

mass - media

Iunie 2018



în Moldova

Eforturi
internationale
Remarcabile
din R. Moldova
până cu aprilie 2018
de "consolidare"
protecție a martorilor
de trafic de ființe

SUMAR

LIBERTATEA PRESEI

MEDIA-azi.md

- 1 Marșul solidarității, ignorat de autorități
- 2 Jurnaliștii au indicat instituțiile cele mai închise față de presă. Președinția, prima în top

ETICĂ ȘI PROFESIONALISM

Aneta GONȚA

- 3 Modalități de combatere a știrilor false la nivel european și internațional
- Viorica ZAHARIA***
- 6 Gratificarea - fructul otrăvit al jurnaliștilor sau instrument firesc de PR

PRESA ÎN ALEGERI

Dorin SCOBIOALĂ

- 9 Acutizări audiovizuale de campanie

LITERA LEGII

Tatiana PUIU

- 12 Legea Presei: pro sau contra?

AUDIOVIZUALUL PUBLIC

Ion BUNDUCHI

- 14 Gagauziya Radio Televizionu (GRT) din nou în asediu politic

PRESA ȘI SOCIETATEA

Vitalie CĂLUGĂREANU

- 17 Criză de sinceritate. 1000 de euro și un geamantan

NEW MEDIA

Mariana TACU

- 19 Ce înseamnă pentru jurnaliști noul algoritm al Facebook și scandalul cu Cambridge Analytica

EXPERIENȚE

Tatiana CORAI

- 22 Victor Spînu, coautor al aplicației TROLLESS: „Internetul te ajută să evoluezi intelectual, dar tot el poate strica vieți și distruge țări”

RECENZIE

Cristina MOGÎLDEA-LEVA

- 25 „Fake News: A Roadmap”. O foaie de parcurs (și de meditat)

ANEXE

- 28 Memoriu privind libertatea presei în Republica Moldova

Marșul solidarității, ignorat de autorități



Zeci de jurnaliști și reprezentanți ai societății civile au participat, în data de 3 mai, la Marșul solidarității, organizat de Centrul pentru Jurnalism Independent, care a dat startul Zilelor Libertății Presei în Moldova. Manifestanții au mers la Parlament, Președinție, Guvern și Consiliul Coordonator al Audiovizualului (CCA) pentru a le înmâna Memoriul privind libertatea presei în Republica Moldova în perioada 3 mai 2017 – 3 mai 2018, în care au fost evidențiate problemele cu care se confruntă jurnaliștii. Întrucât conducerea de vârf a țării nu a ieșit la un dialog cu reprezentanții presei, la Parlament și Guvern documentul a fost lăsat în cutiile poștale ale instituțiilor, iar la Președinție și CCA documentul a fost preluat de unii reprezentanți ai instituțiilor.

În fața Parlamentului, manifestanții au scandat: *Libertate presei! Nu manipulării! Nu monopolizați presa!* și alte lozinci.

Directoarea executivă a Centrului pentru Jurnalism Independent, Nadine Gogu, a menționat: „Am așteptat ca domnul Andrian Candu, spicherul Parlamentului, să iasă în fața presei ca să putem discuta cel puțin o dată în an cu acest prilej al Libertății Presei. Din păcate, dumnealui nu a dorit să vorbească cu jurnaliștii și de aceea am lăsat Memoriul privind libertatea presei, care acoperă ultimul an, în cutia poștală a Parlamentului în speranța că o să ajungă la dumnealui, o să-l citească și, ulterior, autoritățile vor ține cont de recomandările care au fost făcute de mai multe organizații media”.

Marșul a continuat la Președinție, unde demonstrații au scandat lozinci despre stoparea propagandei ruse, manipulare, dezinformare și concentrare în mass-

media. De data aceasta, în fața manifestanților a ieșit o reprezentantă a instituției care a anunțat că șeful statului este plecat în teritoriu. Printre protestatari s-a numărat și fotojurnalistul Constantin Grigoriță, care de aproape un an nu este admis să participe la evenimentele organizate de președintele Igor Dodon. Constantin Grigoriță consideră că libertatea presei în Republica Moldova a început să degradeze în mod special din anul 2017, când s-au perfectat acreditările pentru jurnaliști, iar o parte din ei nici până în prezent nu au obținut permisele respective.

La Guvern, ca și la Parlament, participanții au fost nevoiți să depună documentul în cutia poștală, fără posibilitatea de a purta un dialog cu reprezentanții Executivului.

În fața sediului autorității de reglementare a audiovizualului, manifestanții au îndemnat CCA să nu servească „interesele mafiei”. Șefa Direcției Generale Licențiere, Autorizare și Monitorizare, Lia Guțu, și-a făcut apariția în fața jurnaliștilor. Aceasta a menționat că, cel mai probabil, membrii CCA își vor expune opinia pe marginea Memoriului la următoarea ședință a Consiliului.

Lilia Zaharia, reporteră specială la Asociația Presei Independente: „Pe noi, jurnaliștii, nu ne-a surprins aceasta ignoranță, pentru că o vedem deja de câțiva ani prin câteva metode de îngrijire a accesului la informație. Au încercat anul trecut să ascundă numele și prenumele persoanelor care sunt în instanță de judecată, instrumente care sunt foarte utile pentru jurnaliști. În ultimii ani avem o degradare intensă a presei din Moldova și din cauza acestei degradări au de suferit atât instituțiile de presă independente, cât și consumatorul, a cărui portavoce sunt jurnaliștii”.

Cornelia Cozonac, președinta Centrului de Investigații Jurnalistice: „Din păcate, situația presei, dacă e să o luăm în general, s-a înrăutățit. Pe de o parte, pentru că noi, jurnaliștii, nu putem să luptăm pentru libertatea noastră. Unii dintre noi acceptă să lucreze în presa de partid, monopolizată, care dezinformează, manipulează și nu-și

face munca profesionist. Guvernanții se simt tari, pentru că au presa lor și ei pot manipula cu jurnaliștii care le sunt obedienți, pot să neglijeze solicitările de informare ale jurnaliștilor, și asta este o mare problemă în ultimii ani. S-a înrăutățit accesul la informație”.

Jurnaliștii au indicat instituțiile cele mai închise față de presă. Președinția, prima în top

Președinția Republicii Moldova și Ministerul Sănătății, Muncii și Protecției Sociale au fost menționate de cele mai multe ori în răspunsurile a 23 de redacții, în cadrul unui sondaj privind instituțiile care încalcă cel mai des Legea privind accesul la informație. Sondajul a fost realizat de Centrul pentru Jurnalism Independent, redacțiile fiind îndemnate să numească trei instituții publice care fie nu au răspuns în termenul prevăzut de lege la solicitările lor de informație, fie au răspuns evaziv. Jurnaliștii au indicat și motivele invocate de structurile de stat.

Astfel, Președinția a fost numită de opt ori de către participanții la sondaj, iar Ministerul Sănătății, Muncii și Protecției Sociale - de șase ori. Locul trei în acest clasament i-a revenit Serviciului Fiscal de Stat (menționat de patru ori).

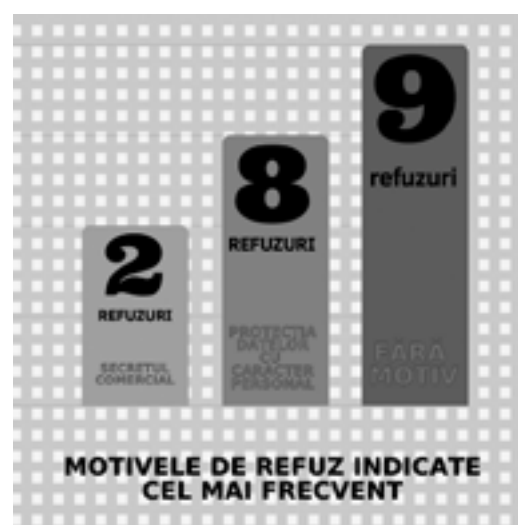
De trei ori au fost citați în sondaj Ministerul Educației, Culturii și Cercetării și Primăria municipiului Chișinău.

Cu câte două mențiuni s-au ales Ministerul Afacerilor Externe și Integrării Europene, Serviciul de Informații și Securitate, instanțele de judecată, Ministerul Justiției, Procuratura Generală, Cancelaria de Stat și Ministerul Economiei și Infrastructurii.

Cel mai des, autoritățile au invocat pretextul protecției datelor cu caracter personal (opt cazuri). În două cazuri de refuz s-a făcut trimitere la secretul comercial.

La întrebările din sondaj au răspuns: posturile TV8, Pro TV Chișinău, TVR Moldova, Radio Europa Liberă; ziarele Capital Market, Jurnal de Chișinău, Ziarul de Gardă, Observatorul de Nord, SP; portalurile Moldova Curată, RISE Moldova, Mold-street, NewsMaker, Crime Moldova, Sănătate INFO, Bizlaw, Unimedia, Agora, Deschide, Centrul de Investigații Jurnalistice, moldNova, Evenimentul Zilei și Gazeta de Sud.

MEDIA-azi.md



Modalități de combatere a știrilor false la nivel european și internațional

„Prevenirea și identificarea modului de acțiune a dezinformării necesită un proces profund și atent de discernământ. Trebuie să demascăm ceea ce se poate numi „tactica șarpelui”, folosită de cei care se deghizează pentru a lovi în orice moment și loc. Aceasta a fost strategia folosită de „șarpele viclean” din Cartea Genezei, care, la începutul omenirii, a creat prima știre falsă...”^[1]. (Papa Francisc, 24 ianuarie 2018).

Suveranul Pontif și-a dedicat discursul anual din 2018, rostit cu ocazia Zilei Mondiale a Comunicării Sociale, fenomenului știrilor false, despre care se discută mult în ultimii ani, dar care, ne amintește Papa, este vechi de când lumea. Spațiul virtual este acum mediul cel mai propice pentru răspândirea falsurilor, în virtutea libertății neîngrădite de care se bucură internetul. Cum omul este predispus la păcat, libertatea este utilizată și pentru a (re)confirma Geneza ființei umane. În același timp, alți oameni încearcă să îndrepte lucrurile, gândind și aplicând diverse strategii și acțiuni de combatere și demontare a falsurilor. Gradul de eficiență al acestor strategii este greu de cuantificat – or, acesta ar trebui să se măsoare, în primul rând, în volumul de falsuri depistate și ignorate de consumator. Cu toate acestea, este bine să știm că mai multe țări acționează în vederea combaterii fenomenului.

Astfel, în Marea Britanie, de exemplu, s-a mers atât pe abordarea științifică a problemei, cât și pe cea jurnalistică, ambele cu proiectare în practică. Astfel, cercetătorii de la Universitatea Cambridge au creat un joc numit *Bad News*^[2], menit să ajute publicul să detecteze știrile false și să le înțeleagă implicațiile. Participanții la joc se integrează printre utilizatorii virtuali și modifică adevărul în informațiile pe care le distribuie, încercând să-și păstreze credibilitatea. La rândul său, BBC, care a inclus în lista priorităților *Planului anual de lucru 2018-2019* lupta cu falsurile^[3], a lansat un joc interactiv online, numit *BBC iReporter*, care îi ajută pe copii și adolescenți să identifice

știrile false. Disponibil pe telefonul mobil, tabletă sau computer, jocul implică participanții într-un proces continuu de alegere a surselor de informare, iar în funcție de gradul de credibilitate al acestora cursul jocului este afectat^[4]. De asemenea, BBC organizează frecvent vizite ale jurnaliștilor în școli, pentru ca aceștia să le vorbească și să le explice tinerilor ce înseamnă și cum se pot proteja de știrile false. Managerii BBC consideră că mass-media publică are o responsabilitate sporită, aparte în procesul de combatere a știrilor false^[5]. În aceeași ordine de idei, la începutul anului 2018, Guvernul britanic anunța crearea unei unități speciale pentru a combate știrile false și pentru a încerca să descurajeze campaniile de dezinformare ale altor state^[6].

Germania, la rândul său, a adoptat la sfârșitul anului 2017 o lege^[7] care interzice diseminarea știrilor false și a discursului de ură în mediul online, iar amenziile pentru cei care nu șterg în decurs de 24 de ore conținutul interzis ajung până la 50 de milioane de euro. În Italia, Comisariatul Poliției a lansat pe site-ul instituției, în campania electorală din primăvara lui 2018, o rubrică intitulată *Segnala online fake news* (semnalează online o știre falsă), unde cetățenii puteau atenționa asupra publicării știrilor false, indicând sursa unde a fost publicată și datele de contact. După o analiză, polițiștii italieni anunțau petiționarul, dar și managerii platformelor online vizate, inclusiv rețelele de socializare unde a fost publicată/distribuită informația^[8]. Tot în Italia există o platformă online care demontează știrile false și dezinformările apărute în mass-media italiană^[9]. În Franța, președintele a propus și susține

[1] Discurs disponibil aici: https://w2.vatican.va/content/francesco/en/messages/communications/documents/papa-francesco_20180124_messaggio-comunicazioni-sociali.html

[2] Jocul este disponibil aici: <https://www.getbadnews.com/#intro>

[3] Planul este disponibil aici: http://www.bbc.co.uk/aboutthebbc/insidebbc/howwework/reports/annual_plan_2018

[4] Jocul este disponibil aici: <http://www.bbc.co.uk/news/resources/idt-8760dd58-84f9-4c98-ade2-590562670096>

[5] <http://mediacritica.md/ro/bbc-lansat-un-joc-interactiv-pentru-combaterea-fake-news/>

[6] <http://mediacritica.md/ro/marea-britanie-anunta-crearea-unei-unitati-speciale-pentru-combaterea-stirilor-false/>

[7] Text disponibil aici: <https://www.buzer.de/s1.htm?g=Netzwerkdurchsetzungsgesetz%20-%20NetzDG&f=1>; <https://www.theguardian.com/world/2018/jan/05/tough-new-german-law-puts-tech-firms-and-free-speech-in-spotlight>

[8] Lilia Zaharia. Italia: Segnala online Fake news!, disponibil pe: <http://mediacritica.md/ro/italia-segnala-online-fake-news/>

[9] <http://www.butac.it/>; Lilia Zaharia. Italia: Segnala online Fake news!, disponibil pe: <http://mediacritica.md/ro/italia-segnala-online-fake-news/>

adoptarea unei legi care să interzică difuzarea știrilor false în mediul online în perioada electorală și nu doar, iar cel mai recent sondaj de opinie realizat printre consumatorii francezi de informație arată că oamenii sunt favorabili atât adoptării unei legi anti-știri false (80%)^[10], cât și ideii de a constitui o autoritate publică independentă care să controleze informațiile distribuite pe internet^[11].

Și Uniunea Europeană, ca instituție supranațională, acordă o atenție deosebită în ultimii ani fenomenului știrilor false și dezinformării. După ce datele Eurobarometrului din noiembrie 2016 arătau că cetățenii europeni au din ce în ce mai puțină încredere în mass-media și pun la îndoială independența presei, în iunie 2017, Parlamentul European a adoptat o rezoluție^[12] prin care chema Comisia Europeană să analizeze în profunzime fenomenul *fake news*, inclusiv sub aspect legal și să verifice posibilitatea unei intervenții legislative pentru a limita diseminarea conținutului fals. Comisia a inclus inițiativa în programul de lucru pentru anul 2018^[13]. În noiembrie 2017, instituția a lansat o consultare publică^[14] privind știrile false și dezinformarea și a creat un Grup de Experți la Nivel Înalt, constituit din 39 de reprezentanți ai lumii academice, profesioniști din media tradițională și online, și organizații ale societății civile^[15]. La consultări au putut participa și cetățenii interesați de subiect, inclusiv cei din afara Uniunii Europene. În baza raportului Grupului de lucru, publicat în martie 2018 (care propune, printre altele, înlocuirea sintagmei „știri false” cu „dezinformare”), a datelor Eurobarometrului intitulat *Știrile false și dezinformarea online*, publicat în aprilie 2018, dar și a unui studiu realizat de Centrul Comun de Cercetare al Comisiei Europene^[16], instituția propune mai multe acțiuni pentru combaterea dezinformării și a știrilor false în mediul virtual. Printre acestea se numără:

- Un Cod comun de bune practici privind dezinformarea, care ar urma să fie elaborat, aprobat și publicat până în luna iulie 2018;
- O rețea europeană independentă de verificatori ai veridicității informațiilor;
- O platformă online europeană securizată privind dezinformarea, care să sprijine rețeaua de verificatori ai veridicității informațiilor;
- Îmbunătățirea educației în domeniul mass-mediei, inclusiv prin organizarea unei Săptămâni europene a educației mediatic;
- Promovarea jurnalismului de calitate prin publicarea informațiilor diversificate și pluraliste și altele^[17].

