

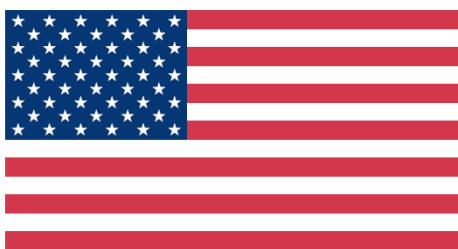


Centrul pentru Jurnalism Independent

RAPORT DE MONITORIZARE



Activitatea instituțiilor media și a jurnaliștilor
pe rețeaua de socializare Facebook în
campania pentru alegerile prezidențiale din
1 noiembrie 2020



Embassy of the United States of America

Raportul a fost realizat în cadrul proiectului „Monitorizarea rețelelor sociale în alegeri”, implementat de Centrul pentru Jurnalism Independent (CJI) și finanțat de Departamentul de Stat al Statelor Unite ale Americii. Opiniile, constatările și concluziile enunțate țin de responsabilitatea CJI și nu reflectă în mod necesar viziunea Departamentului de Stat al Statelor Unite ale Americii.

INTRODUCERE ȘI CONTEXT

Acest raport de monitorizare prezintă modul și dinamica activității instituțiilor mass-media (n=5) și a jurnaliștilor (n=15) în campania electorală pentru alegerile prezidențiale din 1 noiembrie 2020, pe Facebook, cea mai populară rețea socială în Republica Moldova.

Studiul este conceptualizat teoretic și testat empiric în contextul în care:

- ⇒ În era digitală, rețelele sociale sunt instrumente indispensabile pentru jurnaliști și instituțiile media în activitatea profesională de accesare a informației și de comunicare informațională;
- ⇒ Platforma socială online Facebook constituie un canal important de consum și circulație informațională pentru aproximativ un milion de moldoveni (Gramatic 2019); în campaniile electorale, jurnaliștii acordă o deosebită atenție discursului politic și candidaților;
- ⇒ Ca platformă de liberă exprimare, de participare socială și politică, rolul rețelei Facebook se amplifică în campaniile electorale;
- ⇒ Activitatea de pe rețelele sociale este protejată de dreptul la libertatea de exprimare (garantat de Constituție), însă, datorită afilierii la breasla jurnalistică și la instituția media în care activează, jurnaliștii sunt percepuți ca persoane publice, investite cu responsabilitate socială în cazul în care promovează mesaje publice;
- ⇒ Experiența alegerilor anterioare desfășurate în Republica Moldova arată că rețelele sociale sunt adesea folosite ca instrumente de dezinformare și propagandă politică.

Alegerile prezidențiale din 2020 în Republica Moldova vor avea loc pe data de **1 noiembrie**. Cetățenii vor merge la secțiile de votare pentru a alege în mod direct președintele țării, funcție care reprezintă, conform Constituției, garantul suveranității, independenței naționale, al unității și integrității teritoriale. În cursa electorală au fost înscriși 8 candidați: (1) **Renato Usatii** (Partidul Nostru, PN); (2) **Andrei Năstase** (Platforma Demnitate și Adevăr, PDA); (3) **Maia Sandu** (Partidul Acțiune și Solidaritate, PAS); (4) **Tudor Deliu** (Partidul Liberal Democrat din Moldova, PLDM); (5) **Igor Dodon** (candidat independent); (6) **Violeta Ivanov** (Partidul „Șor”); (7) **Octavian Țicu** (Partidul Unității Naționale, PUN); (8) **Dorin Chirtoacă**, (Blocul electoral Unirea).

SCOP ȘI OBIECTIVE

Studiul are ca **scop** analiza dinamicii activității a 15 jurnaliști și a 5 instituții media, precum și a conținutului postat pe rețeaua socială Facebook în perioada 21-27 septembrie 2020, pentru a determina modul în care s-au referit la alegerile prezidențiale și pentru a evalua cum au fost respectate prevederile generale ale Codului deontologic al jurnalistului și în mod specific, cu referire la Articolul 1.6, ce condamnă activitățile de partizanat politic, propaganda politică, ideologică și agitația electorală.

Obiectivele studiului de monitorizare țin de:

[1] Evaluarea modului în care jurnaliștii și mass-media utilizează platforma socială Facebook pentru a informa despre discursul politic și cel electoral al concurenților electorali prin colectarea sistematică a datelor cu sursă deschisă, publicate pe profilurile și paginile de Facebook.

[2] Evaluarea activității mass-media și a jurnaliștilor din perspectiva respectării Codului deontologic al jurnalistului și determinarea neutralității sau afilierii politice prin analiza postărilor create pe paginile personale.

Reamintim că prevederile generale ale Codului deontologic al jurnalistului și, mai cu seamă, Articolul 1.6 condamnă:

⇒ orice încercare de a implica jurnaliștii în activități de **partizanat politic** sau de mercenariat ideologico-financiar, de **război propagandistic** sau **război informațional de tip trolling**;

⇒ diseminarea mesajelor interzise de lege (discursul instigator la ură, homofobie, antisemitism, discriminare etc), precum și activitatea de **propagandă politică**, religioasă și de **agitație electorală**.

Atitudinea față de un candidat sau altul în alegerile prezidențiale, exprimată prin postările de pe Facebook, poate să confirme sau să infirme afilierea jurnaliștilor și a instituțiilor media la anumite partide sau politicieni. Respectiv, acest indicator a fost folosit pentru a evalua acuratețea și echidistanța jurnaliștilor în reflectarea candidaților electorali.

Tabel 1. Criteriile de selecție a instituțiilor media, jurnaliștilor și identificarea postărilor ce țin de electorală

5 pagini oficiale de Facebook ale instituțiilor media	15 profiluri personale de Facebook ale jurnaliștilor	652 de postări ce țin de electorală
<ul style="list-style-type: none"> - Aria de acoperire națională - Diversitatea lingvistică - Audiența și popularitatea - Numărul de urmăritori 	<ul style="list-style-type: none"> - Notorietatea și influența în spațiul public - Experiența în jurnalism - Audiența și popularitatea - Numărul de prieteni, urmăritori 	<ul style="list-style-type: none"> - Caracterul electoral - Statutul public - Importanța informațională pentru public - Distribuirea în cronologie - Potențialul de a influența opinia publică referitor la candidații în cursa electorală.

Tabel 2. Lista instituțiilor media monitorizate

Numele instituției	Descrierea de pe pagina de Facebook	Nr. De urmăritori
NTV Moldova¹	Pagină creată la 25 ianuarie 2016. Este administrată de 13 conturi localizate în Moldova. Nu are însemnul „Verificat” de la Facebook.	37,870
Primul în Moldova²	<i>Primul în Moldova este, astăzi, în casele tuturor! Vă așteptăm zilnic cu patru ediții de știri, pentru a vă arăta ce se întâmplă în țară și în lume. Vrem să vă convingem că merităm atenția voastră.</i> Pagină creată pe 3 noiembrie 2019. Contul este gestionat de 14 conturi din Moldova. Pagina nu are însemnul „Verificat” de la Facebook.	20,051
PUBLIKA.MD³	<i>PUBLIKA.MD, lider în online-ul din Republica Moldova și singurul site de știri care îți oferă noutăți 24/24. Rapid, actual, corect și complet.</i> Pagină creată la 31 martie 2010. Este gestionată de 14 conturi localizate în Moldova și un cont cu locația primară în România. Pagina nu are însemnul „Verificat” de la Facebook.	186,564
Unimedia.info	<i>Conectează-te la pagina portalului de știri UNIMEDIA (unimedia.info) ca să fii informat corect și echidistant.</i> Pagină	109,539

¹ <https://www.facebook.com/AccentTVMoldova>


² <https://www.facebook.com/Primul-%C3%AEn-Moldova-113247366781343>

³ <https://www.facebook.com/Publika.md/>

	creată pe 8 iunie 2011. Dispune de însemnul „Verificat” de la Facebook.	
Jurnal TV⁴	<i>Jurnal TV este un post de televiziune generalist, cu cele mai obiective știri, cele mai tari emisiuni și cel mai bogat content de divertisment. Pagina a fost creată pe 4 august 2009. Nu are însemnul „Verificat” de la Facebook.</i>	230,165

* Datele despre instituții au fost colectate pe data de 12 septembrie 2020.

** Numele jurnaliștilor a fost anonimizat .

*** Însemnul “Verificat”  apare lângă o pagină Facebook sau în dreptul contului în căutare și în profil, drept confirmare din partea companiei Facebook că acest cont este autentic și reprezintă o persoană publică, o celebritate sau o marcă globală.

Pentru a evita dilemele și unele încălcări de etică au fost colectate doar date cu statut public din categoria POSTĂRI (timeline - cronologie (RO)). Informația cu caracter public este adresată publicului larg, distribuită pe rețelele sociale fără restricția de a fi preluată și fără filtrul de confidențialitate. Anume astfel de postări au, din punct de vedere tehnic, posibilitatea de a ajunge la un grup mai numeros de oameni, iar autorii lor, de obicei, țin să influențeze, într-un fel sau altul, opinia publică.



Datele au fost colectate din fluxul de activități a doua zi după ce a fost făcută postarea, iar în cazurile în care au fost adăugate alte postări, video sau imagini, acestea nu au fost codificate.

Analiza datelor a fost efectuată în baza metodei analizei cantitative de conținut.

La fel, au fost realizate studii de caz ce analizează tendințele proeminente din perspectivă calitativă.

*Au fost analizate postările vizibile în timeline până la redirecționarea cititorilor pe altă platformă decât Facebook (fără a accesa link-uri). La fel, emisiunile video publicate au fost codificate separat, fără a fi vizualizate.

⁴ <https://www.facebook.com/jurnaltv.md>

*Studiul a fost realizat cu recunoașterea deplină a faptului că totalitatea postărilor distribuite pe Facebook nu reprezintă integral conținutul mediatic produs de instituțiile media, atât în perioada monitorizată, cât și în general.

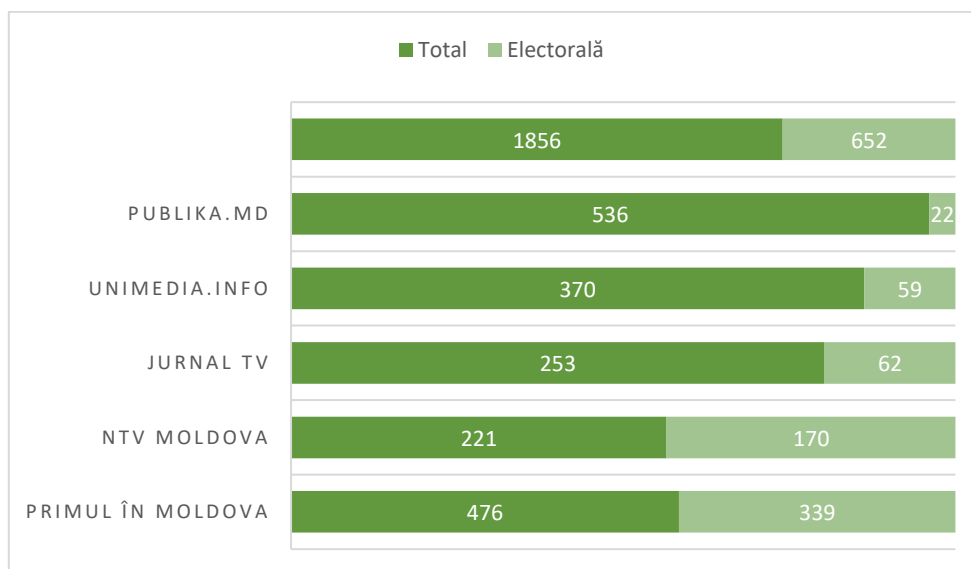
CONSTATĂRI ȘI TENDINȚE PRINCIPALE

Instituțiile media au distribuit un volum considerabil de postări ce reflectă procesul de organizare a alegerilor, scandalurile electorale, sondajele de opinie, acțiuni, promisiuni și declarații politice și populiste ale candidaților, pe lângă alte categorii de știri.

În total au fost colectate și codificate **1856 de postări** de pe 5 pagini de Facebook ale instituțiilor media preselectate pentru monitorizare. Un număr de **652 de postări** au fost identificate ca făcând parte din volumul informațional ce ține de electorală, distribuit pe rețele.

