

CONSILIUL NAȚIONAL AL AUDIOVIZUALULUI

PONDEREA EMISIUNILOR
CULTURALE ȘI RELIGIOASE
ÎN PROGRAMELE DE RADIO
ȘI TELEVIZIUNE
ROMÂNEȘTI

- STUDIU -

Coordonator:
Mihai MĂLAIMARE

Claudiu DUMITRU
Mihaela BOTNARU
Radu TEODOREL
Gabriela PĂUN

2010

Într-un articol publicat în Dilema veche, se spune: „***Cred că dacă arta și cultura vor ajunge în casele mai multor români, va fi un pic mai bine în țara asta!***”

Concluzia de mai sus este împartășită, fie și la nivel formal, de aproape orice respondent al oricărui sondaj care ar introduce între întrebări și ceva legat de cultură.

Dă bine, nu strică, de ce nu, la urma urmelor, orice fel de explicație este posibilă și este folosită pentru a accepta sau a arăta că se acceptă ideea enunțată în articolul pomenit mai sus.

Realitatea arată că într-adevăr, arta și cultura nu par a fi vizitatoarele obișnuite ale caselor românilor, situație consemnată statistic și extrem de evidentă, din absolut toate punctele de vedere.

Pe de altă parte, efectul benefic al prezenței artei și culturii este și el consemnat statistic și acceptat ca real și chiar vizibil atunci când face parte din viața de zi cu zi a oamenilor.

Întâmplător sau nu, concluzia era a unui articol care lega prezența artei și culturii în casele românilor prin intermediul audiovizualului, mai exact al reclamelor la produsele culturale.

Așadar: audiovizualul și cultura, constituie o relație care a fost și este continuu invocată, analizată și, de fiecare dată, trimisă, cu sau fără concluzii, la sertar.

Nu ne vom permite în acest „studiu” decât să consemnăm niște realități, care, chiar dacă sunt cunoscute, devenite un fel de axiomă la orice încercare de dezbatere pe această temă, readuc, fie și pentru puțină vreme, în atenție, un adevărat dezastru, confirmând, din păcate, toate concluziile studiilor privitoare la orizontul de așteptare culturală și la nevoia de consum cultural ale românilor.

Revenind cu strictețe la prezența emisiunilor culturale sau dedicate culturii în audiovizualul românesc trebuie făcută o primă constatare și anume aceea că, atunci când se pune problema obținerii sau prelungirii licenței, în argumentele justificative și grilele tuturor operatorilor, „cultura” apare ca element de interes aproape major pentru ca apoi, în foarte multe cazuri, să-și diminueze consistent formula propusă până la dispariția definitivă.

O a doua constatare este aceea că la solicitarea insistentă de a se trimite datele privitoare la prezența în grilă a emisiunilor culturale, răspunsurile nu au fost imediate și în niciun caz considerate ca obligatorii, în opinia noastră fapt grav și, din păcate, semnificativ.

Deși foarte serios și extrem de bine documentat, studiul comandat de Consiliul Național al Audiovizualului cu privire la **Reprezentarea violentei televizuale și protecția copilului** a fost trecut sub tăcere de operatorii radio și tv, lucru firesc, așa spune, dar nu a stârnit niciun fel de interes în opinia publică, la nivelul societății civile, al instituțiilor statului și acesta nu mai este deloc un lucru firesc.

“ Pornind de la ideea, promovată în cadrul unei campanii antiviolență TV din Franța, că, la televizor, copiii văd același lucru cu adulții, am spune că televiziunea nu este mincinoasă și nici manipulative, în principiu, ci pur și simplu devastatoare pentru că este seducatoare. Iar violența este unul dintre ingredientele alimentării și susținerii acestei logici a comunicării televizuale; violența este chiar un summum al acestui discurs spectacular și senzațional” – se spune, în chip de concluzie, în studiul sus amintit.

Este cultura un posibil element de amendare a tentației violenței? Probabil, doar că violența atât de generalizată în audiovizualul românesc – și fac din nou trimitere la graficele acestui extrem de îngrijorător studiu – ne arată că preocuparea pentru prezența “culturii” este minimă, invers proporțională cu interesul față de subiect arătat atunci când se pune problema obținerii sau prelungirii licenței audiovizuale.

Emisiunile culturale ale audiovizualului românesc sunt adesea subiectul unor articole, în presa culturală mai ales, și sunt analizate prin prisma ratingului obținut (constant scăzut, chiar dacă există și unele excepții), a paralelei cu profesionalismul unor emisiuni similare pe canalele specializate, a targetului afișat sau presupus precum și a incalificabilei izolări a acestei preocupări pe insula posturilor publice, iar la acestea, pe și mai singurateca insulă a orelor foarte mici și lipsite firesc de audiență, lipsa unei legislații ferme, fac ca subiectul în sine să devină neinteresant, oarecum la limita unei obligații nu tocmai de respectat, și fără niciun fel de urmări pragmatice, cum ar fi dezvoltarea unor proiecte culturale la nivel național care să coaguleze energii și structuri a căror conlucrare să aibă și consecințe palpabile.

Am pornit de la ideea că aceasta simplă cercetare de birou, fără pretenții științifice atât la nivelul metodei cât și al interpretării, este una cu răspunsul cunoscut, dar trebuie să mărturisesc că rezultatele sunt mult departe de ceea ce credeam că știu, și se înscriu în zona acelorași neliniști pe care studiul cu privire la “violența în audiovizual” le transmite.

Concluziile pot fi multe și perfect inutile dacă nu sunt urmate de măsuri concrete. Ce ne arată cifrele și graficele pe care le propunem mai jos se poate perfect rezuma printr-o sintagmă extrem de simplă: **avem o problemă!**

Cine este responsabil, care sunt instituțiile abilitate, care ar fi strategiile de aplicat, care este perspectiva României din acest punct de vedere, iată câteva întrebări cărora, în opinia mea, nici măcar nu li s-a încercat găsirea vreunui răspuns.

Familia, Biserica, Școala, Arta, Presa, ministerele de resort, Societatea Civilă, ar trebui să încerce măcar să caroeze spațiul, să radiografieze starea și să tragă niște concluzii care, măcar așa, ar putea sugera, pentru oamenii de bun simț, posibile strategii de imaginat și reale căi de urmat.

Orice încercare individuală, în afara acestui cerc cu responsabilități atât de precise și de ignorate la noi, nu înseamnă decât o anemică atenționare asupra unei situații acceptate tacit ca fiind gravă.

Cam aici se plasează și încercarea noastră, rămânându-ne doar satisfacția unui efort colectiv (tuturor celor care au participat la realizarea sa adâncă mea reverență) și a unui rezultat statistic pe care vi-l supunem atenției.

Introducere

Majoritatea studiilor privind evoluția în timp a sectorului cultura și a schimbărilor care au avut loc în cadrul infrastructurii culturale urmăresc să sensibilizeze decidenții pentru a se implica mai mult în susținerea activităților culturale.

Vitalitatea culturală a unui oraș este privită cel mai adesea ca un potențial de exprimare a creativității în cele mai variate forme de către membrii comunității locale în viața cotidiană. Aceasta reflectă deopotrivă posibilitățile de acces la bunurile culturale (infrastructură culturală compusă din săli de spectacole, biblioteci, muzee, expoziții etc), posibilitățile de creație artistică (școli cu profil artistic, cadre didactice pentru formare, spațiu și infrastructură disponibilă pentru „creatori”) și posibilitățile de valorificare antreprenorială a produselor rezultate din activitățile artistice sau a celor bazate exclusiv pe creativitatea autorilor (produse cu “copyright”). În topurile urbane din țările avansate economic, recunoașterea unui grad ridicat de calitate a vieții într-un mare oraș este de neconceput fără existența oportunităților pentru cultură, artă și exprimare în activități creative.

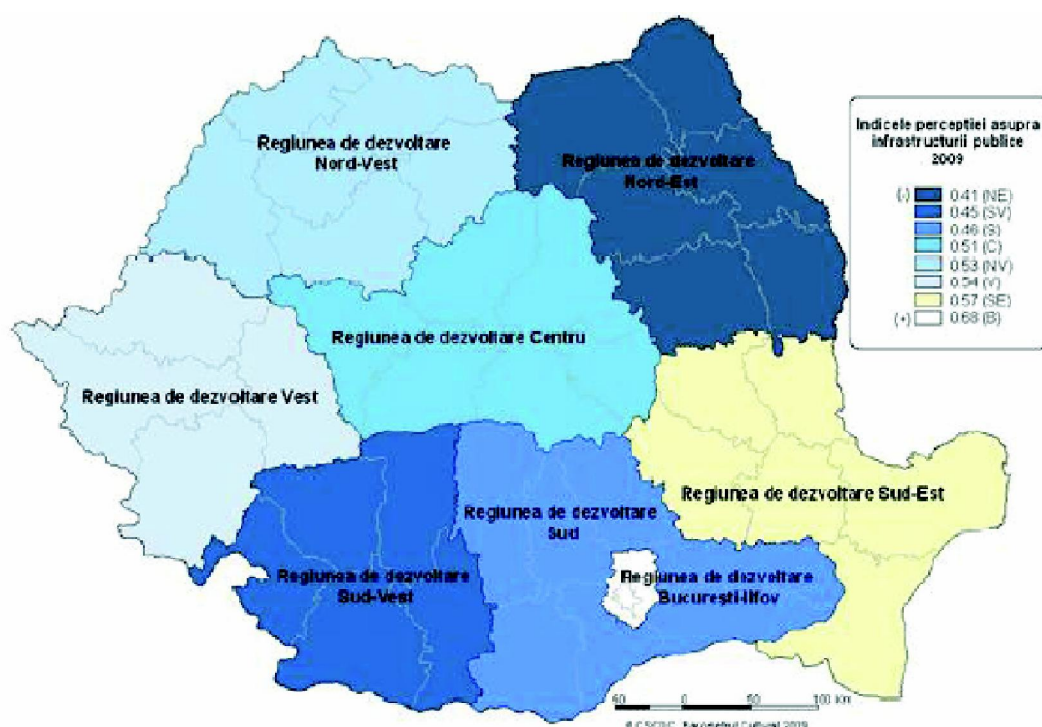
„Barometrul de Consum Cultural 2009 ” reprezintă o cercetare anuală realizată de Centrul de Studii și Cercetări în Domeniul Culturii și este finanțată de Ministerul Culturii, Cultelor și Patrimoniului Național. Analiza s-a concentrat asupra evoluției sectorului cultural din România, axându-se pe cele trei dimensiuni ale studiului: infrastructura culturală, consum cultural și efectele crizei asupra sectorului cultural. Sondajul, reprezentativ la nivel național, a utilizat un eșantion de 1100 de respondenți, cu vârsta de peste 15 ani, cu un boost de 500 de chestionare pentru București. Eroarea de eșantionare maximă, la un interval de încredere de 95% este de +/-3% pentru datele la nivel național și de +/-5% pentru București.

Schimbările care au avut loc în cadrul infrastructurii culturale publice și a sectorului cultural în general și impactul pe care l-a avut criza asupra domeniului culturii constituie un subiect interesant de analiză și care poate „explica” într-o oarecare măsură nepromovarea emisiunilor de gen cultural în cadrul programelor de radio și televiziune.

A fost analizată evoluția consumului cultural public și privat din 2005 până în 2009. Comparația indicatorilor de consum cultural public a fost realizată din perspectiva a trei categorii: „cultură elitistă”, „cultura de masă” și activități non-culturale de timp liber. În categoria „cultură elitistă” au fost incluse spectacolele de operă/operetă, de teatru, muzee/expoziții, în „cultura de masă” au fost analizate spectacolele de divertisment/muzică, sărbătorile/evenimentele locale, cinematografele, iar în categoria activităților non-culturale de timp liber au fost luate în calcul activități de tipul condumului în hipermarket-uri/mall-uri, participarea la competiții sportive, activitățile de îngrijire corporală, călătoriile și activitățile desfășurate în parcuri și zone verzi.

Astfel, în condiții de criză, se constată un consum cultural redus din cauza intenției accentuate de economisire la nivel individual. În același timp, se pare că dintre cele dintre trei categorii de activități, cel mai puternic declin s-a înregistrat pentru activitățile „non-culturale” de petrecere a timpului liber tocmai pentru că sunt cele mai costisitoare și ultimele, ca prioritate, din piramida nevoilor individului.

Dimensiunea publică a infrastructurii culturale reunește instituțiile culturale care oferă sau mijlocesc accesul populației la bunuri sau servicii culturale și de aici putem trage o concluzie privind vitalitatea culturală a orașelor sau a zonelor României, respectiv putem identifica infrastructura sectorului cultural (biblioteci, cinematografe, muzee, centre culturale, instituții de spectacol).



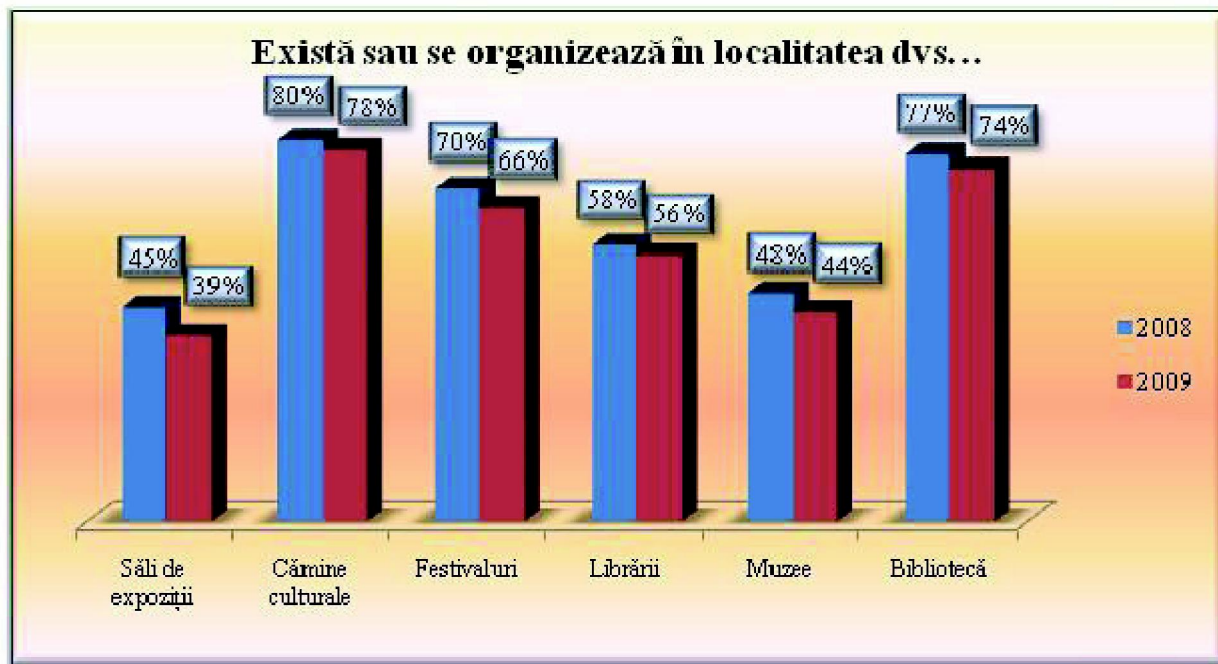
Harta 1. Indicele infrastructurii publice

Sursa: CSCDC

Pentru a determina indicele percepției asupra infrastructurii publice, respondenții au fost rugați să aprecieze dacă „Există sau se organizează în localitatea (orașul sau comuna dvs.) ...” următoarele instituții: biblioteci, librării, muzee, teatre, cinematografe, săli de expoziție, cămine culturale și festivaluri.

La nivelul regiunilor de dezvoltare, percepția prezenței instituțiilor de cultură este mai ridicată în regiunile București – Ilfov, Sud - Est, Nord – Vest, Vest și mai scăzută în Sud – Vest și Nord – Est.

Comparativ cu anul 2008, în anul 2009 apar diferențe notabile la nivelul bibliotecilor, muzeelor, librăriilor, căminelor culturale, sălilor de expoziție și festivalurilor, unde procentul celor care menționează existența acestui tip de infrastructură în localitatea lor a scăzut cu aproximativ 2 – 6%.

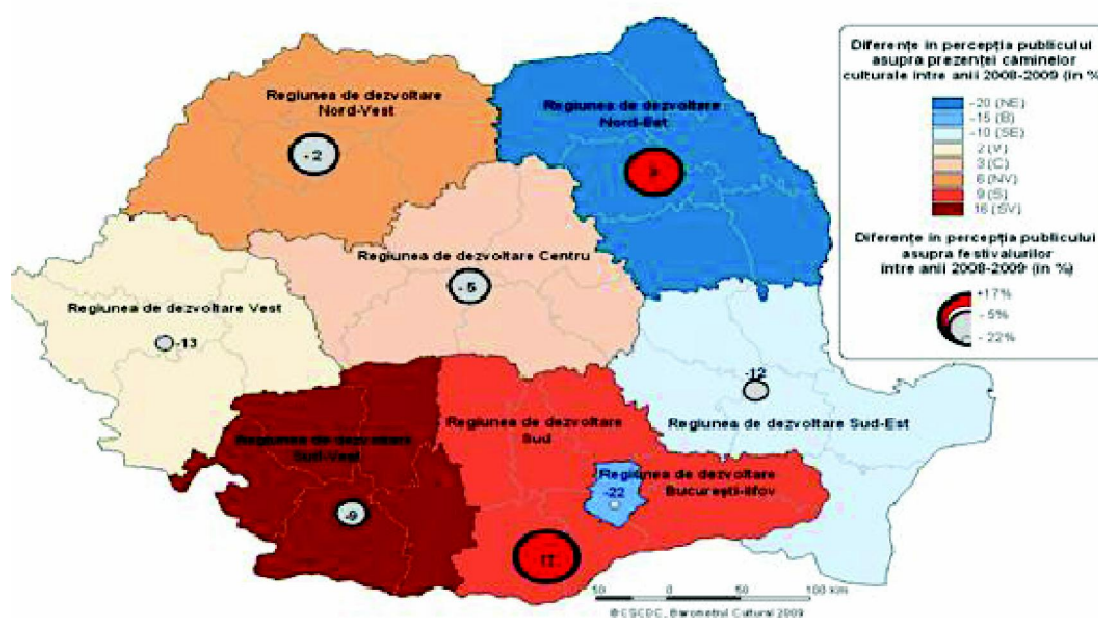


Graficul 1. Percepția infrastructurii culturale

Sursa: CSCDC

O explicație ar putea fi faptul că doar o mică parte din instituții funcționează corespunzător, majoritatea fiind într-o stare avansată de degradare sau au primit o altă destinație.

Chiar și în această situație, căminele culturale/ casele de cultură continuă să reprezinte cel mai răspândit tip de infrastructură culturală, urmat de biblioteci, la polul opus poziționându-se teatrele, cinematografele, teatrele de operă și sălile de expoziție.



Harta 2. Diferențe în percepția publicului asupra prezentei căminelor culturale

Sursa: CSCDC

Consumul cultural public și privat (domestic) a cunoscut în 2009 o scădere față de perioada 2005 – 2008.

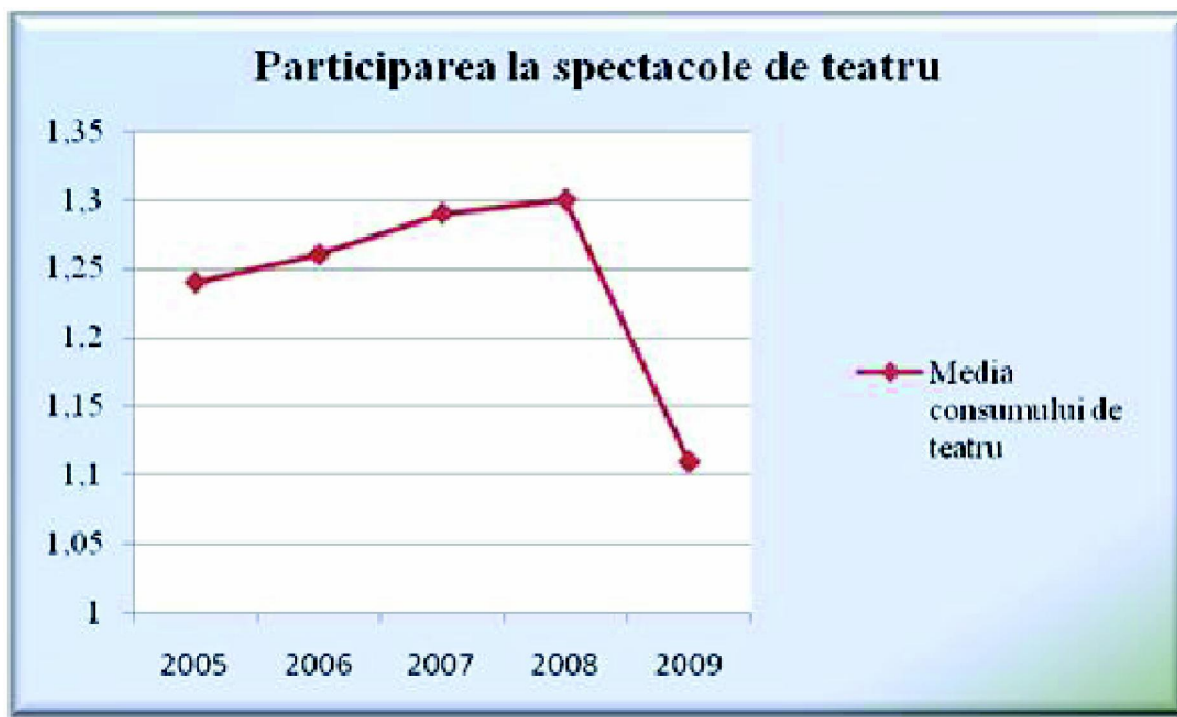
Consumul cultural public a fost analizat din perspectiva a trei categorii de consum cultural:

- „cultura elitistă” , în care au fost incluse spectacole de operă/ operetă, teatru, muzee/ expoziții;
- „cultura de masă” care cuprinde spectacole de divertisment/ muzică, sărbătorile/eventimentele locale, cinematografele;
- activități non-culturale de timp liber, respectiv participarea la competițiile sportive, activități desfășurate în parcuri și zone verzi.

Consumul cultural privat (domestic) include:

- consumul de programe TV;
- achiziționarea de cărți, filme și muzică.

Media consumului de teatru în 2009 a fost mai mică cu 15% decât în 2008, un consum mai mic înregistrându-se în special pentru publicul fidel și pentru persoanele cu studii superioare din București și din restul țării.



Graficul 3. Evoluția participării la spectacole de teatru 2005-2009

Sursa: CSCDC

Frecventarea muzeelor și a expozițiilor a scăzut în 2009 cu 20% comparativ cu anul 2008, o scădere semnificativă remarcându-se în rândul celor cu studii liceale, iar participarea la spectacolele de operă/operetă s-a diminuat cu 8% față de același an.

De asemenea, **consumul mediu de spectacole de cinema** a înregistrat o scădere cu 17 procente față de anul 2008, fiind cel mai mic din ultimii 5 ani, aceeași diminuare consemnându-se și în cazul spectacolelor de divertisment sau muzică.



Graficul 6. Evoluția participării la spectacole de cinematograf 2005-2009

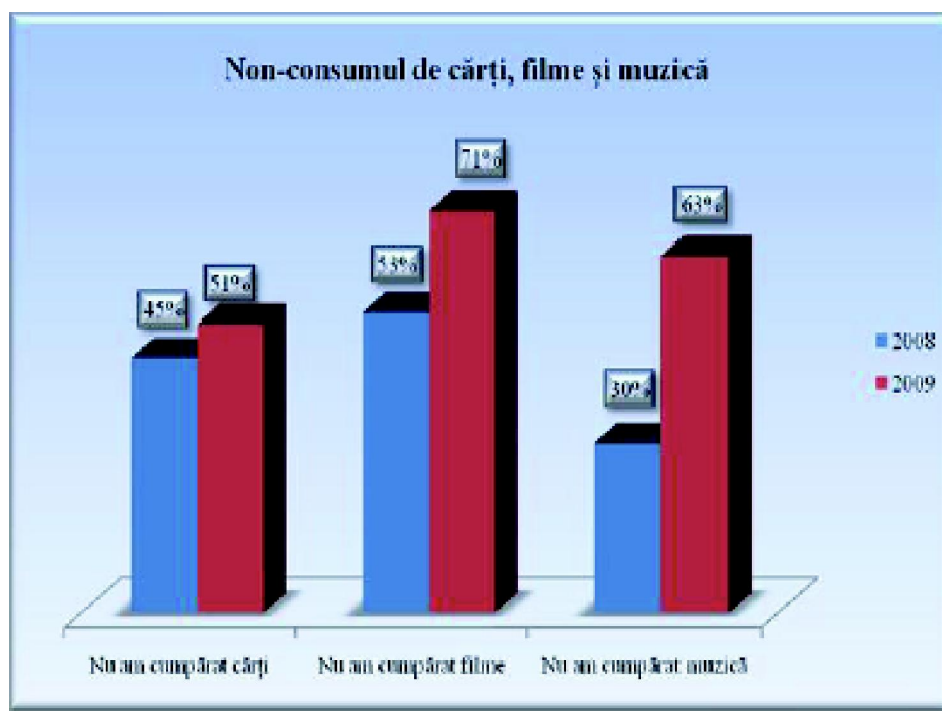
Sursa: CSCDC



Graficul 7. Evoluția participării la spectacole de divertisment/muzică 2005-2009

Sursa: CSCDC

Pe de altă parte, **consumul cultural domestic** a cunoscut aceeași tendință de scădere, fie că este vorba de consumul de emisiuni TV sau de achiziționarea de bunuri culturale (cărți, muzică și filme), activități care îndeplinesc nevoi secundare, dispensabile în condițiile crizei.



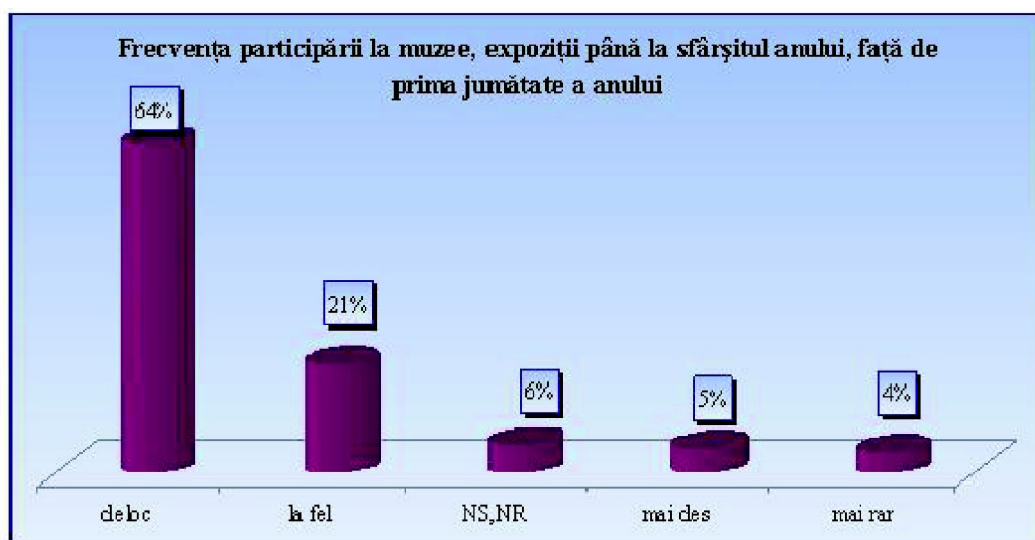
Graficul 9. Non-consumul de bunuri culturale

Sursa: CSCDC

Astfel, publicul este în continuare dispus să acorde o parte din venituri activităților culturale, însă se face o triere categorică a domeniilor în care acesta este dispus să cheltuiască. Activitățile “outdoor” (în spațiul public) de recreere sunt preferate de cei mai mulți, în timp ce consumul de produse culturale clasice precum cărțile, muzica, filmele sau teatrul și opereta au alocat un buget mai mic. Deci, în vreme de criză, respondenții preferă în mai mare măsură cluburile sau concertele și spectacolele de divertisment, în defavoarea teatrului, filmului sau operei.