De asemenea, în perspectiva alegerilor pentru Parlamentul European din 2019, în februarie 2018, Comisia a inclus într-o listă generală de recomandări privind alegerile și pe cea care vizează „căutarea, pe baza experienței acumulate de statele membre, a celor mai bune practici în ceea ce privește identificarea, atenuarea și gestionarea riscurilor la adresa procesului electoral generate de atacuri cibernetice și de dezinformare”^[18]. Prin urmare, nu s-a ajuns la un consens în privința intervenției la nivel legislativ în procesul de combatere a fenomenului știrilor false, dar s-a convenit asupra unor măsuri comune la nivel comunitar.

O altă inițiativă comună aparține organizațiilor *Reporteri fără frontiere* (RSF), *Agenției France Presse* (AFP), *Uniunii Europene a Radiodifuzorilor* (EBU) și *Rețelei globale a editorilor* (GEN). Acestea au lansat recent o propunere de autoreglementare împotriva dezinformării numită *Inițiativa privind încrederea în jurnalism*. Autorii au inițiat un proces de consultare deschisă care vizează definirea standardelor înalte de calitate pentru jurnalism și identificarea/etichetarea instituțiilor de presă de calitate^[19]. De asemenea, mai multe țări practică verificarea faptelor prin intermediul unor portaluri care publică constant materiale de analiză, comentarii sau explicații privind anumite evenimente. Astfel de exemple sunt www.faktograf.hr în Croația, *Les Décodeurs* în Franța sau www.correctiv.org în Germania^[20].

[10] <https://francais.rt.com/france/47215-sondages-plus-plus-confiants-de-mocratie-francais-loi-anti-fake-news>

[11] *Les français et les fake news*. Disponibil aici: <https://www.bva-group.com/sondages/francais-fake-news/>

[12] 2016/2276(INI) *Online platforms and the digital single market*

[13] https://ec.europa.eu/commission/news/european-commission-adopts-2018-work-programme-2017-oct-24_en

[14] <https://ec.europa.eu/digital-single-market/en/news/public-consultation-fake-news-and-online-disinformation>

[15] <https://ec.europa.eu/digital-single-market/en/news/experts-appointed-high-level-group-fake-news-and-online-disinformation>

[16] Studiu disponibil aici: <https://ec.europa.eu/jrc/en/publication/eur-scientific-and-technical-research-reports/digital-transformation-news-media-and-rise-disinformation-and-fake-news>

[17] Comunicat de presă al CE din 28 aprilie 2018, disponibil aici: http://europa.eu/rapid/press-release_IP-18-3370_ro.htm

[18] <http://eur-lex.europa.eu/legal-content/RO/TXT/PDF/?uri=CELEX:32018H0234&qid=1524217766325&from=EN>

[19] <https://rsf.org/en/news/rsf-and-its-partners-unveil-journalism-trust-initiative-combat-disinformation>

[20] <http://faktograf.hr/2018/04/05/plenkovic-europska-unija-eu-euroskpticizam/>; <https://www.lemonde.fr/les-decodeurs/>; <https://correctiv.org/>

Tot în Germania a fost creată o echipă de jurnaliști numită *Faktenfinder*, care își concentrează atenția pe fenomenul dezinformării. Un alt exemplu este cel al Grupului RTL, care a creat o „echipă de verificare”, ce include operatori din diferite țări, plus un număr de organizații partenere. Această echipă este instruită pentru a verifica materialul video. De asemenea, membrii Grupului testează cu regularitate noile instrumente care ajută la identificarea videoclipurilor și a fotografiilor false. La nivel european mai funcționează platforma *CrossCheck*, inițiată de Franța, dar care colaborează cu parteneri din orice țară europeană interesată^[21], sau *RefugeeCheck*, care reunește echipe de „verificatori” informaționali din Germania, Franța, Italia, Spania și Marea Britanie și demontează subiectele false despre refugiații din UE^[22]. La nivel internațional, o platformă similară, numită *International Fact-Checking Network* și care a adoptat inclusiv un Cod de principii, semnat de cei mai mari verificatori din lume, este deschisă pentru colaborare^[23].

SUA, care s-au declarat în nenumărate rânduri victima primară a știrilor false, mizează în special pe educația mediatică, atribuind profesorilor un rol de bază în acest proces (un profesor din California a elaborat propria

versiune a jocului *Simon spune*, în care elevii au trei minute pentru a citi o știre și a decide dacă este adevărată sau falsă^[24]), dar și pe platforme de verificare a informațiilor, cum ar fi www.factcheck.org, www.politifact.com sau www.snopes.com. Nu în ultimul rând, Google a introdus în 2016 opțiunea de verificare în Google News, care permite editorilor evidențierea conținutului verificat. Ulterior, aplicația a fost extinsă și către Google Search.

În timp ce profesioniștii din întreaga lume caută soluții pentru eliminarea fenomenului nociv al știrilor false, Papa Francisc ne spune așa:

„Cele mai bune antidoturi față de falsuri nu sunt strategiile, ci oamenii: oamenii care nu sunt lacomi, dar gata să asculte, oamenii care fac eforturi pentru a se angaja într-un dialog sincer, astfel încât adevărul să poată ieși la iveală; oamenii care sunt atrași de bunătate și își asumă responsabilitatea pentru modul în care folosesc limbajul”^[25].

Sperăm însă că și strategiile, elaborate de oameni de bună-credință, vor contribui la responsabilizarea tuturor celor care folosesc limbajul.

Aneta GONȚA

[21] <https://crosscheck.firstdraftnews.org/france-fr/>

[22] <https://www.poynter.org/news/refugeecheck-europe-wide-fact-checking-initiative>

[23] <https://www.poynter.org/international-fact-checking-network-fact-checkers-code-principles>

[24] <https://www.npr.org/sections/ed/2017/02/16/514364210/5-ways-teachers-are-fighting-fake-news>

[25] Din discursul disponibil aici: https://w2.vatican.va/content/francesco/en/messages/communications/documents/papa-francesco_20180124_messaggio-comunicazioni-sociali.html

Gratificarea - fructul otrăvit al jurnaliștilor sau instrument firesc de PR

În toamna anului 2015 participam, împreună cu un grup de jurnaliști din Republica Moldova, la o conferință regională organizată la București. Aflând de pe Facebook că suntem acolo, un fost politician moldovean, acum om de afaceri în România, i-a scris unuia dintre noi că ne invită seara la o bere, ca între vechi cunoștințe, având în vedere că pe majoritatea ne cunoștea. Când ni s-a comunicat acest lucru, unii au început să se gândească, firesc, dacă au seara liberă. Directorul unui ziar de la noi a reacționat primul: „Dacă mergem, atunci să fie într-un local nu prea scump, ca să ne putem plăti fiecare berea. Că cine știe, într-o zi, omul se poate întoarce în politica de la noi...”

Întâmplarea a făcut ca peste exact trei luni, omul de afaceri respectiv să fie propus pentru funcția de prim-ministru al Republicii Moldova. I-a fost respinsă candidatura, dar cât evenimentele erau în desfășurare, presa îi scotocea prin biografie, se făcea profilul lui de integritate, se scria despre averile și afacerile candidatului. Bineînțeles, jurnaliștii care au stat la bere cu el nu aveau nicio piedică să scrie și lucruri care nu l-ar fi avantajat, dar, probabil, le-ar fi venit cumva peste mână să-i scoată în evidență păcatele dacă știau că odată acesta le-a plătit berea.

Ce am vrut să spun cu acest exemplu?

Atenția la detalii/factori care ar putea compromite jurnalistul și submina credibilitatea era atât de adânc „lipită” de ființa șefului de ziar, încât gândea în avans și își lua măsuri de protecție dinainte, poate uneori inutile. Desigur, statul la bere nu avea nicio legătură directă cu scrisul despre persoană, dar această situație se putea manifesta ulterior astfel:

1. Omul de afaceri, la vremea când avea interes (inclusiv când a fost propus în funcția de premier), își putea suna bunii cunoscuți să îi roage să mai înmoaie culorile atunci când vor scrie despre el.
2. Jurnaliștii își puteau face ei singuri autocenzură în virtutea bunelor relații.
3. Cineva ar fi putut să-i vadă împreună și să interpreteze tendențios întâlnirea. Chiar și dacă fiecare și-a plătit consumația, un consumator de presă mai exigent, care

are încredere și așteptări mari de la un anumit jurnalist, ar putea lua o astfel de reuniune drept ofensă sau lipsă de imparțialitate.

Într-un alt caz, am fost anunțată din redacție că CNI (Comisia Națională de Integritate) propune câtorva jurnaliști să meargă în România, în vizită la ANI de acolo, pentru a vedea cum funcționează și cum lucrează inspectorii de integritate. Colega mea, care a vorbit cu reprezentantul CNI, l-a întrebat pe loc: cine plătește deplasarea? Abia după ce i s-a spus că plecarea este finanțată de Programul Națiunilor Unite pentru Dezvoltare, care vrea să contribuie la îmbunătățirea abilităților jurnaliștilor și angajaților CNI de investigare a problemelor de integritate ale funcționarilor, a acceptat să mergem. Dacă plecam pe cheltuiala CNI, ce credibilitate mai aveam când scriam articole critice despre această instituție?

„Vaccinul” integrității

Ani de-a rândul, presei din Republica Moldova, începând cu facultatea și terminând cu comportamentul în interiorul redacțiilor, nu i-a fost aplicat „vaccinul” integrității. Reporterii, practic, nu știu că una e să bei o cafea la finalul unei conferințe de presă (unii pot să nu reziste fără să bea ceva timp de o oră) și alta e să accepți „atenții” generoase și permanente, deplasări plătite și hoteluri de lux. Și nu e vina presei noastre, care a devenit independentă peste noapte și a început să lucreze, brusc, după reguli noi. Nu se prea vorbea despre deontologie cu 20 de ani în urmă. Majoritatea dintre noi nu au învățat asta la facultate, am dibuit normele din mers, mai degrabă ghidându-ne după niște reguli de bun-simț și bună-credință. Situația nu a fost foarte diferită în România, care a trecut prin același sistem (totalitarism urmat de independență și presă liberă), unde au fost dezvoltate în ultimii ani mai multe cazuri de gratificare a jurnaliștilor.

Într-un caz, în anul 2007, compania Danone, afectată de un scandal legat de prezența unei substanțe toxice în produsele sale, a invitat un grup de jurnaliști să vadă procesele tehnologice din fabrică, iar la plecare le-a dat o pungă cu cadouri și un telefon mobil. Un singur jurnalist a returnat cadoul. Această situație – încercarea de a corupe jurnaliștii – a stârnit o oarecare vâlvă în presă. La

scurt timp, responsabilul pentru PR al companiei a fost concediat, dar nu se știe dacă există sau nu o legătură directă între acest caz și modul în care a fost gestionată „criza dioxinei”.

Acum, din fericire, jurnaliștii au toate resursele la îndemână ca să afle, dar și dezbateri publice pe aceste subiecte există. Offline-urile copioase, odinioară la modă printre politicieni și miniștri, au cam fost dezvoltate ca activități informaționale sterile și coruptoare de jurnaliști. Codul deontologic al jurnalistului din Republica Moldova conține prevederi referitoare la consumația și deplasările jurnaliștilor. De asemenea, codurile deontologice și alte resurse ce conțin bune practici ale mediei occidentale sunt și ele disponibile pe internet, așa că jurnaliștii au de unde se informa.

În majoritatea seturilor de norme de conduită valabile în marile redacții din lume, participarea jurnaliștilor la evenimente bogate, plătite de companii sau instituții despre care se scrie este condiționată strict de valoarea informativă a acestor evenimente. *„În procesul de colectare de știri, jurnalistul este de multe ori invitat la dejunuri, prânzuri sau cine. Atâta timp cât acestea sunt valoroase din punct de vedere informațional, o astfel de ospitalitate poate fi acceptată, dacă ea este în limite rezonabile. Noi nu acceptăm „chefuri” - evenimente care au o mică valoare sau nicio valoare pentru procesul de colectare a știrilor, cum ar fi o vacanță gratuită, o distracție seara sau un eveniment sportiv, pe cheltuiala unei surse. Acceptarea unei astfel de ospitalități, care nu are nicio valoare pentru procesul de adunare a informațiilor, poate fi văzută ca o încercare de a crea o obligație față de sursă”,* se spune, de exemplu, în *„Handbook of journalism” al Companiei Reuters*. În *BBC Editorial Guidelines* se menționează: *„Nu acceptăm în mod normal călătoriile plătite, cu excepția cazurilor în care acestea sunt singura cale de a acoperi un eveniment semnificativ, cum ar fi un zbor inaugural sau o operațiune militară”.*

Când relația dintre PR și jurnalism se transformă în corupere

Astfel, se prezumă din start că orice convenție cu sursa – vădită sau ascunsă – afectează independența jurnalistului: reporterul va fi mai loial față de orice reproș îi va fi adus sursei și va trata cu mai multă bunăvoință faptele care o vizează, întrucât se va simți oarecum dator să nu arunce cu pietre în cel care l-a ospătat sau i-a plătit, binevoitor, deplasarea. De aici și lipsa credibilității – reporterul va fi

văzut ca un „om al curții” care este plimbat și întreținut special ca să scrie frumos.

În majoritatea codurilor deontologice valabile în țările europene există mențiuni cu privire la gratificarea jurnaliștilor. Toate sunt axate pe noțiunea de credibilitate. Jurnalistul trebuie să refuze orice influență care ar afecta credibilitatea sa și a breslei:

„Jurnaliștii și editorii nu vor desfășura activități care ar putea pune sub semnul întrebării credibilitatea presei” – Codul deontologic al jurnaliștilor din Germania.

„Jurnalistul nu acceptă funcții, plăți, refuză facilități și cadouri care generează conflicte de interese în cadrul muncii sale și conduc la reducerea încrederii în jurnalist” – Codul deontologic al jurnaliștilor din Estonia.

„Jurnalistul nu are dreptul să accepte daruri, călătorii plătite, să plece în vacanțe plătite de altcineva și să accepte orice alte beneficii care ar putea afecta independența sa” – Codul deontologic al jurnaliștilor din Lituania.

Pe de altă parte, companiile de PR au agenda lor. O parte din munca specialiștilor în relații publice este anume de a atrage jurnaliștii de partea lor prin diferite metode, inclusiv prin organizarea tururilor de presă sau altor evenimente. *„Conlucrarea dintre jurnaliști și specialiștii în relații publice poate duce, atunci când gazetarii uită de principiile și obligațiile profesionale, la difuzarea către public a unor informații nefiltrate, ce pot fi partizane sau false. O răspundere în aceste cazuri o poartă și anumite organizații (instituții sau companii) ori persoane publice, care transformă uneori comunicarea cu jurnaliștii în adevărate tentative de corupere, însă principalii vinovați sunt jurnaliștii care le cedează”,* scriu Liana Ganea și Alexandru Brăduț Ulmanu într-o culegere de studii de caz din România.

Din fericire, în ultimul timp în Republica Moldova nu prea am auzit despre cazuri de corupere corporativă a jurnaliștilor, cu excepția celui care a generat un mare scandal, în luna februarie 2018, când o companie de PR a invitat un grup de jurnaliști la Istanbul, să viziteze clinica Medical Park, asupra căreia planau suspiciuni că ar înșela pacienții. Chiar și unii jurnaliști reputați au clacat la acest examen.

Obișnuiți cu presa din țările dezvoltate, unii autori străini notează expres în cărțile de PR că excesul îi poate

face suspicioși pe jurnaliști și astfel demersul se poate întoarce împotriva companiei. „*Se pot pune la dispoziție băuturi răcoritoare, dar nu în exces – reporterii pot deveni suspicioși dacă sunt îndulciți cu un bufet scump*”, scrie Jim Blythe în culegerea „100 de idei geniale de relații publice de la companii de top din întreaga lume”.

Din păcate, nici luxul hotelului, nici deplasarea plătită, nici cadourile oferite la final nu i-au făcut suspicioși pe jurnaliștii moldoveni care au plecat în Turcia. Dimpotrivă, majoritatea au încercat diferite mijloace să se disculpe, ceea ce i-a făcut să piardă și mai mult din credibilitate. În consecință, nu a avut de câștigat nici clinica, rămasă cu

reputația că a „cumpărat” jurnaliștii ca să-și spele imaginea, și nici redacțiile care au cedat ispitei de a vedea gratuit Istanbulul fără să se gândească dacă acest lucru le afectează sau nu independența și credibilitatea. În consecință, publicul a fost martor la manifestarea slăbiciunii puținilor jurnaliști independenți, care au făcut *aport* la prima chemare a unui comanditar bogat, iar breasla s-a ales cu încă o filă în catastiful „păcatelor” profesionale. În loc să facem un pas înainte și să ne construim, faptă cu faptă, credibilitatea, rămânem, deocamdată, la etapa acceptării favorurilor de la cei pe care ar trebui, cu adevărat, să îi tratăm critic și obiectiv.

Viorica ZAHARIA



Studenții Școlii de Studii Avansate în Jurnalism în vizită de documentare la PRO TV București. Emoții de neuitat alături de Mihai Dedu și alte vedete ale postului. Vizita este parte a programului de studii al ȘSAJ, se întâmplă pentru al treilea an consecutiv și are drept scop familiarizarea studenților cu felul în care funcționează presa dintr-o țară membră a Uniunii Europene.

