



mass-media

Junie 2015



în Moldova

Horizont la nivel internațional

Horizont interațional

Remarcăm din R. Moldova a de pând cu aprilie 2003, de "consolidare a și protecție a martorilor de trafic de ființe umane scopurile urmărite, OS

Zilele Libertății Presei – în acest an cu un puternic mesaj anticorupție

Principalele organizații de media – Centrul pentru Jurnalism Independent (CJI), Asociația Presei Independente (API) și Asociația Presei Electronice (APEL) – au organizat, în săptămâna 4 - 8 mai, Zilele Libertății Presei în R. Moldova. Evenimentul a debutat cu lansarea Memoriului Libertății Presei (3 mai 2014 - 3 mai 2015), semnat de nouă organizații neguvernamentale din domeniu, care rezumă principalele probleme cu care s-a confruntat mass-media autohtonă în această perioadă.

Nadine Gogu, directoarea CJI, a evidențiat reperatele de bază ale Memoriului: ofensiva propagandei rusești în țara noastră, prin intermediul radiodifuzorilor care retransmit programele unor posturi din Federația Rusă; transparența proprietății mass-media, care încă nu este asigurată, din moment ce o lege adoptată în acest sens va intra în vigoare abia din toamnă; pericolul concentrării mass-media în mâinile unor grupuri de politicieni, inclusiv în procesul trecerii de la televiziunea analogică la cea digitală. În context, Nadine Gogu a amintit și despre comportamentul defectuos al instituțiilor de presă în cadrul campaniei electorale de anul trecut, lipsa de independență a Consiliului Coordonator al Audiovizualului și a Consiliilor de Observatori al IPNA Compania Teleradio Moldova și al Companiei publice regionale «Gagauziya Radio Televizionu» etc.

În recomandările către autorități, incluse în Memoriu, ONG-urile de media propun, printre altele, să fie realizat fără tergiversări Programul de activitate a Guvernului pentru perioada 2015-2018, referitoare la mass-media, să fie asigurată securitatea spațiului informațional al R. Moldova prin mecanisme legale, care nu ar afecta dreptul la libera exprimare și alte valori ale presei libere și, nu în ultimul rând, să fie asigurat accesul reprezentanților mass-media la ședințele în plen ale Parlamentului, o problemă care a persistat pe tot parcursul perioadei de referință.

La rândul său, **directorul API, Petru Macovei**, a prezentat câteva date care arată lipsa de protecție a jurnaliștilor în plan mondial. Astfel, conform Comitetului Internațional pentru Protecția Jurnaliștilor, din 1992 până în 2015, în lume au fost uciși 1122 de jurnaliști. "Ei au fost atacați, uciși pentru faptul că sunt jurnaliști", a atras atenția directorul API, adăugând că, deși în R. Moldova din fericire nu există asemenea cazuri, "protecția jurnaliștilor nici la noi nu este asigurată". Petru Macovei a adus drept exemplu mai multe cazuri de agresare fizică și verbală a reprezentanților mass-media, incluse în Memoriu, cum ar fi cel



al activistului Oleg Brega, bătut în luna iunie 2014, care nu a fost soluționat nici până astăzi. Nu întâmplător, în clasamentul Organizației Reporterii fără Frontiere R. Moldova a coborât cu 16 puncte în anul 2014. Directorul API a îndemnat guvernarea să conștientizeze faptul că "jurnaliștii sunt un element-cheie în democrație".

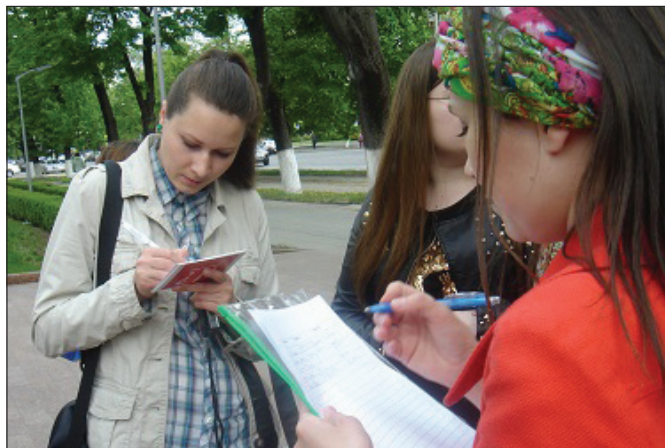
Președintele APEL, Ion Bunduchi, a făcut referire la un clasament global al Indexului corupției, care plasează R. Moldova pe ultimul loc în rândul a 144 de state la capitolul Corupție în sistemul justiției. "Iată unde am ajuns. Aveam niște speranțe despre mass-media în 2009, dar acestea s-au dovedit a fi goale. Și dacă lumea machează o singură zi – Ziua Libertății Presei – iată că noi de mai mulți ani încercăm să organizăm decada/săptămâna sau Zilele Libertății Presei, pentru a obține mai multă libertate pentru presă", a constatat Ion Bunduchi.

În context, expertul a atras atenția că în luna iunie curent se încheie tranziția la televiziunea digitală, dar guvernul a adoptat un program în acest sens abia cu două săptămâni în urmă. "Când ar fi trebuit să finalizăm, noi abia începem", a comentat el situația. În opinia sa, R. Moldova a devenit captivă factorului politic. În concluzie, Ion Bunduchi a îndemnat reprezentanții breslei să se solidarizeze, pentru că informația este un factor de bunăstare. "Cum suntem informați - așa votăm", a mai spus el. Cu ocazia Zilelor Libertății Presei, Centrul pentru Jurnalism Independent, împreună cu alte ONG-uri de media, au organizat un șir de acțiuni de susținere a jurnaliștilor și de sensibilizare a opiniei publice.

Petiția ”Vrem acces în Parlament!”

Cu ocazia Zilelor Libertății Presei, Centrul pentru Jurnalism Independent a readus în actualitate și Petiția privind accesul jurnaliștilor la ședințele în plen ale Parlamentului, trimisă acum un an deputaților, dar care așa și nu a fost examinată. Între altele, semnatarii documentului le reamintesc parlamentarilor că se află în slujba poporului și sunt plătiți din banii publici, iar cetățenii sunt în drept să știe cu ce se ocupă aleșii poporului în parlament.

”Cerem conducerii Parlamentului Republicii Moldova soluționarea imediată a problemei accesului mass-media în sala de ședințe a legislativului și onorarea nenumăratelor promisiuni făcute anterior. Limitarea accesului jurnaliștilor la lucrările plenului Parlamentului, precum și plasarea acestora într-o încăpere fără condiții adecvate de muncă, constituie o încălcare a dreptului la libertatea de exprimare și a dreptului la muncă. Totodată, aceste acțiuni contravin principiului transparenței procesului decizional”, se menționează în petiție.

**Campania ”Presa și cetățenii cer: Opriti corupția!”**

Prin această inițiativă, breasla jurnalistică a fost îndemnată să se solidarizeze și să se implice activ în lupta cu corupția, care ”afectează viața cetățenilor în toate sferile: economică, socială, culturală, învățământ, justiție”.

Pornind de la ideea că orice instituție media promovează interesul public și scrie pentru cetățeni, ONG-urile de media le-au recomandat acestora ca în perioada 4-8 mai 2015 să plaseze și să menționeze sloganul respectiv în rubricile din ziare și reviste, în programele de știri sau emisiunile tematice la radio și tv, pe site-uri și portaluri de știri.

”Vă îndemnăm și vă încurajăm să fim solidari și să demonstrăm că mass-media poate fi un câine de pază al societății, poate

atrage atenția asupra problemelor stringente din societate și pune presiuni asupra autorităților statului pentru o luptă reală cu corupția”, se menționează în inițiativa organizațiilor de media.

Panoul Rușinii – ”Inamicii Presei” în fața Parlamentului

Evenimentul a fost organizat de CJI în semn de protest față de tentativele de limitare a libertății de exprimare și acțiunile întreprinse de anumiți funcționari publici, demnitari de stat care au restricționat activitatea jurnaliștilor din Republica Moldova în perioada 3 mai 2014 - 3 mai 2015.

”Prin această acțiune ne-am propus să reamintim o dată în plus autorităților, guvernanților că, din moment ce au ajuns în funcții cu demnitate publică, aceștia trebuie să fie mai toleranți față de media, să accepte un grad mai mare de critică din partea media, pentru că presa are și dreptul, și obligația să reflecte activitățile guvernanților, inclusiv critic”, a menționat **Nadine Gogu, directoarea CJI**, pentru participanții la flash-mob.

Locurile de pe Panoul Rușinii au fost ocupate de protagoniștii rubricii „Inamicii Presei”, care apare pe Portalul Media Azi al CJI. Între aceștia s-au regăsit președinții de parlament care nu au soluționat problema accesului jurnaliștilor la ședințele în plen ale deputaților, deputații-autori ai unor proiecte de legi controversate care, dacă ar fi fost adoptate, ar fi putut să limiteze libertatea presei; cazul unui deputat în care o jurnalistă a raportat un abuz din partea unei persoane din anturajul său etc. Deși ”meritele” lor față de mass-media națională au fost mediatizate la timpul respectiv, prin acest Panou al Rușinii organizatorii și-au dorit să atragă atenția guvernanților asupra faptului că presa liberă funcționează în baza unor standarde și valori europene, pe care ar trebui să le respecte și ei, nu doar reprezentanții mass-media.

”Ca și societate civilă am monitorizat și vom continua să monitorizăm ceea ce se întâmplă și ori de câte ori acei reprezentanți ai autorităților publice, care prin virtutea funcțiilor pe care le dețin și puterea de decizie pe care o au, vor încerca să restricționeze libertatea presei noi vom reacționa”, a afirmat Nadine Gogu. Totodată, directoarea CJI i-a îndemnat pe jurnaliști să raporteze atunci când se confruntă cu cazuri de agresivitate sau de abuz din partea autorităților, precizând că Panoul Rușinii – ”Inamicii Presei” nu este o acțiune de o singură zi. ”Vom reveni la anul în contextul Zilelor Libertății Presei cu un nou panou. Sincer, sper că la anul panoul va fi mai mic și va conține mai puține nume în speranța că autoritățile vor învăța o lecție din aceasta”, le-a spus Nadine Gogu jurnaliștilor participanți la flash-mob.

(Media Azi, 4-8 mai 2015)

TV digitală – miza de un miliard de lei. Pentru cine tac autoritățile?

Republica Moldova și-a asumat, prin Acordul semnat în cadrul Conferinței Regionale de Radiocomunicații de la Geneva din 2006 și ratificat prin Legea nr.69-XVI din 27 martie 2008, obligația de a sista transmisiunile analogice convenționale. În conformitate cu obligațiile asumate, Guvernul a decis implementarea serviciilor de televiziune digitală terestră la nivel național până la 17 iunie 2015. Dar până în prezent nu există nicio normă legală în vigoare care ar reglementa acest proces.

Majoritatea rețelelor existente de televiziune analogică terestră nu pot fi utilizate pentru difuzarea semnalului digital, cu excepția emițătoarelor produse mai târziu de anul 2011. Prin urmare, tranziția la televiziunea digitală va afecta practic toți operatorii radio și TV prin eter, care vor fi nevoiți să investească în modernizare. Spectrul de frecvențe este o resursă limitată, aflată în proprietatea statului, pentru care concurează mai mulți operatori. Trecerea la emisia digitală terestră ar trebui să rezolve această problemă. Obiectivul major al trecerii la televiziunea digitală este asigurarea accesului uniform la surse alternative de informare și creșterea numărului de posturi tv recepționate până la un număr de 42. Dintre acestea, minim 12 posturi ar trebui să obțină acoperire națională. Alte 12 vor avea un statut de difuzori regionali, iar restul vor obține statut de operatori locali. Singura problemă este piața de publicitate, care nu poate oferi oportunități de business pentru toți. Plus la toate, costurile de difuzare pentru posturile TV sunt extrem de mari, aproximativ 30 de mii de euro lunar pentru operatorii naționali, fapt care face destul de neatractiv acest serviciu. Pentru confirmare, în municipiul Chișinău, pe canalele 58 și 61 funcționează în regim de test două emițătoare de televiziune digitală terestră, ce aparțin ÎS „Radiocomunicații” (standarde DVB-T și DVB-T2, compresia MPEG-4). Aceste două emițătoare difuzează doar 18 canale radio și tv (capacitate 30) într-o rază de circa 30 km de la turnul de televiziune din municipiul Chișinău.

Momentul zero în audiovizual. Lupta ascunsă pentru piața de distribuție

Tranziția spre emisia digitală terestră nu se rezumă, cum greșit se crede, doar la câteva schimbări tehnice, ci este un proces complicat de modernizare a audiovizualului. Un adevărat moment zero, pe care nu avem dreptul să-l ratăm. Gradul înalt de expunere a domeniului și penetrarea excesivă a spațiului audiovizual de către posturile străine ne obligă să folosim această oportunitate pentru reforme profunde. Cu toate acestea, în cercurile puterii se mai discută dacă este oportună



implementarea emisie digitale și formarea multiplexelor, sau dezvoltarea rețelelor de cablu și distribuirea semnalului tv către operatori prin IP TV. Discuțiile sunt motivate de oportunitățile de business pe care le oferă noile realități ale pieței.

O analiză a pieței de distribuție ne arată că 69,4% dintre gospodăriile recepționează semnalul tv prin antenă, în format analog; 5% nu au niciun fel de acces la serviciile tv; 25,34% dintre gospodăriile sunt abonați ai rețelelor de cablu dintre care 19,79% consumatori ai serviciilor IP TV. Simplu vorbind, doar o pătrime dintre consumatorii de servicii tv din Republica Moldova sunt plătitori, iar piața este estimată în 2014 la aproximativ 162 mln de lei. Datele statistice despre evoluția pieței de distribuție în anul 2014, pe segmentul contra plată (rețele de cablu, IP TV și MMDS), publicate pe pagina web oficială a Agenției Naționale pentru Reglementare în Comunicații Electronice și Tehnologia Informației atestă o diminuare a principalilor indicatori. Astfel, în această perioadă numărul total de abonați la serviciul respectiv a scăzut cu 13,4 mii (-4,7%) și a constituit 273 mii. Odată cu scăderea numărului abonaților, volumul cumulată al vânzărilor s-a diminuat cu 6,4 mil.

Cel mai interesant este că pe fundalul scăderii numărului abonaților rețelelor de cablu și MMDS, dar și a scăderii volumului de vânzări operatorul național Moldtelecom înregistrează creșteri semnificative. Din totalul pierderilor de 13,4 mii de abonați - rețelele de cablu au pierdut 11,1 mii, iar MMDS - 2000. Creșterea Moldtelecom a constituit 7,1 mii abonați. În medie, fiecare gospodărie a plătit lunar pentru serviciile TV 47,81 lei. Acest indicator a fost depășit de un singur furnizor de servicii IP TV - SA Moldtelecom - care a obținut un venit mediu lunar per abonat de 67,7 lei. Drept concluzie, putem spune că rețeaua

de distribuție IP TV a SA Moldtelecom cunoaște o creștere cantitativă și valorică, iar perspectiva pieței de distribuție, în special prin intermediul IP TV, este una cât se poate de bună. Păstrând parametrii actuali, putem vorbi de o piață de aproximativ 650 de mln de lei anual. Aceasta poate crește ușor până la 1 miliard 86 de milioane de lei în cazul unui monopol absolut al Moldtelecom.

Curios însă e faptul că statistica ANRCETI nu face referință la un alt furnizor de servicii IP TV – Compania StarNet. Ce să însemne acest lucru? O încercare de a crea noi oportunități unei companii de stat prin dublarea cifrei de afaceri? Substituirea Radiocomunicații cu Moldtelecom? Sunt întrebări la care încă nu avem răspuns, iar autoritățile lasă loc de interpretări.

Prea mici și prea mulți. Casa cu vișine.

Am arătat mai sus că trecerea la emisia digitală terestră poate oferi noi oportunități posturilor tv, prin lărgirea ariei de distribuție și creșterea oportunităților de business. Singura problemă este piața de publicitate, care nu poate susține un număr atât de mare de posturi tv. Potrivit Registrului studiourilor TV, în Republica Moldova activează 65 de posturi, distribuite după cum urmează:

- 1) canale terestre – 34
- 2) rețele de cablu – 22
- 3) satelit, inclusiv 3 difuzate și prin canale terestre – 9

Criza economică a lovit destul de dur piața de publicitate. La momentul actual nu se cunosc cifrele exacte ale contracției pieței, dar conform unor estimări piața de publicitate a pierdut circa 30 la sută. Se crede că odată cu revigorarea economică, piața își va reveni și va intra în ritmul său normal de creștere. O privire atentă asupra pieței de televiziune ne arată că cele câteva milioane de euro trec prin conturile a trei tipuri de operatori: agențiile de publicitate (locale sau internaționale), „media salerii” (concentrează ofertele de publicitate și controlează spațiile publicitare ale mai multor posturi tv) și departamentele de vânzări ale posturilor tv.

Cel mai mare operator pe piața media este media saler-ul „Casa Media”, cu ceva mai mult de 70 la sută din volumul vânzărilor, urmată de „Alkasar” cu aproximativ 9 la sută și „Nova TV”, cu aproximativ 3 la sută. Prin intermediul departamentelor de vânzări ale posturilor tv este vândut 15 la sută din volumul de publicitate. Doar o mică parte din agenții economici, de regulă mici producători, operează direct cu posturile tv, sporadic și în lipsa unei strategii de publicitate.

Crearea Agenției pentru Comunicare Publică. Acestea ar trebui să-i revină rolul reglementării pieței de publicitate și creării unui concept de dezvoltare a audiovizualului, pe lângă scopul său de a crea un concept general de comunicare publică în Republica Moldova.

Ce-i de făcut?

Republica Moldova nu are la moment un mecanism capabil să garanteze libera concurență pe piață. Acest lucru devine și mai grav în momentul în care vor fi stabilite posturile tv cu acces în primul multiplex, creat din bani publici. Mai grav este că CCA nu are până la momentul actual un regulament care ar stabili criteriile de formare a acestuia. Insist și aici că trecerea la emisia digitală terestră este o oportunitate unică de reformare a domeniului audiovizualului. Iată câteva recomandări.

- **Elaborarea unui concept național de dezvoltare a audiovizualului, implicit a pieței și industriei moldovenești de televiziune.** Conceptul ar trebui să stabilească de ce dezvoltare a pieței de televiziune este necesar pentru a obține o imagine de ansamblu asupra pieței. Fiind și proprietarul frecvențelor de emisie, statul are obligația să acopere toate domeniile și grupurile sociale cu programe tv de specialitate. La moment, licențele de emisie sunt eliberate fără a se ține cont de acest aspect, iar specializarea se face în funcție de acceptul pentru retransmisie a posturilor rusești. În Republica Moldova nu există posturi tv specializate în documentaristică, cultură, programe pentru copii, sau altele de genul acesta.
- **Adoptarea unei legi speciale de protecție a spațiului audiovizual moldovenesc.** Legi de acest gen au mai multe state, printre care și Federația Rusă, cu un teritoriu imens. Legea trebuie să prevadă și condițiile de acces pe piața moldovenească.
- **Descurajarea retransmiterii conținuturilor străine. Încurajarea companiilor moldovenești să investească în formarea propriilor servicii de programe.** Statul trebuie să caute diferite modalități de descurajare a retransmișilor. Acest lucru influențează în mod negativ piața moldovenească pe toate dimensiunile sale. Printre acestea, ar fi respectarea legislației interne cu privire la volumele de emisie în limba română și operele europene.
- **Modificarea principiilor de formare a Consiliului Coordonator al Audiovizualului și scoaterea acestei instituții în afara influențelor politice.** Principiul actual impune o doză mare de dependență politică a membrilor CCA. Formarea acestuia pe principiile calităților profesionale și a supravegherii reciproce a diferitor actori ai pieței va reduce la zero controlul pieței și implicațiile politice. CCA trebuie să fie format din câte un reprezentant ai:
 1. Patronatelor din televiziune
 2. Asociației Agențiilor de Publicitate
 3. Consiliului Național pentru Protecția Concurenței

4. Agenției Naționale pentru Reglementări în Telecomunicații
5. Uniunii Jurnaliștilor
6. Asociației Juriștilor
7. Trei membri desemnați prin concurs public de către Parlamentul Republicii Moldova.

Membrii al CCA poate fi orice persoană desemnată de aceste structuri cu o experiență profesională minimă de șapte ani.