Sondajul de opinie a arătat că:

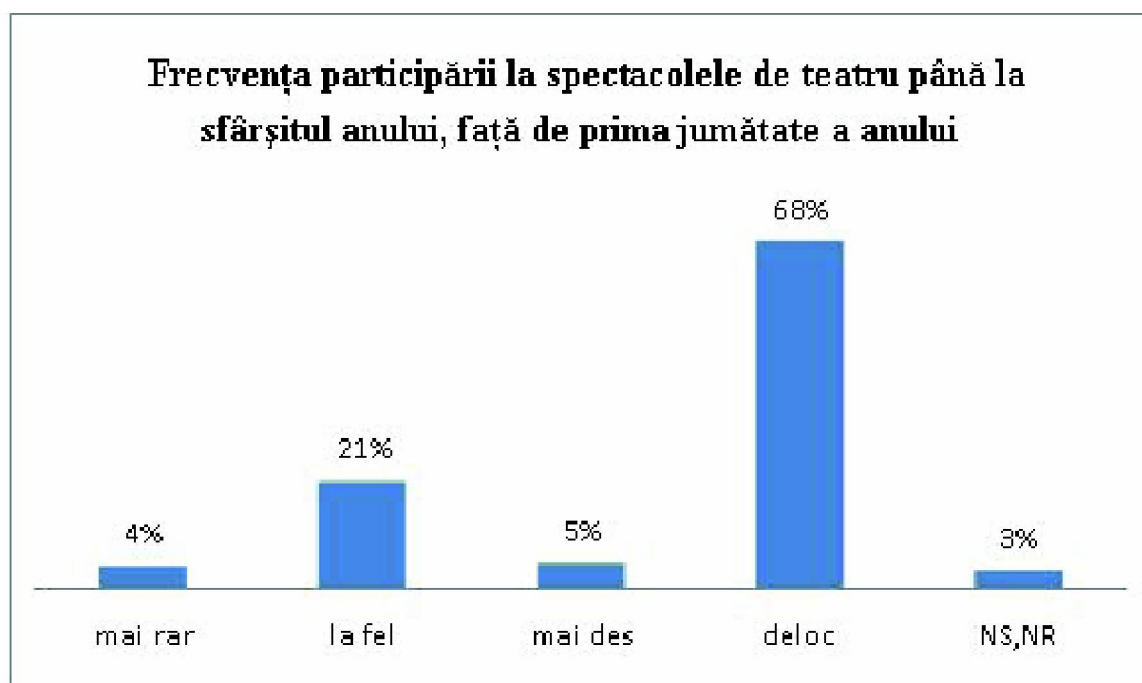
- 64% din respondenți au declarat că nu vor vizita muzee și expoziții până la sfârșitul anului 2009;



Grafic 11. Frecvența participării la muzee, expoziții până la sfârșitul anului, față de prima jumătate a anului

Sursa: CSCDC

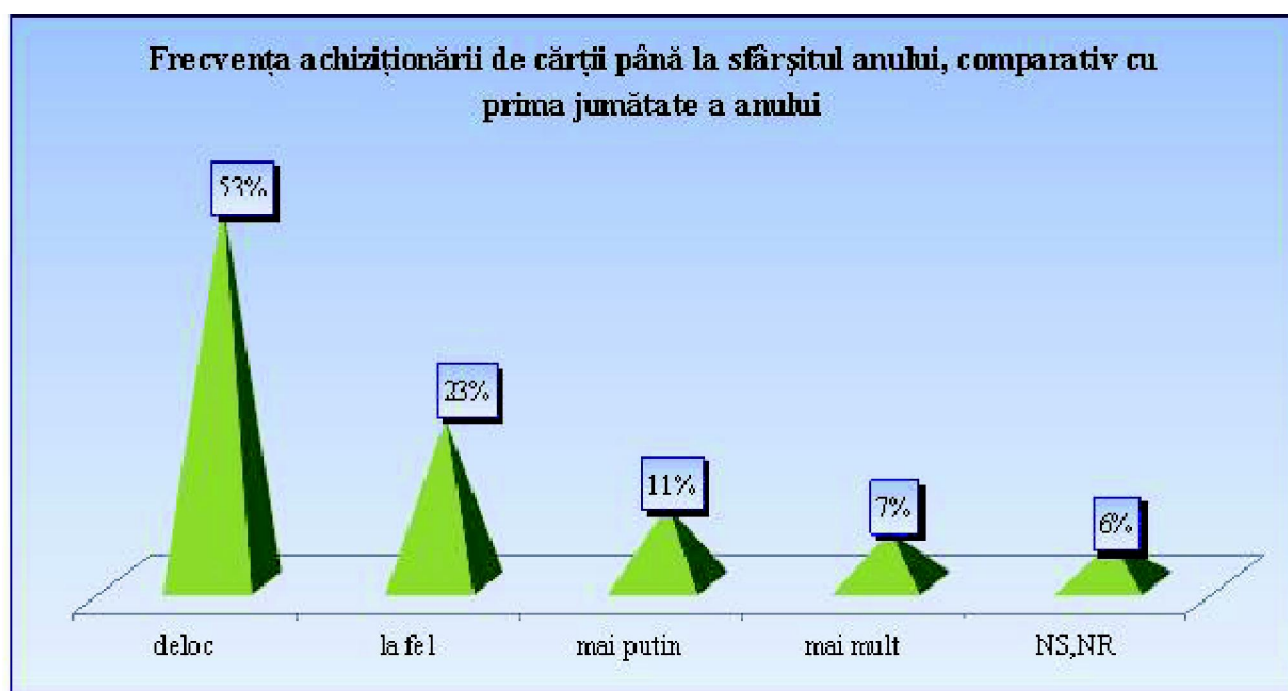
- 68% nu vor participa la spectacolele de teatru;



Grafic 12. Frecvența participării la spectacolele de teatru până la sfârșitul anului, față de prima jumătate a anului

Sursa: CSCDC

- 53% nu vor cumpăra cărți.



Grafic 13. Achiziționarea de cărți până la sfârșitul anului comparativ cu prima jumătate a anului

Sursa: CSCDC

Metodologie. Instrumentele analizei

- Scopul studiului:
 - Evaluarea ponderii emisiunilor dedicate promovării culturii românești în programele audiovizuale, prima de acest gen în istoria Consiliului Național al Audiovizualului.
- Instrumentul de cercetare folosit:
 - Metoda analizei grilelor de program transmise de titularii licențelor audiovizuale în perioada 1 februarie – 15 martie 2009 și bazele de date ale C.N.A.

La baza studiului nostru a stat solicitarea Consiliului Național al Audiovizualului către titularii licențelor audiovizuale de a comunica informații privind ponderea emisiunilor clasificate ca programe culturale și/sau religioase în grilele de program.

Au fost expediate **331** de adrese către toți titularii licențelor audiovizuale (persoane juridice de drept public sau privat, instituții de învățământ sau de cult, autorități locale ale statului) pentru radiodifuziune și televiziune, cu difuzare terestră sau prin satelit, la care au răspuns **118**, ceea ce reprezintă **35,6%** din totalul radiodifuzorilor. Dintre aceștia un număr de **20** au comunicat că nu au prevăzute emisiuni/programe culturale în grilele de program. Practic, doar un eșantion de **98** de societăți, adică **29,6%** dintre radiodifuzori difuzează emisiuni culturale.

Așadar, s-ar putea spune că studiul nu este relevant, având în vedere numărul mic de răspunsuri la solicitările noastre. Dar pentru a nu angaja în acest moment o dezbatere colaterală pe tema autorității Consiliului Național al Audiovizualului, putem considera că lipsa unui răspuns din partea a două treimi din totalul radiodifuzorilor este recunoașterea tacită a faptului că aceștia nu realizează sau nu au prevăzute emisiuni sau programe culturale în grilele de program. În cadrul studiului nostru vom prezenta situația respondenților pe categorii de programe, respectiv radiodifuziune și televiziune, cu difuzare terestră sau prin satelit.

- Emisiunile analizate:
 - Emisiunile culturale sunt încadrate în categoria: programe/emisiuni destinate, în principal, stimulării curiozității artistice și/sau intelectuale, reprezentații culturale, activități culturale în sine, programe destinate îmbogățirii cunoștințelor publicului (într-un mod nedidactic) în diverse domenii ale culturii. Au fost exceptate emisiunile privind diversele manifestări culturale, dacă acestea erau strict informative și difuzate, ca atare, în jurnalele de știri.
 - Emisiunile religioase sunt încadrate în categoria programe/emisiuni religioase-educative sau manifestări religioase.

▪ Categoriile de emisiuni care fac obiectul studiului sunt cele dedicate exclusiv evenimentelor culturale, fiind excluse programele informative cu privire la manifestările culturale:

- Carte,
- Poezie,
- Teatru,
- Folclor, tradiții, obiceiuri,
- Reportaj / documentar (comentarii asupra noilor apariții editoriale, reprezentații de teatru, istorie, arte plastice, artă fotografică, dans),
- Istoria muzicii (genuri muzicale, profil interpreți, profil componistic),
- Concerte (muzică clasică, operă, operetă).

Corpusul analizei

- Perioada studiului: 1 februarie – 15 martie 2009.
- Universul analizei: Posturile de radio și de televiziune naționale (cu difuzare prin satelit sau rețele naționale cu difuzare terestră) în funcțiune, precum și posturile de radio și de televiziune locale în funcțiune, din punct de vedere al modului în care se manifestă interesul acestora pentru promovarea culturii românești, în principal, dar și a valorilor culturii universale.

Obiective și indicatori

Obiectivele avute în vedere au fost:

- Reflectarea ponderii emisiunilor culturale în grila săptămânală sub formă procentuală din total program difuzat (ex: 1% reprezintă 100 de minute de emisie pe săptămână din totalul de 10080 minute săptămânal). După cum am menționat, au fost luate în calcul numai societățile/posturile care au răspuns solicitării noastre și care realizează și difuzează emisiuni culturale. Rezultatele vor fi prezentate grafic și reprezintă media procentelor alocate culturii pe zonă și/sau tip de emisiune (carte, poezie, teatru șamd).
- Identificarea tipurilor de emisiuni culturale cu audiență la public și zonele istorice în care se manifestă interesul pentru promovarea culturii.

Având în vedere evoluția dinamică a domeniului audiovizual, atât din punct de vedere al apariției unor noi titulari de licențe audiovizuale, cât și al implementării unor noi programe și/sau formate de emisiuni este posibil ca, în prezent, unele date să nu fie conforme prezentului studiu. Cu toate acestea, concluziile finale nu pot fi substanțial afectate de aceste eventuale modificări.

Rezultatele sintetice ale studiului

Încă de la început se poate trage o primă concluzie, respectiv aceea că nu este acordată o foarte mare atenție emisiunilor culturale în programele radio/tv. Situația existentă este prezentată în tabelul de mai jos.

În baza de date a Consiliului Național al Audiovizualului dețin decizie de autorizare audiovizuală, deci sunt în funcțiune:

- 36 posturi de radio și 112 posturi de televiziune cu difuzare prin satelit;
- 725 posturi de radio și 248 de posturi de televiziune locale, cu difuzare terestră.

Spre exemplu, din **725** de licențe audiovizuale pentru radiodifuziune terestră în funcțiune, inclusiv cele aparținând radiodifuzorului public, Societatea Română de Radiodifuziune, doar **157** de posturi au răspuns că au în grila de program și emisiuni culturale, ceea ce înseamnă că aproximativ **22%** din totalul posturilor de radio difuzează emisiuni culturale.

Dacă luăm în calcul și posturile care au comunicat că nu realizează acest tip de emisiuni, în număr de **83**, atunci eșantionul de respondenți este de **240**, deci **33,1%** din totalul posturilor de radio cu emisie terestră.

Tabelul nr. 1

Zona	Radiodifuziune			Televiziune		
	Total posturi (licențe audiovizuale)	Respondenți		Total posturi (licențe audiovizuale)	Respondenți	
		Posturi cu emisiuni cultural-religioase	Posturi care nu realizează emisiuni cultural-religioase		Posturi cu emisiuni cultural-religioase	Posturi care nu realizează emisiuni cultural-religioase
Satelit (national/regional), din care:	36	10	3	112	27	7
în București	27	6	3	86	13	7
Local (terestru)						
Banat	35	6	7	12	6	0
Bucovina	28	10	2	5	2	0
Crișana	46	10	5	11	4	0
Dobrogea	52	7	7	12	2	0
Maramureș	39	4	5	11	4	0
Moldova	115	25	11	44	16	1
Muntenia (inclusiv București)	141	21	14	47	11	1
Oltenia	63	13	8	21	5	0
Transilvania	206	61	24	85	27	0
Total terestru	725 posturi (inclusiv licențele SRR)	157 posturi	83 posturi	248 posturi (inclusiv licențele SRTv)	77 posturi	2 posturi

Aceeași situație se regăsește și în cazul televiziunii terestre, unde din totalul de **248** licențe audiovizuale în funcțiune, inclusiv cele acordate Societății Române de Televiziune, doar **77** de posturi au în grila de program și emisiuni culturale, ponderea fiind de aproximativ **31%** totalul acestora. Dacă adăugăm și posturile care au comunicat că nu au prevăzut difuzarea programelor culturale în grila de program, două la număr, avem 79 de respondenți, ceea ce reprezintă **31,8%** din totalul posturilor de televiziune cu emisie terestră.

Și în cazul difuzării programelor de radio și televiziune prin intermediul satelitului se constată același “interes” pentru promovarea culturii:

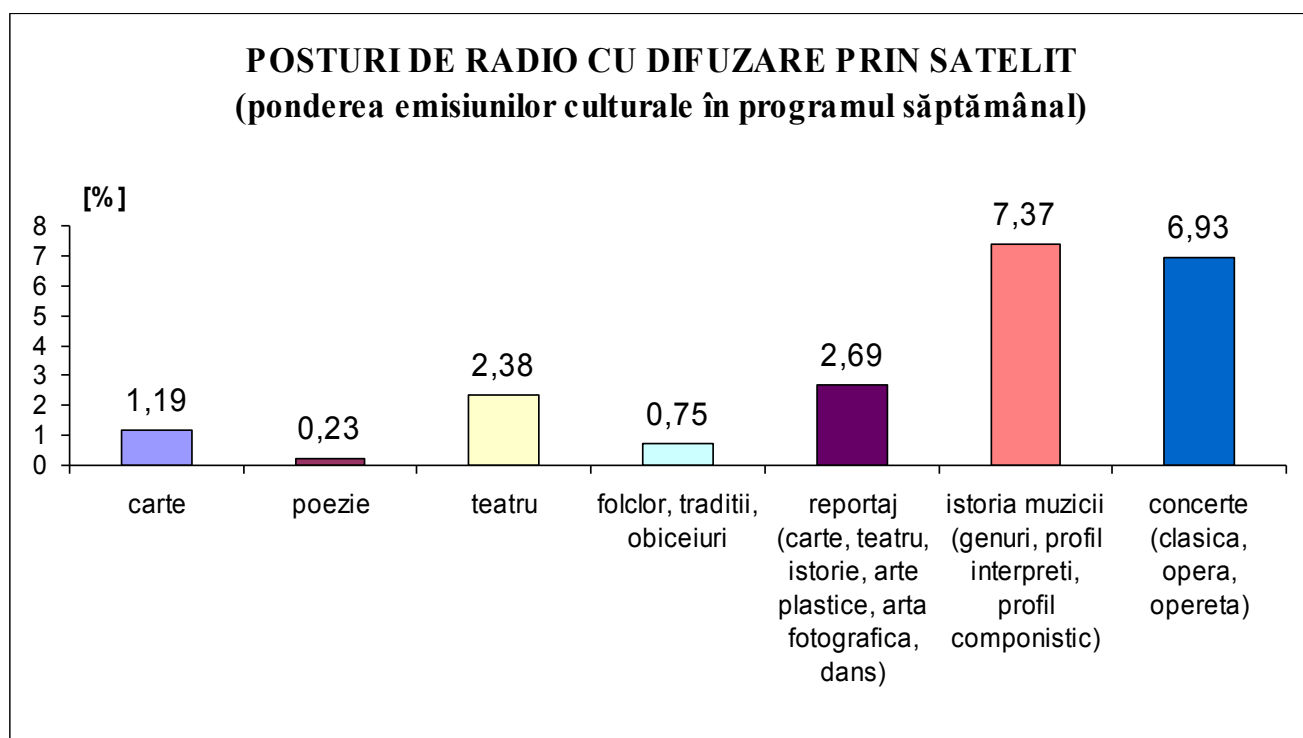
- din **36** de posturi de radio, doar **10** realizează emisiuni culturale, ceea ce reprezintă **27%** din totalul licențelor audiovizuale, respectiv **36,1%** dacă luăm în calcul și cele trei posturi care și-au manifestat intenția de a nu programa emisiuni culturale;
- din totalul celor **112** posturi de televiziune prin satelit, **27** au emisiuni culturale și reprezintă **24,1%** din totalul licențelor, dar adăugând cele 7 posturi care nu difuzează acest tip de emisiuni obținem un procent de **30,3%** din totalul respondenților.

Capitolul 1 RADIODIFUZIUNE

1.1 POSTURI DE RADIO CU DIFUZARE PRIN SATELIT (naționale)

La nivel național, în cazul posturilor de radio cu difuzare prin satelit, se constată o pondere ridicată a emisiunilor culturale care abordează domeniul muzical, respectiv concerte și istoria muzicii în cadrul cărora sunt comentate și ilustrate cu exemple genuri muzicale, profiluri ale diverșilor interpreți sau compozitori.

Reamintim că studiul nostru va lua în considerare numai posturile care au răspuns solicitării noastre.

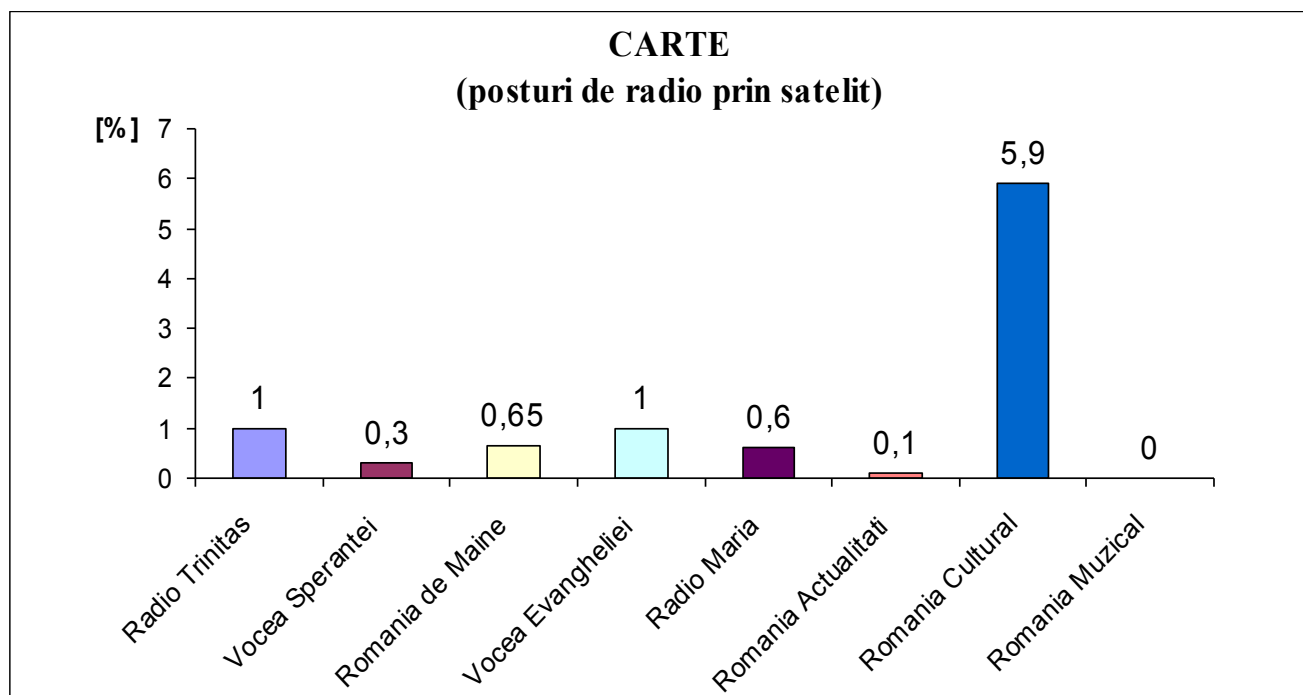


Această stare de fapt se datorează în principal programelor România Muzical și România Cultural, cel din urmă fiind lider și în cazul celorlalte categorii de emisiuni culturale.

Celelalte categorii de emisiuni culturale care fac obiectul studiului nostru sunt abordate și de Radio Trinitas, România de Măine, România Actualități, Vocea Evangheliei, Vocea Speranței și Radio Maria, dar primele locuri sunt deținute tot de programele publice tematice, România Cultural și România Muzical, acesta din urmă remarcându-se doar în cazul promovării programelor muzicale încadrate la categoriile “istoria muzicii” și “concerate”.

Dintre cele zece posturi de radio prin satelit care realizează emisiuni culturale, vom lua în considerare doar opt, deoarece Radio Trinitas deține două licențe audiovizuale (Iași și Craiova) asimilate cu una singură, iar Radio Timișoara, aparținând Societății Române de Radiodifuziune, este program regional și va fi inclus în cadrul programelor locale.

Radiodifuzorii adoptă diverse forme de abordare a subiectului „carte”, de la lectura propriu-zisă a textelor literare, la comentarii asupra aparițiilor editoriale sau la biografii scenarizate iar în cazul posturilor tematice religioase, la emisiuni de explicare a unor texte și teme din Biblie cu racorduri în literatură, istorie, arte sau de prezentare a operei și biografiei autorilor clasici de literatură religioasă.



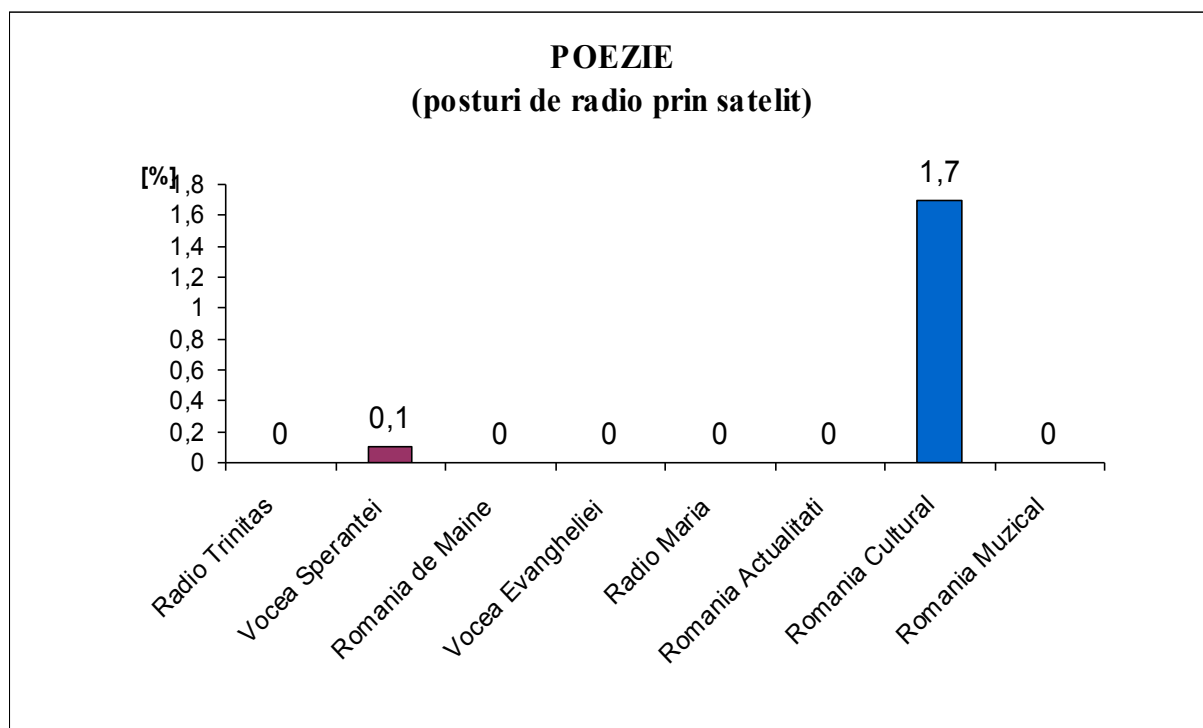
Emisiunile postului de radio România Cultural își propun pe de o parte, prezentarea liricii românești începând cu primele manifestări ale acesteia și terminând cu cele mai recente apariții, prin difuzarea poezilor importanți și a creațiilor mai puțin cirkulate, dar și exploatarea patrimoniului liric universal. Durata acestora este de 20 de minute zilnic și sunt programate la ore târzii din noapte (intervalul orar 22.45-24).

Tot aici merită a fi amintită inițiativa Radio România Actualități care, prin emisiunea literară specială pentru nevăzători **“Lumina cuvintelor”**, prezintă creațiile acestora.

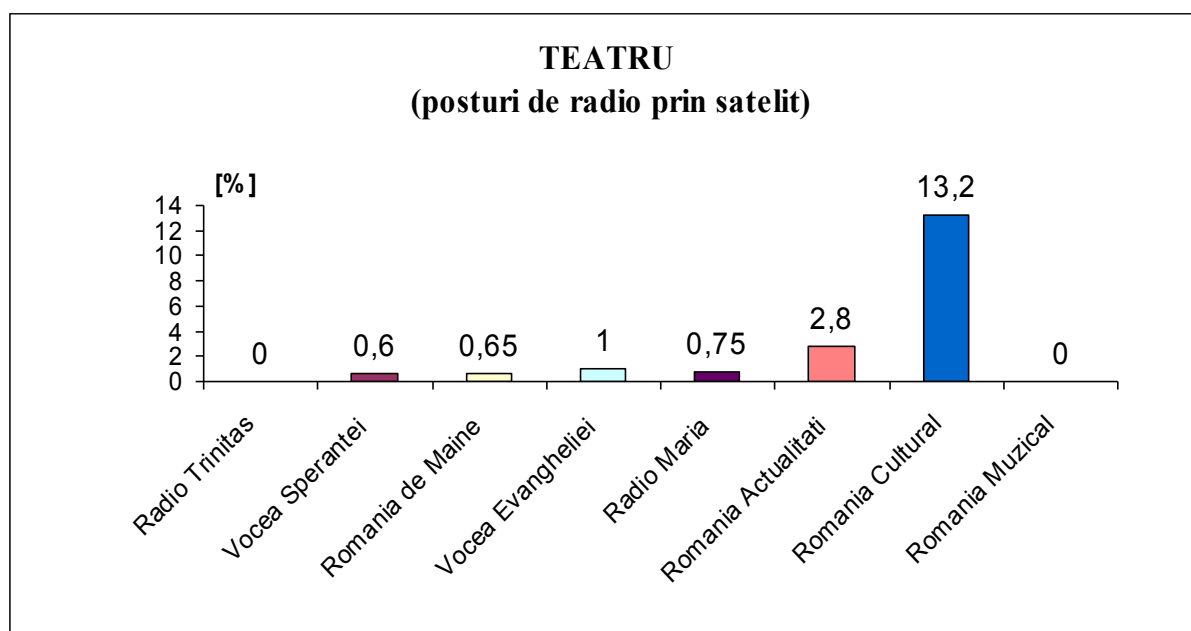
În schimb, Radio Trinitas, Radio Vocea Speranței, Radio Vocea Evangheliei și Radio Maria promovează literatura din perspectivă creștină, emisiunile fiind dedicate prezentării autorilor clasici de literatură religioasă și impactului cultural-religios pe care aceștia l-au avut în epocă sau ulterior.

Opera, biografia și creațiile poetice ale autorilor clasici sau contemporani sunt prezentate de România Cultural în emisiunile dedicate acestui gen literar, dezvăluind talentul sau stângăciile tinerilor poeți și adresându-se unui public eterogen, cu vârste și pregătiri profesionale diverse.

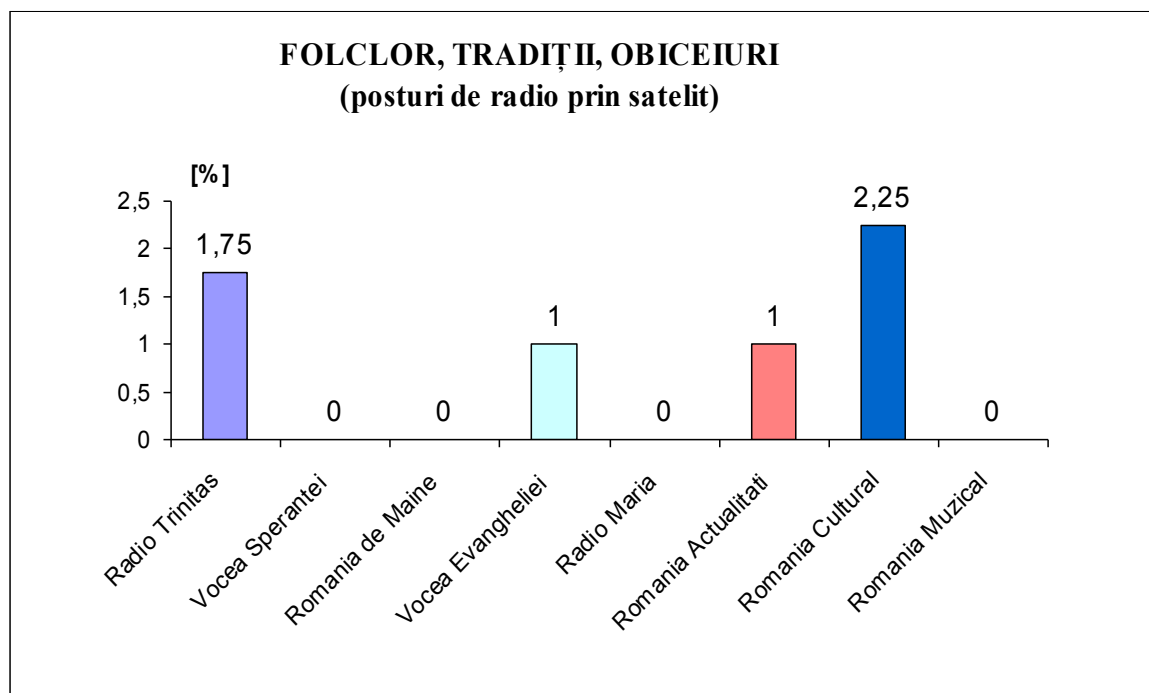
Radio Vocea Speranței abordează acest domeniu prin difuzarea unei rubrici de antologie a poeziei creștine.



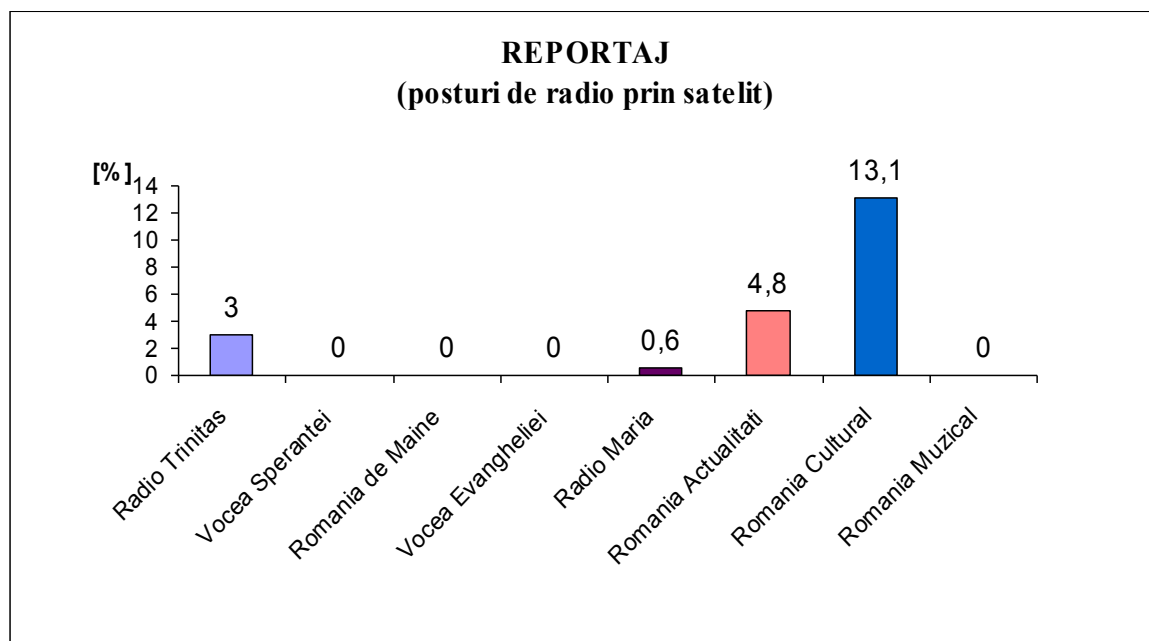
Teatrul radiofonic este prezent în grilele de program ale radiodifuzorilor ca o continuare a tradiției prin care posturile publice aduceau în casele românilor reprezentațiile teatrale. Fie că se numesc **“Teatru radiofonic în serial”**, **“Teatru radiofonic pentru copii”**, **“Comedia de sâmbătă seara”**, **“Noapte bună, copii”**, toate au ca scop promovarea operelor tradiționale din cultura românească și universală. În unele situații accentul este pus pe operele care fac parte din programa de învățământ.



