



UNIVERSITATEA DE STAT DIN MOLDOVA  
FACULTATEA DE JURNALISM ȘI ȘTIINȚE ALE COMUNICĂRII

---

**Constantin MARIN**

# **MASS-MEDIA ÎN POSTCOMUNISM**

*Cazul Republicii Moldova*

CHIȘINĂU-2021

[659.3+070+32](478)

M 39

***Monografia a fost examinată și recomandată spre editare de Departamentul Comunicare și Teoria Informării de la Facultatea de Jurnalism și Științele Comunicării a Universității de Stat din Moldova.***

***Publicarea lucrării a fost autorizată de Consiliul Științific al Universității de Stat din Moldova.***

**Recenzenți: *Nelly Țurcan, dr.hab., prof.univ.***

***Valentin Dorogan, dr., conf.univ.***

#### **DESCRIEREA CIP A CAMEREI NAȚIONALE A CĂRȚII**

**Marin, Constantin.**

Mass-media în postcomunism: Cazul Republicii Moldova / Constantin Marin; Universitatea de Stat din Moldova, Facultatea de Jurnalism și Științe ale Comunicării. – Chișinău: CEP USM, 2021. – 345 p.: tab.

Cerințe de sistem: PDF Reader.

Bibliogr.: p. 288-315 (299 tit.).

ISBN 978-9975-158-76-3 (PDF).

[659.3+070+32](478)

M 39

**ISBN 978-9975-158-76-3 (PDF)**

© Constantin MARIN, 2021.

© USM, 2021

**FAMILIEI MELE IUBITE:**  
**soția Lidia, fiica Sanda și regretatul fiu Radu**

# SUMAR

CUVÂNT ÎNAINTE .....	6
PARTEA I. FENOMENUL MEDIATIC NAȚIONAL: compendiu istoric .....	7
<i>CAPITOLUL I. PRESA SCRISĂ</i> .....	10
<i>Capitolul II. PRESA ELECTRONICĂ</i> .....	26
<i>Capitolul III. ALTE PLATFORME ȘI INSTITUȚII MEDIA, REGLEMENTĂRI ȘI AUTOREGLEMENTĂRI ÎN DOMENIU</i> .....	38
PARTEA II. MASS-MEDIA DIN REPUBLICA MOLDOVA: TREI DECENII DE EVOLUȚII ȘI INVOLUȚII (analiză diacronică).....	58
<i>Capitolul I. MASS-MEDIA vs. PARTIDELE POLITICE</i> .....	59
1.1. De la monopartidism la pluripartidism media .....	61
A. <i>Presa de partid în anii `90</i> .....	61
B. <i>Presa de partid, două decenii mai târziu</i> .....	64
1.2. De la pluripartidism la partizanat media .....	68
A. <i>Partizanatul media din anii `90</i> .....	68
B. <i>Partizanatul media, două decenii mai târziu</i> .....	73
1.3. Pluralismul media .....	82
A. <i>Pluralismul media din anii `90</i> .....	84
B. <i>Pluralismul media, două decenii mai târziu</i> .....	87
<i>Capitolul II. MASS-MEDIA vs. STATUL</i> .....	93
2.1. Spațiul mediatic și statul .....	95
A. <i>Etatizarea presei printate din anii `90</i> .....	95
B. <i>Presa tipărită între etatizare și deetatizare, două decenii mai târziu</i> .....	98
C. <i>Audiovizualul de stat în anii `90</i> .....	105
D. <i>Audiovizualul de stat, două decenii mai târziu</i> .....	108
<i>Capitolul III. MASS-MEDIA vs. SECTORUL DE AFACERI</i> .....	115
3.1. Inițiativa privată media .....	115
A. <i>Presa scrisă și electronică privată în anii `90</i> .....	115
B. <i>Presa scrisă și electronică privată, două decenii mai târziu</i> .....	118
3.2. Proprietăți și proprietari media .....	122

A. <i>Transparența proprietarilor și proprietăților media în anii `90</i> .....	122
B. <i>Transparența proprietarilor și proprietăților media, două decenii mai târziu</i> .....	122
3.3. <i>Concentrarea și monopolizarea media. Grupuri de presă</i> .....	125
A. <i>Fenomenul concentrării media în anii `90</i> .....	125
B. <i>Grupuri media, două decenii mai târziu</i> .....	126
3.4. <i>Monopolizarea pieței publicitare</i> .....	137
<b>Capitolul IV. MASS-MEDIA vs. SPAȚIUL PUBLIC</b> .....	143
A. <i>Prezențe ale societății civile în spațiul mediatic din anii `90</i> .....	143
B. <i>Spațiul public și mass-media, două decenii mai târziu</i> .....	146
C. <i>Mass-media – actant al spațiului public, din anii `90 încoace</i> .....	152
<b>Capitolul V. PIAȚA MEDIATICĂ INTERNĂ SUB INCIDENȚA FACTORULUI EXTERN.</b> 155	
A. <i>Presa străină pe piața media autohtonă, anii `90</i> .....	155
B. <i>Inserturi media de peste hotare în spațiul autohton, două decenii mai târziu</i> .....	160
C. <i>Securitatea informațională mediatică</i> .....	168
<b>Capitolul VI. NOI ORIZONTURI ALE JURNALISMULUI NAȚIONAL</b> .....	179
A. <i>Jurnalism de investigație</i> .....	179
B. <i>Jurnalism web</i> .....	188
C. <i>Jurnalism participativ</i> .....	195
D. <i>Jurnalism de dronă și jurnalism mobil</i> .....	204
<b>Capitolul VII. SPAȚIUL MEDIATIC NAȚIONAL ÎN OPINIA PUBLICĂ ȘI PROFESIONALĂ</b> .....	209
A. <i>Media în interpretarea cetățenilor și a monitorilor la hotarul anilor `90-2000</i> .....	209
B. <i>Media în obiectivul cetățenilor, două decenii mai târziu</i> .....	214
C. <i>Media în optica experților naționali, două decenii mai târziu</i> .....	218
D. <i>Media în estimarea instituțiilor internaționale</i> .....	226
<b>PARTEA III. PSEUDO-JURNALISMUL LOCAL</b> .....	236
<b>Capitolul I. Mesajul pseudo-jurnalismului din anul 2000: analize de conținut</b> .....	237
<b>Capitolul II. Tehnici ale pseudo-jurnalismului autohton din ultimul deceniu</b> .....	275
<b>ÎN LOC DE ÎNCHEIERE</b> .....	287
<b>BIBLIOGRAFIE</b> .....	288
<b>ANEXE</b> .....	316

## Cuvânt înainte

Proclamarea independenței statale a Republicii Moldova (1991), de rând cu lansarea mai multor schimbări sociale și politice, economice și culturale de esență, a consemnat apusul, pe de o parte, a practicilor totalitar-comuniste în domeniul mass-media naționale, iar pe de alta, a semnalat începuturile parcursului post-sovietic al jurnalismului autohton. Itinerarul respectiv, contrar așteptărilor euforice de la acea vreme, a fost de natură contradictorie, cuprinzând atât evoluții majore pe făgașul dezvoltării democratice a jurnalismului autohton, cât și involuții importante, acestea denotând tentația de a reedita practicile perimate de concepere și funcționare a presei scrise și celei electronice.

Evoluțiile/involuțiile respective ale mass-media autohtone, prefigurate deja în primul deceniu de independență a Republicii Moldova, le-am abordat în mai multe analize publicate la acea vreme în diverse reviste și culegeri de specialitate. În ele remarcam că decomunizarea, deetatizarea și inițiativa privată din câmpul mediatic, precum și implementarea normelor jurnalismului democratic au fost secundate de practicile presei înregimentate politic, moștenite din trecut. Ce s-a întâmplat cu acești vectori de dezvoltare – ascendent/descendent – în următoarele două decenii? Au avut ei continuitate? Care dintre vectorii respectivi determină actualmente dimensiunile esențiale ale spațiului mediatic local? În căutarea de răspunsuri am găsit de cuviință să revin la estimările din anii '90 pentru a le raporta la parcursul mass-media în ultimele două decenii de independență a Republicii Moldova. Prezenta lucrare astfel oferă, în bună parte, o radiografie comparată a peisajului mediatic național post-sovietic configurat în primele trei decenii de independență.

Cartea cuprinde trei părți. Cea de debut reprezintă un compendiu istoric al fenomenului mediatic indigen de la începuturi până în zilele noastre. A doua conține examinarea, pe diverse filiere, a procesului de instituționalizare și a practicilor de funcționare a jurnalismului autohton din Republica Moldova în perioada postcomunistă. Ultima parte este consacrată analizei comparate a mesajului jurnalistic pe teme politice din anul 2009 și un deceniu mai târziu.

Perspectiva diacronică aplicată facilitează, în consecință, atât înțelegerea situației fenomenului mediatic contemporan din Republica Moldova, cât și elaborarea strategiilor și politicilor de edificare a spațiului media național, propriu societății democratice spre care aspirăm.

***Exprim gratitudine prof. univ. dr. Marian PETCU (Facultatea de Jurnalism și Științe ale Comunicării, Universitatea din București) care m-a inspirat cu generozitate să scriu această carte despre fenomenul mediatic din Republica Moldova în postcomunism.***

## Partea I

### FENOMENUL MEDIATIC NAȚIONAL: compendiu istoric<sup>1</sup>

Mass-media reprezintă un atribut indispensabil al societății contemporane a Republicii Moldova. Vectorul general al evoluției lor cantitative sugerează că Moldova gravitează spre categoria țărilor cu un nivel mediu de dezvoltare a mijloacelor de informare. Potrivit standardelor minimale, formulate de UNESCO pentru fiecare stat al comunității mondiale, la 1000 de locuitori trebuie să revină cel puțin 100 de exemplare de ziare cotidiene, 50 de aparate de radio și 20 de televizoare. Moldova corespunde acestui minimum necesar și, în mai multe cazuri, îl depășește. Astfel, la capitolul aparate de captare a emisiunilor televizate, republica se apropie de nivelul mediu european (250 de televizoare la 1000 de locuitori). Indicele de asigurare cu aparate de radio (550 la 1000 de locuitori) depășește mai bine de 10 ori cota minimală stabilită de UNESCO și cedează SUA (peste 2000), Canadei (peste 1000), Marii Britanii, Japoniei, Franței (circa 1000 de aparate de radio la 1000 de locuitori). [110]

În cadrul ultimului recensământ național al surselor mass-media desfășurat în perioada noiembrie 2016-martie 2017 [27] au fost identificate 473 de surse mass-media. Dintre acestea, 181 le-au constituit portalurile online de știri, 167 de titluri de presă scrisă (90 de ziare și 77 de reviste). Numărul posturilor TV a fost de 63, iar al celor de radio – 55. În total au fost identificate șapte agenții de presă.

Mass-media, constituind, în ansamblu, o sursă de informare importantă pentru cetățenii Republicii Moldova, sunt solicitate gradual în funcție de câmpul mediatic. Cel mai popular mijloc de informare, potrivit cercetării sociologice „Evoluție și preferințe privind mass-media din Republica Moldova” realizată în martie 2018 de IMAS, este televiziunea. Astfel, majoritatea respondenților (95%) au cel puțin un aparat TV în locuință. 61% dintre cei care s-au uitat la TV în ultimele 30 de zile au acces la televiziune prin cablu, 38% – prin IPTV, 18% au instalație de recepție prin satelit/antenă parabolică etc. Ca urmare a accesului ridicat la canalele TV, 73 la sută din populație urmăresc programele televizuale șase-șapte zile pe săptămână, alte 7% – trei-cinci zile pe săptămână și doar 9% nu privesc emisiunile TV.