Jurnaliștii au făcut **41 de postări**, două dintre care încalcă prevederile Codului și a Articolului 1.6, susținând un anumit candidat la prezidențiale. Faptul dacă jurnalistul încalcă sau nu Codul deontologic atunci când își afișează pe rețelele sociale preferințele politice merită o discuție amplă și poate servi drept subiect pentru un alt tip de cercetare.

Grafic 1. Totalitatea postărilor publicate de instituțiile media monitorizate între 21-27 septembrie



COVID-19 a fost o linie de subiect abordată de toate instituțiile media, însă, în comparație cu studiul anterior, nu s-a mai pus accent pe faptul că virusul ar putea influența modul de desfășurare a alegerilor.

Toate instituțiile media monitorizate au reflectat, într-o oarecare măsură, alegerile prezidențiale.

Cel mai mare volum de postări ce țin de electorală sunt publicate de canalele de televiziune afiliate PSRM și anume **Primul în Moldova** (339 din 476) și **NTV Moldova** (170 din 221), ceea ce reprezintă circa **60%** din conținutul de postări distribuite pe paginile de Facebook ale instituțiilor. Analiza modului de postare și a categoriilor tematice relevă faptul că grila de știri a NTV Moldova diferă foarte puțin de cea a postului Primul în Moldova, creând impresia că ar fi produsul unei coordonări și colaborări strânse dintre echipele redacționale ale celor două instituții media. La fel, titlurile postărilor de pe paginile de Facebook ale ambelor posturi TV se aseamănă izbitor între ele.

Volumul informațional distribuit pe rețelele sociale este utilizat pentru a amplifica mesajele campaniei electorale a candidatului independent Igor Dodon, susținut de PSRM. O dovadă în acest sens este periodicitatea postărilor ce îl prezintă pe Dodon într-o lumină favorabilă și care se referă la șansele sale incontestabile de câștig, prezentate prin sondaje și statistici, vizite în teritoriu, reforme sociale și economice la inițiativa lui Igor Dodon, majorarea pensiilor și salariilor, construcția de apeducte, reducerea procentelor de creditare la Banca Națională, precum și predicțiile unor lideri de opinie vizavi de victoria lui Dodon în alegeri etc. La fel, un element-cheie îl constituie atacurile la adresa contracandidaților săi, mai cu seamă a candidatei PAS, Maia Sandu. În acest context, ambele posturi TV exploatează și elementul religios, mediatizând felicitările lui Igor Dodon, adresate cetățenilor cu ocazia sărbătorilor religioase. O știre cu titlul: „SONDAJ: Viitorul președinte al Republicii Moldova trebuie să fie un BĂRBAT și trebuie să fie CREDINCIOS”, distribuită de ambele canale de televiziune, exemplifică modul în care acestea influențează telespectatorii cu privire la alegerea pe care trebuie s-o facă. Mai mult, Primul în Moldova șterge sau arhivează majoritatea postărilor de pe pagină, după o perioadă relativ scurtă de timp, lăsând pe rețea în mare parte transmisiunile buletinelor de știri. Faptul pare curios și dubios în același timp, dezvăluind un comportament mai puțin obișnuit în mediul online, în spatele căruia ar putea sta intenția instituției de a ascunde o parte a conținutului făcut public. Ambele instituții au distribuit și un fals despre vaccinul rus „Sputnik-V”, precum că ar fi fost validat de Organizația Mondială a Sănătății.

Primul în Moldova și NTV încalcă grav Codul deontologic al jurnalistului și Articolul 1.6, făcând partizanat și propagandă politică nu doar pentru Igor Dodon, ci și pentru reprezentanții din conducerea PSRM, prelansând astfel o campanie de susținere a socialiștilor în eventualitatea unor alegeri de orice altă categorie.

Unimedia.info și **Jurnal TV** au un volum similar de postări ce țin de alegeri și candidații electorali, ce nu depășește 25% din numărul total al acestora. Instituțiile, spre deosebire de Primul în Moldova și NTV, nu comit însă abateri importante de la prevederile Codului și a Articolului 1.6. Cel mai mic număr de postări despre alegeri l-a făcut **Publika.md**, care a fost și cea mai neutră instituție în raport cu subiectul electoralei pentru prezidențiale.

Jurnal TV este singura instituție ai cărei jurnaliști exploatează rețeaua socială ca pe un forum de discuții și exprimare a opiniilor despre politică, geopolitică, societate și, în perioada de monitorizare, despre alegeri. Doar un jurnalist de la NTV Moldova poate fi comparat, după dinamica postărilor, cu jurnaliștii de la Jurnal TV. În rest, se poate constata că jurnaliștii nu au o activitate publică intensă pe rețelele sociale în preajma alegerilor.

Sondajele sunt un instrument folosit în campania electorală pentru a evalua șansele de câștig ale candidaților. Adesea, însă, rezultatele sondajelor pot fi și un instrument de manipulare a opiniei publice, insuflând o mai mare încredere într-un candidat sau altul și influențând mai ales alegătorii indeciși. Verificarea validității acestor sondaje poate fi efectuată prin analiza profilului organizațiilor/institutilor de cercetare care le-au implementat, sub aspectul credibilității și conexiunii cu anumite entități politice.

Tabel 3. Rezultatele sondajelor pre-electorale promovate pe rețelele sociale

Primul în Moldova	NTV	Publika.md	Unimedia.info	Jurnal TV
Sondaje ce prognozează șansele de câștig ale candidaților la prezidențiale				
SONDAJ: Indiferent cu cine se va duela în turul doi la prezidențiale, Igor Dodon va obține victoria ⁵	Igor Dodon va câștiga alegerile prezidențiale în turul doi al scrutinului, indiferent de cine va fi contracandidatul acestuia. Sunt datele ultimului sondaj Vox Populi - septembrie 2020 ⁶ Fiecare al treilea cetățean din țara noastră are cea mai mare încredere în Igor	Igor Dodon și Maia Sandu ar fi în topul preferințelor moldovenilor, dacă alegerile prezidențiale ar avea loc duminică viitoare. Cel puțin asta arată datele din cadrul Studiului Sociologic Vox-Populi, organizat de Asociația Sociologilor și Demografilor din Moldova ⁹	Un nou sondaj, alte date. O cercetare realizată de Institutul Republican Internațional arată că lidera PAS, Maia Sandu, se bucură de cea multă încredere din partea cetățenilor. ¹⁰	Sondajele IRI spun că Maia Sandu „îl bate pe Igor Dodon în primul tur” ¹¹

⁵<https://www.facebook.com/113247366781343/posts/345020583604019>

⁶<https://www.facebook.com/ntvmoldova/posts/1363811577122646>

⁹<https://www.facebook.com/Publika.md/posts/3381992278504207>

¹⁰<https://www.facebook.com/unimedia.info/posts/4375396852530849>

¹¹<https://www.facebook.com/jurnaltv.md/posts/10158454787345450>

	<p>Dodon, arată datele ultimului sondaj⁷</p> <p>Igor Dodon rămâne lider la alegerile prezidențiale, arată datele ultimului sondaj sociologic⁸</p>			
<p>SONDAJ: Igor Dodon se bucură de cea mai mare încredere a cetățenilor – 33,2%, în Maia Sandu cred doar 21,3%¹²</p>	<p>Igor Dodon rămâne personalitatea politică din țara noastră, care se bucură de cea mai mare încredere din partea cetățenilor. O treime dintre cetățeni au exprimat această opinie, în cadrul unui nou sondaj, realizat de Asociația Sociologilor și Demografilor. Cercetarea a mai arătat că președintele țării rămâne favoritul alegerilor din 1 noiembrie.¹³</p>		<p>Dacă duminica viitoare ar fi alegeri prezidențiale, în turul 2 ar ajunge Maia Sandu și Igor Dodon. Lidera PAS ar acumula 20%, iar Igor Dodon – 18%. Cel puțin asta arată un sondaj creat de Institutul Republican Internațional.¹⁴</p>	
<p>Viitorul președinte al Republicii Moldova trebuie să fie un bărbat. De această părere este fiecare al doilea cetățean al țării noastre, arată datele ultimului sondaj sociologic „Vox Populi - septembrie 2020”, realizat de Asociația Sociologilor și Demografilor.¹⁵</p>	<p>Viitorul președinte al Republicii Moldova trebuie să fie un bărbat. De această părere este fiecare al doilea cetățean al țării noastre, arată datele ultimului sondaj sociologic „Vox Populi”¹⁶</p>			
Sondaje ce prognozează șansele de câștig ale PSRM-ului la parlamentare				
<p>Dacă duminica viitoare ar avea loc alegerile parlamentare anticipate, cinci partide ar accede în Legislativ, iar PSRM ar obține cele mai multe voturi ale cetățenilor. Sunt datele prezentate în sondajul sociologic „Vox Populi, septembrie 2020”</p>	<p>SONDAJ: Dacă duminica viitoare ar avea loc anticipatele, cinci partide ar accede în Legislativ, iar PSRM ar obține cele mai multe voturi¹⁷</p>	<p>Partidul Socialiștilor este lider categoric în cazul unui scrutin parlamentar. Potrivit studiului „Vox Populi septembrie 2020”, realizat de Asociația Sociologilor și Demografilor, formațiunea ar întruni aproape 38 la sută din sufragii. De asemenea, cercetarea arată că jumătate din populație are o atitudine pozitivă față de organizarea, în</p>	<p>Dacă duminica viitoare s-ar organiza alegeri parlamentare, doar trei partide ar accede în Parlament. Cel puțin asta arată un sondaj creat de Institutul Republican Internațional.¹⁹</p>	

⁷<https://www.facebook.com/ntvmoldova/posts/1363799750457162>

⁸<https://www.facebook.com/ntvmoldova/posts/1363806780456459>

¹²<https://www.facebook.com/113247366781343/posts/345006113605466>

¹³<https://www.facebook.com/ntvmoldova/posts/1364210440416093>

¹⁴<https://www.facebook.com/unimedia.info/posts/4375449532525581>

¹⁵<https://www.facebook.com/113247366781343/posts/345008610271883>

¹⁶<https://www.facebook.com/ntvmoldova/posts/1364073593763111>

¹⁷<https://www.facebook.com/ntvmoldova/posts/1363801720456965>

¹⁹<https://www.facebook.com/unimedia.info/posts/4376191065784761>

NTV și Primul în Moldova promovează rezultatele sondajelor în maniera în care acestea arată că Igor Dodon este un candidat cu câștig garantat, iar Jurnal TV prezintă doar câștigul candidatei PAS, Maia Sandu. Unimedia și Publika prezintă echilibrat rezultatele sondajelor.

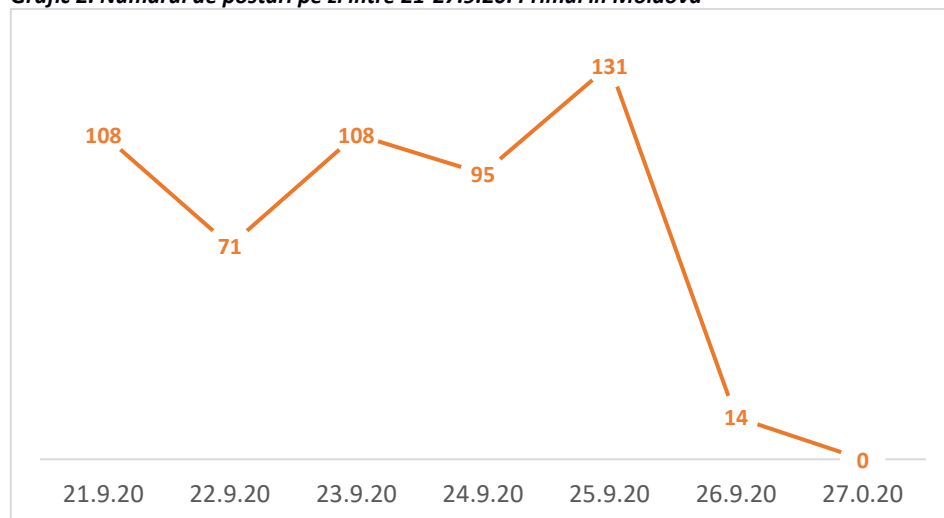
Patru instituții din cinci prezintă și informație despre atitudinea pozitivă a cetățenilor privind eventualele parlamentare.

