

CONCENTRAREA PRESEI. SPECIFICUL FENOMENULUI ÎN LUME ȘI ÎN REPUBLICA MOLDOVA

Victoria BULICANU,
doctor în politologie, lector universitar,
Universitatea de Stat din Moldova

Summary. The phenomenon of media concentration generated partly by the great media owners became an actual subject of study for the western researchers, as well as for the local ones, considering the fact that it is very present in the media sphere at the moment. Until recently, however, it was considered to be a specific of western media reality, manifested by the increased interest of business people in the potential of the media sector, with the possibility of acquiring media institutions if having necessary possibilities. The article below is centered on the highlighting the specifics of the Moldovan press concentration, because it is seen differently from the European countries, for example, mainly the media being concentrated in the hands of politicians, who are interested most of all in purchasing media of all types. In the Republic of Moldova, the phenomenon is seen not as belonging to usual business deals, but with possibilities for owners of being in the electorate's center of attention. This way the Moldovan journalists are forced to play between the political and financial interests, but everybody knows that mostly they are the same in this country.

Key words: *media concentration, broadcasters, politics, communication, media legislation, media control, financial interests.*

Fenomenul de concentrare a presei în mâinile marilor proprietari de media nu mai stârnește nedumerire nici în rândul specialiștilor în domeniu din Occident, nici în al celor din țara noastră. Până recent, totuși, acesta era considerat un specific al realității mediatice occidentale, care se manifesta prin interesul sporit al oamenilor de afaceri pentru potențialul sectorului mediativ, cu posibilitatea de a achiziționa instituții media (presă scrisă, electronică, online) și a crea trusturi mediatice gigantice, de tipul concernului britanic *News UK* (denumirea veche – *News International*) al lui Rupert Murdoch, care s-a și retras din funcția de conducere încă în anul 2011. În componența concernului menționat, de exemplu, se află actualmente instituții de presă cu renume mondial: *The Times*, *The Sunday Times*, *The Sun*. Unul dintre cele mai vândute săptămânale din lume, cu un tiraj de circa 2.8 milioane de exemplare, *News of the World*, de asemenea se afla în componența aceluiași concern, activitatea căruia însă a fost sistată în același 2011, ceea ce demonstrează caracterul fluctuant al proprietăților de presă încorporate, chiar și al celor mai mari. În Statele Unite al Americii, marile trusturi de presă sunt reprezentate de *The Walt Disney Company*, *Fox Broadcasting Company*, *The NBC Television Network*, *NBC Universal Media*, *CBS Broadcasting Inc*, *ABC Inc.*, *Warner Bros. Television Group* etc. SUA îl au pe Michael Bloomberg în

calitate de mare proprietar de presă sau Warren Buffett, dar tranzacții cu media se produc la nivelul întregului mapamond, de aceea proprietățile marilor conglomerate nu se mai consideră naționale, ci transnaționale. Scopul acestor corporații multimedia rămâne a fi cât se poate de firesc – obținerea de venituri materiale de pe urma gestionării eficiente a afacerilor cu presa. În acest sens, fenomenul concentrării presei în mâinile unora și aceluiași proprietari din Occident este văzut drept o tendință normală de direcționare și redirecționare a fluxurilor bănești către afaceri care prezintă interese materiale considerabile și cu potențial de dezvoltare pe viitor. Piața de publicitate reprezintă unul dintre sub-sectoarele mediatică de mare interes pentru marii afaceriști, de aici și preocupările acestora pentru afacerile cu presa, nemijlocit.