Durata zilnică medie alocată consumului TV este de trei ore și nouă minute într-o zi obișnuită de lucru (189 minute) și de patru ore și 23 de minute într-o zi de weekend (263 minute).

---

<sup>1</sup> Compartimentul dat reprezintă o versiune actualizată, modificată și completată a articolului *Mass-media // Republica Moldova. Enciclopedie.- Chișinău: Biblioteca Științifică Centrală „A. Lupan” (Institut) a AȘM, 2016. pp. 761-778*

Pe treapta a doua în topul preferințelor media de la noi se situează internetul. Mai bine de două treimi (68%) dețin în gospodărie un computer iar 29% – o tabletă. Potrivit sondajului IMAS menționat, 73% dintre respondenți au declarat că au acces la internet. Ponderea celor care în ultimele 30 de zile l-au accesat a constituit 62%, inclusiv 40% au apelat la internet de cinci-șapte ori pe săptămână, 7% – de trei-cinci ori pe săptămână, 5% – de unu-două ori pe săptămână iar 10% – mai rar. Sondajul a mai arătat că într-o zi de lucru, respondenții în medie alocă internetului 175 de minute iar în weekend – 210 de minute. Datele respective diferă în funcție de vârsta utilizatorului și locul lui de trai. Astfel, tinerii de 18-25 beneficiază de internet timp de 252 de minute în zilele de muncă iar cei cu vârsta cuprinsă între 56-70 de ani – de circa 132 de minute. Respondenții din municipii apelează la internet timp de peste 200 de minute iar cei din mediul rural – 161 de minute.

Radioul în ultima vreme este tot mai puțin solicitat, devenind al treilea în top mijloc de informare. Doar 28% ascultă radioul șase-șapte zile pe săptămână, încă 7% – trei-cinci zile pe săptămână. Durata zilnică medie alocată consumului radio este de 2 ore și 46 minute într-o zi obișnuită de lucru (166 minute) și de două ore și 47 minute într-o zi de weekend (147 minute). 43 la sută dintre respondenții sondajului IMAS au spus că nu ascultă radio deloc. Oricum, două treimi dintre respondenți au declarat că dispun în gospodărie de un aparat de radio în funcțiune sau dețin unul în mașina pe care o posedă ei sau un membru al gospodăriei.

Presa în format printat în ultimii ani a rămas mijlocul de informare preponderent în rândul consumatorilor tradiționaliști de informație. Sondajul IMAS a arătat că doar 2 la sută dintre respondenți în ultimele 30 de zile a consultat o tipăritură. Beneficiarii mass-media migrează tot mai des în spațiul virtual. Internauții chestionați în proporție de 69 la sută au declarat că obișnuiesc să acceseze diverse portaluri de știri, 46% – pentru a urmări programe TV, 37% – pentru a accesa informații de pe site-urile ziarelor iar 23% – pentru a asculta radioul.

Ierarhizarea prezentată a mediilor de informare s-a menținut și în anii următori. Conform datelor *Barometrului de Opinie Publică* (BOP), de exemplu, realizat în octombrie 2020 de Institutul de Politici Publice (IPP), televiziunea, inclusiv versiunea ei online, a rămas cea mai importantă sursă de informare publică a oamenilor, aceasta fiind preferată zilnic de peste 70 la sută dintre respondenți. Pe poziția a doua s-a situat internetul cu peste 66%, urmat de radio, inclusiv online – cu 34 la sută, și ziare – cu puțin peste 9%. [16]

Edificarea mass-media naționale are în temei tradițiile comunicării media-tice, cristalizate de-a lungul anilor în spațiul istoric al Republicii Moldova. Acest proces, marcat de afluxuri și refluxuri cantitative și calitative, a fost jalonat de tendințele generale de dezvoltare a mass-media europene.



Jurnalismul, ca formă particulară de activitate umană focalizată asupra colectării, prelucrării și difuzării informației de interes public, s-a prefigurat în Europa cu începere din secolul al XVII-lea. În epoca respectivă, acest domeniu a fost valorificat în exclusivitate de instituțiile de presă scrisă. Astfel, în 1609, la Strasbourg a fost creată gazeta săptămânală *Relation: Aller Furnemmen*, în 1610, la Basel, a fost lansat săptămânalul *Ordinari Wohenzeitung*. Ulterior, ziare similare au apărut în întreaga Europă: în 1615 – la Viena și Frankfurt-pe-Main, în 1616 – la Hamburg, în 1617 – la Berlin, în 1618 – la Amsterdam, în 1620 – la Antwerpen, Magdeburg, Nuernberg, Rostock, în 1621 – la Londra. În 1631 a apărut primul săptămânal la Florența. Tot atunci, Theophraste Renaudot a lansat prima publicație franceză – *La Gazette*. La începutul anilor `40 ai secolului al XVII-lea, ziare săptămânale se editau în 30 de orașe europene [165:126-128]. Ascensiunea cantitativă și calitativă din următoarele două secole a presei scrise, reprezentată la început de ziare, iar mai apoi și de reviste, distinse prin periodicitate prestabilită și un auditoriu în creștere, a fost însoțită în condițiile progresului tehnic și științific de diversificarea mediilor de informare. În secolul al XX-lea, ele s-au dezvoltat pe dimensiunea audiovizualului, iar ulterior și pe cea *new media*. Un itinerar similar, dar în coordonate temporare diferite și cu o intensitate și calitate particulare, a fost parcurs de mass-media din spațiul actualei Republici Moldova.

## Capitolul I. PRESA SCRISĂ

Apariția presei scrise în spațiul istoric al Republicii Moldova ține de secolul al XIX-lea. Acest proces s-a derulat pe două dimensiuni semnificative care gradual, dar inerent au alimentat tradițiile mediilor de informare autohtone contemporane. Este vorba, pe de o parte, de jurnalismul din Principatul Moldovei, al cărei parte integrantă a fost teritoriul actual al Republicii Moldova, iar pe de altă parte, de presa editată în Basarabia, încorporată din anul 1812 în Imperiul Rus.

*Jurnalismul Principatului Moldovei și cel din Basarabia (sec. al XIX-lea-începutul sec. al XX-lea).* Prima prezentă a presei scrise în acest spațiu istoric, potrivit cercetărilor lui Dumitru Coval [76], a fost atestată la finele secolului al XVIII-lea: ziarul în limba franceză *Courier de Moldavie*, numărul de debut al căruia a apărut la 8 februarie 1790 la Iași. Editarea lui a fost inițiată de mareșalul rus Grigore A. Potiomkin în toiu războiului ruso-turc (1787-1791). În total, lumina tiparului au văzut cinci numere. Fiecare dintre ele se deschidea cu stema veche a Moldovei – un cap de zimbriu, împodobit cu o coroană regală. Publicația, axată pe evenimentele interne și externe, a fost salutată de nobilimea locală. Drept dovadă servește oda în limba latină, intitulată *Ad Moldaviae Cursorem ab incolis Jassyensibus – Către Curierul Moldovei de la locuitorii din Iași*, ce a fost inserată în primul număr al ziarului. Tipăritura de referință, în estimarea lui Dumitru Coval, deși în virtutea limbii în care a fost editată și a scurtei perioade de apariție – până în aprilie 1790 – nu poate fi considerată prolog al jurnalismului din Principatul Moldovei, totuși ea a anunțat prefigurarea fenomenului mediatic indigen.

Jurnalismul din Principatul Moldovei, potrivit lui Dumitru Coval, a fost inițiat de scriitorul-iluminist Gheorghe Asachi (1788-1869). Lui îi revine meritul de a fi înrădăcinat tradiția editării în acest areal geopolitic a ziarului ca tip de publicație periodică. Astfel, la 1 iunie 1829, după editarea pe 6, 10 și 17 mai a unor numere de probă, intitulate *Novitale de la Armie*, el a lansat numărul de debut al primului ziar politico-literar *Albina românească*. La 14 martie 1837, Asachi a inaugurat *Alăuta românească* în calitate de supliment la ziar. Prima tipăritură periodică s-a dovedit a fi longevivă – ea a apărut timp de 21 de ani. Asachi a fost, de asemenea, redactorul săptămânalului *Icoana lumii* ce avea în subtitlu mențiunea *Foaia pentru îndeletnicirea moldo-românilor* (1840), al revistei literar-științifice *Spicuitorul moldo-român* (1841) iar după suspendarea *Albinei* – la ziarele *Gazeta de Moldavia* (1852-1858), *Patria* (1858-1859) etc. Toate aceste publicații au fost subordonate crezului formulat de Asachi în ultimul număr al *Albinei românești*: „A recăpăta cele negrijite în cursul unui veac, a pași împreună cu spiritul contemporan, a învie amorul amortit al naționalității, a răspândi în parte reflexul luminilor străine, a urmări cursul evenimentelor politice ce în zgâțieturile lumii împriurează și preste ungherul pământului în care soarta ni-au așezat, și prin

tratarea acestor multiforme materii a contribui la dezvoltarea limbii noastre și a deschide cariera literaturii născânde”. [76]

Revista, ca tip nou de tipăritură periodică, în viziunea lui Dumitru Coval, a fost statornicită în spațiul național prin străduința lui Mihail Kogălniceanu. Prima tentativă în acest sens el a făcut-o la *Alăuta românească*, pe care a început s-o redacteze de la 1 iulie 1838, preluând-o de la Asachi. În ianuarie 1840, Kogălniceanu a conceput o publicație nouă, de tip revistă – *Dacia literară*, aceasta având drept obiectiv noile oportunități sociale și culturale. Susținută de Vasile Alecsandri, Constantin Negruzzi, Alexandru Donici, revista a îmbrățișat o platformă editorială inedită: „Cât ceea ce se atinge de datoriile redacției, noi ne vom sili ca moralul să fie pururea pentru noi o tablă de legi și scandalul o urâciune izgonită, scria Kogălniceanu în articolul de program din primul număr al revistei. Critica noastră va fi nepărtinitoare: vom critica cartea, iar nu persoana. Vrajmași ai arbitrarului, nu vom fi arbitrar în judecățile noastre literare. Iubitori ai păcii, nu vom primi nici în foaia noastră discuții ce ar putea să se schimbe în vrajbe. Literatura are trebuință de unire, iar nu de dezbinare...”.

Revista a abordat un spectru larg de probleme ce țineau de istorie, literatură, folclor, traduceri, teatru, dramaturgie, limba literară etc. Paginile ei au găzduit nuvelele „Alexandru Lăpușeanu” de C. Negruzzi, „Buchetiera de la Florența” de V. Alecsandri, numeroase fabule de A. Donici etc. În august 1840, revista este suspendată de către autorități sub pretextul fals al îndepărtării de obligațiile asumate.

Succesorii fideli ai *Daciei literare* au fost revista *Propășirea* (1844) iar ulterior, după evenimentele din anul 1848, când M. Kogălniceanu, V. Alecsandri, alți camarazi de idei s-au retras în Bucovina, la Cernăuți ce făcea parte din Imperiul Habsburgic, precum și ziarul lor *Bucovina* (1848-1850). Aceste publicații, îndeosebi *Propășirea*, au popularizat științele exacte, cele morale și politice, literatura autentică. *Propășirea* a inserat „Cuvântul introductiv la cursul de istorie națională” pe care M. Kogălniceanu l-a rostit pe 24 noiembrie 1843 în fața studenților de la Academia Mihăileană. În această lucrare, autorul a pledat cu pasiune pentru cunoașterea istoriei naționale, pentru că „faptele strămoșești, prin moștenire, devin și ale noastre”.