- **Formarea multiplexelor cu acoperire națională doar în baza companiilor cu conținut original.** Această condiție obligatorie ar impune companiile cu acoperire națională să investească mai mult în propriile servicii de programe. În același timp, companiile moldovenești bazate exclusiv pe conținut original ar obține accesul pe piața de publicitate.
- **Interzicerea uneia și aceleiași persoane să dețină mai mult decât o companie tv cu acoperire națională.** Mai devreme sau mai târziu, Republica Moldova va trebui să se conformeze acestei reguli impuse de Uniunea Europeană. La moment, mai mulți politicieni de rang înalt dispun de două sau mai multe posturi tv, în unele cazuri cu acoperire națională. Impunerea acestei legi va limita capacitatea acestor persoane de a influența concurența.
- **Difuzarea publicității exclusiv în limba română.** Această prevedere va crea o barieră suplimentară de acces pe piața moldovenească de televiziune. În același timp, va stimula creșterea volumului producției originale de spoturi publicitare, dar și a serviciilor de marketing.
- **Taxarea cu 50 la sută a veniturilor din publicitate pentru companiile ce retransmit conținut străin.** Această recomandare face parte dintr-o eventuală listă de acțiuni descurajatoare la adresa companiilor ce recurg la retransmisiuni. Mijloacele respective pot fi încasate într-un fond special și direcționate spre dezvoltarea industriei moldovenești de televiziune sau altor scopuri necesare acestui domeniu.

- **Taxarea cu 90 la sută a veniturilor companiilor fără o activitate distinctă pe piața tv din Republica Moldova, dar care înregistrează venituri.** În prezent, cel puțin două companii străine încasează venituri pe piața moldovenească fără o minimă activitate de producție în Republica Moldova. Aceste mijloace, pur și simplu, sunt sustrate de pe piață, în condițiile în care volumul acestora abia dacă poate satisface nevoile de mijloace ale producătorilor autohtoni.

- **Stabilirea măsurătorului de audiență prin licitație publică, sub controlul CCA și al Consiliului Național pentru Protecția Concurenței.** Implicarea acestor instituții va oferi garanția unor măsurări și interpretări corecte a datelor.
- **Implicarea statului în finanțarea măsurărilor de audiență pentru o perioadă minimă de patru ani.** Fragilitatea pieței, gradul înalt de concurență nelocală, caracterul strategic al acestei piețe obligă statul să se implice în stabilizarea ei.
- **Obligatorietatea dublării filmelor și seriilor în limba română.** Este cel mai solicitat produs de televiziune, dar și cel mai piratat. Dublarea filmelor va garanta respectarea drepturilor de autor, va exclude concurența parazită și va deveni un stimulator pentru producerea conținuturilor originale.
- **Modificarea nomenclatorului de profesii pentru a satisface deficitul de cadre pe piața de televiziune.** Universitățile nu pot oferi la momentul actual specialiști suficienți pentru toate specializările în domeniul tv. Din cauza cererii inexistente, acestea au fost excluse din nomenclator sau, dimpotrivă, nu au fost introduse din aceleași motive.

Adaptarea programelor de studii ale universităților la necesitățile pieței de televiziune, pornind de la schimbările rapide în domeniile tehnic și tehnologic. Universitățile au renunțat la a mai pregăti specialiști în anumite domenii, astfel că au nevoie de o bună planificare curriculară pentru a satisface nevoile de cadre specializate ale pieței de televiziune.

Ion TERGUȚĂ

De la Charlie Hebdo la discursul de ură astăzi în Moldova

Context actual – cazul Charlie Hebdo în lumina legislației moldovenești.

Tragedia legată de cazul Charlie Hebdo a atras atenția generală asupra problematicei libertății de exprimare. Deși, în general, precum este și de bun simț, este condamnat terorismul și crima, concomitent s-au format două tabere: una care susține libertatea de exprimare în amploarea manifestului celor de la Charlie Hebdo, și alta care condamnă exprimarea ostentativ ofensatoare a acestora.

Unde se termină libertatea de exprimare este un subiect complicat, pentru că există o sumedenie de nuanțe care trebuie luate în considerare. Atunci când vorbim de cazul Charlie Hebdo ne referim la satiră, caricatură, pamflete, care se declară din start în această formă de exprimare și nu au cum să inducă în eroare. Însă, chiar și dacă nu pot induce în eroare, ele pot ofensa imens. În Moldova *satira, pamfletul, caricatura* sunt protejate prin art. 7 al Legii nr.64 din 23.04.2010 cu privire la libertatea de exprimare, care în alin. (8) stipulează că “Nimeni nu poate fi tras la răspundere pentru stilul umoristic și satiric dacă prin folosirea acestuia nu se induce în eroare publicul în privința faptelor”. În același timp, *injuria*, care este definită de aceeași lege drept “exprimare verbală, scrisă sau nonverbală care ofensează intenționat persoana și care contravine normelor de conduită general acceptate într-o societate democratică” este interzisă. Caracterul *inacceptabil* va da nota dacă suntem într-o categorie permisă sau interzisă. Deci, în principiu, o caricatură ar putea fi considerată injurie, dacă reprezentarea contravine serios normelor morale acceptate în societatea democratică actuală. Totuși, trebuie să înțelegem că limita admisibilului în caricatură este extrem de largă, or, totuși, este un gen de exprimare care nu poate induce în eroare.

Discursul de ură în Moldova

În Moldova nu s-au lansat public dezbateri largi sau contradicții cu privire la admisibilitatea/inadmisibilitatea unei sau altei satire/caricaturi. Însă există o temă nouă, care a creat deja o serie de fapte de analizat, și anume – discursul la ură. În mod special, acesta apare în contextul tematicii discriminării.

Deși în general se crede și se spune că moldovenii sunt un popor tolerant, aceasta nu este neapărat un fenomen general-valabil, iar stereotipurile negative cu referire la persoane de anumite etnii, anumite religii, persoane cu o anumită orientare sexuală sau persoane cu anumite tipuri de dezabilități sunt un

fenomen comun. De la stereotipuri și până la discurs de ură nu este foarte mult... Realitatea din Moldova ne arată că avem enorm de multe discursuri homofobe și ură față de comunitatea LGBT, dar, periodic, se atestă și discursuri disprețuitoare față de reprezentanții unor etnii sau religii.

Avem deja și o jurisprudență care pune niște accente de luat în considerare. Există un număr de cazuri judecate în instanță, iar mai nou și câteva decizii interesante ale Consiliului pentru prevenirea și eliminarea discriminării și asigurarea egalității.

Astfel, primul caz judiciar de remarcat în acest context a fost cel al lui *Oleg Brega către Privesc.eu*^[1] în care portalul a pierdut procesul, fiind recunoscut responsabil de discursul de ură față de persoane presupuse sau fiind de orientare homosexuală și de injuria la adresa reclamantului prin nemoderarea chat-ului de pe site-ul său <http://privesc.eu>, și a fost obligat să publice pe prima pagină accesată de vizitatori scuze publice pentru reclamant, precum și dispozitivul hotărârii instanței pe marginea acestei acțiuni. De asemenea, reclamantul a obținut 5000 lei cu titlu de prejudiciu moral.

Următorul caz a fost cel al *Genderdoc-M către episcopul de Bălți și Fălești, Marchel*, care a folosit, printre altele, următoarele expresii „Închipuiți-vă că un homosexual, 92% din numărul cărora sunt purtători de SIDA, sunt bolnavi de SIDA, se angajează la o stație de transfuzie a sângelui. Aceasta este o catastrofă”. Judecătoria din Bălți a dat câștig de cauză Genderdoc-M și a acordat concomitent 3 calificative pentru discursul lui Marchel – discurs de ură, instigare la discriminare și a recunoscut drept false afirmațiile lui Marchel, precum că 92% din numărul homosexualilor sunt purtători/bolnavi de SIDA. A dispus atât dezmințirea informației, cât și a obligat la scuze, precum și la repararea prejudiciului moral în sumă de 10000 lei și a cheltuielilor de judecată (cca 12000 lei). Fără a judeca aici justiția absolută a acestor decizii (care nu depinde doar de judecător ci, mai ales, de calitatea argumentelor părții care acuză și calitatea celei care se apără, balanța în final înclinând spre cei care se prezintă mai bine și care dictează nuanțele modului de interpretare a legislației), vom remarca că acestea sunt două cazuri judecate în ordine civilă, care ambele în esență au spus că declarațiile homofobe reprezintă discurs de ură, inadmisibil și care trebuie sancționat.

Într-o altă categorie de precedente, am scoate în evidență decizia din 16.10.2014 a Consiliului pentru prevenirea și eliminarea discriminării și asigurarea egalității către General Media TV

(Publika TV) și Hristofor Ciubotaru[2], precum și decizia din 13.10.2014 privind declarațiile rasiste în discursul politic al lui Renato Usatii[3], care a folosit cuvinte ce ar fi lezante în raport cu persoanele de etnie romă. Prima decizie menționată este în mod special interesantă, pentru că se referă extensiv la cadrul legislativ și standardele internaționale privind libertatea de exprimare și discursul de ură și la modul cum înțelege Consiliul că trebuie să acționeze presa în conformitate cu aceste standarde. Consiliul amintește organelor de presă că trebuie să-și modereze activ spațiul virtual, după cum a dispus și o hotărâre a Curții Europene[4], iar pasivitatea administratorilor paginii web chiar și după sesizarea Consiliului a fost interpretată ca o susținere a instigării la discriminare inițiată de bloggerul-autor. Concluzia Consiliului este expusă în p. 6.2 al deciziei: ”articolul ”Parada euro-sodomită de la Chișinău: 9 puncte pe i” semnat de Hristofor Ciubotaru, publicat pe pagina web www.voxpublica.md la 23.05.2014, reprezintă o instigare la discriminare a minorităților sexuale. Această acțiune este calificată de Legea 121/2012 privind asigurarea egalității, ca formă gravă a discriminării, deoarece articolul menționat conține un discurs care instigă la ură, întrunind caracteristicile specifice ce-l deosebesc de celelalte forme de exprimare ofensatoare: „țintește un grup de indivizi pe baza criteriului de orientare sexuală”, „stigmatizează victima prin aceea că îi atribuie un set de trăsături constitutive care sunt văzute în general ca profund nedezirabile” și desemnează o formă de exprimare în care „grupul țintit este proiectat în afara limitelor normale ale relațiilor sociale”.

În cazul cu Renato Usatii, deși Consiliul pornise de la ideea unui discurs de ură, totuși, în final, s-a detașat de acesta, reducând acuzația la ”rasism”: ”Consiliul înțelege că contextul în care reclamatul a pronunțat exprimările și intenția cu care le-a pronunțat, a fost de a umili persoana căreia i s-a adresat, numindu-l ”țigan murdar și puturos”, ”un țigan terminat” [n.r. ”конченый”]. Indiferent de acțiunile de caritate realizate pentru comunitatea romilor de către reclamat, acesta nu poate să-și justifice discursul prin faptul că ”are atitudine normală față de romi”, ”a crescut cu filmele lui Budulai” și ”are prieteni romi”. Consiliul subliniază că în contextul în care reclamatul a folosit cuvântul ”țigan” în discursul său politic, nu lasă nicio îndoială că a fost de a umili etnia oponentului politic, arătându-și propria superioritate etnică”. (p. 6.3) În concluzie, Consiliul a decis că ”Faptele expuse în nota de autosesizare constituie instigare la discriminare sub formă de rasism, după cum prevede Art. 2 din Legea nr. 121 privind asigurarea egalității” și l-a obligat pe Renato Usatii la scuze publice față de comunitatea romilor.

Observăm că astăzi, în Moldova, discursul de ură e văzut prin prisma legislației anti-discriminare și victime sunt, în special, persoanele de orientare homosexuală.

Curios este faptul că legislația anti-discriminare face ca discursul de ură să „înceapă” mult mai devreme pentru

categoriile protejate (minoritățile de diferit tip), decât pentru ceilalți. Adică ceea ce pentru o categorie neprotejată ar fi acoperit de libertatea de exprimare, pentru o categorie protejată de legislația anti-discriminare este deja instigare la discriminare/discurs de ură, care poate fi sancționat.

Standarde internaționale

Este un standard general-acceptat că discursul la ură este interzis. Un număr important de acte și recomandări subliniază acest lucru: de la articolul 20 din Pactul Internațional privind Drepturile Civile și Politice, coroborat cu articolul 4 din Convenția Internațională privind Eliminarea Tuturor Formelor de Discriminare Rasială, până la Recomandarea 97(20) a Comitetului de Miniștri din cadrul Consiliului Europei cu privire la «discursul de ură» și la Recomandarea generală nr. 35 a Comitetului pentru Eliminarea Discriminării Rasiale privind exprimările de ură cu caracter rasist.

În legislația RM avem Legea nr.64 din 23.04.2010 cu privire la libertatea de exprimare, care în art.2 definește *discursul care incită la ură* ca „orice formă de exprimare care provoacă, propagă, promovează sau justifică ura rasială, xenofobia, antisemitismul sau alte forme de ură fondate pe intoleranță” și articolul 346 din Codul penal Nr. 985 din 18.04.2002 - *Acțiunile intenționate îndreptate spre ațâțarea vrajbei, diferențierii sau dezbinării naționale, etnice, rasiale sau religioase*: „Acțiunile intenționate, îndemnul public, inclusiv prin intermediul mass-media, scrise și electronice, îndreptate spre ațâțarea vrajbei, diferențierii sau dezbinării naționale, etnice, rasiale sau religioase, spre înjosirea onoarei și demnității naționale, precum și limitarea, directă sau indirectă, a drepturilor ori stabilirea de avantaje, directe sau indirecte, cetățenilor în funcție de apartenența lor națională, etnică, rasială sau religioasă - se pedepsesc cu amendă în mărime de până la 250 unități convenționale sau cu muncă neremunerată în folosul comunității de la 180 la 240 de ore, sau cu închisoare de până la 3 ani”.

Reglementările care se referă la crimele de ură, deci inclusiv discursul la ură, au tendința să se înmulțească, iar recent la Ministerul Justiției și-a început activitatea un grup de lucru care să revizuiască și să îmbunătățească cadrul legal care combate infracțiunile motivate de prejudecată (crimele de ură)[5].

Repere de final

Discursul de ură este interzis, iar filozofia care stă în spatele acestei limite a libertății de exprimare este că această libertate este valabilă și este o realitate de care ne bucurăm în societatea democratică tocmai în virtutea toleranței față de alte viziuni și opinii. Respectiv, a admite propagarea curentelor intolerante ar putea duce în final la distrugerea libertății de exprimare și a altor

Scut și spadă pentru securizarea spațiului informațional autohton

În ultimul timp, jurnaliștii au mobilizat societatea civilă la discuții pe marginea subiectului care a devenit de primă importanță pe agenda zilei odată cu declanșarea unei expansiuni propagandistice agresive de către Federația Rusă în fostele țări sovietice - securizarea spațiului informațional al R. Moldova. Este o problemă despre care s-a vorbit în repetate rânduri după obținerea independenței de către statul nostru, dar guvernările perindate pe parcursul anilor au neglijat-o, unele - în mod special, deoarece ecusonul lor politic era actuala *panglică de colorado*.

Iată că, odată cu expansiunea militară a regimului Putin asupra Ucrainei, care include și o expansiune propagandistică în stil Goebbels, a înțeles și conducerea de la Chișinău ce pericol ne urmărește. De data aceasta, inițiativa a venit de la Consiliul Suprem de Securitate, care a cerut Parlamentului să securizeze urgent spațiul informațional al țării. Dar, după cum și era de așteptat, la noi nimic nu se face conform logicii sănătoase, nimic nu se face fără promovarea unor interese de grup, de partid, mereu urmărindu-se, probabil, îngroparea scopurilor nobile. Astfel, proiectul de modificare a Codului Audiovizualului, înregistrat în Parlament de către un grup de deputați PD și PLDM, având ca paravan reglementările de securizare a spațiului informațional, a stârnit mari nedumeriri, el fiind considerat de specialiștii în domeniu drept motiv de instituire a unor puternice mecanisme de cenzură. Faptul că experți media, reprezentanți ai societății civile și ai CCA, jurnaliști, sociologi și lideri de opinie au reacționat prompt și au lansat mai multe discuții, criticând dur proiectul, a făcut ca adoptarea acestuia să fie deocamdată suspendată.

O lecție de tras învățăminte: ofensiva informațional-psihologică a Rusiei contra Ucrainei

S-ar putea întâmpla ca degrabă să-i cuprindă regretele chiar și pe acei care azi încearcă să îngroape proiectul de lege privind securizarea spațiului informațional al Republicii Moldova. Grozăviile care au loc în Ucraina în ultimii doi ani trebuiau de mult să fie de învățătură pentru guvernarea noastră, dar și pentru societatea civilă. Kremlinul nu crede în lacrimi și încearcă să-și atingă scopurile pe orice căi, ignorând standardele civilizației, inclusiv în războiul informațional împotriva statului vecin. Din discuțiile cu mai mulți colegi de la Kiev, am înțeles că Ucraina se află ca între Scila și Haribda atunci când vine vorba de contracararea atacurilor propagandistice rusești, deoarece, pe de o parte, ea se vrea în civilizația europeană și nu poate răspunde cu aceeași monedă la utilizarea agresivă a

informațiilor de către Rusia, precum afirma doamna Sarmite Elerte, Președinta Baltic to Black Sea Alliance, la o Masă rotundă organizată recent la Chișinău în perteneriat cu Centrul pentru Journalism Independent. Iar asta face ca, pe de altă parte, să piardă în fața propagandei din Est. E ca și cum ai ieși cu o floare în fața tancului. Numai într-o poezie sau într-un film de dragoste tancul ar putea să se oprească, iar dacă tancu-i rusec - nici în film, nici în poezie...

Iuri Peresunko, președintele Clubului de presă din Kiev, susține că, deoarece în țara sa au loc acțiuni militare în care Federația Rusă este agresor, prioritatea de a contracara propaganda rusească nu se pune la îndoială, ea fiind și o problemă a politicii de stat. „Pe de o parte, Ucraina nu dispune de resurse suficiente și eficiente pentru a contracara pe potrivă această propagandă, iar pe de altă parte asta ar contraveni principiilor de dezvoltare a unei societăți democratice, precum se vrea Ucraina”, mi-a spus Peresunko. El consideră că una dintre greșelile comise la contracararea propagandei rusești este poziția reactivă a Ucrainei, dar ea ar trebui să fie una proactivă, deoarece contracararea propagandei trebuie să aibă loc nu numai pe calea interdicțiilor și deconspirării de falsuri, ci și pe calea creării unui propriu discurs de calitate.

În Ucraina, elaborarea unor recomandări și practici efective de contracarare a propagandei rusești decurge cel mai activ în sectorul social. La nivel de stat, în acest scop a fost creat Ministerul Politicii Informaționale al Ucrainei, dar ministerul respectiv nu este finanțat din bugetul de stat și reprezintă un fel de birou de coordonare pentru perioada acțiunilor militare. Pașii întreprinși în ultimul timp de către organele statului ucrainean în această direcție - interzicerea prin lege a unor posturi de televiziune rusești - sunt apreciate de experți în contradictoriu, deoarece par acțiuni superficiale.

Urmărind evenimentele din țara vecină, putem spune că, în condiții de război, Ucraina a reușit, totuși, să organizeze o oarecare rezistență împotriva propagandei rusești, promovând, ca metodă de contrapropagandă, unitatea națională a poporului ucrainean și deconspirând războiul informațional al agresorului. Este adevărat că, la acest capitol, s-a dovedit a fi foarte activă societatea civilă, care contracarează activ propaganda regimului Putin și prin rețelele de socializare. Unul dintre site-urile ucrainene chiar așa și se numește: „Rezistența informațională”, iar altul - [StopFake: răspuns la propaganda trolilor lui Putin](#). Este cunoscut că în noul tip de război informatic Rusia folosește

armate de troli plătite, un fel de stat major al acestora aflându-se la Sankt-Petersburg. Armatele de troli sunt folosite masiv pentru a distruge psihologic poporul ucrainean. *StopFake* este o inițiativă a voluntarilor Școlii de Jurnalism din cadrul Universității *Mohyla* din Kiev, care și-au pus scopul să disemineze informațiile contrafăcute de agresor.