Acutizări audiovizuale de campanie

Cine n-are televiziune – să-și cumpere

Ne-am obișnuit cumva și o luăm ca realitate faptul că orice televiziune în Republica Moldova este „a cuiva”, iar acel „cineva”, în majoritatea cazurilor, are o pronunțată afiliere politică. Altfel spus, televiziunile de la noi sunt de mult filiale de partid, ceea ce pune o puternică amprentă asupra principiului de selectare a subiectelor și a modului de abordare a lor. Acest lucru se manifestă prin a nu lipsi echipa de filmare de la nicio acțiune de binefacere a patronului (sau a soției acestuia), a da pe post orice eveniment (concert / hram / vizită de lucru / inaugurare / lansare...) la care a participat șeful de partid sau vreunul din deputații, miniștrii sau consilierii locali din dotare. Asta, ca să nu mai vorbim despre promovarea intensă a oricărei inițiative a partidului sau a realizărilor acestuia. Noțiuni ca „echidistanță”, „obiectivitate”, „imparțialitate” în audiovizualul moldovenesc sunt pe cale de dispariție și ar trebui înscrise în Cartea Roșie a presei.

Situația se agravează și mai mult în perioada campaniilor electorale, când televiziunile se radicalizează, transformându-se din instrumente propagandistice și de spălare a creierelor în arme împotriva concurenților. Nu trebuie să fii un mare expert media pentru a observa cât de murdar, iar uneori și josnic, s-a „jucat” în campania pentru alegerile locale noi din Chișinău și Bălți.

În cazul televiziunilor controlate de Partidul Socialiștilor – NTV Moldova și Exclusiv TV –, care retransmit posturile rusești NTV și, respectiv, TNT, precum și Accent TV, lucrurile au fost oarecum previzibile – îl laudăm pe candidatul nostru, Ion Ceban, și îi criticăm pe toți ceilalți în turul întâi, îl laudăm pe Ion Ceban și îl criticăm pe Andrei Năstase în turul al doilea. O abordare asemănătoare a manifestat și Jurnal TV, care l-a favorizat pe Andrei Năstase în comparație cu ceilalți concurenți.

Pluralismul corului

Un adevărat studiu de caz merită să devină comportamentul celui mai mare conglomerat de televiziuni din Moldova, care reunește sub același acoperiș și același punct unic de comandă patru televiziuni cu acoperire națională (plus două mai mici). Cu toate că Partidul Democrat oficial nu și-a înaintat candidații proprii nici pentru primăria capitalei, nici pentru cea de la Bălți (ciudată strategie pentru un partid de guvernământ, nu-i așa?), timp de

câteva luni, televiziunile care îi aparțin președintelui PD și-au dedicat emisia aproape în exclusivitate promovării unui candidat „independent” – Silvia Radu. Pofțiți Silvia Radu în rol de supermamă la o emisiune de la o televiziune, pofțiți Silvia Radu povestindu-vă despre vasta ei experiență managerială într-o altă emisiune, de la o televiziune geamănă, iat-o pe Silvia Radu invitată la un matinal la a treia televiziune... Jurnalele de știri de la TOATE canalele cu cifre și de la cel cu litera „k” începeau cu două-trei subiecte (uneori chiar în regim de LIVE) despre ce isprăvi a mai făcut primărița interimară și se terminau cu evenimente aparent apolitice – un concurs de echitație, un concert, o expoziție, la care neapărat era prezentă Silvia Radu. Chiar și după ce fosta șefă de la Fenosa a trebuit să-și suspende activitatea de la Primărie pe durata campaniei electorale și i-a predat interimatul lui Ruslan Codreanu, televiziunile de curte găseau sau inventau motive pentru a genera zilnic știri care să o aibă ca protagonistă pe candidata „independentă”: Silvia Radu a dat un interviu din cabina unui tractor; Silvia Radu a postat pe Facebook poze despre cum a gătit azi micul dejun pentru familia sa; a fost instalat un semafor într-o intersecție, realizându-se astfel indicația Silviei Radu de o lună în urmă, când ea încă deținea funcția de primar interimar; niște pictori desenau un covor național pe un zid – Silvia Radu a trecut pe acolo și a dat și ea de două ori cu peria... În același timp, activitățile de campanie ale celorlalți concurenți electorali erau de cele mai multe ori ignorate de televiziunile holdingului. Cu o singură excepție... Doar că, dacă în cazul Silviei Radu (în mod miraculos și inexplicabil) cei de la GMG găseau doar motive de laudă, în cazul lui Andrei Năstase lucrurile stăteau exact invers. La niciuna din cele patru televiziuni, despre candidatul comun PPDA, PAS și PLDM nu s-a vorbit în context pozitiv. De fiecare dată invocarea numelui lui Andrei Năstase era însoțită de calificative ca „finul de cununie al penalului fugar Victor Țopa” și de informația despre faptul că în ultimii doi ani candidatul nu ar fi declarat niciun fel de venituri și că ar trăi din salariul soției și alocațiile copiilor, care locuiesc în Germania. În lupta contra celui pe care patronul lor îl consideră dușman, angajații acelor televiziuni (pentru că „jurnaliști” nu pot să le spun) au încălcat de multe ori nu doar normele eticii profesionale, dar și pe cele morale și ale bunului-simț. S-au făcut știri care să-l pună în lumină proastă pe Năstase, s-a dat pe post interceptarea unei conversații telefonice a candidatului cu mama sa, s-au fluturat din nou imagini de la protestele din vara

anului trecut, cu pantalonii uzi de transpirație ai liderului PPDA. În turul al doilea, după ce Silvia Radu a dispărut din lista de candidați, televiziunile holdingului au început să-l promoveze deschis pe Ion Ceban. Niciun jurnal de la niciun post controlat de PD nu se trecea fără știri de genul „Ion Ceban a promis că își va da demisia în cazul în care va fi ales primar. Andrei Năstase însă a refuzat să-i răspundă reporterului nostru dacă va face același lucru”, ilustrate cu imagini cu o tânără angajată, care-i băga ostentativ microfonul sub nas celui din urmă. Așazisele „dezbateri” publice, inițiate de Ceban și refuzul lui Năstase de a participa la acestea (de parcă se aștepta cineva de la un candidat să-l lase pe concurentul său să-i facă agenda), au fost și ele pe larg reflectate, dar mai ales – comentate de televiziunile de curte ale democrațiilor. Până și anunțul despre victoria lui Andrei Năstase a fost făcut în tradiționalul stil GMG – o singură propoziție despre rezultatul scrutinului, restul – despre veniturile, casele, mașinile sau mama noului primar.

Pe baricade

Jurnal TV, care, așa cum spuneam, l-a susținut „pe față” pe Andrei Năstase, s-a simțit obligat să contraatace, publicând în plină campanie un raport al Curții de Conturi trimis ANRE-ului despre gravele delapidări financiare la Gas Natural Fenosa din perioada când compania era condusă de Silvia Radu, dar și informații despre salariul inimaginabil pentru majoritatea moldovenilor, de peste 400 de mii de lei pe lună, ridicat de aceasta pe parcursul mai multor ani. Nu o singură dată, relatările despre candidata „independentă” la Jurnal TV au fost însoțite de calificative răutăcioase și chiar jignitoare, aceasta fiind prezentată doar sub aspect negativ. Toate emisiunile postului – de la cele informative și analitice până la cele umoristice – au promovat același mesaj. Apropo, se pare că forța satirei politice a fost descoperită și de celelalte două tabere „beligerante”: atât holdingul socialiștilor, cât și cel al democrațiilor au lansat înainte de alegeri programe distractive cu conotație politică, prin care își iau în derădere oponentii. Tot așa, pentru a-și extinde aria de acoperire și de persuasiune a mesajului, și unii, și alții au lansat jurnale de știri la posturile rusești de divertisment, apolitice prin concept, pe care le controlează – TNT și, respectiv, STS.

La dezbateri și în afara lor

Televiziunile care au organizat dezbateri electorale – PRO TV, TV 8 și Moldova 1 – prin regulamentul acestora le-au acordat timpi de antenă egali concurenților, iar în cadrul

unor grupaje din jurnalele de știri au reflectat zilnic evenimentele din programele de campanie ale tuturor candidaților. În același timp, unele posturi, care oficial nu au avut emisiuni dedicate alegerilor (cum sunt TVC 21 sau RTR Moldova), pe perioada campaniei i-au avut ca invitați în studio pe unii dintre concurenții electorali, iar pe alții i-au ignorat, încălcând prin aceasta principiul proporționalității accesului candidaților la emisie. Cu alte cuvinte, toți concurenții sunt *egali*, doar că unii sunt *mai egali* decât alții.

Socoteala de la sondaj cu cea de la urne

Pe măsură ce se apropia primul tur al alegerilor, în spațiul public au fost lansate mai multe sondaje de opinie, realizate de instituții diferite, dar care (toate ca unul) arătau că în turul doi au șanse să intre doi candidați – Ion Ceban și Silvia Radu. Publicarea fiecărui sondaj era pe larg reflectată la știri de televiziunile trustului GMG și era urmată de emisiuni, în care „experți” de serviciu își dădeau cu părerea despre cât de firești și explicabile sunt rezultatele chestionării, despre cât de bună ar fi Silvia Radu ca primar și despre cum potențialii votanți ai lui Andrei Năstase ar trebui să abandoneze orice speranță de a-și vedea candidatul în turul al doilea. Paradoxal (sau nu), chiar dacă nimeni nu contesta faptul că Ion Ceban pornea cu prima șansă în turul al doilea și, în mod corespunzător, devenea automat contracandidatul Silviei Radu, potrivit scenariului descris și promovat de GBC, atacurile la adresa candidatului PSRM din partea trustului au fost aproape inexistente. Pentru că și la Bălți democrații și socialiștii aveau un dușman comun, în infinitul șir de reportaje despre cât de proastă e situația acolo și cât de mult s-au săturat bălțenii de echipa lui Renato Usatâi, la unison cu NTV Moldova, televiziunile de curte ale PD au dat chiar o știre despre cum aripa tânără a PSRM a plantat lalele în gropile de pe străzile capitalei de nord. Rezultatele primului tur al alegerilor – Nicolae Grigorișin, ales cu 62% la Bălți, și Andrei Năstase în turul doi la Chișinău – i-au făcut pe „experți” să ia apă în gură pentru câteva zile, ei neștiind cum să argumenteze eșecul lamentabil al previziunilor lor.

Poate și dacă...

Cu fiecare an ce trece și cu fiecare campanie electorală pe care o parcurgem, prestația televiziunilor din Republica Moldova ne lasă un gust tot mai amar. Majoritatea mogulilor au investit milioane în imperiile lor mediatice nu doar și nu în primul rând ca într-o afacere aducătoare de profit. În mâinile lor, din sursă de informare, televiziunea

s-a transformat în instrument de promovare a propriilor lor interese și în armă de distrugere a concurenților. Știrea cu cei 30 de mii de sirieni, răspândită pe larg de cei care declarativ o susțineau pe Maia Sandu la alegerile prezidențiale, este poate cel mai relevant exemplu. Se acționează mârșav, ticălos, cu lovituri sub centură și fără rețineri de ordin moral. Cel mai grav este că, în această bătălie dintre mai-marii politicului, pe post de carne de tun sunt înregimentați oameni a căror profesie cândva a fost cea de jurnalist. Nu întotdeauna merită judecați pentru mizeriile pe care sunt nevoiți să le sonorizeze contra soldei primite de la patron. În condițiile unei piețe monopolizate, în care 80% din televiziuni sunt controlate politic, alternativele nu sunt multe – accepți umil regulile jocului și te „prostituezi” pentru a-ți întreține familia, aplicându-ți cunoștințele și abilitățile profesionale ca arme într-un război care nu este al tău, sau îți cauți un job într-un alt domeniu, care să nu-ți ceară să faci compromisuri cu propria ta conștiință. Există și varianta de a te angaja într-o instituție media cu o politică redacțională cât mai apropiată de propriile tale convingeri și valori, însă independenții de la noi supraviețuiesc cu greu din cauza aceleiași monopolizări a pieței. Ei nu-și pot permite să concureze cu giganzii afiliați politic nici

la capitolul investiții, nici la capitolul salarii. Chiar dacă, îngrețoșați de murdăria în care se bălăcesc zilnic, mâine și-ar da demisia câteva sute de angajați ai televiziunilor de partid, instituțiile media apolitice nu ar avea capacitatea de absorbție pentru a le oferi locuri de muncă cu salarii nici la jumătate din cât primesc acești oameni azi. Este un cerc vicios, ieșirea din care va fi dificilă, dureroasă și va cere sacrificii. Deocamdată însă, mercenarii de azi, care își expun numele și reputația în schimbul unor beneficii, acceptând să semneze texte de care le e rușine și în fața propriilor familii, sunt încurajați de numeroasele exemple ale înaintașilor, care de-a lungul carierei au reușit să schimbe mai mulți stăpâni decât pantofi și care, cu toate acestea, sunt în continuare solicitați. Am ajuns să avem televiziuni în care niciunui din cei pe care-i vezi pe post nu ți se întoarce limba să-i spui „jurnalist”. Cunosc însă și jurnaliști care își practică meseria în alte moduri sau chiar au preferat să-și schimbe profesia, decât să accepte să fie parte a jocurilor murdare, ascunse în spatele ecranelor. Și asta îmi dă speranța că poate-poate, cândva, odată, în Republica Moldova cuvântul „televiziune” nu va mai fi neapărat sinonim cu partizanat politic, linșaj mediatic, minciună și manipulare.

Dorin SCOBIOALĂ

Legea Presei: pro sau contra?

Republica Moldova și-a confirmat adeziunea la principiile libertății de exprimare consemnate în mai multe documente regionale și internaționale, printre care se numără Declarația Universală a Drepturilor Omului și Convenția Europeană a Drepturilor Omului și a Libertăților Fundamentale. Iar după declararea independenței și garantarea în Constituție a libertății opiniei și a exprimării, în anul 1994, Parlamentul a adoptat Legea Presei. În perioada imediat post-sovietică, acest act normativ era de o importanță majoră pentru procesul demonopolizării presei, pentru crearea modului de organizare a publicațiilor periodice și agențiilor de presă (audiovizualul a fost reglementat printr-o lege separată), consacrarea drepturilor și obligațiilor jurnalistului și condițiile acreditării jurnaliștilor străini în Republica Moldova.

Totuși, Legea Presei a fost criticată des și insistent. La începutul anilor 2000, un grup de experți autohtoni au pledat pentru abrogarea imediată a acesteia. Principalele raționamente constau în faptul că libertatea pleneră a presei va exista doar atunci când vor lipsi asemenea legi, iar în foarte multe țări, inclusiv în România, nu există legi pentru presa scrisă. În țările democratice este ceva obișnuit ca doar audiovizualul să fie reglementat prin legi speciale. Pentru toate celelalte tipuri de presă sunt suficiente prevederile generale ale legislației: drepturile și obligațiile de bază sunt prevăzute de Constituție, iar aspectele economice sunt cuprinse în Codul civil și alte legi care se aplică în mod egal tuturor subiecților economici^[1]. Să ne amintim de controversata tentativă de adoptare a Legii Presei în Ungaria, care a stârnit valuri de proteste în întregul bloc comunitar.

Multiple prevederi sunt învechite și inadecvate

Legea Presei conține reglementări generale a instituției defăimării, iar libertatea de exprimare era interpretată excesiv de formalist și interpretativ. În consecință, până în anul 2010 Curtea Europeană a Drepturilor Omului a constatat mai mult de zece cazuri de violare de către autoritățile naționale a dreptului la libertatea de exprimare garantat de articolul 10 al Convenției Europene a Drepturilor Omului. Ca urmare a acestor hotărâri, împotriva Republicii Moldova, precum și în scopul reducerii semnificative a posibilității încălcării dreptului

la libera exprimare în cazurile de defăimare și violare a vieții private, în anul 2010 legiuitorul a adoptat Legea cu privire la libertatea de exprimare.

Legea cu privire la libertatea de exprimare conține, pe de o parte, prevederi ce se referă la întinderea dreptului la libera exprimare (conținutul și principiile libertății de exprimare conform Standardelor Consiliului Europei), aspecte specifice ale libertății de exprimare a mass-media, interdicția cenzurii, libertatea de a critica statul și autoritățile publice, efectele prezumției nevinovăției în raport cu libertatea de exprimare, protecția surselor de informare, iar pe de altă parte, conține prevederi specifice de procedură, care necesită a fi respectate la examinarea cauzelor privind defăimarea și apărarea vieții private și de familie. Odată cu adoptarea acestei legi organice, anumite prevederi din Legea Presei au căzut în desuetudine. Raționamentul menținerii în vigoare a Legii Presei pentru motivul reglementării drepturilor și obligațiilor jurnalistului nu este justificat, deoarece garanțiile de exercitare a libertății de exprimare a mass-media și a jurnalistului sunt prevăzute expres în Legea privind libertatea de exprimare și Codul deontologic al jurnalistului.