Alexandru Donici a fost prezent cu mai multe fabule. Tot el împreună cu Constantin Negruzzi au fost autorii traducerii lucrării lui Antioh Cantemir „Sătura către mintea sa”. Cel mai fecund însă autor al revistei și ziarului a fost Vasile Alecsandri care a publicat numeroase doine, balade, „Istoria unui galben și a unei parale” etc. *Propășirea*, în estimarea cercetătorilor, s-a remarcat, de asemenea, prin critica literară și publicistică axată respectiv pe valorile literaturii autentice și progresul social. Acest fapt a și cauzat interzicerea ei de către autorități.

Un continuator fidel al cauzei revistei *Propășirea* a fost Vasile Alecsandri care, în pofida cenzurii drastice, a reușit să fondeze la Iași, după valul revoluționar din 1848, revista *România literară* (1855), unul dintre cei mai străluciți autori ai căreia a devenit Alecu Russo (el a publicat „Cântarea României”, „Amintiri” și „Cugetări”). În aceeași perioadă, Kogălniceanu a obținut dreptul de a edita ziarul *Steaua Dunării* (1855-1860, cu întreruperi). Noua publicație a fost catalogată de redactorul ei ca „jurnalul unirii”. Prin aceasta, menționa Kogălniceanu în articolul-program, „(...) ea apară numai interesul vital al Patriei. Unirea principatelor este singurul mod în stare de a consolida naționalitatea românilor, de a le da demnitate, putere și mijloace pentru a împlini misia lor...”.

Contribuții esențiale în promovarea și fortificarea jurnalismului din Principatul Moldovei revin lui Bogdan Petriceicu Hașdeu și Mihai Eminescu, se constată în investigațiile lui Dumitru Coval. Hașdeu, în perioada ieșeană de activitate, și-a dorit să renască în *Foița de istorie și literatură* (1860) tradițiile *Daciei literare*. În activitatea lui jurnalistică și publicistică ulterioară la revistele *Din Moldova* (*Lumina*), 1862, *Arhiva istorică a României*, 1864, *Satirul*, 1866, ziarul politic, științific și industrial *Traian*, 1869, transformat în 1870 în revista *Columna lui Traian* Hașdeu a validat pledoaria precursorilor săi pentru o literatură autentică, valorificarea creației populare, reflectarea corectă a realității.

Mihai Eminescu a debutat în presă la 25 februarie 1866 în numărul 6 al revistei *Familia* ce se edita la Pesta de către publicistul Iosif Vulcan. Mai târziu, el a colaborat la *Curierul de Iași* în calitate de redactor-administrator și corector (1876-1877), a muncit redactor la ziarul *Timpul* (1877-1883). Prin publicistica sa, Eminescu a conferit strălucire jurnalismului național. Probabil, din aceste considerente, scriitorul Alexandru Vlăhuță afirma că „cele mai glorioase pagini în ziaristica română vor trebui să fie căutate în cei șase ani de „salahorie” al marelui nostru poet, ani petrecuți fără vacanță și fără odihnă în redacția ziarului *Timpul*...”.

Jurnalismul din Principatul Moldovei a întrunit toate tipurile de tipărituri periodice cunoscute și deja validate de presa europeană: ziar, revistă, calendar anual, săptămânal, supliment, almanah, buletin, foaie de reclamă comercială etc. Presa timpului a polarizat atenția publicului și a reprezentat domeniul de aplicare a potențialului intelectual al literaților, publiciștilor, transformându-se treptat într-o sursă de informare și de dezbateri. În acest sens, Mihail Kogălniceanu, în studiul „Jurnalismul românesc” publicat în 1855 în revista *România literară*, nota: „Presă este eful prelungit al graiului omenesc, este tribuna în care glasul mulțimii răsună până la marginile lumii civilizate; prin presă tot ce se face, tot ce se zice, tot ce se descoperă în vreo parte a lumii se răspândește pe toată întinderea globului și se face proprietatea omenirii întregi”.

Presă scrisă din Principatul Moldovei, deși nu a avut un caracter de masă, prin coordonatele editoriale și mesajul publicistic, direct sau indirect, a avut ră-

sunet în procesul de edificare a jurnalismului din Basarabia sec. al XIX-lea. O probă în acest sens poate fi considerată revista *Contemporanul* (1881-1891) ce a apărut la Iași din inițiativa unui grup de literați printre care și basarabeni refugiați în România: Constantin Dobrogeanu-Gherea, Victor Crășescu, Ion Nădejde, Constantin Mille ș. a. Revista, în paginile ei cele mai relevante, a demonstrat atât atașamentul față de tradițiile valoroase ale presei ieșene, cât și afinitățile remarcabile în abordarea problemelor sociale și culturale.

Spiritul, formatul, structura și ritmurile de edificare a presei basarabene în sec. al XIX-lea au fost, totodată, sub incidența realităților social-politice în care s-a pomenit ținutul după anexarea lui în anul 1812 la Imperiul Rus și, în particular, a politicilor țariste de pauperizare spirituală și deznaționalizare a periferiilor etnice. Condițiile respective au îngăduit accesul publicului local la presă, aceasta ajungând în Basarabia cu întârziere în raport atât cu alte regiuni ale Rusiei, cât și cu Principatul Moldovei. Presa ca entitate socială a început a fi instituționalizată în Basarabia abia în a doua jumătate a sec. al XIX-lea (cele două publicații atestate până atunci, una în 1812 iar alta în 1827, au purtat un caracter efemer). Inițial, ea a fost executată aproape în totalitate în limba rusă (a se vedea cercetările lui Boris Trubețkoi [298], Gheorghe Gorincioi [109], Maria Danilov [84], Silvia Grosu [123] etc.). Apariția presei în limba română s-a produs mult mai târziu – la începutul sec. al XX-lea. În context amintim că în anul 1842 a fost suspendată predarea în limba română în școlile primare și medii iar în 1866 – studierea limbii române ca disciplină școlară; în jumătatea a doua a sec. al XIX-lea, în limba băștinașilor se editau doar cărțile religioase și cele mai importante documente oficiale, revista-monitor a Eparhiei din Chișinău, unele publicații de scurtă durată la Bolgrad, Ismail etc.

Prima și cea mai longevivă publicație periodică din Basarabia apare pe 17 iulie 1854: *Бессарабские областные ведомости* (*Buletinul ținutului basarabean*). Din 1873, în legătură cu modificarea statutului administrativ al Basarabiei, ziarul și-a schimbat denumirea în *Бессарабские губернские ведомости* (*Buletinul gubernial basarabean*). Acest oficios al administrației țariste a apărut în limba rusă timp de 61 de ani, la început ca săptămânal, iar din anul 1902 – în calitate de cotidian. Publicația a fost destinată preponderent difuzării materialului oficial, compartimentul neoficial având o prestație nesemnificativă. În el au apărut, în special, din străduința publicistului și criticului literar Gheorghe Gore, câteva studii despre creația populară orală, doine ale lui V. Alecsandri etc.

Ziarul *Бессарабские областные ведомости*, timp de 13 ani de după lansare, a fost unica publicație în Basarabia. La 1 iulie 1867, la Chișinău, vede lumina tiparului cea de-a doua publicație: revista bilingvă *Кишинёвские епархиальные ведомости* (*Buletinul eparhial chișinăuian*). Editată până în anul 1917, publicația a purtat preponderent un caracter clerical, demonstrând suficientă reticență

față de evenimentele laice. O excepție remarcabilă a constituit prezentarea în numerele ei din anul 1868 a manualelor pedagogului-iluminist Ion P. Doncev „Cursul primitiv de limbă română” și „Abeceda română”.

Acreditarea ideii de presă periodică în ținut s-a produs lent din cauza restricțiilor stabilite de regimul țarist în domeniul accesului la presă. Primul ziar particular din Basarabia, *Бессарабский вестник (Mesagerul Basarabiei)*, a fost editat în limba rusă în anul 1889. Proprietarul și redactorul publicației Elizaveta Sokolova scria în articolul-program: „...Nouă ne revine misiunea de a fi pioneri ai creării gazetei în ținutul alipit circa o sută de ani în urmă la Imperiul Rus, ținut care până acum rămânea fără gazeta sa proprie”. Ziarul, anunțat drept cotidian social-politic și literar de orientare burghezo-democratică, potrivit observațiilor cercetătorilor, a încercat să reacționeze, preponderent, din perspectiva vorbitorilor de limbă rusă, la cele mai importante probleme cu care se confrunta Basarabia. Ziarul a încetat să apară în 1898.

În ultimul deceniu al sec. al XIX-lea și în următorii ani s-a atestat un reviriment al presei scrise din Basarabia. Potrivit unor calcule, anual în această perioadă au apărut în jur de 20 de titluri de tipărituri periodice, majoritatea dintre ele fiind editate în limba rusă. Între acestea se numărau publicațiile generaliste social-politice *Бессарабец (Basarabeanul)*, 1897-1906, *Бессарабская газета (Ziarul basarabean)*, 1903-1909, *Бессарабская жизнь (Viața basarabeană)*, 1904-1919, *Приднестровский край (Plai Nistrean)*, 1906, *Друг/Друг Бессарабии/Наш друг (Prieten/Prietenul Basarabiei/Prietenul nostru)*, 1911-1914; publicațiile specializate: în materie economică – *Бессарабское сельское хозяйство (Agricultura basarabeană)*, 1908-1917, *Бессарабский торгово-промышленный посредник (Intermediarul basarabean de comerț și industrie)*, 1911-1912, cele de publicitate – *Бессарабская рекламная газета (Ziarul basarabean de publicitate)*, 1912, de satiră și umor – *Бессарабский бич (Flagelul basarabean)*, 1913, etc. Tot atunci, într-o serie de localități au apărut primele ziare locale. Între anii 1900-1917, la Bender au fost editate 16 ziare, la Bălți – opt, la Orhei – patru, la Soroca – trei etc. Firește, publicațiile respective confereau peisajului presei basarabene o anumită diversitate, chiar dacă puține dintre ele au supraviețuit mai mult de unu-doi ani. [296; 123]

La 24 mai 1906 a fost inaugurat ziarul *Basarabia* – prima tipăritură periodică de limbă română din ținut. La editarea lui au participat redactorul Emanuil Gavriiliță, omul politic, scriitorul și publicistul Constantin Stere, pe atunci profesor universitar la Iași. Tipografia procurată cu suportul lui C. Stere avea în dotare doar caractere de litere chirilice, motiv din care doar titlul publicației era cules cu caractere latine. „Odată cu ieșirea gazetei moldovenești se va forma și cugețarea moldovenească, adică gândirea în limba noastră”, se menționa în articolul „Folosul gazetei moldovenești”.