Unul dintre voluntarii activi ai școlii, Margo Gontar, a demonstrat că cea mai simplă abordare a războiului din Ucraina sunt imaginile cu copii uciși de „bandele fasciste ucrainene instruite de NATO”. Cu o simplă căutare pe Google, Gontar a ajuns imediat la imaginile originale ale celor decedați și a arătat că unele dintre fotografiile aparțin altor războaie sau crimelor care nu au nimic în comun cu războiul din Ucraina, altele fiind preluate chiar din filme. Într-un raport prezentat de televiziunea rusă, aceeași femeie apărea mai întâi ca rezident din Odessa, apoi ca mama unui soldat, iar în alte rapoarte - ca activistă anti-Maidan.

Minciuna și dezinformarea – principala armă în războiul hibrid declanșat de Rusia

După ce și-a revenit din criza anilor '90 ai secolului trecut, pentru a-și reface imperiul, Kremlinul a înțeles că în etapa contemporană e nevoie de o nouă tactică militară. Astfel a apărut „războiul hibrid”, folosit cu succes în Crimeea, dar și ulterior în Donbas.

Încă în februarie 2013 o explicație clară a ceea ce se va numi „război hibrid” a făcut-o Valeri Gherasimov, șef al Statului Major al forțelor armate rusești. Atenție: era cu aproape un an înainte de Summitul de la Vilnius, unde Ucraina și Moldova urmau să semneze Acordul de Asociere la Uniunea Europeană. Gherasimov spunea că războiul și pacea devin acum noțiuni „ale căror granițe sunt din ce în ce mai șterse” și metodele conflictului implică „recursul masiv la măsuri politice, economice, informaționale, umanitare și alte măsuri ne-militare”, iar toate acestea pot fi suplimentate prin consolidarea „coloanei a cincea” din rândul populației locale și prin forțe armate sub acoperire. El a menționat că mobilizarea nu intervine atunci când războiul este declarat, ci intervine neobservată, mult înainte de asta”. Deci, conform măsurilor menționate de Gherasimov, Rusia de mult folosește prima etapă de mobilizare împotriva unor țări din vecinătatea sa pe care nu vrea să le scape din propria sferă de influență. Iar în această mobilizare, conform spuselor sale, o atenție deosebită se acordă „măsurilor informaționale”, adică dezinformării. Toți suntem martorii unei campanii de dezinformare a Rusiei, devenită una stupefiantă, care îngrijorează lumea, inclusiv serviciile specializate din Occident. Kremlinul și-a instaurat controlul asupra mass-mediei, transformând o bună parte dintre jurnaliști în goebbelsieni ai Rusiei. Cel mai elocvent exemplu în acest sens este Dmitri Kiseliiov, directorul trustului media „Russia Today”.

Faptul că în acest război hibrid se mizează mult pe propagandă îl recunoaște și administrația de la Kremlin, care a alocat în anul curent fonduri de 643 de milioane de euro pentru susținerea instituțiilor media proruse. Cifra a făcut-o publică chiar Vladimir Putin la un seminar al Frontului Poporului Întregii Rusii. Sigur că este vorba, în primul rând, de susținerea presei rusești care face propagandă în plan internațional, în special – în țările unde Kremlinul vrea să-și restabilească sfera de influență. Iar în țările ex-sovietice, precum Republica Moldova, influența presei ruse este realizată pe căi mai simple – prin zeci de posturi de televiziune și de radio care sunt folosite ca un cal troian cu scop de dezinformare și atac psihologic în războiul hibrid contemporan, război care pune mare miză și pe mobilizarea coloanei a cincea.

Stop propaganda rusească!

Politicienii noștri proeuropeni - despre care Alina Radu, directoarea Ziarului de Gardă, spunea la Masa rotundă „Soluții pentru războiul informațional purtat de Rusia” că au alte interese decât cele naționale - nu și-au dat seama încă de marele pericol al propagandei rusești. Oare e nevoie de un Maidan sau de un Donbas și la noi ca să-ți dai seama că ești călcat zilnic pe grumazul psihologic prin intermediul posturilor de televiziune și de radio care transmit minciuna, viclenia și agresivitatea rusească? Este de datoria autorităților să salveze spațiul mediatic autohton prin contracararea războiului informațional declanșat de Rusia. Unul din scopurile acestui război este obținerea superiorității psihologice asupra oponentului și, pentru a-l atinge, sunt folosite televiziunea și radioul, care au devenit cele mai populare mijloace de informare. Rusia mizează pe faptul că transmiterea semnalelor radio sau tv pe teritoriul țărilor vecine nu poate fi considerată amestec în afacerile interne ale statelor. Ea a folosit acest procedeu pe larg în cazul Ucrainei prin intermediul centrului de translație din Kamensk-Șahtinsk, regiunea Rostov, și al radiotelecentrului din Belgorod. În acest sens, mă întreb ce vor face oare politicienii noștri, care nu pot sau n-au vrut să creeze un viabil proiect de lege privind securizarea spațiului informațional autohton, atunci când Rusia va mobiliza asupra Chișinăului centrele de transmisiune din regiunea transnistreană? Sunt sigur că mâine-poimâne Kremlinul își va aminti de puternicul transmițător de la Maiak, raionul Grigoriopol.

Urmează ca societatea civilă să țină sub control subiectul dat și să ceară guvernării un program de contracarare a războiului informațional rusec. Sugerez chiar o mișcare socială: Stop propaganda rusească! Este tocmai o lozincă bună în timpul desfășurării Zilelor libertății presei, dar și pentru alte acțiuni sociale.

Gheorghe BUDEANU

Credibilitatea jurnalistului, o problemă personală

Colega Tatiana Corai mi-a solicitat un comentariu despre problema credibilității jurnaliștilor din Republica Moldova. ”Jurnalismul – o profesie în căutare de credibilitate”, așa suna, dramatic, alarmant, tema sugerată de ea.

Ce spun sondajele?

Prima mea reacție a fost să văd ce spun în această privință sondajele de opinie publică. Atestă ele vreun început de declin, de neîncredere în atitudinea cetățenilor moldoveni față de mass-media locală? Am constatat cu satisfacție că nu prea, că mass-media rămâne în continuare, după biserică, una din instituțiile care se bucură de cea mai mare prețuire la capitolul încredere din partea cetățenilor RM. Conform Barometrului de opinie Publică realizat de Civis, la comanda Institutului de Politici Publice, în noiembrie 2014, procentajul celor care au răspuns pozitiv la întrebarea dacă au încredere în mass-media din RM a fost de 60 la sută. În 2003, acest indicator era de 57%, menținându-se cam la același nivel în ultimii 10 ani.

Gradul de apreciere a credibilității mass-media din afara RM, diferă în funcție de factorul geografic. Cea din Rusia a fost creditată cu încredere de 54% din respondenți, cea din România – 41%, iar cea din UE – 40%.

Factorul geografic

Ceea ce ar însemna că obiectivitatea auditoriului nostru ridică mari semne de întrebare, fiind ”împovărată” de background-ul sovietic, de propaganda care a demonizat decenii la rând Occidentul și România, peste care se suprapune noul val de propagandă dinspre Rusia, tot mai puternic, acompaniind efortul de refacere a ”lumii ruse”, ocuparea Crimeii și războiul din estul Ucrainei.

La o analiză mai atentă a datelor referitoare la posturile de radio și tv concrete se observă că încrederea respondenților e cu atât mai mare cu cât e mai mare spațiul de acoperire al posturilor respective, calitatea știrilor, gradul de manipulare neavând vreo relevanță. De exemplu, încrederea față de postul public de televiziune Moldova 1 nu diferă până și după 2009, când acesta nu mai este instrument de propagandă comunistă și reflectă, conform monitorizărilor CCA, cât de cât obiectiv viața politică, realitățile din Republica Moldova. Așadar, nu e de mirare că încrederea față de mass-media din UE este mai mică, decât față de cea din Rusia, căci nu standardele profesionale sunt hotărâtoare

din acest punct de vedere pentru radio- și telespectatorii din Republica Moldova.

O stare de insatisfacție

Oricum, dincolo de datele sondajelor există o stare de spirit pesimistă, de insatisfacție, de incertitudine în mediul breslei jurnalistice, pe care credibilitatea în ochii auditoriului nu o poate înnăbuși. Cu douăzeci de ani în urmă, când se înființa, pe lângă Fundația Soros-Moldova, cu concursul jurnalistei americane Carole Brennan, Centrul pentru Jurnalism Independent, viitorul presei din Republica Moldova părea mult mai clar, decât acum. Trecuseră câțiva ani de la proclamarea independenței, ne aflam în rolul deschizătorilor de drumuri, ne părea că e suficient să organizăm producția media în așa fel încât să putem atrage și vinde publicitate, să obținem profit economic, iar restul problemelor se vor rezolva de la sine. Realitatea însă nu s-a pliat pe așteptările noastre romantice, naive.

Monopolizarea pieței informaționale

Economia nereușind să se ridice în picioare, lipsind un climat investițional sănătos, o politică fiscală propice, o anumită stabilitate politică și socială, nu avea cum să reușească nici presa ca afacere. Iar monopolizarea pieței de publicitate și preluările ostile de pe piața informațională, cărora le-a căzut pradă Prime, apoi TVR, a consolidat un sistem monopolist similar celui din alte domenii (importurile de carne, mezeluri, medicamente etc.), care a fost pus, în cele din urmă, în serviciul unui partid. Conform unor date, principalele posturi radio și tv cu acoperire națională private, cu emisie prin eter (prin urmare - cele mai accesibile), aparțin liderului unui partid politic și faptul acesta nu poate să nu ridice semne de întrebare privind ”echilibrul” informațional.

În consecință, s-a accelerat procesul de procurare, de creare a instituțiilor mass-media de către alți actori politici. Și printre cele puține posturi și publicații rămase formal independente se poate observa o ”deviere” spre politic, spre participarea la lupta pentru putere, influențată de interesele proprietarilor, așa încât putem spune că strategiile mediatice ale majorității instituțiilor mass-media din Republica Moldova sunt marcate de interese electorale, de promovare a unor forțe politice, interesul economic rămânând pe planul doi.

Dacă nu printre consumatori, cel puțin în mediul jurnalistic această stare de lucruri provoacă neliniște, disconfort. Soluția,

despre care se vorbește demult – transparența proprietății mass-media, demonopolizarea, depinde tocmai de partidul care beneficiază de această situație privilegiată.

Revoluția Internetului

Totuși, situația nu e atât de disperată ca până în 2009, când exista controlul PCRPM asupra majorității posturilor de radio și televiziune. În general, un "consumator" perseverent, asiduu poate avea acces la multitudinea, pluralismul de idei și ideologii, de viziuni asupra realităților din RM, chiar dacă nu toate forțele politice se bucură de acces egal la mass-media, cu excepția radioului și televiziunii publice, care nu sunt controlate politic, ca în perioada guvernării comunistilor.

Între timp a intervenit și revoluția tehnologică - Internetul, Facebook, Twitter și alte rețele de socializare, telefoanele mobile etc. cu diverse posibilități de înregistrare, stocare și transmitere a informației. 36 la sută din moldoveni se informează din Internet, în primul și în al doilea rând, conform sondajului menționat mai sus. RM este spațiul care se poate lăuda cu prima "revoluție twitter". Dar există și consecințe care alarmează.

Operativitate vs. calitate

În afară de plafonarea tirajelor apoi și declinul presei scrise în folosul celei online a cărei audiență crește pe zi ce trece, se schimbă "filosofia", modul de acțiune al jurnalistului. Viteza, operativitatea începe să conteze mai mult decât calitatea. "Click-ul, vizualizarea contează mai mult chiar decât deontologia, care devine tot mai relativă. Auditoriului i se pregătesc tot felul de capcane, care se adresează mai mult instinctelor, decât intelectului, nevoii publicului de a se informa. Linia dintre presa serioasă și cea de cancan, divertisment aproape că s-a șters. Titlurile cu "scandal", "bombă!", "șocant!", "incredibil!" etc. nu mai sunt o excepție, ci o regulă. Apărută și la noi, cu o oarecare întârziere, categoria bloggerilor aduce un plus de idei, de opinii, puncte de vedere originale, un "feedback" necesar, dar și un plus

de probleme legate de calitate, credibilitate și deontologie, pe care unii dintre ei le ignoră în mod ostentativ. Unele "blogosfere" de pe site-uri care se pretind model par a fi un fel de off-shoruri jurnalistice, absolvite de orice norme, nu numai gramaticale, ci și morale.

Efortul de autoreglementare

De-a lungul anilor de după 1991 breasla jurnalistică a făcut unele eforturi de autoreglementare, a fost adoptat un cod deontologic, s-a constituit un Consiliu de Presă care să "contribuie la responsabilizarea mass-media... promovarea jurnalismului de calitate, respectarea principiilor deontologice jurnalistice de către publicații, agenții de știri sau portaluri informaționale".

Dar numeroasele linii de divizare pe criterii politico-ideologice, geopolitice, lingvistice etc. au împiedicat abordarea comună a problemei credibilității jurnalistice, ca și a altor probleme de ordin profesional. Cu dezvoltarea vertiginosă a presei online, ai căror editori în unele cazuri preferă să-și păstreze anonimatul, solidarizarea breslei se complică și mai mult. Suntem nevoiți să ne adaptăm din mers, rapid la niște procese a căror esență nu este încă limpede până la capăt, trebuie să ne schimbăm de o manieră care intră uneori în conflict cu statutul nostru social de până acum, câștigat cu atâta efort.

Pe de altă parte, credibilitatea e un deziderat destul de relativ, după cum rezultă și din sondaje, reflectând mai mult gusturile și așteptările audienței, decât standardele jurnalistice, calitatea informației. Partizanatul se vinde destul de bine și lucrul acesta e demonstrabil, televiziunile propagandistice nu duc lipsă de audiență. De aceea, preocuparea pentru credibilitate ca expresie a echidistanței, obiectivității și profesionismului rămâne în continuare a fi mai mult un efort individual, personal, fiecare jurnalist descercându-se cum poate.

Nicolae NEGRU

Jurnalismul de investigație: cui îi trebuie? La ce folosește?

În luna mai, e o perioadă în care jurnaliștii de investigație devin mai cotați. Sunt cautați febril de către studenții-absolvenți ai celor câteva facultăți de jurnalism din Chișinău, care au de scris și de predat tezele de licență. Astfel, studenții care au ales aceste teme „complicate și profunde” adresează în grabă mesaje pe rețelele de socializare cu conținut de genul: Salut, fac teza despre jurnalismul de investigație. Te rog să îmi scrii care sunt cele mai răsunătoare articole, ce impact au avut, și un comentariu mai extins”. Anul trecut, o studentă m-a rugat chiar să scriu rapid un capitol pentru teza ei, căci oricum eu aș ști tema mai bine, iar ea era în criză de timp. Îi întreb de fiecare dată, dacă au citit articole de investigație, în ”Ziarul de Gardă”, sau oriunde altundeva. Aflu că până acum au fost ocupați, dar dacă le dau surse – vor citi. An de an, acești studenți susțin tezele cu privire la eficiența, importanța, impactul, provocările jurnalismului de investigație, obțin diploma. Pe polița lor apare o teză de licență copertată frumos, cu litere gravate „Investigația jurnalistică - o necesitate pentru presa autohtonă”. După asta, cel mai probabil, ei nu vor ajunge niciodată să facă jurnalism de investigație. Nu vor ajunge nici cercetători adevărați în domeniu. Dar jurnalistul de investigație din R.Moldova are nevoie cu adevărat de evaluări și cercetări.

Cine face jurnalism de investigație?

După absolvirea facultăților de jurnalism ale universităților din R. Moldova este foarte greu să faci jurnalism de investigație. Practic imposibil. Jurnalismul în Moldova are câteva trăsături achiziționate recent, care afectează și jurnalismul de investigație:

- Întinerirea, practic adolescentizarea redacțiilor. Foarte multe redacții au acum redactori-șefi care au vârsta de până la 25 de ani. Am vizitat redacții în zeci de state ale lumii, dar jurnaliști „seniori” la vârste atât de fragede am văzut doar acasă. Dacă reporterul e „senior” la 25-27 de ani, asta înseamnă că el ar fi trebuit să înceapă munca în jurnalism până la 20 de ani. E nevoie de câțiva ani de muncă de teren, de comunicare cu sursele, de training, ca să înțelegi cum se face o anchetă reporterească.
- Vedetismul în jurnalism. Moldova are acum mai multă presă ca niciodată și jurnaliști populari și apreciați (cu like-uri pe Facebook). Dar aceștia sunt nici pe departe cei care fac anchete, cercetări pe teren, care citesc zeci de dosare și stau cu zilele prin săli de judecată. Jurnaliștii populari sunt cei care frecventează evenimentele mondene cu vedete, fie și compromise, obscure și lipsite de valori, care afișează poze cu vacanțe exotice și ținute de lux. Jurnaliștii de investigație

nu sar în ochi în acest mod.

- Banii și calitatea muncii. N-au nicio legătură, deseori. Jurnalistul care face materiale care conțin surse diverse, contrapuse, care abordează probleme sociale complexe, nu e remunerat prea bine. Salariile mari aparțin deseori vedetelor, menționate în punctul anterior.
- Cine sunt totuși, jurnaliștii de investigație. Da, majoritatea sunt tocmai absolvenți ai facultăților de jurnalism din Moldova menționate în alineatul de la început, dar cu o mică diferență de comportament:
- Au început a lucra foarte devreme, practic de la anul I de studii;
- au ignorat orice relație cu „lumea paietelor”;
- au ignorat presiunile, amenințările, fricile și alte forme de descurajare;
- au acceptat salarii mici la etapa în care nu aveau prea multă experiență.

De ce? Pentru ce?

Reporterii care scriu anchete au, probabil, cele mai grele îndatoriri față de public. E nevoie de produse de investigație în fiecare zi, poate chiar de mai multe ori pe zi. Căci în Republica Coruptă Moldova se produce un furt din banii publici la fiecare oră (nu dețin date oficiale, e o percepție). Și, alături de alte cazuri de spălare de bani, licitații trucate, injustiții, încălcări ale drepturilor omului - toate sunt chestiuni ascunse, greu de elucidat.

Un bun reporter de investigații nu e cel care strigă în gura mare amenințări de genul: Eu acum fac o investigație și am să le arăt lor! Reporterul bun sapă, adună și notează. Primește amenințări, de tot felul: telefonice, electronice, directe. Se îngrijorează, dar nu renunță. Și satisfacția muncii lui finale nu e legată nici de onorarii mari, nici de efectul devastator al investigației. În cei circa 15 ani de comunicare cu reporteri de investigație în Moldova, nu am văzut reporteri de investigație mai împliniți decât cei cărora publicul le adresează mesaje de satisfacție și de apreciere. Da, acesta e singurul preț plătit de public pentru jurnalismul de investigație: un like pe rețele de socializare, un comentariu pe web, un apel telefonic, sau, în cazuri mai rare – o scrisoare de mână, cu aprecieri.

Suștinerea cititorilor trage atât de mult la cântar, încât poate să echilibreze presiunile, amenințările, dificultățile de identificare a informației, procesele judiciare, dar și salariul. Practic, nu am întâlnit în R. Moldova un reporter de investigație dintre cei cu

experiență, devotați și pasionați de meserie, care ar zice că nu face această anchetă anume pentru că e remunerat prost. El o face pentru că o consideră importantă pentru public, iar cu banii – poate se va rezolva mai târziu.

Cine plătește?

Este clar că în prezent, odată cu dezvoltarea fulminantă a domeniului online, nici măcar puținii care plăteau un abonament pentru un ziar tipărit, nu o mai fac. Consumatorii nu mai dau un sfanț pe investigații. Le iau gratuit. De pe paginile web ale redacțiilor care le-au produs. Sau de pe o duzină de site-uri parazit care preiau munca reporterilor de investigații și deseori o plasează la ei fără măcar să dea un link activ, sau să citeze corect sursa.

Cine plătește, totuși? Instituțiile care practică jurnalismul de investigație cu ritmicitate și în mod constant, sunt printre cele mai sărace:

Au cheltuieli mai ridicate, căci un știrist de exemplu va produce vreo 20 de știri până când un reporter va produce un singur articol de investigație.

Au cheltuieli pe care nu le au alte redacții, legate de accesul la informație (accesul la bazele de date de stat e cu plată și costă neexplicat de mult).

Au venituri reduse: donatorii de publicitate nu se înghesuie pe paginile ziarelor sau ale paginilor web care publică articole critice în adresa guvernului. Oamenii de afaceri care se respectă nu vor să se asocieze cu cei care critică Guvernul, ei vor să fie simpatici Guvernului.

