



STRATEGII DE REFLECTARE A ACTIVITĂȚII PARTIDELOR POLITICE ÎN MASS-MEDIA DIN REPUBLICA MOLDOVA

Olga MOCANU, studentă

CZU: 659.3:329(478)

mocanuolga1@gmail.com

The media in the Republic of Moldova continue to use various strategies to publicize the political reality, which have an important role in shaping the public image of political parties. From correct and equidistant information, to deontological deviations, the media activity is regulated by certain norms, contained in deontological codes. This article highlights the observance of deontological principles in the media products in the category of political journalism and the strategies applied by the local media in reflecting the activity of different political parties.

În ultimii ani, interesul societății pentru informațiile din domeniul politic a fost în permanentă ascensiune, densitatea, amploarea și ritmul evenimentelor politice determinând poziționarea prioritară a realității politice pe agenda mediatică din Republica Moldova. Din acest considerent, un rol important pe piața informațională autohtonă îi revine jurnalismului politic, care se manifestă atât ca instrument de proiectare publică a realității politice, per ansamblu, cât și drept instrument de reflectare a activității partidelor politice și de formare a imaginii acestora, în particular. Din această perspectivă, în vederea realizării scopurilor propuse, instituțiile mediatică își creează propriile metodologii mediatică strategice, care devin determinante în formarea imaginii publice a partidelor. Strategiile mediatică de reflectare a activității partidelor politice reies, pe de o parte, din politica editorială a instituțiilor media, iar pe de altă parte, din relația acestora cu un partid sau altul. În ultimul caz, instituțiile devin actori ai manipulării informaționale. Ele reflectă realitatea prin prisma intereselor de partid și acționează în interesul partidului, cele mai des folosite tehnici de mediatizare fiind: tehnica dușmanului (intern și/sau extern); tehnica informației prioritare; tehnica „Salvatorului național” (Mesia); generalizarea; ironia; sugestia; amestecul dintre fapte și opinii;

prezentarea selectivă a faptelor, opiniilor și declarațiilor; dezechilibrul surselor; lipsa dreptului la replică [1]. O tipologie complexă a strategiilor este și cea expusă de Roberto Cisimo. Acestea fiind: selectarea știrilor; orientarea știrilor prin omiterea unor segmente informaționale; plasarea știrilor; influențarea prin titluri; influențarea prin alegerea evenimentelor; influențarea prin selecția fotografiilor; influențarea prin explicațiile care însoțesc fotografiile; utilizarea editorialelor pentru distorsiunea faptelor [2, p. 63].

Cercetarea modului în care mass-media autohtonă reflectă activitatea diferitelor partide politice impune identificarea strategiilor care au fost folosite cel mai des și determinarea contextelor în care acestea au fost aplicate. În atare scop, a fost realizată cercetarea materialelor jurnalistice despre activitatea partidelor din Republica Moldova, care au apărut în edițiile buletinului principal de știri „Mesager” de la postul public de televiziune *Moldova 1* [3], în perioada 1 noiembrie 2020-31 martie 2021, monitorizării fiind supusă câte o săptămână din fiecare lună.

În perioada monitorizată, emisiunea Mesager de la postul TV *Moldova 1* a transmis 75 de materiale jurnalistice prin intermediul cărora a fost reflectată activitatea partidelor politice autohtone. Dintre acestea, 73 de materiale au fost știri, ceea ce constituie 97,3% din numărul total, și doar 2 materiale au fost realizate în alte genuri jurnalistice, ce constituie 2,7%. Cel mai frecvent a fost reflectată activitatea următoarelor partide politice: PSRM, care, direct sau tangențial, a fost abordat în 34 de contexte mediatice; PPDA – în 18; PAS – în 19; Partidul Șor – în 8 și PDM – în 15.

Analiza calitativă a reliefat faptul că, în perioada monitorizată, postul TV *Moldova 1*, în mare parte, a reflectat echidistant evenimentele legate de realitatea politică, or, în știrile difuzate au fost prezentate părerile tuturor părților implicate. Printre aceste știri se numără: „Maia Sandu l-a înaintat pe Igor Grosu la funcția de premier”; „Reacțiile liderilor politici privind înaintarea lui Igor Grosu la funcția de premier” etc. Aceste materiale au avut scop informativ și au abordat într-o manieră obiectivă și egală toate opiniile protagoniștilor. Putem menționa și faptul că *Moldova 1* a ținut cont de principiul echilibrului