Ziarul a devenit din start cronicarul și mesagerul evenimentelor revoluționare din 1905-1907 din Rusia. Semnificativă în acest sens a fost publicarea poeziei lui G. Coșbuc „Noi vrem pământ!”. În lista altor pledoarii ale ziarului se numărau obținerea libertăților politice și ale celor civile, inclusiv a libertății presei, orientarea spirituală a basarabenilor spre frații lor de peste Prut. Ziarul a publicat „Cântarea României” de A. Russo, „Doina” lui M. Eminescu, „Deșteaptă-te, române!” de A. Mureșanu, „Cuvânt introductiv la cursul de istorie națională” de M. Kogălniceanu, „Deșteptarea României” și „Pohod na Sybir” de V. Alecsandri etc., lucrări preluate din presa timpului editată în Principatul Moldovei, precum și din cea de după Unirea din 1859.

La *Basarabia* a debutat Alexie Mateevici cu articolul „Chestiunea preoțească”, tot aici publicându-i-se și povestirea „Toamna” iar ulterior – poeziile „Cântecul zorilor”, „Țara”, „Țăranii” ș. a. Printre autorii publicației s-au numărat Tudose Roman, Pantelimon (Pan) Halippa etc. La mai puțin de un an după lansare, pe 11 martie 1907, gazeta a fost interzisă. În 1931 a fost făcută o tentativă de a eterniza ziarul și inițiatorul lui Emanuil Gavriliță, instalându-se o placă comemorativă pe clădirea unde se afla redacția (str. Armenească, 30).

Continuatorul acestei publicații a fost săptămânalul *Viața Basarabiei*, primul număr al căruia a văzut lumina tiparului pe 22 aprilie 1907 (redactor Alecu Nour, colaboratorul *Basarabiei*). Această publicație a avut o soartă și mai scurtă – au apărut doar șapte numere, fiind suprimată pe motiv că opta pentru unirea Basarabiei cu România. *Viața Basarabiei* a aplicat atât caracterele de litere latine, cât și cele chirilice: „cu buchii românești pentru acei care știu a ceti românește” și „aceleași știri și vești prefăcute pe limba mai ușoară și care este tipărită cu buchii rusești pentru săteni”.

În același an și în perioada imediat următoare au fost editate și un șir de alte publicații în limba română: ziarul *Moldovanul* (1907-1908), revista *Luminătorul* (1908-1944), *Făclia Țării* (1912), *Glusul Basarabiei* (1913-1914), revista și ziarul *Cuvânt moldovenesc* (1913-1920) etc. Ultimele două ediții periodice, animate de editorul N. Alexandri, redactorii Pan Halippa, Simion Murafa, i-au avut colaboratori pe I. Pelivan, M. Ciachir, Gh. Stârcea, T. Inculeț.

Cel mai prolific an în destinele presei basarabene din primele două decenii ale secolului trecut, potrivit mai multor cercetări, s-a dovedit 1917. Numărul publicațiilor a depășit cifra de 70, inclusiv 13 în limba română. Ele aveau un spectru politic destul de variat: unele susțineau vechile rânduieli sociale, altele promovau platforma bolșevică, iar ziarele de limbă română în marea lor parte pledau pentru eliberarea națională. Este sugestiv faptul că tradiționala tipăritură *Бессарабские губернские ведомости*, în al 62-lea an de apariție, adică în februarie 1917, și-a schimbat denumirea în *Свободная Бессарабия* (*Basarabia liberă*). În anul de referință, consiliile de deputați ai muncitorilor și soldaților din



diferite centre administrative ale Basarabiei au început să editeze ziare în limba rusă, intitulate *Известия совета рабочих и солдатских депутатов* (*Veștile sovietului de deputați ai muncitorilor și soldaților*). La Chișinău, un ziar de acest fel a apărut din mai până în decembrie 1917. El este catalogat de unii cercetători drept prima publicație sovietică din spațiul basarabeian – promotoarea instaurării în ținut a puterii sovietice [109]. Concomitent s-au editat circa 10 publicații ale trupelor militare ruse aflate pe Frontul Român. [225]

În aprilie 1917, ziarul *Cuvânt moldovenesc* editat la Chișinău de pe 1 ianuarie 1914 în calitate de supliment la revista cu același titlu, devine organ de presă al Partidului Național Moldovenesc. Colaboratorii ei principali au fost Alexie Mateevici, Ion Pelivan, Vasile Harea, Gheorghe Năstase, Ion Buzdugan. Publicația, în pledoaria ei pentru emanciparea națională, a inserat rezoluții, apeluri, declarații adoptate în primăvara anului 1917 care exprimau dezideratele naționale ale basarabenilor, lupta pentru autonomia Basarabiei și crearea Sfatului Țării. Ștefan Ciobanu, istoric literar și profesor universitar, la acea vreme colaborator la publicația de referință, nota: „N-a fost chestiune, mai mult sau mai puțin importantă, ce privea viața românilor basarabeni care să nu fi fost atinsă de *Cuvânt moldovenesc*”.

La 24 noiembrie 1917 a fost începută editarea ziarului *Statul Țării*, oficios al Sfatului Țării, organ suprem legislativ reprezentativ al Basarabiei, constituit la 20 octombrie 1917. El a fost editat în limbile română cu caractere chirilice (din aprilie 1918 – cu caractere latine) și rusă. Ziarul a reflectat formarea Republicii Populare Moldovenești, ulterior a Republicii Democratice Moldovenești, Actul Unirii. Aici au fost publicate stenogramele ședințelor Sfatului Țării. Printre colaboratorii ziarului au fost Ștefan Ciobanu, Tudor Panfile, Nichifor Crainic, Mihail Sadoveanu, Pan Halippa ș. a. După dizolvarea *Sfatului Țării*, prin decret regal, apariția lui a fost suspendată din 2 ianuarie 1921.

Presa periodică din ținut a intrat într-o nouă etapă de dezvoltare după Unirea Basarabiei cu România (27 martie 1918). În primii 10 ani de după Unire, în ținut au apărut șase cotidiene, dintre care trei în limba rusă se editau la Chișinău: *Бессарабия* (*Basarabia*), 1919-1923, *Бессарабская почта* (*Poșta basarabeiană*), 1922-1924, *Бессарабская мысль* (*Gândul basarabeian*) ce ulterior și-a schimbat denumirea în *Бессарабская жизнь* (*Viața basarabeiană*), 1924, unul – la București (*Наша речь/Graiul nostru*) și două ziare cotidiene în limba română – *Cuvânt moldovenesc* (1919-1921) și *Dreptatea* (1920-1924). Această stare a presei cotidiene l-a îndemnat pe observatorul ei de epocă Constantin Mățu în anul 1930 să caracterizeze presa de limbă română din Basarabia ca o *necesitate desconsiderată*.

Între anii 1918-1940, insuficiența cotidienele de limbă română a fost compensată parțial de alte categorii de presă, în multe cazuri cu statut de pionie-



rat pentru Basarabia. Este vorba, întâi de toate, de presa formațiunilor politice: Partidul Național-Țărănesc a editat ziarul *Viața Basarabiei*, 1921-1924, Partidul Național-Liberal – ziarul *Dreptatea*, 1920-1924, Partidul Național Român – *Gazeta Basarabiei*, 1923. În alt context e de menționat faptul că presa de partid a fost valorificată, de asemenea, de unele formațiuni politice aflate pe atunci în afara legii. Astfel, organizațiile de bolșevici și cele ale tineretului comunist au desfășurat o activitate ilegală, editând ziarele *Бессарабский большевик* (*Bolșevicul basarabean*), *Бессарабский коммунист* (*Comunistul basarabean*), *Юный коммунар* (*Tânărul comunard*), *Молодой большевик* (*Tânărul bolșevic*), *Красное знамя* (*Steagul roșu*) etc., mai toate fiind de expresie rusă.

O altă categorie de presă, potrivit cercetătorilor [123, de exemplu] a fost cea specializată. Ea a vizat diferite categorii de cititori: femeile (*Mișcarea feministă*, 1933), elevii, liceenii și studenții (*Vulturul Basarabiei*, 1918; *Ghidul neamului*, 1923-1938; *Studentul*, 1928-1932; *Graiul nostru*, 1926-1932 etc.), breslele profesionale (*Furnica*, 1918; *Apicultorul*, 1920; *Cuvântul săteanului*, 1922; *Foaia plugarilor*, 1922; *Comerțul Basarabiei*, 1923; *Funcționarul*, 1926-1930; *Monitorul viticol*, 1932; *Justiția Basarabiei*, 1935; *Chișinăul medical*, 1939, numeroase buletine ale camerelor de comerț etc.). În această categorie de presă s-a distins cea pedagogică, deosebit de longevivă. Pedagogii din Soroca au editat între anii 1923-1940 ziarul *Solidaritatea* iar cei din Cetatea Albă – *Cultura poporului*, 1930-1934, 1939-1940. Un fenomen inovator l-a constituit, de asemenea, editarea ziarelor locale: la Orhei – *Frăția românească*, 1918-1923, *Speranța*, 1935-1940; la Bălți – *Unirea*, 1919-1920; la Soroca – *Basarabia de Sus*, 1921-1922; la Cahul – *Năzuința*, 1933-1937; la Hotin – *Deșteptarea*, 1932 etc.

În Basarabia interbelică a apărut un număr important de publicații periodice alolingve. Cel mai consistent segment a fost constituit din tipăriturile în limba rusă. Alături de cele deja amintite, în diferiți ani au apărut: *Голос Кишинёва* (*Glasul Chișinăului*), 1919, *Кишинёв-спорт* (*Chișinău-sport*), 1921, *Голос народа* (*Glasul poporului*), 1922, *Голос* (*Glasul*), 1924, *Кишинёвские новости* (*Notățile Chișinăuiene*), 1925, *Кишинёвский листок* (*Foaie Chișinăuiană*), 1929, *Голос Бессарабию* (*Glasul Basarabiei*), 1929 etc., în limba germană (*Deutsche Zeitung Bassarabiens* – *Gazeta germană a Basarabiei*, 1919-1928), în idiș (*Das Besaraber Leben* – *Viața Basarabiei*, 1918-1940), ediții bilingve: franco-române (*La vérité* – *Adevărul*), germano-române (*Der Morgen* – *Dimineața*) etc.

Parte integrantă a presei interbelice basarabene au fost revistele literare și publicațiile religioase. Prima categorie a fost reprezentată de *Viața Basarabiei* (1932-1940), *Cuget moldovenesc* (1932-1937), *Doina Basarabiei* (1929-1931), *Curierul literar* (1933), *Itinerar* (1938-1940) etc. Alături de cea mai longevivă revistă cu caracter religios *Luminătorul* (1908-1944) au apărut și alte tipărituri: *Misionarul* (1929-1944), *Raza* (1931-1938), *Credința noastră* (1936-1937) etc. [225]

În pofida dimensiunilor vulnerabile remarcate și restricțiilor comune pentru întreaga Românie din acea perioadă, peisajul publicațiilor periodice basarabene interbelice, diversitatea tematică și de gen, oferă argumente ce ilustrează tentativa de a valorifica principiile libertății presei. Periodicele basarabene interbelice au fost suprimate după 28 iunie 1940, odată cu încorporarea ținutului în componența URSS.

În timpul celui de-Al Doilea Război Mondial, în Basarabia reintrată în componența României a fost reluată editarea mai multor publicații periodice interbelice. Astfel, între anii 1941-1944 au apărut duplexul Chișinău-București *Basarabia* calificat drept *ziarul noii vieți românești*, duplexul Bălți-Iași *Cuget moldovenesc*, foaia lunară a Societății Culturale Naționale „George Enescu”, gazeta săptămânală a conștiinței românești din Basarabia *Raza*, revista *Viața Basarabiei*, editată la București între 1941-1944, ziarul *Basarabia* cu suplimentul *Basarabia literară* editat între 1942-1944 la Chișinău și București, revistele religioase *Luminătorul* și *Misionarul*. Totodată, a fost inaugurat un șir de tipărituri noi (*Glasul Nistrului*, gazeta moldovenilor dintre Nistru și Bug, 1941-1944, Tiraspol-Odesa etc.). În anul 1944, după reinstaurarea puterii sovietice, aceste publicații și-au încetat activitatea.