În Republica Moldova, fenomenul de concentrare a presei în mâinile unora și aceluiași proprietari se dezvoltă prin achiziționarea de presă scrisă și electronică de către politicienii care desfășoară activități de business, în paralel, dar niciodată la nivel oficial, pentru a nu fi acuzați de implicații în politica editorială a instituțiilor de presă aflate în proprietate. Astfel, scopul principal al achiziționării unităților de presă moldovenești nu constituie obținerea de beneficii materiale, precum în Occident, ci obținerea de beneficii și avantaje politice, în scopul cizelării imaginii politicienilor afiliați trustului mediatic și formațiunilor politice din care aceștia fac parte. O altă realitate specifică fenomenului moldovenesc de concentrare a presei în mâinile câtorva persoane, este că acestea nu dețin în mod oficial proprietățile de presă, ci prin intermediari. Putem intui proprietarul, reieșind din politica editorială a redacțiilor, din manifestarea de simpatii politice, pe care publicul le extrage cu ușurință din cadrul emisiunilor informative și de analiză.

Efectele concentrării presei în lume în cadrul corporațiilor transnaționale au fost cercetate de către mai mulți teoreticieni din domeniu, rezultatele acestora prezentând interes și pentru mass-media autohtonă, în scopul evitării implementării și aplicării experiențelor defavorabile occidentale în practica mediatică din țara noastră. Pornind de la ideea că nivelul de concentrare a presei într-o societate este nemijlocit legat de nivelul de democrație în acea societate, cercetările teoreticienilor asupra fenomenului de „*press concentration*” se bazează, mai întâi de toate, pe dezvăluirea următoarelor relații: conexiunea fenomenului în cauză cu dezvoltarea economică a societății; legătura marilor investitori cu mediul politic dintr-un stat sau altul; relația fenomenului cu efectele de lungă și scurtă durată pentru conceptul de liberă exprimare într-o societate sau alta. În acest sens de o reală valoare pot fi considerate cercetările britanicului P.J.Humphreys, care realizând studii profunde asupra dezvoltării mass-media în Europa Occidentală, constată că una dintre cauzele principale ale concentrării presei în mâinile unora și aceluiași afaceriști rezidă în „orizontalizarea sectorului de presă și dezvoltarea acestuia în dependență de cerințele oligopolului” [4, p. 66], ceea ce permite potențialilor proprietari să achiziționeze lanțuri întregi de titluri de ziare,

posturi TV și radio. Autorul enumeră și alte cauze ale amplificării fenomenului de concentrare a presei, printre care și cele economice:

- lipsă de profit în cazul activării redacției de sine stătător;
- tirajele mici incapabile să asigure popularitate/recunoaștere, iar de aici și lipsa de profit;
- posibilități reduse pentru redacțiile independente de tehnologizare a muncii în redacții;
- costurile ridicate pentru achiziționarea materiei prime ș.a.

Autorul în cauză atenționează asupra pericolului ce paște principiile democratice de activitate în presa occidentală, acest proces fiind legat de sectorul politic: „... la nivelul relației mass-media – sector politic, fenomenul concentrării presei în trusturi, concerne și corporații multinaționale va genera întotdeauna un cadru propice pentru amestecarea noțiunilor de proprietate, control și conținut ideologic, ceea ce va dezorienta, cu siguranță, publicul, o situație extrem de convenabilă politicienilor” [4, p. 73].