Celelalte prevederi din Legea Presei se regăsesc în alte acte normative din domeniul mass-media care au fost adoptate de Legislativ ulterior și adaptate standardelor internaționale. Deși prevederile Legii Presei privind acreditarea jurnaliștilor, inclusiv a celor străini, sunt evazive și discreționare pentru autorități în adoptarea propriilor regulamente, considerăm totuși că asemenea reguli de acreditare trebuie să fie reglementate prin lege. În cazul abrogării Legii Presei, asemenea prevederi ar putea fi incluse în Legea privind accesul la informație. Prevederi privind obligativitatea păstrării materialelor de către redacțiile ziarelor pot fi prevăzute în Legea privind Fondul Arhivistic al Republicii Moldova. Iar obligativitatea publicării datelor de referință a publicației periodice pot fi transpuse în Legea privind libertatea de exprimare.

Reglementările privind înregistrarea publicațiilor periodice și a agențiilor de presă

În art. 2, Legea Presei stabilește că redacțiile publicațiilor periodice și agențiile de presă sunt persoane juridice și își desfășoară activitatea în conformitate cu legislația în

[1] Olivia Pirțac „Abrogarea Legii Presei: avantaje și pericole”, Revista *Mass-media în Republica Moldova*, iunie 2012, pag. 5

vigoare și cu statutul lor. Codul civil al Republicii Moldova în varianta actuală (adoptat după opt ani de la intrarea în vigoare a Legii Presei) nu încadrează agențiile de presă și publicațiile periodice în forma de constituire a persoanei juridice. Asemenea forme organizatorico-juridice nu mai sunt justificate în condițiile reglementărilor legale și practicilor existente de constituire a instituțiilor mass-media. Din punct de vedere economic, „viabilitatea” unei entități de presă este asigurată din spațiul publicitar vândut și din contractele cu distribuitorii. De aceea, majoritatea entităților media aleg să se constituie ca persoană juridică de drept privat în una din formele prevăzute de lege (cel mai des, se înregistrează ca societate cu răspundere limitată) și, respectiv, să se înregistreze în condițiile Legii privind înregistrarea de stat a persoanelor juridice și a întreprinzătorilor individuali și ale art. 55-67 ale Codului civil. Obiectul sau genul de activitate al entității media în astfel de cazuri este indicat ca fiind „*Activități ale agențiilor de știri*”, conform Clasificatorului Activităților din Economia Moldovei. Considerăm că acest Clasificator urmează a fi completat cu obiectul de activitate „*Activități ale agențiilor de știri și ale publicațiilor periodice*”, având în vedere faptul că și Legea privind deetizarea publicațiilor periodice consacră semnificația publicației periodice drept *ziar, revistă, almanah, buletin sau altă publicație, având o denumire permanentă și care apare de două sau de mai multe ori pe parcursul unui an.*

Reglementările privind înregistrarea publicațiilor periodice și a agențiilor de presă sunt excesive și restrictive și nu corespund normelor Codului civil privind înregistrarea și constituirea persoanei juridice. Or, raționamentul păstrării competenței Ministerului Justiției de a ține Registrul publicațiilor periodice este justificat doar în cazul publicațiilor deja înregistrate ca atare și care sunt în minoritate. Este inoportună crearea unei persoane juridice separate, special pentru activitatea de presă, așa cum prevede, în mod absurd, art. 2 al Legii Presei.

Mai mult, prevederile din legea discutată, potrivit cărora un cetățean străin nu poate deține decât până la 49% din capitalul statutar al unei publicații și în niciun caz nu poate fi redactor-șef sunt extrem de restrictive, discriminatorii și contravin Legii cu privire la investițiile în activitatea de întreprinzător, care garantează în art. 6 că în Republica Moldova investițiile nu pot fi supuse discriminării în funcție de cetățenie, domiciliu, reședință, loc de înregistrare sau de activitate, stat de origine al investitorului sau al investiției sau din orice alt motiv. Iar investitorilor li se acordă condiții echitabile și egale de

activitate, care exclud aplicarea de măsuri discriminatorii ce ar putea împiedica dirijarea, operarea, întreținerea, folosirea, fructificarea, achiziționarea, extinderea sau dispunerea investițiilor.

Reglementare sau autoreglementare a activității presei?

Rezoluția 1003 (1993) a Adunării Parlamentare a Consiliului Europei cu privire la etica jurnalistică^[2], la punctul 1 stipulează că, în afara drepturilor și îndatoririlor juridice stipulate în legislația în vigoare, mijloacele de informare își asumă în fața cetățenilor și a societății o responsabilitate morală de care trebuie să se țină cont astăzi, când informația și comunicarea au o importanță atât de mare pentru dezvoltarea personalității cetățenilor, precum și pentru evoluția societății și a vieții democratice. Rezoluția privind etica jurnalistică enumeră principiile obligatorii pentru mass-media și prevede crearea mecanismelor de autocontrol formate din profesioniștii de media, care să supravegheze punerea în aplicare a normelor deontologice, precum și să elaboreze rezoluții referitoare la respectarea preceptelor deontologice.

În Republica Moldova, structura națională de autoreglementare a activității instituțiilor mass-media este Consiliul de Presă, fondat la data de 1 octombrie 2009 de către șase organizații care activează în domeniul mass-media. Consiliul examinează plângerile care se referă la activitatea editorială a jurnaliștilor, având drept obiectiv sporirea responsabilității instituțiilor mass-media față de consumatorii de informații, prin promovarea respectării standardelor profesionale și a deontologiei jurnaliste.

Legislația Republicii Moldova privind mass-media este în proces de continuă îmbunătățire. În pofida existenței unui număr de norme nearmonizate cu standardele europene, acest fapt nu reprezintă un criteriu determinant pentru subminarea libertății presei. Există și reglementări suficiente în alte acte normative (Legea privind libertatea de exprimare, Codul audiovizualului, legile antidiscriminare etc.) pentru a „sanționa” presa pentru diseminarea unei informații defăimătoare sau încălcarea vieții private. De aceea, libertatea plinară a presei va exista doar atunci când vor dispărea reglementările legale ale activității acesteia și ale profesiei de jurnalist, iar autoreglementarea va fi consolidată la propriu.

Tatiana PUIU

[2] [http://consiliuldepresa.md/upload/Rezolutia_1003__\(1993\)__a_APCE_cu_privire_la_etica_jurnalistica.pdf](http://consiliuldepresa.md/upload/Rezolutia_1003__(1993)__a_APCE_cu_privire_la_etica_jurnalistica.pdf)

Gagauziya Radio Televizionu (GRT) din nou în asediu politic

Potrivit Codului audiovizualului adoptat în anul 2006, GRT are statut de radiodifuzor public regional. O definiție a radiodifuzorului public: **finanțat de public**, în serviciul publicului, **controlat de public**. GRT, în realitate: finanțat **din buget**; încearcă, disperat, să fie în serviciul publicului; controlat **politic**.

Politicienii, indiferent de culoare, epocă sau reședință, la Comrat sau la Chișinău, în dorința patologică de a controla radiodifuzorul public, pun în aplicare același scenariu primitiv: schimbarea administrației. Diferența ar fi că politicienii de la Comrat „întârzie” cu vreo zece ani față de cei de la Chișinău.

Hățișuri legislative: experiență națională

În 1995, Parlamentul adoptă Legea audiovizualului, având în text și două prevederi în materie de audiovizual public: art. 1 dădea definiția instituției publice a audiovizualului, iar art. 7 preciza: „Compania de Stat „Teleradio-Moldova” este instituția publică a audiovizualului”. Interpretarea confuză (instituția de stat era echivalentă cu cea publică), precum și lipsa unor coordonate legale clare de constituire a unui asemenea tip de audiovizual au anulat influența legii asupra procesului de validare a ideii și a practicii audiovizualului public pe teren autohton^[1].

În perioada 1997-2001, Parlamentul a adoptat o hotărâre și șase legi^[2] prin care a fost modificată, completată sau interpretată Legea audiovizualului. Actele respective, în esență, au urmărit un singur scop: puterea să dețină un control absolut asupra audiovizualului public. De la distanța zilei de azi putem observa că modificările la Legea audiovizualului au fost operate ori de câte ori radiodifuzorul public sau Consiliul Coordonator al Audiovizualului (CCA) încercau să iasă de sub controlul politic.

Primele modificări, de facto, au legitimat ingerințele Legislativului în activitatea „Teleradio-Moldova”. Drept rezultat, timp de câțiva ani – demisii în lanț a managerilor

de la „Teleradio-Moldova”, încât niciunul nu și-a dus mandatul până la capăt.

Când situația a devenit critică, Adunarea Parlamentară a Consiliului Europei, în urma unor dezbateri ample, a adoptat Rezoluția 1280 (2002) privind funcționarea instituțiilor democratice în Moldova. Art. 10 (10) al Rezoluției stipula necesitatea revizuirii Legii audiovizualului și schimbarea statutului Companiei „Teleradio-Moldova” în instituție publică a audiovizualului.

Întru executarea Rezoluției, în Parlament au fost depuse două proiecte de legi privind instituția publică a audiovizualului: unul – de către opoziția parlamentară și societatea civilă, altul – de către președintele țării. Ambele proiecte au fost expertizate de Consiliul Europei. Primul a obținut 9 puncte din 10, proiectul șefului statului – 1 punct. În iulie 2002, Parlamentul a adoptat proiectul legii propus de șeful statului.

Încercările de a implementa prevederile noii legi au eșuat. Între timp, după multiple modificări, a devenit nefuncțională și Legea audiovizualului. Astfel, legiuitorul s-a văzut nevoit să adopte, în 2006, Codul audiovizualului, în vigoare până astăzi.

O expertiză independentă a Codului, în 2008, indica asupra unor mari carențe pe care le conținea. Încercările de a elimina carențele în următorii cinci ani nu au dat rezultate palpabile și legislatorul a conștientizat necesitatea unei noi legi. Ea a fost elaborată, în 2011, expertizată și pusă pe rol... în 2016, apoi votată în prima lectură și, ulterior, retrasă din Parlament. Legea nouă, după cinci ani, a devenit veche.

În 2017, Chișinăul a elaborat un nou proiect de lege care să reglementeze domeniul, iar în aprilie 2018 a votat-o în primă lectură. Ce va urma, vom vedea.

Hățișuri legislative: experiență regională

În iulie 2007, Adunarea Populară a Găgăuziei (APG) adoptă Legea cu privire la televiziune și radio – bazată, în principal, pe normele Codului audiovizualului.

[1] https://ibn.idsi.md/sites/default/files/imag_file/22.Institutionalizarea%20si%20evolutia%20audiovizualului%20in%20RM.pdf

[2] <http://www.e-democracy.md/files/studiu-mass-media.pdf>

În noiembrie 2014, APG operează modificări și completări la Legea din 2007, prin care atribuțiile de licențiere, supraveghere și control ale autorităților publice centrale sunt substituite cu atribuții ale autorităților regionale. Chișinăul e în alertă. CCA sesizează autoritățile centrale, iar Oficiul Teritorial Comrat al Cancelariei de Stat înaintează în instanță o acțiune privind anularea legii. În 2015, Judecătoria Comrat admite integral acțiunea, iar Curtea de Apel Comrat menține hotărârea instanței de fond.

În martie 2016, APG adoptă o nouă Lege a audiovizualului. Până a fi adoptat, proiectul de lege a fost criticat dur atât de autoritățile centrale, cât și de societatea civilă. CCA, bunăoară, sesiza Președinția, Parlamentul, Guvernul, Procuratura Generală, Ministerul Afacerilor Interne și Serviciul de Informații și Securitate. CCA atrăgea atenția că proiectul legii prevede:

- substituirea atribuțiilor legale ale CCA de a elibera licențe de emisie și autorizații de retransmisie;
- instituirea altei proceduri de desemnare a Consiliului de Observatori (CO) al GRT decât cea indicată de Codul audiovizualului;
- împuternicirea APG ca organ de monitorizare și control al respectării de către radiodifuzori și distribuitorii de servicii a prevederilor Legii UTA Găgăuzia a audiovizualului;
- instituirea controlului asupra activității GRT.

Într-un comentariu pe marginea legii, Asociația Presei Electronice (APEL) indica asupra următoarelor carențe:

- cele mai multe prevederi ale legii sunt declarative, fapt ce le face fie nefuncționale, fie interpretabile;
- mai mult de jumătate din cele peste 400 de norme vizează GRT, deși legea are altă denumire;
- din cele 46 de articole, cel puțin 32 (70%) necesită modificări/ajustări ca legea, fiind implementată, să-și atingă scopul declarat;
- legea conține norme extrem de restrictive, fapt ce poate genera abuzuri;
- legea oferă împuterniciri nelimitate CO al GRT, pe măsură să-l transforme într-o bătă pentru administrația, politica editorială și angajații GRT. Un exemplu: potrivit legii, șeful GRT nu are nicio atribuție la politica editorială a postului.

În vara anului 2017, un grup de deputați ai APG, consultat de experți în domeniu, a elaborat un proiect de lege

special, menit să scoată de sub influența politică GRT. Proiectul, dacă ar fi devenit lege, ar fi contribuit mult la independența economică și editorială a GRT. Bunăoară, el prevedea ca bugetul să fie de 2,5% din suma totală a veniturilor regiunii găgăuze, ceea ce presupune că finanțarea radiodifuzorului nu va depinde de gradul de loialitate al acestuia față de autorități.

Legislativul local a votat proiectul în două lecturi, dar bașcanul Găgăuziei a refuzat să semneze legea, invocând nereguli, inclusiv încălcarea procedurilor. Ulterior, proiectul de lege a fost retras din APG. Până în prezent, în autonomie este în vigoare legea adoptată în 2016.

Acum, pentru că am făcut paralela Chișinău – Comrat în materie legislativă, să observăm că povestea, cu implicarea excesivă a politicienilor când e vorba de radiodifuzorul public, este trasă la indigo.

Lecțiile Chișinăului, inutile Comratului

Reorganizarea GRT în instituție publică regională a audiovizualului (IPRA) a fost inițiată în a doua jumătate a anului 2007. Asociații din domeniul mass-mediei și a drepturilor omului, monitorizând reorganizarea, constatau că ea „s-a desfășurat în condiții de netransparență, de lipsă de cooperare cu societatea civilă, cu abateri de la prevederile Codului audiovizualului și ale legislației locale în domeniu”; că ea „a provocat, în mod firesc, îndoieli și cu privire la obiectivitatea criteriilor de selectare a candidaturilor pentru CO al IPRA”; că „CCA... nu a reacționat la derogările de la legislație care au avut loc în procesul de reorganizare... și nu a decis măsuri de protejare a interesului public și a drepturilor profesioniștilor în domeniu”^[3].

După zece ani, la GRT constatăm, practic, aceeași situație – stare de asediu politic. Modificările legislative au condus la multiple demisii ale administrației din ultimii ani care s-au produs cu scandal public, prin decizii politice, fără implicarea publicului.

Actualul asediu politic, nu și ultimul, cu siguranță, a început la finele anului trecut, fiind o consecință directă a legii adoptate în primăvara anului 2016 și, mai ales, a alegerilor în APG de la sfârșitul anului 2016. Pentru că legea permite, APG, la sfârșitul lui 2017, a demis CO al GRT în corpore, drept argument servind neregulile depistate de Curtea de Conturi a autonomiei^[4]. În asemenea caz, nu este clar de ce

[3] www.apel.md

[4] Gagauzmedia.md

a fost desemnat un CO fără capacitatea de a supraveghea treburile GRT și de ce APG, ca „organ de monitorizare și control”, nu a monitorizat GRT și nu a intervenit la momentul oportun. Adevăratul motiv, consideră surse independente de la Comrat, ar fi fost constatarea faptului că 8 din 9 membri ai CO erau controlați de bașcan^[5].

La sfârșit de martie 2018, APG desemnează o nouă componentă a CO^[6]. Componenta veche acționează în instanță hotărârea APG, considerând-o ilegală. În luna următoare, angajații GRT ies în grevă, calificând acțiunile autorităților drept atac-raider asupra IPRA^[7]. Autoritățile merg înainte și, pe 26 aprilie, CO numește un nou director interimar al instituției, din a patra încercare, după ce au refuzat să ocupe acest post, conform legii, redactora-șefă a televiziunii, redactora-șefă a radioului și inginerul-șef^[8].

Între timp, prima instanță de la Comrat, pe 7 mai, refuză cererea de a anula hotărârea APG prin care a fost demis CO al GRT la sfârșitul anului 2017^[9]. Hotărârea instanței nu este definitivă.