*Presa din RASSM și RSSM.* Prima publicație periodică națională ce a apărut în condițiile instaurării orânduirii social-politice sovietice a fost ziarul *Plugarul roș*, se arată în cercetările lui Valentin Clobuțchii [291]. Numărul lui de debut a fost editat pe 1 mai 1924 la Odesa de către secția moldovenească a comitetului gubernial Odesa al Partidului Comunist (bolșevic) din Ucraina. Ziarul a fost adresat moldovenilor din stânga Nistrului și avea în obiectiv crearea Republicii Autonome Sovietice Socialiste Moldovenești (RASSM). De pe 16 septembrie 1925 apare și versiunea ei ucraineană – *Червоний Орач*, ulterior *Соціалістична Молдавія (Moldova Socialistă)* (din 1933, redacțiile ziarelor au fost separate). Din decembrie 1924, ziarul s-a editat la Balta, mai târziu, din 1929 – la Tiraspol, iar mai apoi, în perioada războiului – la Moscova și Soroca. Din 1944, el apare la Chișinău. În anul 1930, *Plugarul roș* este redenumit în *Moldova Socialistă*. Sub această denumire ziarul va apărea până în august 1990.

*Plugarul roș/Moldova Socialistă* a format nucleul sistemului de presă de partid și sovietică din RASSM. Acesta a cuprins publicațiile specializate: ziarul *Comsomolistul Moldovei*, 1930, revista pentru copii *Scântea Leninistă*, 1930, revista *Moldova Literară*, 1929 (din 1931 – *Okteabriu în Moldova* iar din 1932 – *Octombrie*), *Pentru cărturărie delaolaltă*, 1931, *Gazeta Literară*, 1932, *Osoavi-ahim la pază*, 1932, ziarele raionale și cele de tiraj.

Prima gazetă locală a apărut pe 20 iunie 1930 la Camenca sub denumirea *Drumul Leninist*, după care ziare similare au fost create în toate centrele raionale: *Năvălirea Socialistă* – la Grigoriopol, *Colectivistul Pridnestrean* – la Slobozia, *Lupta Leninistă* – la Dubăsari etc. Ele constituiau organe de presă ale comitetelor raionale ale partidului comunist. Ziarele de tiraj au fost create în cadrul diferitor

unități economice. Astfel, către primăvara anului 1934 în RASSM apăreau 23 de ziare ale secțiilor politice ale stațiilor de mașini și tractoare. De menționat că o bună parte dintre publicațiile periodice au fost editate în limba ucraineană.

Presa națională din RASSM a început să fie editată, după cum se menționa într-o decizie a Partidului Comunist, „în limba moldovenească cu caractere de litere rusești” ca o condiție de anulare a influenței limbii române. În consecință, limbajul presei a fost unul degradant și artificial. Între anii 1931-1937, treptat, întreaga presă a aplicat grafia latină, fapt ce a condus la revitalizarea fondului ei lexical și la exprimarea coerentă. Din 1938, presa revine la grafia chirilică. În dife-riți ani, în RASSM au apărut circa 50 de gazete republicane, județene, orășenești și raionale cu un tiraj de 200 de mii de exemplare, trei reviste. [290]

Publicațiile periodice din RASSM, concepute în conformitate cu deciziile congresului al XII-lea al Partidului Comunist (bolșevic) din Rusia (1923) drept instrumente pentru promovarea în rândurile minorităților naționale a ideologiei comuniste, au funcționat în toți anii de existență în tiparele presei de partid și sovietice. Altfel spus, ele au fost create ca parte a societății politice dominate de partidul comunistilor și au fost subordonate în totalitate prescripției leniniste de a fi agitator colectiv, propagandist colectiv și organizator colectiv. În fapt, asta a însemnat instituirea cenzurii, anularea libertății presei și a libertății de expresie, înregimentarea publicațiilor periodice în promovarea cauzei comuniste.

În anul 1940, odată cu formarea Republicii Sovietice Socialiste Moldovenești (RSSM), acțiunea publicațiilor periodice centrale din fosta RASSM s-a extins asupra teritoriilor basarabene incluse în noua formațiune statală iar centrul editorial al presei se mută de la Tiraspol la Chișinău, capitala RSSM. Astfel, la 27 septembrie 1940, ziarul *Moldova Socialistă* este transformat în organul central de presă al CC al PC(b) al RSSM. Același statut îl capătă și varianta lui ucraineană, substituită curând prin cea rusă: *Советская Молдавия* (Moldova Sovietică). Tirajul lor brusc a fost sporit până la 200 de mii de exemplare. La 30 iunie 1940 a apărut ziarul *Бессарабская правда* (*Adevărul basarabean*). Ziarul destinat tineretului *Comsomolistul Moldovei*, dublat și în limba rusă, a devenit organul de presă al CC al Uniunii Tineretului Comunist din Moldova. A fost inițiată o tipăritură nouă: *Schimbul leninist* adresată adolescenților care de asemenea a fost bilingvă. A continuat editarea revistelor specializate *Scântea leninistă*, *Octombrie* etc. În același an, comitetele județene de partid împreună cu organele executive din noile structuri administrativ-teritoriale create în fostul ținut basarabean au fondat ziare locale (la Cahul – *Сталинская победа* (*Victoria stalinistă*), la Soroca – *Steagul roșu*, la Orhei – *Puterea Sovietelor* etc.). Pe 10 februarie 1941, la prima sesiune a Sovietului Suprem al RSSM, a fost adoptată legea cu privire la introducerea în teritoriile basarabene a scrisului în baza grafiei chirilice.

În anii de război 1941-1944, presa RSSM practic și-a suspendat activitatea. În această perioadă a continuat să apară doar ziarul *Moldova Socialistă*. Până în decembrie 1942, denumită *Pentru Moldova Sovietică*, ea a fost editată pe front și a avut dimensiunile unei gazete militare de tiraj. Începând cu data de 25 decembrie 1942, ea a revenit la titlul *Moldova Socialistă* și a fost editată la Moscova până în anul 1944. Colaboratori ai ziarului pe acea vreme au fost scriitorii Emilian Bucov, Ion Canna, Bogdan Istru, David Vetrov.

Istoria postbelică a presei din RSSM începe în anul 1944 la Soroca unde în lunile martie-august a fost reluată editarea principalelor ziare de până la război. Este vorba de *Moldova Socialistă*, *Советская Молдавия*, *Tânărul Leninist*. Ulterior, redacțiile ziarelor centrale au fost transferate la Chișinău. În centrele județene au fost relansate ziarele bilingve locale; secțiunile politice din cadrul stațiilor de mașini și tractoare au reluat editarea ziarelor de tiraj. Treptat a fost recuperată presa specializată antebelică. În anul 1945 a fost fondată o nouă publicație periodică *Țăranul Sovietic*, organ central al CC al Partidului Comunist al Moldovei. Către începutul anului 1951, în RSSM au fost înregistrate 180 de titluri de ziare cu un tiraj total per ediție de 500 de mii de exemplare, 12 reviste cu un tiraj anual de circa un milion de exemplare.

Expusă unei cenzuri drastice, presa din RSSM a fost încorsetată în mișcarea generală de făurire a socialismului. În anii postbelici, ea a reprezentat, în temei, un organism osificat astfel că din punct de vedere structural, presa RSSM a rămas aproape intactă în deceniile următoare. Noile apariții editoriale din anii '50-80 au constituit, din această perspectivă, mai curând excepții decât o manifestare constantă a inițiativei în câmpul mediatic. Astfel, în 1954 a apărut ziarul *Învățătorul Moldovei* succedat, în 1956, de bisăptămânalul *Cultura Moldovei* editat în comun de ministerele culturii și învățământului. În anul 1965, ediția și-a schimbat denumirea în *Cultura* iar în anul 1977 în locul acestei publicații au apărut două noi: *Literatura și Arta* și *Învățământul Public* (din anul 1985, ultimul ziar apare sub denumirea *Făclia*). În 1954 au fost lichidate ziarele stațiilor de mașini și tractoare. Curând, ele au fost substituie de ziarele de tiraj din colhozuri (în anul 1957, numărul lor a atins cifra de 100). În același an a fost lansată revista social-politică și literar-artistică *Femeia Moldovei*. Tot atunci a apărut și ziarul bilingv *Chișinău. Gazetă de seară*, organ de presă al comitetului orășenesc de partid și al consiliului orășenesc al deputaților. În 1966 a fost inaugurată revista *Moldova* care în timp a devenit, după cum se menționa într-un spot recent de promovare, „un brand de revistă națională, dar și o carte de vizită pentru străini”.

În această perioadă, mai multe publicații și-au modificat denumirile. Astfel, ziarul CC al PCM *Țăranul Sovietic* de la 1 august 1956 a devenit *Colhoznicul Moldovei* (în 1959 este suspendat ca fiind nerentabil și reluat în 1969 sub o altă denumire – *Viața Satului*). În 1957, revista literară *Octombrie* este rebotezată

în *Nistru* (în 1988 a fost intitulată *Basarabia*). Până în anul 1985, în RSSM s-au editat 13 ziare republicane, 81 – orășenești și raionale, 95 – de tiraj, peste 50 de reviste. Ele au format segmentul de presă scrisă în sistemul de informare și propagandă existent până atunci în RSSM.

Presa din RSSM a constituit domeniul de acces exclusiv al Partidului Comunist al Moldovei, al autorităților legislative și executive centrale și locale, al formațiunilor și organizațiilor afiliate unicei ideologii legale – celei comuniste. Asemenea practică rezulta din esența și spiritul statului-partid totalitar, iar ulterior – și al celui autoritar. În consecință, vectorul de dezvoltare a presei, statutul, mesajul și sursele de finanțare, fiind prerogative absolute ale organelor de partid, au fost rigide și doctrinare. Puritatea lor ideologică era vegheată de instituțiile abilitate să asigure cenzura mediilor de informare (așa numitul *Glavlit*).

După anul 1985, când în URSS din care a făcut parte RSSM a fost declanșată restructurarea vieții social-politice, economice și spirituale, s-a atestat o anume liberalizare și dinamizare în câmpul presei scrise. Este vorba, întâi de toate, de faptul că presa a înregistrat creșteri spectaculoase de tiraje. Asta din motivul că ea a suscitât interesul cititorilor prin abordarea mai multor teme, interzise anterior: represaliile politice, deportarea țăranilor, foametea din anii 1946-1947, istoria neamului, limba maternă, trecerea de la alfabetul chirilic la cel latin etc.

Pe 15 februarie 1989 a apărut primul număr al ziarului săptămânal *Glusul* (din anul 1991 – *Glusul națiunii*), premieră absolută a inițiativei în domeniul presei din istoria generală a RSSM. Tipăritura a fost de asemenea pionierul aplicării grafiei latine în presa scrisă postbelică, anticipând legiferarea ei ulterioară. Ziarul a fost patronat moral de scriitorul Ion Druță și a fost redactat de scriitorii Ion Vatamanu, Leonida Lari și jurnalistul Vasile Năstase. Primele două numere ale publicației au fost editate la Vilnius, Lituania, apoi – la Chișinău.