surselor. În cele mai multe știri, întâlnim frecvent două sau mai multe surse independente. La fel, postul public de televiziune a utilizat un limbaj ce nu încalcă regulile bunei-cuviințe și ale moralei; nu a utilizat expresii insultătoare sau atacuri verbale la adresa partidelor. De asemenea, Postul tv *Moldova 1* a făcut distincția clară între fapte și opinii și a respectat principiul *Separarea faptelor de opinii* în toate cele 75 de materiale difuzate. Ce ține de materialele jurnalistice despre sondajele de opinii, acestea au conținut toate informațiile necesare, respectând astfel principiul 2.23 al Codului deontologic al jurnalistului din Republica Moldova. De exemplu, știrea din 19 februarie 2021 „Datele unui sondaj privind Guvernul Gavriliță” a inclus: denumirea organizației care a efectuat sondajul; data sau intervalul de timp în care s-a desfășurat; dimensiunea eșantionului și marja maximă de eroare.

Totuși, în perioada monitorizată, ca urmare a aplicării în procesul de reflectare a realității politice autohtone a unor tehnici negative de mediatizare descrise anterior, au fost comise unele încălcări de natură deontologică. Astfel, postul tv *Moldova 1* a difuzat știri bazate doar pe o singură sursă, prin aceasta încălcând principiul 2.16 al Codului, care stipulează că jurnalistul, în activitatea sa mediatică, verifică informațiile obținute din cel puțin două surse, care sunt independente una de alta [3, p. 5]. Circa o treime din totalul de știri difuzate, și anume 34,6%, pot fi considerate știri dezechilibrate, care nu au ținut cont de principiul verificării faptelor. Constatăm că unele din aceste materiale au avut scopul clar de a crea o imagine pozitivă Partidului Socialiștilor din Republica Moldova. De altfel, prezența unui număr impunător de materiale ce reflectă activitatea PSRM-ului, arată că *Moldova 1* a reflectat prioritar imaginea acestui partid. Acest lucru a fost posibil de realizat prin utilizarea următoarelor tehnici de manipulare: *influențarea prin titluri; plasarea știrilor și influențarea prin alegerea evenimentelor.*

De asemenea, un număr impunător din materialele cu referire la activitatea PSRM-ului l-au prezentat într-o lumină pozitivă pe liderul PSRM, Igor Dodon, pentru acest lucru, aplicându-se pe larg tehnica „*Salvatorului național*” (*Mesia*).

Poziționarea preferențială în jurnalele televizate de la *Moldova 1* a știrilor cu referire la activitatea PSRM-ului a fost o altă tehnică de manipulare a opiniei publice. În urma cercetării, s-a stabilit că majoritatea acestor știri au fost incluse la finele buletinului informativ, ceea ce a permis focalizarea atenției publice pe aceste subiecte și o memorizare mai bună a mesajelor difuzate.

În concluzie, aplicarea acestor tehnici în preproducția, producția și postproducția jurnalistică de la postul tv *Moldova 1* au proiectat o realitate mediatică care a favorizat PSRM-ul, transformând, de facto, postul respectiv de televiziune în instrument de formare a imaginii acestui partid. Pentru a corespunde statutului pe care îl deține și a pune în circuitul informațional doar produse jurnalistice de calitate, postul tv *Moldova 1* trebuie să-și revadă strategiile de reflectare a realității politice și să respecte Codul deontologic al jurnalistului din Republica Moldova, în special principiul 2. *Asigurarea acurateței informației*, articolele 2.11 și 2.16, care se referă la colectarea și la tratamentul informației, precum și la verificarea faptelor. Totodată, este recomandabil ca un post public de televiziune să acorde o atenție mai mare vieții politice autohtone și să mărească cota-parte din timpul de emisie destinat jurnalismului politic în principalul buletin informativ al zilei „Mesager”.

Referințe:

1. *Elemente de propagandă, manipulare informațională și încălcare a normelor deontologiei jurnalistice în spațiul mediatic autohton 1 iulie-30 septembrie 2018*. Raport de monitorizare. [Accesat 18.03.2021]. Disponibil: <http://media-azi.md/sites/default/files/Raport%20de%20monitorizare%20CJI.pdf>
2. TRAN, V., STĂNCIUGELU, I. *Patologii și terapii comunicaționale*: Note de curs. Timișoara: Universitatea din Timișoara, 2009.
3. Mesager. Principalul buletin informativ al zilei. [Accesat 1 noiembrie 2020 - 31 martie 2021]. Disponibil: <https://www.trm.md/ro/mesager>
4. Codul deontologic al jurnalistului din Republica Moldova. Chișinău: API, 2019. [Accesat 18.04.2021]. Disponibil: <https://consiliuldepresa.md/ro/page/codul-deontologic-al-jurnalistului-din-r-moldova>

Recomandat
Georgeta STEPANOV, dr.hab., prof.univ.