INTERPRETAREA DATELOR. PRIMUL ÎN MOLDOVA

Modul de postare

Un număr de **476 de postări** au post publicate, în perioada 21-27 septembrie, pe pagina de Facebook²⁰ a canalului de televiziune Primul în Moldova. Media zilnică a interacțiunilor cu aceste postări este de 843 de acțiuni, între care aprecieri, comentarii și distribuiri lăsate pe pagină. Instituția distribuie atât postări în limba română, cât și traducerea acestora în limba rusă. Conform *Graficului 2*, cel mai mare număr de postări au fost efectuate pe data de 25 septembrie, acest fapt fiind condiționat de incendiul de la Filarmonica Națională. În medie, canalul are însă 70 de postări pe zi, în afară de duminică, zi în care nu a fost identificată nicio activitate pe pagina de Facebook a instituției.

Grafic 2. Numărul de postări pe zi între 21-27.9.20. Primul în Moldova



¹⁸<https://www.facebook.com/ntvmoldova/posts/1364211137082690>

²⁰ <https://www.facebook.com/Primul-%C3%AEn-Moldova-113247366781343>

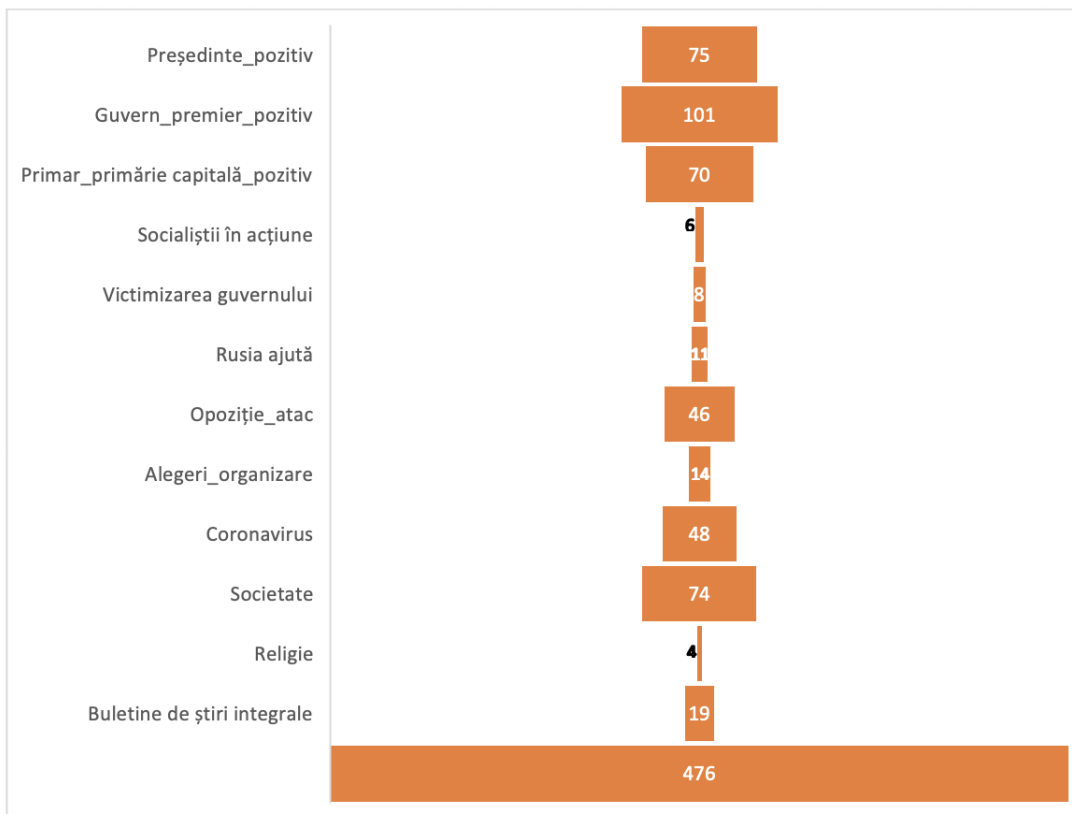
Categoriile tematice ale postărilor

Analizând categoriile tematice ale postărilor publice, apărute pe pagina postului de televiziune, și frecvența cu care acestea sunt puse în circulație se poate afirma că pagina de Facebook este utilizată drept instrument de amplificare a acelor știri de pe pagina web, care construiesc o imagine pozitivă a reprezentanților-cheie ai PSRM.

Din *Graficul 3*, putem observa că președintele (N=75), prim-ministrul și Guvernul (N=101) și primarul de Chișinău (N=70) sunt protagoniștii-cheie ai postărilor de pe pagina de Facebook a canalului de televiziune. 246 din totalul de postări elogiază realizările acestora pe plan politic și contribuția lor la dezvoltarea țării.

O altă categorie tematică, de asemenea cu un număr considerabil de postări, o constituie atacurile la adresa opoziției (N=46), axate pe incidentul cu profesorul de la Ocnița, care ar fi făcut propagandă în favoarea candidatei PAS la prezidențiale, Maia Sandu. Urmează subiectul Coronavirus (N=48), pe larg abordat de canalul de televiziune, și știrile despre anumite evenimente sociale (N=74), însă ultimele două sunt categorii cu conținut relativ neutru din punct de vedere politic. Alte două categorii de postări, oarecum curioase, sunt „Rusia ajută” (N=11) și „Victimizarea guvernării” (N=8), utilizate de instituția media într-o manieră similară mediei rusești controlată de stat. Primul în Moldova a făcut și 14 postări despre procesul de organizarea alegerilor.

Grafic 3. Numărul de postări pe categorii tematice între 21-27.9.20. Primul în Moldova



Pe Facebook, canalul promovează în volum considerabil:

1. Candidatura lui Dodon la prezidențiale prin:

- ⇒ Vizitele lui Igor Dodon în teritoriu: (1) „Igor Dodon a avut o întrevedere cu lucrătorii Nodului feroviar din Bălți și a vizitat întreprinderea „Bălți-Gaz” (FOTO)”²¹; (2) „Președintele țării a vizitat Casa-muzeu „Alexandr Pușkin” (FOTO), (VIDEO)”²²; (3) „Șeful statului a inspectat traseele din nordul țării: Reabilitarea drumurilor este unul din obiectivele de bază a actualei guvernări (FOTO)”²³; (4) „Igor Dodon la Orheiul Vechi: Un nou weekend, o nouă posibilitate de a explora țărișoara noastră dragă”²⁴ etc.
- ⇒ Discursurile la ONU și discuțiile președintelui cu oficiali ai altor state: (1) „Igor Dodon la ONU: Soluționarea conflictului transnistrean trebuie să se bazeze pe inițiativele R.Moldova, dar nu pe cele elaborate în afara țării”²⁵; (2) „Igor Dodon la întrevedere cu ambasadorul Marii Britanii: Suntem determinați să organizăm

²¹<https://www.facebook.com/113247366781343/posts/345114933594584>

²²<https://www.facebook.com/113247366781343/posts/342758810496863>

²³<https://www.facebook.com/113247366781343/posts/345251906914220>

²⁴<https://www.facebook.com/113247366781343/posts/346880813417996>

²⁵<https://www.facebook.com/113247366781343/posts/344521253653952>

alegeri libere și democratice (VIDEO)”²⁶, (3) „Igor Dodon: Am o comunicare foarte bună cu toți ambasadorii acreditați la Chișinău, inclusiv cu ambasadorul SUA”²⁷.

⇒ Inițiativele populiste și promisiunile președintelui: (1) „Igor Dodon: Voi propune asigurarea alegătorilor cu măști de protecție gratuite, la alegerile din 1 noiembrie”²⁸; (2) „Propunerea de a anula taxa de drum, care va fi aplicată începând cu 01 ianuarie 2021, aparține președintelui Igor Dodon”²⁹; (3) „BURSĂ PREZIDENȚIALĂ PENTRU CEL MAI BUN STUDENT: A proiectat un foisor în orașelul studentesc, a câștigat un concurs de invenții și a devenit colaborator al universității în care încă învață. Este vorba despre un student de la Universitatea Tehnică, nominalizat pentru bursa prezidențială. Mircea Zubcu a reușit să impresioneze și echipa noastră de filmare cu câteva din invențiile sale.”³⁰; (4) „Igor Dodon: Statul va elabora, în cel mai apropiat timp, o strategie națională de reabilitare a sistemului de irigare în agricultură”³¹; (5) „Igor Dodon: Medicii speră foarte mult că vom veni cu investiții majore în medicină”³²; (6) „Igor Dodon: Trebuie să facem lucruri bune, ca oamenii să vrea să trăiască în țara noastră”³³; (7) „Igor Dodon anunță construcția unei noi Filarmonici Naționale: Trebuie să construim un edificiu nou care să rămână pe secole înainte”³⁴ etc.

⇒ Mesajele cu care s-a lansat Igor Dodon în campanie, raportul de activitate și alte mesaje populiste ale actualului președinte: (1) „Igor Dodon i-a felicitat pe



Captură 1. Postare Primul în Moldova 25.9.20

credincioși pentru Nașterea Maicii Domnului”³⁵; (2) „Igor Dodon la ONU: Astăzi în lume încă persistă discriminarea, bazată pe gen, origine, rasă, religie sau dizabilitate (VIDEO)”³⁶; (3) „ÎNCOTRO MERGEM? Republica Moldova trebuie să devină un stat în care oamenii să își dorească să trăiască. Este principalul mesaj pe care îl va promova Igor Dodon în campania

electorală pentru alegerile prezidențiale. Șeful statului spune că dacă în următorii

²⁶<https://www.facebook.com/113247366781343/posts/343575247081886>

²⁷<https://www.facebook.com/113247366781343/posts/344984766940934>

²⁸<https://www.facebook.com/113247366781343/posts/344616173644460>

²⁹<https://www.facebook.com/113247366781343/posts/344610856978325>

³⁰<https://www.facebook.com/113247366781343/posts/345377916901619>

³¹<https://www.facebook.com/113247366781343/posts/344578333648244>

³²<https://www.facebook.com/113247366781343/posts/344576800315064>

³³<https://www.facebook.com/113247366781343/posts/345842930188451>

³⁴<https://www.facebook.com/113247366781343/posts/345837013522376>

³⁵<https://www.facebook.com/113247366781343/posts/342511267188284>

³⁶<https://www.facebook.com/113247366781343/posts/342939090478835>

trei sau patru ani lucrurile începute de actuala guvernare vor fi continuate, țara noastră va arăta altfel”.

- ⇒ Scenarii favorabile la alegeri pentru Dodon și nefavorabile pentru opoziție:
- (1) „SCENARII PENTRU PREZIDENȚIALE Actualul șef de stat, **Igor Dodon, va obține al doilea mandat** de președinte, indiferent cu cine va concura în turul doi al alegerilor prezidențiale. Cel puțin, asta arată sondajul pentru luna septembrie, realizat de Asociația Sociologilor și Demografilor. De asemenea, **Igor Dodon se bucură** și de cea mai mare încredere în rândul moldovenilor, acțiunile sale fiind apreciate de fiecare al treilea locuitor al țării.”³⁷; (2) „SONDAJ: Viitorul președinte al Republicii Moldova trebuie să fie un **BĂRBAT** și trebuie să fie **CREDINCIOS**”³⁸; (3) „SONDAJ: Indiferent cu cine se va duela în turul doi la prezidențiale, **Igor Dodon va obține victoria**”³⁹; (4) „SONDAJ: Dacă duminica viitoare ar avea loc anticipatele, cinci partide ar accede în Legislativ, iar PSRM ar obține cele mai multe voturi”⁴⁰; (5) „SONDAJ: **Igor Dodon se bucură** de cea mai mare încredere a cetățenilor – 33,2%, în Maia Sandu cred **doar 21,3%**”⁴¹.

Judecând după circulația postărilor cu mesaje privind profilul următorului președinte, printre vizitatorii de pe Facebook astfel de sondaje au influență asupra alegătorilor.

“Nu avem nevoie de-o femeie (“stănută”), prinsă în mrejele “filaților”! Avem nevoie de un Om-conducător, un Presedonte Luptător, cu scaun la cap, cu mintea lucidă, care n-a făcut parte din guvernările mafioate și care nu s-a “înfruptat” din miliardul furat, ca și toți ceilalți! Capito!!”