Harta concentrării presei moldovenești arată în felul următor: cei mai mari deținători de proprietăți media sunt afiliații Partidului Democrat din Moldova (*Prime TV, Publica TV, Canal 2, Canal 3, STS Moldova, Today.md, Moldova24.info*) și Partidului Socialiștilor (*NTV Moldova, TNT, Accent TV, Аргументы и Факты*, etc.). Pe lângă presa tradițională (posturi TV, radio, publicații scrise), proprietarii media din RM dețin și mai multe website-uri informative, care, de obicei, se bucură de o popularitate mai mare în rândul tinerei generații. Astfel, trusturile mediatice informale încearcă să cuprindă, mai degrabă, electoratul decât clasică audiență, iar emisiunile, în care activitatea politicienilor este vizată, sunt într-un număr mult mai mare decât cele din Occident. Tematica politică, în acest fel, este abordată cu predilecție de către staff-urile editoriale ale instituțiilor de presă. Un studiu realizat de Asociația Presei Independente și publicat în 2017 constată următoarele: „Codul audiovizualului acordă o pondere importantă informațiilor despre proprietatea mass-media în procesul de licențiere și, în general, în asigurarea pluralismului, aceste prevederi, însă, sunt declarative și ineficiente. Codul impune CCA obligația de a asigura pluralismul mass-media prin limitarea concentrării proprietății, însă nu oferă instrumente sau mecanisme prin care să-și exercite această obligație. Deși Codul, prin art. 27 impune sancționarea cu retragerea licenței de emisie pentru încălcarea normelor privind regimul proprietății în audiovizual, nici CCA, nici CC nu s-au preocupat în mod special de stabilirea unor asemenea contravenții” [8]. De menționat că fenomenul concentrării presei nu este favorizat de către public nici în Occident, care întrevide în existența și promovarea acestui fenomen un pericol la adresa libertății presei și a pluralismului de opinie. Amploarea cu care se dezvoltă însă fenomenul în Moldova, în strânsă legătură cu agenda politică, dăunează extrem de mult libertății de exprimare. Mai mulți tineri jurnaliști în ultimul timp vorbesc despre imposibilitatea de a-și găsi un loc de muncă

într-o redacție neafiliată politic, pentru că majoritatea instituțiilor media sunt angajate în fața unui comanditar cu viziuni politice temeinic conturate.

Angajarea mass-mediei publice în activități de promovare politică a liderilor politici și a formațiunilor din care aceștia fac parte, constituie o altă practică defectuoasă care are legătură cu fenomenul concentrării presei moldovenești și deși mass-media publice nu fac parte oficial din trusturile de presă cunoscute, politica editorială a acestora vorbește de la sine despre preferințele politice ale redacțiilor. Astfel banii publici gestionați de guvernare (reprezentată de o anumită formațiune politică) constituie suportul financiar al instituțiilor de presă publice și vor fi direcționați către cei care vor ști să favorizeze acțiunile guvernanților, ceea ce se și întâmplă, de facto, în Republica Moldova. Nu putem vorbi despre existența unei astfel de practici în Occident, iar instituțiile media publice nu au căzut vreodată în mrejele guvernelor și ale celor care le-au condus de-a lungul timpului. Orice ingerință în activitatea unei instituții publice de presă în țările veritabil democratice, ar constitui un scandal de proporții, care s-ar încheia cu demisia la cel mai înalt nivel și cu discreditarea imaginii pentru totdeauna a celor implicați în astfel de scenarii.

Trebuie să recunoaștem însă că avem și practici care caracterizează fenomenul occidental, dar care nu au reușit să se înrădăcineze și în Republica Moldova. Spre exemplu, procesul de îndoctrinare a angajaților trusturilor de presă din SUA și țările europene este mult mai vizibil decât în țara noastră, iar loialitatea jurnaliștilor față de valorile promovate în cadrul redacțiilor europene și americane este mult mai sesizabilă, aceștia identificându-se pe deplin cu politica editorială, de altfel, nefiind ghidați în exclusivitate de motivația financiară, pentru că cea din urmă reprezintă doar o consecință a efortului depus. În țara noastră, însă, motivația financiară determină aproape întotdeauna valorile pe care le va împărtăși jurnalistul, din păcate. Nu sunt rare cazurile când jurnaliștii moldoveni, în afara redacțiilor, promovează principii total diferite față de cele pe care le împărtășesc publicului în cadrul emisiunilor informative sau de analiză. În acest fel apare o discrepanță, o nepotrivire flagrantă a valorilor profesionale cu cele personale, iar moralitatea dubioasă a celor care realizează această meserie conduce, în final, la discreditarea profesiei, per ansamblu.