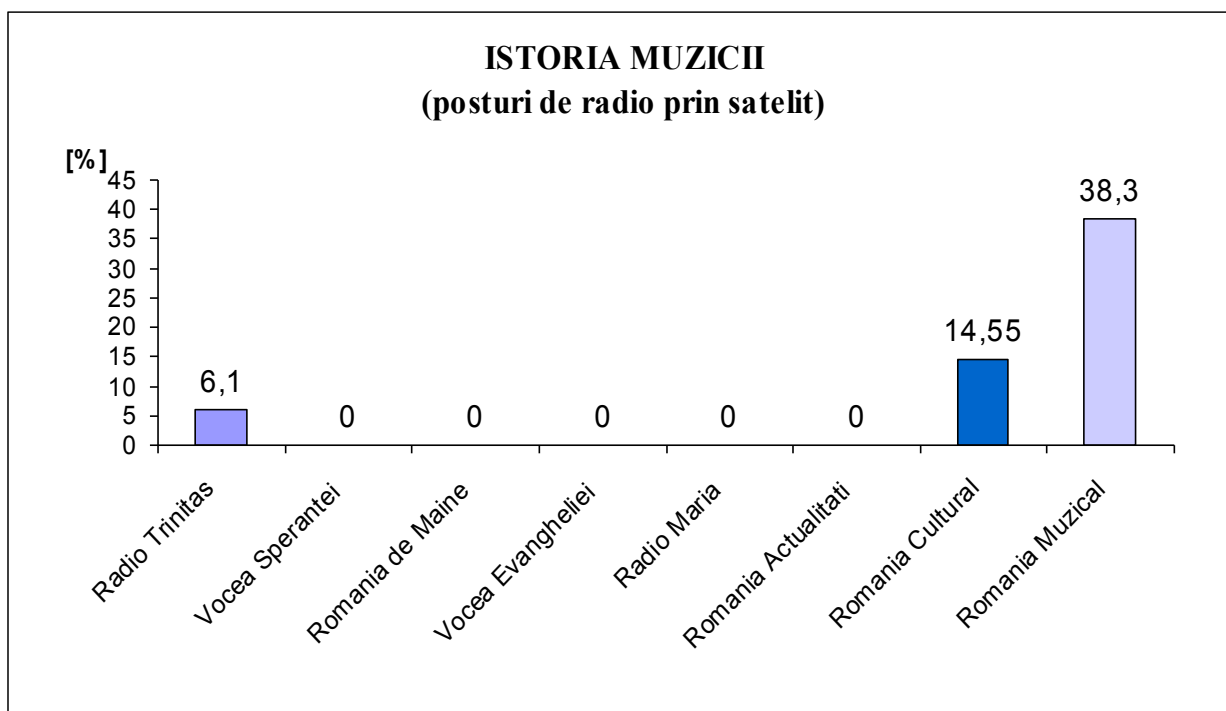
Emisiunile folclorice tratează în diverse forme jurnalistice nu doar cântecul popular, ci și tradițiile culturale românești și ale minorităților, obiceiurile legate de sărbătorile tradiționale, literatura populară, dar și diverse proiecte destinate conservării valorilor tradiționale autentice din diversele zone ale țării în domeniul creațiilor muzicale.



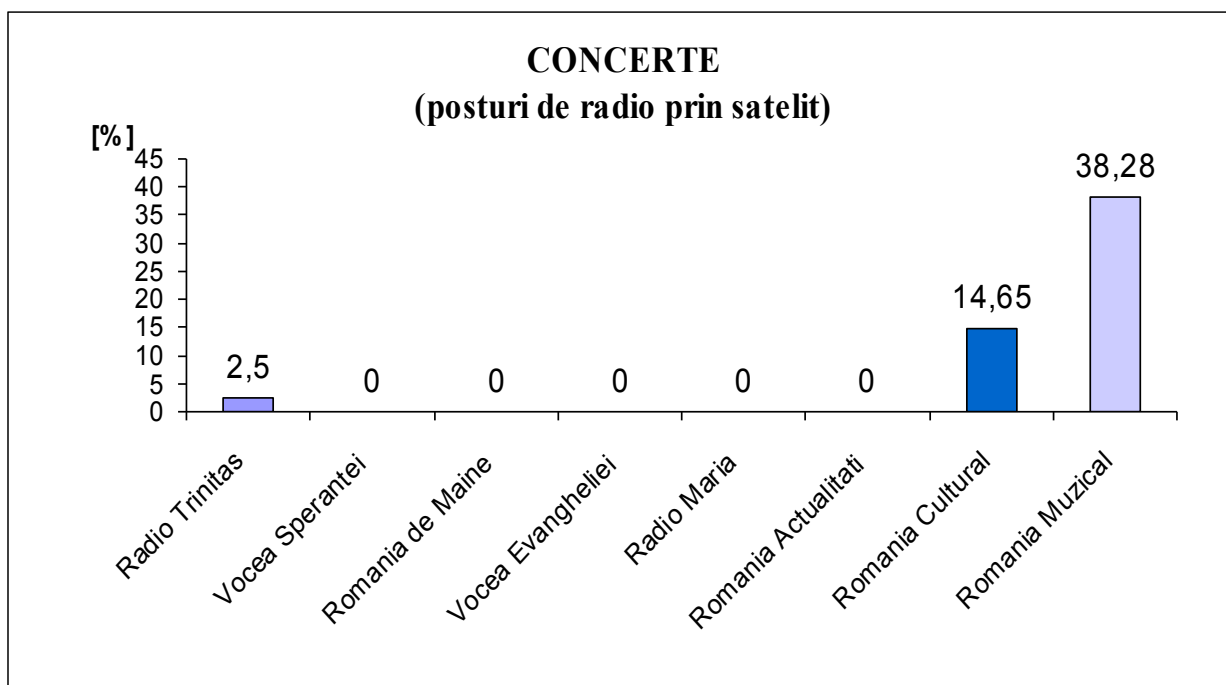
Reportajele și interviurile legate de evenimentele culturale desfășurate în București, în țară și în străinătate - din domeniul literaturii, filmului, teatrului, muzicii ușoare, populare și simfonice, baletului, operei șamd – sunt adesea prezentate ca o invitație de participare sau mod de aprofundare a unui fenomen cultural-artistic.



Emisiunile tip “istoria muzicii” prezintă ascultătorilor capodopere ale diverselor stiluri și genuri muzicale (jazz, pop-jazz, muzică clasică și corală, rock, pop, folk șamd), poderea aportului editorial fiind mai redusă în cazul emisiunilor programate la ore târzii din noapte. Important este, în acest caz, efectul relaxant al muzicii.



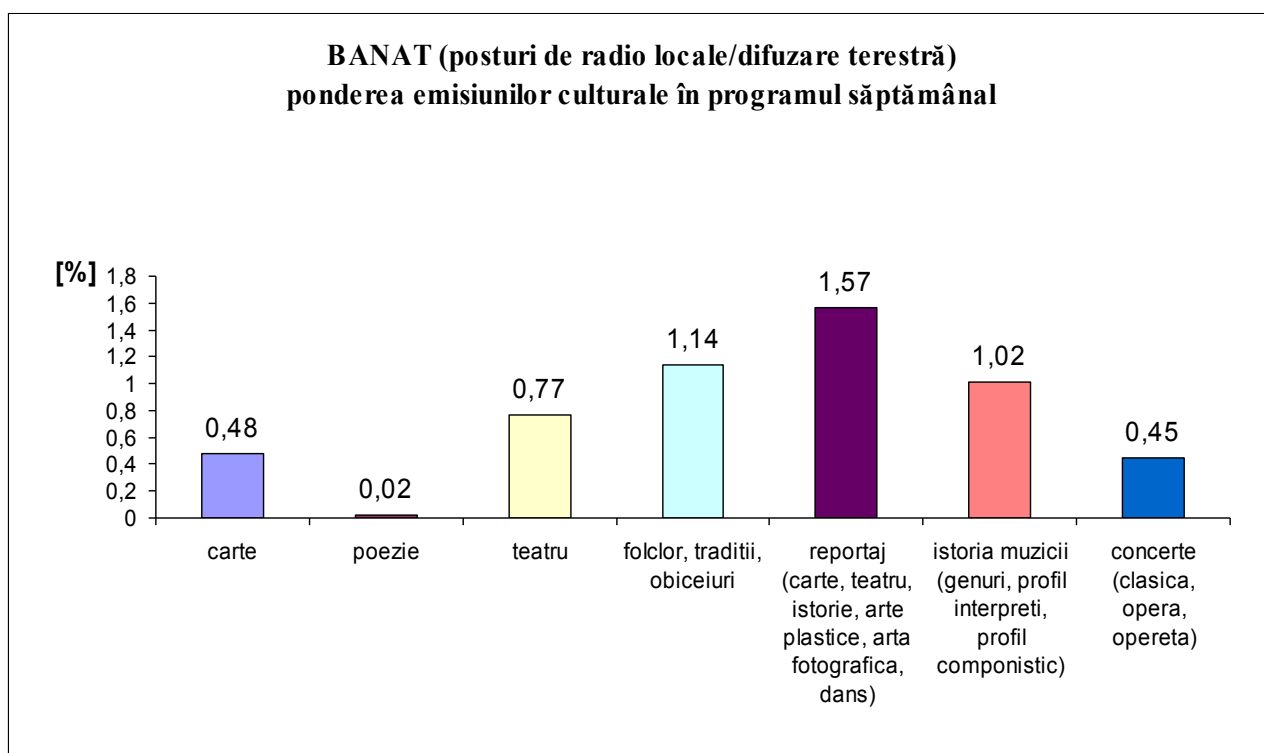
Prin specificul său, Radio România Muzical ocupă poziția dominantă în ceea ce privește ponderea emisiunilor dedicate diverselor genuri muzicale, profilului componistic al autorilor lucrărilor muzicale, profilului interpreților sau pur și simplu prin difuzarea concertelor de muzică clasică, operă și operetă.



1.2. POSTURI DE RADIO LOCALE (cu difuzare terestră)

Pe plan local, în speță pe zone istorice, posturile de radio cu difuzarea programelor pe cale radioelectrică terestră au alocat evenimentelor culturale un spațiu de emisie rezonabil, dar, comparând numărul total al posturilor de radio în funcțiune cu cel al posturilor care “pun în undă” asemenea programe, se poate afirma că interesul de a promova cultura este destul de scăzut, indiferent de categoria, genul sau tipul de manifestare culturală.

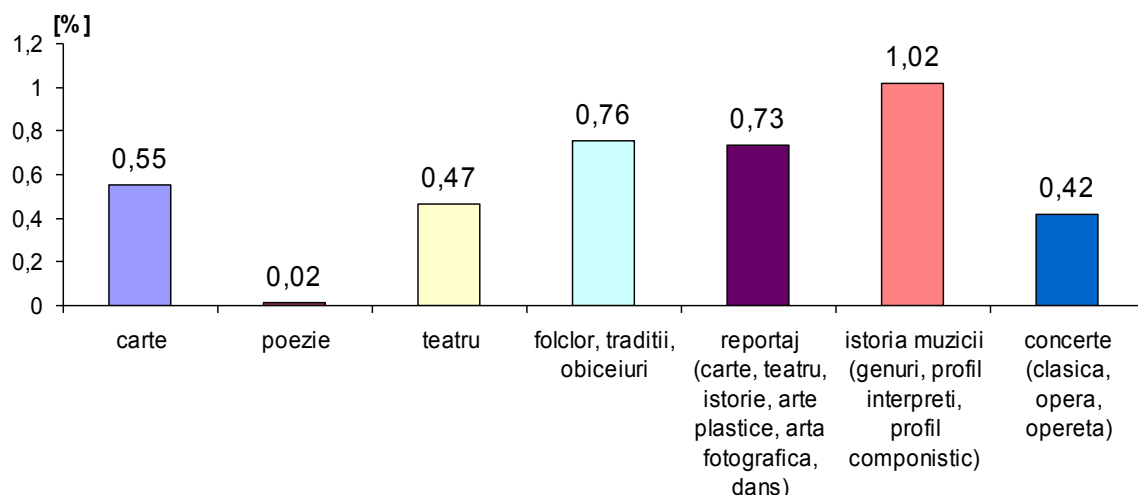
Unii radiodifuzori au specificat că în grila de program nu sunt prevăzute emisiuni dedicate tipurilor culturale care fac obiectul acestui studiu, dar că, ocazional, în rubricile informative sau în buletinele de știri sunt promovate manifestările culturale care urmează a se desfășura în localitate. În cel mai fericit caz, în cuprinsul programului matinal există o rubrică de 5-10 minute pe tema „cum vorbim, cum scriem românește”.



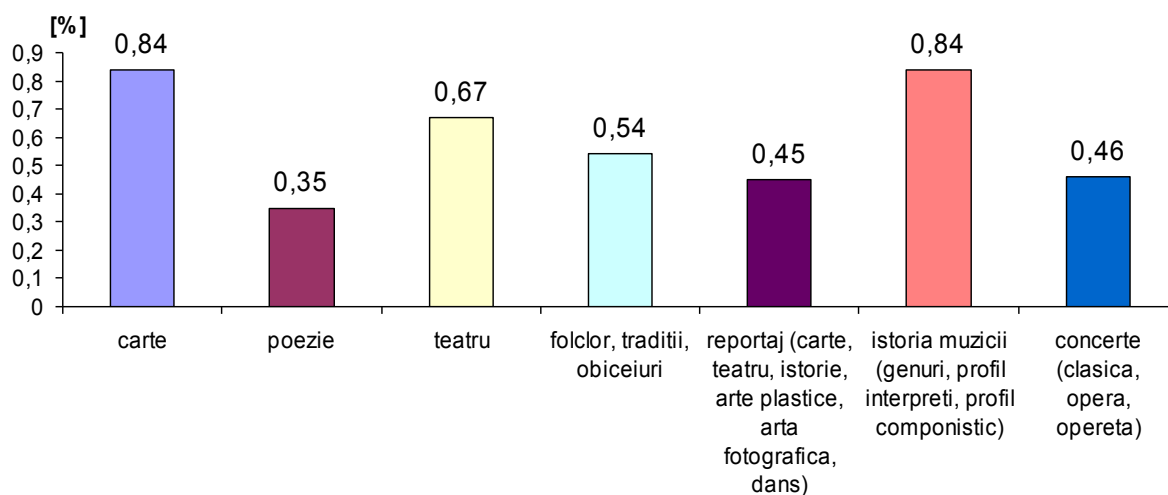
În funcție de zona respectivă se pot observa fluctuații ale procentelor. Astfel, în Crișana, un procent de 0,84% din programul săptămânal este acordat aparițiilor editoriale, comentariilor și lecturii textelor (“carte” în studiul nostru), față de 0,28% – 0,62 % în celelalte zone.

De ce această diferență? Pentru simplul fapt că în zonă dețin licențe audiovizuale societățile Radio Maria SRL (Radio Maria), Leasing Rom SRL (Radio Unison FM), Vocea Evangheliei SRL (Radio Vocea Evangheliei), dar și Patriarhia Română (Radio Trinitas) care au prevăzute în grila de programe emisiuni culturale cu accent educativ-religios și care au ca scop formarea spirituală și culturală a ascultătorilor.

BUCOVINA (posturi de radio locale/difuzare terestră)
ponderea emisiunilor culturale în programul săptămânal

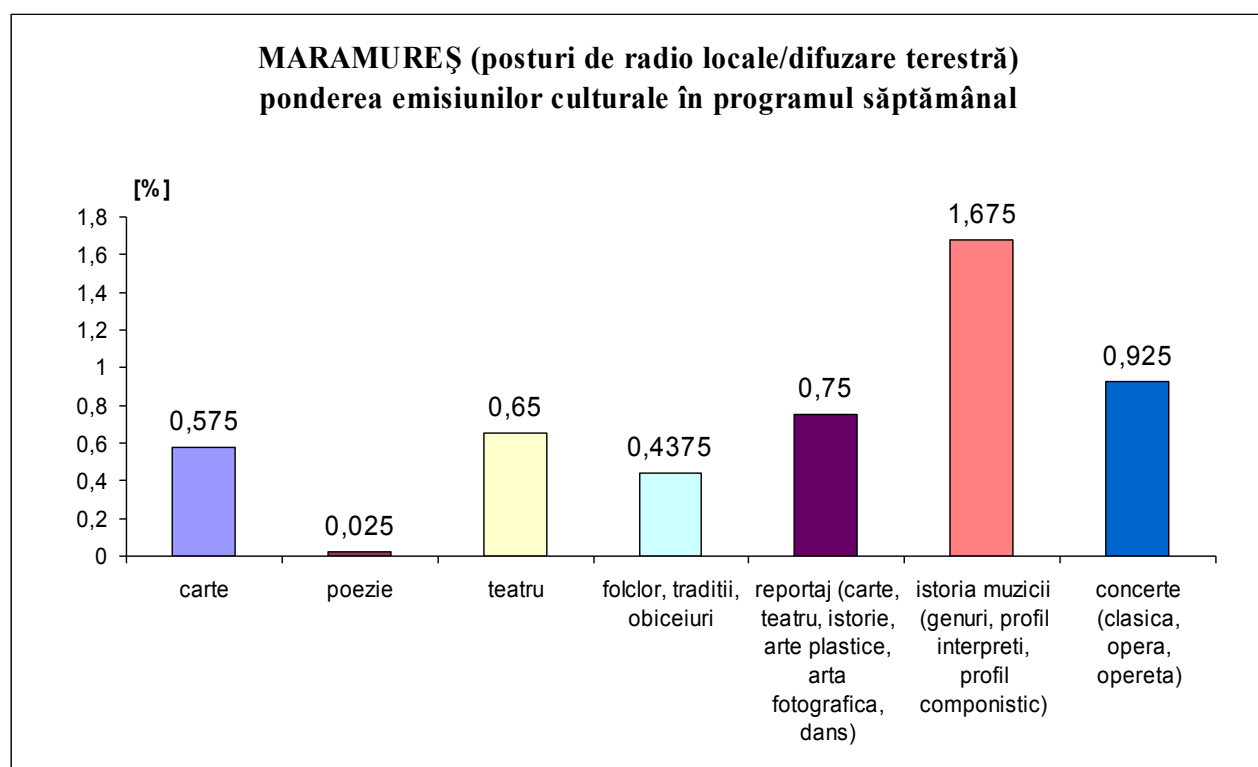
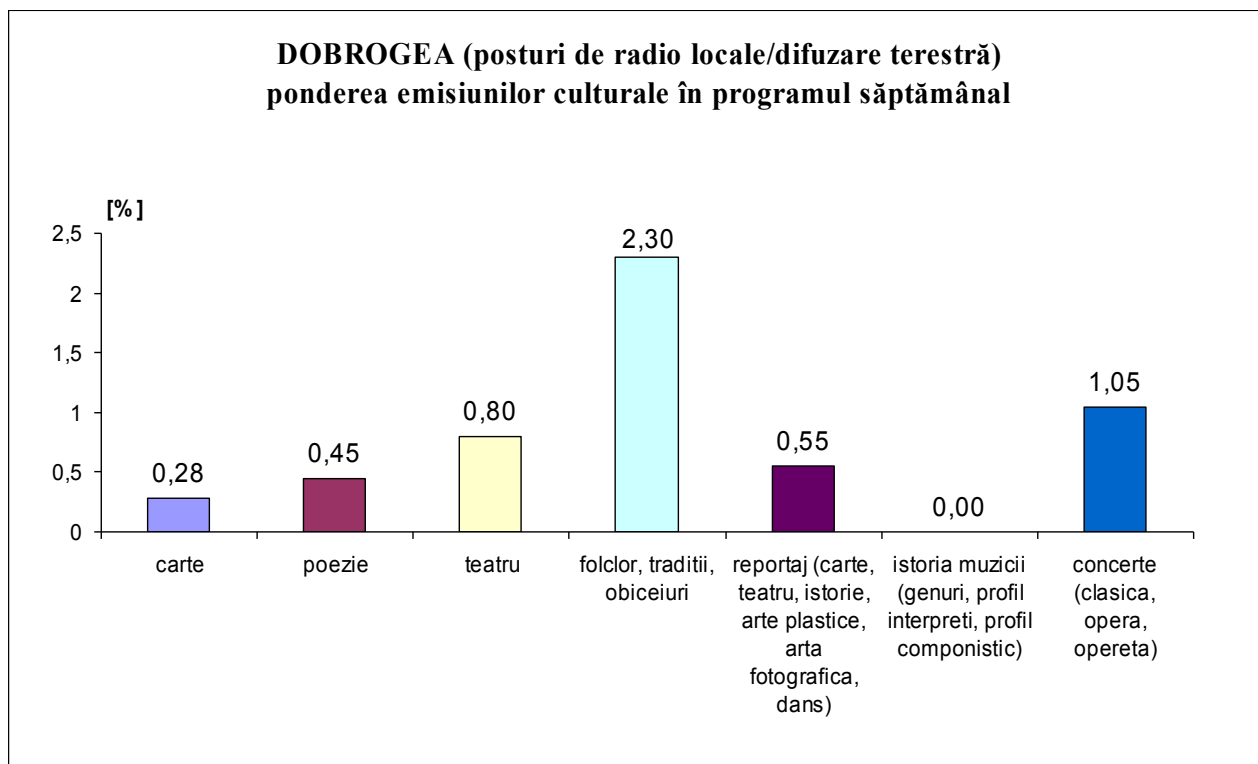


CRÎȘANA (posturi de radio locale/difuzare terestră)
ponderea emisiunilor culturale în programul săptămânal

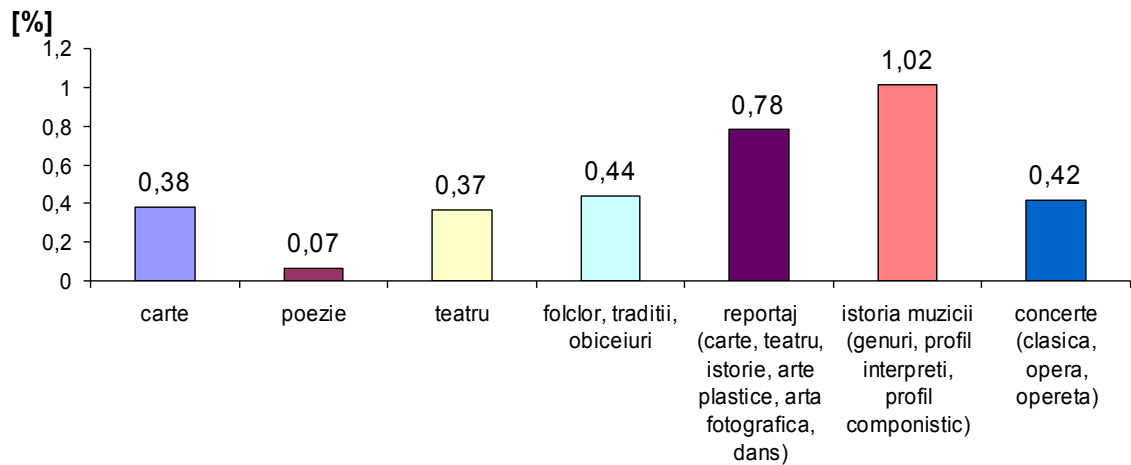


Moldova – „patria” lui Eminescu și a lui Alecsandri, Transilvania lui Blaga și Coșbuc, Muntenia lui Stănescu și Labiș, Oltenia lui Sorescu se pot considera mulțumite cu o pondere a poeziei de 0,06-0,1% din totalul programelor difuzate? Reamintim aici că 1% reprezintă 100 de minute săptămânal. În aceste condiții Dobrogea cu 0,45% și Crișana cu 0,35% se “disting” ca și promotori ai poeziei în programele radiofonice.

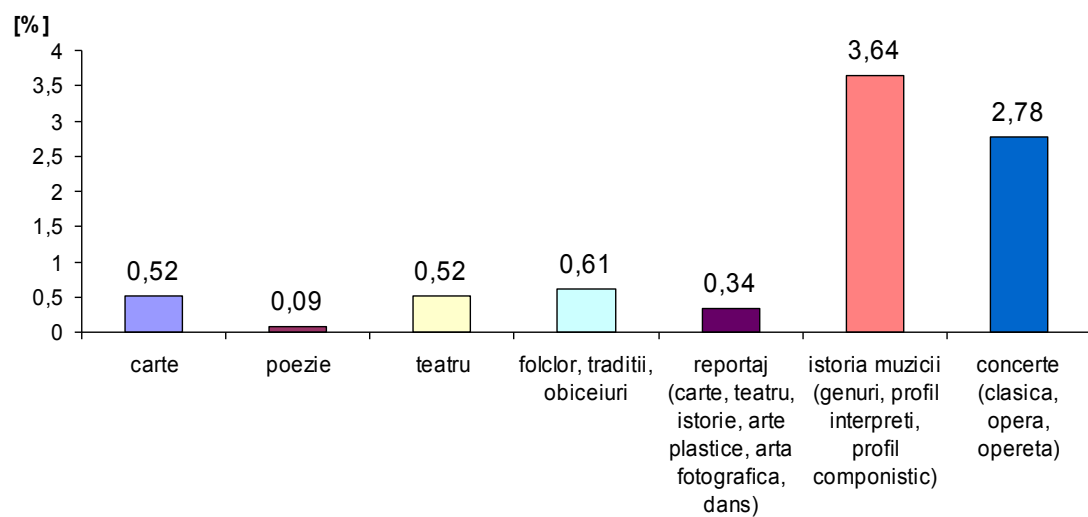
Mai jos sunt prezentate ponderile categoriilor de emisiuni culturale în totalul programului săptămânal, pe celelalte zone istorice.



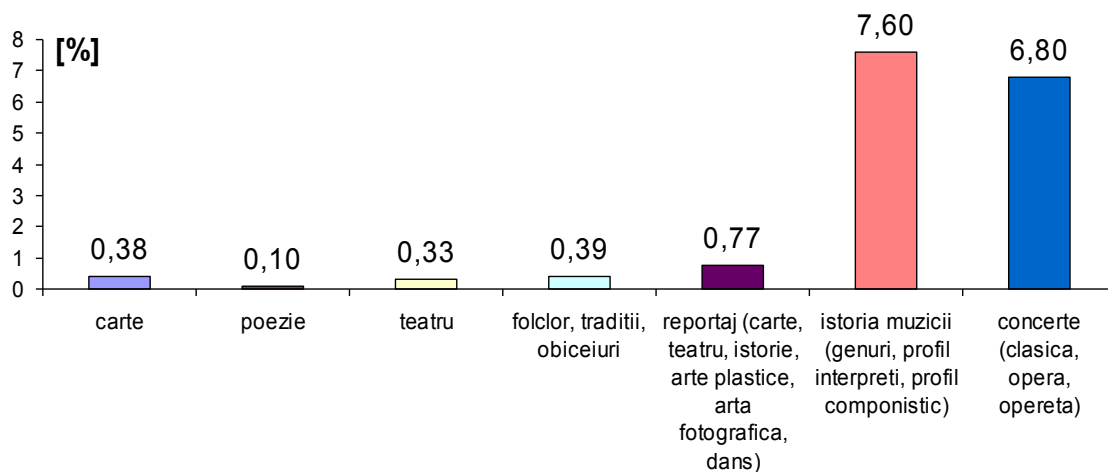
MOLDOVA (posturi de radio locale/difuzare terestră)
ponderea emisiunilor culturale în programul săptămânal



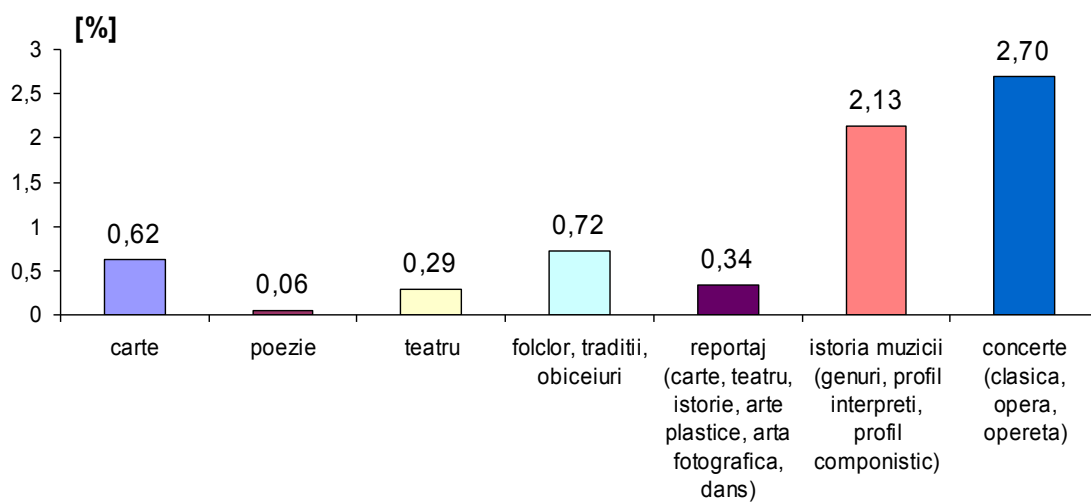
MUNTENIA (posturi de radio locale/difuzare terestră)
ponderea emisiunilor culturale în programul săptămânal



OLTENIA (posturi de radio locale/difuzare terestră)
ponderea emisiunilor culturale în programul săptămânal



TRANSILVANIA (posturi de radio locale/difuzare terestră)
ponderea emisiunilor culturale în programul săptămânal

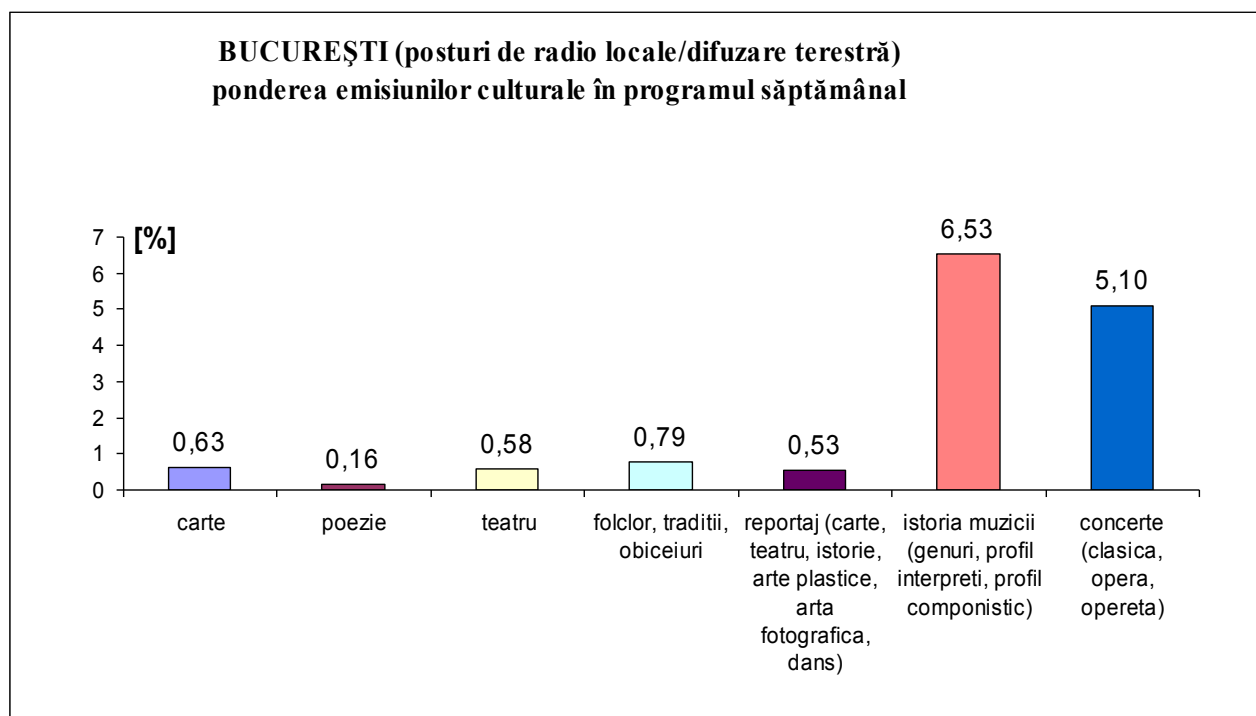


Pentru municipiul București situația nu prezintă mari diferențe. Astfel:

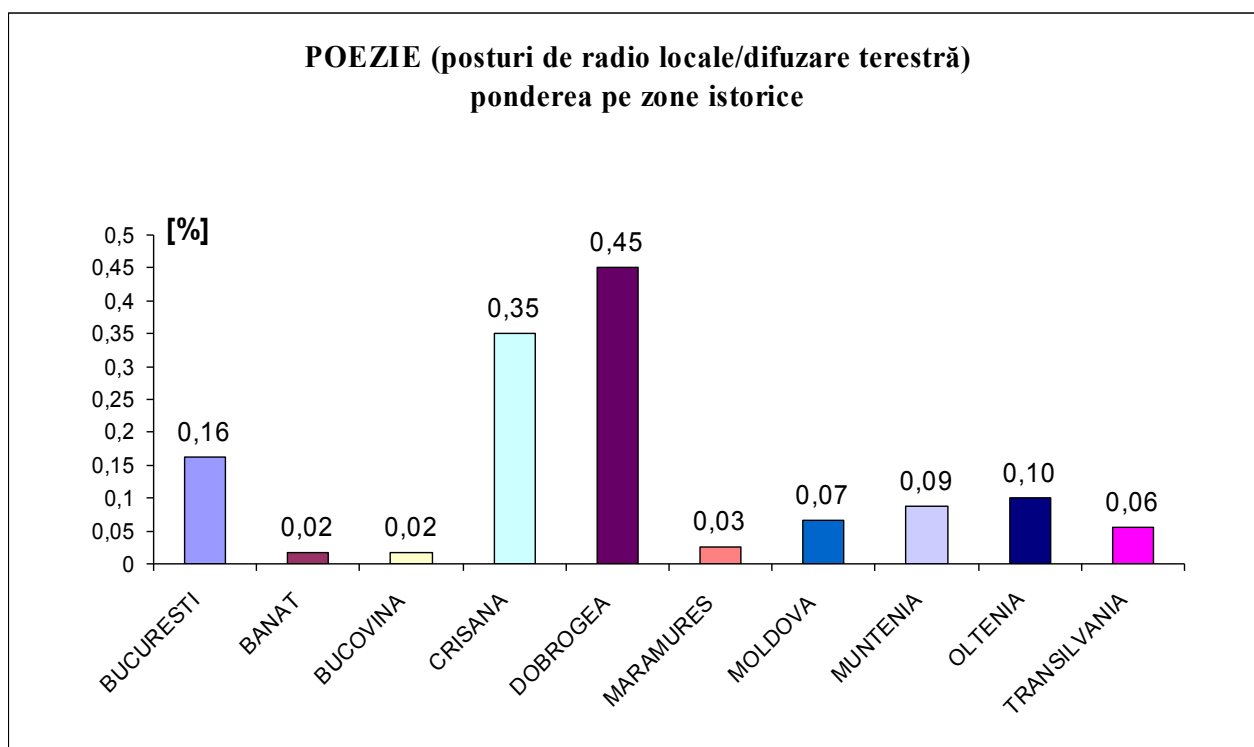
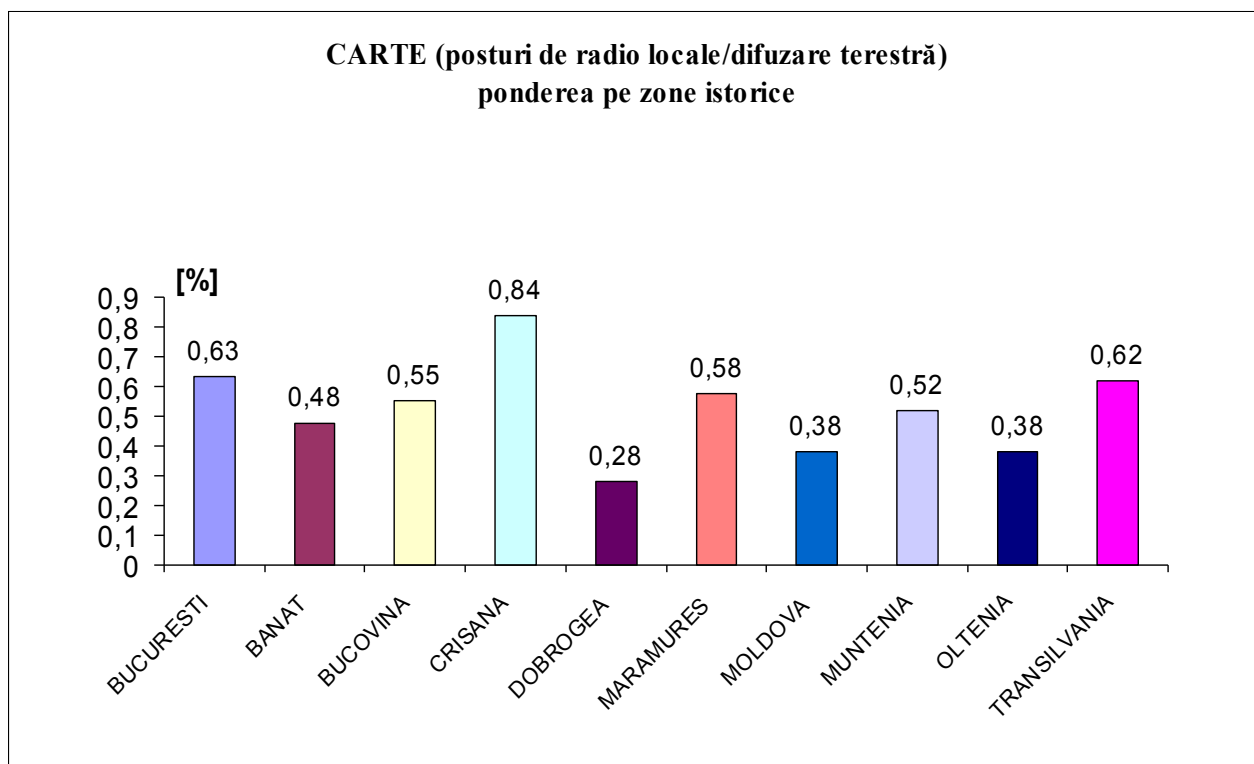
Domeniul promovării aparițiilor editoriale sau al comentariilor operelor literare și al lecturii acestora este monopolizat de Radio Smart FM, urmat de Radio Trinitas, Vocea Evangheliei și România de Mâine –Student FM, în timp ce folclorul, tradițiile și obiceiurile românești sunt promovate mai ales de Antena Satelor. Nu au fost luate în calcul programele România Actualități și România Culturală, cele două programe ale radiodifuzorului public având acoperire națională și fiind constituite în rețele naționale.

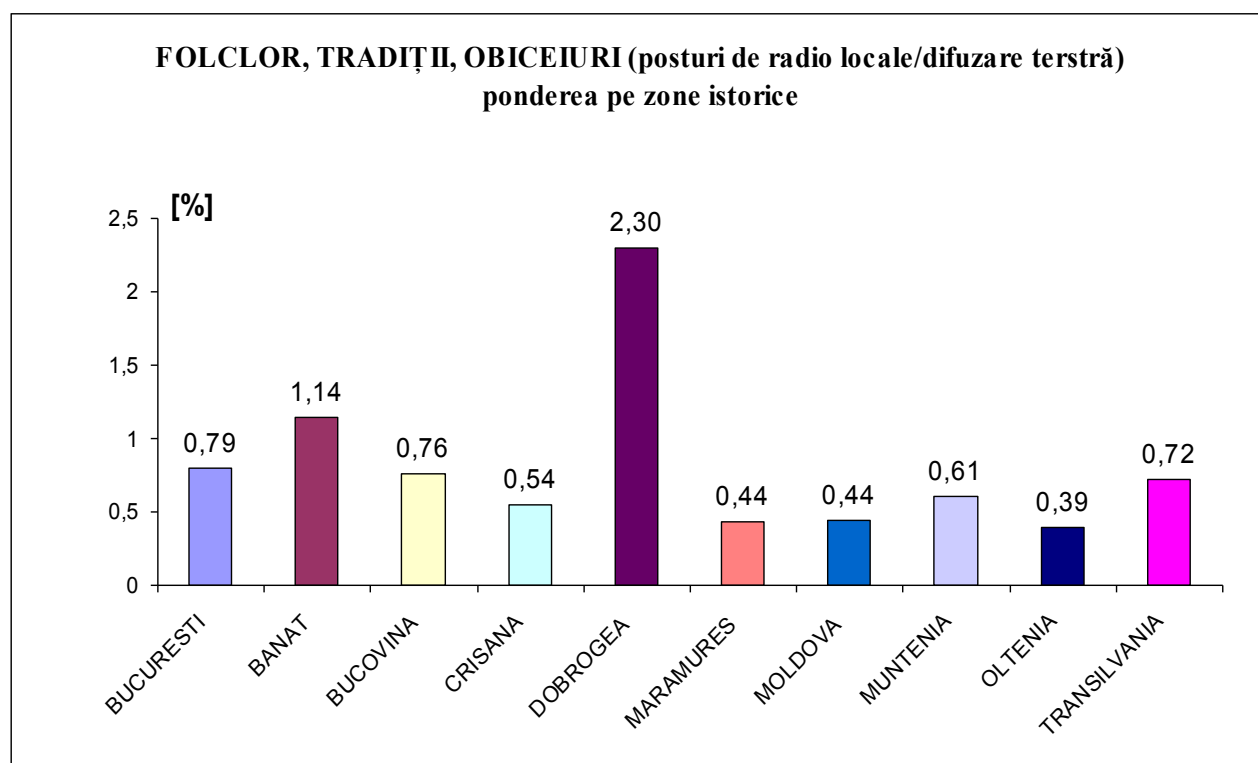
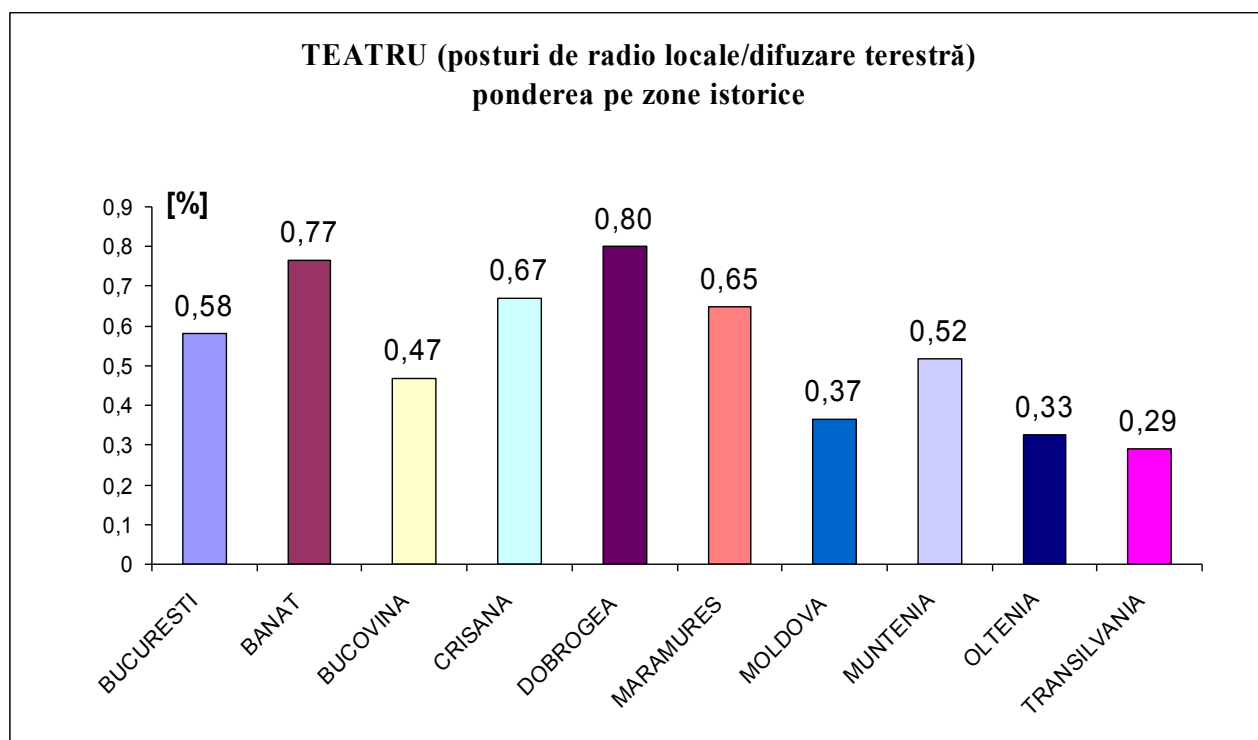
BUCUREȘTI- posturi de radio locale	Ponderea emisiunilor culturale în total program săptămânal [%]						
Nume post radio	carte	poezie	teatru	folclor, tradiții, obiceiuri	reportaj (carte, teatru, istorie, arte plastice, artă fotografică, dans)	istoria muzicii (genuri, profil interpreți, profil componistic)	concerte (clasică, operă, operetă)
Radio Trinitas	1	0	0	1,75	3	6,1	2,5
Vocea Speranței	0,3	0,1	0,6	0	0	0	0
Vocea Evangheliei	1	0	1	1	0	0	0
România de Mâine- Student FM	0,65	0	0,65	0	0	0	0
Radio Smart FM	2,1	0	0	0	0	7,8	0
România Muzical	0	0	0	0	0	38,3	38,28
Antena Satelor	0	0	2,4	3,6	0	0	0
Radio București	0	1,2	0	0	1,2	0	0
Media	0,63125	0,1625	0,58125	0,79375	0,525	6,525	5,0975

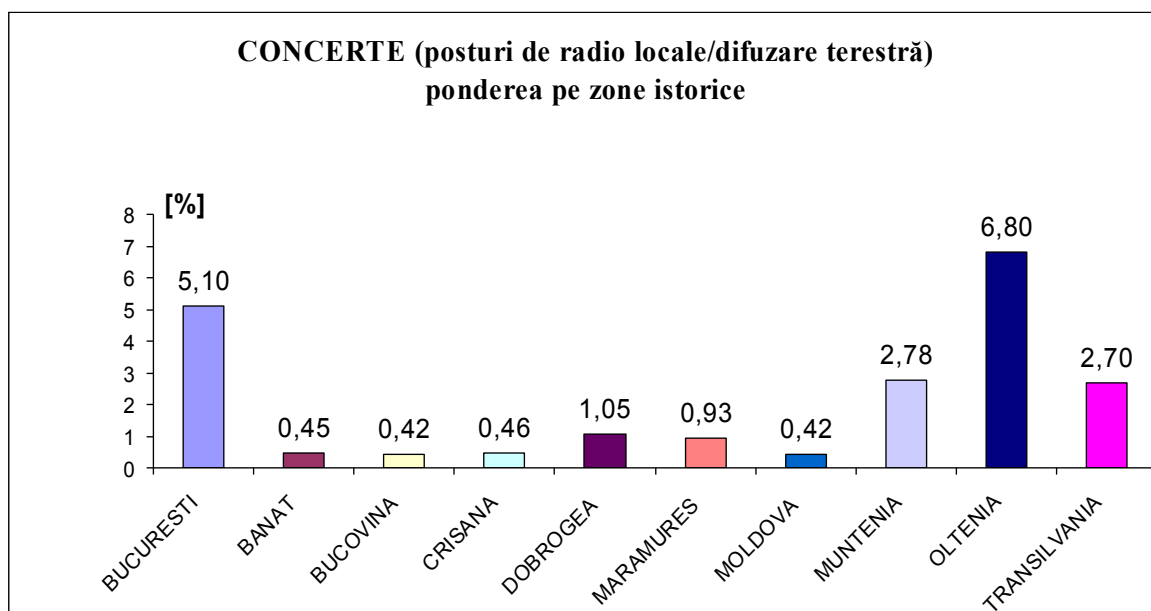
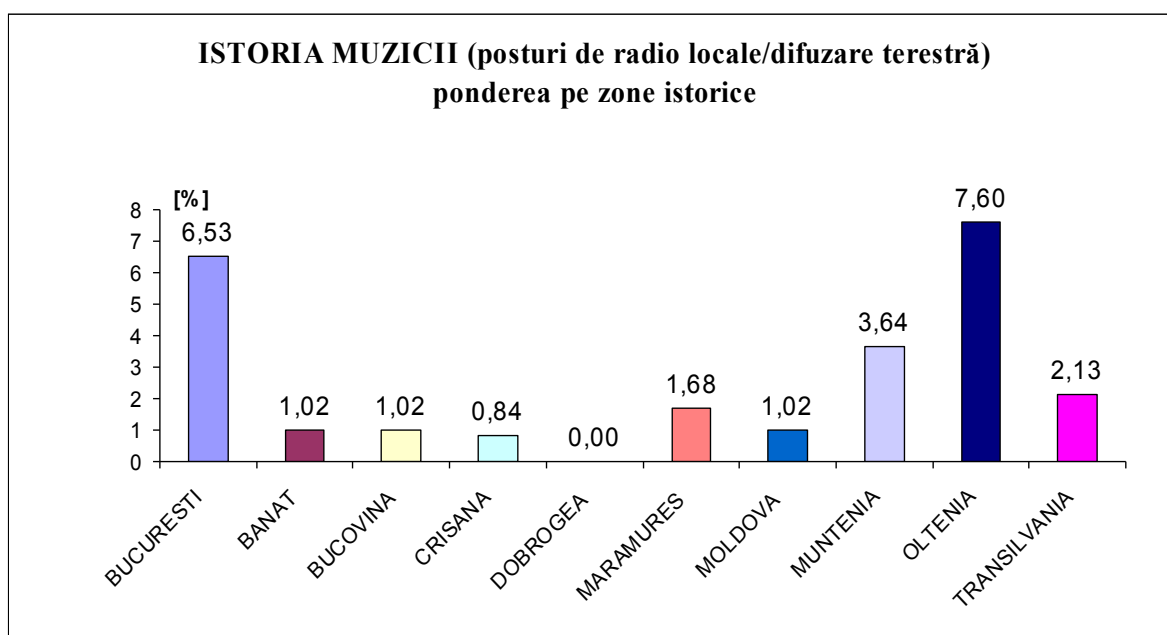
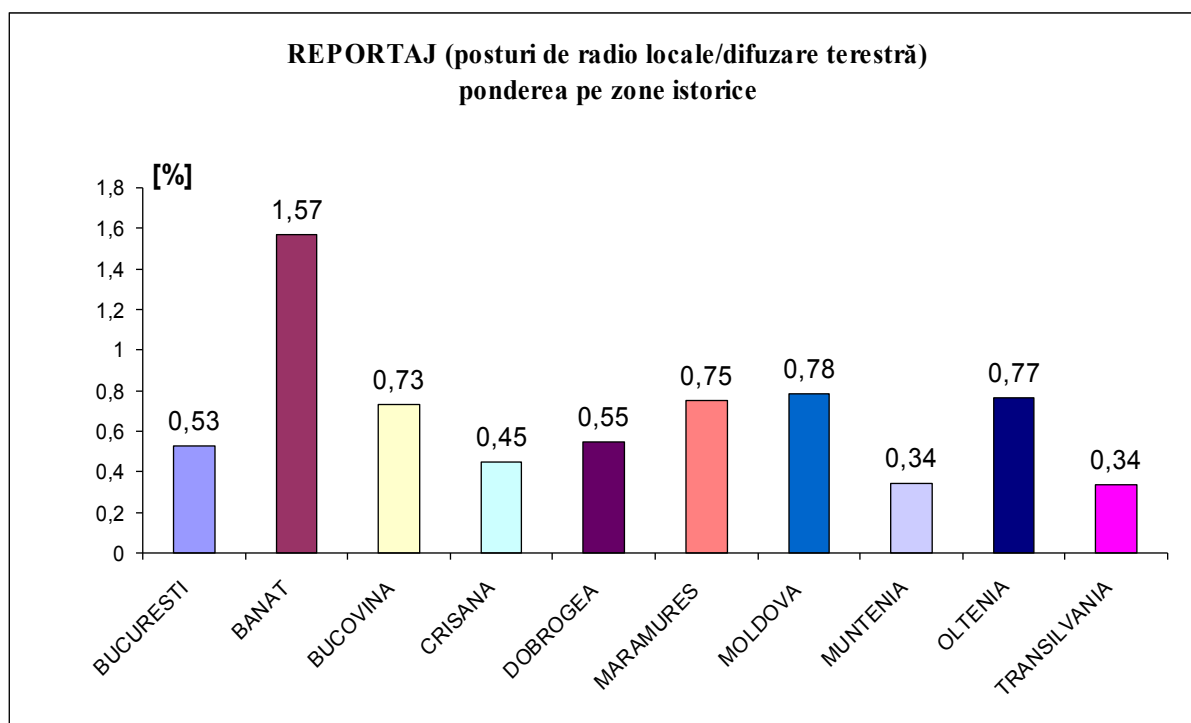
Difuzarea concertelor de muzică clasică reprezintă preocuparea postului România Muzical, în timp ce teatrului radiofonic îi sunt acordate spații de emisie de către Antena Satelor, România de Mâine – Student FM, Vocea Evangheliei și Vocea Speranței.



Situația pe zone istorice în funcție de categoria programului cultural difuzat de posturile de radio locale este reflectată de graficele de mai jos.







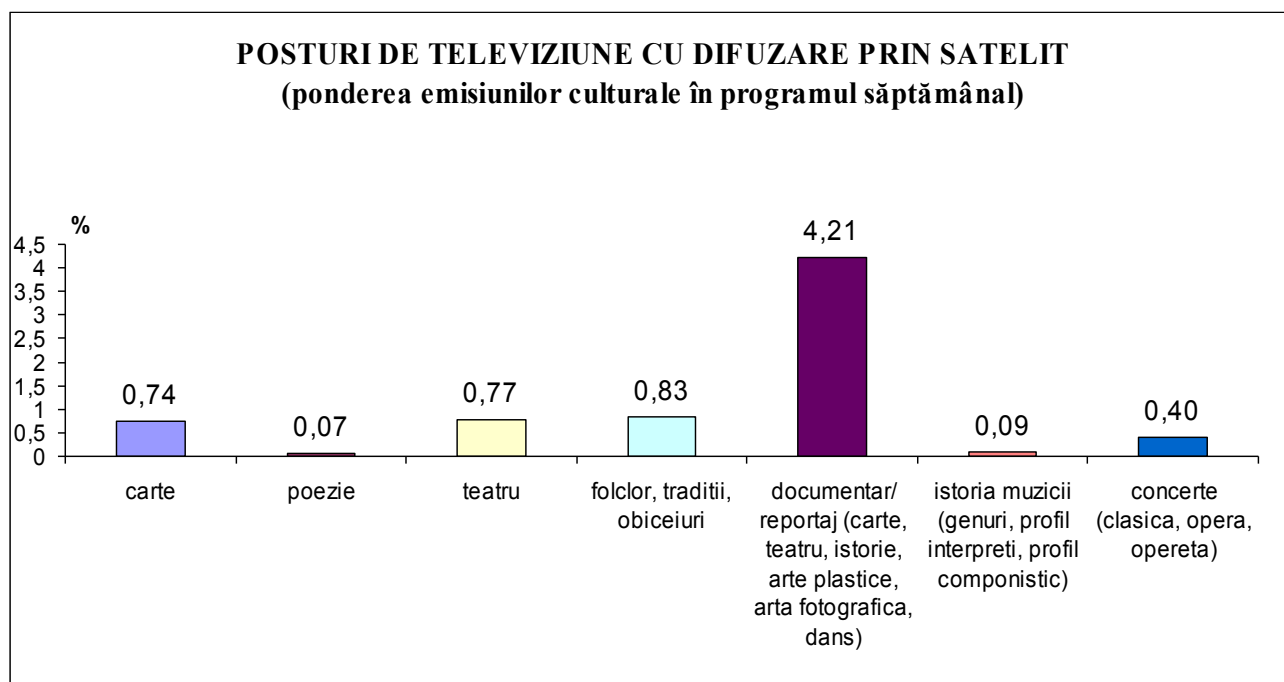
Capitolul 2 TELEVIZIUNE

2.1. POSTURI DE TELEVIZIUNE CU DIFUZARE PRIN SATELIT (naționale/regionale)

Dacă în cazul radiodifuziunii, programele cu acoperire națională sunt considerate în studiul de față cele cu difuzare prin satelit sau prin rețele naționale cu difuzare terestră (ex: Europa FM, InfoPro, Național FM, România Actualități, România Cultural), iar toate celelalte servicii de programe de radiodifuziune/posturi de radio care sunt difuzate printr-un mare număr de stații terestre sunt considerate locale (ProFM, Trinitas, Radio 21, Kiss FM, Magic FM), în cazul televiziunii situația se schimbă.

Putem considera un post de televiziune oarecare ca fiind cu acoperire națională sau regională, având în vedere faptul că retransmiterea acestuia prin rețelele de comunicație electronică (CATV) asigură difuzarea lui în orice localitate din România.

Astfel, la nivel național (satelit și rețele naționale), posturile de televiziune implicate în difuzarea emisiunilor cu specific cultural adoptă altă politică față de titularii licențelor audiovizuale pentru radiodifuziune.



Dintre cele 27 de posturi de televiziune prin satelit care realizează emisiuni culturale, vom lua în considerare doar 22, din următoarele considerente: programele studiourilor teritoriale Cluj Napoca, Craiova, Iași, Timișoara, aparținând Societății Române de Televiziune, sunt regionale și vor fi incluse în cadrul programelor locale, iar Pro Tv Internațional se adresează diasporei.

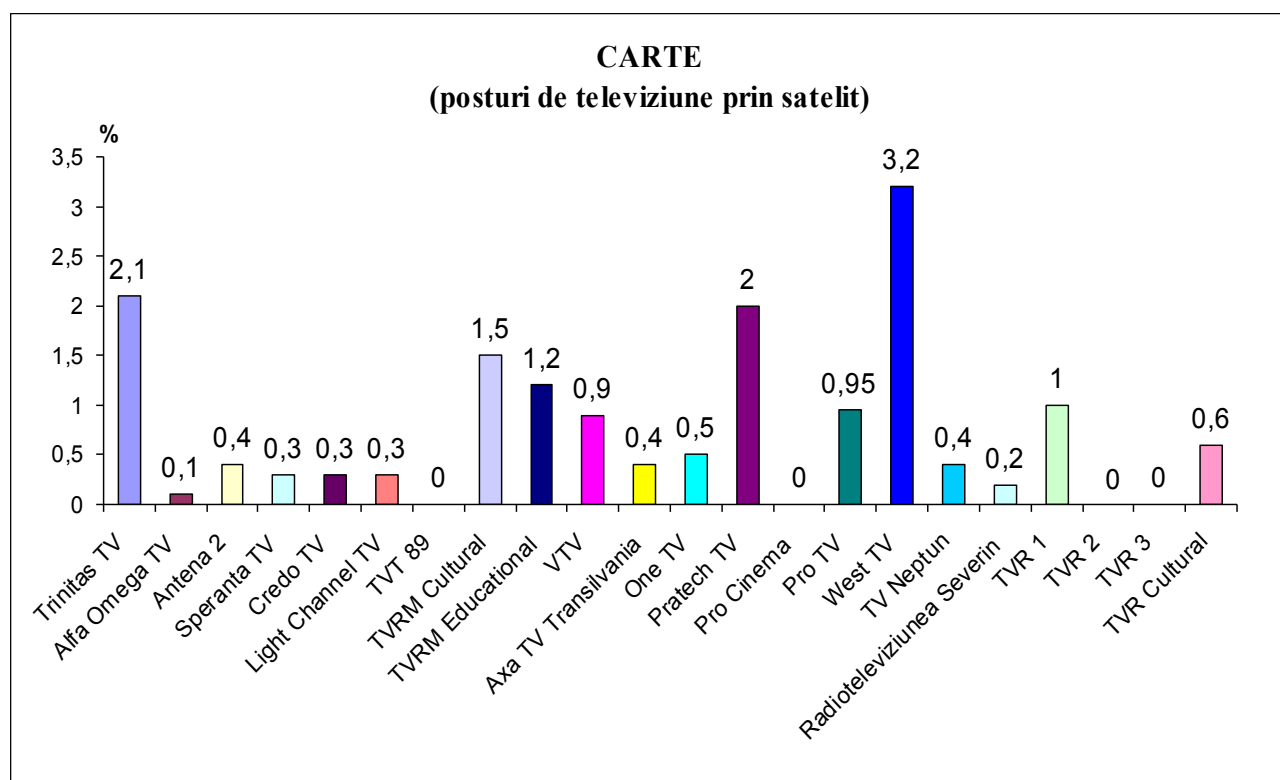
Prin specificul lor programele de televiziune pun accentul pe vizual, pe imagine, astfel încât pe primul loc în cadrul emisiunilor se situează documentarul și/sau reportajul care poate aborda teme diverse, cum ar fi:

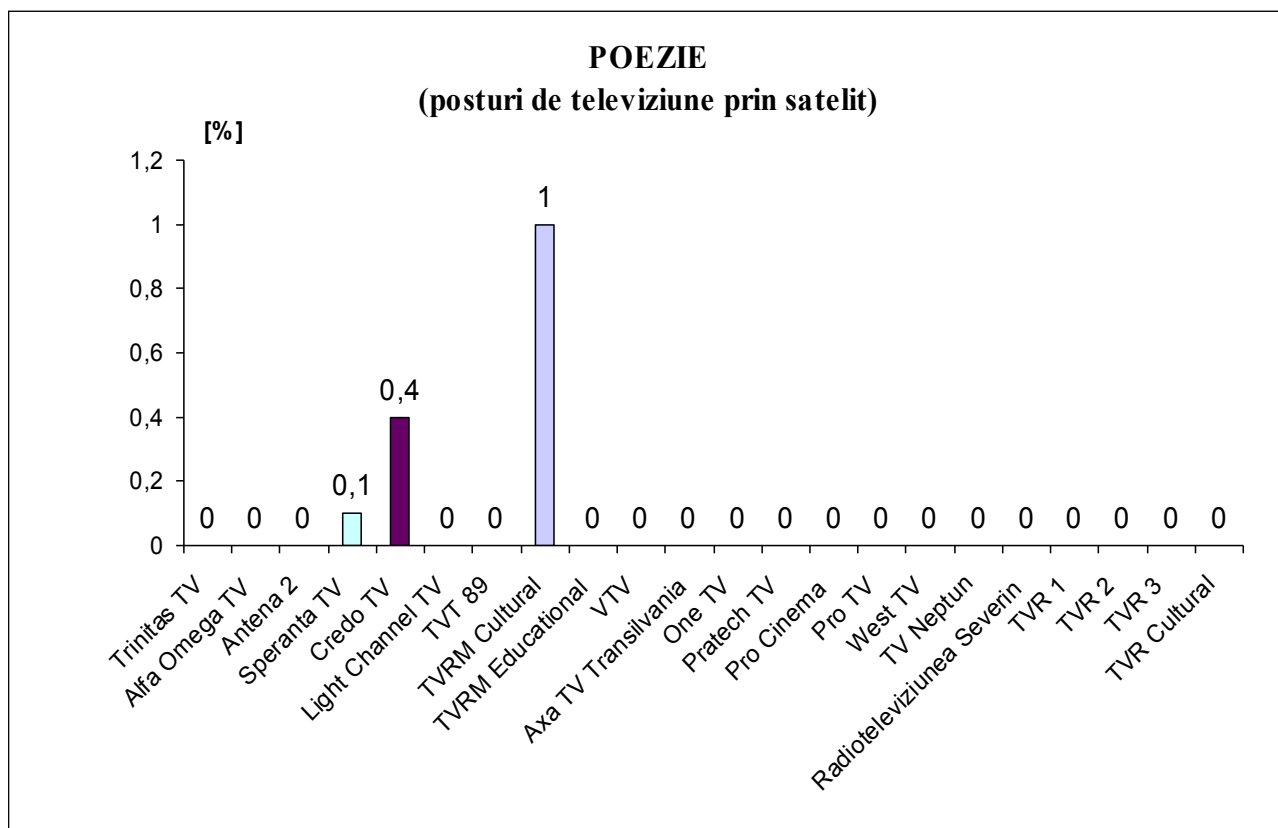
- biografia și opera autorilor clasici de literatură laică sau religioasă, în acest din urmă caz situându-se Trinitas TV, Alfa Omega TV, Credo TV;
- teme din istoria românilor explicate și comentate de renumiți istorici;
- emisiuni tip “Teleenciclopedia”, cu teme diverse;
- impresii de călătorie în țară și în străinătate cu referiri la tradiții, datini și obiceiuri ale locurilor;
- zestrea românilor, emisiuni folclorice.