*Presa scrisă a Republicii Moldova.* Fenomenul presei scrise în noua etapă de evoluție a obținut dimensiuni cantitative și calitative deosebite de cele anterioare. Vectorul celor cantitative relevă explozia de la mijlocul anilor '90, dar și declinul major ulterior al presei tipărite și migrarea ei în spațiul online. Titlurile de referință de presă scrisă lansate în limba română în anii '90 au fost: *Săptămâna*, 1992; *Flux continuu*, 1995; *Молдавские ведомости*, 1995; *Jurnal de Chișinău*, 1999 etc., un loc aparte în renașterea națională revenindu-i săptămânalului *Literatura și Arta*, 1954 etc. În perioada de referință au apărut de asemenea un șir de publicații de limbă rusă, inclusiv una dintre cele mai longevive *Экономическое обозрение-Logos-press*, 1990. [139]. Cele mai populare publicații ce au apărut în anii 2000 au fost *Gazeta românească*, 2001; *Timpul de Dimineață*, 2003; *Ziarul de Gardă*, 2004 etc. În ultimul deceniu de istorie post-sovietică, numărul de ziare noi lansate a fost în descreștere vădită. În context, reținem doar *Gazeta de Chișinău* creată în 2020.

Dacă în anul 1995, potrivit datelor oferite de Biroul Național de Statistică (BNS), în Republica Moldova se editau 200 de titluri de ziare, inclusiv 77 – în limba română iar în anul 2005 – 210, inclusiv 106 – în română, atunci în anul 2015 – 153, respectiv 74 în română. În 2020, indicatorii de referință au constituit 113 și 60. Tirajele ziarelor în perioada menționată au fost de asemenea în continuă descreștere: de la 282 de milioane de exemplare în total, inclusiv 91 de milioane în limba română în anul 1995, la 44 și 19 milioane în 2005, la 34 și 15 milioane în 2015, la 19 și 7 milioane în 2020. (Anexa 14)

Piața revistelor autohtone din Republica Moldova a fost marcată și ea de evoluții/involuții oscilante. În 2010, potrivit datelor Biroului Național de Statistică, a fost înregistrat numărul cel mai mare de reviste locale (în total 245 de titluri, inclusiv 107 în limba română) atât față de perioada anterioară (în 1995 s-au editat, de exemplu, 87 de reviste, inclusiv 43 – în română), cât și de cea următoare (în 2019, acești indicatori au constituit respectiv 189 și 66). Într-o curbă similară au fost și tirajele revistelor: de la 0,7 milioane de exemplare în 1995 (în română – 0,3 milioane) la 7 milioane în 2005 (în română – 3,4 milioane) la 1,3 milioane în 2019 (în română – 0,6 milioane). (Anexa 15)

Începând cu anul 1999, în condițiile reformei teritorial-administrative, în Republica Moldova a apărut presa județeană care, în mai multe cazuri, a fost reprezentată de fostele ziare raionale. Istoria lor însă a fost de scurtă durată. În 2003, județele au fost suprimate, ele fiind substituite de tradiționalele raioane, adevărat, mai puține la număr – 32 în loc de cele 40 anterioare. E de notat că o serie de publicații au continuat să deservească populația fostelor județe (astfel au procedat *Observatorul de Nord* de la Soroca, *Cuvântul* de la Rezina, *Unghiul* de la Ungheni etc.). Potrivit datelor furnizate de cercetătoarea Mariana Toacă, către anul 2017, segmentul de presă locală autohtonă includea 54 de publicații, dintre care 28 de ziare private și 26 de ziare ale consiliilor raionale/municipale. [95;269]

În anii de independență a Republicii Moldova, presa locală din UTA Găgăuzia și din raioanele de est ale țării s-a dezvoltat pe un făgaș aparte.

În perioada sovietică, populația găgăuză dispunea doar de ziare raionale. Din anul 1994, odată cu obținerea statutului de unitate teritorială autonomă, în Găgăuzia a fost inițiată constituirea presei regionale și locale. Principala publicație din regiune a devenit, în anul 1996, ziarul *Бечму Газарзуу* (*Știrile Găgăuziei*) editat în limba rusă (cu un insert în limba găgăuză) de către Comitetul Executiv al Adunării Populare de la Comrat (în anul 2015 a fost declanșat procesul de deetizare și transformarea publicației în entitate publică – *Ekspres-Kanon* cu finanțare bugetară). În 2001, în regiune a fost lansată apariția a trei publicații în limba găgăuză: *Halk irlıi* (*Unitatea poporului*), *Gagauz Desi* (*Voci găgăuze*) și *Sabaa Yildık* (*Steaua de dimineață*). [188]



Pe parcursul anilor, potrivit observatorilor locali, în raioanele Comrat, Ceadâr-Lunga și Vulcănești din UTA Găgăuzia au fost fondate tipărițiile autorităților publice locale. Totodată, în UTA Găgăuzia au apărut și câteva ziare independente în limbile rusă și găgăuză: *Настоящее Знамя* (*Steagul adevărat*), *Ачык гÖз* (*Ochiul al treilea*), *Единая Гагаузия* (*Găgăuzia unită*). La Comrat apare revista *Sabaа Yuldızı* (*Steaua de dimineață*), menită să promoveze cultura găgăuză. La Chișinău s-a editat ziarul *Ana SÖzü* (1988) care ulterior s-a difuzat în UTA Găgăuzia. Majoritatea publicațiilor menționate au fost editate cu sprijinul agenției TICA din Turcia.

În UTA Găgăuzia, procesul de edificare a presei în noul format decurge mai lent atât din punct de vedere cantitativ, cât și din punct de vedere calitativ. Către anul 2017, aici erau editate șapte ziare private și patru – ale autorităților publice locale. Presa de aici se confruntă cu dificultăți cauzate în special de lipsa cadrelor de jurnaliști.

La începutul anilor '90, presa din raioanele de est ale Republicii Moldova [8] a cuprins o serie de ziare orășenești și raionale. Cele mai răspândite au fost ziarele *Днестровская правда* (*Adevărul Nistrean*) din Tiraspol și *Победа* (*Victoria*) din Bender, ambele fiind organe de presă ale comitetelor orășenești de partid. În toiu confruntării dintre Chișinău și Tiraspol privind soarta URSS și a RSSM, în august 1989, Consiliul Unificat al Colectivelor de Muncă (OSTK) a început să editeze ziarul *Бастующий Тирасполь* (*Tiraspol în grevă*), redenumit ulterior *Трудовой Тирасполь* (*Tiraspol muncitoresc*), care a promovat politica separatistă. Adepții Moldovei integre au răspuns prin lansarea la 17 martie 1991 a ziarului social-politic independent *Tighina*.

După instaurarea regimului anticonstituțional în regiunea transnistreană, apariția tuturor publicațiilor ce pledau pentru integritatea Republicii Moldova a fost sistată. Tot atunci, ziarul *Днестровская правда* a devenit publicația adresată întregii regiuni separatiste. Acest statut ea l-a avut între anii 1990-1994. Ulterior, autoritățile tiraspolene neconstituționale au fondat ziarele *Приднестровье* (*Transnistria*) și *Adevărul Nistrean* (1994). Un an mai târziu, Federația Sindicatelor a inițiat ziarul *Профсоюзные вести* (*Vești sindicale*) [8]. La doi ani după preluarea ziarului de către colectivul redacțional, în 2016, acesta și-a suspendat apariția.

Ziarul *Обновление* (*Renovare*) înregistrat în 2007 este portavocea partidului cu același nume. După alegerile din noiembrie 2015, formațiunea a obținut 23 din 43 de locuri în Sovietul Suprem și a devenit principala putere politică, în opoziție față de liderul local de atunci. În 2010, autoritățile de la Tiraspol au înființat întreprinderea de stat *Приднестровская газета* (*Ziarul Transnistrean*) care coordonează activitatea presei scrise oficiale: ziarele *Приднестровье*, *Gomin* (în limba ucraineană), *Adevărul Nistrean* (în limba „moldovenească”, cu grafie chirilică) și agenția de știri *Vesti PMR*. Acestea și alte publicații: *За Республику*

(*Pro Republica*), *Правда (Adevărul)*, *Новый днестровский курьер (Noul curier Nistrean)* etc. au conservat și au revitalizat tradițiile presei sovietice, devenind instrumente de dezinformare și manipulare a opiniei publice cu scopul de a menține regimul separatist de la Tiraspol.

Pe parcursul anilor, în regiune au fost făcute mai multe tentative de a edita tipăriturii ce ar asigura pluralismul de opinii și ar fi libere de imixtiunile autorităților separatiste. În acest sens, amintim publicațiile *Новая Газета (Ziarul nou, 1998)*, *Глас Народа (Glasul poporului, 2001)* etc. Autoritățile separatiste au făcut totul pentru a împiedica apariția lor regulată și nestingherită. Către anul 2017 în raioanele de est ale Republicii Moldova, potrivit unor date, apăreau 28 de publicații periodice locale, dintre care 19 – de stat, cinci – private, trei – de partid, una – bisericească.

Legea despre presă și alte mijloace de informare în masă, adoptată de autoritățile de la Tiraspol (1993), a restricționat drastic accesul persoanelor fizice la editarea ziarelor, a interzis exercitarea funcției de redactor de către cei fără studii jurnalistice etc. Regiunea a fost izolată de presa din dreapta Nistrului. Politica respectivă este promovată actualmente de serviciul de stat pentru mijloacele de informare (2017). Autoritățile de la Tiraspol nu au acceptat propunerile Chișinăului din anul 2008 de a crea un spațiu informațional comun.

Ziarele transnistrene, constata un observator al evoluțiilor din media de pe malul stâng al Nistrului, și-au pierdut în mod constant cititorii, după cum denotă reducerile de tiraj de la an la an. Există mai multe motive ale acestui proces, inclusiv creșterea prețului fiecărei ediții (din cauza majorării costului serviciilor monopoliste, cum ar fi poșta și tipografia) și reducerea numărului pensionarilor care în mod tradițional utilizează ziarele pentru informare. Cel mai important totuși este faptul că ziarele transnistrene își pierd relevanța, deoarece sunt obligate să urmeze cu strictețe cerințele fondatorilor lor (autoritățile locale). [287]

În anii de după proclamarea independenței Republicii Moldova, presa a constituit un conglomerat instabil de tipărituri de stat, de partid, comerciale și necomerciale. Astfel, registrul lor actual este relativ de dată recentă. Mai bine de 50 la sută dintre publicațiile periodice au apărut în ultimele două decenii. Caracterul flotant al dimensiunilor lor cantitative a fost determinat de multiple cauze, inclusiv de dificultățile de ordin financiar, incapacitatea presei scrise de a se racorda condițiilor economiei de piață și de a ține piept concurenței puternice din partea televiziunii și a internetului etc.

Piața presei scrise a fost marcată și de schimbările produse în structura fondatorilor/proprietarilor de ziare și reviste. Unii actanți sociali ca, de exemplu, instituțiile de stat sau formațiunile politice, având inițial o prezență masivă pe piața mediatică, peste un timp s-au retras din domeniul media definitiv sau parțial. Totodată, în deceniile de independență a Republicii Moldova, în dome-



niul mass-media s-a înrădăcinat inițiativa privată atât la scară națională, cât și la nivel local. De asemenea, în spațiul media și-au anunțat prezențele unele entități neguvernamentale și apolitice ca exponenți ai societății civile. Aceste tendințe s-au manifestat în ani diferiți cu o intensitate și impact particular, conferind, pe de o parte, diversitate, iar pe de alta, generând dinamism peisajului mediatic autohton (vezi detalii în partea a doua a prezentei lucrări).