  14

13 comentarii

2. Alegeri pentru toți, transparente și conform normelor:

- ⇒ Alegeri pentru toți: „DREPT DE VOT PENTRU TOȚI Guvernul și Comisia Electorală Centrală ne asigură că vor depune tot efortul pentru a asigura buna funcționare a tuturor secțiilor de votare în statele unde sunt stabiliți sau muncesc cetățeni moldoveni. Chiar și așa, în contextul pandemiei, decizia finală va fi luată de autoritățile țărilor unde Chișinăul își propune să deschidă birouri. Despre modul

³⁷<https://www.facebook.com/113247366781343/posts/345349246904486>

³⁸<https://www.facebook.com/113247366781343/posts/345279693578108>

³⁹<https://www.facebook.com/113247366781343/posts/345020583604019>

⁴⁰<https://www.facebook.com/113247366781343/posts/345008610271883>

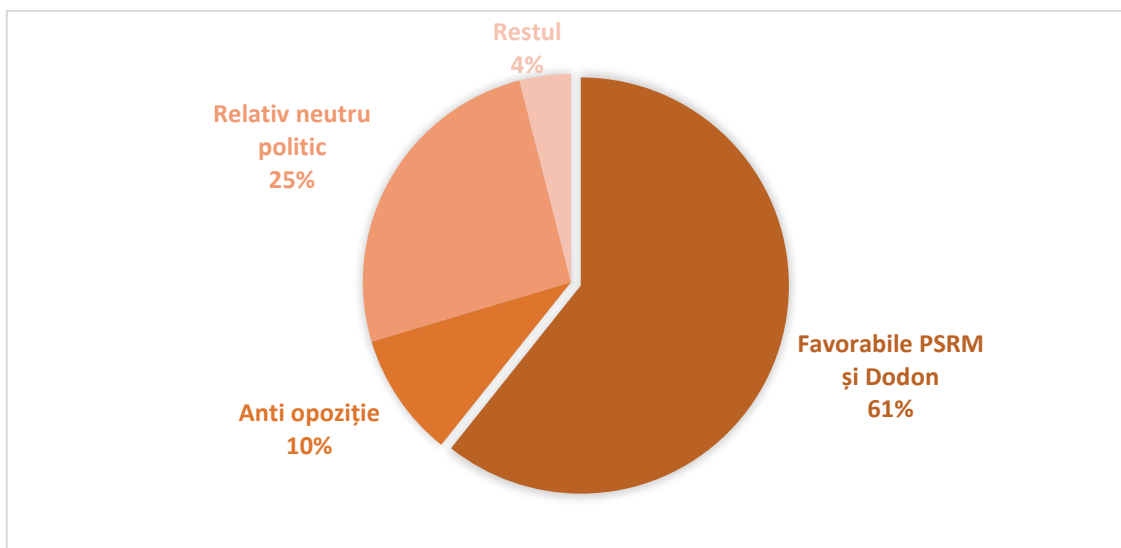
⁴¹<https://www.facebook.com/113247366781343/posts/345006113605466>

de organizare a procesului electoral s-a discutat la ședința săptămânală a conducerii țării.”⁴²; (2) „CEC a stabilit organizarea a 139 de secții de votare în străinătate pentru alegerile din 1 noiembrie”⁴³; (3) „FĂRĂ secții de votare în grădinițe și cămine studențești”⁴⁴.

⇒ Alegeri transparente: (1) „ALEGERILE, DISCUTATE LA BRUXELLES. Organizarea alegerilor prezidențiale în Moldova a fost discutată de ministrul Justiției, Fadei Nagacevschi și conducerea Comisiei Electorale Centrale cu reprezentanți ai Comisiei de la Veneția.”⁴⁵; (2) „Organizarea alegerilor prezidențiale în Moldova, discutată de ministrul Justiției cu oficiali din cadrul Comisiei de la Veneția.”⁴⁶.

Primul în Moldova, prin activitatea sa de pe Facebook, confirmă afilierea politică cu PSRM și susținerea în campania electorală a candidatului Igor Dodon. Acest fapt este demonstrat de volumul mare de postări ce au un mesaj favorabil atât Partidului Socialiștilor, cât și lui Dodon, deși acesta este înregistrat în calitate de candidat independent (61% - *Graficul 4*). Pe pagina de Facebook a postului TV, imaginea pozitivă a lui Igor Dodon este amplificată, candidatul fiind prezentat ca o persoană ce apără drepturile omului, religios și iubitor de Moldova, cu inițiativă, activ și în relații bune atât cu partenerii din Est, cât și din Vest. Echipa editorială a canalului de televiziune **încalcă** prevederile Codului deontologic al jurnalistului din Moldova, făcând deschis partizanat politic în favoarea lui Igor Dodon.

Grafic 4. Proportia de postări pe categorii tematice și afiliere politică. Primul în Moldova



⁴²<https://www.facebook.com/113247366781343/posts/342860643820013>

⁴³<https://www.facebook.com/113247366781343/posts/346925713413506>

⁴⁴<https://www.facebook.com/113247366781343/posts/342546297184781>

⁴⁵<https://www.facebook.com/113247366781343/posts/345352033570874>

⁴⁶<https://www.facebook.com/113247366781343/posts/345071393598938>

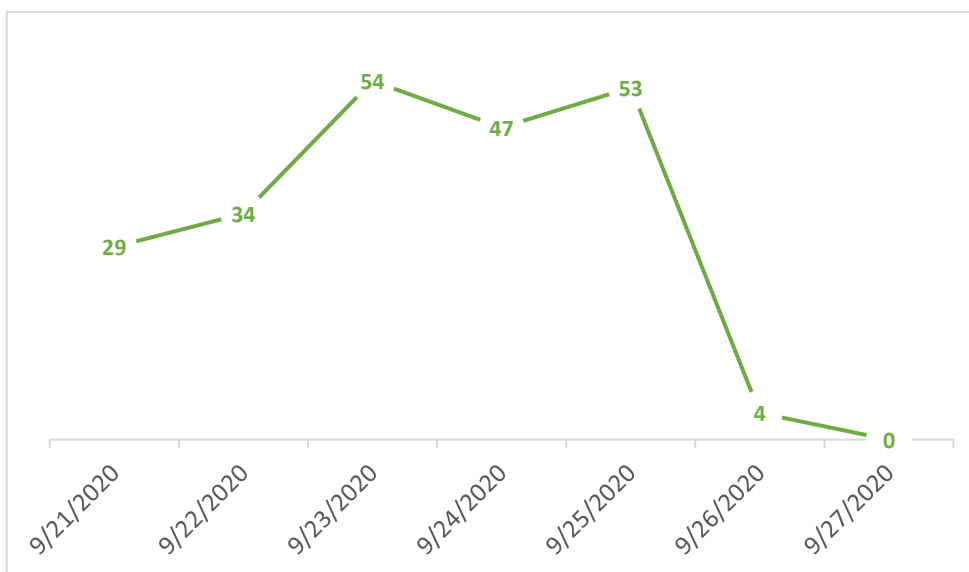
Jurnaliștii de la postul Primul în Moldova, care au fost monitorizați în perioada 21-27 septembrie, au profiluri cu filtre semnificative de confidențialitate și nu au produs nicio postare publică de interes pentru studiu. Astfel, se poate de concluzionat că aceștia nu utilizează rețeaua Facebook în calitate de instrument de comunicare cu audiențele în activitatea lor profesională.

INTERPRETAREA DATELOR. NTV MOLDOVA

Modul de postare

Un volum de **221 de postări** au post publicate, în perioada 21-27 septembrie, pe pagina de Facebook⁴⁷ a canalului de televiziune NTV Moldova, care au avut o medie zilnică de 1027 de interacțiuni, între care aprecieri, comentarii și distribuiri lăsate la postările de pe pagină. Instituția distribuie postări în limba română, cu traducerea acestora în limba rusă. Conform *Graficului 5*, cel mai mare număr de postări a fost efectuat pe data de 25 septembrie. În medie, canalul are câte 31 de postări pe zi, iar duminica nu este identificată nicio activitate pe pagina de Facebook.

Grafic 5. Numărul de postări pe zi între 21-27.9.20. NTV Moldova



Observație: Canalul de televiziune NTV Moldova are o activitate similară cu cea a postului de televiziune Primul în Moldova, excepție fiind numărul de postări de două ori mai mic la

⁴⁷ <https://www.facebook.com/ntvmoldova>

NTV, compensat de o rată mai mare de interacțiuni. În rest, categoriile postărilor sunt similare tematic și ca proporție. Acest fapt este ilustrat în graficul ce urmează.

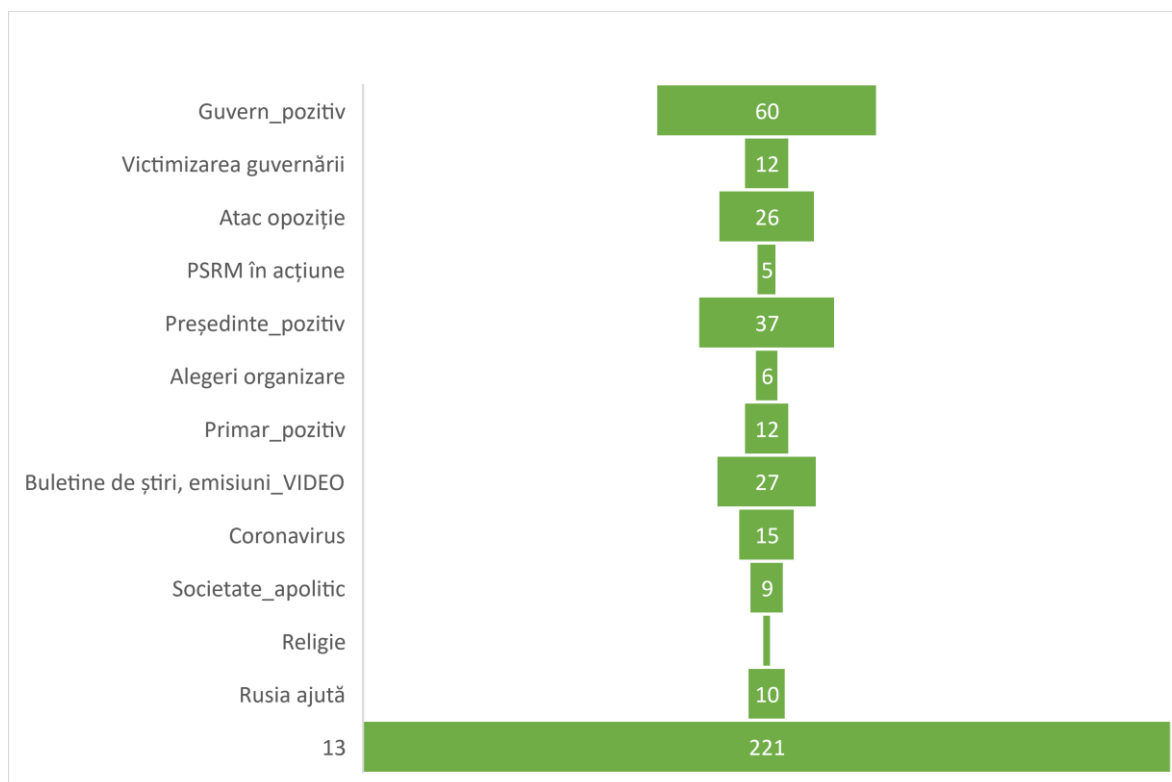
Categoriile tematice ale postărilor

Ca și postul Primul în Moldova, NTV înregistrează categorii cu același conținut tematic, în acest fel contribuind la propagarea unei imagini net pozitive a Partidului Socialiștilor și a candidatului Igor Dodon.

Din *Graficul 6*, este ușor identificabil faptul că grupul de categorii tematice cu cel mai mare număr de postări îl reprezintă campania de promovare a candidatului Igor Dodon la președinție (N=37). La fel, categoria respectivă scoate în prim-plan titluri despre activitatea Guvernului (N=60) și a primăriei Chișinău (N=12), într-o manieră favorabilă membrilor Partidului Socialiștilor („PSRM în acțiune” - N=5) aflați la conducerea acestor instituții. Pentru a alimenta un sentiment de compasiune și a spori empatia oamenilor față de acest partid, canalul TV a publicat 12 postări în care guvernarea se victimizează. Această categorie prezintă un interes deosebit, deoarece se încearcă justificarea unor eșecuri sau promisiuni nerealizate ale guvernării din cauză că instituțiile statului nu ar fi cooperat între ele. Pe fundalul laudelor la adresa guvernării și personal a lui Dodon, vine o altă categorie tematică – cea care înglobează atacurile la adresa opoziției (N=26). Astfel, în multe postări este utilizat incidentul cu profesorul de la Ocnița, care, potrivit NTV Moldova, a făcut propagandă pentru candidata la prezidențiale a partidului PAS, Maia Sandu. Urmează apoi compartimentul tematic „Rusia ajută” (N=10), care se referă la preferințele geopolitice ale guvernării și modul în care NTV Moldova amplifică ajutorul și suportul Rusiei acordat Moldovei, ca partener strategic al țării noastre. Alte 6 postări sunt dedicate organizării alegerilor. La fel ca în cazul postului Primul în Moldova, alegerile sunt reflectate ca fiind un eveniment organizat corect de către Comisia Electorală Centrală, în cadrul căruia sunt respectate drepturile diasporei prin asigurarea unui număr suficient de secții de votare, iar cetățenii vor fi asigurați de către stat cu măști de protecție în ziua scrutinului.

