihai Cimpoi și Vlad Chiriac, în 1963), revistele și săptămânalele de literatură și artă – chiar dacă erau supervizate de politrucii regimului sovietic – au jucat un rol deosebit în culturalizarea cititorilor, în promovarea românismului etnic și cultural, anticipând într-o anumită măsură procesul de integrare a artelor în contextul general românesc: „Orele stelare ale literaturii (și culturii în genere) basarabene apar atunci când are loc o astfel de revenire la matca stilistică firească, o sincronizare cu etapele și momentele de vârf ale literaturii române” [3, p. 291]. În contextul respectiv, Congresul al III-lea al Uniunii Scriitorilor din Moldova, care și-a desfășurat lucrările în zilele de 14–15 octombrie 1965, a devenit un punct de reper pentru Mișcarea de emancipare națională a basarabenilor, de o mare încărcătură simbolică, întrucât au fost abordate probleme stringente ale științei, limbii și culturii naționale, culminând cu corolarul acestora – propunerea de revenire la alfabetul latin a „limbii moldovenești”. Nu întâmplător, congresul a fost taxat drept „naționalist”, mai ales pentru luările de cuvânt ale scriitorilor Ion Druță, Aureliu Busuioc, Mihai Cimpoi, Grigore Vieru, dar și a directorului școlii medii din Râșcani Leonid Colibaba.

Deceniul 7 al secolului XX s-a remarcat printr-o adevărată „explozie estetică” a filmului național. În pofida unei politici culturale marcate de numeroase restricții, la Studioul „Moldova-Film” sunt realizate mai multe filme de calitate care vor intra în „fondul de aur” al cinematografiei naționale: *Omul merge după soare* (1961) de Mihail Kalik, *Ultima lună de toamnă* (1965) în regia lui Vadim Derbeniov, *Poienile roșii* (1966) de cineastul și poetul Emil Loteanu, *Gustul pâinii* (1966) de Valeriu Găgiu și Vadim Lâsenko, filmul regizorului Gheorghe Vodă *Se caută un paznic* (1967), alături de documentarele sale *Nunta* (1965) și *De-ale toamnei* (1966), creațiile de nonficțiune ale tandemului Vlad Ioviță (regie) și Serafim Saka (scenarii) – *Piatră, piatră* și bijuteria audiovizuală *Fântâna* (1966).

Filmele etalon ale cinematografiei naționale au avut parte de ecouri favorabile pe plan internațional. Spre exemplu, despre pelicula *Omul merge după soare* a scris cunoscutul dramaturg și critic american John Howard Lawson în celebra sa carte *Film: the Creative Process. The Search for*

an Audio-Visual Language and Structure (1964), în care se menționează că narațiunea cinematografică a regizorului Mihail Kalik poate fi comparată cu renumita producție *Balonul roșu* (*Le ballon rouge*) a cineastului francez Albert Lamorisse, un scurtmetraj la hotarul dintre filmul documentar și cel de ficțiune, care a obținut „Palme d’or” la Festivalul de la Cannes (1956). Filmologul american mai notează: „Copilul (Sandu, n.n.) din *Omul merge după soare* este fascinat de viața orașului. El nu dorește să evadeze, ci să înțeleagă. Filmul e frumos și are momente de autentică emoție” [9, p. 125].

Să consemnăm și o mențiune specială despre poemul cinematografic *Poienile roșii*, în care s-a produs o echipă întreagă de actori-debutanți – Grigore Grigoriu, Svetlana Toma, frații Victor și Mircea Soțchi-Voinicescu: „Este capodopera lui Emil Loteanu și cel mai bun film românesc de inspirație rurală, *film aproape etnologic*, spun istoricii americani de cinema Mira și Antonin Liehni. Este o modernă Mioriță, baladă de viață și de moarte. Adevăruri simple și limpezi, eterne ca pământul, dobândesc o tonalitate hâtră, tipic moldovenească” [2, p. 466].

În același deceniu, filmul *Ultima lună de toamnă* după nuvela omonimă a scriitorului Ion Druță în viziunea regizorală a cineastului Vadim Derbeniov, va aduce în palmaresul studioului „Moldova-film” primele distincții de la Festivalurile cinematografice internaționale. Acestui film i-a fost decernat, în 1966, premiul Marea Cruce de Sud a Festivalului de la Mar del Plata (Argentina), Premiul Criticilor și Premiul pentru cel mai bun rol masculin (celebrului actor rus Evgheni Lebedev).

Avatarurile cenzurii. În scurt timp au fost interzise cele mai bune pelicule ale Studioului „Moldova-Film”; în 1969 „se stabilește cu traiul la Moscova” scriitorul Ion Druță; după apariția pe marile ecrane a peliculei *Lăutarii* (1971) își găsește refugiul la Studioul cinematografic „Mosfilm” poetul și cineastul Emil Loteanu; în 1972, învinuit de naționalism este constrâns să părăsească fosta republică sovietică actorul și regizorul Ion Ungureanu. Astfel, de multe ori, oamenii de cultură și artă din Basarabia au găsit mai multă înțelegere și susținere în principala metropolă a Rusiei.