În luna mai, spiritele se încing din nou. Presa locală scrie că directorul interimar, desemnat de noul CO, nu ar avea studii superioare, precum dictează legea^[10]. Directorul interimar nu reacționează, în schimb vine cu o explicație noul președinte al CO, decan al Facultății de Drept a Universității din Comrat: că a văzut dosarul depus de candidatul la director interimar; că în dosar lipsea (?) diploma de studii superioare; că pe 12 iunie candidatul urmează să susțină licența de studii superioare la Universitatea de Stat din Transnistria; că „fără cinci minute, are studii superioare”; că are „справка” în acest sens.^[11]

Autorul actualei Legi a audiovizualului din autonomie, care consideră că a elaborat o lege funcțională, într-o declarație publică îi califică pe noii membri ai CO drept impostori, iar desemnarea unei persoane fără studii superioare la cârma GRT – imposibilă, conform legislației.

[5] <http://newsmaker.md/rus/novosti/za-tele-za-zhivoe-pochemu-v-gagauzii-razgorelsya-skandal-vokrug-obshchestvennoy-te-36934>

[6] <http://gagauzinfo.md/index.php?newsid=39564>

[7] <http://gagauzinfo.md/index.php?newsid=39786>

[8] <http://media-azi.md/ro/stiri/consiliul-de-observatori-al-grt-numit-un-nou-director-interimar-al-companiei>

[9] <http://gagauzinfo.md/index.php?newsid=40310>

[10] <http://gagauzinfo.md/index.php?newsid=40603>

[11] <http://gagauzinfo.md/index.php?newsid=40662>

Și autorul legii, și președintele CO sunt juriști. Doi juriști interpretează diferit art. 38 al legii (candidatul să aibă studii superioare – n.n.), care nu lasă loc de interpretări. Situația atestată decredibilizează atât activitatea noului CO, cât și pe cea a noului director interimar. Constatăm o sfidare, cel puțin, a unei prevederi explicite din lege.

Să mai reținem: pe 25 mai, CO îl demite pe directorul GRT, desemnează în mod repetat (?), cu ușile închise, același director interimar, până la alegerea prin concurs a șefului GRT, concurs anunțat pentru luna iulie^[12]. Pe 22 mai (când directorul GRT încă nu era demis), noul director interimar merge împreună cu o întreagă delegație de la CO și GRT la o întâlnire cu membrii CCA. Părțile, conform unui comunicat de presă, au abordat mai multe subiecte sensibile, inclusiv: prerogativele prea mari ale CO (?); lipsa jurnaliștilor de limbă română; necesitatea sprijinului metodologic din partea CCA pentru a racorda legislația audiovizuală din Găgăuzia atât la standardele internaționale, cât și la cele naționale; refuzul distribuitorilor de servicii din autonomie de a include GRT în oferta lor; difuzarea serviciului de programe al GRT prin Multiplexul național A etc.^[13]. La câteva zile după întâlnire, un deputat în APG declara că ajustarea legislației audiovizuale a autonomiei la legislația națională deocamdată nu este posibilă^[14].

Rezultatele întâlnirii, dacă vor fi, le vom urmări. Evenimentul în sine însă trezește mai multe întrebări: de ce atare întâlniri nu sunt sistematice?; de ce nu se întrunesc sistematic CO al IPRA și CO al IPNA?; de ce nu se întrunesc sistematic administrațiile IPRA și IPNA? Astfel, credem, s-ar putea mai ușor edifica două servicii de radio și TV realmente publice, în beneficiul ambelor entități și, în definitiv, în beneficiul publicului.

Consecințe implacabile

Bătăliile politice pentru radiodifuzorul public național, în ultimii ani, au scăzut în intensitate. Bătăliile pentru subjugarea radiodifuzorului public regional, dimpotrivă, cresc în intensitate. Regretabil! Doi luptă, trei pierd – politicienii, GRT și, cel mai mult, publicul din autonomie.

Ion BUNDUCHI

[12] <http://gagauzinfo.md/index.php?newsid=40723>

[13] <http://cca.md/news/membrii-cca-au-avut-o-ntrevedere-cu-reprezentan-i-ai-consiliului-de-observatori-i-ai-companiei->

[14] <http://gagauzinfo.md/index.php?newsid=40726>

Criză de sinceritate. 1000 de euro și un geamantan

De nouă ani, țin 1000 de euro „la colțun”. De nouă ani, zi de zi, trăiesc în incertitudine și scriu, în zeflema, despre „stabilitatea” trâmbițată de guvernare. Cu cât „stabilitatea” lor, a guvernanților, e mai pronunțată – cu atât instabilitatea mea (a noastră) devine mai stresantă. Dar la acea mie de euro nu umblu. Strâng din dinți, mîncăm toți din familie terci, am renunțat la vacanțe, dar la mie nu umblu și gata. Sunt hotărât să rezist... Să rezist ca jurnalist, care trăiește din ceea ce scrie. Nu la nesfârșit, dar maximum posibil. Când nu se va mai putea, voi scoate mia de euro, o voi lăsa familiei și voi pleca. Mă voi înscrie în milionul de moldoveni care trimit bani celor rămași acasă, apoi, dacă lucrurile nu se vor schimba, vom vinde casa și vom pleca cu toată familia.

Zilele trecute, am constatat că mulți jurnaliști au făcut deja asta. Prea mulți. Incredibil de mulți – oameni alături de care mi-am petrecut studentia, împreună am făcut echipă sau am concurat – jurnaliști recunoscuți pentru profesionalismul de care au dat dovadă, inclusiv manageri de media care au pus pe picioare instituții de presă cândva respectabile. Știam că exodul de creiere a afectat și breasla noastră, dar mi-am dat seama de amploarea fenomenului abia după o postare din luna martie pe Facebook, în care mi-am încurajat prietenii din listă să scrie, în comentarii, numele jurnaliștilor despre care știu că au plecat din Moldova în ultimii ani. Lista care s-a format m-a îngrozit. Pe majoritatea i-am cunoscut personal, cu unii am lucrat cot la cot în diferite redacții. Moldova a pierdut în ultimii ani jurnaliști foarte buni. Cred că, dacă s-ar întoarce brusc toți odată, în media de la noi s-ar produce un cutremur de 10 grade. Pseudojurnaliștii ar rămâne șomeri, ar ajunge să fie blamați, instituțiile la care lucrează – boicotate, iar cei 30 de mii de sirieni nu ar mai avea nicio șansă să câștige alegerile în Moldova. Dar ei nu se vor întoarce. Din contra, cunosc alți vreo 13 jurnaliști buni care își fac acum bagajele, își vînd micile agonisiri și îi roagă pe cei deja stabiliți peste hotare să le găsească ceva de muncă... Alți vreo 20 de jurnaliști analizează posibilitatea de a pleca. Sondează terenul. Au ajuns să se simtă aici în minoritate. Majoritatea a ales „bunătatea” și rolul de purtători de tucal ai politicienilor.

Cei care și-au făcut geamantanele sunt jurnaliști care trăiesc modest, care nu lucrează la holding și care au sperat

că profesionalismul lor va fi, la un moment dat, apreciat. Au rezistat tentațiilor și au rămas fideli principiilor acestei meserii, fiind convinși că va veni timpul când valorile pentru care au acceptat să îndure lipsuri vor conta, au sperat că și această țară va avea nevoie de ei curați și îi va răsplăti pentru sacrificiul lor cu oportunități care să-i țină aproape de familiile lor. Dar unii au încărunit așteptând. Și pleacă. O iau de la zero în alte țări, se reprofilează și nu mai scriu decât pe rețelele de socializare sau, în cel mai bun caz, pe un blog. Dar ei sunt o forță chiar și de la distanță. O forță neexploatăată. În primii ani după ce pleacă, ei continuă să urmărească atent ceea ce se întâmplă acasă și, pe de altă parte, văd o altă civilizație, văd cum alte țări au reușit ceea ce nu reușește Moldova. Și ar putea scrie despre cele două lumi în care ei au locuit și locuiesc, schimbând astfel percepții și mentalități aici, acasă. Avem o rețea de jurnaliști moldoveni în întreaga lume, creată pe cale naturală, pe care nu o exploatăm în niciun fel. Din sutele de jurnaliști care au plecat, doar vreo cinci încearcă să rămână vizibili, pe cont propriu, în spațiul virtual. Această forță poate fi coagulată, de exemplu, într-un mare proiect, bazat pe elemente multimedia, pe *mobile journalism*. Unii din cei plecați pot fi buni editorialiști, cameramani, fotoreporteri. UE investește acum sume uriașe în proiecte menite să facă vizibile avantajele apropiierii Moldovei de UE. Asta, în timp ce sutele de jurnaliști moldoveni evadați în UE, care simt la propriu acele avantaje și care pot aborda lucrurile comparativ, nu scriu niciun rând despre ele.

Un respectabil post de radio din România a făcut efortul de a aduce acasă jurnaliști plecați în străinătate. Nu mulți – 12. Revenirea lor a zdruncinat concurența. Experiența și-a spus cuvântul. Pe lângă ei, în acea redacție, în ultimii cinci ani s-a dezvoltat o echipă de jurnaliști tineri care a fost introdusă corect în meserie. Ei au prins gustul jurnalismului de calitate, au înțeles că deontologia în jurnalism e o lecție de la care nu trebuie să lipsești, și-au format, cu ajutorul seniorilor, coloana vertebrală și, împreună, fac România mai informată.

Plecarea masivă a celor mai buni aproape că a lăsat jurnalismul din Moldova fără schelet. Mulți absolvenți ai facultăților de jurnalism ajung în redacții nepregătiți. Îndeplinesc sarcini aidoma unor roboței și au un singur scop – să ajungă „pe sticlă”. Și ajung, pentru că lipsește

filtrul și lipsesc modelele. Modelele au plecat. Locul lor a fost ocupat, în unele redacții, de șefi (coordonatori) superficiali, de obicei subordonați politic, care îi deformează profesional din start. În consecință, avem nu o Moldovă mai informată, ci o Moldovă mai manipulată, iar efectele unei astfel de „școli de jurnalism” le vom resimți pe termen lung.

După postarea din martie de pe Facebook, unii colegi de breaslă, crezând că vreau să plec, m-au rugat să le spun și lor dacă găsesc vreo „oportunitate bună” în afara țării. Alții, plecați anterior, s-au oferit să mă ajute, în prima fază, cu chiria și cu un job „la livadă”. O fostă jurnalistă m-a întrebat dacă sunt însurat...

Geamantanul meu, la fel ca al altor colegi de breaslă, stă deschis în „camera de călcat”. Deocamdată e aproape gol. Mia de euro stă la locul ei. Încerc să rezist ca să rămân cât mai mult timp alături de familie. Dar senzația că totul e provizoriu mă apasă. Mă uit în buletin și înțeleg de ce nu mai pot lucra noaptea, ca înainte. Totuși, fac un efort, dorm în reprimă și încerc să par la fel de viguros ca la 25 de ani. Pe atunci, trei ore de somn îmi erau de ajuns.

„Pe timp de ciumă” întotdeauna m-au salvat proiectele jurnalistice mici – multe și cu bani puțini. Când pică unul,

gaura bugetară nu e foarte stresantă. În plus, asta îmi asigură independența – când sunt presat, mă retrag și nu mă simt aproape deloc legat financiar de acel job. Dar asta nu poate funcționa la nesfârșit. Jurnaliștii sunt oameni. Ei tot au nevoie de două perechi de ghete, suferă atunci când vreun blogger răutăcios remarcă, în zeflema, că respectivul apare, de zece ani, îmbrăcat cu aceleași sacouri la TV, se întristează când pantofii „de nănaș”, pe care i-a purtat nouă ani, se rup... Jurnaliștilor tot le este frică de bătrânețe, mai ales într-un stat atât de nesigur. Ei nu pot exista la limită toată viața. Unii o să respingă o dată, de două ori punga neagră cu calendar adusă de un „trimis special” la ușă, în favoarea covrigului uscat de pe masă. Poate o vor respinge și a treia oară. La un moment dat, fie o vor accepta, fie vor scoate mia de euro de la ciorap, o vor pune pe masă, își vor face noaptea, în liniște, geamantanul și vor pleca fără să-i trezească pe cei dragi. Pentru că sunt sensibili, iar despărțirile îi dor.

P.S. Acesta este un „pamflet”. În „realitate”, bloggerii puterii scriu că sunt un „burjui” cu casă de milioane, că Roșca mi-a „cadonat” apartament, Filat – bursă, iar copiii mei învață la „licee private”. Mai că-mi vine să închid geamantanul.

Vitalie CĂLUGĂREANU

Ce înseamnă pentru jurnaliști noul algoritm al Facebook și scandalul cu Cambridge Analytica

În parametri digitali, subiecte precum rețelele sociale și identitatea în spațiul virtual sunt discutate intens în diverse medii profesionale. Scandalul **Facebook versus Cambridge Analytica** nu a făcut decât să readucă în prim-plan aspectele legate de facilitatea creării și formării unei identități virtuale, dar și aspectele etice cu privire la protejarea datelor cu caracter personal și tehnicile de distribuire a informațiilor.

Conform relatărilor prezentate de BBC, Facebook a anunțat că datele a 87 de milioane de utilizatori au fost transferate în mod incorect la firma de consultanță politică Cambridge Analytica. Facebook a fost criticată dur după ce a ieșit la iveală faptul că a știut din 2015 despre colectarea datelor a milioane dintre utilizatorii săi, dar s-a bazat pe asigurările firmei din Londra, care în repetate rânduri a confirmat ștergerea informațiilor.

Scandalul Cambridge Analytica a demonstrat că, până în prezent, securitatea datelor cu caracter personal nu a fost o prioritate a rețelei de socializare Facebook, iar acțiunile unor entități non-statale pot produce schimbări majore la nivel sociopolitic, dar și economic, având acoperire globală la costuri minime.

Christopher Wylie, unul dintre principalii informatori în acest caz, a estimat că datele a 50 de milioane de persoane au fost folosite de Cambridge Analytica în campania electorală a lui Donald Trump, în 2016^[1].

În cadrul audierilor în Senatul Statelor Unite ale Americii, Mark Zuckerberg, cofondatorul Facebook, a recunoscut că este posibil să fi transmis mesaje personale ale unor utilizatori către Cambridge Analytica fără permisiunea lor și a evidențiat faptul că printre cei 87 de milioane de utilizatori afectați se numără și el. Informațiile au fost obținute printr-un soft realizat de un psiholog american, Alexandr Kogan.

În același context, Mark Zuckerberg în urma audierilor a declarat, în Camera Reprezentanților, că își asumă angajamentul de a corecta greșelile care i-au afectat pe utilizatorii rețelei de socializare, specificând că nu a întreprins suficiente măsuri pentru a evita ca aceste instrumente să fie folosite în scopuri meschine, negative și manipulative. Fondatorul Facebook a făcut referire la difuzarea de știri false, intruziunile în alegeri, discursul de ură, precum și la folosirea datelor cu caracter personal.

Asigurarea interacțiunii dintre oameni, în spațiul virtual, nu este suficientă; important este ca aceasta să fie pozitivă, astfel încât utilizatorii să aibă certitudinea că folosesc o platformă sigură, nu una destinată atacurilor și difuzării informațiilor false. În timpul audierilor, Zuckerberg a specificat că pentru rezolvarea acestor probleme și eliminarea completă a altor lacune este nevoie de o perioadă lungă de timp^[2].

În urma scandalului Cambridge Analytica, Facebook a înregistrat fluctuații semnificative la nivel financiar.

Astfel, indicii bursei au semnalat în martie și aprilie 2018 o scădere de aproximativ 6.8%, ceea ce a dus la pierderi de ordinul zecilor de miliarde de dolari pentru acționari. Totuși, compania a reușit să gestioneze criza de imagine, iar audierea lui Mark Zuckerberg în Congresul american – care a scos la iveală nu doar scăpările admise de rețeaua de socializare, ci și o slabă înțelegere a felului în care funcționează Facebook în rândul senatorilor americani – a făcut ca la începutul lunii mai compania să-și recupereze cotele pierdute.

Printre acțiunile imediate întreprinse de Facebook pentru a remedia problema se numără o serie de operațiuni ample de control al aplicațiilor sale. Astfel, la sfârșitul primei etape a procesului de revizuire internă au fost suspendate peste 200 de aplicații. În așteptarea investigațiilor ulterioare,

[1] *Cambridge Analytica files spell out election tactics.* <http://www.bbc.com/news/technology-43581892> (vizitat 14.05.2018)

[2] *Facebook CEO Mark Zuckerberg's FULL testimony to U.S. congress members.* https://www.youtube.com/watch?v=YCQ_ZGxE2U4 (vizitat 17.05.2018)

mai multe persoane au fost blocate sau excluse din rețea din cauza utilizării necorespunzătoare a informațiilor.

Ime Archibong, vicepreședinte al diviziei de parteneriat Facebook, care se ocupă de relațiile cu alte companii, susține că pentru un rezultat relevant și vizibil sunt multe de făcut, ceea ce necesită timp și strategii exacte de lucru, atât pentru recuperarea imaginii în fața utilizatorilor, cât și a veniturilor^[3].