Pandemia de coronavirus (N=15) și evenimentele cu tematică socială sunt subiecte mai puțin abordate de NTV Moldova în postările distribuite în perioada studiului.

Grafic 6. Numărul de postări pe categorii tematice între 21-27.9.20. NTV Moldova



Analiza modului de postare și a categoriilor tematice permite să constatăm că grila de știri a NTV Moldova și cea a canalului Primul în Moldova par a fi produsul unei coordonări concertate și a unei cooperări între echipele redacționale de la cele două instituții media. La fel, titlurile postărilor de pe paginile lor de Facebook se aseamănă izbitor unele cu altele. Totuși, NTV alocă mai mult spațiu pentru promovarea acțiunilor și inițiativelor Guvernului. Pentru a nu repeta titlurile listate în categoriile ce țin de președinte și alegeri, mai jos vor fi prezentate titluri ce se referă la celelalte categorii tematice favorabile PSRM și campaniei electorale a lui Igor Dodon pentru prezidențialele din 1 noiembrie. Astfel, NTV Moldova promovează pe pagina de Facebook:

1. Un guvern implicat și activ, care este apreciat de cetățeni: (1) „Decizia guvernului de a reduce TVA pentru fertilizanți, salută de agricultori ⁴⁸; (2) „STATUL AJUTĂ FERMIERII: Intemperii le-au provocat prejudicii de peste 250 de milioane de lei fermierilor din Găgăuzia. Totuși, statul nu i-a lăsat singuri în fața acestei provocări, care le amenință afacerile. Pentru prima dată, Guvernul și-a asumat compensarea pierderilor, în unele cazuri, chiar în proporție de 100 de procente.”⁴⁹; (3)

⁴⁸<https://www.facebook.com/ntvmoldova/posts/1362955117208292>

⁴⁹<https://www.facebook.com/ntvmoldova/posts/1363275790509558>

„ECHIPAMENT NOU PENTRU ANOFM: 15 subdiviziuni raionale ale Agenției Naționale pentru Ocuparea Forței de Muncă vor fi asigurate cu laptopuri, camere video, microfoane și căști. Echipamentul va fi utilizat în cadrul unui proiect de dezvoltare a noilor calități la oamenii aflați în căutarea unui loc de muncă. Donația vine din partea Agenției pentru Dezvoltare a Austriei.”⁵⁰; (4) „Mai multe case conectate la gazoduct”⁵¹.

2. Victimizarea guvernării actuale și a președintelui: (1) „Expert politic: În ultima perioadă asistăm la o campanie agresivă precum că dacă nu câștigă candidatul din opoziție, atunci alegerile sunt fraudate”⁵²; (2) „Reforma Justiției a fost stopată de Înalta Curte, condusă de un reprezentant al opoziției parlamentare, spune Igor Dodon » NTV.md”⁵³; (3) „Igor Dodon spune că oponenții politici au lansat o campanie electorală murdară, în care toate tunurile sunt îndreptate împotriva sa”⁵⁴.
3. Rusia este prietenul de încredere al Moldovei: (1) „În următoarele săptămâni, Republica Moldova ar putea semna acordul de creditare cu Rusia pentru a obține 200 mln euro”⁵⁵; (2) „ACORDUL CU RUSIA VA FI SEMNAT ÎN CURÂND”⁵⁶.
4. Opoziția face propagandă politică prin intermediul unui profesor: (1) „Dacă pentru PAS este firesc ca profesorul din Ocnița să-i numească pe pensionari „idioți” , pentru noi este strigător la cer, spune Alla Darovannaia”⁵⁷; (2) „Profesorul care le spunea elevilor că bătrânii din Moldova sunt „niște idioți,, este consilier de la PAS-ul Maiei Sandu ”⁵⁸, etc.

Atât NTV, cât și Primul în Moldova utilizează istoria profesorului de la Ocnița, care ar fi făcut propagandă pentru PAS, pentru a construi o campanie negativă indirectă la adresa candidatei PAS.

⁵⁰<https://www.facebook.com/ntvmoldova/posts/1364208947082909>

⁵¹<https://www.facebook.com/ntvmoldova/posts/1363078677195936>

⁵²<https://www.facebook.com/ntvmoldova/posts/1365795313590939>

⁵³<https://www.facebook.com/ntvmoldova/posts/1364700807033723>

⁵⁴<https://www.facebook.com/113247366781343/posts/345876506851760>

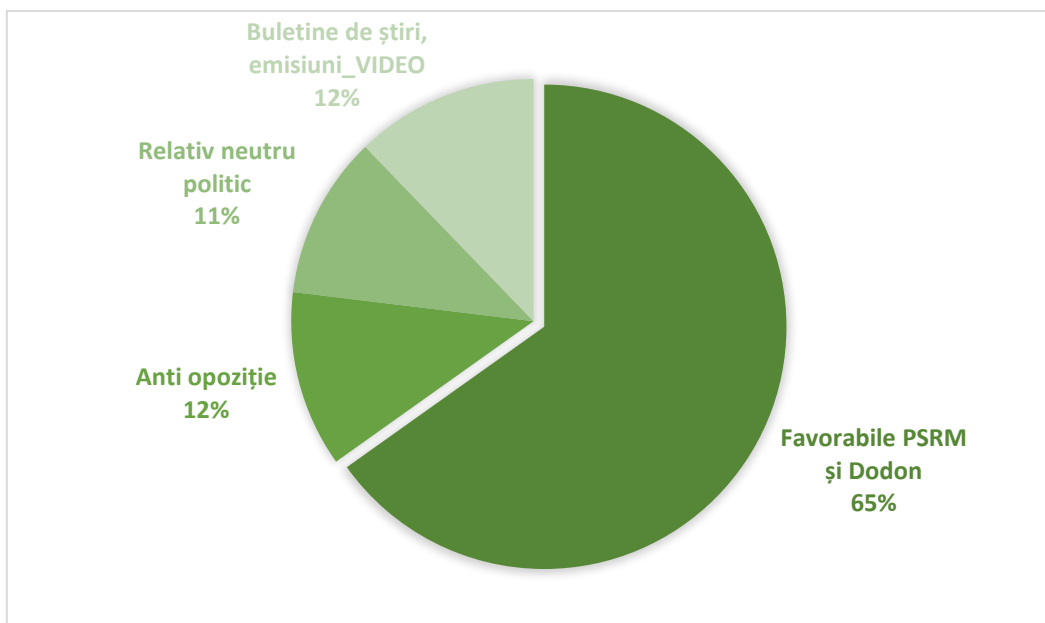
⁵⁵<https://www.facebook.com/ntvmoldova/posts/1363302567173547>

⁵⁶<https://www.facebook.com/ntvmoldova/posts/1364210023749468>

⁵⁷<https://www.facebook.com/ntvmoldova/posts/1363928167110987>

⁵⁸<https://www.facebook.com/ntvmoldova/posts/1363815657122238>

Grafic 7. Proporția de postări pe categorii tematice și afiliere politică. NTV Moldova



În concluzie, având 65 la sută din totalitatea postărilor în favoarea Partidului Socialiștilor și a lui Igor Dodon (*Grafic 7*), NTV Moldova încalcă Articolul 1.6 al Codului deontologic al jurnalistului, sprijinindu-i printr-o campanie de propagandă politică și limitând astfel posibilitățile cetățenilor de a-și forma o opinie obiectivă despre concurenții electorali.

Dezinformare

Pe data de 22 septembrie, atât NTV, cât și Primul în Moldova (*Captură 2 și 3*) au distribuit știri în limbile rusă și română, precum că „Organizația Mondială a Sănătății (OMS) apreciază eforturile Rusiei depuse în elaborarea vaccinului împotriva noului coronavirus” și că directorul regional pentru Europa, Hans Henri Kluge, ar fi anunțat că „vaccinul este sigur”.



Captură 2. NTV Moldova, 22.9.20



Captură 1. Primul în Moldova, 22.9.20

Organizația/proiectul StopFals a verificat știrea⁵⁹ și a constatat că declarația oficială a reprezentantului OMS este similară cu traducerea din engleză a textului: „OMS apreciază foarte mult eforturile depuse de Federația Rusă pentru a dezvolta un vaccin împotriva COVID-19, și anume, Sputnik V. Aș dori să mulțumesc, din nou, Federației Ruse pentru eforturile sale excelente de a crea un vaccin sigur și eficient”. Totuși, reprezentantul OMS nu afirmă în declarația sa că vaccinul ar fi sigur. Redacția a interpretat acest lucru, distorsionând textul cu scopul de a elogia realizările Federației Ruse în lupta cu COVID-19. Această știre este o mostră convingătoare de afiliere geopolitică a celor două canale TV, ambele fiind pro-Kremlin.

Activitatea jurnaliștilor NTV Moldova

Doi dintre cei trei jurnaliști de la NTV Moldova, activitatea de pe rețele a cărora a fost monitorizată în perioada 21-27 septembrie 2020, au produs un număr total de **17 postări**. Spre deosebire de jurnaliștii de la Primul în Moldova, cei de la NTV utilizează frecvent pagina de Facebook pentru a-și promova activitatea profesională, distribuind linkuri ale știrilor și emisiunilor pe care le moderează la această televiziune. Ca și instituția la care activează, jurnaliștii promovează narațiuni similare - începând cu cele pe teme sociale - modul în care noul tip de coronavirus afectează societatea; incendiul de la Filarmonica Națională; activitatea primăriei Chișinău și a primarului general (2 emisiuni cu prezența acestuia); continuând cu reportaje despre cât de frumoasă este Moldova, despre acțiunile autorităților moldovenești în raport cu regiunea transnistreană; momente nostalgice

⁵⁹ <https://stopfals.md/ro/article/fals-oms-apreciaza-vaccinul-rusesc-sputnik-v-ca-fiind-sigur-si-eficient-180426>

despre Uniunea Sovietică sau evenimente de instruire pentru jurnaliști cu participarea jurnaliștilor ruși etc; și încheind cu atacuri la opoziția politică aflată în cursa electorală pentru prezidențiale; victimizarea Rusiei și a diasporei moldovenești din această țară, iar, prin contrast, demonizarea reprezentanților Uniunii Europene. Mesajele anti-europene sunt construite ca reacție (*Captură 4*) la scrisoarea colectivă din 25 septembrie a candidaților și potențialilor candidați la funcția de președinte al țării, aflați în opoziție cu Igor Dodon, privind eventualele tentative de fraudare a alegerilor din 1 noiembrie, adresată unor reprezentanți ai UE.

Для Санду, Усатого, Делиу, Цыку и Киртоакэ есть диаспора первого сорта, есть второго. Второго, конечно, в России. И именно там результаты голосования "можно фальсифицировать". Поэтому не нужно не нужно там открывать количество избирательных участков, считают проеввропейские политики, выступающие за равные права и истинно европейские ценности. Но не для всех. Письмо адресовано европейским чиновникам. А кому ж ещё? Ренато надо в Москву слетать. Боюсь, на руках его там носить, как шесть лет назад, не будут. С ноги...

Captură 3. Jurnalist NTV. 9.26.20

Pentru Sandu, Usatîi, Deliu, Tsyku și Chirtoacă, există o diaspora de primă clasă și de clasa a doua. Cea de clasa a doua este desigur în Rusia. Și anume acolo rezultatele alegerilor „pot fi falsificate”. Prin urmare, nu este nevoie să se deschidă un număr de secții de votare acolo, spun politicienii pro-europeni, care militează pentru drepturi egale și valori cu adevărat europene. Dar nu pentru toată lumea. Scrisoarea se adresează oficialilor europeni. Și cine altcineva? Renato trebuie să zboare la Moscova. Mă tem că nu îl vor mai purta acolo pe mâini, așa cum o făceau acum șase ani. Din picior...