Există pericolul permanent al unor procese judiciare, care chiar dacă nu vor fi pierdute, implică cheltuieli – un avocat trebuie să reprezinte în permanență redacția în instanță. Din experiența noastră, dosarele durează și 2-3 ani, unul dintre procese a durat chiar 6 ani. Uneori o redacție are dosare pe 4-5 investigații concomitent.

Creșterea unui reporter de investigații bun durează, e poate cea mai motivantă activitate să contribui la formarea unui reporter bun, dar necesită mai mult timp decât să formezi un știrist bun. În R. Moldova nu există instituții, dar și organizații civice care ar susține financiar jurnalismul de investigație. Acesta e susținut aproape în întregime de către finanțatori din străinătate, de

către guvernele altor state. Dacă într-o bună zi aceste guverne ar decide să cheltuiască altfel banii contribuabililor lor, nu pentru susținerea jurnalismului de investigație din Moldova, mă tem să mă gândesc cum ar arăta acest domeniu. Totuși, chiar dacă niciunul dintre finanțatori nu ne-a condiționat vreodată ce să scriem și cum să scriem, trebuie să remarcăm că raportarea pentru donațiile ambasadelor și organizațiilor care oferă granturi este atât de minuțioasă și consumatoare de timp, încât ne gândim în fiecare an la modalități alternative de venituri, care nu ar solicita atâta energie pentru rapoarte.

Cui îi trebuie? La ce folosește?

Jurnalismul de investigație din Moldova cred că e cel mai necesar, alături de cel de știri. În timp, schimbările produse de unele anchete reporterești au fost mai vizibile și mai eficiente decât multe activități sau non-activități ale organelor de anchetă sau judiciare. Seria „Judecătorul din iad” a dus la un început al purificării sistemului judiciar de judecători care îndeplinesc comenzi politice; seria „Palatele demnitarilor” a început cu atâtea dificultăți, încât și noi nu credeam că vom ajunge atât de departe. Primul articol de acest gen, care prezenta palatul șefului CNI a fost discutat în Parlament, unde atât șeful Legislativului, cât și liderii partidelor pro-europene au admonestat public reporterii că „fac cârpă din om în 5 minute”. Apoi au urmat amenințări de la judecătorii ale căror palate apăreau pe prima pagină. Dar în doar câteva luni, atât proprietarii de palate cu fotolii în justiție sau în Guvern, cât și colegii lor politici, dar mai ales consumatorii de presă, nu au mai pus la îndoială necesitatea și importanța prezentării averilor demnitarilor, așa cum sunt ele. Acum, nu cred că cineva pune la îndoială că orice demnitar trebuie să aibă CV-ul la vedere, cu studiile indicate corect.

Chiar dacă o mulțime dintre investigațiile „Ziarului de Gardă” au servit pe parcursul celor 11 ani de activitate a acestei redacții drept cauză de autosesizare pentru organele de drept, considerăm reacția autorităților la anchetele reporterești drept cea mai slabă verigă. Iar pe fundalul unui control politic asupra unei mari părți a presei din R. Moldova, în special a televiziunilor, unde se instaurează tot mai sigur fenomenul autocenzurii, puținele instituții de presă care fac jurnalism de investigație par să fie ignorate și mai mult de clasa politică. Singura bucurie e că sentimentul de ignorare nu e reciproc, reporterii de investigație continuă să acorde atenție multă, tot mai multă politicianilor, dar și tuturor exponenților guvernării.

Alina RADU

O muncă extenuantă, pe bani puțini

Ce înseamnă presa în Republica Moldova? Un instrument de manipulare? Puterea a patra? O "doamnă" care poate fi oricând folosită după bunul plac al celor care au potențial pecuniar? Sau a rămas fidelă postulatelor lui Lenin – nu e doar un propagandist și un agitator colectiv, ci și un organizator colectiv? E din toate câte puțin, din punctul meu de vedere. De ce? În primul rând, presa nu poate fi altfel decât societatea în care trăim, or cei ce muncesc în presă sunt produsul acestei societăți. În al doilea rând, presa în Republica Moldova trece printr-o fază de tranziție de lungă durată, la fel cum trecem printr-o perioadă de tranziție interminabilă în orice alt domeniu. În rândul al treilea, presa, indiferent dacă e națională sau locală, electronică, online sau scrisă, se confruntă cu mari probleme de ordin financiar.

Ziarul ca afacere

Fiind la o stagiere în SUA, am auzit de la un editor de presă următoarea frază: "Ziarul aduce milioane de dolari". Acolo presa e o industrie adevărată. Ziarele, inclusiv cele locale, apar într-un tiraj de zeci de mii de exemplare – în localitățile mici, cu o populație între 40 de mii și 100 de mii de persoane; și în sute de mii de exemplare – în localitățile mari. Situația e oarecum similară și în statele din Europa de Vest. În Polonia, de exemplu, nu mai miră pe nimeni un tiraj de 20 de mii sau de 50 de mii de exemplare pentru un ziar local.

Ce avem noi? În medie, ziarele locale din Republica Moldova au un tiraj de 3000-5000 de exemplare. Excepție fac doar publicațiile ce apar în două limbi, iar tirajul acestora este unul cumulativ și, bineînțeles, creează impresia că e mai mare. Ce se întâmplă? De ce această discrepanță? Explicații pot fi mai multe:

1. Situația materială a populației își lasă amprenta. O persoană cu un salariu de 1500-3000 de lei nu prea își poate permite să se aboneze la un ziar, fie și local, chiar dacă prețul unui abonament pentru jumătate de an este aproape simbolic – între 42 și 56 de lei.
2. Lipsa unei culturi a cititului. Trebuie să recunoaștem că foarte puțină lume își dorește cu adevărat să citească. Un sondaj pe care l-am realizat în oficiile poștale din raionul Ungheni a scos la iveală un tablou foarte trist. Am găsit zeci de localități, unde profesorii, considerați vârful de lance al intelectualității de la sat, nu sunt abonați la niciun ziar. Am încercat să aflăm motivul. De fiecare dată auzeam, în loc de explicație, una și aceeași întrebare: "Dumneavoastră nu știți ce salariu are un pedagog?"

3. Indiferența.
4. Monopolul Poștei Moldovei asupra distribuirii ziarelor. Pentru că nu are o concurență serioasă, poșta, la ora actuală, acordă o atenție mult prea mică distribuirii ziarelor, permițându-și, uneori, chiar acțiuni lipsite de orice logică. În multe cazuri, ziarele ajung la abonați cu o întârziere de câteva zile, astfel că oamenii, ulterior, refuză să se mai aboneze.

Cineva ar putea să-mi reproșeze că, poate, nici ziarele locale nu se ridică la nivelul așteptărilor potențialilor cititori. Și atunci, de ce oamenii ar trebui să ia din puținii lor bani pentru a se abona? Ar fi și aceasta o explicație, deși nu prea ține. În permanență, realizăm la "Expresul", ziarul la care lucrez, diverse chestionare, pentru a cunoaște mai bine doleanțele și preferințele cititorilor.

Ce-și dorește cititorul de la sat?

Urmare a chestionărilor efectuate, am ajuns la concluzia că majoritatea cititorilor vor să găsească în ziarele locale programele TV – fără ele nici nu discută cu tine. Mai vor să citească horoscopul, calendarul creștin-ortodox, diverse sfaturi utile. Atunci când îi întrebi de știri, dau din umeri. Mult mai mult îi interesează anunțurile. La Măcărești, un sat din raionul Ungheni, cu o populație de peste 3000 de locuitori, am avut surpriza să întâlnim oameni în etate – cititorii de bază, la ora actuală, ai oricărui ziar local - care ne-au spus pe șleau că citesc doar... condoleanțele și anunțurile de vânzare-cumpărare. Tinerii au o altă explicație: ei citesc site-ul.

Cum e să faci un ziar local?

În asemenea condiții, când tirajele sunt foarte mici, fiecare dintre editorii ziarelor locale încearcă, la ora actuală, doar să supraviețuiască. Nu poate fi nicidecum vorba de profituri impresionante. Nu poate fi vorba nici de puterea a patra, cum le place unora să mai zică despre presă. Ce fel de putere este astăzi presa, mai ales în Republica Moldova, când se confruntă, zi de zi, cu greutăți materiale inimaginabile? Vorbesc de presa independentă care, dacă e să fim sinceri, nici nu prea există prin părțile noastre. Cei ce prosperă au în spate finanțatori buni sau știu să șantajeze și să manipuleze în cel mai exemplar mod. Nu văd cum altfel poate să-ți meargă bine, financiar și economic vorbind. Să facem un simplu calcul. Lunar, pentru tiparul unui ziar săptămânal, precum este "Expresul", cu 12 pagini, A3, alb-negru, tiraj total 3000 exemplare, se cheltuie peste 13 mii de lei.

Atenție: doar pentru tipar! Dar mai există o mie și una de alte cheltuieli: transport, chirie, energie electrică, telefon, internet, distribuire, salarii, onorarii, echipament și tot așa mai departe. Costul unui abonament pentru o lună este de doar 7 lei. De ce atât de puțin? Pentru că, ținând cont de puterea de cumpărare a populației, dacă am anunța un preț ce ne-ar acoperi toate cheltuielile, ne-am condamna, pur și simplu, la moarte.

De unde atunci bani?

Bineînțeles, din publicitate. De unde vine publicitatea? O analiză retrospectivă a ziarului "Expresul", și nu numai, ne arată că jumătate din toată publicitatea vine de la agenții economici, cealaltă jumătate – de la formațiunile politice și administrația publică locală (mai ales în anii electorali). Vă imaginați, în aceste condiții, o confruntare deschisă a mass-media cu acești importanți furnizori de publicitate și, implicit, de bani? Iată un motiv pentru care nu prea avem, în Republica Moldova, un jurnalism de investigație adevărat. Mai ales în presa locală! De multe ori se mimează o oarecare opoziție. Găsim, vezi, Doamne, articole critice la adresa celor pe care presa trebuie să-i țină în permanență în șah. Dar „dinții” îi sunt cam strepeziți... Ai presei, bineînțeles. În cazul în care, totuși, apare câte un material mai acid, să fiți siguri că vreun funcționar sau un agent economic l-a supărat rău de tot pe proprietarul publicației cu pricina. Sau în acea regiune nu mai există o altă sursă de informare – mă refer la publicațiile periodice – și atunci proprietarul publicației este aproape sigur că tot la el va veni cel ce dorește plasarea unei publicități, indiferent dacă îl vei critica sau ba în paginile ziarului tău. Iată în ce condiții trebuie să existe sau măcar să supraviețuiască presa noastră locală, în prezent.

Care e soluția?

Din păcate, nu se întrevăd mari schimbări în viitorul apropiat. Presa va continua să mimeze independența sa. Doar să mimeze. Și atunci, care ar fi soluția? După părerea mea, în condițiile pe care le-am expus mai sus, să faci doar ziare este un act sinucigaș. De aceea, de vreo doi-trei ani, ne-am propus și alte genuri de activitate, oarecum „înrudite” cu cel de editare a unei publicații periodice. Este o muncă extenuantă, dar care, în cele din urmă, ne aduce satisfacții din punct de vedere pecuniar. Și nu numai, căci nu mai resimțim atât de puternic presiunea zilei de mâine, nu ne mai punem întrebări, gen: „Ce vom face? De unde luăm bani? Cât mai rezistăm?”

Experiența europenilor

Din start, vreau să menționez că nu sunt expertă în editarea ziarelor în statele europene. În ultima perioadă, totuși, încerc să studiez experiența unor ziare locale din Europa de Vest, pentru a înțelege mai bine ce trebuie să facem ca să ne dezvoltăm în continuare.

Sigur, suntem în condiții absolut diferite și am menționat acest lucru chiar în debut. Incontestabil, aproape totul pornește de la bani. Dacă nu-i ai, prea multe lucruri nu poți face. Atât în Polonia, cât și în România, fiecare ziar local are un departament de marketing și publicitate. Iată, de exemplu, structura unei publicații periodice locale din Polonia: editorul – care este administratorul principal și responsabil de tot ce se întâmplă la acea gazetă. Urmează: director general, director marketing, business-manager, director de producție. Este foarte clar și pentru noi: această structură este creată în scopul studierii permanente a cerințelor pieței: ce-și doresc consumatorii de informație și cum să le satisfaci doleanțele. Totodată, un astfel de departament solid poate atrage cu ușurință publicitatea și, implicit, bani. Or, acesta este sensul oricărui business, inclusiv al celui din domeniul presei. O structură similară am întâlnit-o și la "Ziarul de Bacău" din România. Cu siguranță, este o structură acceptată de toate ziarele.

De ce nu putem prelua experiența europenilor?

La noi, deocamdată, niciun ziar local nu-și poate permite un departament de marketing și publicitate. Încercări au fost, dar nu au luat foc. Motivul rezidă în lipsa banilor. E un adevărat cerc vicios: nu ai bani să întreții un departament de publicitate. Nu ai un astfel de departament - nu poți câștiga atâția bani, câți ți-ai dori, ca să prosperi. Pe de altă parte, nici potențialii furnizori de publicitate nu se prea grăbesc să vină la ziare pentru a-și face publicitate. Cineva dintre agenții economici din partea locului mi-a spus-o direct: "Nu mă interesează reclama, căci, cu cât ești mai în umbră, cu atât mai ușor faci bani. Și nici Inspectoratul Fiscal nu se leagă de tine".

În concluzie

Chiar dacă știm cum ar trebui să transformăm ziarul într-o afacere, există numeroase circumstanțe mai puțin favorabile pentru a materializa toate ideile și cunoștințele. Nu ne dăm, însă, bătăuți. La ora actuală, tot mai mult ne axăm pe dezvoltarea site-ului Expresul.com, căci, din punctul nostru de vedere, presa online are mult mai multe șanse să se transforme într-o afacere profitabilă, chiar dacă, în acest domeniu, concurența devine din ce în ce mai acerbă. Nu neglijăm nici varianta printată a ziarului. Ne străduim să aplecăm urechea la doleanțele cititorilor, experimentăm în permanență, în speranța că, în cele din urmă, vom găsi varianta optimă de editare a unui ziar.

Notă: "Expresul" – ziar regional, apare din anul 2007, este distribuit în raioanele Ungheni, Nisporeni, Călărași; tiraj total – 3000 de exemplare, A3, 12 pagini alb-negru.

Lucia BACALU-JARDAN

Facultatea de jurnalism ca parte din șirul paradoxurilor vieții. Gânduri răzlețe

Sintagma "de jurnalism" din titlu ar putea fi omisă, pentru că, sunt sigur, respectiva facultate e ca și toate celelalte din țară – cu profesori mai buni și mai puțin buni, cu studențieminenți și cu din cei exmatriculați, cu absolvenți de nota "zece" și cu repetenți, deci, nici mai bună și nici mai rea ca altele. Am scris cum am scris pentru că e bine să scrii despre ce cunoști. Dar cunosc facultatea de vre-o 20 de ani, cât am predat acolo. Nu-i vorbă, 20 de ani nu-i argument-beton. Cineva pretindea să fie membru al Consiliului Coordonator al Audiovizualului (CCA) pentru că a lucrat în televiziune 35 de ani. Dar era sigur, că CCA este organ de autoreglementare a audiovizualului... Oricum, cu riscurile iminente, las titlul cum este.

Să pornim de la viață, care este un șir de paradoxuri, și primul ar fi, că ne naștem pentru a muri. Iar ceea ce facem între naștere și moarte – completăm șirul. Oriunde am fi. Inclusiv la facultate. Despe parte din ele – în câteva gânduri răzlețe.

Despre normalitate

Câțiva ani în urmă, un absolvent, după ce și-a susținut teza de licență, a dorit să ne spună nouă, membrilor comisiei de examinare, niște cuvinte, cum se mai întâmplă. Ne-a zis că în acea zi un prieten cu care stătea în gazdă și care, de asemenea, mergea la examen, dar la altă instituție, l-a întrebat cât a plătit pentru o notă de trecere și, auzind că nimic, a făcut ochii cât cepele. Și, zise absolventul, vrea să ne mulțumească tuturor că la jurnalistică nu se dă mită sau, cel puțin, de la el nimeni nu a cerut în cei trei ani de studii. Am ascultat ceea ce nu așteptam să aud, pentru că este anormal să mulțumești pentru normalitate. Dar e simptomatic. Dacă am ajuns să cumpărăm apă chioară (lucru inimaginabil în copilăria mea), de ce n-am împărți medalii pentru neluare de mită?!

Despre invenții

Fiul meu este student la Iași, România, iar acum, cu o bursă Erasmus – în Jakobstad, Finlanda. Face foto-video. Și-l întreb, cum e? Lecții, seminare, laboratoare, examene? Nu, zice. Orele teoretice, să le spunem așa, decurg într-o sală de studii, la o masă rotundă, după care urmează sarcina practică - un anumit proiect fotografic. La proiect lucrează fie individual, fie în echipă o perioadă exactă de timp. Și-l prezintă. Și, când e acceptat, obține un anumit număr de credite. "Când e acceptat", pentru că, așa mă asigură fiul, examinatorul niciodată nu zice că ce ai realizat e greșit. Ar putea sugera că ar mai fi nevoie de o poză-două, pentru a întregi ideea, sau "poate insiști pe jocul luminii

și umbrelor, că-ți reușește cel mai bine", sau "poate încerci să pui accent pe fotografia-portret", sau... *Ar putea sugera.* Nimic categoric. Nimic obligatoriu. Dar, nu știu cum se face, că fiecare student consideră obligator să mai experimenteze, urmând sugestiile profesorului. Feciorul, în discuțiile noastre dese, nu pomeneste despre "mediu prietenos studenților". Noi, însă, pomenim. N-am uitat să ridicăm "mediul prietenos" pe steag, dar am uitat să-l coborâm între studenți.

Cu profesori finlandezi, mă gândesc, Pământul avea să părăsească mai devreme de Evul Mediu balenele pe care se sprijinea anterior. Apropos, Evul Mediu ne-a dat o invenție - aranjarea băncilor/meselor una în fața alteia ca să-i fie comod învățătorului, trecând printre rânduri, să mai dea câte o palmă la ceafă elevilor nesilitori. Noi, ținători la trecut, perpetuăm invenția pe cât putem - fără palme la ceafă, dar cu aceeași aranjare a băncilor. La altă invenție - masa rotundă, ținem mai puțin. Posibil, pentru că la ea toți sunt egali. Ne temem să fim egali cu studenții? Nicio problemă! Avem marjă de manevră: fie suntem egali, fie - medievali.

Despre lene intelectuală

La o ședință largită a consiliului facultății, în una din dăți, am avut nenorocul să asist la o "răfuială publică". Un profesor, coleg de facultate, descoperi că cineva dintre studenți a plagiat ceva de undeva la scrierea unui eseu. Și s-a pornit! Să căutăm împreună, de față cu "infractorul", cum "sa-l decapităm" mai dureros.

Și până azi mă simt nu știu cum de la scena cu pricina. Fără ezitare, condamnăm plagiatul, chiar dacă acesta a însoțit și însoțește fidel umanitatea, mai ales, tagma studentească și cea științifică. Dar, de asemenea, fără ezitare, să ne dăm palme pentru că, din lene intelectuală, nu putem elabora sarcini practice care să excludă însăși posibilitatea plagiatului. Studentul e vinovat că plagiază. Profesorul e vinovat că îl generează.

Încă o dată despre lene intelectuală

În una din zile, o foarte tânără colegă de facultate, într-o pauză, se apropie de mine și, cu un amestec de speriat și panică pe față, mă întreabă, dacă-i adevărat, că eu le permit studenților să vină la examen cu conspectele, că uite, dânsa nu poate admite așa ceva, iar ei îi reproșează, făcând trimitere la mine. Și i-am povestit foarte tinerei mele colege o întâmplare din școală. Când susțineam, la absolvire, examenul la chimie, un învățător din comisia de stat mi-a adresat două întrebări suplimentare: care-i formula chimică a vinului? și de ce curge apa? Manualul de

chimie nu dă răspuns direct la aceste întrebări. Dar de răspuns trebuie. Prin urmare, manualul de chimie, chiar dacă l-aș fi luat, ar fi fost de prisos.