La începutul lunii mai, firma Cambridge Analytica a anunțat că va demara procedurile pentru intrarea în insolvență, retrăgându-se din Marea Britanie și SUA. Însă există deja unele indicii în presa internațională precum că aceasta își va relua activitatea sub un alt nume, Emerdata Limited, având același sediu și fiind condusă de aceeași echipă de manageri ca și Cambridge Analytica. Compania apare ca o organizație de procesare a datelor și a altor activități conexe.

Printre măsurile de precauție întreprinse de Facebook, dar proiectate cu mult înainte ca acest scandal să înceapă, se numără și o serie de acțiuni ce vizează direct activitatea instituțiilor media și raportul acestora cu rețelele de socializare. Importanța lor devine și mai mare, dacă luăm în considerare faptul că platforma dată a devenit rapid un aliat de încredere al mass-mediei, care s-a impus ca un sistem cu o putere de influență deosebită în materie de audiență și forme de distribuire a informațiilor.

Astfel, s-au produs schimbări la nivelul algoritmilor de funcționare (unele fiind văzute ca avantaje, altele ca dezavantaje), care, în parametrii mediei, se referă la:

- Stabilirea ordinii postărilor pe profilul (peretele) utilizatorilor în funcție de regiunea geografică;
- Calcularea popularității unei știri la nivel local, după numărul de utilizatori care dau click;
- Avantajarea postărilor personale în detrimentul știrilor, care ar trebui să reprezinte doar 4% din feed-ul utilizatorilor^[4].

[3] Facebook suspende oltre 200 app dopo lo scandalo Cambridge Analytica. <https://tg24.sky.it/tecnologia/2018/05/14/facebook-app-sospese.html> (vizitat 17.05.2018)

[4] Facebook schimbă modul în care vor fi afișate știrile și publicațiile locale. <http://media-azi.md/ro/stiri/facebook-schimb%C4%83-modul-%C3%AEn-care-vor-fi-afi%C8%99ate-%C5%9Ftirile-%C5%9Fpublica%C5%A3iile-locale> (vizitat 17.05.2018)

Ca urmare a acestor modificări, editorii pot aplica o serie de strategii, ce presupun și anumite soluții cu privire la menținerea traficului. James Breiner, profesor la Institutul Monterrey din Mexic, prezintă o serie de tactici, care ar veni în ajutorul instituțiilor mass-media:

- Începeți un buletin informativ cu linkuri la conținutul dumneavoastră;
- Puneți accent pe calitatea, și nu pe cantitatea utilizatorilor: mai degrabă relație și implicare, decât volum și număr mare;
- Identificați care sunt utilizatorii loiali și creați oferte și servicii special pentru ei;
- Concentrați-vă majoritatea resurselor editoriale pe conținutul ce vă distinge de concurenți;
- Credibilitatea este cel mai important activ al publicației; Concentrați-vă mai degrabă asupra publicității native sau a „conținutului sponsorizat”, decât asupra publicității direcționate;
- Profitați de ceea ce Facebook nu știe despre utilizatorii dumneavoastră și prietenii lor;
- Discutați cu potențialii sponsori și donatori despre valorile etice și serviciile publice;
- Monetizați capitalul social pe care îl creați^[5].

O analiză^[6] a rezultatelor pentru media făcută în luna mai arată că instituțiile de bună-credință nu au avut de suferit și că, după o perioadă de adaptare, au reușit să păstreze și în unele cazuri chiar să crească audiența online pe rețele.

Seria de schimbări continuă cu îmbunătățirea modalităților de securizare a conturilor prin intermediul telefoanelor mobile. Modalitate ce presupune autentificarea în doi pași, care nu depinde doar de numărul de telefon al utilizatorilor, ci se poate realiza și cu ajutorul codurilor generate de aplicațiile de autentificare.

În concluzie, putem menționa că unele acțiuni întreprinse de Facebook în urma scandalului în care a fost implicată, pe de o parte, sunt în favoarea produselor informaționale promovate și distribuite de mijloacele de informare în masă, din perspectiva calității și credibilității, iar pe de altă

[5] Ca urmare a modificărilor Facebook, editorii pot utiliza aceste strategii pentru a depăși pierderea traficului. <http://media-azi.md/ro/stiri/ca-urmare-modific%C4%83rilor-facebook-editorii-pot-utiliza-aceste-strategii-pentru-dep%C4%83C8%99i-pierderea> (vizitat 17.05.2018)

[6] <https://theoutline.com/post/4494/facebooks-fake-news-algorithm-seems-to-be-working?zd=3&zi=rppi5wz5&zi=fe2xsvz6>

parte, sunt în defavoarea acestora, din perspectiva ariei de distribuție, a creșterii cantitative a audienței și a traficului online.

Era digitală înseamnă posibilități nelimitate de informare. Digitalizarea în contextul mass-mediei, care mai este numită și mediamorfoză, e bazată pe o serie de principii fundamentale, precum: coevoluție și coexistență (mijloacele tradiționale de informare evoluează și există alături de new media), metamorfoză (transformarea și atribuirea de noi caracteristici care le asigură funcționalitatea), propagare (formele emergente de medii propagă trăsăturile dominante ale formelor anterioare), supraviețuire (mediile tradiționale sunt constrânse să se adapteze și să evolueze alături de mediile moderne), oportunități oferite publicului, utilizatorilor în funcție de necesitățile apărute^[7].

Pluriformitatea conexiunilor virtuale între site-urile instituțiilor media și rețelele de socializare oferă publicului numeroase posibilități de a fi un consumator activ, care poate să-și spună opinia și care poate acționa direct atunci când simte necesitatea.

Cu scopul de a se reabilita în fața utilizatorilor, dar și a concurenților Facebook va continua aplicarea strategiilor

de activitate cu privire la protejarea datelor cu caracter personal, dar și promovarea produselor informaționale de calitate. O confirmare este lupta împotriva știrilor false. În acest sens, Facebook-ul, pe de o parte, renunță la anumite funcții, cea mai recentă fiind „Trending”, pe de altă parte, testează noi metode de afișare a știrilor, inclusiv „o etichetă Breaking News” și o funcție „Today In”, în fluxul său dedicat știrilor locale.

Chiar dacă algoritmi joacă *pro* sau *contra* celor care optează pentru un produs informativ de calitate sau tabloid neafișând atât de intens, ca în trecut, link-urile la materiale, instituțiile media nu vor renunța la acest circuit, dat fiind faptul că traficul cel mai mare pe site-uri se datorează Facebook. Nivelul de interacțiune se calculează în funcție de profil, pagină și împărțirea numărului mediu de aprecieri, comentarii, acumulate într-o anumită perioadă de timp.

Mijloacele de informare în masă sunt dependente, într-o mare măsură, de rețelele de socializare, acestea fiind un aliat de încredere în asigurarea vizibilității, audienței și interactivității.

Mariana TACU

► **Studentii Școlii de Studii Avansate în Jurnalism, entuziasmați de cursul de Jurnalism digital, predat de jurnalistul Dumitru Ciorici (în prim-plan)**



[7] Condurache Daniel. *Digitalizarea informațională*. <http://documents.tips/documents/curs-digitalizarea-informatiei.html> (vizitat 20.05.2018)

Victor Spînu, coautor al aplicației TROLLESS: „Internetul te ajută să evoluezi intelectual, dar tot el poate strica vieți și distruge țări”

Victor Spînu a absolvit Facultatea de Jurnalism a Universității de Stat din Chișinău în 2012 și, după câțiva ani de activitate în mass-media, a ales să se specializeze în web design. Când însă internetul a început să fie folosit pentru a răspândi știri false, propagandă etc., Victor și-a asumat o sarcină ambițioasă - să caute soluții la aceste fenomene. Așa a apărut TROLLESS, o aplicație de deconspirare a trollilor de pe rețeaua Facebook. Se întâmpla în anul 2015.

Media Azi: *Victor, ce a reușit în acest răstimp să demonstreze aplicația TROLLESS?*

Victor Spînu: Inițial, ne-am propus să ridicăm nivelul de conștientizare al utilizatorilor Facebook și să educăm oamenii ca să nu fie manipulați de trolli. Deocamdată, avem în baza noastră de date 700 de utilizatori activi ai aplicației și câteva mii de profiluri false raportate. Din informația pe care o deținem, bazată pe observații și analize, trollii se activează în special în perioada campaniilor electorale. Majoritatea lor sunt activiști ai partidelor, iar cei mai mulți reprezintă organizația „Tineretul democrat”.

M. A.: *Cum deduceți că un troll promovează interesele unui partid pe Facebook?*

V. S.: E simplu să deduci acest lucru - atunci când intri pe pagina unui profil real, dar care face trolling, găsești, cu o probabilitate de 99 la sută, poze cu trandafiri, simbolul PDM, precum și diferite evenimente de partid la care aceste persoane au participat. Trollii există și în alte partide, dar cei de la PD sunt mai activi. În prezent, creăm o a doua versiune a aplicației, care presupune dezvoltarea și transformarea ei într-o platformă. La modul concret, ne propunem să facem profilul fiecărui troll care acționează pe Facebook în spațiul nostru. Vom veni cu probe greu de combătut - numele cu care operează trollul, data când s-a înregistrat pe FB, poza pe care o folosește, sursa reală a pozei; paginile la care a dat like; paginile unde a lăsat



comentarii, ce și cum anume a comentat etc. Iar în baza acestor dovezi, utilizatorii vor decide singuri dacă profilul trollului este sau nu de încredere.

M. A.: *Să precizăm că această platformă este elaborată în cadrul programului Media-M, desfășurat de Internews Moldova...*

V. S.: Exact. Am dorit să dezvoltăm mai departe aplicația TROLLESS, pentru a continua cele începute în 2015. Intenționăm să documentăm toate profilurile troll depistate și cazurile de implicare a acestora în anumite subiecte de interes public. Această informație va fi transmisă ulterior către Facebook cu îndemnul de

a lua măsuri pentru combaterea fenomenului. Sperăm că vom fi susținuți în acest demers de către organizațiile neguvernamentale de media, de instituțiile de presă din Moldova, care sunt atacate permanent de trolli, și chiar de colegii din Ucraina, Georgia, Federația Rusă, unde fenomenul este foarte răspândit.

M. A.: Ce le-ați spune criticilor aplicației TROLLESS, care vă suspectează de îngrădirea libertății de exprimare a utilizatorilor de internet?

V. S.: Contraargumentul nostru este următorul: atunci când vorbim despre libertatea de exprimare, de obicei, raportăm acest concept la o persoană reală, concretă... În cazul trollilor, de cele mai multe ori aceștia acționează (atacă) din anonim. Dacă vrei să-ți creezi un profil anonim sau chiar unul fals, e treaba ta. Dar dacă de pe acest profil fals vrei să discuți pe anumite teme, să te implici în viața țării, în politică, fii bun și prezintă-te cine ești, fiindcă libertatea de exprimare înseamnă nu doar să-ți expui opinia personală, dar și să respecti opiniile altora, să te comporți civilizată. Trollii însă fac o muncă incompatibilă cu deontologia, pentru că lucrează de pe profiluri false și fură identități.

M. A.: Ce faceți cu profilurile false pe care le depistați cu ajutorul aplicației TROLLESS?

V. S.: Unul din principiile de bază după care funcționează TROLLESS este că utilizatorul trebuie singur să decidă. Noi nu îngădim, nu ștergem și nu ascundem profilurile pe care le considerăm trolli, le marcăm cu roșu și le dăm oamenilor un indiciu că acest profil ar putea fi fals. Utilizatorul singur trebuie să decidă ce face mai departe cu informația primită. Suntem conștienți de faptul că utilizatorii trebuie cumva obișnuiți cu astfel de aplicații și că simplul fapt de a o fi creat nu înseamnă că automat toți o vor utiliza. De aceea prima parte a proiectului a fost, probabil, cea mai grea, pentru că a trebuit să demonstrăm cum funcționează aplicația, cât de exactă este. Acum, în partea a doua, cred că ne va fi mult mai ușor.

M. A.: Pe portalul CJI Media-azi.md, de asemenea, observăm uneori comentarii care par să fie scrise de o singură mână – ele bat în aceleași ținte, folosesc aproape aceleași fraze, expresii. Înseamnă că ne-au vizitat și pe noi trollii?

V. S.: Nu exclud! Comentariile care se aseamănă ca mesaj și formulare sunt, probabil, scrise de o singură persoană și

apoi trimise trollilor să le difuzeze. Dar trollii pot merge mult mai departe. Am depistat chiar nu demult un caz ieșit din comun, când aceștia au creat pagini false ale unor instituții media ca TV8, Jurnal TV sau Ziarul de Gardă. Altfel zis, au preluat identitatea acestor pagini web, cu care intrau apoi pe alte site-uri și comentau despre anumite persoane publice și pe diferite teme sensibile. Aceste comentarii erau date drept poziția oficială a site-urilor respective, altfel zis, trollii atacau credibilitatea acestor instituții. În prezent, deja nu mai sunt active, dar s-ar putea să reapară în preajma alegerilor parlamentare, când ne vom confrunta cu o activizare a trollilor și tehnicilor dubioase pe care le folosesc.

M. A.: Întrucât ați studiat mai îndeaproape fenomenul trollilor, cum credeți, ce îi face pe oameni să presteze o asemenea muncă ingrată?

V. S.: Trollingul e o afacere rentabilă, pentru cei care fac abstracție de morală. Eu cred că trollii noștri au salarii mult mai mari decât media pe economie. Fabricile de trolli, ca eficiență, sunt pe locul al doilea la capitolul propagandă și manipulare după televiziuni. Deci, cei care apelează la trolli au calculele lor: de ce să cumperi o televiziune, dacă poți forma o echipă de trolli din 30-40 de persoane, pe care să-i instruiști să lucreze pentru tine? Ai cheltui chiar mai puțin decât dacă ai cumpăra un portal de știri renumit, care ar costa, să zicem, un milion de euro.

M. A.: Unii utilizatori de Facebook se plâng că și-au văzut numele afișat pe paginile unor politicieni, precum că ar fi simpatizanți ai acestora, deși nu le împărtășesc convingerile. E și aici mâna trollilor?

V. S.: E vorba de algoritmi FB. Probabil că, odată, persoanele respective au intrat pe pagina celui politician sau au privit pozele sale, materialele video. Facebook interpretează că ai putea fi interesat de acest subiect, preia informația și o răspândește mai departe. FB folosește o mulțime de algoritmi, unii foarte complecși și, deși încearcă să stopeze asemenea greșeli, uneori admite și lacune, cum ar fi posibilitatea de a comercializa pagini, profiluri, like-uri.

M. A.: Comercializarea paginilor? E posibil și așa ceva?

V. S.: Există mai multe tehnici prin intermediul cărora cineva poate deveni fără voia sa simpatizant al unui politician. De exemplu, intrați pe o pagină și vreți să citiți ceva, iar acolo vi se spune că textul este blocat și că îl puteți

debloca numai dacă puneți like la pagina respectivă. Vă conformați, dați like, numai că like-ul, deși vi se spune că se va duce la pagina cutare, de fapt, merge în altă parte, la pagina politicianului respectiv și, astfel, deveniți simpatizantul acestuia.

Sau o altă tehnică: unele pagini au fost lansate cu o denumire, au avut o anumită linie tematică, dar peste un timp și-au schimbat și denumirea, și linia tematică, iar like-urile pe care le-au acumulat între timp s-au păstrat. În preajma alegerilor am văzut foarte multe asemenea cazuri, când, peste noapte, din „Jucării pentru copii” pagina a devenit, de exemplu, „Partidul Unității Liberale” sau cu o altă denumire și cu substrat politic evident. Deci, dacă ați dat like la „Jucării pentru copii”, să nu vă mirați că acum like-ul dumneavoastră a apărut pe pagina „Partidului Unității Liberale”! A devenit un fel de business la modă astăzi, sunt oameni care anume cu asta se ocupă – creează pagini, le promovează până la un anumit număr de like-uri, iar după asta le scot de vânzare.

Aici foarte multe depind de audiența paginii, respectiv o pagină apreciată cu zece mii de like-uri, dar care are în audiență indieni sau maltezi, arabi etc. nu va costa prea mult, dar dacă va avea zeci de mii de like-uri din Moldova deja poate să ajungă la câteva sute de euro.

O tehnică recentă este cea care îți permite să combini mai multe pagini. Respectiv ai creat 10 pagini și, în loc să le administrezi pe fiecare în parte, le combini pe toate în una. Dacă fiecare are câte 1000 de like-uri, împreună ai o pagină cu 10 mii de like-uri.

M. A.: Cine le-ar putea cumpăra?

V. S.: Cumpărători sunt partidele și actorii politici, întâi de toate, cei care au apărut peste noapte - ei au nevoie de

credibilitate și... sunt gata să plătească pentru ea. La fel, unele companii de afaceri, când cineva intră pe paginile lor web și văd că au câteva mii de like-uri, cred că sunt întreprinderi serioase.