Aceste tipuri de emisiuni au o pondere de **4,21%** din totalul programului săptămânal (aproximativ 420 minute/săptămână). Reamintim că această valoare reprezintă media aritmetică a ponderii documentarelor/reportajelor în totalul programelor transmise de radiodifuzorii care au răspuns solicitării noastre.

Dar, măcar în aceeași măsură, ar putea fi promovat și teatrul prin înregistrarea reprezentațiilor artistice de gen și prin programarea lor spre difuzare la ore de maximă audiență.

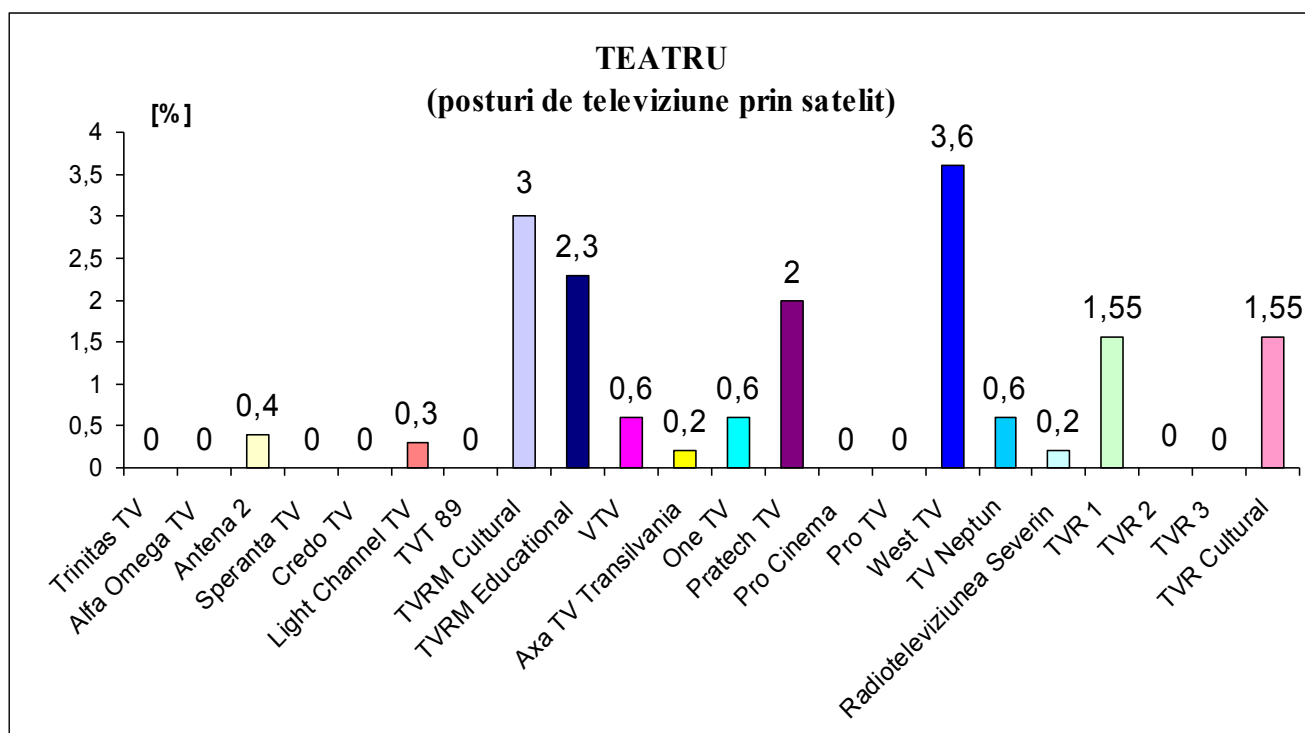
Radiodifuzorii adoptă diverse forme de abordare a subiectului „carte”, de la lectura propriu-zisă a unor fragmente din textele literare însoțite de comentarii și dezbateri asupra conținutului aparițiilor editoriale până la biografii scenarizate, iar în cazul posturilor tematice religioase, la emisiuni de explicare a unor texte și teme din Biblie cu racorduri în literatură, istorie, arte sau de prezentare a operei și biografiei autorilor clasici de literatură religioasă.



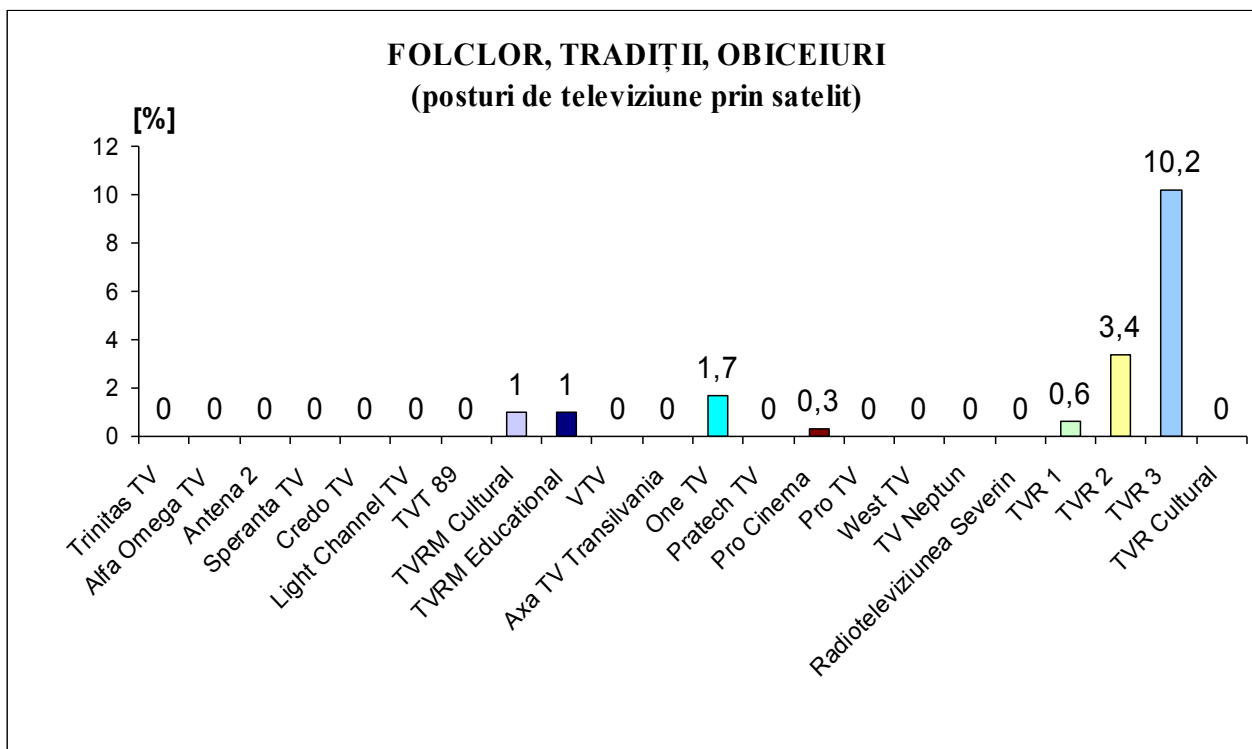


Teatrul de televiziune ocupă un loc important în cadrul grilelor de program, chiar dacă procentul mediu la nivel național - de 0,77 % (77 minute pe săptămână) - nu este grăitor.

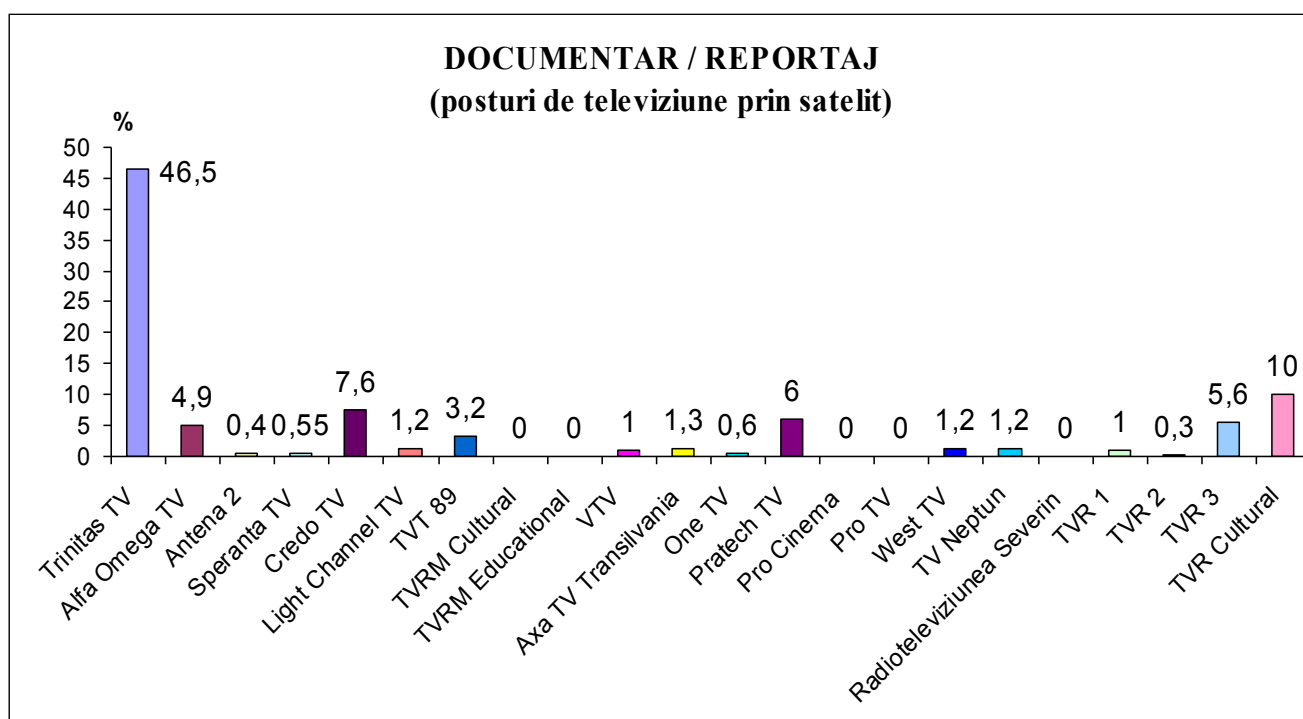
Astfel, West TV Arad a alocat 3,6%, TVRM Cultural și TVRM Educațional au acordat 3%, respectiv 2,3% din totalul minutelor de emisie, TVR1 și TVR Cultural câte 1,55%, VTV Râmnicu Vâlcea și One TV Alba Iulia câte 0,6%, iar Pratech TV-2%.



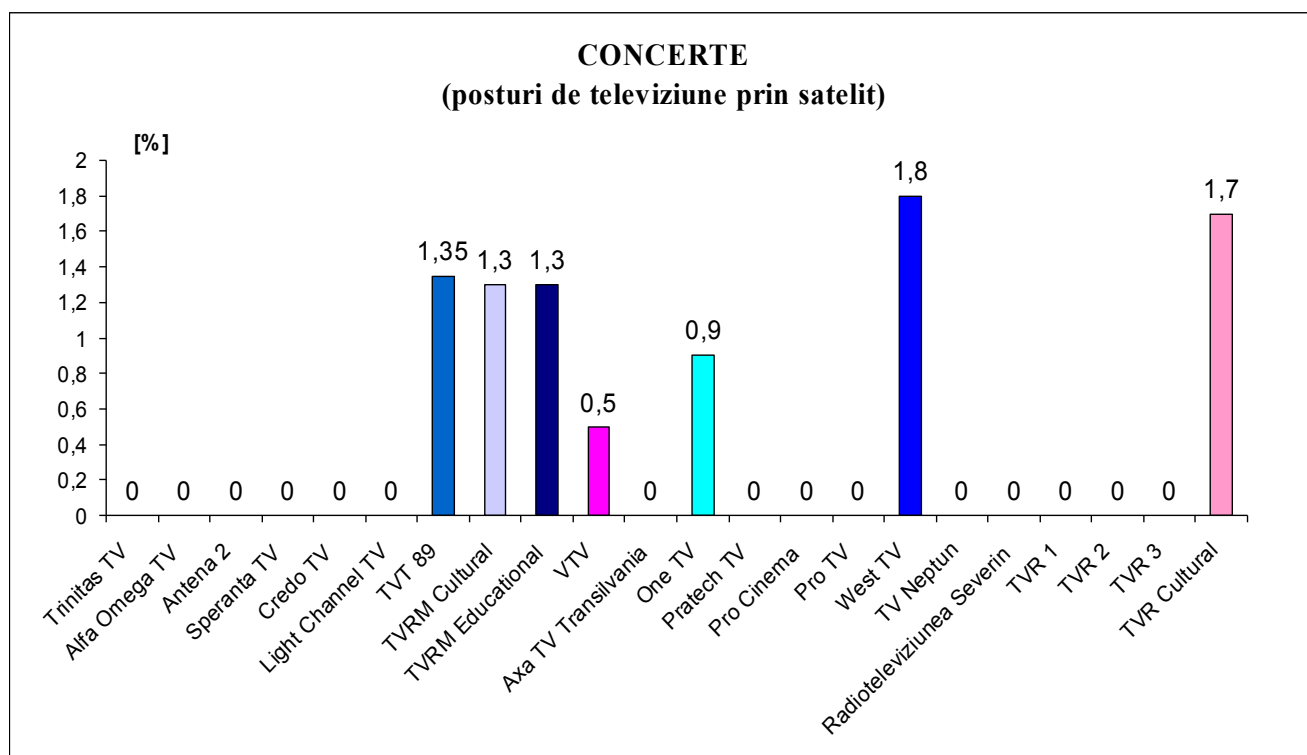
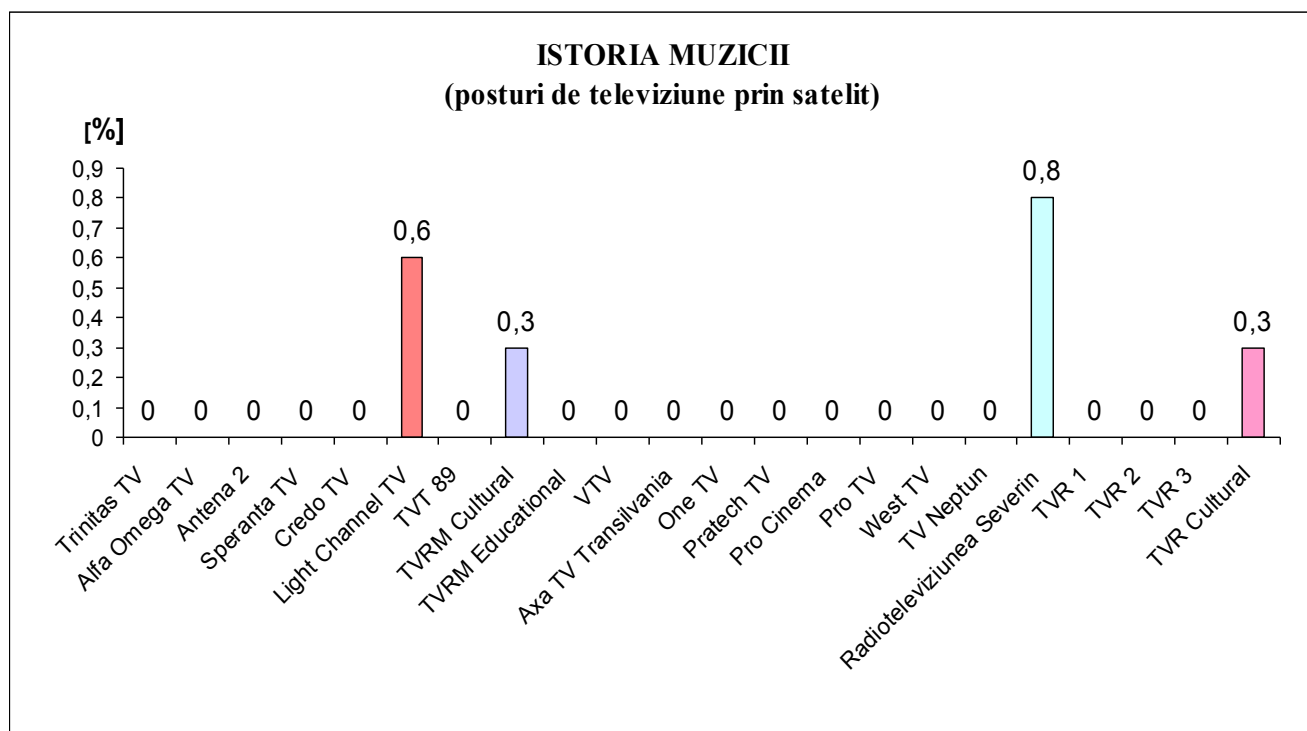
Emisiunile folclorice tratează în diverse forme jurnalistice nu doar cântecul popular, ci și tradițiile culturale românești și ale minorităților, obiceiurile legate de sărbătorile tradiționale, literatura populară, dar și diverse proiecte destinate conservării valorilor tradiționale autentice din diversele zone ale țării în domeniul creațiilor muzicale.



Documentarele, reportajele și interviurile legate de evenimentele culturale desfășurate în București, în țară și în străinătate - din domeniul literaturii, filmului, teatrului, muzicii ușoare, populare și simfonice, baletului, operei șamd – sunt adesea prezentate ca o invitație de participare sau ca un mod de aprofundare a unui fenomen cultural-artistic. De asemenea, sunt prezentate note de călătorie, itinerarii către locuri sfinte sau laice, dar încărcate de istorie șamd.



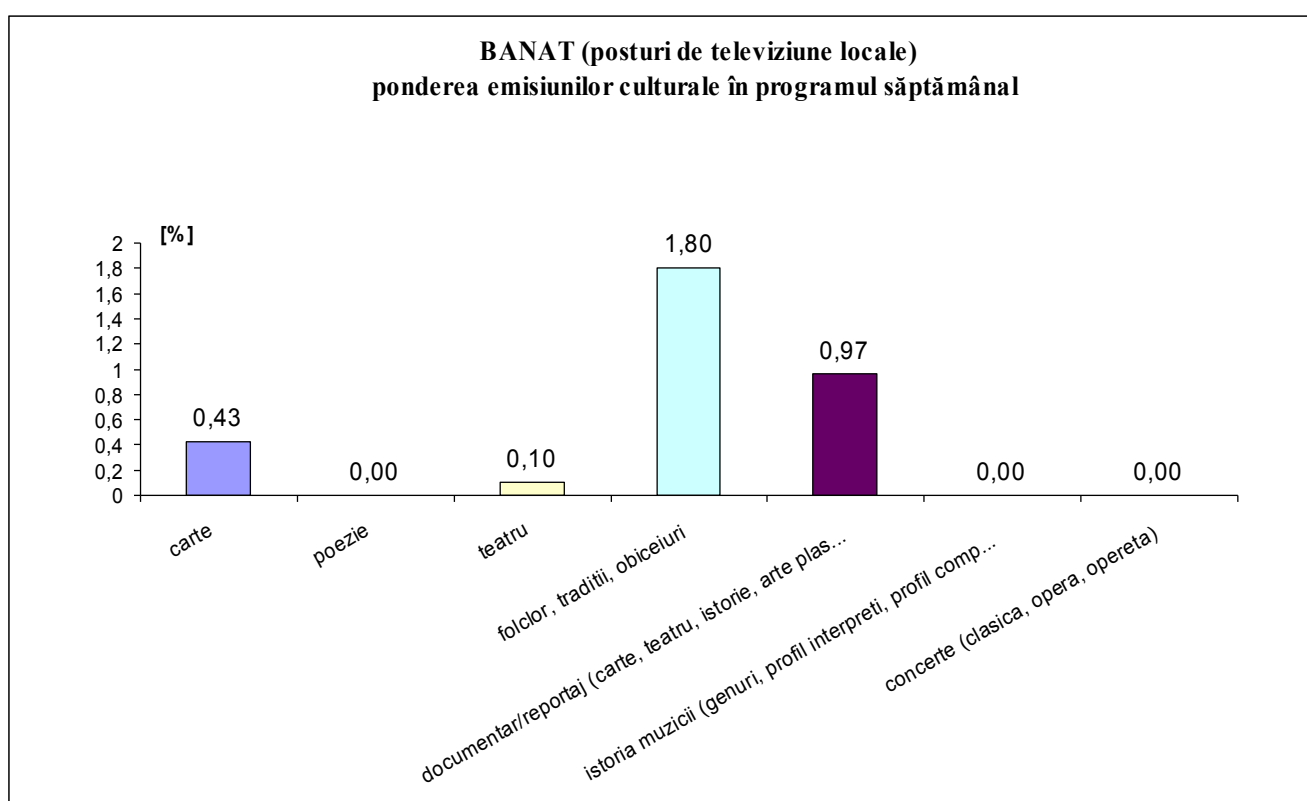
La nivel național, concertele de muzică clasică și spectacolele de operă, operetă sau balet ocupă în medie 0,4% din totalul spațiului de emisie săptămânal, la acest capitol remarcându-se West TV Arad cu 1,8%, TVR Cultural cu 1,7% și TVT 89, TVRM Cultural și TVRM Educațional cu câte 1,3%.



2.2. POSTURI DE TELEVIZIUNE LOCALE

Pe plan local, în speță pe zone istorice, posturile de televiziune cu difuzarea programelor pe cale radioelectrică terestră au alocat evenimentelor culturale un spațiu de emisie rezonabil, dar, comparând numărul total al posturilor de radio în funcțiune cu cel al posturilor care “pun în undă” asemenea programe, se poate afirma că interesul de a promova cultura este destul de scăzut, indiferent de categoria, genul sau tipul de manifestare culturală.

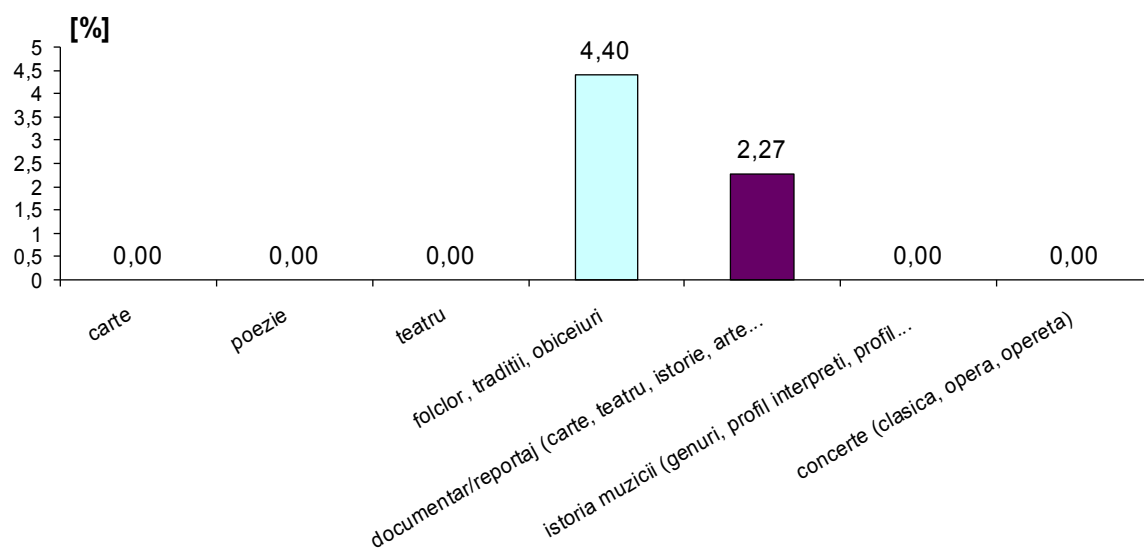
Unii radiodifuzori au specificat că în grila de program nu sunt prevăzute emisiuni dedicate tipurilor culturale care fac obiectul acestui studiu, dar că, ocazional, în rubricile informative sau în buletinele de știri sunt promovate manifestările culturale care urmează a se desfășura în localitate.



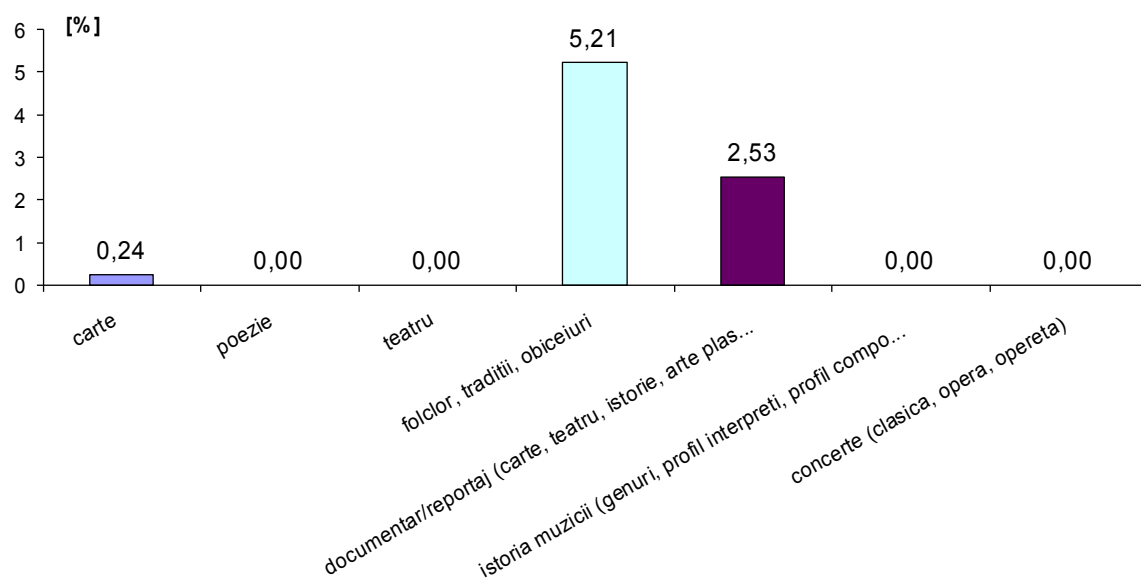
În funcție de zona istorică se pot observa fluctuații ale procentelor alocate diverselor tipuri de emisiuni culturale. Aceste variații sunt influențate de raportul dintre numărul posturilor care funcționează în zona respectivă și numărul celor care realizează și difuzează emisiuni culturale.

Și la nivel local, promovarea culturii românești și/sau universale se realizează preponderent prin emisiuni dedicate tradițiilor și folclorului. Mai apoi se acordă atenție manifestărilor teatrale sau celor editoriale, în timp ce momentele poetice lipsesc cu desăvârșire din grilele de programe ale posturilor de televiziune locale.