Această postare este o dovadă a sprijinului atât pentru Igor Dodon, cât și pentru Rusia, în același timp fiind atacați contracandidații lui Igor Dodon în alegeri și reprezentanții Uniunii Europene. Este o strategie aplicată pe larg de către mass-media de stat din Federația Rusă, pentru a denigra orice entitate locală sau străină care ar încerca să-l vizeze negativ pe președintele rus, în orice situație, dar mai cu seamă în campania electorală.

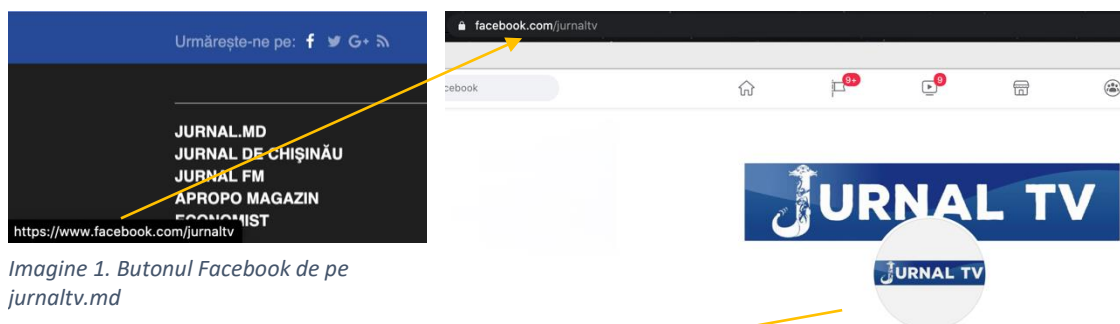
INTERPRETAREA DATELOR. JURNAL TV

Până a trece la interpretarea datelor colectate în cadrul monitorizării noastre, venim cu câteva observații ce țin de modul în care Jurnal TV își gestionează prezența online.

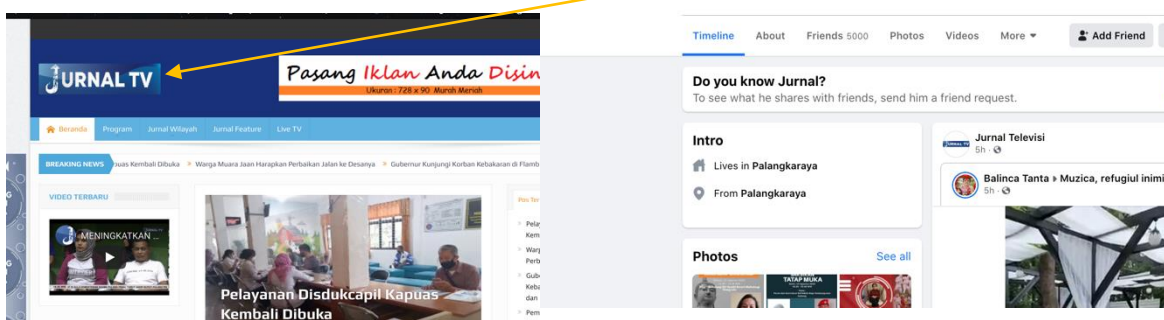
Astfel, în etapa preliminară de monitorizare au fost depistate dificultăți de accesare a paginii de Facebook a instituției Jurnal TV de pe site-ul televiziunii. Butonul Facebook (*Imaginea 1*) de pe pagina web a Jurnal TV duce la pagina unui cont străin cu denumire asemănătoare. Mai exact, URL-ul (localizator uniform al resurselor - traducere din engleză) Facebook.com/jurnaltv duce la profilul personal Jurnal Televisi (Jurnal TV), care aparține unei instituții media din Indonesia (*Imaginea 2, 3*)⁶⁰. Dată fiind asemănarea URL-urilor

⁶⁰ <https://jurnaltv.net/>

celor două instituții media, singura distincție fiind denumirea domeniului *.md* pentru instituția moldovenească și *.net* pentru cea indoneziană, eroarea ar putea fi considerată drept neintenționată. Chiar și așa, astfel de scăpări nu sunt în favoarea imaginii Jurnal TV și necesită să fie corectate.



Imagine 1. Butonul Facebook de pe *jurnaltv.md*



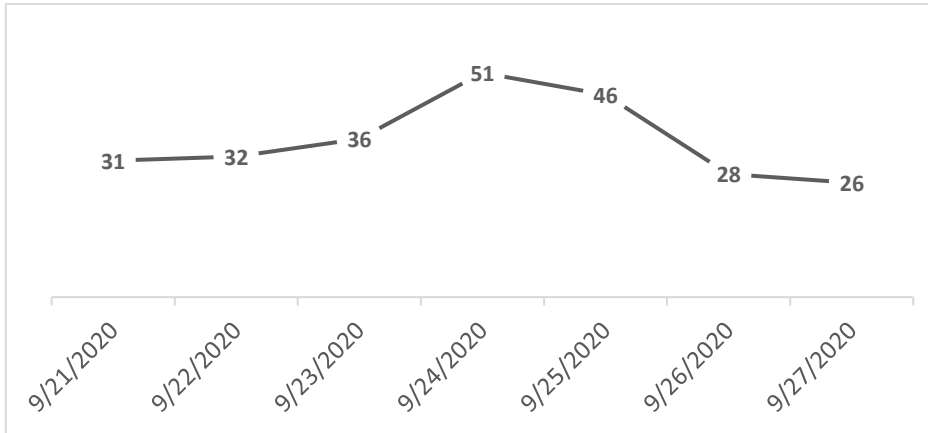
Imagine 2. Pagina web *Jurnaltv.net*

Imagine 3. Pagina Facebook Jurnal Televisi

Modul de postare

Un volum de **253 de postări** au post publicate, în perioada de 21-27 septembrie, pe pagina de Facebook a canalului de televiziune Jurnal TV. Media zilnică a interacțiunilor audienței cu aceste postări este de 3134 de interacțiuni și reprezintă cea mai mare rată de interacțiune dintre toate cele 5 canale informaționale monitorizate. Acest număr indică totalitatea de acțiuni: aprecieri, comentarii și distribuiri lăsate la postările de pe pagină. Instituția distribuie doar postări în limba română. Conform *Graficului 8*, cel mai mare număr de postări a fost efectuat pe data de 24 septembrie. În medie, canalul postează câte 34 de postări pe zi, fără întreruperi, așa cum o fac NTV și Primul în Moldova.

Grafic 8. Numărul de postări pe zi între 21-27.9.20. Jurnal TV

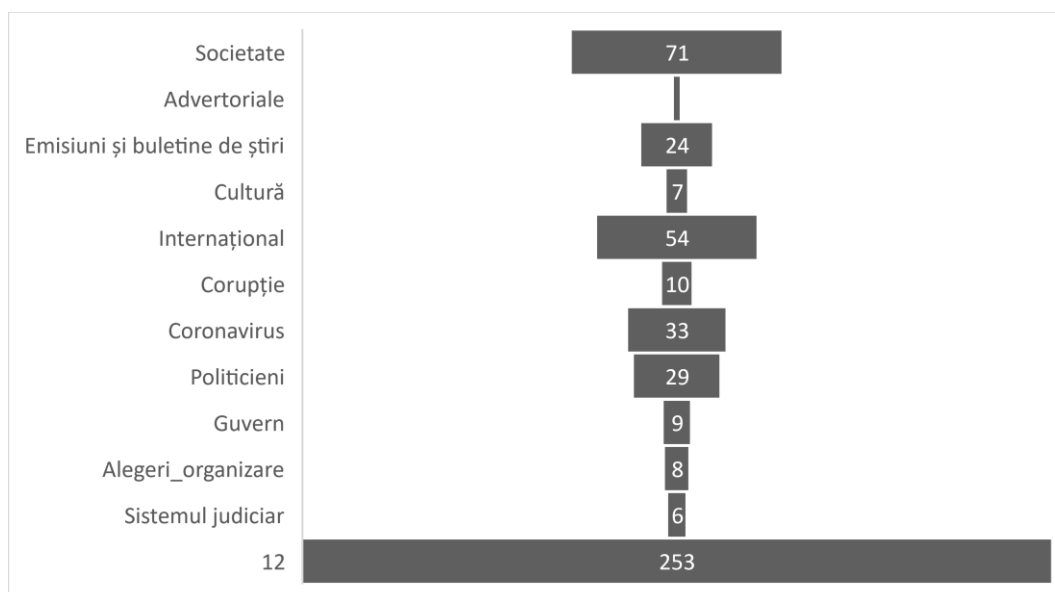


Jurnal TV are o diversitate mult mai mare de teme, pe care le amplifică prin distribuirea pe pagina de Facebook (*Grafic 9*), decât NTV sau Primul în Moldova.

Spre deosebire de primele două canale monitorizate, pe pagina Jurnal TV, postările pe teme sociale constituie cea mai mare categorie tematică (N=71). Aceasta nu are substrat politic, axându-se mai mult pe evenimente precum accidente, calamități sau orice alte întâmplări din societate. Este de menționat doza de senzaționalism a acestor subiecte, în care nu lipsesc violența și victimele. Postările Jurnal TV din categoria „Societate” ne prezintă o lume apocaliptică, marcată de sânge, flăcări și scene „teribile”, „groaznice”, „șocante”, „alarmante”, cu detalii morbide, mai ales când e vorba de accidente rutiere și sinucideri. Această practică a Jurnal TV este aplicată atât la scrierea știrilor, cât și la promovarea acestora pe rețelele sociale. Sub aspect etic, este încălcat Codul deontologic, care stipulează în Articolul 3.5: „*Jurnalistul nu furnizează publicului detalii morbide ale crimelor, accidentelor și catastrofelor naturale sau detalii privind tehnicile suicidale*”.

Postările din domeniul internațional ocupă locul doi ca volum (N=54), iar coronavirusul este, ca și în celelalte cazuri, un subiect important (N=33) în „timeline-ul” Jurnal TV de pe Facebook. Știrile din domeniul judiciar (N=6) și acțiuni de corupție (N=10), la fel, fac parte din categoriile ce nu se referă direct la campania electorală.

Grafic 9. Numărul de postări pe categorii tematice între 21-27.9.20. Jurnal TV



O bună parte din postările din categoria Politicieni (N=29) și Organizarea alegerilor (N=8) se referă la acuzațiile reciproce, lansate în spațiul public de către fostul premier Vlad Filat și fostul său avocat Igor Popa (N=13)⁶¹. Jurnal TV redistribuie de pe platforma web a instituției pe rețeaua de socializare, cu lux de amănunte, replicile și declarațiile dintre politician și avocat. La fel, candidatul la prezidențiale Igor Dodon este menționat într-o manieră negativă în 9 din cele 29 de postări din aceeași categorie tematică. Vladimir Plahotniuc și Adrian Candu sunt menționați în 3 postări, toate cu tonalitate negativă. În 2 postări sunt promovate inițiativele și declarațiile lui Andrei Năstase privind modificarea Constituției, iar într-o postare sunt prezentate rezultatele sondajelor de opinie, cu mențiunea că Maia Sandu este lideră în primul tur al scrutinului.

La capitolul organizării alegerilor, Jurnal TV amplifică mesajul candidaților și potențialilor candidați la postul de președinte, adresat reprezentanților Uniunii Europene, referitor la eventualele fraudări ale alegerilor de către Igor Dodon: „Cinci candidați la funcția de președinte al Republicii Moldova, printre care Maia Sandu, Octavian Țicu, Dorin Chirtoacă, Renato Usatâi și Tudor Deliu au făcut un apel comun către comunitatea internațională, prin care își exprimă „îngrijorarea și sesizează asupra tentativelor de fraudare a alegerilor

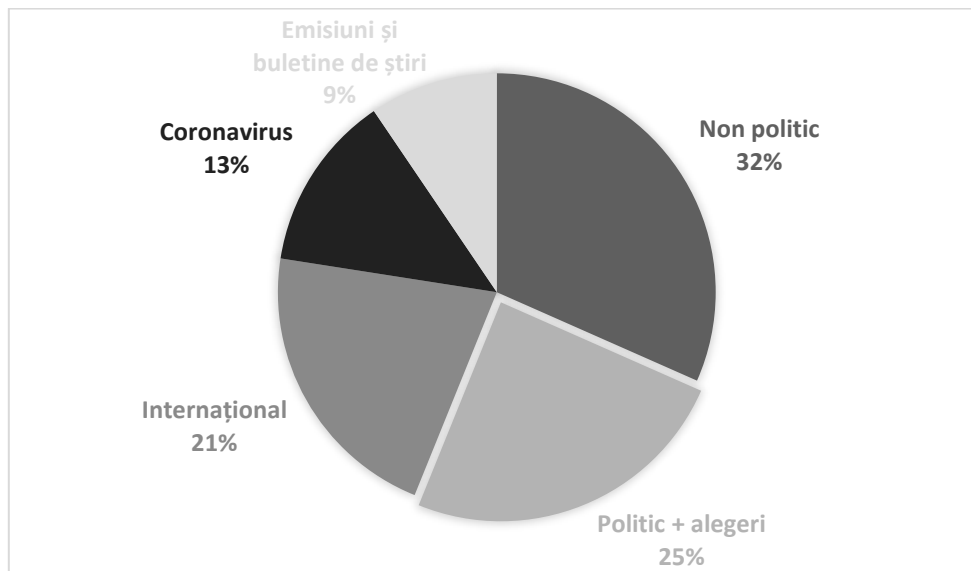
⁶¹ <https://www.facebook.com/jurnaltv.md/posts/10158454879190450>

de către Dodon”⁶², susține postul TV, asigurând spațiu și pentru replica lui Igor Dodon: „Dodon, despre fraudarea alegerilor: „Sabaca laet, caravan ideot”⁶³.