M. A.: Ați putea să ne spuneți mai multe despre Phishing?

V. S.: E atunci când descoperi că numele tău de utilizator Facebook este folosit și de alți utilizatori. Sigur, pot exista și profiluri adevărate, când același nume îl poartă mai multe persoane reale. Dar de cele mai multe ori e vorba de profiluri false. Ceea ce înseamnă că cineva vă copiază numele, pozele, vede pe cine aveți în prieteni. Și, cu identitatea dumneavoastră, poate adresa prietenilor pe care îi aveți în listă tot felul de mesaje false – de exemplu: am nevoie de bani, pentru că m-am pomenit într-o situație complicată, te rog să-mi pui pe cont 100 de lei, până la următorul salariu... Pentru că omul vă cunoaște, el va transmite acești bani. Sau, cu aceeași identitate, cineva poate transmite un link virusat... Se mai întâmplă și așa: deschizi un link și îți apare pagina ta de FB, ca și când ai fi ieșit din pagină. Te gândești ce s-a întâmplat, crezi că e o eroare și te înregistrezi din nou. Numai că pagina cu care te înregistrezi este falsă și, fără să vrei, ai trimis numele tău de utilizator și parola la atacatori.

M. A.: E un labirint întreg acest Facebook...

V. S.: Internetul e un domeniu interesant, plin de lucruri utile și necesare pentru evoluția intelectuală a fiecăruia din noi. Trebuie să știi cum să te folosești de el, altfel, foarte ușor internetul poate strica vieți și distruge țări. Facebook și rețelele de socializare, în general, au devenit incontroleabile, inclusiv din cauza trollilor, care bulversează oamenii cu știri false, amestecând între ele lucrurile astfel, încât nimeni să nu mai creadă în nimic.

Tatiana CORAI

„Fake News: A Roadmap”. O foaie de parcurs (și de meditat)

Termenul de fake news a împânzit într-atât de mult discuțiile academice, etice și cotidiene în jurnalism, încât devine tot mai dificil să faci distincția între fenomenul pe care îl denumește și scuza nelipsită în vocabularul unor partide populiste („Fals! Sunt acuzațiile inamicilor care ne vor răul!”).

Totodată, resimțim din ce în ce mai acut nevoia de a ne lămuri cât mai repede și limpede posibil de unde vine valul acesta, aparent nesfârșit, de zvonuri neconfirmate, bârfe și manipulări legendare. Spectrul subiectelor este larg și variază mult: de la vaccinuri, viroze sezoniere sau soluții-minune pentru vreo formă de cancer, la educația copiilor, emigrație, scandaluri sexuale, extremism, jocurile de politică externă și, desigur, alegeri. Formatul bine-cunoscut urmează canoanele știrii, promițând răspunsuri – și, pe alocuri, manipulare – la întrebările „cine? ce? unde? când? și (eventual) de ce?”.

În multitudinea de soluții care apar pe frontul luptei cu dezinformarea, propaganda și știrile false se remarcă o publicație pe cât de succintă și specializată, pe atât și de eficientă. *Fake News: A Roadmap* (Riga, 2018) este produsul efortului comun al studenților masteranzi în comunicare strategică la Kings College, Universitatea din Londra, și Centrul de Excelență în Comunicare Strategică al NATO, cu sediul la Riga, Letonia. Însă departe de a fi doar un produs al cercetării obligatorii din facultate, această publicație își propune să analizeze efectiv ultimele evoluții din domeniu, cu date actualizate inclusiv până la ianuarie 2018, și să ofere în același timp un cadru normativ, filosofic și operațional – pentru a putea discuta pertinent ce este și ce nu este *adevărul*, *minciuna*, *realitatea*, *încrederea*, *faptele*, *dezinformarea*, precum și nenumăratele combinații dintre acestea, în proporții variabile.

Forma cărții și stilul ales de editori ușurează mult percepția conținutului – de altfel, un conținut mai solid decât te-ai aștepta de la o publicație care totalizează 100 de pagini cu tot cu notele de final, care documentează minuțios fiecare trimitere la sursă, plus alte 27 de pagini de bibliografie. Formatul A5, coperta roșie cartonată, ilustrațiile desenate de pe coperta interioară și de la începutul fiecărui capitol, precum și paginile detașabile cu citate în chip de *tweet-uri virale* (pe care ți le poți atârna, la dorință, deasupra



mesei de lucru) sunt suficiente argumente pentru oricine vrea să afle mai multe despre știrile false, dar se teme să nu adoarmă în procesul lecturii.

Titlul ambițios (în română: *Știrile false: foaie de parcurs*) se confirmă mai mult decât prin oferta informațională. Deprinși cum suntem să primim doar o parte din ceea ce se anunță, am avut surpriza plăcută de a constata că foaia de parcurs promisă se regăsește și în formă, și în conținut. Structural, cartea este împărțită în zece capitole, denumite „rute”, semnate de unul sau mai mulți cercetători, care explorează aspecte concrete ale tematicii, iar parcursul rutier este ghidat de cele două editoare, Jente Althuis și Leonie Haiden. Acestea intervin cu remarci la începutul

și la sfârșitul capitolelor, făcând legătura între părți și aducându-le pe toate la un „numitor comun”.

„Termenul Fake News a devenit sloganul implicit al celor care caută adevărul, pentru a eticheta articolele cu informații neadevărate, al celor care ascund adevărul, pentru a răspândi aserțiuni răuvoitoare, sau al celor nepregătiți, care vor pur și simplu să încheie o discuție incomodă” – cu această constatare în prefață, editorii aduc scurt mulțumirile de rigoare și anunță că lucrarea este disponibilă gratuit pentru orice doritor, invitând la explorarea rutelor.

Rutele, niște eseuri în sine care se pretează la fel de bine și pentru o publicare pe cont propriu, încep cu aceea că descâlcesc și definesc pe rând o serie de termeni importanți: *politica populistă* (Ruta 1); *post-adevăr și știrile false* („post-truth and fake news”) (Ruta 2); *adevăr, dovezi și evidență* (Ruta 3); *minciunile* (Ruta 4) și *încrederea* (Ruta 5 și 6).

Din incursiunile pe care le fac autorii în istorie, aflăm că – așa cum am bănuț – știrile false nu sunt o noutate a epocii moderne și că au fost atestate încă din anii 1640-1650, când regele englez Charles al II-lea a emis un edict prin care se cenzurau „știrile false și vorbirea necuviincioasă despre treburile de stat și de guvernare”. Mai puțin cunoscut este însă faptul că nici noțiunea de „post-adevăr” nu este nouă. Chiar dacă termenul a fost consacrat în alegerile prezidențiale din SUA în 2016, când a fost declarat și „cuvântul anului” de dicționarul Oxford, aflăm că încă în 1830 fizicianul John Abercrombie a dedicat o carte încercării de a stabili în ce mod mintea umană percepe și înțelege adevărul.

Cât despre populism, perceput ca un viciu caracteristic mai ales în alegeri politicienilor din Republica Moldova și cu care unii activiști-sanitari ai spațiului public luptă de ani de zile, aici găsim o serie de instrumente utile pentru înțelegerea fenomenului. De la trăsăturile populismului sintetizate de Isaiah Berlin acum jumătate de secol, valabile și acum, itinerarul se desfășoară până la definiția prin intermediul asemănării cu propaganda, care în viziunea lui Nicholas O’Shaughnessy este „antiteza căutării obiective a adevărului și a expunerii acestuia”.

Cea de-a cincea Rută este de interes deosebit pentru jurnaliști, deoarece explorează schimbările care s-au produs în ultimele decenii în peisajul media datorită noilor tehnologii informaționale. Astfel, digitalizarea informației

și globalizarea sunt „de vină” pentru ștergerea limitelor geo-spațiale, care au existat în mod natural de secole și au protejat oamenii de tumultul crizelor din alte țări și regiuni, iar astăzi făcându-ne vulnerabili în fața dezastrelor și cataclismelor naturale, a accidentelor, scandalurilor, știrilor șocante și intoxicațiilor informaționale care vin de peste tot din lume.

Colac peste pupăză (și aici probabil iarăși veți anticipa ceea ce urmează), reverberațiile create de asemenea știri se multiplică însutit și înmiit prin intermediul entităților pe care autorii le numesc „power brokers”, adică *mijlocitorii puterii* (giganții Facebook, Google și alții din aceeași categorie). Ca mijloc de apărare, utilizatorul de rând încearcă să se izoleze de poluarea fonică, vizuală și digitală, selectându-și tot mai atent sursele de informare – iar aici apar alte efecte secundare, teoretizate de Eli Pariser cu ajutorul unor denumiri la fel de atrăgătoare ca și cele precedente: „filter bubbles”, care poate fi tradus liber ca *baloane-filtru*, și „echo chambers”, cu echivalentul aproximativ în română de *camere-ecou*. Termenii sunt îndeajuns de sugestivi pentru ca să ne dăm seama de efectele pe care le descriu și care ne condiționează existența de zi cu zi în spațiul online. Să mai pomenească cineva despre „democratizarea comunicării”..., spun autorii, iar noi subscriem.

Deci, care e izvorul problemei? Cheia rezidă în acțiune. Acțiunea de a crede sau nu știrile, de a avea sau nu încredere în sursele informației, de a verifica, de a accepta sau de a respinge ceea ce auzim și citim. Cu alte cuvinte, în alegerea pe care o fac oamenii atunci când butonează telecomanda, fac „click”, „post” sau „share”. Uneori (deseori), prin acest gest ei tocmai amplifică ceea de ce se tem și evită – adică un discurs care polarizează societatea, stârnește sentimente de insecuritate și scoate în relief criza de putere în rândul celor mai puțin informați.

Sabia proverbială cu două tășuri, despre care ne previn autorii, este aici tocmai încrederea: pe de o parte, investind cu încredere un politician, un partid sau o publicație, ne abandonăm „dorinței de a fi vulnerabili și de a avea așteptări pozitive de la viitor”, ceea ce implică o diminuare a gândirii critice. Pe de altă parte însă, punând la îndoială orice informație din presă, declarație a guvernanților sau fapt acceptat ca atare de conștiința colectivă, cetățenii ajung să nu mai aibă încredere în instituțiile politice și democratice. Erodarea încrederii, la rândul său, compromite însuși fundamentul democrației și, respectiv,

al presei echidistante și obiective, pe ale cărei principii (însă) se ține societatea informațională actuală.

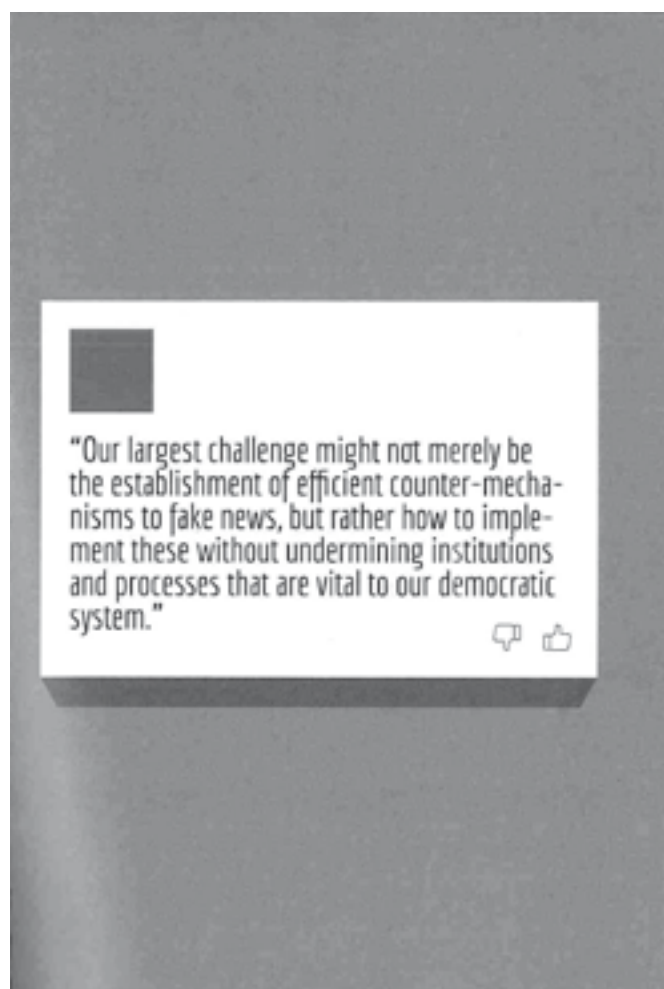
Dar orice explorare a acestor terenuri alunecoase ar fi sterilă fără o aplicare în practică a celor aflate. De aceea, ultimele trei Rute sunt dedicate unor studii de caz ale propagandei și manipulării, așa cum sunt declinate de trei regimuri autoritare: ISIS / Daesh, Coreea de Nord și Rusia. Și dacă în cazul ISIS „secretul” e că reformulează de fiecare dată contextul și interpretarea faptelor prin prisma doctrinei religioase (sau viceversa), iar Coreea de Nord se bucură în continuare de „adevărul” universului paralel pe care și l-a construit în baza unor fapte istorice reale, atunci Rusia se mulțumește cu simpla discreditare a

tuturor valorilor democratice contrare propriului discurs ideologic. De fapt, se pare că politica de confruntare cu ceilalți a fost mai dintotdeauna o trăsătură specifică guvernărilor acestei țări și continuă să fie o necesitate, inclusiv pentru regimul lui Putin.

Ce le rămâne așadar de făcut micilor țări-tampon, care nu se pot detașa de condiția de satelit post-sovietic? Soluțiile pentru combaterea știrilor false, precum și concluziile acestei călătorii inițiatice vă las să le descoperiți singuri, citind cea de-a zecea Rută, care explică detaliat *când, cum și de ce* să răspundem la știrile false cu dezmințiri (și de ce, uneori, e mai bine să nu răspundem deloc).

Cristina MOGÎLDEA-LEVA

„Cea mai mare provocare pentru noi ar fi nu atât adoptarea unor mecanisme și contra-măsuri eficiente împotriva știrilor false, cât implementarea acestora într-un mod prin care să nu subminăm instituțiile și procesele vitale pentru sistemul nostru democratic.”



Memoriu privind libertatea presei în Republica Moldova

3 mai 2017 – 3 mai 2018

Pe parcursul anului 2017, mass-media din Republica Moldova a fost afectată de aceleași probleme ca în anii trecuți: pluralism fără diversitate, concentrarea proprietății mass-mediei, lipsa de transparență a beneficiarilor reali, o piață de publicitate insuficient dezvoltată și cu semne de acaparare, acces tot mai dificil la informațiile de interes public, ingerința politicului în activitățile editoriale ale anumitor instituții de presă, audiovizualul public detașându-se tot mai vizibil de funcția sa de serviciu public în favoarea elogierii puterii, regulatori obedienți guvernării și măsuri legislative presărate cu tentative de controlare a spațiului mediatic sub pretextul contracarării propagandei, pornografiei infantile sau protecției datelor cu caracter personal, intimidarea jurnaliștilor. Totodată, potrivit clasamentului privind libertatea presei în anul 2017, realizat de organizația „Reporterii fără frontiere”, Republica Moldova a coborât de pe locul 80 pe 81, cu un scor de 30,08 puncte.

Pe plan extern, fragilitatea libertății mass-mediei a fost un motiv de îngrijorare pentru partenerii țării: în ultimele sale concluzii privind Republica Moldova, emise la 26 februarie 2018, Consiliul UE pentru Afaceri Externe a menționat expres că „libertatea și pluralismul mass-mediei sunt precondițiile unei societăți democratice”, solicitând autorităților să înfăptuiască reforme care „să abordeze concentrarea proprietății mass-mediei și să garanteze libertatea și pluralismul presei”.

Concentrarea și lipsa de transparență în proprietatea mass-media

Conform Indicelui privind Starea Presei din Republica Moldova pentru 2017, lansat de Centrul pentru Jurnalism Independent, fenomenul monopolizării pieței media continuă. Piața media este dominată de două mari trusturi, unul fiind deținut de liderul partidului de la guvernare, PDM, și de persoane apropiate acestuia, al doilea aparținând unor persoane apropiate președintelui Igor Dodon. Același raport mai punctează că celelalte câteva instituții media existente sunt „departe, ca dotare și forțe, de a concura cu aceste trusturi”. Chiar dacă

legea a fost modificată astfel, încât un singur proprietar de media să nu poată deține mai mult de două licențe în sfera audiovizualului, impactul noii norme legale a fost neglijabil. În mai 2017, licențele de emisie pentru posturile de televiziune Canal 2 și Canal 3, deținute de președintele PDM, Vladimir Plahotniuc, prin compania General Media Group (GMG), au fost cesionate companiei Telestar Media, fondată de consilierul său de PR, Oleg Cristal. Adresa televiziunilor a rămas însă aceeași. Rapoartele de monitorizare ale CJI privind elementele de propagandă, manipulare informațională și încălcare a normelor deontologiei jurnalistice în spațiul mediatic autohton atestă un grad înalt de similitudini între multe materiale produse de posturile Prime, Publika TV, Canal 2 și Canal 3.