Presa scrisă în anii de independență a Republicii Moldova a atins dimensiuni cantitative și calitative care diferă cardinal de cele din perioada sovietică: osificarea pe acest segment a fost înlocuită de diversitate și dinamism. Totodată, presa autohtonă, renunțând parțial la vechile tipare, aplică insuficient standardele presei libere. Presa scrisă cedează în fața presei electronice, iar în ultimul deceniu – în fața noilor media. Potrivit studiului sociologic efectuat de *Magenta Consulting* pentru *Internews* (2018) [53], ziarele și revistele din Republica Moldova ocupă ultimele poziții în topul celor mai solicitate mijloace de informare (5 și 8% și, respectiv, 1 și 3 la sută), fiind devansate preponderent de televiziune și *new media*. 35 la sută dintre populația țării, potrivit aceluiași sondaj, citesc ziare tipărite. La această sursă recurg cel mai des persoanele cu vârsta 46+ ani (circa 70 la sută), femeile (56%) și persoanele din mediul rural (57%). În ultimii cinci ani, potrivit unor date din 2020 cuprinse în catalogul *Moldpresa în Republica Moldova*, din cauza situației în care s-a pomenit sectorul distribuției edițiilor periodice și-au sistat activitatea redacțiile a peste 50 de ziare și reviste. Conform sursei citate, alte peste 50 de redacții cu care *Moldpresa Grup* are în prezent încheiate contracte de distribuție a presei periodice erau pe cale de a-și micșora tirajele.

E de remarcat și faptul că ziarele în cele mai frecvente cazuri rămân puțin competitive în raport cu publicațiile străine ce sunt prezente pe piața mediatică locală. În top cinci ziare citite cu regularitate, a arătat cercetarea *Magenta Consulting*, se numără o publicație locală de publicitate – *Makler*, cu 14% de beneficiari, două ziare de origine străină – *Комсомольская Правда* (12%) și *Аргументы и Факты* (8%). Ultimele locuri în clasamentul celor mai lecturate ziare tipărite au revenit tipăriturilor *Jurnal de Chișinău* (6%) și *Ziarul de Gardă* (5%).

Doar unul din 10 moldoveni citesc cu regularitate revistele autohtone. La aceste tipărituri apelează cel mai des, ca și în cazul ziarelor, persoanele cu vârsta 46+ ani (circa 56 la sută), femeile (62%) și persoanele din mediul rural (57%). Revistele din top sunt citite cu regularitate între 3 și 1% dintre cei chestionați (*VIP Magazin, Aquarelle, Agricultura, Monitorul Oficial, Florile Dalbe* și *Business class*), a arătat studiul sociologic citat al *Magenta Consulting*.

În aceste condiții, presa scrisă autohtonă renunță treptat la versiunile lor printate tradiționale. Ea migrează tot mai intens în spațiul virtual, conferindu-i textului mediatic dimensiunea de hipertext cu toate derivatele acestuia proprii *new media*.

## Capitolul II. PRESA ELECTRONICĂ

Audiovizualul ca mijloc de informare a apărut și s-a încetățenit în spațiul mediatic autohton în secolul trecut. În perioada sovietică, el a fost înregimentat în arsenalul propagandistic al statului-partid. Până în anul 1991, în Moldova era un singur actant în domeniul audiovizualului (instituția de stat *Teleradio-Moldova*). Situația s-a schimbat începând cu anii `90, când acest sector media s-a dezvoltat în afluxuri și refluxuri. Astfel, în 1997 au fost atestați 35 de operatori în câmpul audiovizualului, în 2007 – 267, în 2018 – 183 iar la 1 ianuarie 2019 – 174.

*Radiodifuziunea.* În spațiul istoric al Republicii Moldova, emisia radiofonică a fost inițiată acum nouă decenii, adică în coordonate temporare aproape similare cu cele ale constituirii radiodifuziunii ca mijloc de informare în masă în lume (în SUA – în anul 1920, în țările din Europa Occidentală – între anii 1922 și 1926). În februarie 1928, la Balta – capitala de atunci a RASS Moldovenești – a fost construit primul nod de telecomunicații care retransmitea emisiuni radio în limbile ucraineană și rusă printr-o rețea de cablu.

La 30 octombrie 1930, dintr-un studio improvizat la Tiraspol, noua capitală a RASSM, a fost lansată prima emisiune în limba română inserată în țesutul programului radiodifuziunii sovietice de la Moscova. Atunci, ea a fost difuzată, în premieră, prin eter. Iată de ce, 30 octombrie a devenit ulterior Ziua Radioului Național. Recepționarea emisiunilor radiofonice pe întregul teritoriu al RASSM, dar și al Basarabiei, a devenit posibilă în anul 1936, când la Tiraspol a fost construită Stația „M. Gorki”. [291;295]

La Chișinău, emisia radiofonică a fost începută la 8 octombrie 1939. *Radio Basarabia* a fost primul studio regional al Societății Române de Radiodifuziune. Postul avea un program propriu difuzat, la început, între orele 14:00-14:45 și 21:00-22:15, iar puțin mai târziu – între orele 14:00-15:15 și 21:00-23:00. El dispunea de trei studiouri (unul mare – pentru orchestră, muzică militară și coruri, altul – pentru soliștii instrumentiști și cei vocali și unul mic – pentru crainici). Emițătorul *Radio Basarabia* de atunci avea o putere de 20 kW și era dotat cu echipament de fabricație engleză. Acest serviciu de radio informa populația și contracara influența ideologică antiromânească a URSS. Postul a existat 300 de zile. [291;295]

Radiodifuziunea din RASS Moldovenească a purtat din start un caracter de stat. Inițial, ea a fost încorporată în Comisariatul poporului pentru poștă și telegraf ca mai târziu, din 1931, să fie instituționalizată în Comitetul pentru radiodifuziune al aceluiași comisariat. În 1933, comitetul respectiv a devenit autonom, modificându-și denumirea în Comitetul pentru radioficare și radiodifuziune al Consiliului comisarilor poporului, mai întâi din RASSM iar din 1940 – din RSS

Moldovenească. În perioada postbelică, radiodifuziunea moldovenească din nou și-a schimbat în câteva rânduri titulatura, nu și statutul. Astfel, în 1949, ea a fost reorganizată în Comitetul pentru informare radio de pe lângă Consiliul de Miniștri al RSSM, iar în 1953 a intrat în componența Ministerului culturii ca direcție principală. Din 1957 și până în 1990, a fost parte a Comitetului de stat pentru radiodifuziune și televiziune al Consiliului de Miniștri al RSSM. [295;204]

Timp îndelungat, *Radio Moldova* a emis în diapazon de unde lungi, medii și scurte. În perioada sovietică a fost larg utilizată radiodifuziunea prin fir care, către anul 1958, a cuprins practic toate localitățile din RSSM. În ultimele două decenii de existență a URSS, radioul a aplicat diapazonul de unde ultracurte (UKV, standard estic sau FM-1). În 1985 a fost dată în folosință Casa Radio care urma să asigure emisia a 12 programe cu un volum zilnic de 164 de ore.

Condițiile tehnice de emisie și recepție a programelor radiofonice în etapa sovietică au asigurat accesul masiv la programele radiofonice interne axate pe informarea doctrinară a populației și l-au limitat pe cel la programele din exterior. Dacă în anul 1955 în republică erau circa 190 de mii de radioreceptoare prin fir și circa 43 de mii de aparate de radio prin eter iar în 1965 – 410 mii de radioreceptoare prin fir și 376 de mii de aparate de radio, atunci în 1975 – 840 și, respectiv, 742 de mii. Către începutul anilor `90, indicatorii de referință au depășit cota de un milion. În perioada de referință au crescut volumele de emisie a radiodifuziunii moldovenești: de la 17,5 ore pe zi în anii `60, inclusiv 12 ore de programe locale, până la 56 ore către începutul anilor `90, inclusiv peste 36 de ore de programe locale.

În perioada sovietică, radiodifuziunea moldovenească a dispus de o serie de colective artistice create, în bună parte, în anii `60. Între acestea s-au numărat orchestra simfonică și de estradă (1964), precursorul Orchestrei Simfonice Naționale a Companiei *Teleradio-Moldova* (1989), corul mixt în patru voci (1967) care mai târziu a evoluat în capela corală *Moldova*, ansamblul de muzică populară *Folclor* (1968) (acesta în 2006 a fost trecut sub egida Filarmonicii Naționale). Creațiile lor au constituit osatura fondului actual de fonograme, popularizat timp îndelungat de programul II al radioului moldovenesc – *Luceafărul* (1967 – începutul anului 2001).

Anii `90 au marcat o nouă etapă în dezvoltarea radiodifuziunii autohtone. Atunci, datorită faptului că pe piața internă a Moldovei au căpătat o largă circulație radioreceptoarele de fabricație occidentală, a început exploatarea diapazonului de unde FM (standard vestic sau FM-2). Primul emițător de acest gen a fost dat în exploatare la 30 octombrie 1995 în zona Strășeni, iar ulterior altele două – la Rezina și Cimișlia. Potrivit Registrului furnizorilor de servicii media de radiodifuziune sonoră (2021), *Radio Moldova* emite, prin rețelele statale nr. 1 de radiodifuziune, banda de unde medii și benzile FM și AM dar și online pe întreg

cuprinsul țării) [235]. Din anul 1992, Radio Moldova nu mai folosește emițătorul de bază cu o putere de 1000 kW (unde medii) situat în orașelul Maiak din stânga Nistrului, deoarece este controlat de autoritățile autoproclamatei republici.

Actualmente, *Radio Moldova* este un serviciu de radio generalist cu acoperire națională. Din 2010, menținându-și caracterul generalist, este lansat sub denumirea *Radio Moldova Actualități*. În felul acesta, serviciul de radio național a optat pentru un mesaj informativ ascendent. Totodată, grila Radio Moldova conține peste 80 de emisiuni. Volumul de emisie anuală a acestui serviciu de radio în anul 2020 a constituit 8740 de ore, inclusiv peste 1697 de ore de știri și programe informative. Potrivit datelor cuprinse în raportul anual al TRM, *Radio Moldova Actualități* ocupă a doua poziție în topul celor mai ascultate posturi de radio din Republica Moldova și locul al patrulea pe segmentul ascultători din mediul urban. Conform unui studiu de audiență realizat de *Magenta Consulting* și finanțat de USAID citat în raportul menționat, știrile Radio Moldova sunt cele mai ascultate din țară pe segmentul radio. Respondenții au avut și cea mai mare încredere pentru știrile politice și evenimentele din țară reflectate de postul național. [134]

Pe 30 octombrie 2008 a fost inaugurat în format online canalul *Radio Moldova Muzical*, iar în 2012 a fost lansat postul specializat *Radio Moldova Tineret* în banda FM și online. Între 2017-2019, aceste posturi de radio au difuzat programe cu durată anuală de 8760 de ore fiecare. În 2020, *Radio Moldova Muzical* și *Radio Moldova Tineret* au emis programe în volum de 8784 de ore fiecare. (Anexa 17)

La 24 iulie 1992 și-a început activitatea serviciul de radio cu destinație externă sub denumirea *Radio Moldova Internațional* (RMI). Inițial, emisiunile lui erau transmise de Centrul Tehnic *Maiak* din Grigoriopol care în scurt timp a fost acaparat de secesioniștii de la Tiraspol. Ulterior, RMI a fost transmis de către Centrul Tehnic din Galbeni-Bacău, România, iar ulterior – în format online. În anul 1993, RMI a difuzat programe cu o durată săptămânală de 20 de ore în limbile română, engleză, spaniolă și franceză [177]. În următorii doi ani, volumul de emisie a crescut până la 30 de ore/săptămână, a fost începută emisia și în limba rusă. Spre deosebire de programele serviciilor mondiale de radio, cele ale RMI au fost axate pe difuzarea informației despre realitățile interne, evenimentele internaționale fiind oglindite în măsura în care Moldova este implicată sau interesată de ele. RMI a fost inclus în circuitul internațional de date despre radiodifuzorii externi. În linii mari, aceste coordonate au fost păstrate până în 2013, când emisia RMI a fost suspendată. De atunci, funcțiile lui au fost preluate de site-ul instituțional <http://trm.md>.