Despre veghere

Am lucrat un an la altă instituție de învățământ superior, dar, de asemenea, la facultatea de jurnalism. Și, mai ales, la sfârșit de primăvară, studenților numai a învăța nu le era (în toate timpurile și pe toate meridianele studenții sunt la fel) și se-ntamplau zile, când grupe întregi absentau de la facultate. Într-o asemenea zi, după vreo jumătate de oră, vreau să plec, dar tocmai atunci deschide ușa un cineva cu alură de bodyguard și-mi spune că a venit să verifice, dacă profesorii sunt pe loc. Zic, studenții nu-s pe loc! Răspunsul a fost doborâtor: "Pe noi nu studenții ne interesează – ei au plătit contractul. Pe noi ne interesează ca profesorii să fie pe loc".

Deci, mi se plătea pentru a nu fi lipsă, iar misiunea instituției nu era "forjarea cadrelor", ci ținerea profesorilor în cușcă. Și mai zicea un mare savant din Kiev că, în esență, profesorul nu poate să întârzie, pentru că lecția începe doar când vine profesorul.

Verificări sunt peste tot și de peste tot. Și sunt necesare. Am reținut bine și vorba "clasicului" cu "uciot i kontroli", și spusa populara "dovereai, no provereai". Că, de altfel, dispar nu numai BEM și Aeroportul. Dar... ce verificăm? Tot felul de rezultate intermediare și numai de cel final uităm. La ce ne servesc datele exacte cu câți profesori au lipsit, câți studenți au fost exmatriculați, câți au absolvit cu note de 10 sau de 5, dacă nu știm câți absolvenți au fost angajați și, mai ales, câți din ei lucrează cum au fost învățați?! Poate, râvna verificatorilor să fie redirectionată la numărarea bunilor meseriași ieșiți din facultate? Facultatea bună nu este cea cu multe note de "zece". Țasta-i rezultat intermediar. Or, facultatea produce specialiști, nu absolvenți cu note. Dacă astfel privim lucrurile, atunci, poate, facultatea va căuta nu doar profesori disciplinați, dar și cunoscători, față de care ar avea suficientă încredere că pot "forja cadre" fără a le deschide ușa în timpul orelor pentru verificări.

Despre ciubotari și ciubote

Pe timpuri, am mers într-un sat din Moldova să fac un reportaj de la prima nuntă jucată fără alcool. Cine nu știe – să știe: eu am fost și asemenea ciudățenii în țara vinului. Pe loc ne-a întâlnit și ne-a condus la nunta cu pricina directorul Casei de Cultură. Și, pentru că nunta era tristă, iar vorbitorii la microfon – prea fals optimiști de perspectivele sărbătorilor moldovenești cu sucuri și apă minerală, ne-am plictisit repede și l-am rugat pe director să ne arate Casa de Cultură. Ne-a spus că nu poate, pentru că nu este în sat Casa de Cultură. Urma să fie construită de vre-o câțiva ani, dar ceva nu ieșea la socoteală. Nunțile cu suc au plecat, dar timpurile au rămas. Azi avem puzderie de instituții mediatice. Numai stații de radio și televiziune sunt peste o sută. Și niciun

centru de formare a managerilor mediatice. Am avut directori fără case de cultură. Avem mass-medii, nu că fără directori, ci fără manageri mediatice. I-ar putea "crește" facultatea? Măcar și în cadrul unui eventual centru de instruire continuă a cadrelor din jurnalism, care centru, de asemenea, lipsește.

Despre piață

Pe când învățam la facultatea de filologie, specializarea jurnalism, ni se amintea periodic: cine va susține examenele mai prost decât o anumită medie, va fi repartizat să lucreze în școală, învățător (pe atunci era obligator să lucrezi unde ești repartizat, cel puțin, trei ani). Ni se părea oarecum anapoda: ești bun – mergi în jurnalism, ești rău – în școală. Dar ni s-a adus argumentul: dacă ești rău și mergi în școală, vei "strica" o clasă de copii, vre-o 30. Dacă ești rău și mergi în jurnalism, vei "strica" mii și mii de cititori. Ei bine, pe atunci, statul, care te-a învățat cinci ani, nu putea să te lase fără loc de muncă, indiferent cum ești. Acum toate s-au amestecat. Cât economia de piață rămâne una „de bazar”, specialistul bun are la fel de multe șanse să rămână fără lucru, câte le are specialistul prost să-și găsească un loc de muncă. Atunci era anapoda. Acum e la fel de anapoda. Pe când, oare, și la noi o adevărată piață a muncii să ne măsoare și să ne indice exact unde ne e locul?!

Despre cunoștințe și note

La facultate, în una din pauze, se apropie de mine două studente, dintre acele, pentru care nota contează mai mult decât s-ar merita și, exaltate peste măsură, îmi zic să le fac dreptate că, uite, au avut laborator, au scris câte o știre, au scris-o diferit, dar au fost notate la fel. Și-mi mai zic: "Ne-ați învățat ca în știri "să omorâm" adjectivele (îmi plăcea și-mi place să spun ceea ce-i spunea Mark Twain unui ziarist începător: "Dacă descoperi în știre un adjectiv – omoară-l"). Eu "le-am omorât", dar colega mea – nu. Profesorul, însă, ne-a pus la ambele aceeași notă". Sunt puține situații în viață, când te simți atât de penibil. Pentru că nu ai în buzunar un răspuns și adevărat, și corect, și sincer. Am încercat și eu, cum am putut, să trec totul în glumă, deși era tare de plâns. Cazul dezgolea, poate, lucrul cel mai rău - competența corpului didactic. Aud explicația superiorilor: cine va veni să lucreze pentru așa remunerare. Fals! E contra logicii să angajezi pe cineva, chiar cu bani mizeri, ca să lucreze prost. Procesul de profesionalizare, pe lângă alte elemente, presupune instituții formative și corp comun de cunoștințe. Corp comun de cunoștințe pentru ca studenții, oriunde ar învăța, să nu fie zăpăciți. În caz contrar, ce s-ar întâmpla, dacă viitorului șofer i s-ar spune că la culoarea roșie a semaforului poate proceda cum dorește?!

Am participat în mai multe rânduri în calitate de formator la traininguri pentru jurnaliști împreună cu experți din Occident. De fiecare dată experții veneau la Chișinău cu o zi – două mai

devreme și neapărat solicitau să avem o întâlnire ca să vorbim despre agenda trainingului. Și ce vorbeam? Experții doreau să afle, dacă avem viziuni comune asupra tematicii trainingului. Și acolo, unde viziunile erau diferite, fie discutăm până le apropiem, fie conveneam că la training vom expune fiecare viziunea sa cu argumentele de rigoare și lasă jurnaliștii să aleagă. Mi se pare o practică obligatorie pentru corpul didactic de la facultate. Noi nu putem fi decât diferiți – ca experiență, cunoștințe, viziuni, convingeri etc. Dar când e vorba de transfer de cunoștințe către studenți, viitori specialiști, corpul de cunoștințe trebuie să fie comun, bazat pe teorii și practici care dau rod bun.

Despre democrație

În una din zile, când era ședința Senatului universității, îl văd pe coridor pe un student-găgăuz, despre care știam că-i membru în Senat și-i cer socoteală. Nu știu acum, dar pe atunci prezența era mai mult decât obligatorie. Și-mi zice că a renunțat să mai meargă la ședințele Senatului. Că asta-i pierdere de timp pentru el, că a crezut că în Senat vor fi discuții, că va fi întrebat ce crede despre ceea ce-i pus în discuție. Nu! Și atunci, zice, mai bine merg la cursuri de engleză – tot mai mult folos. Mă gândesc că între membrii Senatului, pe lângă rector, prorectori, decani, doctori, conferențieri, mai sunt și studenți, inclusiv reprezentând etnii minoritare. Câtă democrație! Și să renunți? Probabil, studentul ceva nu pricepea. Dar puțin probabil. Puțin de tot.

Despre hârtii

Lucram la Radio Moldova și, lunar, cineva venea de la contabilitate și-mi zicea să semnez niște hârtii – volumul lunar de emisie al redacțiilor. Bine, zic, semnez, dar, mă uit, Redacția Actualități, pentru că a trebuit să transmită în direct mai multe evenimente importante neplanificate, iar "a mușcat" din volumul de emisie

planificat pentru alte redacții. Și, dacă-i așa, ce va urma, că iată, semnez. Nimic, mi se spune. Atunci, de ce semnez hârtiile astea în fiecare lună, iar dumneata trebuie de fiecare dată să urci atâtea etaje, dacă, oricum, nimic nu se întâmplă după asta? Așa ni s-a spus, așa fac, a pus punct discuției angajata.

De foarte multe ori și la facultate ni se spunea: trebuie de completat, de elaborat, de perfectat mulțime de hârtii, pentru că așa ni s-a spus de sus, că așa ni se cere. Și foarte rar ni se spunea: haideți să elaborăm acest document, pentru că avem nevoie de el pentru a funcționa mai bine.

Se zice, pe la sfârșitul ultimului război, o uzină de armament germană a fost distrusă complet și numai blocul administrativ nu a avut de suferit. Câteva luni uzina nu a produs niciun obuz. Dar hârtiile umblau cu regularitate dintr-un birou în altul și salariile au fost plătite cu aceeași regularitate. C-o fi fost așa ori nu – nu știu. Dar știu cu certitudine: multă lume își îndreptățește salariul, pentru că umblă cu hârtii de la care nimic nu se schimbă.

Despre priorități

În una din zile, o grupă de studenți mă roagă să îngăduim vre-o 5 minute, până ajunge și colega lor. Au avut ore în alt bloc de studii și kolegei lor cu dizabilități nu-i reușea în 15 minute, cât dura pauza, să ajungă de acolo aici. Colega lor urma să urce, anevoios, pe jos, în cârje, încă trei etaje.

Blocul unde-i facultatea de jurnalism are lift. Dar, de ani buni, nu merge. Deci, dacă nu merge – nu are. În schimb, gard are. De câțiva ani. Frumos, gospodăresc, de metal. Și studenți cu dizabilități, de asemenea, are. Numai lift n-are...

Pun punct, aici, câtorva gânduri răzlețe. Asta pot face. Nu pun punct șirului de paradoxuri. Asta nu pot face.

Ion BUNDUCHI

Cea de-a noua promoție a Școlii de Studii Avansate în Jurnalism a ajuns la final. Pe 19 iunie, în cadrul unei ceremonii cei 12 studenți ai anului academic 2014-2015 și-au primit certificatele de studii.



Șase pași înapoi, într-un singur an de democrație

Organizația internațională Freedom House a constatat, într-un raport anual, că, în 2014, R. Moldova a rămas, la fel ca și în 2013, în categoria țărilor lumii cu presă parțial liberă. Raportul plasează R. Moldova pe locul 118 dintr-un număr total de 199 de țări, incluse în această cercetare. Totodată, o simplă comparație arată că, în 2014, R. Moldova s-a retras cu șase pași înapoi, în comparație cu anul 2013, când aceeași organizație o plasase pe locul 112 în lume, privind indicele libertății presei. De obicei, principalele criterii ce stau la baza plasării unei sau altei țări în categoria de presă liberă, parțial liberă sau lipsită de libertate sunt **mediul legal**, avându-se în vedere elaborarea și adoptarea legilor și a reglementărilor legale care pot influența conținutul presei și pot susține tendințele autorităților de a utiliza aceste legi în defavoarea activității libere a presei, **influența politică**, adică controlul politic asupra informației și **presiunea economică**, presupunând barierele economice asupra instituțiilor media.

Ce au însemnat cei șase pași parcurși, ca și racul, înapoi, pentru jurnalismul din R. Moldova? Ce înseamnă acest regres pentru beneficiarii de presă de la noi?

În primul rând, acest fapt demonstrează că societatea are mai puțină încredere în ideea că mass-media este, într-adevăr, a patra putere în stat. Atâta timp cât cetățenii așteaptă ca autoritățile să reacționeze la articole publicate în presă, la programele TV și Radio, care abordează problemele complicate din societate, iar acest lucru nu se întâmplă sau are loc doar formal, încrederea lor că presa reprezintă o putere adevărată este risipită, restabilirea încrederii, însă, fiind mult mai dificil de realizat.

Funcționarii vizați în articole despre corupție se bucură că, se pare, colegii lor de la guvernare, evitând să reacționeze, „le acoperă” păcatele

Săptămânal, la “Ziarul de Gardă”, primim numeroase scrisori sau apeluri telefonice, în care suntem întrebați cum au reacționat autoritățile la subiecte precum averile nedeclarate ale unor funcționari sau dosarele fabricate în unele instanțe de judecată, licitațiile trucate în unele instituții de stat sau la articolele despre profitorii de stat, beneficiari de milioane din buget. Ce le spunem? De obicei le vorbim că și noi așteptăm să cunoaștem reacțiile instituțiilor abilitate cu anchetarea unor astfel de subiecte tari, abordate de ZdG. Așteptările, însă, durează, cititorii obosec să ne tot adreseze aceleași întrebări, iar funcționarii vizați în articole despre corupție se bucură pentru faptul că, se pare, colegii lor de la guvernare, evitând să reacționeze, „le acoperă” păcatele. Și

în alte medii, puținele din R. Moldova care nu sunt dependente politic sau economic de partide sau de agenți economici obscuri, situația e similară, chiar dacă nu a fost efectuat un studiu profesionist la acest subiect. În astfel de condiții presa nu poate fi calificată liberă, dar cel mult parțial liberă, ceea ce corespunde concluziilor proaspătului raport Freedom House.

Risipirea încrederii consumatorilor de presă înseamnă, în mod direct, o mai proastă informare a acestora. O libertate îndoielnică a presei presupune o informare insuficientă a publicului despre problemele sociale, politice, despre dreptul la o justiție echidistantă sau despre daunele pe care le aduce fenomenul corupției. Mai multe cercetări efectuate în acest domeniu demonstrează o relație directă între libertatea presei și buna guvernare, combaterea sărăciei, a corupției sau a discriminării.

O libertate îndoielnică a presei plasează R. Moldova mai degrabă alături de state degradate sub aspect democratic, cum ar fi, potrivit raportului citat mai sus, Turkmenistan, Uzbekistan sau Coreea de Nord, distanțându-o, totodată, de comunitatea statelor europene, spre care, deși timid, spune că aspiră actuala guvernare a R. Moldova. Este cert că presa liberă e singura care poate asigura o legătură eficientă dintre cetățeni și guvernare, iar acest lucru este înțeles, deocamdată insuficient, în R. Moldova.

Se încearcă umilirea jurnaliștilor, diminuarea încrederii în munca acestora

Uneori, reacțiile demnitarilor la articolele din presă sunt de-a dreptul ilare. Acum câteva zile, bunăoară, președintele Parlamentului declara că își va da demisia dacă cele relatate într-o investigație jurnalistică se vor adevăra. Ruptă din contextul actual în care se află lucrurile în R. Moldova, declarația poate să pară una curajoasă, onestă, poate provoca, la prima vedere încrederea cetățeanului că, iată, în sfârșit, avem un înalt demnitar care își poate pune punct carierei sale politice, din cauza unor dezvăluiri de presă. Șeful Legislativului nu a spus, însă, cine va verifica certitudinea celor dezvăluite în acea investigație. CNA? CIN? Procuratura Anticorupție? SIS? De fapt, ce contează, dacă toate aceste instituții, fiind partajate politic, sunt dependente de formațiunile care au recomandat și au bătut palma pentru investirea în funcții a șefilor acestora. Cum poți fi independent în decizii, fiind, de fapt, dependent politic? Bineînțeles, șeful Legislativului a trișat atunci când a promis că demisionează, dacă cele relatate în acea investigație se vor adevăra, or, în

contextul actual al instituțiilor de anchetă din R. Moldova nimeni nu va investiga, pe bune, cele relatate de presă despre afacerile șefului Legislativului și ale nașului său de cununie, lider de partid și deputat. Mai mult, s-ar putea să ne pomenim cu un „verdict” de-a dreptul „onorabil” pentru aceștia și atunci ziariștii vor trebui, așa cum s-a exprimat șeful Legislativului, să-și ceară scuze publice și să dezmință cele relatate. E un caz care ar trebui urmărit, de rând cu altele, prin care se încearcă umilirea jurnaliștilor, diminuarea încrederii în munca acestora și chiar denigrarea instituțiilor media care încearcă să combată fenomene periculoase din viața societății, în care, deseori, sunt implicate autoritățile statului, de diverse niveluri.

Politicieni de toate rangurile se implică să-și facă imagine sau să denigreze imaginea contracandidaților săi

Până la un nou raport al Freedom House nu a mai rămas atât de mult timp. Acesta va aborda situația presei în 2015, adică în acest an. R. Moldova, se pare, riscă să acumuleze în continuare și mai multe puncte la capitolul regresul libertății mass-media.

Condițiile economice și politice din R. Moldova au determinat o bună parte din breaslă să intre în jocul obscur al unor proprietari de instituții media, lucrând la crearea unei imagini favorabile, dar false, a patronilor lor, neglijând principiile eticii atunci când, la indicația „șefilor” ajung să-i denigreze pe oponenții acestora. O presă aflată sub monopolul oligarhilor este una umilă, care poate doar dăuna societății. În aceste condiții, breasla rămâne cu tot mai puțini profesioniști, iar tinerii jurnaliști, care vin de la facultăți, au o pregătire insuficientă și nu acceptă să se implice în scrierea unor articole analitice sau de investigații. Degradarea calității profesionale a unor jurnaliști și lipsa de gândire proaspătă, care se simte în breaslă, își lasă amprenta asupra libertății de exprimare și a libertății mass-media în ansamblu.

Un alt motiv al regresului poate deveni chiar acest an, care e unul electoral, deosebit de dificil. Pentru unele medii, campaniile electorale devin singurele șanse de a obține contracte de publicitate, dat fiind că, în afara acestor perioade, piața publicitară este divizată strict... pe criterii politice.



Este un an în care, politicieni de toate rangurile se implică să-și facă imagine sau să denigreze imaginea contracandidaților săi. Pentru asta ei au nevoie de presă și o folosesc în cel mai barbar mod, în condițiile în care jurnalismul de la noi, sub aspect economic, este la nivelul sub existenței.

Aneta GROSU

Drama site-urilor de știri

O scurtă incursiune (personală) istorică

Sunt în presă de zece ani. Pe la începuturile mele, singura rețea de socializare era Mirc (câți mai știu ce înseamnă și câți își amintesc cât era de rudimentară?), iar Yahoo Messenger era, dacă vă vine să credeți, un hit al acelor vremuri. În 2004, Internetul era disponibil în biblioteci, la facultate, la muncă și în Internet Cafe. Foarte puțini dintre noi aveau acces de acasă, mai ales pentru că viteza era imposibil de mică. Așa se face că site-urile televiziunilor, ziarelor, radiourilor erau niște pagini cu puține informații, în care nu se investea aproape deloc. Nimeni nu ar fi visat atunci că astăzi vom avea mai bine de 400 de site-uri de știri în R. Moldova. Unele dintre acestea cu redacții propriu-zise, cu oameni angajați să scrie, cu zeci de mii de vizualizări zilnice.

Am început această analiză cu evocarea trecutului foarte apropiat tocmai pentru a arăta explozia jurnalismului online în R. Moldova. S-a întâmplat relativ repede și ne-a luat prin surprindere. Nici acum nu realizăm puterea și influența pe care o au site-urile de știri.

Apariția UNIMEDIA

Dar să le luăm pe rând. Prin 2005, Internetul începea să intre puternic în casele oamenilor și devenea o sursă de informare importantă. Încet-încet și redacțiile din Moldova au realizat că nu au cum să evite inevitabilul și au început să-și îmbunătățească site-urile. Dar lucrurile se schimbau încă mult prea lent. Am lucrat în redacții care publicau știrile abia a doua zi sau chiar o dată pe săptămână. Concurența a fost cea care i-a trezit la viață pe oamenii de media din Chișinău. În septembrie 2005 s-a lansat Unimedia. Fără o redacție numeroasă, fără mulți bani în spate, site-ul de știri a avut norocul și inspirația să fie printre primele din Moldova care se lansase exclusiv pe Internet. Apariția Unimedia avea să dea impulsul necesar începerii dezvoltării energice a jurnalismului online la Chișinău. Și iată de ce. Pentru că era la început, site-ul prelua știrile din piața media de la Chișinău, știri produse de redacții care nu și le publicau imediat pe site. Fondatorii Unimedia au fost criticați ani la rând că produc puțin conținut jurnalistic și difuzează pe Internet ce se scria în alte redacții. Irrelevant, însă, atâta timp cât precizăm



sursa, era răspunsul fondatorilor. Trecând peste aceste critici, trebuie să-i dăm Cezarului ce este al Cezarului, Unimedia avea un atu considerabil. Pe site găseai practic în timp real informații despre evenimentele cele mai importante din Moldova. Ori, cum spuneam, majoritatea redacțiilor din Chișinău continuau să-și publice reportajele, articolele pe site-urile proprii prea târziu. Internetul este un mediu extrem de dinamic. Aici dacă nu te miști într-o secundă nu mai există.