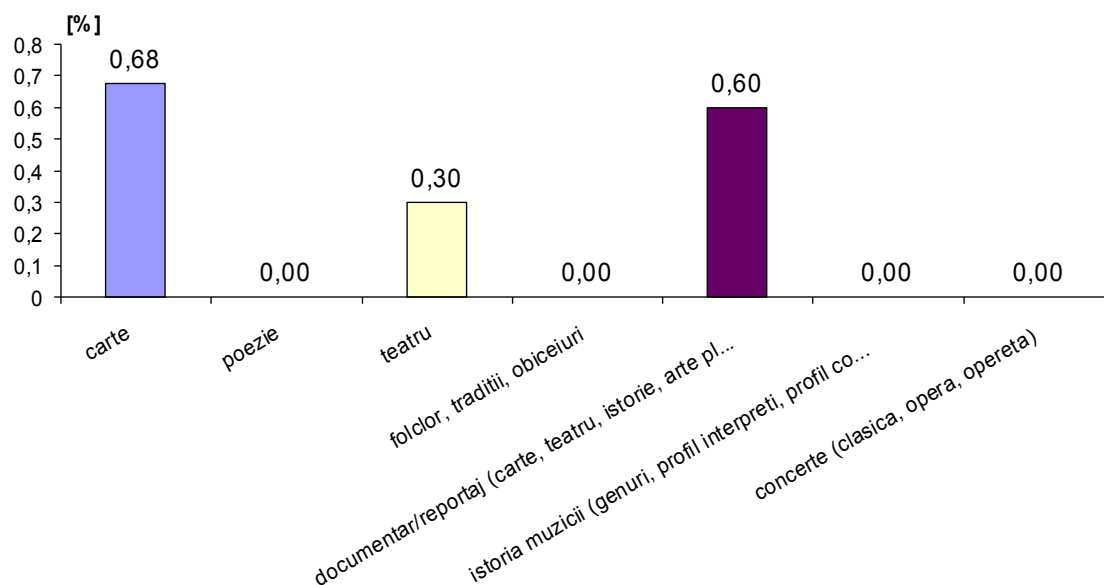
BUCOVINA (posturi de televiziune locale)
ponderea emisiunilor culturale în programul săptămânal



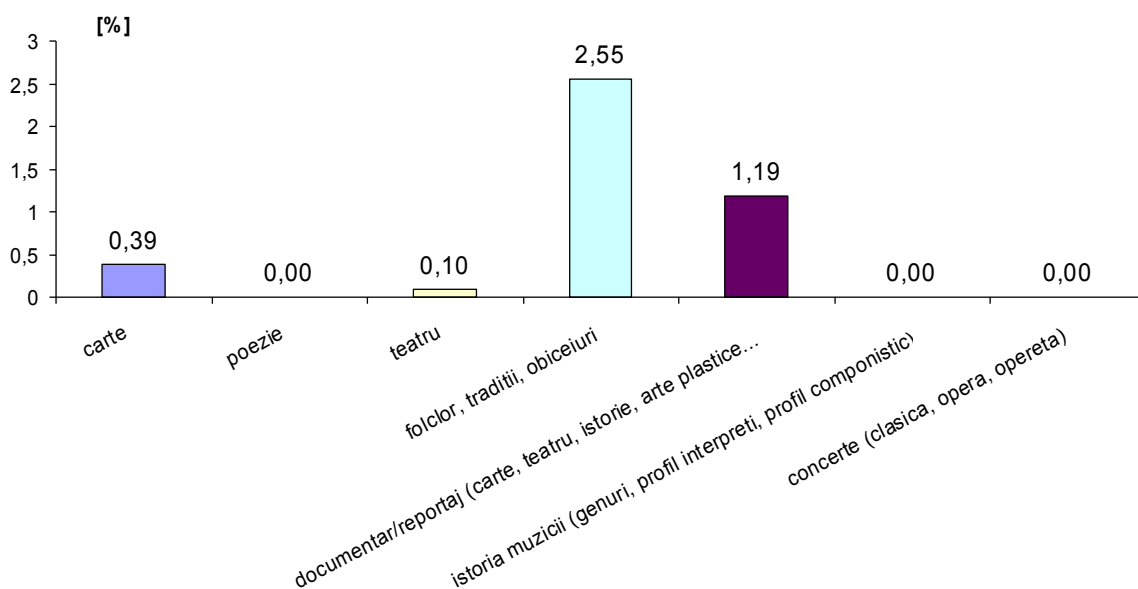
CRÎȘANA (posturi de televiziune locale)
ponderea emisiunilor culturale în programul săptămânal



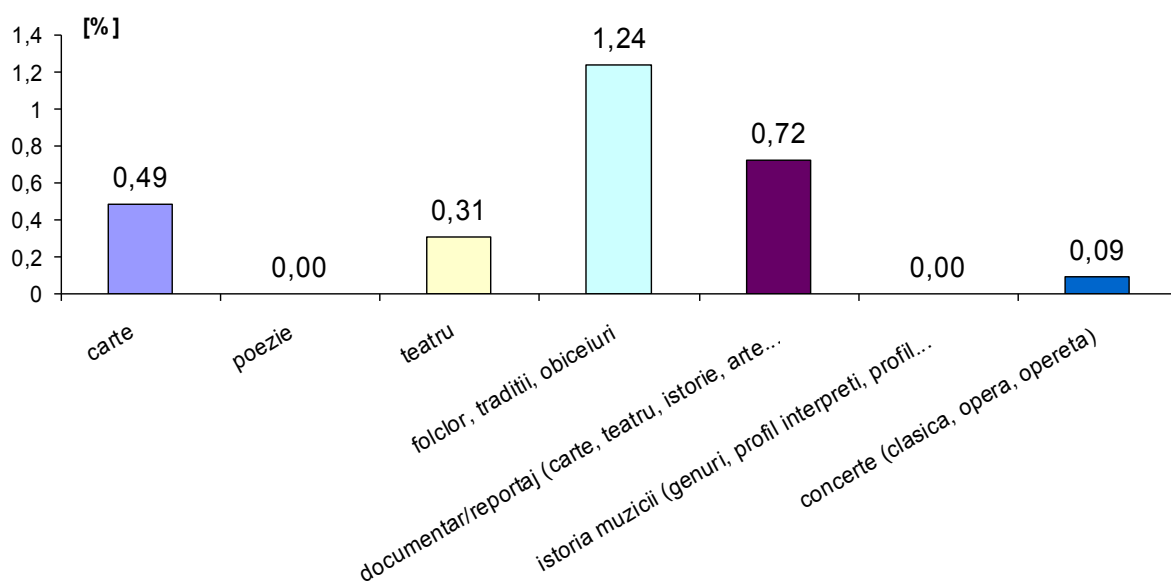
DOBROGEA (posturi de televiziune locale)
ponderea emisiunilor culturale în programul săptămânal



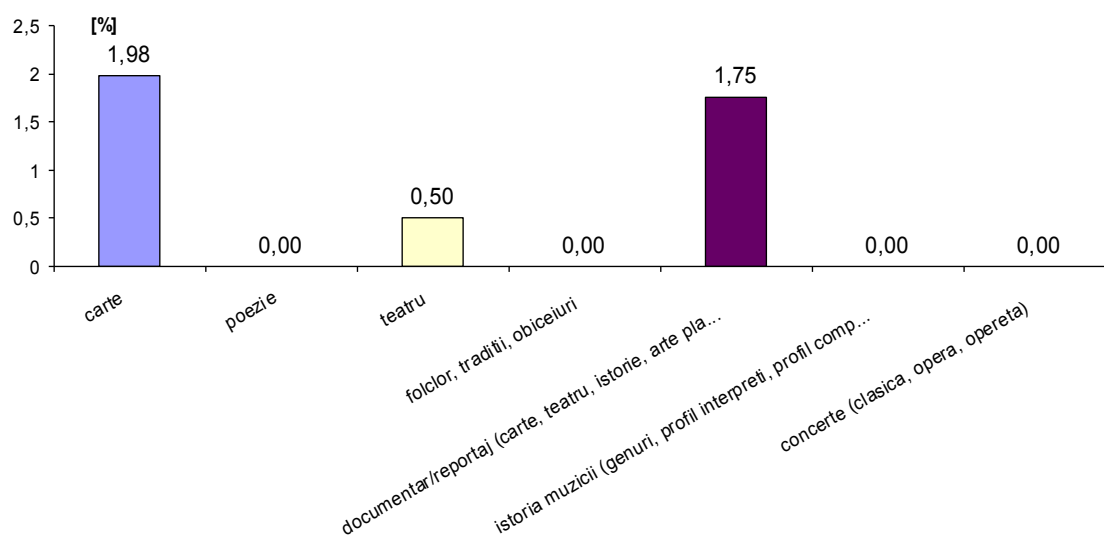
MARAMURES (posturi de televiziune locale)
ponderea emisiunilor culturale în programul săptămânal



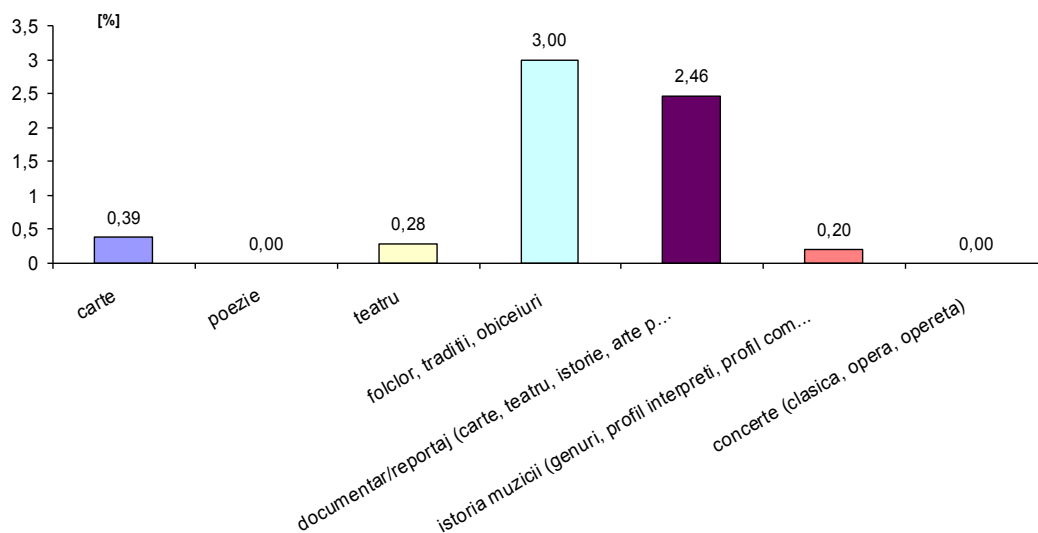
MOLDOVA (posturi de televiziune locale)
ponderea emisiunilor culturale în programul săptămânal



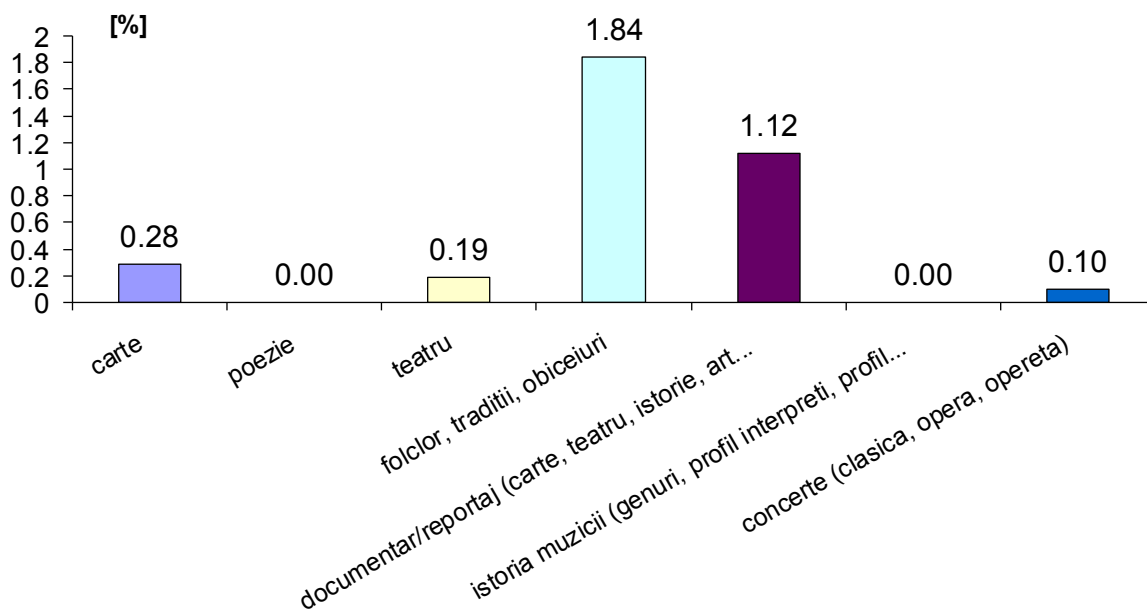
MUNTENIA (posturi de televiziune locale)
ponderea emisiunilor culturale în programul săptămânal



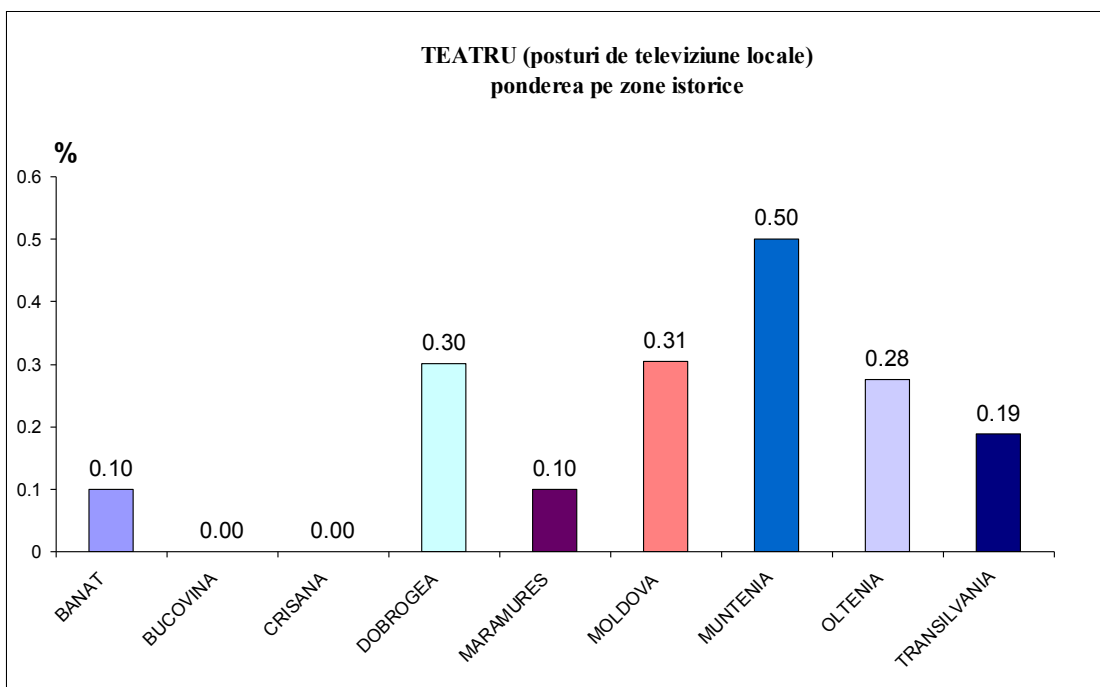
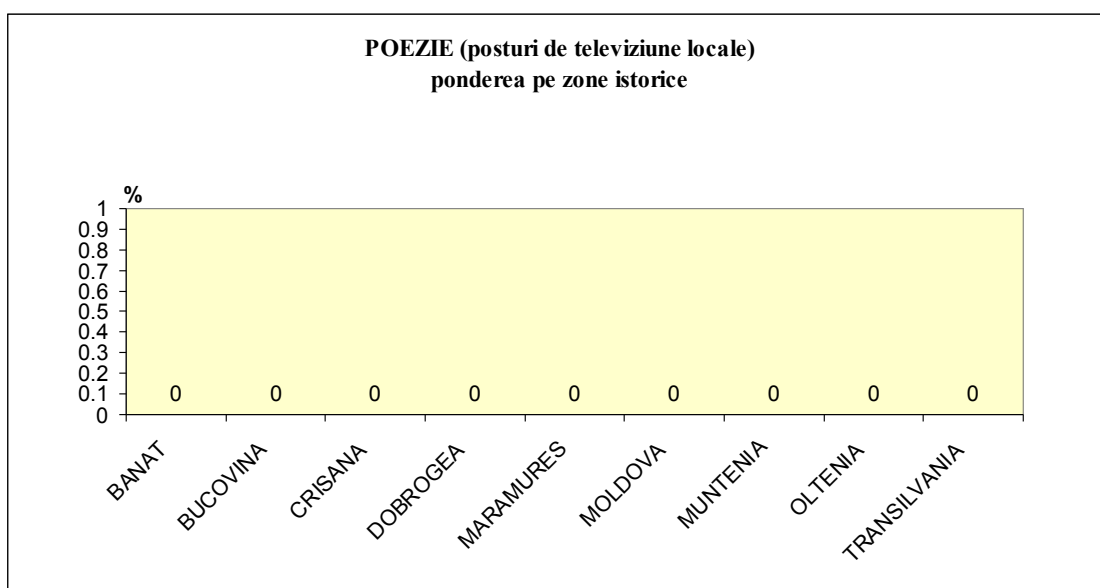
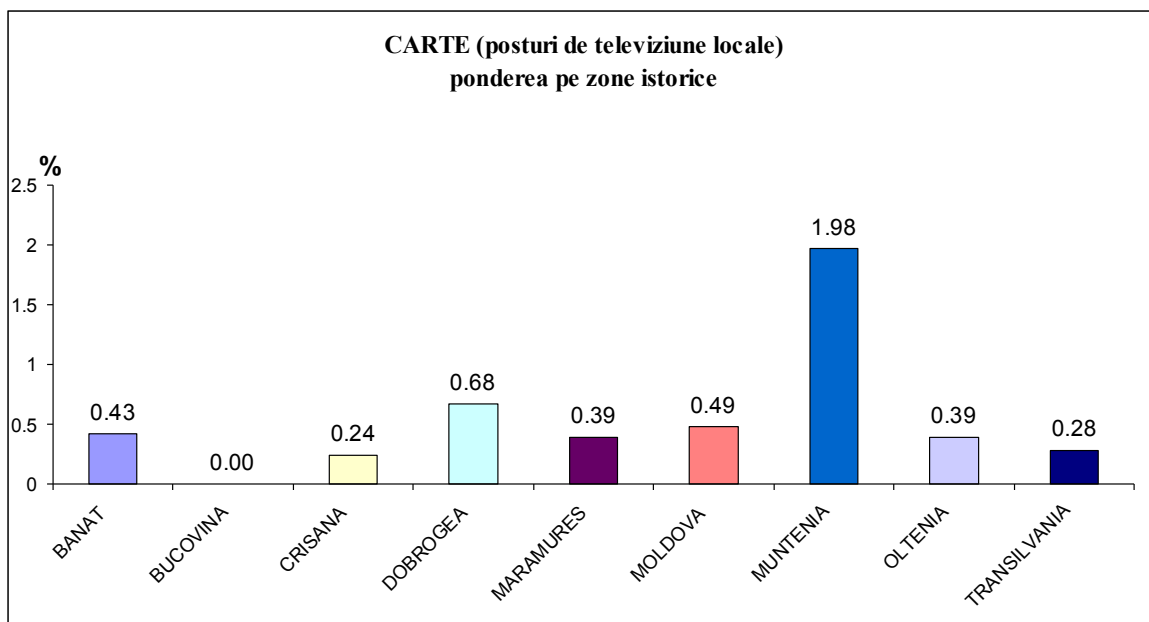
OLTENIA (posturi de televiziune locale)
ponderea emisiunilor culturale în programul săptămânal

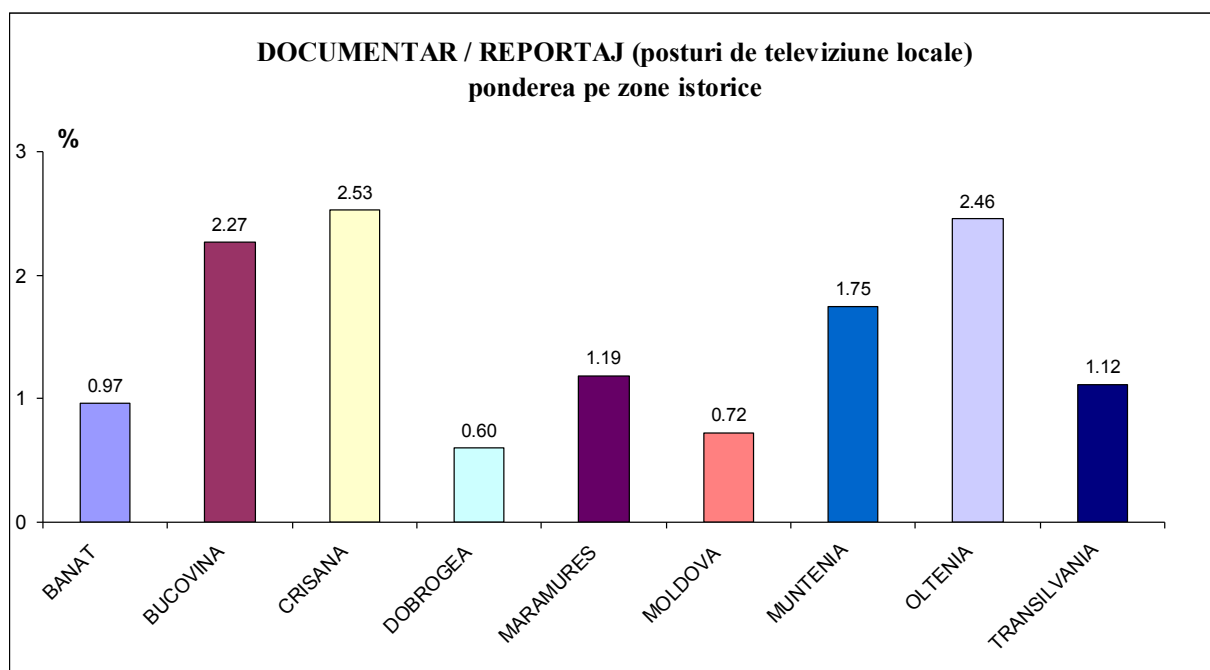
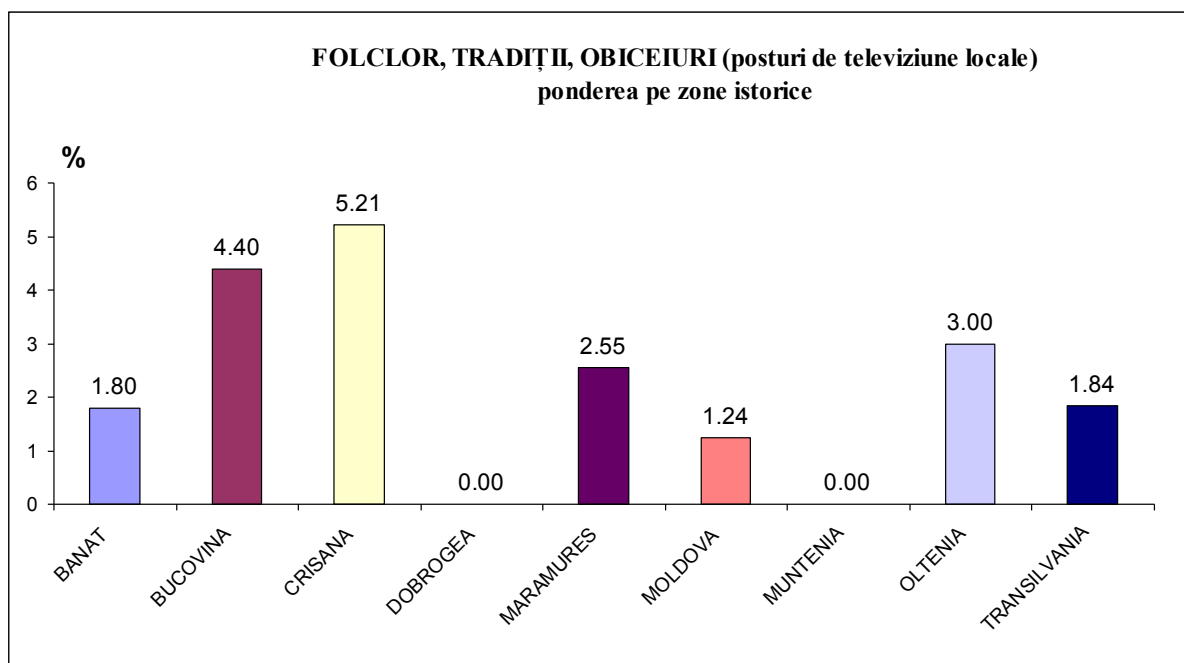


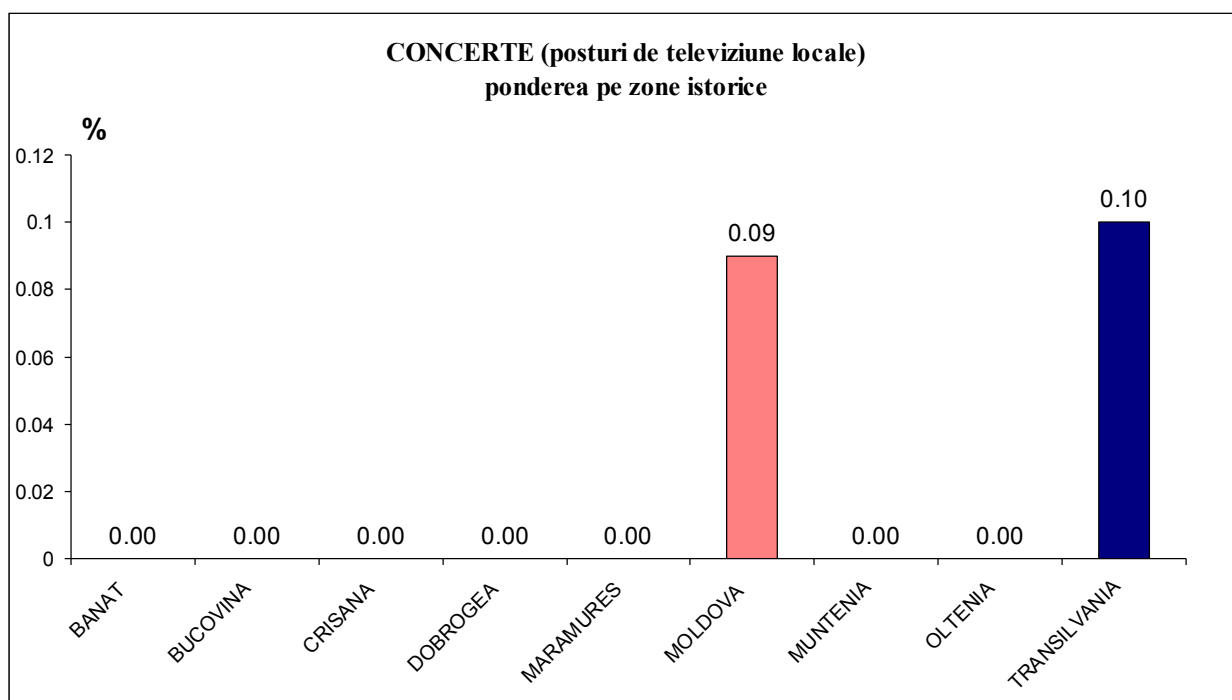
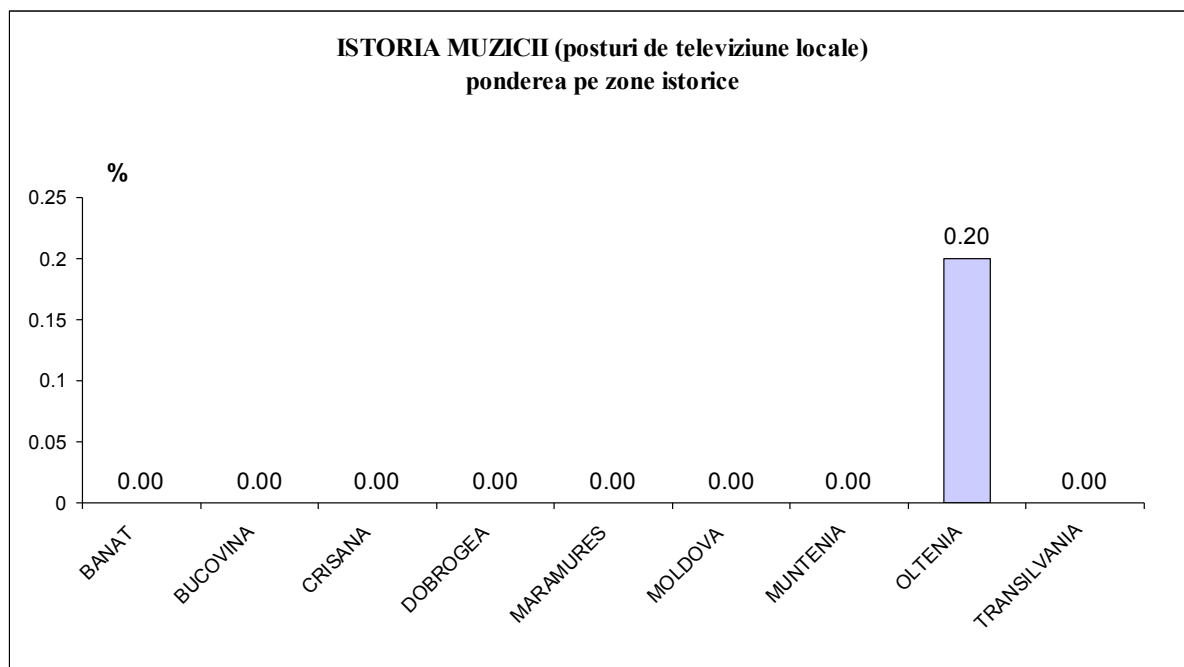
TRANSILVANIA (posturi de televiziune locale)
ponderea emisiunilor culturale în programul săptămânal



Situația pe zone istorice în funcție de categoria programului cultural difuzat de posturile de televiziune locale se poate deduce din graficele de mai jos.







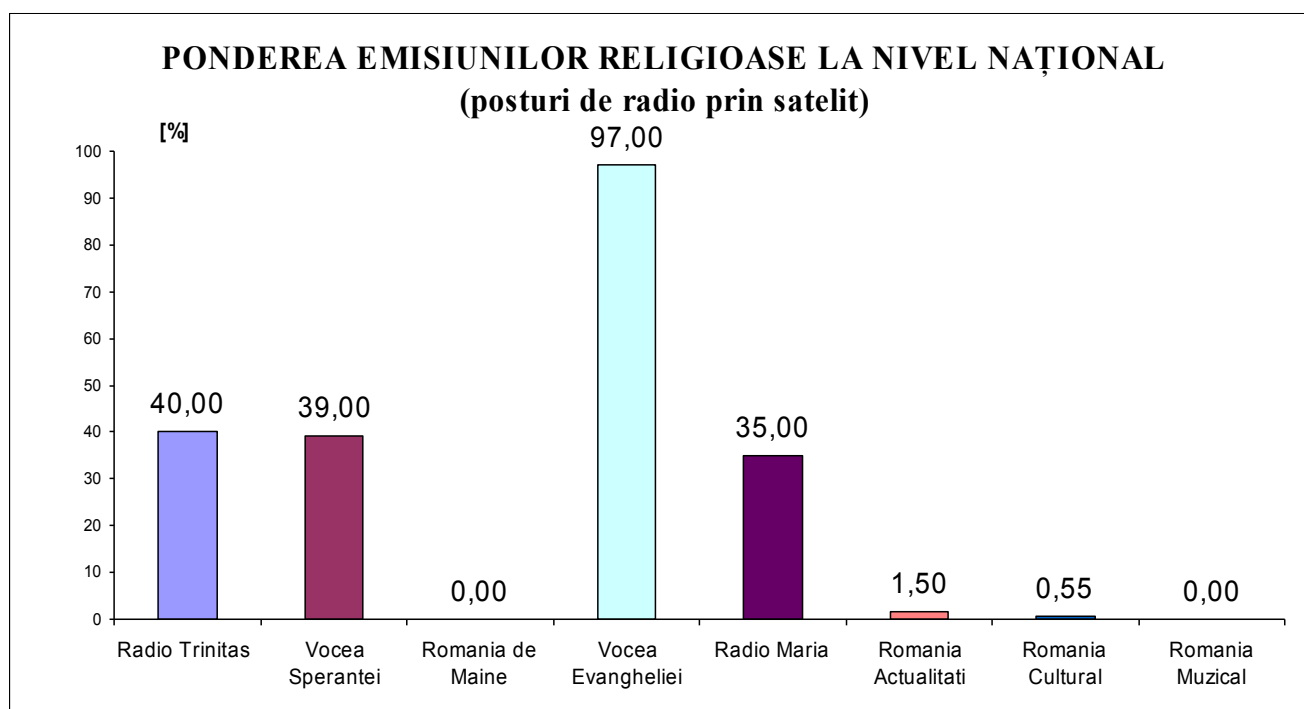
Capitolul 3

PONDEREA EMISIUNILOR RELIGIOASE ÎN PROGRAMELE DE RADIO ȘI TELEVIZIUNE

3.1. POSTURI DE RADIO CU DIFUZARE PRIN SATELIT (naționale)

În promovarea religiei, un rol important îl au posturile tematice de radio și televiziune care prin transmisiuni directe ale slujbelor religioase sau prin alte tipuri de programe încearcă să aducă în atenția publicului teme privind redescoperirea bogăției duhovnicești a Sfintei Scripturi, dar și elemente culturale sau educativ-religioase.