Schimbul de materiale jurnalistice de la un post la altul, care fac parte din același concern, uneori fără a interveni câtuși de puțin în redactarea textelor, constituie o altă caracteristică a desfășurării activității jurnalistice, ca urmare a concentrării presei în mâinile unora și acelorași proprietari. Practica se datorează încercării de a economisi pe seama numărului de echipe de jurnaliști aflați în teren și, implicit, economiei pe seama salariilor, a numărului de angajați, a numărului de automobile în teren ale redacțiilor, a numărului de echipamente aflate în lucru etc. Ar trebui să se înțeleagă că circulația acelorași subiecte/materiale, în primul rând, deconspiră redacțiile afiliate trustului, ceea ce cu atâta îndârjire se vrea a ascunde în RM. Or, o astfel de practică lipsește cu desăvârșire în țările din Occident, pentru că ar dăuna masiv imaginii

instituțiilor de presă și s-ar considera o lipsă crasă de profesionalism prin promovarea plagiatului. Astfel, orice eveniment trebuie tratat, abordat, reflectat în mod individual, dar corect din punct de vedere al eticii profesionale de către fiecare instituție de presă și, în felul acesta, prezența jurnaliștilor la fața locului constituie o necesitate și nicidecum o opțiune, în vederea reflectării obiective și echidistante a evenimentelor.

Exponenții din sectorul mediatic nonguvernamental oferă câteva recomandări care ar putea să înlăture responsabilitatea socială scăzută a jurnalismului autohton, cum ar fi:

- o campanie de inițiere în materie de deontologie a tuturor profesioniștilor din domeniu;

- eforturi îndreptate spre conștientizarea de către întreaga breaslă atât a necesității unui jurnalism etic, cât și a beneficiilor pe care le comportă acesta pentru profesioniști, pentru societate și pentru democrație;

- asigurarea funcționalității unor organisme de supraveghere a normelor profesionale, prin recunoașterea și susținerea lor financiară de către întreaga breaslă. Organismele în cauză trebuie să aibă statut separat, activitate permanentă și transparentă. Transparența poate fi asigurată de către însăși instituțiile mediatice, sau prin editarea de publicații separate specializate în problematica deontologiei;

- organizarea și desfășurarea unor campanii mediatice în susținerea necesității ca fiecare instituție jurnalistică să-și elaboreze propriile coduri de conduită și să le aducă la cunoștința publicului larg. Asemenea acțiuni trebuie să sporească previzibilitatea activității mass-mediei, respectul auditoriului față de mijloacele de informare în masă și, în definitiv, încrederea conștientă a publicului, pe care se și întemeiază legitimitatea socială a mass-mediei [5].

Migrația jurnaliștilor de la o instituție de presă la alta, dar aflându-se în același concern de presă, constituie o altă caracteristică subtilă, dar prezentă a modalităților în care se manifestă fenomenul concentrării mediatice în țara noastră. Este cazul mai multor prezentatori de emisiuni informative și de opinie în scopul acumulării și al transferului de capital de imagine pentru noua redacție, în care sunt angajați jurnaliștii cu experiență, popularitatea și imaginea instituției vechi la care erau angajați. Astfel, acumulând un anumit capital de imagine într-o instituție de presă și fiind asociat cu acea instituție de presă, inclusiv prin intermediul valorilor promovate, jurnaliștilor în cauză le este mai greu să se angajeze într-o altă instituție media, în special, în cele care promovează valori diferite de cele despre care vorbeau la vechiul loc de muncă. În aceste condiții, fenomenul concentrării presei cu specific moldovenesc atrage extrem de multe critici atât din partea jurnaliștilor, cât și din partea cercetătorilor. În ceea ce privește evoluția sectorului mediatic audiovizual din RM, din punct de vedere al cadrului de proprietate, politologul C. Marin constată, mai curând o trenare a sectorului în cauză, în corespundere cu anumite valori, percepute corecte pe timpul sovieticilor. „... noile guvernări care s-au succedat după căderea regimului totalitar, indiferent de preferințele lor politice, deși aparent tolerante față de liberalizarea presei electronice, s-

au arătat în fapt, totuși, dispuse să-și mențină prezența și controlul asupra audiovizualului. Faptul și-a lăsat amprenta asupra intensității și calității diversificării structural – instituționale a mediilor electronice de informare” [3, p. 6]. Autorul conchide că accesul operatorilor nestatali în câmpul radioteleviziunii în această perioadă a fost nesemnificativ și ne orientează către ideea că există totuși o diferență semnificativă a sistemului de proprietate în țara noastră, în comparație cu cel existent în aceleași state europene, unde presa este percepută, totuși, drept o afacere clasică, și nu un instrument de exercitare a puterii politice în societate, prin influența manevratoare a publicului, în scopul obținerii acceptului din partea societății vizavi de politicile implementate sau în curs de realizare.