Concurența stimulează online-ul

Când au realizat că alții au succes cu produsul jurnalistic creat de ei, redacțiile au făcut ceea ce trebuiau să facă demult. Au angajat mai mulți oameni la site, au început să acorde mai multă încredere și timp jurnalismului online. Apariția concurenței i-a forțat să-și revizuiască atitudinea față de mediul virtual. Astăzi Unimedia nu mai are un monopol pe piață. Există foarte multe alte redacții care își publică materialele pe net și nu au în spate un ziar, televiziune. Cu toate acestea, deși există o concurență acerbă, este loc pentru toată lumea. Sunt peste 1,7 milioane de utilizatori de Internet în Moldova, iar numărul lor crește an de an. Am ajuns, cum ziceam la începutul analizei mele, la peste 400 de site-uri de știri. De altfel, jurnalismul nu a fost niciodată atât de simplu de făcut. Nu ai nevoie decât de un site, de conexiune

la Internet, de un hosting bun și, evident, să angajezi câțiva jurnaliști care să scrie bine și să aibă surse.

Online-ul câștigă teren în redacțiile clasice

Chiar dacă au fost reticente la început, cel mai ușor le-a fost redacțiilor clasice să dezvolte partea de online. Acestea au, cum s-a demonstrat ulterior, și succesul cel mai mare în jurnalismul online. Logic, din moment ce aveau structura redacțională pe care trebuiau să o extindă și în spațiul virtual. ProTV.md, Publika.md, Jurnal.md, Timpul.md, ZdG.md, Europalibera.org, Kp.md și multe altele sunt acum cele mai accesate și citite site-uri de știri din Moldova. Au rezolvat problema cu publicarea informației în timp real, în plus, aveau și un atu puternic: brandul, dar mai ales credibilitatea. Oamenii încă au încredere în site-urile de știri dacă știu că acestea sunt extensiile virtuale ale unui ziar, ale unei televiziuni sau radio autentic. Până și colosul cu picioare de lut - Moldova 1 - are un departament online.

Cine controlează online-ul, controlează opinia publică?

Dar explozia jurnalismului online a adus și o inflație de site-uri care nu au în spate televiziuni, ziare. Spun inflație, deși cred că există loc pentru toată lumea sub soarele Internetului moldovenesc. Deschide.md, Independent.md, Hotnews.md, Vesti.md, Stirilocale.md sunt doar câteva dintre site-urile cu conținut informativ. Există însă o problemă în cazul multor site-uri de știri. Și nu vorbesc aici neapărat de cele menționate de mine. O problemă ce ține de însăși esența jurnalismului, așa cum l-am învățat la facultate: **CREDIBILITATEA**. Citind unele site-uri de știri, te întrebi foarte des dacă nu cumva ești ținta unor manipulări. Este regretabil ce se întâmplă, dar această unealtă democratică, ieftină și la îndemână - jurnalismul online - este folosită de unele persoane din spațiul politic pentru contaminarea opiniei publice cu informații false. De pildă, pe unele site-uri de știri au fost publicate informații despre politicienii care și-au dat demisia, informații care s-au dovedit a fi ulterior false. Mecanismul acestor contaminări informaționale este simplu. Se merge pe ideea că o informație, fie și falsă, poate fi preluată de alte site-uri, televiziuni, ziare și se poate transforma într-un subiect de presă. Din păcate, în multe situații aceste manevre, care nu au a face nimic cu jurnalismul, își ating ținta. Cu alte cuvinte, site-urile obscure de știri, create doar pentru a arunca fumigene în piața media, își realizează sută la sută scopurile lor perverse. Spre deosebire de o televiziune, un radio sau un ziar este relativ ușor să-ți faci un site și să-l declari de știri.

Sunt credibile site-urile de știri?

Partea bună a situației - site-urile de știri devin din ce în ce mai importante pe piața media. Partea proastă - acestea pot deforma realitatea și dăunează jurnalismului în sine. Ca dovadă

a importanței crescute a site-urilor de știri observăm mai nou că acestea au fost implicate în scandaluri de proporții. Un exemplu, Deschide.md, de altfel un site care promite - acesta pare să aibă surse bune în spațiul juridic și în poliție. Dar despre ce este vorba? Un jurnalist al acestui site, Vadim Ungureanu, a fost acuzat pe 20 iunie 2014 de poliție că a încercat să îl șantajeze pe Dan Chirița, șeful Centrului de Monitorizare al Inspectoratului General de Poliție pentru obținerea unor informații confidențiale. Deschide.md anunțase atunci că se află în toiul unei campanii de denigrare, în condițiile în care jurnaliștii site-ului demascaseră câțiva șefi ai poliției și deveniseră incoizi. Povestea este destul de încălțată, așa că așteptăm cu toții finalizarea anchetei, dar mai ales o decizie a instanței. Aflat oarecum la început de drum, Deschide.md are nevoie să-și demonstreze buna credință și să devină **CREDIBIL!** **CREDIBILITATEA** este garanția supremă că marfa redacției - informația - nu este expirată sau stricată. Fără **CREDIBILITATE** redacția nu-și poate vinde marfa - informația.

Regula după care ar trebui să se conducă site-urile de știri

Odată cu explozia spațiului informativ virtual, am văzut multe discuții despre crearea unui CNA al Internetului. Mi se pare o idee deplasată, chiar o prostie. Nu cred că ar funcționa și, din păcate, ar avea efectul invers - ar distruge spiritul democratic al Internetului. Cred mai curând că piața media, dar mai ales cititorii, vor învăța să aibă încredere într-un brand, într-un site consacrat și nu vor înghiți pe nerăsuflă informațiile de pe site-uri create peste noapte și care dispar tot peste noapte. Pentru aceasta este nevoie de o educație a utilizatorului de rând. Omul trebuie să înțeleagă, oricine își poate inventa o pagină de internet pe care să o inunde cu informații neverificate. Cititorul trebuie să priceapă că în spatele unui site de știri pot fi persoane cu interese, care nu au nicio legătură cu informarea corectă, echidistantă și echilibrată. Altfel zis, regula pe care ar trebui să o însușească cititorii, dar și site-urile de știri este simplă: **încrederea cititorilor se câștigă foarte greu, după ani de informare corectă, fără încercări de manipulare și știri false. Dar această încredere se pierde foarte ușor, într-o secundă!**

Vânzarea UNIMEDIA, o tranzacție în stil moldovenesc

În acest context, vânzarea site-ului Unimedia este crucială pentru jurnalismul online din R. Moldova. Din păcate, vânzarea s-a făcut fără transparență și, respectiv, cu foarte multe speculații sau zvonuri care nu au fost infirmate nici de noii proprietari, nici de vechii fondatori. Oamenii de media, simplii utilizatori de Internet, jurnaliștii ar fi vrut să afle în primul rând prețul. Prețul plătit de cineva pentru un site de știri ne-ar fi oferit o schiță a valorii financiare a întregului spațiu virtual informativ moldovenesc. Dacă în toată lumea civilizată cumpărarea unui site este comunicată până la virgulă, în Moldova nu putem decât... să ghicim. Iar asta, părerea mea, este o pată pe brandul Unimedia. S-a discutat că s-a

plătit un milion de euro, sau 750 de mii de euro. Nu avem de unde să știm cum stau lucrurile. Din punctul meu de vedere, prețul real a sărit cu siguranță de o jumătate de milion de euro. Iar o jumătate de milion de euro nu este mult. Să explic de ce. Este foarte greu să mai construiești un brand credibil într-un spațiu virtual cu atâtea site-uri fantomă. Nu mai suntem în 2005, când puteai fi primul pe piață și nu aveai concurență. Așa că oricine o fi cumpărătorul, nu a cumpărat un site, nu a cumpărat vizualizările pe care le face, nu a cumpărat ”unicii” – noul proprietar a cumpărat CREDIBILITATEA brandului Unimedia.

Site-urile de știri, noile victime ale politicianilor

Numai că, până la urmă, prețul nu contează atât de mult în toată această discuție. Întrebarea importantă, la care iarăși nu a răspuns nimeni răspicat, este cine stă cu adevărat în spatele tranzacției? Ori credibilitatea site-ului atârna acum de un fir de ață. În caz că noul proprietar este un politician, vom fi puși în fața unei dileme de fiecare dată când vom citi știrile de pe această platformă online: oare nu se încearcă manipularea noastră? Din păcate, ce se întâmplă cu Unimedia se întâmplă cu întreg spațiul virtual informațional moldovenesc. CREDIBILITATEA site-urilor de știri din Moldova este pusă la mare încercare. Dacă până acum site-urile voiau să se afirme ca platformă de informare a cetățenilor, dacă până nu demult site-urile de știri voiau să demonstreze că și ele contează în spațiul mediatic, ei bine, acum au de dat o altă luptă. Lupta cu ele însele. Lupta prin care urmează să demonstreze că pot fi CREDIBILE și că pot rezista tentațiilor, dar și presiunilor economice venite din partea politicianilor și nu numai. Din păcate, marea majoritate a redacțiilor clasice a pierdut această luptă. Mai ales televiziunile.

Se pare că și site-urile de știri au intrat în atenția politicianilor, teamă mi-e că nu vor rezista prea mult...

Blogurile, frații (mai mici) de suferință ai site-urilor de știri

Nu pot să închei mica mea analiză fără să vorbesc despre fratele mai mic al jurnalismului online – bloggingul. Dețin blogul COJOCARI.RO din 2008. Am început cu 20, 50 de cititori unici pe zi, iar astăzi am și 8000 de unici. Spun asta ca să arăt că vorbesc în cunoștință de cauză despre fenomen. Iar fenomenul bloggingului trece și el prin drama site-urilor de știri. Dacă la începuturi bloggerii erau niște tineri temerari, cărora nu le era frică de politicieni, care își spuneau verde în față părerea, astăzi avem o blogosferă moldovenească fărâmițată, profund partizană. Bloggerii buni s-au lăsat de ”meserie” sau au fost... cumpărați. Astăzi au rămas în mare parte bloggerii de curte sau bloggerii plătiți de politicieni. Lucrul acesta a distrus practic blogosfera și CREDIBILITATEA ei. Iar lipsa credibilității duce la lipsa cititorilor. Nu știu câți blogeri pot spune că au în acest moment o mie de cititori unici pe zi... Cert este că fratele mai mic al jurnalismului online este și el la răscruce de drumuri.

În loc de concluzie

Eu cred totuși în blogging, cred în site-urile de știri. Sunt convins că vor rezista cei și cele care vor avea credibilitate, restul vor intra în umbră și nu vor conta. Altfel zis, rămâne cum am stabilit: încrederea se câștigă în ani și se pierde într-o secundă - chiar și online. Mai ales online!

Vitalie COJOCARI

“Nu putem vorbi despre o societate liberă, în lipsa unei presei independente”

Interviu cu Valentina URSU, editor la Radio Europa Liberă

- De mai mulți ani susțineți rubrica «Jurnal săptămânal» și realizați emisiunea «La sfârșit de săptămână cu Europa Liberă». Cum sunt pentru Dvs., de regulă, aceste... sfârșituri de săptămână?

- De peste zece ani pregătesc și moderez emisiunea “La sfârșit de săptămână cu Europa Liberă”, care se difuzează sâmbăta. Și tot sâmbăta este ziua deplasărilor prin Moldova, unde ore în șir discut cu oamenii de la *firul ierbii*. Am cutreierat țara în lung și-n lat. Am ajuns cu microfonul Europei Libere în vreo mie de sate din Moldova. Am mers pe ploaie, pe frig și pe arșiță. Am străbătut drumuri pline de noroi, iar uneori înzăpezite. Doar așa am putut să cunosc oamenii acestui meleag, oameni care mi-au spus necazurile lor, dar și multă lume de la care am aflat că, dacă este dorință și pricepere, se poate reuși. Deocamdată, pot să spun că nu am epuizat energia și dorința de a petrece sfârșitul de săptămână cu microfonul în mână.



- La Radio Europa Liberă realizați reportaje și interviuri, dar aveți și funcția de editor, ceea ce înseamnă că vă îngrijiți și de politica editorială a acestui post. De ce principii și valori se ghidează în activitatea sa echipa de la Radio Europa Liberă?

- Principiile de bază ale jurnalismului de calitate sunt păstrate indiferent de media. Primul principiu este corectitudinea. Al doilea - evităm să fim părtinitori. Al treilea - încercăm să prezentăm mai multe puncte de vedere sau perspective. Și al patrulea - căutăm adevărul. Există anumite probleme, unde noi, jurnaliștii, putem lua poziție, cum ar fi drepturile omului, justiție și corupție, de exemplu. Interesul public, pluralismul ideilor și opiniilor și practica responsabilă a jurnalismului sunt principalele valori pe care Europa Liberă își axează activitatea.

- Ce credeți despre jurnalismul care se face în R. Moldova? Poate fi considerată mass-media noastră “cea de-a patra putere în stat”?

- Calitatea presei în țara noastră a degradat în ultimii ani, în același ritm cu societatea. Este îngrijorător când presa își diminuează din rolul de “câine de pază” al democrației. Un caz de corupție alimentează două, trei articole, iar apoi tăcere și, bineînțeles, uitare. Toate aceste lucruri au creat în societatea moldavă un sentiment de neîncredere și mulți se întrebă dacă a patra putere rămâne fără putere. Constat că presa și-a pierdut influența: atât a consumatorilor de informație, dar mai ales a autorităților. Însă adevărații jurnaliști, cei onești își dau seama și înțeleg că trebuie să fie aproape de sufletul și preocupările oamenilor. Să nu uităm ceea ce spunea Albert Camus: „Presă liberă poate fi bună sau rea, dar în mod sigur fără libertate va fi întotdeauna rea”.

- Prin ce modalități unele instituții media câștigă mai multă popularitate, încredere din partea publicului?

- Pentru că numărul posturilor de Radio și TV a crescut mult, timpul pe care cetățeanul îl petrece urmărind un

singur post de radio sau TV a scăzut considerabil. Pentru a le capta atenția acestora, posturile se văd obligate să prezinte programe ieșite din comun, cu priză la public. Se pare că programele de știri, mai ales cele televizate, au devenit un show de imagini succesive, alese să șocheze sau să intrige, iar reportajele sunt scurtate pentru a corespunde capacității de concentrare tot mai scăzute a telespectatorilor. Cea mai mare încredere se câștigă prin obiectivitate și calitate.

- Afirmăți într-un interviu că “politicul a divizat și mai mult societatea”. Cum s-a întâmplat că politicul a divizat mass-media? Cine are de câștigat și cine are de pierdut din această situație?

- În numeroase situații presa din Moldova a fost folosită ca instrument în lupta politică, fără o rezistență din interiorul redacțiilor, înregistrând o criză de imagine în ce privește calitatea conținutului și încrederea publicului, fiind polarizată politic mai ales în campania electorală. Au de pierdut ambele părți.

- Ce se întâmplă cu consumatorul media? Cum se orientează el în oceanul informațional? În ce cazuri cetățenii pot taxa instituțiile media pentru distorsionarea adevărului?

- Aceasta îl privește pe consumator. El trebuie să vrea să fie informat și nu manipulat. Poate taxa doar cu butonul la telecomandă.

- Ce relație există între Putere și presă în R. Moldova?

- Ținând cont de faptul că trăim într-un stat care se vrea a fi democratic, constat că există opinii diverse ce sunt puse la îndemâna publicului, care are acces la o multitudine de surse. Avem cu toții libertatea de a ne informa și puterea de a cunoaște adevărul. Așadar, chiar dacă de multe ori presa este aservită puterii politice, noi, cetățenii, trebuie să fim interesați în a afla adevărul. Căci există discuții contradictorii pe baza diferitelor informații. Noi putem observa și înțelege scandalurile politice, și nu numai, din mai multe perspective. Puterea nu trebuie să se amestece în treburile presei. Apucând calea compromisului cu politicul, mass-media se condamnă, riscând să piardă și mai mult din credibilitate. Se pare că încrederea publicului în presă merge mână în mână cu neîncrederea în liderii politici.

- Ce ar avea de ascuns deputații de ochii jurnaliștilor, cărora le interzic accesul la ședințele în plen și de ce jurnaliștii trebuie să lupte pentru dreptul de a-și face meseria în condiții decente? Ce credeți, în calitate de jurnalistă cu acreditare la Parlament?

- Regulamentul ce reglementează activitatea jurnaliștilor acreditați conține prevederi, care limitează accesul presei la dezbaterile

parlamentare. Sunt niște prevederi ieșite din comun. Iar faptul că nu a fost consultat cu reprezentanții breslei este sub orice critică, motiv din care organizațiile de media au cerut anularea acestui document. Legiuitorii, care sunt slugile poporului, nu ar trebui să aibă ceva de ascuns de ochii celor care i-au ales.

- Cum poate fi protejat interesul mass-media și al publicului de diferite ingerințe politice?

- Lipsa de politici inteligente întru asigurarea interesului public în domeniul mass-mediei, în general, și a audiovizualului, în particular, au condus la situația actuală de monopol și control politic extins asupra domeniului mediatic, punând sub semnul întrebării adevăratele reforme. Lipsa unei voințe politice, dar mai ales lipsa de solidaritate a breslei jurnalistice fac ca reformele în domeniul mass-mediei să bată pasul pe loc.

- Comportamentul mass-media în reflectarea campaniei electorale din anul trecut a surprins negativ în multe privințe. Credeți că această situație se va menține și în alegerile locale din iunie curent?

Deși numeroși jurnaliști și instituțiile pentru care lucrează și-au luat angajamentul de a reflecta exact și informativ campaniile electorale au fost și există motive de îngrijorare în această privință. O presă liberă permite și chiar organizează dezbateri între oameni cu opinii diferite. Avem însă cultura dezbaterii în presa din Moldova?

- Să vorbim și despre securizarea spațiului informațional în fața propagandei străine. Ce soluții ar exista în asemenea cazuri?

- Aparent, inițiativa legislativă a deputaților dezvoltă tezele programului de guvernare privind securizarea spațiului informațional. Dar este și o tentativă a politicianilor de a se apăra de critici, limitând libertatea de exprimare a presei. Inițiativa legislativă nu mai are șanse să fie examinată în Parlament în formula inițială. Orice proiect de modificare a legislației ce reglementează domeniul audiovizualului trebuie să înceapă cu dezbateri publice, care au lipsit în acest caz. Semnalează și eu nevoia unei dezbateri publice a acestui proiect. Dar împărtășesc preocuparea legiuitorilor pentru suveranitatea reală a spațiului informațional. O soluție de compromis ar fi binevenită.

- Câtă libertate au astăzi jurnaliștii în R. Moldova?

Libertatea presei a făcut câțiva pași de la proclamarea independenței țării – chiar și acest interviu atestă existența unei presei libere în R. Moldova. Dar din păcate, nu se poate vorbi despre existența unei reale presei libere. Libertatea presei vizează, în primul rând, libertatea jurnaliștilor de a-și exercita

meseria, de a culege și de a difuza informații adevărate. Apoi vorbim despre libertatea de exprimare și libertatea de opinie, care sunt drepturi de bază într-o democrație. Statul ar trebui să aibă un interes fundamental în a face loc în Cetate și a garanta libertatea presei. Un popor nu poate evolua dacă nu are acces la informații și nu are posibilitatea de a discuta liber pe baza acestor informații. Statul trebuie să dea informații, să nu le ascundă, decât dacă este vorba realmente despre chestiuni de siguranță a statului de drept. În esență, toate instituțiile statului sunt obligate să dea toate informațiile pe care le dețin. Dar nu e așa și asta zdruncină din temelie statul. Nu putem vorbi despre o societate liberă, în lipsa unei presei independente. Iar prin dezinformare, prin manipulare se maschează aranjamente politice și economice, se „protejează” mita, sistemul se corupe din ce în ce mai mult – și se corupe în profunzime. În Moldova se creează impresia că separația între puteri începe să dispară.

Din păcate, presa de calitate are un public restrâns. Iar prin faptul că nu există pârgii ale statului prin care această presă de calitate să fie ajutată, ea devine din ce în ce mai firavă. Dacă publicul nu este educat pentru a-și cunoaște dreptul de a fi corect informat, cu greu putem vorbi despre libertatea presei și adevăratele reforme care se cer în acest domeniu.