Ca și celelalte două posturi de televiziune, Jurnal TV a distribuit selectiv știri cu rezultatele pozitive ale sondajelor, favorabile doar pentru un candidat. Dacă NTV Moldova și Primul în Moldova au postat multiple știri cu sondaje în favoarea lui Dodon, Jurnal TV a evidențiat rezultatele care atestă câștigul Maiei Sandu. Această selectare a știrilor denotă o strategie de filtrare intenționată a postărilor, care poate reprezenta viziunea instituției despre un subiect sau altul, fiind la fel de tendențioasă în ambele cazuri.

Din *Graficul 10* este perceptibilă diversitatea tematică din grila de postări făcute de Jurnal TV și faptul că un sfert din totalul postărilor ține de domeniul politic, vizând alegerile prezidențiale. În concluzie, volumul de postări la această categorie nu este reprezentativ pentru a crea o campanie de favorizare sau de denigrare în masă a unuia dintre candidații electorali, așa cum se întâmplă la canalele afiliate lui Igor Dodon. Cu toate acestea, modul de postare și tendința de a selecta subtil unghiul prin care este promovată o știre sau alta dezvăluie anumite preferințe politice ale acestei instituții media.

Grafic 10. Proporția de postări pe categorii tematice și afiliere politică. Jurnal TV



⁶² <https://www.facebook.com/jurnaltv.md/posts/10158444156650450>

⁶³ <https://www.facebook.com/jurnaltv.md/posts/10158454810830450>

Activitatea jurnaliștilor Jurnal TV

Jurnal TV este unica instituție ai cărei jurnaliști exploatează rețeaua socială ca pe un forum de discuții și exprimare a opiniilor despre politică, geopolitică, societate, inclusiv în perioada de monitorizare, despre alegeri. În total, pe profilurile personale ale jurnaliștilor au fost făcute **19 postări**. După cum se vede în *Tabelul 4*, jurnaliștii de la Jurnal TV postează informație ce ține de viața profesională a acestora: distribuie link-uri de la știri, opinii despre situația politică și geopolitică, societate și viața personală. Colegii de breaslă comentează și interacționează între ei prin intermediul acestor postări.

Tabel 4. Numărul de postări ale jurnaliștilor Jurnal TV. 21-27.9.20

Nr. postări	Subiect
2	Critică dură la adresa lui Igor Dodon
1	Susține pe Maia Sandu
1	Geopolitică, dependența de Rusia
1	Geopolitică, compară politica moldovenească cu cea din România
1	Alegeri, CEC nr. de secții de votare în Rusia și cereri pe hârtie
2	Justiție
1	Societate
3	Publicitate pentru emisiunea pe care o moderează
3	COVID
3	Viața personală
1	Critici la adresa politicianului Iurie Roșca

De menționat faptul că postările cu referire la politica moldovenească și actorii politici din țară sunt critice și însoțite de sarcasm, excepție fiind postarea unui jurnalist care a susținut candidatura Maiei Sandu la prezidențiale (*Captură*).

Toți acei care scuipați acum în Maia Sandu gândiți-vă că după turul întâi o să trebuiască să vă înghițiți scuipăturile înapoi.

 507

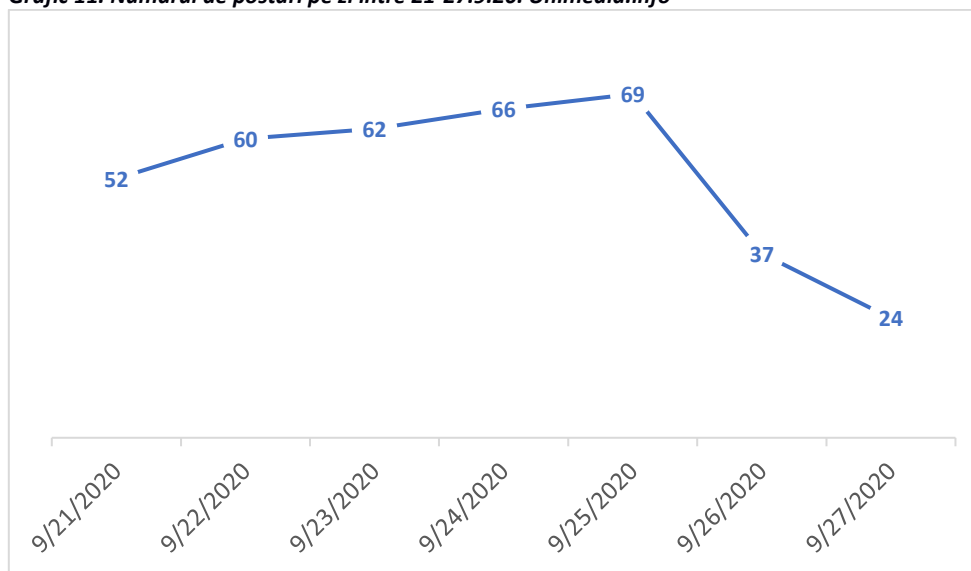
9 comments 153 shares

Captură 4. Mesaj în susținerea Maiei Sandu de către un jurnalist Jurnal TV

INTERPRETAREA DATELOR. UNIMEDIA.INFO

Un volum de **370 de postări** au post distribuite în perioada 21-27 septembrie pe pagina de Facebook a portalului de știri Unimedia.info⁶⁴, cu o medie zilnică de 1010 interacțiuni din partea audienței, care a reacționat prin aprecieri, comentarii și distribuiri, lăsate pe pagina de Facebook, exclusiv în limba română. Conform *Graficului 11*, cel mai mare număr de postări a apărut pe data de 25 septembrie. În medie, portalul acumulează câte 51 de postări pe zi, fără întreruperi, cum se întâmplă la NTV și Primul în Moldova.

Grafic 11. Numărul de postări pe zi între 21-27.9.20. Unimedia.info



Varietatea acestor postări este mult mai mare la portalul de știri Unimedia.info (*Grafic 12*) decât la Jurnal TV sau la NTV și Primul în Moldova. Ca și în cazul Jurnal TV, categoriile „societate” (N=70) și „internațional” (N=75) dețin întâietatea după numărul de postări. Categoriile tematice „sistem judiciar”, „corupție”, „guvern”, „primărie” sunt prezentate într-o manieră neutră, punând accent pe subiectul știrii și pe acțiunea anunțată în știre.

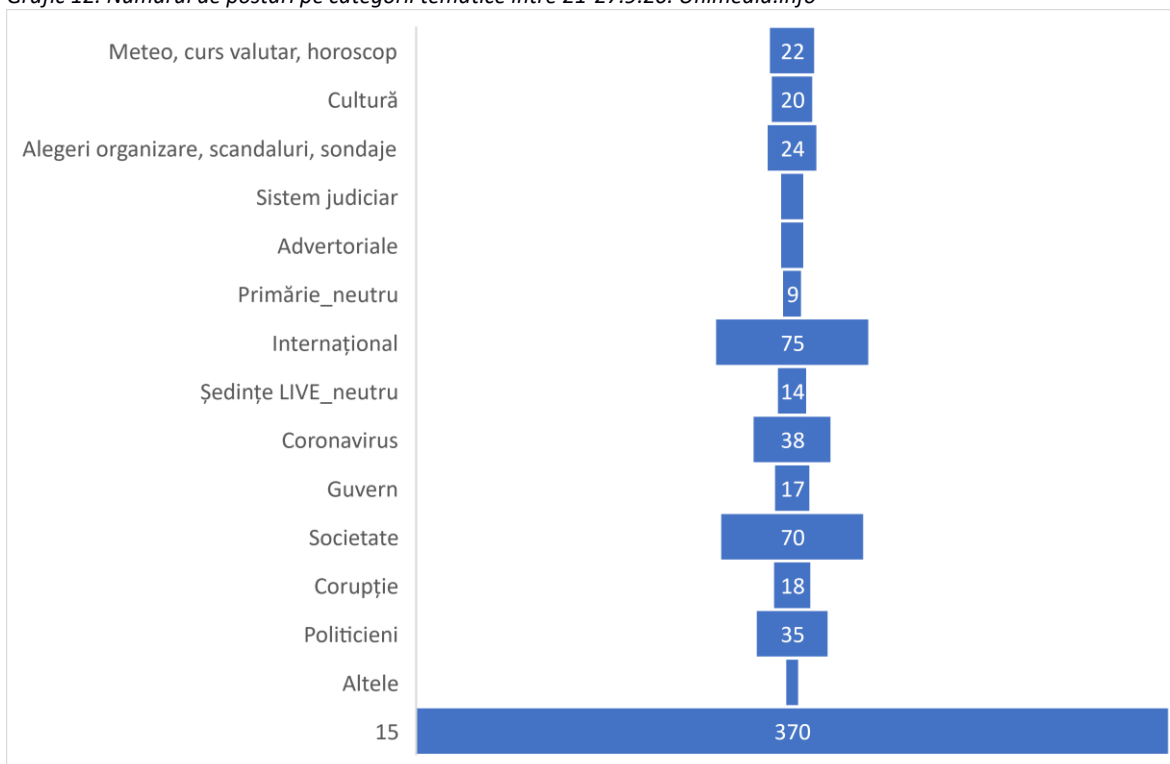
Postările ce țin de politicienii implicați în cursa electorală (N=35) și cele ce reflectă desfășurarea alegerilor (N=24) sunt axate pe scandalurile dintre Vlad Filat și Igor Popa (N=12), scandalul în care a fost implicat profesorul de la Ocnița, schimbul de replici dintre Ion Sturza și Andrei Năstase⁶⁵, adresarea colectivă a candidaților și potențialilor candidați

⁶⁴<https://www.facebook.com/unimedia.info>

⁶⁵<https://www.facebook.com/unimedia.info/posts/4377077062362828>

către UE cu referire la eventuale fraudări ale alegerilor de către Igor Dodon și reacția PSRM la acest subiect⁶⁶.

Grafic 12. Numărul de postări pe categorii tematice între 21-27.9.20. Unimedia.info

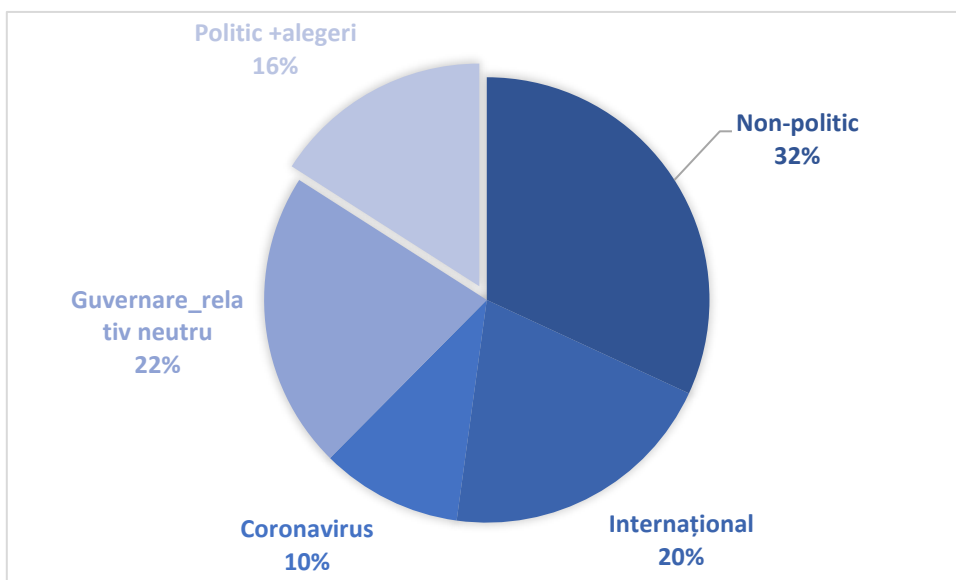


Deși majoritatea postărilor sunt echidistante în raport cu subiecții politici pe care îi citează sau vizează, totuși, 5 postări denotă o subtilă favorizare față de Andrei Năstase, prezentând opiniile și viziunile politice ale acestui candidat la prezidențiale într-o manieră pozitivă.