P. Gross, referind-se la multiplele probleme de liberalizare a pieții mediatice în țările est-europene, declară că procesul trebuie să fie însoțit de instituirea unor elemente esențiale: „o ordine democratică, o cultură politică, competiție și participare cetățenească democratică, precum și libertăți civile și politice” [2, p. 166]. În descrierea aceluiași condiții economice ale audiovizualului autohton, jurnalistul A. Gherasim le numește ispititoare, imprevizibile și vitrege uneori, iar printre circumstanțele care generează aceste stări de lucruri în sectorul dat, autorul identifică cultura politică scăzută a factorilor de decizie din societatea moldovenească, care are repercusiuni regretabile asupra relației audiovizual – mediu economic. „Acestea se manifestă în diferite genuri de presiuni asupra agenților economici prin impunerea informală a restricțiilor de a plasa publicitate la anumite posturi de radio și TV. În așa fel, puterea subminează economic radiodifuzorii independenți, din punct de vedere editorial” [1, p. 12]. Autorul găsește această procedură drept un șantaj, ce conduce spre reticenta furnizorilor de publicitate de a iniția orice colaborare cu presa.

Reieșind din cele enunțate mai sus, evidențiem că dacă în Occident fenomenul concentrării presei se manifestă mai mult ca o consecință a creșterii afacerilor în domeniul mediativ, a potențialului de cumpărare al afaceriștilor, a dezvoltării pieței publicitare, a creșterii popularității meseriei de jurnalist, a dezvoltării tehnologiilor informaționale și posibilităților cetățenilor de achiziționare a *gadgeturilor* care să le permită conexiunea permanentă cu lumea virtuală, în Republica Moldova concentrarea presei se datorează în exclusivitate necesității de monopolizare a sectorului pentru promovarea politicianilor, care sunt, în același timp, deținători de proprietăți media, în scopul cuceririi electoratului și rămânerii în permanență în atenția publicului, dar și pentru promovarea proiectelor politice, pentru cizelarea imaginii profesionale și personale și, mai puțin, de obținere a beneficiilor materiale de pe urma afacerilor cu presa, pentru că avem o piață de publicitate mică, austeră și netransparentă, prin comparație cu cele din țările europene.

Este evident că fenomenul concentrării presei a stârnit mai multe îngrijorări și peste hotare, nu doar în țara noastră, dar afirmăm că în țările din Occident, există un control mai strict al pieței presei prin introducerea unui cuantum maxim de proprietăți