- În emisiunile pe care le realizați abordați adesea realitățile autohtone. Ce schimbări observați în acest peisaj, cât de dispuși sunt cetățenii noștri să accepte valorile europene?

- În țară e vorba de două realități, de două lumi paralele. Moldova săracilor și cea a bogaților. Dar mai există multă lume bună, oameni care mă impresionează prin firea primitoare, bunăvoința și modul de a gândi lucrurile. E un alt gen de lume, e un alt tip de realitate. Pentru cei care au ochi să o vadă și minte să o înțeleagă. Mai sunt cetățeni pentru care valorile europene nu-s străine. De aproape 30 de ani pun întrebări și caut răspunsuri. Îmi pare rău că în emisiunile mele vorbesc mai mult de sărăcie și corupție. Sper să nu treacă prea mulți ani ca să pot vorbi despre adevărata modernizare a acestui stat și despre faptul că are și Moldova o elită politică.

- Felicitări pentru cea de-a zecea ediție a publicației „Jurnal Săptămânal”, lansarea căreia a avut loc în ajunul sfințelor sărbători de Paști.

- Este o ediție jubiliară, a zecea la număr. Lansarea Jurnalului a fost organizată la Coșnița, Basarabeasca, Bălți, Soroca, Cahul, Strășeni, Chișinău. Vorbind, în general, despre acest proiect, peste 700 de săptămâni au fost cuprinse în cei zece ani de la prima apariție a „Jurnalului săptămânal”. Peste 700 de oameni au fost protagoniștii rubricii. Noi spunem că acești autori fac portretul Moldovei fără fard și fără părtinire. Este o cronică paralelă a evenimentelor, realizată de către ascultătorii Europa Liberă. Sper, peste ani, se vor citi cu și mai mare interes.

(Media Azi, 17 aprilie)

Dileme etice ale comunicării publice

Deși reputatul specialist român în domeniul mass-media, profesorul universitar Mihai Coman consideră că realitatea din jur arată totală indiferență a celor mai mulți dintre specialiști față de etica profesională, cartea din seria *Collegium.Media* „**Deontologia comunicării publice**”, apărută recent la **Editura Polirom**, ne arată cât de importantă este respectarea deontologiei pentru legitimitatea, credibilitatea și reușita pe termen lung a profesioniștilor și a instituțiilor în spațiul public. Acest volum este rezultatul colaborării dintre jurnaliști și profesori ai Facultății de Jurnalism și Științe ale Comunicării ai Universității din București și profesioniști și cadre didactice din țări europene și Statele Unite ale Americii, coordonat fiind de Raluca-Nicoleta Radu, editor al Revistei Române de Jurnalism și Comunicare, conferențiar universitar.

Cartea a apărut într-un moment potrivit și în locul potrivit, când tocmai se simțea lipsa unui studiu aplicativ în domeniul eticii comunicării. Mă refer la faptul că volumul îmbină abordările teoretice complexe cu studii de caz de dată recentă, variate și reprezentative din practica românească și internațională. Mai mult, cartea apare după atentatul asupra revistei franceze *Charlie Hebdo* din 7 ianuarie 2015, când mai mulți caricaturiști au fost executați fără drept de apel și care a pus în capul mesei discuțiile despre deontologia comunicării publice, iar abordările au fost contradictorii, inclusiv în spațiul autohton.

Există un proverb care spune: ”Dacă înveți pe cineva să pescuiască, salvezi o viață. Dacă prinzi un pește și i-l oferi, salvezi numai o zi”. Din acest punct de vedere, cartea oferă nu doar soluții pentru unele probleme de ordin etic, ci descrie conceptele principale ale eticii profesionale, care ar permite profesioniștilor comunicării să gândească în limitele deontologice, adică le pune la dispoziție firul Ariadnei pentru a ieși din labirintul dilemelor etice.

Fundamentul eticii - teoria responsabilității sociale

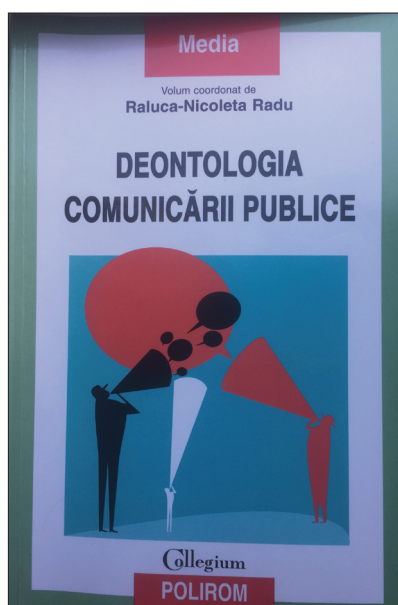
Mai mulți autori ai volumului au luat drept punct de reper teoria responsabilității sociale, conform căreia profesioniștii în comunicarea publică au datoria să reproducă o imagine corectă a societății, prin reprezentarea diversității sociale și prin prezentarea tuturor punctelor de vedere asupra problemelor de interes public într-o anumită societate, la un moment dat (p.77).

Coordonatoarea volumului, Raluca-Nicoleta Radu consideră că responsabilitatea socială a instituțiilor mass-media o putem cere numai în țările democratice sau în tranziție către un sistem democratic. ”Condițiile dificile pentru activitatea profesională nu sunt o scuză pentru greșelile de deontologie, dar au o influență foarte mare. Erorile de comportament, asumate cu bună știință sau duse la capăt cu vădită rea-credință, sunt însă blamabile, indiferent de condițiile de lucru” (p.35).

”Modelul în trei pași” pentru deciziile etice

E de menționat că printre autori se regăsește și profesorul american Clifford G. Christians, coordonatorul cunoscutului volum ”*Etica Mass-media. Studii de caz*”, apărut acum 14 ani în limba română, și care a devenit între timp o carte de referință

pentru etica profesională în jurnalism, comunicare publică și publicitate în întreaga lume. C. G. Christians consideră că pentru o deontologie a mass-mediei care să dea rezultate trebuie depășită prăpastia dintre practica de zi cu zi și etica abordată serios și propune o soluție creativă, ce o simplifică pe cea propusă anterior, un ”model în trei pași” pentru deciziile etice, bazat pe **realismul moral**. Acest model oferă profesioniștilor un suport în luarea deciziilor care pot fi justificate din punct de vedere etic, nu doar intuitiv și pornește de la studiul de caz, prin identificarea valorilor și principiilor, făcând apel la teoriile etice pentru a ajunge în sfârșit la rezolvarea cazurilor în mod responsabil, identificând loialitățile sau obligațiile morale. ”Modelul propune ca preocuparea reală pentru cetățeni să devină o caracteristică a tuturor acțiunilor mass-mediei, fie că este vorba despre știri, publicitate, relații publice sau divertisment” (p.35).



Despre limitele libertății de exprimare și informare

Valoarea acestei cărți este determinată și de faptul că abordează problemele-cheie ale deontologiei comunicării publice, cu referire la evoluțiile tehnologice care au schimbat modul de producere și de consum al conținutului de media în ultimele decenii: accesul direct la surse, prin Internet, atât pentru profesioniști, cât și pentru publicul larg, efectele informațiilor și opiniilor vehiculate

pe rețelele de socializare, internaționalizarea consumului de informație etc. Astfel sunt redimensionate și dezbătute limitele libertății de exprimare și de informare, principiile prezentării adevărului și protejării vieții private, problema evitării stereotipurilor și a conflictului de interese.

Libertatea de exprimare poate fi definită atât în sens negativ, ca fiind negarea cenzurii, cât și în sens pozitiv, ca fiind dreptul la comunicare ce garantează accesul egal al indivizilor la exprimarea opiniilor și a punctelor de vedere în sfera publică. Care sunt limitele acestei libertăți, inclusiv a libertății presei, este o întrebare pe care nu o poți ocoli într-un studiu reprezentativ de etică a comunicării. Această libertate este limitată atât prin prevederi legale, cât și de presiunile din partea celor care dețin puterea politică și financiară și care încearcă astfel să controleze diseminarea informațiilor de interes public.

Deoarece mass-media continuă să dețină o putere de influență foarte mare asupra percepțiilor noastre despre lume, profesioniștii în comunicarea publică trebuie să se folosească responsabil de libertatea de exprimare, evaluând consecințele pe care le poate genera munca lor. Autorii se referă la subiecte sensibile, dezbătute pe larg, cum ar fi reflectarea violenței în mass-media, prezentarea sinuciderilor, reprezentarea femeii în publicitate, dar și în presă, conținuturile sexuale explicite, propagarea stereotipurilor despre persoanele de vârstă a treia etc. Spre exemplu, un experiment cu persoane de peste 60 de ani a arătat că există o corelare directă între expunerea la programele de televiziune și o imagine de sine negativă (pag.105).

Principiul relatării adevărului

Chiar dacă există diferențe explicite dintre etica profesională în jurnalism și cea a relațiilor publice și publicității, prezentarea adevărului constituie un principiu de bază în toate cazurile comunicării publice și este determinat de necesitatea asigurării unui nivel minim de credibilitate a mesajelor. Deoarece a spune adevărul cum cer codurile de etică nu este întotdeauna simplu, autorii Mihaela Păun și Raluca-Nicoleta Radu descriu diverse tehnici prin care este asigurată prezentarea adevărului cu bună-credință, dar și problemele care pot apărea.

Calitatea surselor folosite, criteriile de selecție a informațiilor sunt esențiale. Protejarea surselor jurnalistice este un principiu obligatoriu, reiterat în Carta Europeană a Libertății Presei, semnată pe 25 mai 2009. Este binecunoscut faptul că avertizorii de integritate riscă uneori pierderea slujbei, averii sau chiar a propriei vieți pentru a expune funcționarea imorală sau ilegală a unui sistem. O modalitate inteligentă de a obține informații confidențiale a fost propusă și implementată de mai multe redacții, cum ar fi platforma SecureDrop a cotidianului britanic The Guardian, pe care sursele pot plasa documente în deplină siguranță, fără ca să poată fi aflate

identitatea sursei. Totodată există prevederi legale când jurnalistul este obligat să dezvăluie sursele (p.119).

Principiul verificării informațiilor apare într-o altă lumină, în condițiile când Internetul oferă largi posibilități pentru a fi respectat, iar publicul are acces direct la surse. În 2014 în Ucraina a fost lansat un site în care sunt analizate știrile din mass-media ruse despre criza ucraineană, pentru a identifica informațiile incorecte, folosite în scop propagandistic. O problemă de etică privind prezentarea adevărului în special în zonele de conflict este practicarea așa-numitului *embedded journalism* (jurnalism înregimentat), care duce inevitabil la descrierea trunchiată a realității, doar din perspectiva părții implicate, care a facilitat accesul reporterului în zona dată.

În timp ce jurnaliștilor li se cere delimitarea informației de opinie, obiectivitate și echidistanță, specialiștii în relații publice și publicitate răspund unor cerințe asemănătoare: onestitate, claritate, adevăr, evitarea ambiguităților, a exagerărilor, a sugestiilor nefondate. Cu toate că pare evident că persoana sau organizația care lansează un mesaj ar trebui să și-l asume și să recunoască interesele reprezentate, blogerii, unii dintre care sunt plătiți pentru a promova produse și servicii, nu o fac. Discuțiile recente despre etica mesajului publicitar țin de fenomene precum publicitatea nativă (*native advertising*) și marketingul de conținut (*content marketing*), care adesea iau forma unei promovări ascunse, netransparente, fără o identificare clară a brandului susținut.

Principiul relatării adevărului presupune interzicerea plagiatului, fenomen, care ia amploare, se diversifică datorită tehnologiilor moderne. “Asumarea greșelilor și corectarea erorilor pot fi o modalitate de creștere a încrederii publicului, de evitare a presiunilor de autoreglementare... și evitare a unor procese juridice de lungă durată” (p.134).

Protejarea vieții private

Un alt subiect controversat al eticii profesionale este prezentarea detaliilor de viață personală și faptul divers în spațiul public. Autorul Raluca-Nicoleta Radu definește conceptul de viață privată pentru a constata relativitatea granițelor în abordarea subiectelor intime considerate tabu. Capitolul abundă în exemple și relații despre scandaluri legate de intruziunea mass-mediei în viața privată a persoanelor publice și a oamenilor obișnuiți din spații culturale diverse, precum ar fi SUA, Franța, Marea Britanie, România, menționând specificul cutumei din țara respectivă, dar și al fiecărui caz în parte. Nevoia de empatie, decență și profesionalism este esențială în prezentarea acestor aspecte în presă. Evoluțiile tehnologice din ultimii ani au lărgit simțitor gama încălcărilor vieții private, care sunt prezentate detaliat în acest capitol. Profesorul de drept Daniel Solove constata în 2006: “Persoana digitală din spațiul digital, afectează din ce în ce mai

mult persoana în carne și oase din spațiul real”. Atât industria de media, cât și firmele comerciale recurg la supravegere sau mai bine zis colectarea de informații, utilizând *cookies* - urmele electronice lăsate pe paginile de Internet accesate, care permit elaborarea modelelor de comportament, folosite pentru publicitatea online, sugerarea unor produse de media care ne-ar putea interesa. După cum vedem, datele agregate pe Internet în mod electronic au efecte în viața reală. Astfel identificarea, lipsa de securitate a informațiilor, utilizarea secundară a datelor fără consimțământul persoanei la care se referă, diseminarea de informații prin distorsionare, expunerea cuiva, șantaj etc. devin încălcări comune ale vieții private. Ele nu pot fi justificate când efectul este producerea unui rău evident care afectează o persoană, familia și oamenii apropiați. Adeseori aceste cazuri ajung în judecată, cum s-a întâmplat cu J.K. Rowling, celebra autoare a romanelor despre aventurile lui Harry Potter, care a depus mărturie în ancheta Leveson despre presiunile la care au fost supuși membrii familiei sale și prietenii.

Evitarea stereotipurilor

O problemă serioasă a comunicării publice este recurgerea la stereotipuri. Confortul mental produs de ele prin apel rapid la o idee cunoscută face din stereotipuri instrument preferat al comunicărilor scurte, al reclamelor. Stereotipizarea are efecte nedorite, cum ar fi prejudecata, stigmatizarea, discriminarea, incitarea la ură etc. Din păcate, în spațiul public se face auzit *discursul urii*, care se referă la formele de expresie ce promovează sau justifică ura rasială, xenophobia, antisemitismul și alte forme de intoleranță. Recurg la el grupări extremiste, persoane publice, politicieni și este preluat de presa tradițională, de rețele sociale, forumuri, site-uri independente. Este importantă conștientizarea faptului că jurnaliștii, specialiștii în publicitate și relații publice și specialiștii în divertisment, care aplică tehnicile obișnuite de colectare și difuzare a informațiilor și opiniilor în scopul unei prezentări oneste, evitând limbajul urii, contribuie la schimbarea stereotipurilor (p. 176). Comunicarea publicitară, când merge în sens contrar stereotipurilor, devine cu adevărat memorabilă, cum a fost cazul “Campaniei Dove pentru adevărata frumusețe”. Prezentarea unor modele ce nu se conformau standardului de frumusețe feminină impus de publicitate, de vârste și apartenențe rasiale diferite a avut efectul dorit. Combaterea stereotipurilor de către profesioniștii în comunicare publică ar duce la schimbarea mentalității în sensul creșterii toleranței și a coeziunii sociale.

Conflictul de interese

Există mai multe persoane sau grupuri ale căror interese este de așteptat că le va apăra un specialist în comunicare. Interesele

publicului și ale companiilor, ale agențiilor de publicitate și de relații publice adesea nu sunt congruente, obligându-i pe jurnaliști și specialiști în divertisment să aleagă pe unii în dauna celorlalți ca rezultat al conflictului de interese. În cazul industriilor comunicării conflictul de interese rămâne apanajul autoreglementării, având ca bază codul deontologic și este asociat cel mai des cu sfera jurnalismului economic, politic și sportiv. Conflictul de interese constituie “baza, arhetipul cultural al corupției jurnalistice” (p. 200). Prejudiciile aduse de neglijarea normelor deontologice sunt uneori greu de prevăzut. Așa-numitul *envelope journalism*, jurnalism în schimbul unui plic este practicat scriind articole favorabile celui care a plătit sau, dimpotrivă, articol critic la adresa concurenței. În culpă nu sunt doar jurnaliștii, ci și specialiștii în comunicare comercială, deoarece conlucrează la păcălirea publicului. Aceste practici pot avea efectul bumerangului, adică publicul va pierde interesul față de materialele jurnalistice și va căuta informații în altă parte. Prin coruperea jurnaliștilor, relaționiștii vor contribui la pierderea credibilității instituțiilor de presă și a propriilor mesaje pe care le transmit prin intermediul jurnaliștilor (p. 201). După cum am menționat deja, volumul cuprinde o serie de studii de caz dintre cele mai variate, cum ar fi reflectarea în presă a cazului „Roșia Montană”, preluarea de către mass-media a informațiilor divulgate pe WikiLeaks, tentativa de cenzurare a unui film în Statele Unite ale Americii, despre relațiile „antagonice” dintre jurnaliști și specialiști în relații publice, despre publicitatea înșelătoare a companiilor de telefonie mobilă din România sau despre modificarea electronică a imaginilor în fotojurnalism și în comunicarea comercială. Partea bună este că aceste studii nu prezintă soluții, ci doar probleme de ordin etic și invită cititorul să reflecteze asupra situației.

În loc de concluzii

Volumul reprezintă de fapt un ghid de etică profesională în jurnalism, relații publice și publicitate, absolut necesar, care vine să completeze codurile deontologice, care nu conțin răspunsuri punctuale pentru cazuri concrete, și îi oferă posibilitatea specialistului în comunicare să depășească problemele etice cu care se confruntă, păstrându-și integritatea. Desigur, profesioniștii din țara noastră se confruntă cu dificultăți similare celor relatate în acest volum, doar că unele din ele sunt mai pronunțate, altele mai puțin reliefate, dar oricine este interesat de o carieră în domeniul comunicării publice - studenții, tinerii specialiști sau cei cu experiență, toți vor avea de învățat din această carte pe care o recomand cu multă convingere.

Ludmila LAZĂR,
doctor, conferențiar universitar, ULIM

Memoriu privind libertatea presei în R. Moldova 3 mai 2014 – 3 mai 2015

În perioada de referință mass-media din R. Moldova nu a evoluat, iar pe anumite segmente a involuat. Clasamentele internaționale au plasat țara noastră printre statele cu presă “parțial liberă”, la fel ca în ultimii ani. În această perioadă presa autohtonă a fost puternic marcată de două evenimente principale – semnarea Acordului de Asociere dintre R. Moldova și UE și alegerile parlamentare și alegerile bașcanului în autonomia găgăuză. Într-un an electoral, s-au accentuat problemele vechi: partizanatul politic al multor mass-medii influente care au favorizat sau au defavorizat anumiți concurenți electorali, neglijându-se astfel atâtea normele juridice, cât și cele ale deontologiei profesionale. Mass-media rămâne politizată excesiv, noii membri ai Consiliului Coordonator al Audiovizualului (CCA), ai Consiliilor de Observatori de la IPNA Compania ”Teleradio Moldova” și de la IPRA “Gagauziya Radio Televizionu” continuă să fie desemnați pe criterii politice, rămâne nesoluționată problema accesului limitat al jurnaliștilor acreditați la Parlament.

Pericolul concentrării mass- media în mâinile unor grupuri de politicieni

În anul 2014 au continuat demersurile publice ale societății civile pentru transparentizarea proprietăților mass-media, pledându-se, în acest sens, pentru adoptarea de către parlament a proiectului de lege nr. 240, cu privire la asigurarea transparenței proprietății mass-media. Sub presinui constante proiectul a ajuns pe agenda parlamentului și a fost votat în primă lectură pe 21 iulie, după un an de așteptare. Deși examinarea în lectura a doua ar fi trebuit să aibă loc, conform actelor normative, în cel mult 45 de zile de la adoptarea în primă lectură, deputații nu au votat proiectul nici până la expirarea mandatului lor la finele anului 2014. Noua componență a parlamentului a adoptat legea pe 5 martie 2015, dar fără un amendament important, prin care se interzicea înregistrarea companiilor în zonele off-shore. Fără acest amendament, transparența proprietăților mass-media nu va fi asigurată pe deplin.