La nivel național (satelit) posturile de radio care realizează programe specific religioase sunt Radio Trinitas, Vocea Evangheliei și Vocea Speranței și în mai mică măsură România Actualități și România Cultural.



3.2. POSTURI DE RADIO LOCALE (cu difuzare terestră)

La nivel local, pe zone istorice, pe lângă stațiile locale ale posturilor menționate anterior mai apar și alte stații locale care realizează și difuzează programe religioase, astfel:

- **Banat** (în medie **30,23%** din totalul programului săptămânal): Antena Satelor -1,8%; Radio Reșița -3%; Radio Timișoara -0,6%

- **Bucovina** (în medie **30,01%** din totalul programului săptămânal): Radio Gold-0,76%; Radio Dorna-1,2%; Radio Iași-2,1%

- **Crișana** (în medie **27,71%** din totalul programului săptămânal): Radio Arad-1,5%; Radio Partium-0,6%; Unison FM-8%; Radio Maria-35%; Radio Cluj-0,6%

- **Dobrogea** (în medie **29,77%** din totalul programului săptămânal): Radio Dobrogea-37,5%; Radio T-3%; Antena Satelor-1,8%; Radio Constanța-0,3%

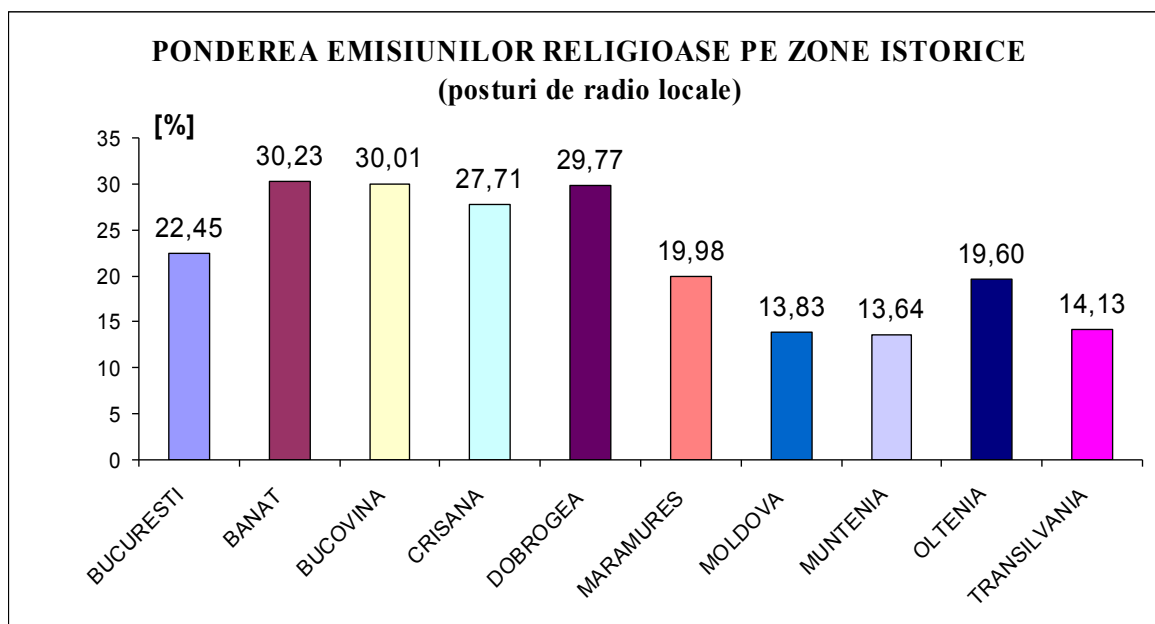
- **Maramureș** (în medie **19,98%** din totalul programului săptămânal): Radio Impact-0,3%; Radio Cluj-0,6%

- **Moldova** (în medie **13,83%** din totalul programului săptămânal): Radio Alfa-0,6%; Radio Energy-0,7%; Unison Radio-0,6%; Radio Iași-2,1%

- **Muntenia** (în medie **13,64%** din totalul programului săptămânal): Radio Campus-0,8%; Expres FM-0,6%; Radio D-5%; Radio SOS-17,5%; Radio Impact-0,5%; Radio Sud și Radio Z-câte 0,6%; Antena Satelor-1,8%; Radio București-1,8%

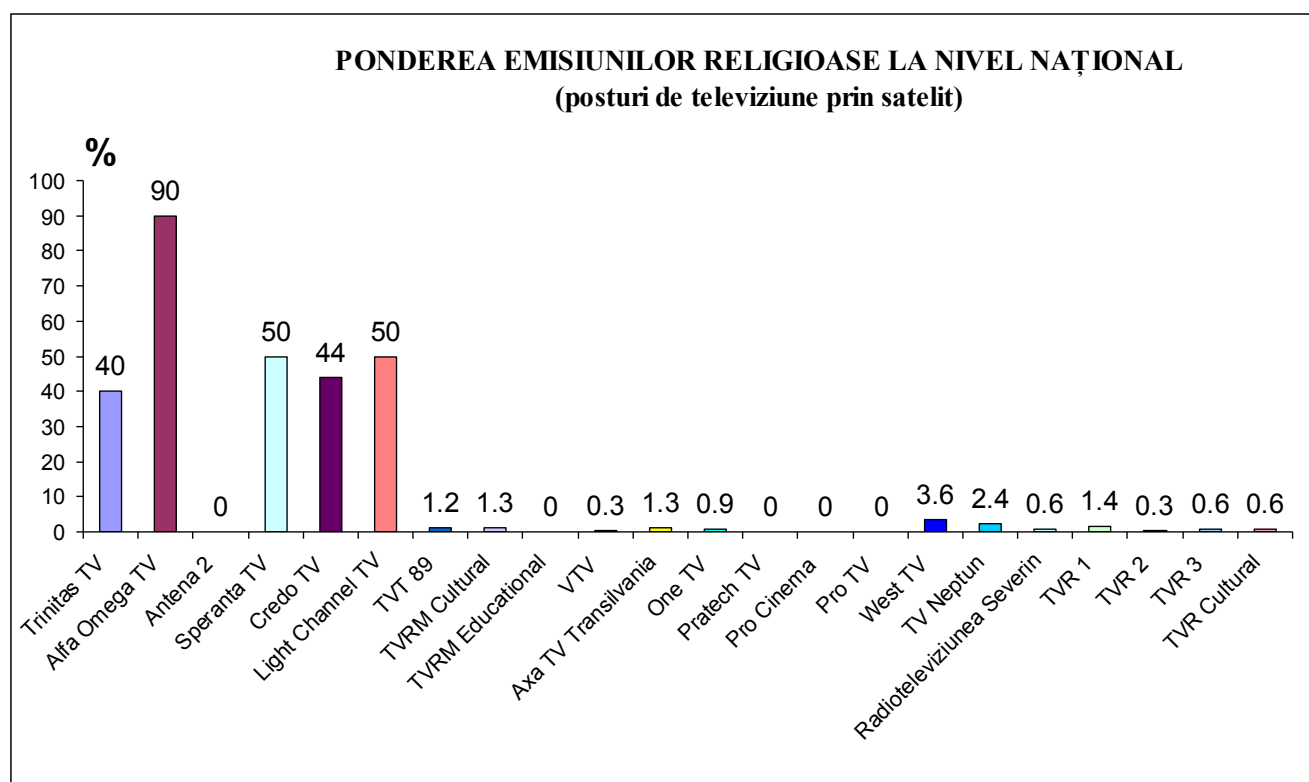
- **Oltenia** (în medie **19,60%** din totalul programului săptămânal): Radio Lumina-38%; Radio Craiova-0,6%

- **Transilvania** (în medie **14,13%** din totalul programului săptămânal): Radio Reîntregirea-30%; Radio Renașterea-30%; Radio Ortodoxia-48%; Radio Maria-35%; Radio Blaj-24%; Radio Be3-16%; Radio Eveniment-0,25%; Radio Energy 87,9MHz-2%; Radio Fir-0,3%; Radio Siculus-0,2%; Radio Fix și Radio Fun FM-câte 5%; Radio Ga Ga-2,1%; Mediaș 725-3,6%; Antena Satelor-1,8%; Radio Cluj-0,6%; Radio Tg. Mureș-1,4%.



3.3. POSTURI DE TELEVIZIUNE CU DIFUZARE PRIN SATELIT (naționale/regionale)

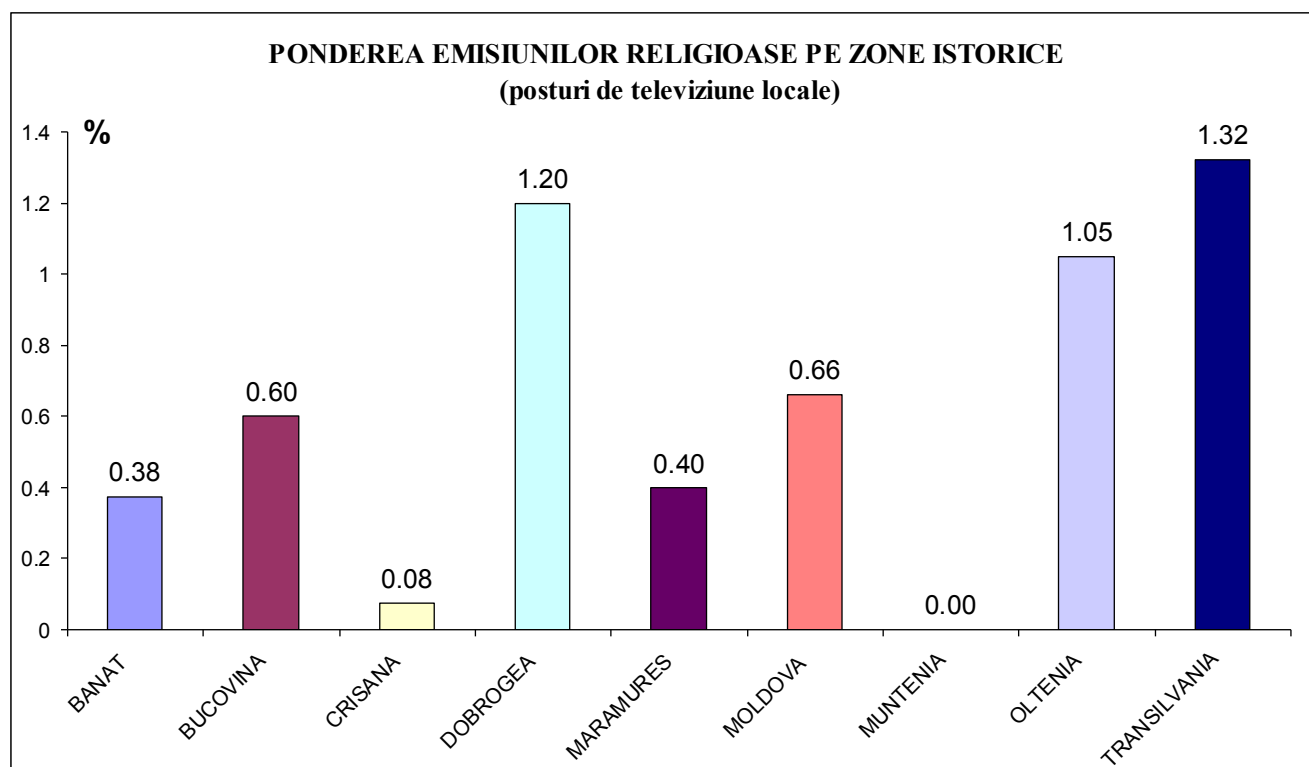
La nivel național (satelit) posturile de televiziune care realizează programe specific religios sunt în principal Trinitas TV, Alfa Omega TV, Speranța TV, Credo TV și Light Channel TV cărora li se adaugă TVT 89, TVRM Cultural, Axa TV Transilvania, West TV și altele.



3.4. POSTURI DE TELEVIZIUNE LOCALE

La nivel local, pe zone istorice, pe lângă stațiile locale ale posturilor menționate anterior mai apar și alte stații locale care realizează și difuzează programe religioase, astfel:

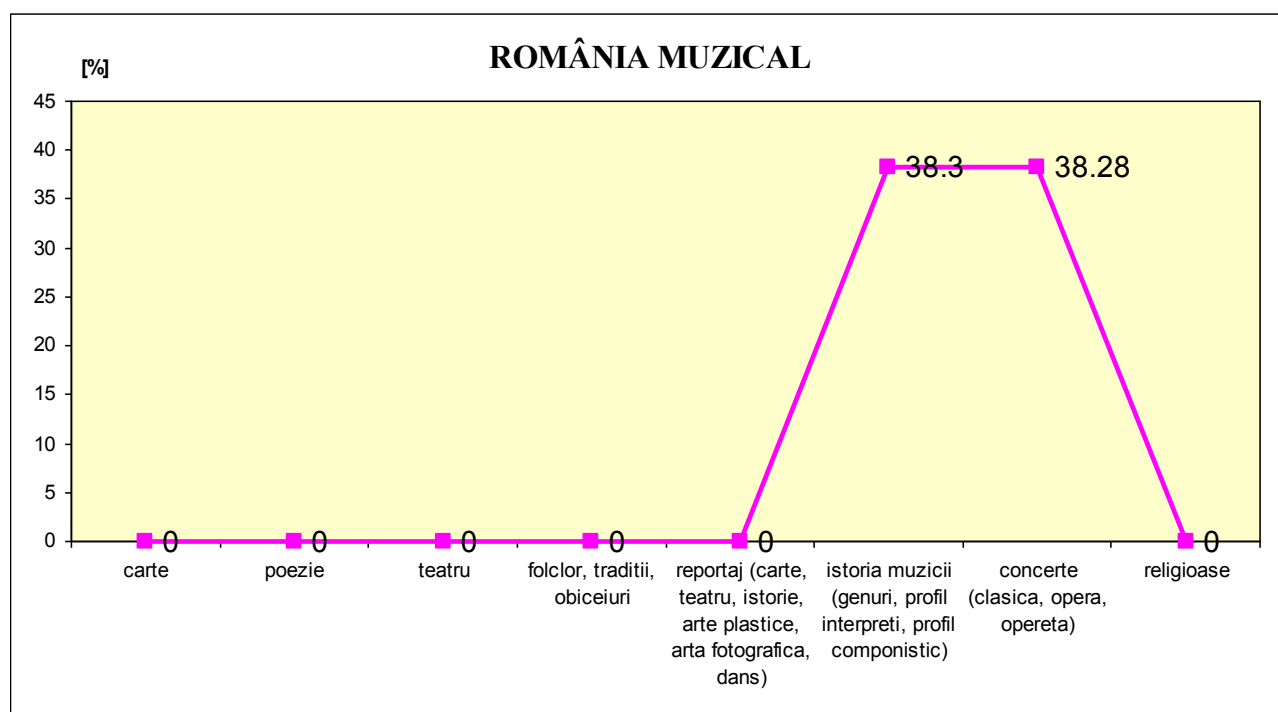
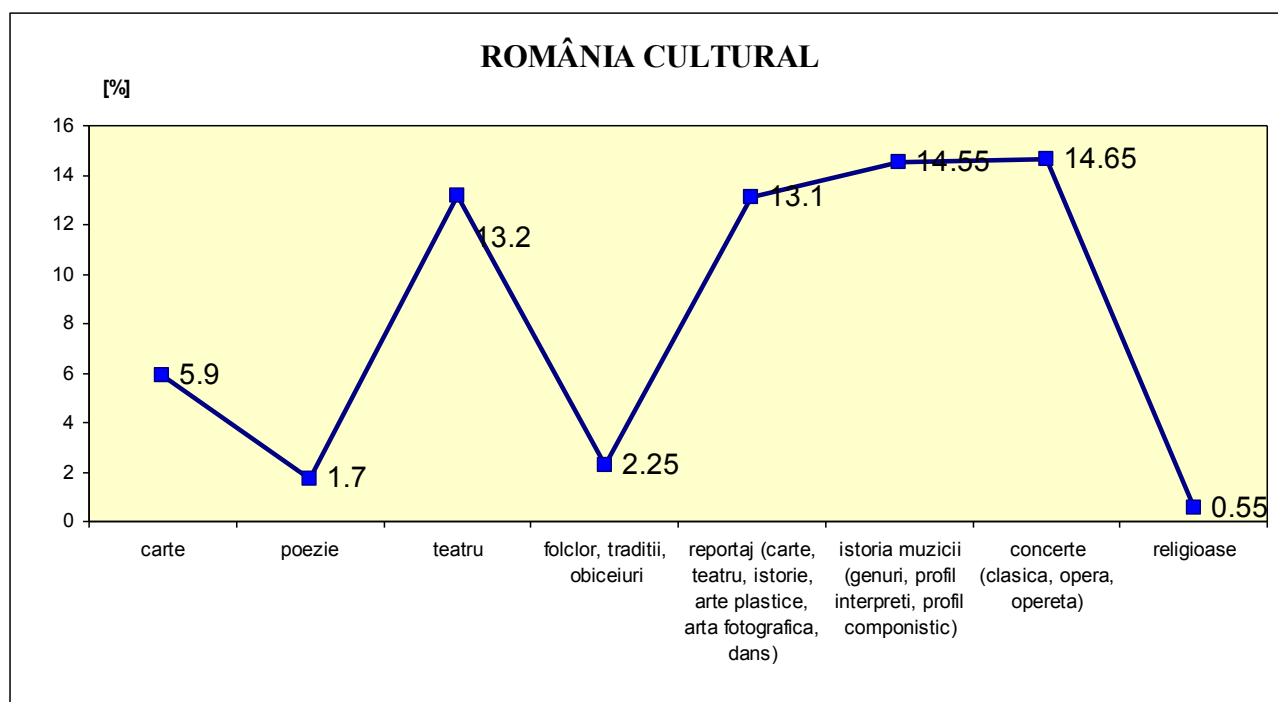
- **Banat** (în medie 0,38% din totalul programului săptămânal): Banat TV-0,95%; Tele Europa Nova-0,6%; Ten TV-0,7%
- **Bucovina** (în medie 0,6% din totalul programului săptămânal): Intermedia-0,6%; Plus TV-1,2%
- **Crișana** (în medie 0,08% din totalul programului săptămânal): Televiziunea Arad-0,3%
- **Dobrogea** (în medie 1,2% din totalul programului săptămânal): Neptun TV-2,4%
- **Maramureș** (în medie 0,4% din totalul programului săptămânal): TV Impact-0,6%; Maramureș TV-1%
- **Moldova** (în medie 0,66% din totalul programului săptămânal): Tele M Neamț și M Plus TV – câte 1,5%; Studioul de Televiziune și Radio Vaslui-1,4%; Iași TV Life-2%; TV Bacău-0,6%
- **Muntenia**: 0
- **Oltenia** (în medie 1,05% din totalul programului săptămânal): Teleuniversitatea TV-3,6%; Radioteleviziunea Severin-0,6%
- **Transilvania** (în medie 1,32% din totalul programului săptămânal): Televiziunea Eveniment-5,4%; As TV-5%; One TV-0,9%; TV Europa Nova Cluj-0,6%.

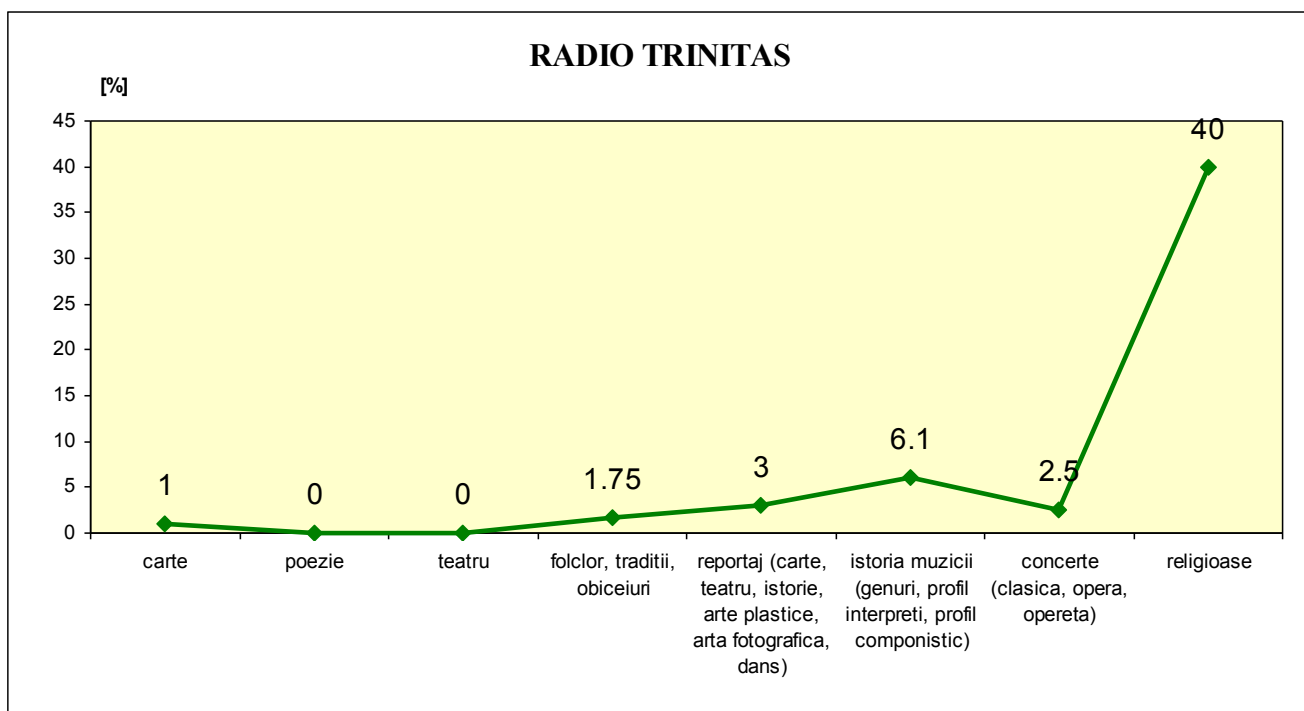


CONCLUZII

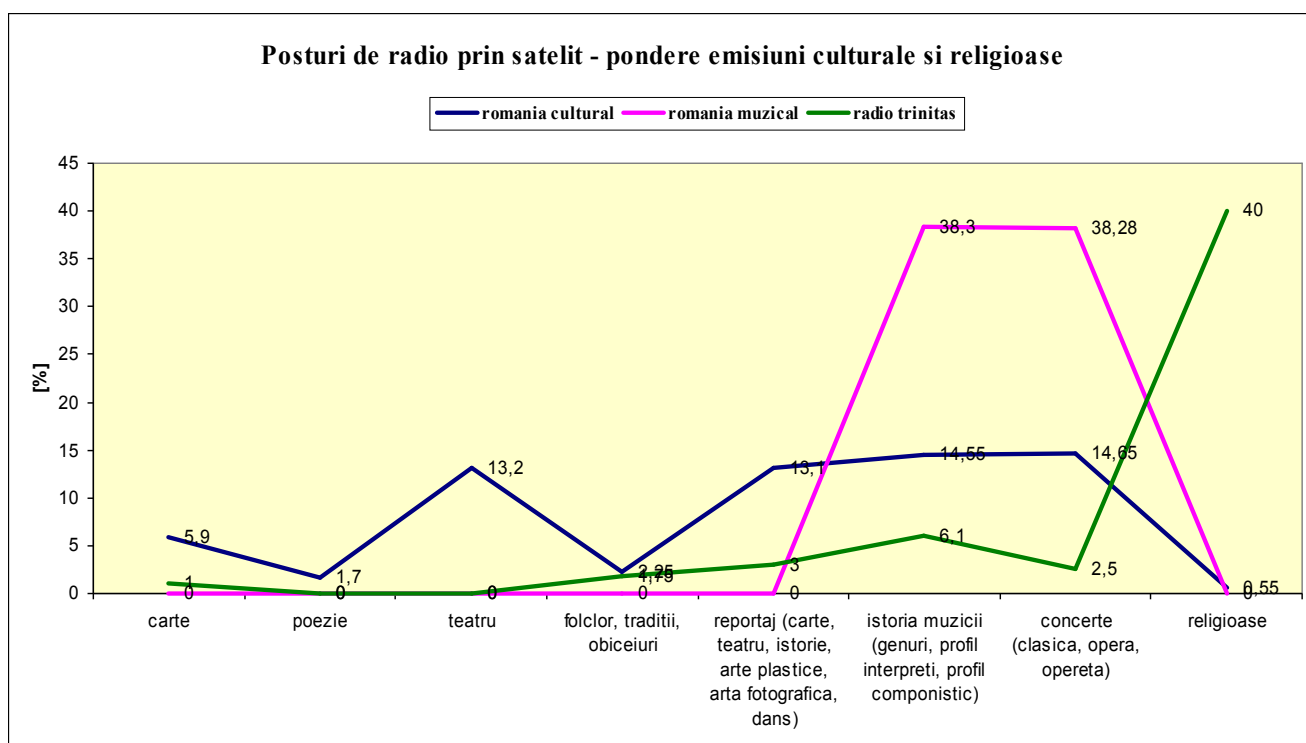
Analizând grilele de program și informațiile transmise de titularii de licențe audiovizuale, se pot deduce următoarele:

1. În cazul radiodifuziunii, pe primele locuri la nivel național se situează posturile publice România Cultural și România Muzical, ambele fiind posturi tematice, urmate de Radio Trinitas. După cum îi spune și numele, România Muzical are emisiuni preponderent muzicale sau de cultură muzicală, respectiv concerte și istoria muzicii. În schimb, România Cultural abordează toate tipurile de emisiuni culturale.