mediatice pe care le poate avea în posesie un businessman. În SUA acest cuantum este de maximum 30%. Astfel concernele de presă din America controlează circa 90% din totalul de proprietăți media din țară [7]. Legi similare există și în Franța, Italia, Marea Britanie, în scopul prevenirii obținerii unei poziții dominante pe piața media a vreunui conglomerat mediatic [9]. Legislația în domeniul presei reprezintă un instrument capabil să controleze nivelul de concentrare a presei. Totuși mecanismul de control în Republica Moldova a felului în care se implementează și se respectă legile în domeniul mediatic reprezintă încă o breșă care poate genera posibilități de monopolizare a pieței presei moldovenești. Astfel, proprietarii de presă adesea apelează la terțe persoane, pe numele cărora se înregistrează proprietățile, la partenerii politici cu proprietăți media și ei, iar de aici, implicit, la promovarea ideologiilor comode celor care stau în spatele tranzacțiilor cu presa. Nu putem nega faptul că una dintre cele mai periculoase consecințe ale fenomenului de concentrare a presei în RM este îngreunarea accesului la informațiile de interes public pentru jurnaliștii din puținele media neafiliate politic. Acești jurnaliști, de cele mai multe ori, critică acțiunile guvernării de minimalizare a pluralismului de opinii și de obstrucționare a accesului către informațiile de interes public. Într-o analiză a jurnaliștilor portalului de investigații *anticoruptie.md* cu privire la oligarhizarea presei moldovenești se constată că lipsa accesului la informații ar fi tot mai resimțită. „În 2015, agențiile guvernamentale și mai mulți oficiali au depus eforturi vizibile ca să împiedice accesul presei la informațiile de interes public. Pe bună dreptate, mai mulți jurnaliști de la noi pot confirma presiunile. Bunăoară, *Centrul de Investigații Jurnalistice din Moldova* a acționat în judecată Președinția pentru refuzul de a oferi informații despre persoanele decorate cu distincții de stat, precum și deciziile motivate prin care au fost respinse candidaturile judecătorilor propuși spre numire în funcție. Totodată, în luna aprilie, publicația *Ziarul de Gardă* a pierdut în prima instanță un proces împotriva Procuraturii Generale, privind încălcarea accesului la informație” [6].

Practicile occidentale de activitate în domeniul mediatic tot mai mult își fac loc pe piața moldovenească de presă, însă fiind adaptate la realitățile din țara noastră, acestea nu întotdeauna urmăresc scopuri nobile, chiar dacă sunt implementate, la prima vedere, cu respectarea legislației în vigoare. Marii proprietari de presă din Republica Moldova ar trebui să renunțe la ideea utilizării presei în scopuri personale și de grup, pentru obținerea de beneficii de imagine și electorale. Afacerile în domeniul media din țara noastră ar trebui să se desfășoare exact ca și oricare altă afacere, chiar dacă au un specific aparte, conform legislației țării, iar jurnaliștii să aibă posibilitatea de a activa în condiții libere de orice presiune, fără constrângeri și compromisuri cu propria conștiință.

Referințe bibliografice:

1. Gherasim A. Audiovizualul: condițiile economice. În: Mass-media. Revistă analitică. //Iunie, 2006. Chișinău: CIJ, 2006.
2. Gross P. Mass-media și democrația în țările Europei de Est. Iași: Polirom, 2004.

3. Marin C. Audiovizualul autohton: oportunitatea strategiei naționale de dezvoltare. În: Mass-media. Revistă analitică. // Iunie, 2006. Chișinău: CIJ, 2006.
4. Humphreys P. J. Mass-media and media policy in Western Europe. Manchester & New York: Manchester University Press, 1996.
5. Bunduchi I. Codul deontologic al jurnalistului ca indiciu al maturității profesiei. <http://www.ijc.md/bulmm/2011iunie/MM-iunie-2011.pdf> (vizitat 3.10.2018).
6. Dodon V. Freedom House, despre libertatea presei din Moldova: Concentrarea proprietății în mâinile câtorva persoane rămâne o problemă, iar accesul la informație este tot mai dificil. <https://anticoruptie.md/ro/blog/victoria-dodon/freedom-house-despre-libertatea-presei-din-moldova-concentrarea-proprietatii-in-mainile-catorva-persoane-ramane-o-problema-iar-accesul-la-informatie-este-tot-mai-dificil> (vizitat 4.10.2018).
7. Lutz A. These 6 Corporations Control 90% Of The Media In America. <https://www.businessinsider.com/these-6-corporations-control-90-of-the-media-in-america-2012-6> (vizitat 4.10.2018).
8. Macovei P., Bunduchi I. ș.a. Capturarea mass-mediei și a altor mijloace de comunicare publică în Republica Moldova. http://www.api.md/upload/files/Capturarea_mass-media_rom.pdf (vizitat 3.10.2018).
9. Regulatory response to the problem of press concentration. https://www.le.ac.uk/oerresources/media/ms7501/mod2unit11/page_23.htm (vizitat 4.10.2018).