Pericolul concentrării se poate extinde și în anul 2015, odată cu trecerea de la televiziunea analogică terestră la cea digitală terestră. Programul de tranziție la televiziunea digitală a fost votat de Guvern abia pe 22 aprilie 2015, deși R. Moldova s-a angajat să desfășoare procesul de tranziție până pe 17 iunie 2015. În aceste condiții, unii experți întrevăd riscul ca noile licențe



digitale să ajungă în mâinile aceluiași politicieni care dețin în prezent cele mai influente mass-medii. Situația s-ar putea agrava și mai mult dacă, din lipsa mijloacelor pecuniare, ar dispărea mai mulți radiodifuzori locali/regionali. Rămâne iminent pericolul de monopolizare a pieței audiovizualului și după tranziția la televiziunea digitală terestră.

Presa în campania electorală

Într-un an electoral, fenomenul politizării presei a depășit toate limitele. Așa cum au arătat monitorizările efectuate de Coaliția Civică pentru Alegeri Libere și Corecte, prin intermediul a trei organizații de media – CJI, API și APEL, dar și monitorizările efectuate de CCA și de către Misiunea Internațională de Observare a Alegerilor a OSCE/BIDD, majoritatea celor mai influente mass-medii, inclusiv radiodifuzorii naționali Prime TV, Publika TV, Canal 2 și Canal 3 a făcut partizanat politic, substituind jurnalismul cu propaganda. Reacția CCA la comportamentul inadecvat al unor radiodifuzori în campania electorală nu s-a soldat cu efectul scontat și din motivul imperfecțiunii cadrului juridic național de reglementare a domeniului audiovizualului.

Presiuni constante din partea factorului politic

Ca și în timpurile guvernării comuniste, în perioada de referință au existat tentative clare din partea politicienilor de a controla politic mass-media din R. Moldova. Atât prin implicarea în politicile editoriale ale instituțiilor de presă pe care le patronază,

cât și prin unele decizii pe care le-au luat în Guvern sau Parlament, aceștia au demonstrat că nu sunt pregătiți să respecte standardele europene în domeniul mass-media.

Un exemplu concret este tergiversarea de către Comisia parlamentară pentru mass-media, timp de mai bine de un an, a alegerii noilor membri ai Consiliului de Observatori al IPNA Compania «Teleradio-Moldova». Pe parcursul întregului an 2014, CO a fost nefuncțional, având doar 3 membri în loc de 9. La începutul lunii martie 2015, parlamentul a ales în sfârșit 4 membri ai CO, pentru cele 6 locuri vacante, dar a respins câțiva experți media care nu aveau acoperire politică. Cele patru locuri în CO au fost partajate politic între PLDM și PDM, partide aflate la guvernare. Societatea civilă este îngrijorată de faptul că celelate 2 locuri din CO, pentru care a fost anunțat un nou concurs, ar putea fi partajate pe același criteriu.

Un alt exemplu elocvent de neînțelegere de către actualii guvernanți a standardelor europene în domeniul mass-media este recenta inițiativă legislativă a deputaților PLDM și PDM privind modificarea Codului audiovizualului și a Legii cu privire la libertatea de exprimare. Deși autorii proiectului de lege declarau că și-au propus să asigure securitatea mediului informațional din R. Moldova, în realitate ei au atacat mai multe norme ce țin de libertatea presei și libertatea de exprimare. Proiectul a trezit un val de critici dure în mass-media și în societate. Autorilor proiectului li s-a reproșat că, sub paravanul luptei cu propaganda rusească, vor să limiteze libertatea de exprimare. Organizațiile de media au dezaprobat secretomania și graba de care au dat dovadă legiuitorii, prezentând în parlament inițiativa legislativă fără consultări prealabile cu societatea civilă și au solicitat să fie amânată examinarea proiectului de lege. "Constatăm cu maximă îngrijorare că noua inițiativă legislativă conține stipulări care, fiind adoptate, ar pune în mare pericol atât libertatea presei, cât și libertatea de exprimare", se menționează într-o declarație de presă a acestor organizații. Au provocat critici și alte prevederi din proiectul respectiv de lege, cum ar fi faptul că autorul informațiilor răspândite prin orice mijloc de informare în masă trebuie să fie individualizat și identificabil; necesitatea de a prezenta dovezi în programele audiovizuale în care sunt aduse acuzații unor persoane privind comportamente și fapte ilegale; obligația moderatorilor de programe audiovizuale de a solicita dreptul la replică al persoanelor vizate etc. Sub presiunea opiniei publice, proiectul de lege nu a fost supus votului în varianta inițială, iar politicienii au declarat că vor iniția dezbateri publice.

Limitarea accesului la informație

Perioada de referință a fost marcată de limitarea accesului la informație a jurnaliștilor acreditați la Parlament. Pe parcursul anului, a fost restricționat accesul reprezentanților presei la

ședințele plenare ale deputaților. Jurnaliștilor li s-a rezervat o sala mică, unde au fost instalate 2 monitoare, iar informația care ajunge pe monitoare este selectată și filtrată de către specialiști din parlament. Cerințele societății civile și ale breslei jurnalistice de a asigura condiții de muncă mai bune pentru jurnaliștii acreditați la Parlament au rămas fără răspuns din partea deputaților.

De notat că, anterior a existat și un proiect de lege, votat doar în primă lectură, prin care ședințele Guvernului nu vor mai fi transmise în regim on-line. Atunci, societatea civilă a învinuit Guvernul de tentativa de a reduce din transparența decizională. La inițiativa Centrului pentru Jurnalism Independent, un proiect de lege privind modificarea și completarea Legii privind accesul la informație (art. 15, 16) și a Codului Contravențional (art.71) a fost înregistrat la Parlament pe 27 iunie, de către un grup de deputați PLR. Proiectul prevedea reducerea termenului de prezentare a informației până la 10 zile și înăsprirea pedepselor pentru persoanele responsabile care încalcă legislația cu privire la accesul la informație. Proiectul însă nu a fost examinat de Parlamentul de legislatura a XIX-ea și a fost exclus din procedura legislativă.

În februarie 2015, Biroul permanent al Parlamentului a aprobat un nou regulament de acreditare a jurnaliștilor care conține prevederi restrictive ce ar putea îngreuna accesul unor instituții mass-media la informația din Parlament. Art. 5, de exemplu, stipulează că pot obține acreditarea doar instituțiile care au "o politică editorială independentă, echidistantă, garantând pluralismul de opinii", prevedere care lasă loc de interpretări.

Securitatea spațiului informațional

În perioada de referință s-a vorbit mult despre necesitatea securizării spațiului informațional, dar nu au fost adoptate decizii concrete în această privință. În luna iulie, CCA a sancționat Prime TV, TV7, RTR Moldova, Ren TV Moldova care retransmit posturi de televiziune din Federația Rusă și a decis suspendarea emisiei postului Rossia 24 pe teritoriul R. Moldova timp de 6 luni. Argumentele CCA au fost că posturile rusești utilizează instrumente de propagandă agresive, promovează și intensifică zvonuri neconfirmate, manipulează prin text și imagini, dezinformează și manipulează opinia publică referitor la evenimentele din Ucraina. Din păcate, măsurile CCA nu au avut efectul scontat, deoarece Rossia 24 a fost transmis în continuare în autonomia găgăuză și în alte regiuni ale țării. Societatea civilă din domeniu pledează pentru adoptarea unei legi privind securitatea spațiului informațional.

În septembrie 2014, Comisia parlamentară pentru mass-media a votat un proiect de lege, propus de deputații PLR, care prevedea interdicția de a difuza pe teritoriul R. Moldova pentru

radiodifuzorii care sprijină separatismul și transmit mesaje violente. Documentul nu a fost însă examinat în ședința plenară a parlamentului și a fost exclus din procedura legislativă a noului Parlament.

În lipsa unei legislații adecvate, războiul informațional s-a intensificat. Abia după ce s-a văzut impactul propagandei rusești asupra rezultatelor alegerilor din autonomia găgăuză, care ar putea să fie valabil și în cazul alegerilor locale generale din luna iunie, problema securizării spațiului informațional a revenit în actualitate. Există câteva proiecte de legi în acest sens, însă deocamdată acestea nu au fost examinate.

Mass-media din autonomia găgăuză și regiunea transnistreană

Criza administrativă de la Compania publică regională «Gagauziya Radio Televizionu», soldată cu mai multe procese de judecată, controlul politic asupra Consiliului de Observatori, au blocat activitatea radiodifuzorului public din regiune. Situația a fost influențată și de alegerile bașcanului autonomiei găgăuze, care s-au desfășurat în martie 2015.

La 4 noiembrie 2014, Adunarea Populară a Găgăuziei a adoptat proiectul de lege privind modificarea și completarea Legii UTA Găgăuzia nr. 66 cu privire la televiziune și radio, care conține mai multe prevederi ce contravin Constituției Republicii Moldova, Codului Audiovizualului, Legii privind statutul juridic special al Găgăuziei, Legii cu privire la libertatea de exprimare etc. Proiectul prevede trecerea în competența Comitetului executiv al Găgăuziei a eliberării licenței de emisie, licenței de utilizare și autorizației de retransmisie, precum și substituirea competențelor legale ale Consiliului Coordonator al Audiovizualului de supraveghere a respectării prevederilor legislației audiovizuale de către deținătorii de licențe de emisie și autorizații de retransmisie și sancționarea acestora în cazul încălcărilor. De asemenea, s-a propus modificarea procedurii de alegere și destituire a membrilor Consiliului de Observatori al radiodifuzorului public regional, și anume, cu votul majorității deputaților aleși. ONG-urile de media au cerut Adunării Populare să respingă acest proiect de lege. Cu toate acestea, el a fost votat, iar legea a fost promulgată în aceeași zi de către fostul bașcan Mihail Formuzal. Consiliul Coordonator al Audiovizualului a calificat acest act drept ilegal și a sesizat Președinția, Parlamentul, Guvernul, Procuratura Generală, Curtea Constituțională și Serviciul de Informații și Securitate. La moment, Cancelaria de Stat a contestat această lege în judecată.

În regiunea transnistreană a continuat degradarea situației privind libertatea de exprimare și a drepturilor omului. În august 2014, liderul de la Tiraspol Evgheni Șevciuk a emis

un decret prin care a obligat autoritățile publice, organizațiile și cetățenii de rând să înștiințeze comitetul de securitate al regiunii separatiste despre toate cazurile depistate în sisteme informaționale, inclusiv pe Internet, care pot fi calificate drept acțiuni sau informații extremiste. În martie, 2015, a fost arestat jurnalistul și activistul Serghei Ilcenco, căruia i s-a incriminat că ar fi postat în rețelele de socializare mesaje anonime cu îndemnuri la răsturnarea regimului de la Tiraspol. Surse din anturajul lui Ilcenco au infirmat acuzațiile și nu exclud că e vorba de un scenariu bine regizat împotriva activistului care în ultimul timp a adoptat o poziție critică tranșantă față de liderul regiunii Evgheni Șevciuk.

Agresarea verbală și fizică a jurnaliștilor

Nici în această perioadă nu au încetat acțiunile de intimidare a reprezentanților mass-media.

Pe 3 iunie jurnaliștii portalului de știri Gagauzinfo.md au fost scoși din sala de ședințe a Adunării Populare din UTA Găgăuzia și li s-a interzis să filmeze un scandal ce se iscase între deputați în timpul dezbaterilor. „Ne-au dat afară de acolo. Noi ne-am apropiat cu camera, am bătut la ușă, am deschis-o și am încercat să intrăm. A ieșit un consilier, ne-a împins, barându-ne accesul și chiar ne-a înjurat“, a povestit directorul portalului.

Pe 20 iunie a fost reținut pentru 72 de ore reporterul stagiar Vadim Ungureanu și a fost percheziționat sediul redacției portalului de știri Deschide.md. Redacția a calificat incidentul drept „o acțiune de răzbunare” din partea MAI, pentru faptul că portalul publicase mai multe investigații ce vizau acest minister.

Pe 21 iunie a fost agresat fizic activistul civic și militantul pentru drepturile omului Oleg Brega. În seara zilei, un grup de persoane mascate l-ar fi stropit cu spray în ochi și l-ar fi lovit cu picioarele, ulterior, jurnalistul având nevoie de îngrijiri medicale. Conform imaginilor video postate pe portalul Curaj.md, a doua zi, în dimineața de duminică, 22 iunie, Oleg Brega a fost insultat și agresat fizic de șoferul automobilului cu numere de înmatriculare RM P 007. Deranjat de faptul că activistul filma automobilul, șoferul a lovit camera de filmat și, respectiv, în Brega. Din imagini se vede cum, la scurt timp, în automobilul în cauză a urcat deputata PCRМ Maria Postoico.

Pe 25 august reporterul RISE Moldova Iurie Sanduța a fost amenințat de către Ruslan Siloci, a cărui companie apărea în investigația despre o schemă transnațională de spălare de bani în proporții deosebit de mari, publicată pe site-ul Rise.md. Iurie Sanduța a declarat că de pe numărul de telefon ce îi aparține lui Ruslan Siloci a fost amenințat pe un ton nervos: „Dacă nu ștergi poza și textul cu mine, ai să vezi tu...”. În investigație

era dezvăluită cea mai mare operațiune de spălare de bani din Europa de Est, în care au fost implicați un văr de-al lui Vladimir Putin, ofițeri FSB, firme rusești, companii offshore, bănci din Rusia, Letonia și Moldova, judecători moldoveni, agenți proxy și figuri importante ale lumii interlope.

Un alt caz de intimidare a jurnaliștilor a avut loc la Corjova, unde echipa Publika TV, care a asistat la ceremonia de început de an școlar de la gimnaziul din localitate, a fost agresată verbal de milițienii transnistreni. Cei aproximativ 20 de milițieni s-au arătat deranjați că au fost filmați și au vrut să confişte camera și materialul video.

În septembrie, Ziarul de Gardă a fost supus unui atac cibernetic. Reprezentanții companiei de hosting au fost nevoiți să suspende site-ul până la remedierea situației. Anterior, în aceeași lună, avusese loc un alt atac extern, după postarea articolului „Casa de lux și femeia din spatele ÎPS Vladimir”, când pagina web Zdg.md a fost blocată.

Pe 4 martie 2015 a fost agresată fizic reportera Jurnal TV Cătălina Roșca care se afla la Judecătoria Orhei, unde urma să fie examinat un dosar penal în care figura ca martor deputatul PDM Constantin Țuțu. După ședință, reportera a declarat că o persoană din anturajul deputatului Constantin Țuțu ar fi llovit-o cu pumnul în burtă, în momentul în care îi adresase o întrebare deputatului. Declarațiile au fost confirmate și de avocatul Roman Zadoinov, aflat în preajmă, însă Constantin Țuțu a infirmat acuzațiile. Cazul este investigat de Inspectoratul de Poliție din Orhei.

Recomandări

Guvernanții din R. Moldova ar trebui să conștientizeze pe deplin rolul important pe care îl are mass-media în construirea unui stat democratic și să trateze presa în conformitate cu standardele europene.

Pentru aceasta, recomandăm autorităților:

- să realizeze fără tergiversări prevederile incluse în Programul de activitate a Guvernului pentru perioada 2015-2018, referitoare la mass-media;
- să întreprindă măsuri concrete și eficiente care ar garanta că tranziția la televiziunea digitală terestră se va face în

beneficiul cetățenilor, și nu al celor care vor să monopolizeze domeniul audiovizualului;

- să adopte un nou Cod al audiovizualului, care ar exprima o viziune modernă, europeană în audiovizual;
- să asigure independența reală a Consiliului Coordonator al Audiovizualului și a Consiliilor de Observatori ale radiodifuzorilor publici, inclusiv prin aplicarea unor criterii de numire a membrilor în baza profesionalismului, și nu a reprezentativității politice;
- să renunțe la practicile înregistrate până acum de a influența politicile editoriale sau de a-și aservi instituțiile de presă, iar politicienii - patroni de media să nu trateze instituțiile de presă ca pe niște filiale de partid;
- să creeze condiții de muncă decente jurnaliștilor acreditați la Parlament și să permită accesul reprezentanților mass-media la ședințele în plen ale Parlamentului;
- să ajusteze legea privind accesul la informație la cerințele erei digitale și la practicile de guvernare electronică;
- să asigure securitatea spațiului informațional al R. Moldova prin mecanisme legale care nu ar afecta dreptul la libera exprimare și alte valori ale presei libere;
- să comunice eficient cu jurnaliștii și instituțiile mass-media, să reacționeze în timp util la semnalele care parvin de la cetățeni prin intermediul presei și să se autosesizeze de fiecare dată când sunt ridicate în presă probleme de interes public.

*Centrul pentru Jurnalism Independent
Asociația Presei Independente
Asociația Presei Electronice
Comitetul pentru Libertatea Presei
Uniunea Jurnaliștilor din Moldova
Centrul „Acces-info”
Asociația Telejurnaliștilor Independenți
Centrul de Investigații Jurnalistice
Centrul Tinerului Jurnalist din Moldova*

Sumar

LIBERTATEA PRESEI

1 Zilele Libertății Presei – în acest an cu un puternic mesaj anticorupție

PRESA ȘI STATUL

Ion TERGUȚĂ

3 TV digitală – miza de un miliard de lei. Pentru cine tac autoritățile?

LITERA LEGII

Olivia PÎRȚAC

6 De la Charlie Hebdo la discursul de ură astăzi în Moldova

Gheorghe BUDEANU

9 Scut și spadă pentru securizarea spațiului informațional autohton

ETICA PROFESIONALĂ

Nicolae NEGRU

11 Credibilitatea jurnalistului, o problemă personală

ANCHETE REPORTERICEȘTI

Alina RADU

13 Jurnalismul de investigație: cui îi trebuie? La ce folosește?

PRESA REGIONALĂ

Lucia BACALU-JARDAN

15 O muncă extenuantă, pe bani puțini

ÎNVĂȚĂMÂNTUL JURNALISTIC

Ion BUNDUCHI

17 Facultatea de jurnalism ca parte din șirul paradoxurilor vieții. Gânduri răslețe

OBSERVATOR

Aneta GROSU

20 Șase pași înapoi, într-un singur an de democrație

JURNALISMUL ONLINE

Vitalie COJOCARI

22 Drama site-urilor de știri

EXPERIENȚE

Valentina URSU

25 “Nu putem vorbi despre o societate liberă, în lipsa unei presei independente”

RECENZIE

Ludmila LAZĂR

28 Dileme etice ale comunicării publice

ANEXĂ

31 Memoriu privind libertatea presei în R. Moldova, 3 mai 2014 – 3 mai 2015

Centrul pentru Jurnalism Independent

ISSN 1857-00X

Directoare: Nadine GOGU

Opiniile exprimate în această publicație
nu reflectă neapărat punctul de vedere al CJII.

Au colaborat:

**Ion TERGUȚĂ, Olivia PÎRȚAC, Gheorghe BUDEANU, Nicolae NEGRU,
Alina RADU, Lucia BACALU-JARDAN, Ion BUNDUCHI, Aneta GROSU,
Vitalie COJOCARI, Valentina URSU, Ludmila LAZĂR.**

Redactor-șef:

Tatiana CORAI

Coordonatoare:

Victoria TATARU

Imagini:

Arhiva CJI

Machetare computerizată:

Ion PROFOR

Vă rugăm să trimiteți opiniile, sugestiile și ofertele Dvs. la adresa:

Centrul pentru Jurnalism Independent

Str. Șciusev, 53, MD 2012, Chișinău,

tel: (+373 22) 213652, 227539

fax: (+373 22) 226681

e-mail: info@ijc.md

http://www.media-azi.md

Materialele publicate la rubricile: “Presa și statul”, “Litera legii”, “Etica profesională”, “Jurnalismul de investigații”, “Învățământul jurnalistic”, “Presa regională”, “Observator”, “Jurnalismul online” au fost elaborate în cadrul proiectului “Campanii de advocacy pentru asigurarea transparenței proprietății media, a accesului la informație, promovarea valorilor și integrării europene”, implementat de CJI, care la rândul său face parte din proiectul „Parteneriate pentru o Societate Civilă Durabilă în Moldova”, implementat de FHI 360.

Elaborarea acestor materiale a fost posibilă datorită ajutorului generos al poporului american oferit prin intermediul Agenției SUA pentru Dezvoltare Internațională (USAID).

Opiniile exprimate în cadrul materialelor aparțin autorilor și nu reflectă în mod necesar poziția USAID sau Guvernului SUA.