Doar 16% din conținutul postat pe pagina de Facebook a portalului de știri Unimedia.info se referă la electorală și la organizarea alegerilor (Grafic 13).

⁶⁶<https://www.facebook.com/unimedia.info/posts/4381800928557108>

Grafic 13. Proportia de postări pe categorii tematice și afiliere politică. Unimedia.info

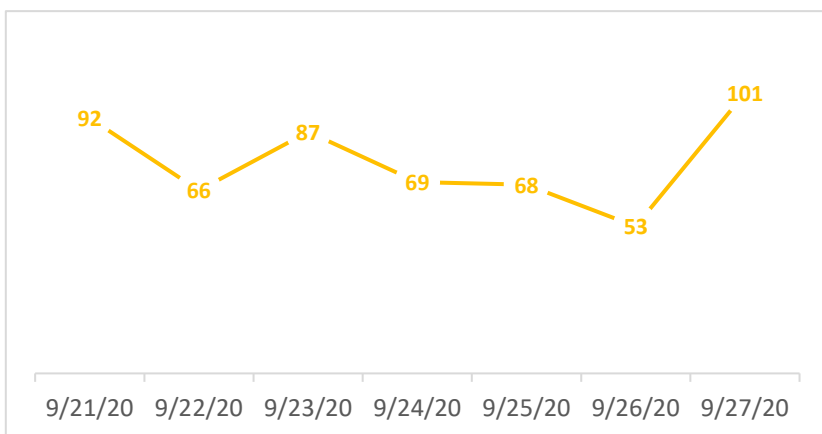


Dintre cei trei jurnaliști din echipa Unimedia.info, activitatea cărora a fost monitorizată, doar unul a postat în această perioadă conținut ce ține de subiectul alegerilor. Una din cele două postări distribuite în perioada 21-17 septembrie reflectă potențialele scenarii ale Curții Constituționale în legătură cu procesul electoral și, din punct de vedere deontologic, adoptă o manieră neutră. Astfel, se poate afirma că Unimedia.md respectă într-o mare măsură prevederile Codului deontologic al jurnalistului la capitolul propagandă și partizanat politic.

INTERPRETAREA DATELOR. PUBLIKA.MD

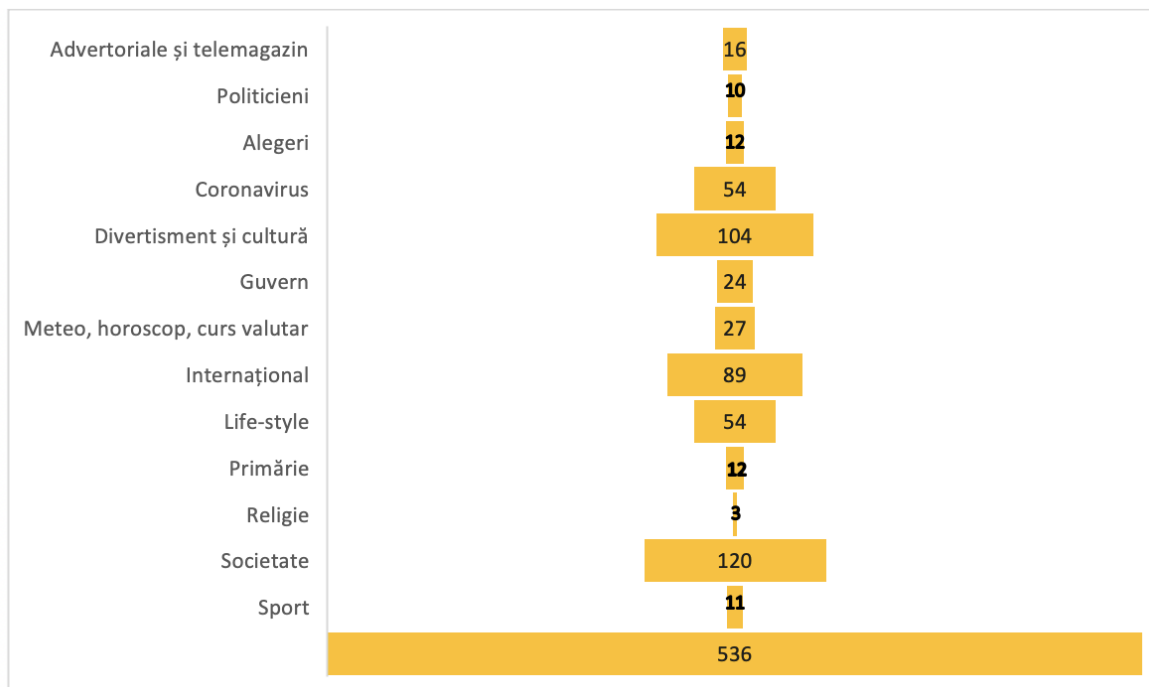
536 de postări au post publicate în perioada 21-27 septembrie pe pagina de Facebook a portalului Publika.md. Media zilnică de 630 de interacțiuni ale audienței cu aceste postări este cea mai mică între cele 5 instituții media monitorizate în cadrul studiului. Acest număr include o totalitate de acțiuni: aprecieri, comentarii și distribuiri lăsate la postările de pe pagină. Instituția distribuie doar postări în limba română. Conform Graficului 14, cel mai mare număr de postări a fost efectuat pe data de 27 septembrie, duminică. Faptul se explică prin diversitatea emisiunilor de divertisment, pe care postul le difuzează în zilele de odihnă. În medie, canalul distribuie câte 70 de postări pe zi. De la începutul lunii și până la finalul monitorizării s-a observat o scădere a numărului de urmăritori (cu aproximativ 150) ai paginii de Facebook Publika.md.

Grafic 14. Numărul de postări pe zi între 21-27.9.20. Publika.md



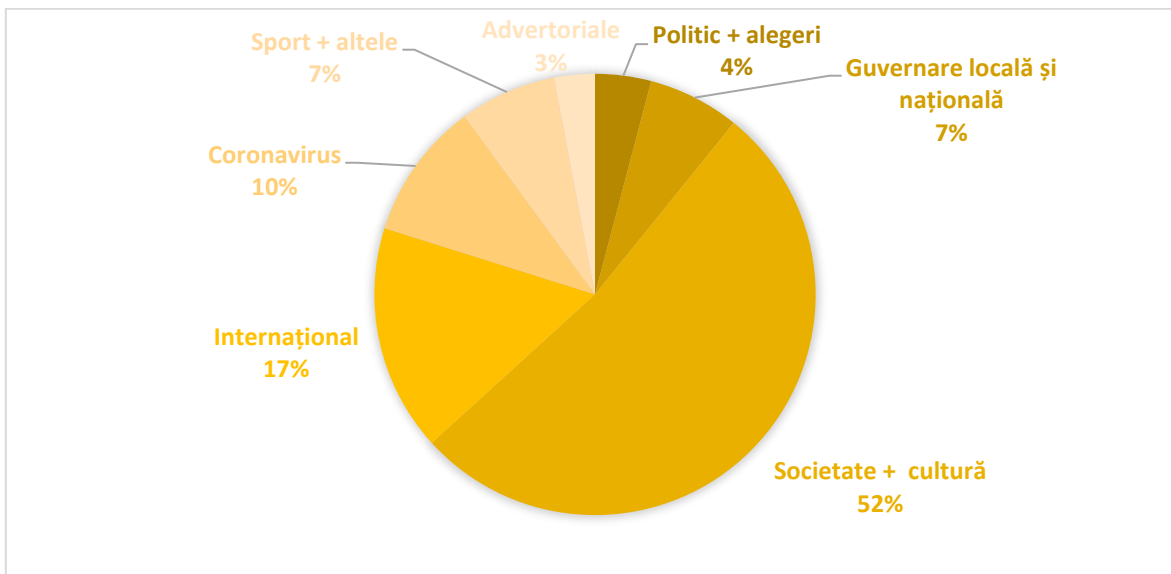
Publika.md este instituția cu cea mai diversă grilă de postări dintre toate cele 5 instituții media monitorizate (Grafic 15, 16). În același timp, pe pagina de Facebook au fost postate cele mai puține știri ce țin de politicienii aflați în cursa electorală (N=10) și alegeri (N=12). Cel mai des citat și vizat politician este Igor Dodon (N=6), postările fiind în mare parte despre discursul rostit în cadrul reuniunii de nivel înalt a Adunării Generale a ONU de celebrare a celei de-a 75-a aniversări a Organizației Națiunilor Unite, desfășurată în format online.

Grafic 15. Numărul de postări pe categorii tematice între 21-27.9.20. Publika.md



Numărul redus de postări din categoriile ce țin de electorală constituie o dovadă a lipsei de interes a instituției față de procesul electoral, care nu pare să fie o prioritate pentru Publika.md, ceea ce nu se poate afirma despre NTV Moldova și Primul în Moldova. Postările de pe pagina de Facebook a canalului Publika.md respectă prevederile Codului și a Articolului 1.6.

Grafic 15. Proporția de postări pe categorii tematice și afiliere politică. Publika.md



Jurnaliștii Publika au distribuit doar 2 postări publice în această perioadă de timp, ambele fiind despre viața personală.

CONCLUZIE

În preajma alegerilor, nerespectarea prevederilor generale ale Codului deontologic al jurnalistului și **Articolului 1.6**, care interzic partizanatul politic și propaganda politică în favoarea unui candidat este o practică pe larg răspândită pe rețelele sociale. Volumul mare de postări favorabile unui candidat sau partid este indicatorul-cheie al instrumentalizării unei campanii de formare a imaginii pozitive a acestora. Metoda este pusă în aplicare și pentru a denigra și ataca un concurent electoral, fiind, la fel, în favoarea celui care „plătește” pentru campanie.

Sondajele de opinie sunt utilizate frecvent pentru a spori încrederea față de un candidat, iar interpretarea unilaterală a rezultatelor acestora și amplificarea mesajului lor pe rețele sociale poate fi un factor de manipulare a opiniei publice în ajun de alegeri.

Monitorizarea rețelelor sociale ale instituțiilor media și a jurnaliștilor este utilă în depistarea afilierii politice și preferințelor electorale ale acestora, la fel, pentru a observa tendința generală și scopurile entităților respective în preajma alegerilor. Rețelele sociale sunt instrumente adiționale de amplificare a unor mesaje care, de cele mai multe ori, nu diferă de cele transmise prin alte canale de comunicare cu publicul.

Întrucât în Republica Moldova nu există deocamdată un ghid detaliat referitor la utilizarea rețelelor sociale de către profesioniștii din breaslă, care ar completa Codul deontologic al jurnalistului, fenomene precum arhivarea sau ștergerea postărilor de pe paginile instituțiilor media vor continua să aibă loc, punând în dificultate eventualele monitorizări.

CJI, în continuare, recomandă:

- ⇒ Respectarea normelor deontologice de către instituțiile media și jurnaliști în reflectarea alegerilor pe rețelele sociale (Facebook). Acordarea unei atenții deosebite prevederilor Codului deontologic al jurnalistului din Republica Moldova.
- ⇒ Reconceptualizarea statutului rețelelor sociale în Codul deontologic al jurnalistului, ținând cont de oportunitățile și pericolele din mediul online.
- ⇒ Dezvoltarea gândirii critice a consumatorilor de informație de pe rețelele sociale, pentru a distinge procedeele de manipulare și dezinformare, inclusiv trolling-ul.
- ⇒ Monitorizarea, în continuare, a paginilor de Facebook ale instituțiilor media și ale jurnaliștilor, în contextul evenimentelor de importanță majoră pentru procesele democratice ale țării.