Se știe că arta cinematografică este una colectivă și foarte costisitoare. Este un lucru clar că „munca în echipă” presupune resurse și eforturi intelectuale conjugate. Însă, când îți este încălcat

simplul dar sfântul drept la libera exprimare, dacă ești un artist cinstit cu tine însuși, te simți nevoit să demisionezi din partidul oportuniștilor, pentru că îți este confiscat „stiloul” – camera de luat vederi. Așa au procedat scriitorii și cineștii noștri Gheorghe Vodă, Serafim Saka, Vasile Vasilache care, o vreme, s-au aflat în statele studioului „Moldova-film”. S-a spus, nu o singură dată, un adevăr incontestabil: venirea în cinematografia națională a anilor '60 ai secolului douăzeci a unui grup întreg de tineri scriitori (Vlad Ioviță, Emil Loteanu, Iacob Burghiu, Aureliu Busuioc, Anatol Codru, plus cei nominalizați mai sus), reprezintă un fenomen extraordinar și că nu putem consemna ceva asemănător în alte cinematografii naționale din spațiul cultural ex-sovietic [11, p. 12]. Care ar fi fost actualmente cota cineștilor moldoveni la bursa valorilor cinematografice europene sau chiar mondiale, dacă nu se amestecau impostorii, în mod brutal, în procesul de creație filmică?! – nu vom putea ști niciodată.

Ca parte integrantă a sistemului mijloacelor de informare și propagandă în masă din fosta Uniune Sovietică, Televiziunea Moldovenească a cunoscut fenomenul de „ardere a etapelor”, profitând de faptul că a luat ființă în timpul scurtei „liberalizări” post staliniste (1958). În deceniul 7 al secolului XX în audiovizualul moldovenesc a apărut o creație de excepție: *Colinda* (1968). La absolvirea Institutului Unional de Cinematografie din Moscova (celebrul VGIK), viitorul cineast și scriitor Iacob Burghiu prezintă în calitate de lucrare de diplomă filmul televizat *Colinda*, care a fost înalt apreciat de către pedagogii moscoviți, dar abia peste 20 de ani, în timpul *perestroikăi* gorbacioviste, a fost demonstrat pe micile ecrane din Moldova. S-a considerat că pelicula plătește tribut unor vremuri revolute și că are grave lacune de natură *ideologică*, autorul fiind taxat ca „naționalist” cu vederi „învechite”...

Această înverșunată ofensivă ideologică era îndreptată mai ales împotriva acelei părți a culturii naționale, în care artiștii și scriitorii încercau să reînnoade firele lor de inspirație și de creație cu izvoarele mitice sau folclorice ale poporului nostru, conferind astfel produselor artistice un spor de autenticitate. Procedând în acest mod, adevărații creatori de literatură și artă tratau cu refuz convențiile ideologiei oficiale și, pe de asupra, strategia utilizată îi ajuta să transforme operele lor artistice într-o expresie de rezistență culturală față de tot ce submina elementul național, sacrul

milinar, dimensiunea pur umană a consângeniilor...

Prin ce a deranjat, totuși, *Colinda*? Fabula filmului e simplă. O văduvă este sfâșiată de durere, căci patru feciori a avut femeia și nici unul nu s-a întors la vatra strămoșească din cel de al Doilea Război Mondial. Căzută într-o disperare iremediabilă, ea pune la cale un fel de prăznuire, răspândind mai întâi printre consăteni zvonul că i s-au întors feciorii din marea bătlie. A tocmit lăutari pentru această neobișnuită petrecere, descinsă parcă din istoria strămoșilor noștri daci, a pregătit mâncăruri și un vin mai pe-alese, iar la momentul oportun le arată invitaților săi înscrisul prin care se atestă că cei patru feciori au căzut toți pe front.

Disperarea femeii este fără de margini. Într-o stare de acută criză sufletească, ea sparge toate geamurile casei îndoliate și, la drept vorbind, așteaptă din clipă în clipă moartea care s-o izbăvească de durere. Dar suntem în ajunul Crăciunului și o ceată de colindători nu ocolește casa văduvei. Mesajul colindei are pentru Ioana o valoare tămăduitoare, aproape miraculoasă. Rostirea colindătorilor trezește în ea setea de viață: o parte din cele pregătite pentru moarte – prosoape, dulciuri, bani... – ea le dăruie colindătorilor. Este, prin urmare, o narațiune filmică cu un mesaj profund uman, dar diriguitorii autohtoni ai culturii rareori au putut să fie sensibilizați de semnificațiile metaforice ori simbolice ale unei creații artistice.

Încă un lucru demn de reținut ține de faptul că rolul Ioanei a fost interpretat de actrița Valda Bruver, care făcea parte din trupa rusă a Teatrului Național „Vasile Alecsandri” din Bălți. Cu toate că n-a copilărit pe meleagurile noastre și n-avea de unde să ne cunoască în profunzime datinile și obiceiurile, actrița fiind născută în îndepărtata Siberie și angajată în teatrul bălțean la începutul deceniului 7, ea a reușit totuși să creeze un rol memorabil. Nu s-a cantonat în detalii pitorești, ci a exploatat din plin dimensiunile general-umane ale suferinței materne.