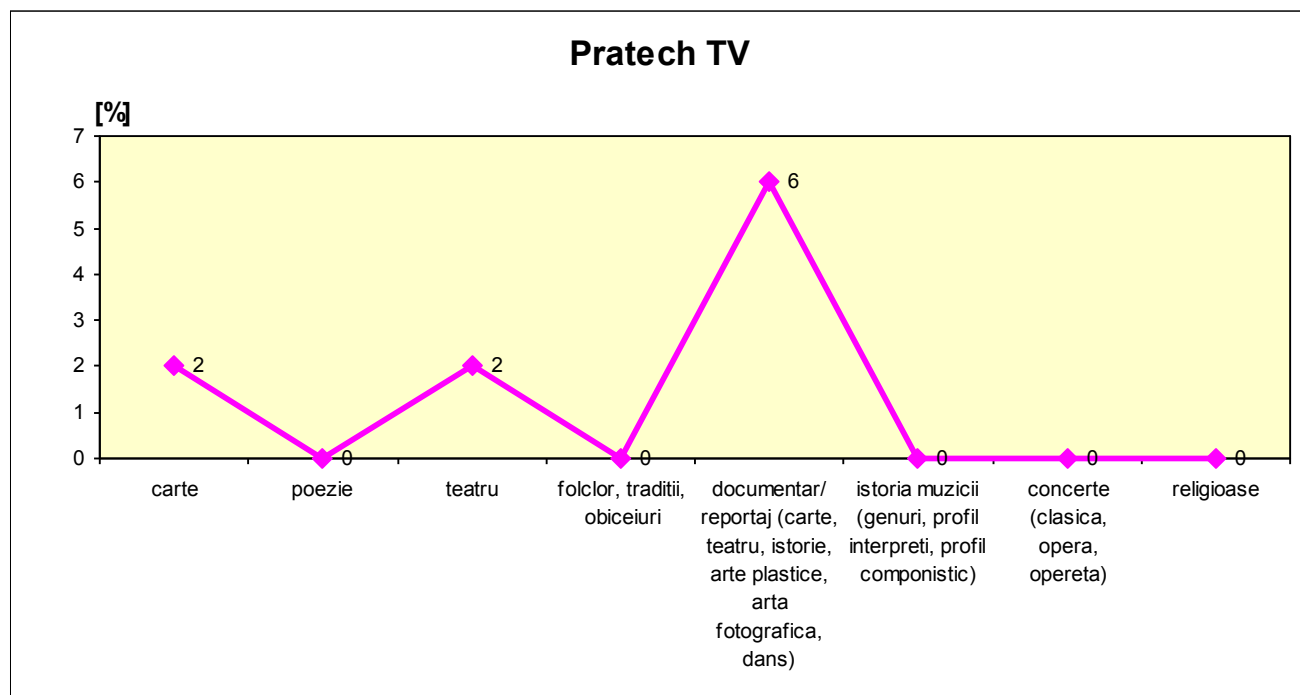
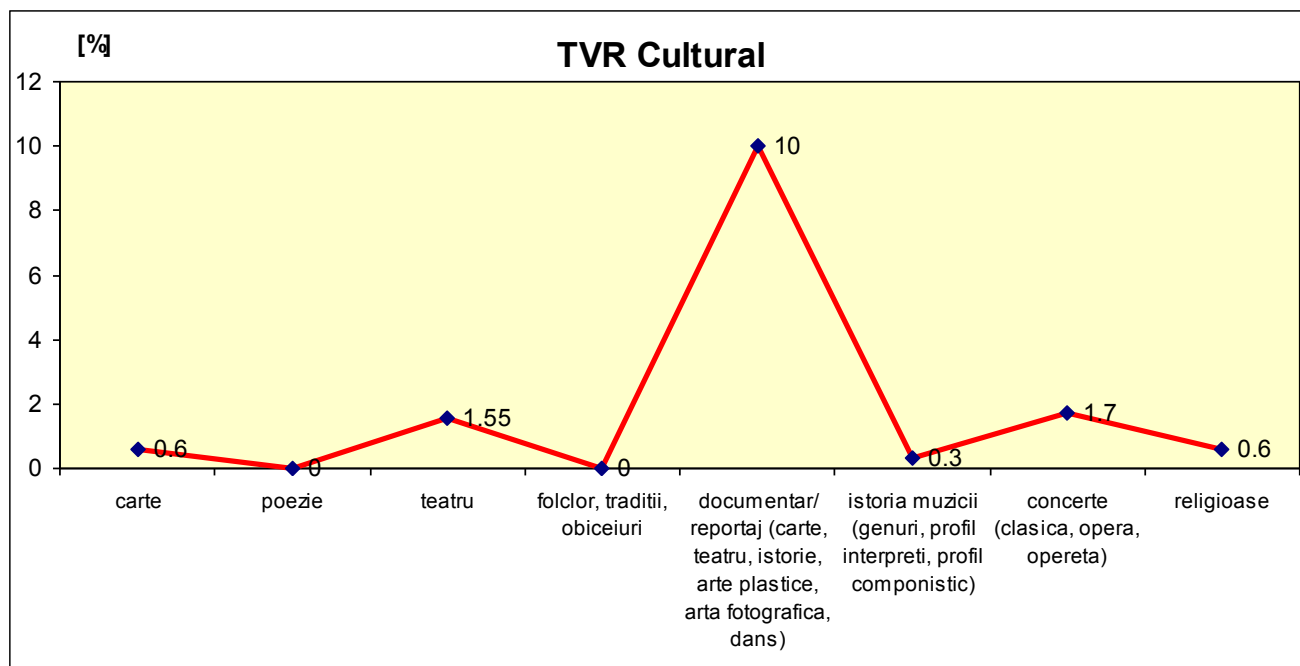


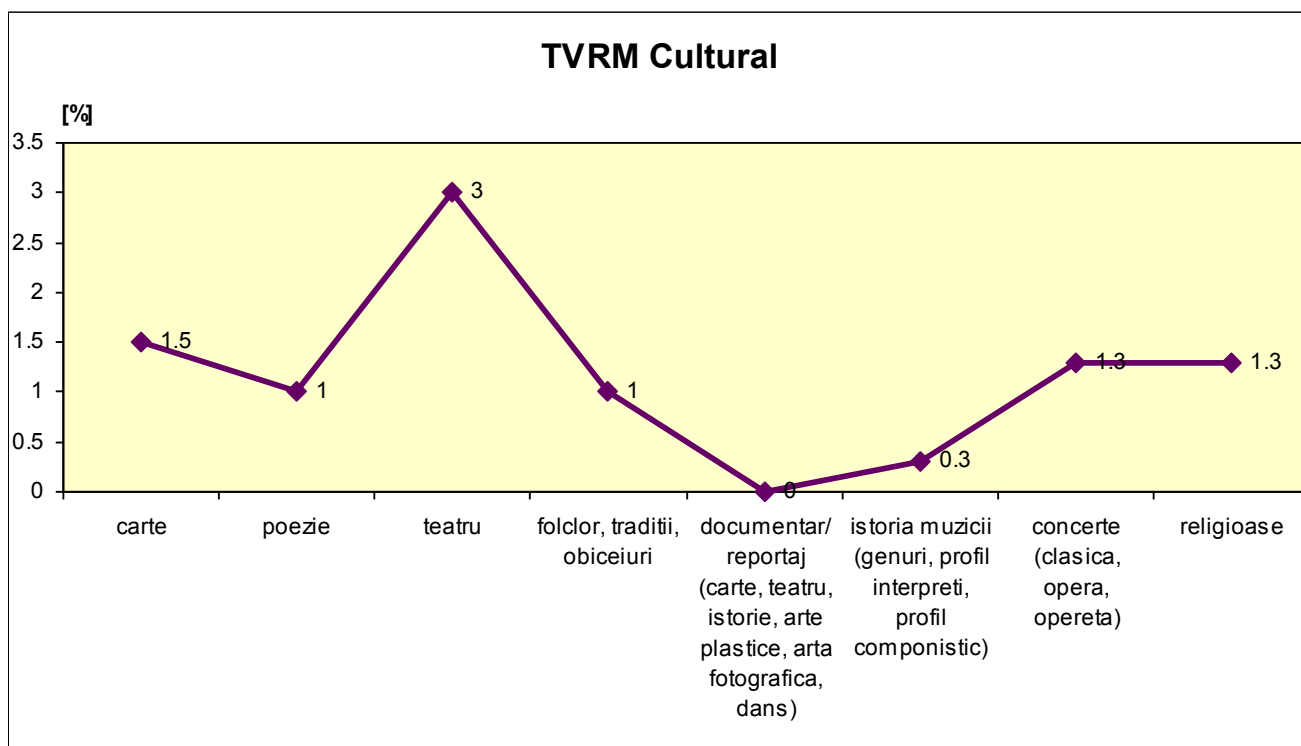
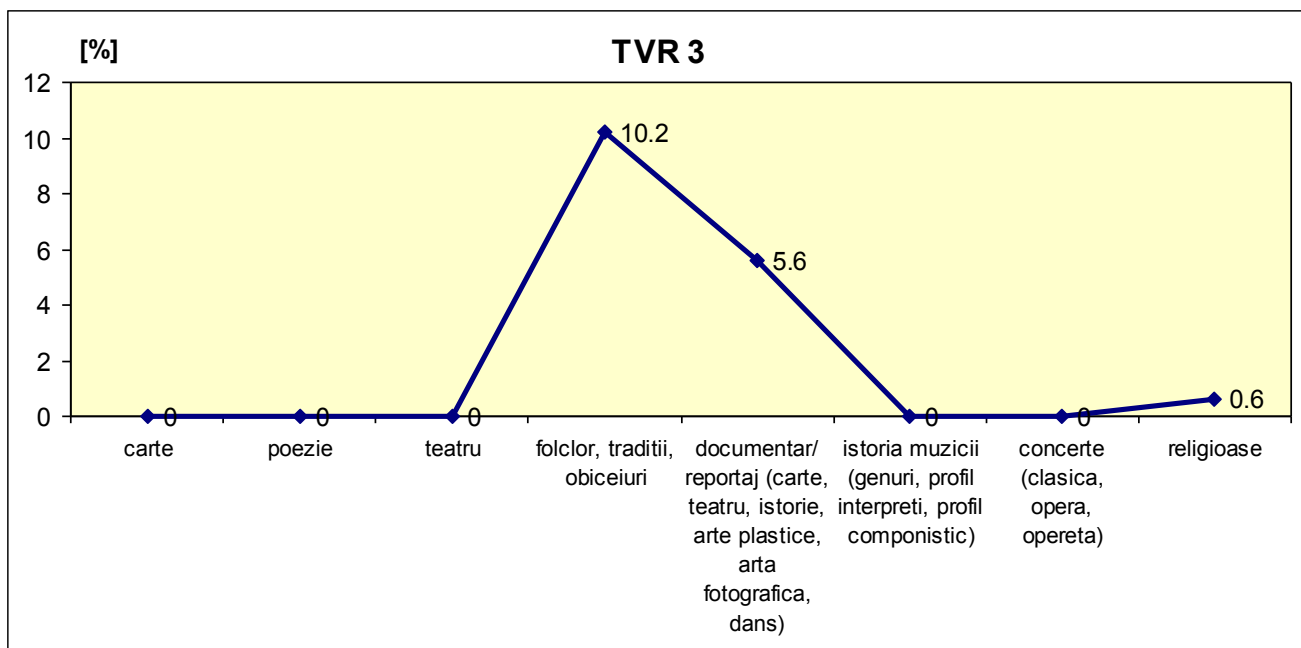


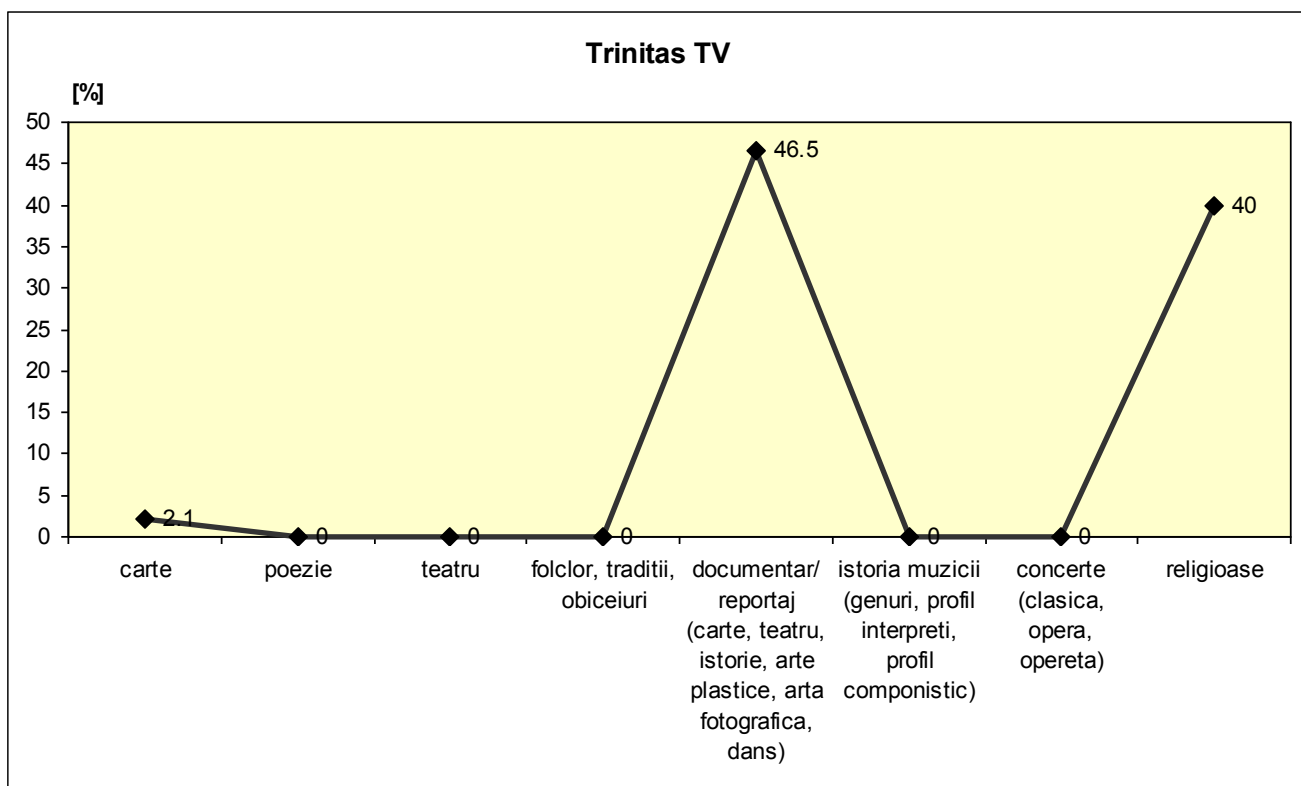
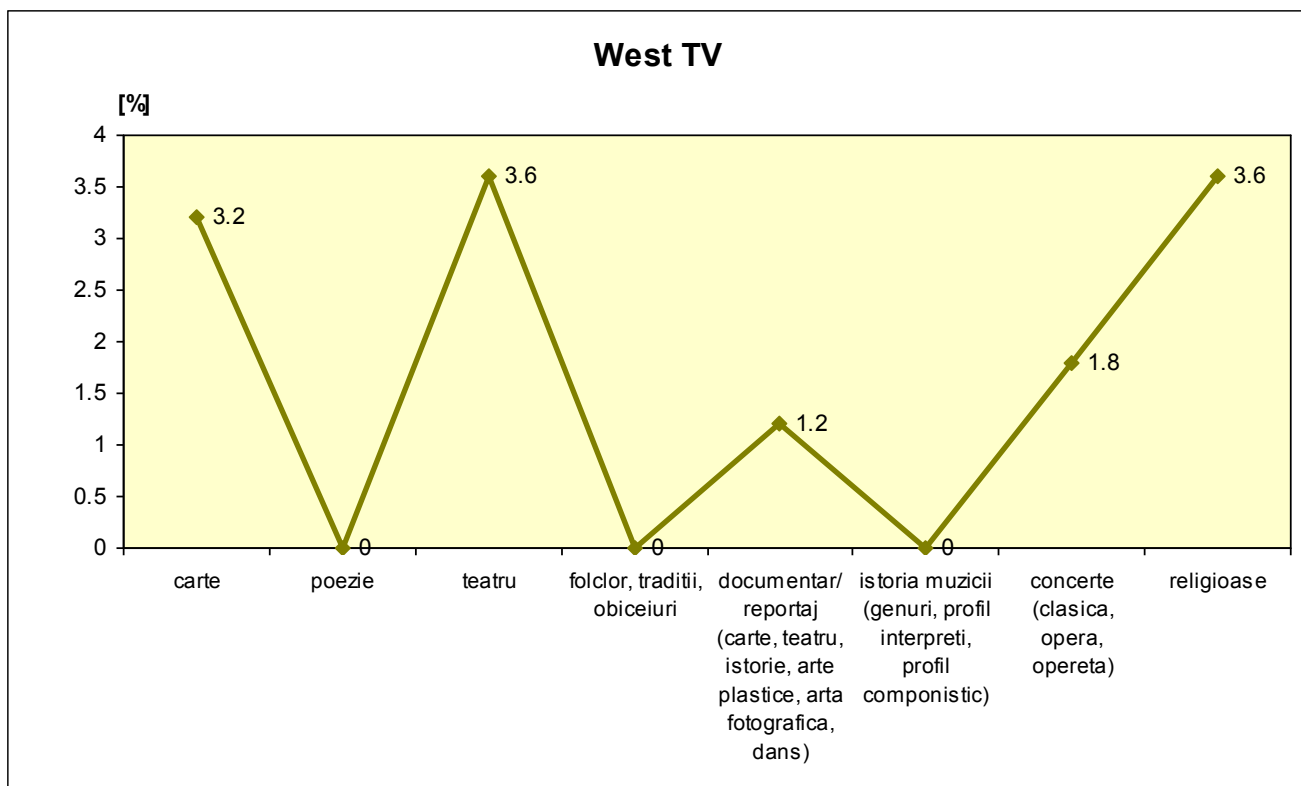
Mai jos prezentăm grafic, comparativ, ponderile emisiunilor culturale în cadrul programelor posturilor România Cultural, România Muzical și Radio Trinitas.

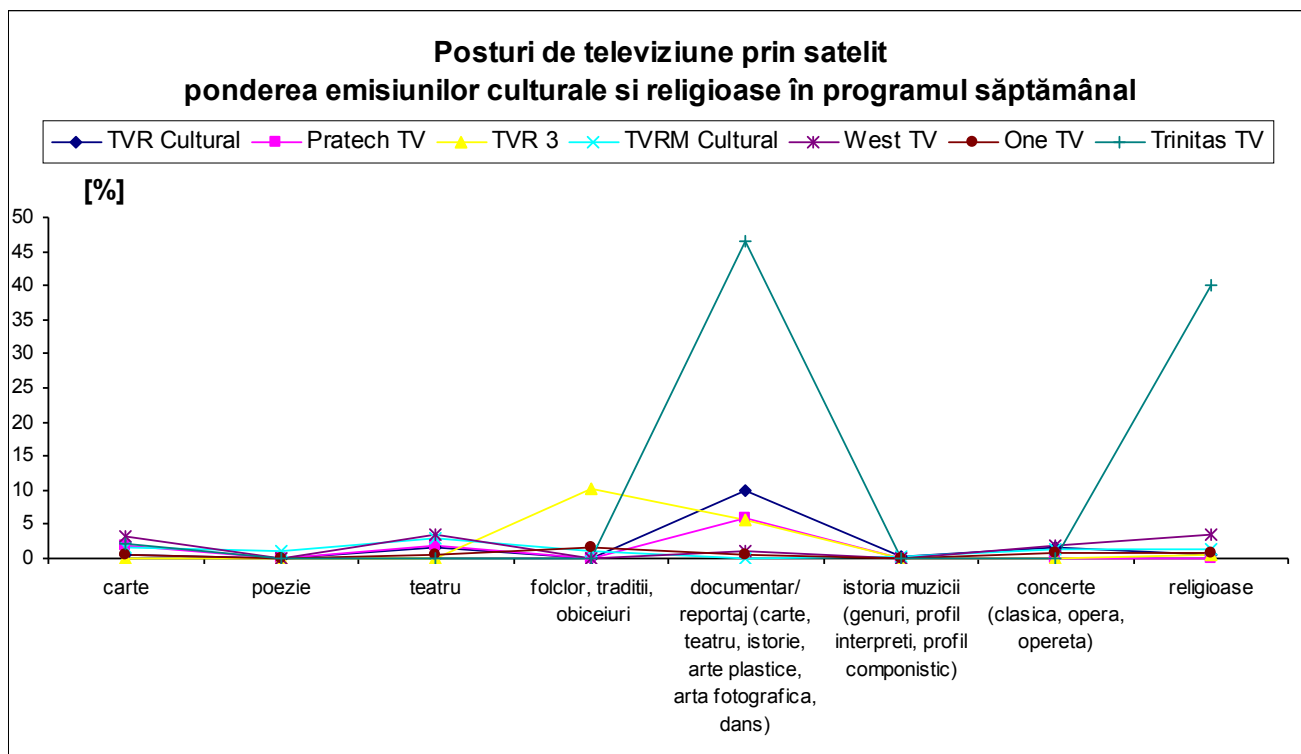
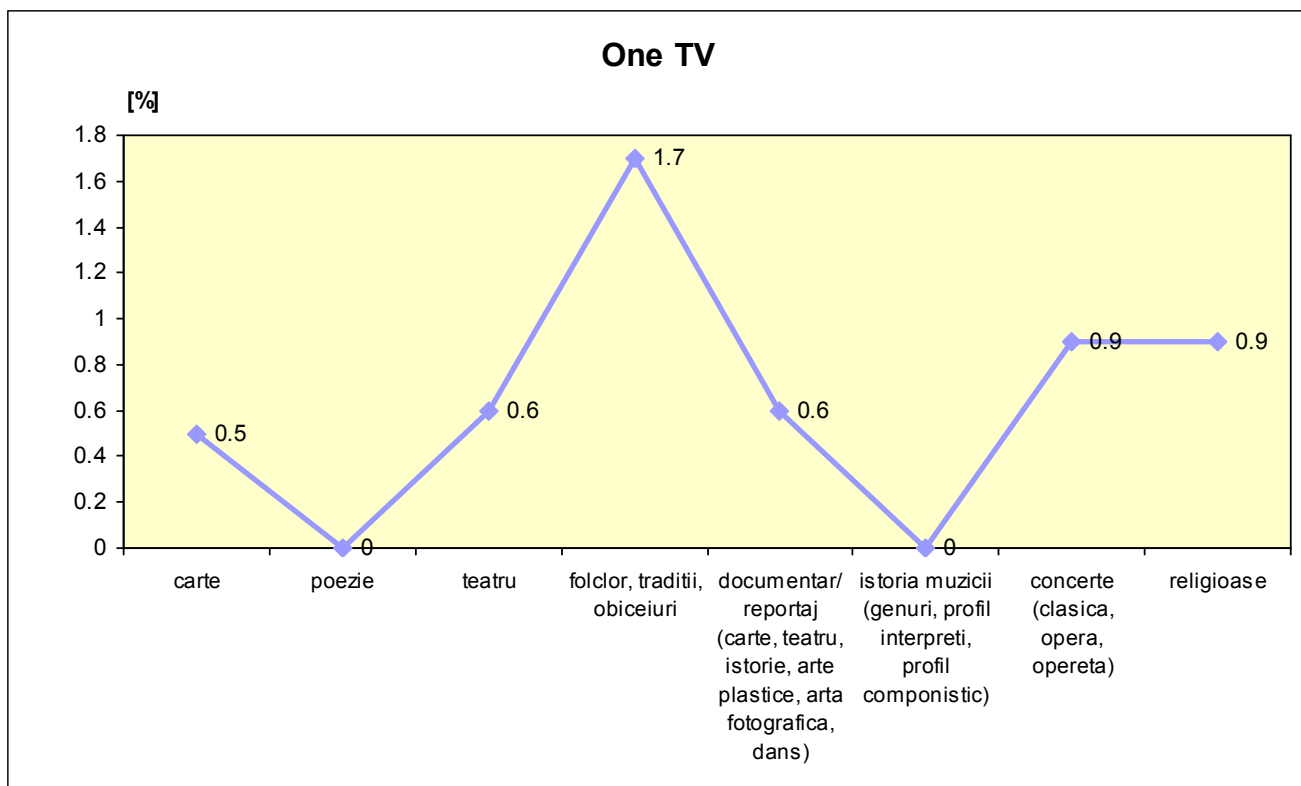


2. În cazul televiziunii, pe primele locuri la nivel național se situează TVR Cultural și TVR 3, urmate de Pratech TV și TVRM Cultural. Deci, tot posturile tematice asigură accesul publicului la cultură, justificându-se astfel scopul pentru care au fost create.









3. Prin prezentarea evoluției ponderii emisiunilor culturale în cadrul programelor difuzate de principalele posturi de radio publice sau private de-a lungul timpului, respectiv de la acordarea licenței audiovizuale până în prezent, se poate constata - în marea majoritate a cazurilor - o scădere a procentelor și, implicit, a atenției pe care o acordă radiodifuzorii pentru promovarea culturii.

Studiu comparativ privind ponderea (procentul) emisiunilor culturale/educative/religioase în total program difuzat la acordarea licenței și în grila actuală

Posturi de radio locale

Regiune	Localitate	Post radio	% licență	% prezent
Banat	Timișoara	Radio Timișoara	10,8	4,4
		Trinitas	8,3 (+ 50 religioase)	8,9 (+ 40 religioase)
	Moldova Nouă	Trinitas	8,3 (+ 50 religioase)	8,9 (+ 40 religioase)
	Reșița	Radio Reșița	12,5	3,85 (+ 3 religioase)
Bucovina	Suceava	Trinitas	8,3 (+ 50 religioase)	8,9 (+ 40 religioase)
	V. Dornei	Radio Dorna	61,65	2,4 (+ 1,2 religioase)
Crișana	Arad	Trinitas	8,3 (+ 50 religioase)	8,9 (+ 40 religioase)
	Oradea	Vocea Speranței	67,2	0,7 (+ 39 religioase)
		Vocea Evangheliei	15 (+30 religioase)	3 (+ 97 religioase)
	Zalău	Unison FM	8	5,1 (+8 religioase)
Dobrogea	Constanța	Radio Dobrogea	32	12,5 (+37,5 religioase)
		Radio Constanța	10,98	3,9
		Antena Satelor	5	6
	Tulcea	Vocea Speranței	67,2	0,7 (+39 religioase)
Maramureș	Baia Mare	Trinitas	8,3 (+ 50 religioase)	8,9 (+ 40 religioase)
	S. Marmației	Vocea Speranței	67,2	0,7 (+39 religioase)
Moldova	Iași	Trinitas	8,3 (+ 50 religioase)	8,9 (+ 40 religioase)
		Radio Iași	9,2	3
	Vaslui	Unison Radio	6	0,6
	Bacău	Radio Alfa	5	0,1
Muntenia	București	Smart FM	63	9,9
		Radio București	5,4	2,4
	Ploiești	Radio SOS	14	5,8 (+ 17,5 religioase)

Regiune	Localitate	Post radio	% licență	% prezent
Oltenia	Craiova	Trinitas	8,3 (+ 50 religioase)	8,9 (+ 40 religioase)
		Vocea Speranței	67,2	0,7 (+ 39 religioase)
		Radio Craiova	13	3,2
	Tg. Jiu	Omega	5	2,45
	Dr. Tr. Severin	Radio Lumina	30	0,6 (+ 38 religioase)
Transilvania	Cluj	Radio Renașterea	24	34,3 (+ 30 religioase)
		Vocea Speranței	67,2	0,7 (+ 39 religioase)
		Radio Cluj	14,28	4,8
	Brașov	Radio Ortodoxia	39,68	3,5 (+ 48 religioase)
		Vocea Speranței	67,2	0,7 (+ 39 religioase)
	Tg. Mureș	Radio Ga Ga	6	0,95 (+ 2,1 religioase)
		Radio Son	6,79	3,2
		Radio Tg. Mureș	13,7	5,4

Studiu comparativ privind ponderea (procentul) emisiunilor culturale/educative/religioase în total program difuzat la acordarea licenței și în grila actuală

POSTURI PUBLICE RADIO

Post radio	% licență	% actual
România Actualități	8,1	9,79
România Cultural	35,7	74
România Muzical	89,93	95,65
Radio București	5,4	5
Antena Satelor	5	6,1
Radio Cluj	14,28	30
Radio Constanța	10,98	4,69
Radio Craiova	13	6,8
Radio Iași	9,2	14,33
Radio Reșița	12,5	18,25
Radio Tg. Mureș	13,7	10,27
Radio Timișoara	10,8	25,3

Studiu comparativ privind ponderea (procentul) emisiunilor culturale/educative/religioase în total program difuzat la acordarea licenței și în grila actuală

Televiziune

Regiune	Localitate	Post TV	% licență	% prezent
Banat	Lugoj	Ten TV	1,9	1,4
Bucovina	Suceava	Plus TV	6 cultural, educative, religioase	4,8 culturale 1,2 religioase
Crișana	Arad	Televiziunea Arad	8 culturale 2 religioase	1,1 culturale 0,3 religioase
Dobrogea	Constanța	TV Neptun	3,5 cultural-educative	2,2 culturale
Maramureș	Văratec (Baia Sprie)	Maramureș TV	30 cultural, educative, religioase	1 culturale 1 religioase
Moldova	Iași	Iași TV Life	30 cultural, educative, religioase	1,6 culturale 2 religioase
Muntenia	București	TV Sigma	26 pt. 3 ore program zilnic	7,5 pt. 3 ore program zilnic
Oltenia	Craiova	Teleuniversitatea TV	7,1 culturale 9,5 educative	7,6 culturale 3,6 educative
Transilvania	Sebeș	One TV	22 cultural, educative, religioase	4,3 culturale 0,9 religioase

Studiu comparativ privind ponderea (procentul) emisiunilor culturale/educative/religioase în total program difuzat la acordarea licenței și în grila actuală

POSTURI PUBLICE TV

Post TV	% licenta 1993	% licenta 2000-2001	% actual
TVR 1	4,17	10,18	19,27
TVR 2	8,14	6,5	25,82
TVR Cultural	-	25,8	53,08
Studioul Teritorial Cluj	20,84 (din 6 ore emisie/sapt.)	24 (din 6 ore emisie/sapt.)	23,69 (din 21 ore emisie/sapt.)
Studioul Teritorial Craiova	24,44 (din 2 ore emisie/sapt.)	9,1 (din 2 ore emisie/sapt.)	21,91 (din 21 ore emisie/sapt.)
Studioul Teritorial Iași	33,33 (din 6 ore emisie/sapt.)	26 (din 6 ore emisie/sapt.)	21,41 (din 28 ore emisie/sapt.)
Studioul Teritorial Timișoara	18,33 (din 6 ore emisie/sapt.)	16 (din 6 ore emisie/sapt.)	20,5 (din 23 ore emisie/sapt.)
Studioul Teritorial Tg. Mureș	-	-	18,4 (din 14 ore emisie/sapt.)
Studioul Teritorial Timișoara	18,33 (din 6 ore emisie/sapt.)	16 (din 6 ore emisie/sapt.)	20,5 (din 23 ore emisie/sapt.)
Studioul Teritorial Tg. Mureș	-	-	18,4 (din 14 ore emisie/sapt.)

Observatii:

1. Procentele se referă la categoria “Programe educative, culturale, religioase”, așa cum prevede Decizia C.N.A. nr. 403/2005.
2. Studioul Teritorial Tg. Mureș a retransmis integral TVR Cluj în perioada 2006-2008. Din ianuarie 2009 a început difuzarea programelor proprii.

4. Nu este lipsit de interes faptul că în unele localități - cu număr relativ mic de locuitori - în care sunt acordate licențe audiovizuale, mai ales pentru radiodifuziune, nu există un teatru, nici măcar un cinematograful sau o publicație locală. Eventual există un cămin cultural aflat de mulți ani în renovare, în stare de degradare sau căruia i s-a schimbat destinația inițială.

Această stare de fapt este subliniată și din studiul realizat de Centrul de Studii și Cercetări în Domeniul Culturii privind vitalitatea culturală a orașelor, respectiv identificarea infrastructurii sectorului cultural (biblioteci, cinematografe, muzee, centre culturale, instituții de spectacol).

Scena, ecranul de cinema sau rafturile bibliotecilor nu mai dețin monopolul, dar ar putea constitui în continuare principalele canale de acces la produse culturale, cu toate că în zilele noastre se constată mutarea la domiciliu a spectatorului sau a bibliofilului. Tocmai de aceea, ne-am fi așteptat ca posturile de radio și de televiziune să încerce, pe cât posibil să sensibilizeze publicul către “unitățile” clasice ale sectorului cultural sau, în cel mai fericit caz, să-i furnizeze acestuia emisiuni și programe de gen, astfel încât prostul gust și diletantismul artistic să fie fenomene accidentale.

Dar, “goana” după audiență și, implicit, după venituri din publicitate – care constituie principala sursă de finanțare a posturilor private de radio și de televiziune – duce tocmai la promovarea programelor slab calitative din punct de vedere cultural.

Față de această situație de fapt, o variantă de popularizare a culturii în rândul publicului și de atragere a acestuia către activitățile de acest gen desfășurate în instituțiile de cultură publice, ar putea constitui prezentarea evenimentelor culturale într-o mai mare măsură la radio și televiziune. Posturile publice de radio și televiziune, dar și cele private, au încercat în mică măsură să programeze în principal piese de teatru din arhiva națională sau capodopere ale cinematografului românesc.

Pe de altă parte, în marile centre urbane există numeroase instituții de cultură cu care radiodifuzorii ar putea avea colaborări benefice pentru promovarea culturii prin difuzarea diverselor producții ale acestora sau măcar prin promovarea lor, astfel încât publicul să fie atras către spectacolele de bună calitate, în detrimentul celor subculturale.

În Anexa nr. 1 menționăm câteva dintre instituțiile culturale din marile orașe - teatre, operă, filarmonici – care, cu implicarea autorităților locale și a radiodifuzorilor, ar putea readuce bunul gust în casele românilor, Anexa nr. 2 evidențiază titularii licențelor audiovizuale care au răspuns solicitării noastre, iar în Anexa nr. 3 prezentăm “Barometrul de Consum Cultural 2009” realizat de Centrul de Studii și Cercetări în Domeniul Culturii (<http://culturadata.ro/PDF-uri/Barometru2009.pdf>).