La celălalt pol, peisajul mediatic autohton este dominat de canalele și portalurile afiliate Partidului Socialiștilor și președintelui Igor Dodon (Accent TV, NTV, Aif.md).

Piața publicității monopolizată

Publicitatea este una dintre puținele surse de venit alternative finanțării directe de către proprietar, care permite să fie evitate potențialele ingerințe în politica editorială a redacțiilor. Totuși, potrivit experților, dimensiunea redusă a pieței de publicitate și înțelegerea nescrisă de tip cartel între doi mari actori de pe piață nu le permit instituțiilor media independente să aibă acces liber la plasatorii mari de publicitate. Astfel, agenția Casa Media, despre care presa a scris că i-ar aparține lui Vladimir Plahotniuc, direcționează fluxul monetar disponibil către instituțiile din trustul GMG, afiliate aceluiași politician. Cea de-a doua agenție cu pondere pe piața de publicitate este Exclusive Sales House, parte a trustului Exclusive Media Company, deținut de parlamentarul socialist Corneliu Furculiță. Împreună, cele două companii controlează circa două treimi din volumul pieței.

În ianuarie 2018, un grup de instituții media (PRO TV Chișinău, RTR-Moldova, Jurnal TV și TV 8) au sesizat Consiliul Concurenței privind existența unei înțelegeri

de cartel, prin care fluxurile financiare sunt distribuite în raport de 80% (Casa Media) la 20% (Exclusive Sales House). Oficial, niciun răspuns nu a parvenit până în prezent de la autoritatea de reglementare a concurenței.

Angajarea politică și propaganda internă a redacțiilor afiliate unor politicieni

Concentrarea proprietății mass-mediei și monopolizarea surselor de venit din publicitate sunt principalii factori care determină situația vulnerabilă a presei: cele mai multe dintre redacțiile mari sunt angajate politic, iar politica lor editorială este formată direct în funcție de interesele proprietarilor lor. Mai mult decât atât, pe parcursul anului 2017 s-a observat că aceste instituții au recurs la tehnici propagandistice și manipulative atunci când au reflectat numeroase subiecte de interes public major. Apogeul dezinformării interne a fost atins odată cu promovarea campaniei pentru adoptarea sistemului de vot mixt și a continuat pe parcursul anului 2017 și în primele luni ale lui 2018 în toate subiectele ce țin de reformele promise de guvernare, evaluările partenerilor occidentali ale politicilor interne, situația economică și recuperarea datoriei în dosarul „furtului miliardului”.

Rapoartele de monitorizare ale CJJ privind elementele de propagandă, manipulare informațională și încălcarea a normelor deontologiei jurnalistice arată că, pe parcursul anului 2017, precum și în primul trimestru al anului 2018, instituțiile media afiliate anumitor grupări politice favorizează direct și indirect anumiți politicieni și partide: Accent TV și NTV Moldova – pe președintele Igor Dodon și PSRM, canalele holdingului GMG – PDM și pe liderul acestuia, Vladimir Plahotniuc, în timp ce Jurnal TV favorizează PPDA, în frunte cu Andrei Năstase.

Atât monitorizarea sus-menționată, cât și experții media semnalează că postul public de televiziune Moldova 1 tot mai des reflectă evenimentele de interes public într-un mod asemănător celui de la Prime TV, Canal 2, Canal 3 și Publika TV. Pe lângă structura comună și același unghi de abordare a știrilor, postul public a preluat și promovarea proiectelor și persoanelor apropiate PDM, inclusiv candidatul agreat tacit de acest partid în alegerile locale pentru Primăria municipiului Chișinău, Silvia Radu, dar și planul pentru construcția Chișinău Arena, anunțat de Vladimir Plahotniuc.

Între timp, în Găgăuzia se duc lupte politice pentru controlul Companiei publice regionale Teleradio

Găgăuzia. Adunarea Populară de la Comrat a desființat, în decembrie 2017, cu votul a 19 deputați locali, Consiliul de Observatori al companiei publice. Experții locali susțin că lupta se duce între bașcanul Găgăuziei, Irina Vlah, și Adunarea Populară, controlată de democrați.

Măsuri de reglementare îndoielnice

Modificarea articolului 11 din Codul Audiovizualului, în vigoare din data de 1 octombrie 2017, prevede că mass-media audiovizuală trebuie să emită zilnic cel puțin opt ore de produs autohton. Conform Studiului de evaluare a cadrului juridic de reglementare și autoreglementare a activității mass-mediei în Republica Moldova, prevederea este „una necesară, în scopul promovării și dezvoltării produsului audiovizual autohton”, dar necesită ajustări care să permită „o abordare diferențiată a cotei de produs autohton obligatorie pentru radiodifuzori, or, capacitatea de producție a unui radiodifuzor local sau regional este diferită de cea a unui radiodifuzor național”, tot așa după cum „în zona radio (...) cotele de produs autohton pot fi atinse mai ușor decât în cazul televiziunilor”.

Subiectul protecției datelor cu caracter personal a rămas în atenția publică după ce mai multe ONG-uri au organizat mese rotunde, cu participarea reprezentanților instituțiilor de stat: Centrul Național pentru Protecția Datelor cu Caracter Personal (CNPDCP), Ministerul Justiției, Consiliul Superior al Magistraturii. În cadrul acelor evenimente, au fost discutate inclusiv prevederile legale propuse de CNPDCP cu scopul protejării datelor cu caracter personal care pot amenința libertatea de exprimare și îngreună accesul la informații de interes public. Până în prezent, propunerile formulate de autorități au fost considerate inadecvate de către experții Consiliului Europei și de comunitatea media din Moldova, din moment ce obligativitatea jurnalistului de a-și justifica cererea de informații care conțin date personale ar putea duce la mai multe limitări ale drepturilor jurnaliștilor în procesul de obținere a informațiilor.

În octombrie 2017, Consiliul Superior al Magistraturii (CSM) și-a propus să adopte un nou Regulament cu privire la modul de publicare a hotărârilor judecătorești pe Portalul instanțelor naționale de judecată. Proiectul prevedea anonimizarea identității tuturor persoanelor fizice în textele hotărârilor publicate pe website și ar fi făcut imposibilă găsirea de către public a hotărârilor judecătorești în cauzele de rezonanță și a informațiilor privind modul în care s-au examinat asemenea cauze.

Proiectul regulamentului a fost însă retras și înlocuit cu versiunea propusă de Curtea Supremă de Justiție (CSJ) abia după ce peste 70 de jurnaliști, instituții media și ONG-uri au semnat un apel public la adresa CSM și au organizat o acțiune de protest.

Impedimente din partea autorităților în asigurarea accesului la informație

Nici pe parcursul anului 2017, nici în primele luni ale lui 2018, Parlamentul nu a votat în lectură finală amendamentele la Legea cu privire la accesul la informație, adoptate în primă lectură încă în iulie 2016 și considerate prioritare în comunitatea media. În repetate rânduri, numeroase instituții publice și persoane oficiale le-au refuzat jurnaliștilor accesul la informații și evenimente de interes public, cazul cel mai rezonant fiind cel al fotojurnalistului Constantin Grigoriță. În calitate de fotoreporter al Asociației Presei Independente (API), el a fost exclus de la evenimente desfășurate de Președinție, iar plângerea pe care a depus-o în instanța de judecată împotriva lui Igor Dodon și a Aparatului președintelui a fost inițial respinsă, pentru ca ulterior să fie acceptată și, după mai multe amânări, dosarele să fie comasate.

Chiar dacă au existat procese de judecată câștigate de jurnaliști, o serie de instituții publice au continuat să ignore obligațiile legale de a oferi informații de interes public, invocând diverse motive. Centrul de Investigații Jurnalistice a câștigat un proces de judecată împotriva Comisiei Electorale Centrale (CEC), care în campania electorală pentru alegerile prezidențiale din 2016 a limitat accesul jurnaliștilor la rapoartele financiare ale concurenților. Deși magistrații au obligat Comisia să furnizeze datele, CEC, invocând protecția datelor cu caracter personal, a refuzat timp de mai multe luni să se conformeze. În cele din urmă, instituția a oferit acces „fragmentar” la listele cu sponsorii concurenților electorali.

În decembrie, API a inițiat procedura de executare silită a hotărârii CSJ prin care Î.S. „Poșta Moldovei” a fost obligată să ofere jurnaliștilor informații privind concursurile de achiziții publice desfășurate în anii 2014-2016 - date pe care întreprinderea de stat refuzase să le ofere pe motiv că nu ar fi furnizor de informație de interes public.

Un alt proces de judecată de rezonanță în domeniul accesului la informație, câștigat de jurnaliști la Curtea Supremă de Justiție, este cel al RISE Moldova împotriva

Ministerului Afacerilor Interne (MAI). În martie 2018, instanța supremă a obligat MAI să ofere reporterilor datele anunțării în urmărirea națională sau internațională a zece persoane, fiind creat un precedent în lupta pentru accesul la informație în Republica Moldova.

La sfârșitul anului trecut, un grup de jurnaliști care se bucură de recunoașterea colegilor din domeniu au înaintat o solicitare pentru interviu fostului prim-ministru Vlad Filat, deținut actualmente în Penitenciarul nr. 13. Solicitarea, adresată ministrului Justiției, directorului adjunct al Departamentului Instituției Penitenciare și șefului Penitenciarului nr. 13, făcea trimitere la prevederile legislației naționale și internaționale privind necesitatea asigurării transparenței în cazul unui dosar de asemenea rezonanță și importanță publică, însă cererea nu a fost admisă. Astfel, atât jurnaliștii, cât și cetățenii Republicii Moldova au fost privați de dreptul de a avea acces la informații de interes public de importanță deosebită în dosarul „furtului miliardului”, transformat ulterior în datorie publică.

În noiembrie 2017, Ministerul Sănătății a emis un ordin prin care toate instituțiile medicale și agențiile subordonate erau obligate să coordoneze cu ministerul publicarea informațiilor pe rețelele sociale, răspunsurile la solicitările jurnaliștilor sau prezența la emisiuni. La scurt timp după aceea, Silvia Radu, numită în funcția de primar interimar a municipiului Chișinău, a emis o dispoziție identică, ambele ordine suscitând nemulțumirea comunității mass-media, care au întrevăzut posibilitatea unor abuzuri din partea funcționarilor cu scopul de a controla accesul presei la informații.

Atacuri și intimidări ale jurnaliștilor și instituțiilor de presă

Pe parcursul anului 2017 și începutul anului 2018, mai mulți jurnaliști, în special de investigație, au fost agresați și hărțuiți periodic, în diferite circumstanțe.

Reporterilor ZdG li s-a interzis să filmeze și să fotografieze în mai multe locuri publice. De exemplu, jurnaliștii au fost oprți de cel puțin două ori în timp ce încercau să fotografieze și să filmeze în apropierea clădirii Global Business Center, fiind și amenințați.

În februarie 2018, o reporteră RISE Moldova a fost intimidată de reprezentanți ai Fundației de caritate Sfântul Gheorghe” și ai platformei Caritate.md, după ce a fost

publicat un teaser video la o investigație în care aceștia erau vizați.

În același timp, o jurnalistă de la Centrul de Investigații Jurnalistice a fost admonestată public de CSM; un reporter Jurnal TV a fost agresat verbal și fizic de Vladimir Hotineanu, deputat PDM; fotoreportera Jurnal de Chișinău a fost atacată fizic de proprietarii unui magazin; echipa de filmare Publika TV a fost intimidată de protestatari la un miting al opoziției; un reporter Prime nu a fost lăsat să intre la o ședință a Partidului Acțiune și Solidaritate (PAS), în timp ce posturile TV8 și Jurnal TV au semnalat bruiaje ale programelor lor în care Vladimir Plahotniuc era acuzat de comandarea unor asasinat.

Pe lângă acestea, trebuie menționate acțiunile de denigrare și ironizare întreprinse de simpatizanții guvernării (trolli) pe rețelele sociale împotriva jurnalistelor Alina Radu și Cornelia Cozonac. Cele două jurnaliste au fost ținta unor materiale denigratoare în care se făceau insinuări de corupție și neprofesionalism pornind de la aspectul fizic al acestora.

Autoritatea de reglementare, utilizată ca instrument politic

Consiliul Coordonator al Audiovizualului (CCA) a tergiversat examinarea cererii TV8 privind cesiunea licenței, care era o condiție pentru finalizarea transferării proprietății postului TV către o asociație constituită predominant din jurnaliști, aprobând cererea abia la jumătatea lunii decembrie 2017.

De asemenea, în urma unui raport de monitorizare la subiectul respectării prevederilor privind cota de produs autohton, obligatorie de la 1 octombrie, CCA a emis o serie de avertismente pentru șapte posturi TV, însă nu a sancționat alte canale de televiziune care au comis aceleași încălcări. Experții media au considerat că aplicarea selectivă a legii poate fi interpretată drept un efort de a proteja posturile TV afiliate PDM.

Ajustarea cadrului legal, între restanțe și progrese modeste

În 2017, Parlamentul a creat Grupul de lucru pentru ajustarea legislației mass-mediei naționale. În iunie, la prima ședință, membrii grupului au punctat printre priorități: elaborarea Strategiei de Dezvoltare a Mass-mediei din Republica Moldova; elaborarea unui nou Cod al

audiovizualului; elaborarea Strategiei privind Securitatea Informațională a țării; consultarea/definitivarea legislației privind accesul la informație (versus protecția datelor cu caracter personal, experiența țărilor UE în domeniu); elaborarea unei noi Legi a presei (presa scrisă și online); perfecționarea Codului Electoral privind reflectarea campaniei electorale în media; perfecționarea legislației privind publicitatea; perfecționarea legislației privind concurența; identificarea de soluții juridice privind oferirea de facilități fiscale pentru producția media autohtonă etc.

De atunci, membrii grupului s-au întrunit de mai multe ori, niciun proiect de lege nefiind încă votat în lectură finală. Abia la 20 aprilie 2018, a fost votat în prima lectură proiectul Codului Serviciilor Media Audiovizuale (noul Cod al audiovizualului). În aceeași ședință plenară, deputații au aprobat și proiectul de lege privind Concepția națională de dezvoltare a mass-mediei din Republica Moldova.

Recomandăm autorităților:

- să realizeze în regim de urgență prevederile restante din Programul de activitate a Guvernului pentru perioada 2015 – 2018, referitoare la mass-media;
- să asigure independența veritabilă 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 se abțină de la influențarea politicilor editoriale sau de la subordonarea instituțiilor de presă, în special a postului public de televiziune, în timp ce politicienii proprietari de media să nu trateze instituțiile de presă ca pe niște filiale de partid;
- să ajusteze legea privind accesul la informație la cerințele erei digitale și la practicile de guvernare electronică;
- până la intrarea în vigoare a unor noi prevederi privind accesul la informație, să fie respectate cele vechi – adică să ofere răspunsuri la solicitările de informații în termenul prevăzut de lege și să asigure accesul la informațiile de interes public;
- să adopte în timp util proiectele de legi elaborate în cadrul grupului de lucru din Parlament, prioritate absolută fiind Codul audiovizualului, care ar trebui să fie în vigoare cu suficient timp înainte de începerea

campaniei electorale pentru alegerile parlamentare din 2018;

- să reacționeze la investigațiile jurnalistice obiective și echilibrate, care scot la iveală abuzuri;
- Consiliul Concurenței să-și exercite funcția de reglementare eficient și imparțial și să asigure restabilirea unor condiții echitabile pe piața publicității;
- cazurile de intimidare a jurnaliștilor să fie investigate obiectiv și fără tergiversare;
- să asigure efectiv securitatea jurnaliștilor.

Centrul pentru Jurnalism Independent

Asociația Presei Independente

Asociația Presei Electronice

Asociația Telejurnaliștilor Independenți

Asociația Reporteri de Investigație și Securitate Editorială

Centrul de Investigații Jurnalistice

Centrul „Acces-Info”

Centrul Media pentru Tineri

Comitetul pentru Libertatea Presei

Centrul pentru Jurnalism Independent

ISSN 1857 – 002 x

Directoare
Nadine GOGU

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

Au colaborat:

***Aneta GONȚA, Viorica ZAHARIA, Dorin SCOBIOALĂ, Tatiana PUIU, Ion BUNDUCHI,
Vitalie CĂLUGĂREANU, Mariana TACU, Tatiana CORAI, Cristina MOGÎLDEA-LEVA***

Redactor-șef
Tatiana CORAI

Corector
Maria BORODA

Machetare computerizată
Andrei ICHIM

Imagini pe copertă
Arhiva CJJ

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

e-mail: tcorai@ijc.md
<http://www.media-azi.md>

Ediția din iunie 2018 a Revistei Mass-media în Moldova a fost publicată cu sprijinul financiar al Agenției Suedeze pentru Dezvoltare și Cooperare Internațională, prin intermediul Ambasadei Suediei la Chișinău.