Pressing-ul ideologic asupra realizatorilor de producții audiovizuale s-a intensificat mai cu seamă în urma unei hotărâri a biroului Comitetului Central al Partidului Comunist al Moldovei din aprilie 1970, în conformitate cu care cele mai bune pelicule ale studioului „Moldova-film” (*Ultima lună de toamnă*, *Gustul pâinii*, *Se caută un paznic*, *Fântâna*, *Piatră, piatră...*, *Malanca*) au fost puse la index. În pofida faptului că studioul „Telefilm-Chișinău” nu era vizat direct în hotărârea în

cauză, totuși, diriguitorii televiziunii s-au străduit mereu să fie arhivigilenți față de producțiile televizuale care se refereau, chiar tangențial, la ființa națională a poporului nostru (mai ales că episodul *Colindei* încă nu-și stinsese ecoul).

Un detaliu semnificativ care, adesea, este trecut cu vederea în istoriile dedicate artelor audiovizuale din fosta țară a sovietelor. Cât timp numărul de televizoare nu era chiar atât de mare, comunicarea televizuală era văzută, mai degrabă, ca o atracție tehnică, menită să contribuie la culturalizarea poporului, grila de program fiind dominată de concerte, filme, spectacole televizate de tot felul...

Când însă audiovizualul obținuse toate însemnele unui fenomen mediatic de masă, ecranului TV i-au fost atribuite importante funcții propagandistice. Este suficient să consemnăm faptul că activitatea Studioului cinematografic „Moldova-film” era *supervizată* de secția Cultură și Învățământ a Comitetului Central al Partidului Comunist al Moldovei, pe când Televiziunea Moldovenească se afla în vizorul departamentului ideologic al partidului. În timp, publicistica de televiziune favorizează tot mai mult efectul propagandistic al discursului audiovizual, în dauna funcțiilor informative și educativ-formative ale mesajului.

Multe producții de televiziune sunt anemice, întrucât în procesul de elaborare a narațiunilor audiovizuale a fost subestimat rolul **viziunii regizorale** asupra materialului de viață, fiind privilegiat *conținutul ideologic al textului filmic*, iar repertoriul tematic era ținut strict sub control partinic și nu erau admise oarece devieri. În fond, televiziunea din Republica Moldova s-a aflat mereu în criză de identitate. În publicistica de televiziune cauza derivă din puternicul *pressing* ideologic exercitat asupra redactorilor și regizorilor TV, însă în domeniul programelor de tip artistic, a emisiunii-spectacol, lipsa de originalitate este, mai degrabă, consecința unei culturi profesionale reduse.

Concluzii

1. În perioada de *pressing* ideologic asupra creatorilor din sfera artelor și din domeniul culturii mediatice, statul totalitar era unicul proprietar

al mijloacelor de comunicare în masă. În virtutea acestui fapt, au existat conexiuni indestructibile între propagandă și artă, iar în procesul de construcție identitară a „omului nou” de către „ostașii frontului ideologic” au fost puse în aplicare inginerii machiavelice de tipul *homo sovieticus*.

2. Oamenii de cultură erau captivii unui dublu registru de creație, resimțind multiple tensiuni între două tipuri de discurs mediatic (de fațadă – „la comandă” și „câte ceva pentru suflet”).

Referințe bibliografice

1. Bougnoux D. Introducere în științele comunicării. Iași: Editura Polirom, 2000. 160 p.
2. Caranfil T. Dicționar universal de filme. Ediția a doua. Chișinău: Editura Litera Internațional, 2003. 840 p.
3. Cimpoi M. O istorie deschisă a literaturii române din Basarabia. Chișinău: Editura Arc, 1996. 399 p.
4. Ciurel D. Cultura media: perspective retorice. București: Editura Tritonic, 2020. 386 p.
5. Crăciun A. Câteva principii mediologice. 2011. 11 p. – <https://www.diacronia.ro/ro/indexing/details/A27067/pdf> (vizitat 21.07.2021).
6. Debray, Régis. Curs de mediologie generală. Iași: Editura Institutul European, 2007. 412 p.
7. Dominick J. R. Ipotezele comunicării de masă. Media în era digitală. București: Editura comunicare.ro, 2009. 538 p.
8. Drăgan I. Comunicarea: paradigme și teorii. Volumul I. București: Editura RAO International Publishing Company, 2007. 724 p.
9. Lawson J. H. Film și creație. În căutarea unei structuri și a unui limbaj audio-vizual. București: Editura Meridiane, 1968. 481 p.
10. Mattelart A., Mattelart M. Istoria teoriilor comunicării. Iași: Editura Polirom, 2001. 176 p.
11. Olărescu D. Filmul. Valențele poeticii. Chișinău: Editura Epigraf, 2000. 142 p.
12. Țurcanu A. Critice. Arheul Marginii și alte narațiuni. Chișinău: Editura Cartier, 2020. 404 p.
13. Uvarova I. Teatrul „Luceafărul”. Un deceniu al devenirii. Chișinău: Editura Literatura Artistică, 1991. 140 p.