La începutul anilor '90, odată cu liberalizarea accesului la mediile de informare s-a atestat crearea și diversificarea pieței radiofonice autohtone, în

special prin punerea în valoare a inițiativelor private. Astfel, în 1993 a apărut *Unda Liberă* – primul post nestatal de radio din Republica Moldova. Până în anul 1995, când a fost adoptată Legea audiovizualului, au fost create, cu precădere la Chișinău, și alte servicii de radio comerciale și necomerciale (*Radio Nova, Radio Polidisc, Micul samaritean* etc.).

În 1998, pe piața mediatică din Republica Moldova a apărut radiodifuziunea publică municipală. Inițiatorul ei a fost Primăria municipiului Chișinău care, pe 1 octombrie a acelui an, a lansat postul de radio *Antena C*. Ca post municipal de radio, el a existat până în anul 2007, când, potrivit ziarului *Timpul* din 5 octombrie 2009, „în urma unui scenariu al coaliției roș-oranj (culorile instituționale ale PCRM și Partidului Popular Creștin Democrat, aliați la acea vreme – c.m.) din Consiliul municipal Chișinău, acesta a fost privatizat de către comuniști. Atunci a început declinul *Antenei C* care s-a transformat dintr-un radio în serviciul comunității în unul care este la cheremul Partidului Comuniștilor”. În scurt timp, postul și-a încetat activitatea.

Sectorul radiofonic din raioanele de est ale Republicii Moldova este aservit politicilor de desprindere a acestei regiuni de restul țării. În consecință, accesul la frecvențele radio a fost limitat. *Радио Приднестровья (Radioul Transnistriei)* fondat în 1991, timp îndelungat a fost unicul operator radio în regiune. În 2012, *Радио Приднестровья* a devenit parte a Companiei de stat pentru radioteleviziune din Transnistria iar doi ani mai târziu a fost redenumit în *Radio 1*. Peste un an, difuzarea *Радио Приднестровья* a fost reluată, redenumită din 2017 în *Радио 1 Плюс*.

Radiodifuziunea transnistreană poartă aproape în exclusivitate un caracter de stat. Abia în ultimii ani au apărut unele posturi radiofonice de alternativă (*Новая Волна* la Bender, *RTC* – la Râbnîța, *Retro-FM* și *Inter-FM* la Tiraspol etc.). Emisiunile radiofonice sunt realizate preponderent în limba rusă. În anul 2017, conform unui raport al Consiliului Coordonator al Audiovizualului, în regiunea transnistreană funcționau 34 de emițătoare de radiodifuziune sonoră terestră în banda de frecvențe 87,5-108 MHz și patru emițătoare de radiodifuziune sonoră terestră în banda undelor medii.

În anii `90 și-a început emisia și postul de radio *Gagauz Radiosu (Radio Găgăuziei)*. În anul 2007, acest serviciu de radio a devenit parte a Companiei Publice *Gagauzia Radio Televizionu*. Programele lui sunt difuzate în limbile găgăuză (50%), rusă (30%) și română (20%). *Gagauz Radiosu* emite în diapazonul frecvențelor FM-2 de la Comrat, Vulcănești și Ceadâr-Lunga. Postul de radio *Eni Ai* (2004) este rezultatul unei prime inițiative private în domeniul audiovizualului din această regiune a țării.

În ansamblu, serviciile de radio din Republica Moldova în anii de independență au fost în ascensiune continuă. Dacă la mijlocul anului 1998 aici

activau 14 posturi de radio, dintre care 12 la Chișinău, iar în anul 2003 – 36 posturi de radio, dintre care 21 – la Chișinău, patru – la Bălți, două – în UTA Găgăuzia, nouă – în alte orașe, centre raionale și localități rurale, atunci în 2010, potrivit datelor CCA, funcționau 47 de servicii în domeniul radiodifuziunii prin eter, patru – în domeniul radiodifuziunii prin satelit și unul – în domeniul radiodifuziunii prin fir, iar în 2019 – 55 de operatori radio care ofereau programe difuzate în exclusivitate prin frecvențe terestre, inclusiv două naționale, 13 – regionale și 40 locale.

Potrivit estimărilor *Magenta Consulting* (2018) [134], primele locuri în preferințele consumatorilor la nivel de țară le-au ocupat *Radio Noroc*, *Radio Moldova* și *Radio Plai*. La Chișinău, cel mai popular a fost *Jurnal FM* (17% dintre respondenți au menționat acest post) urmat de *Kiss FM* și *Hit FM*. *Radio Moldova*, *Radio Plai* și *Radio Noroc* au beneficiat de locurile patru, cinci și, respectiv, șase în preferințele Chișinăuienilor.

*Radio Noroc* (2005), potrivit site-ului instituțional, este un post de radio de expresie românească, realizat de o echipă „îndrăgostită de muzica neamului și valorile lui”. Acest crez a fost exprimat și în imnul postului („Cântă inima Moldovei la *Radio Noroc*. Bate inima Moldovei la *Radio Noroc*”). *Radio Noroc* emite pe 20 de frecvențe FM și are o acoperire națională.

*Radio Plai*, fondat în 2006, este specializat în muzică ușoară și populară. Actualmente, audiența acestui post de radio constituie peste 70 la sută din populația Republicii Moldova.

*Jurnal FM* și-a inaugurat emisia în 2009 pe internet. La 25 decembrie 2010, *Jurnal FM* a fuzionat cu postul de radio de la Edineț *Radio Sănătatea* (1999), intrând în diapazonul FM. *Jurnal FM* transmite știri, emisiuni, talk-show-uri. El este realizat în formatul muzical *CHR* (*Contemporary Hit Radio*).

Pe parcursul anilor, în spațiul mediatic al Republicii Moldova au fost lansate mai multe stații locale ale posturilor de radio de la București și Moscova, cele mai populare fiind *Kiss FM* și *Hit FM*.

*Kiss FM Chișinău* a fost lansat în 2003 ca o extensie locală a *Kiss FM* din România. Acest post de radio, potrivit site-ului instituțional, a fost succesorul *Radio Contact Chișinău* lansat pe piața locală în 1998. *Kiss FM Chișinău* transmite online și pe 100,9 FM programele de la București, cu ferestre de programe locale.

*Hit FM Chișinău* a constituit antena locală a postului omonim de radio de la Moscova. El a început emisia în anul 1999, fiind specializat în muzică de consum modernă, hituri occidentale, rusești și autohtone. Aria de acoperire e de peste 60 la sută din teritoriul țării.

În anul 2011, Societatea Română de Radiodifuziune a fondat *Radio Chișinău* ca o relansare a *Radio Basarabia* (1939-1940). Inițial, el s-a numit *Radio Arena FM* (iulie 2011) iar din decembrie a aceluiași an poartă actuala titulatură. Pos-



tul emite pe 70% din suprafața Republicii Moldova și poate fi ascultat pe unde scurte FM în Chișinău, Ungheni, Tighina, Cahul, Edineț, Briceni și Drochia. Este un post de radio generalist.

La 1 ianuarie 2021, potrivit raportului pentru anul 2020 al Consiliului Audiovizualului, în Republica Moldova activau 62 de furnizori de servicii media de radiodifuziune sonoră, inclusiv 31 de posturi generaliste, 24 distractiv-muzicale, trei – religioase, patru – informativ-analitice, pentru tineret și protecția mediului ambiant. Ele emit programe preponderent în limba română. Totodată, în Republica Moldova există servicii radio în limbile minorităților naționale (*Albena* – în bulgară; *GRT, Bugeac FM* și *Bizim Dalgamîz FM* – în găgăuză; *Romano Patrîn FM* – în romă). Un segment important de emisiuni săptămânale în șase limbi ale minorităților naționale este realizat de *Radio Moldova* (rusă, ucraineană, bulgară, găgăuză, romă, ivrit).

În ultimul deceniu, radiodifuziunea din Republica Moldova, fiind afectată profund de refluxul masiv al audienței, se află în competiție strânsă cu alte medii electronice de informare. Astfel, dacă în anul 2001, potrivit *Barometrului Opiniei Publice*, radioul a fost ascultat zilnic de 57,2 la sută și de câteva ori pe săptămână de 17,3% dintre respondenți, iar în 2010 – respectiv de 45,9 și 21,1 la sută, atunci în 2018 indicatorii de referință s-au redus, respectiv, până la 22,5 și 18,3% [14-16]. Din acest considerent, posturile de radio încearcă, pe de o parte, să-și mențină prezențele în spațiul undelor electromagnetice iar pe de alta, migrează energetic pe internet ca „spațiul virtual spiritual”.

*Televiziunea.* Emisia televizuală națională a fost inaugurată în 1958, la puțin timp după lansarea în lume a acestui mijloc de informare în masă (SUA, Marea Britanie – 1950, țările Europei de Vest – 1951-1960). Prima emisiune la Televiziunea Moldovei a fost transmisă pe 30 aprilie la 19:00, fiind moderată de actrițele Constanța Târțău și Ariadna Kazanskaia. La acea oră, populația dispunea de două mii de televizoare. În următoarele decenii, concomitent cu renovarea bazei tehnico-materiale, televiziunea din RSSM și-a extins zona de recepție a emisiunilor. Dacă în anul 1965 populația republicii dispunea de circa 160 mii de televizoare, atunci către 1 ianuarie 1991 – de cca 1,13 milioane iar emisiunile de televiziune puteau fi recepționate pe 98,9% din teritoriul Republicii Moldova.

Inițial, serviciul autohton de televiziune difuza emisiuni de două ori pe săptămână (vineri și duminică), de la 1 august 1958 – trei zile în săptămână (miercuri, vineri și duminică) iar de la 1 octombrie – patru zile în săptămână. Pe 24 decembrie 1958 a fost realizată prima transmisiune de televiziune cu carul mobil. Emisia zilnică a demarat în anul 1963. Prima emisiune color a fost transmisă în 1974. An de an, volumele de emisie au fost în creștere, deși partea lor covârșitoare a constituit-o retransmisiunile televiziunii sovietice de la Moscova. Dacă în 1965 TVM emitea zilnic pe două canale 14,3 ore de progra-

me, inclusiv 5,4 ore de producție locală, atunci în anii 80 – respectiv, 50 și opt ore. [294]

Actualmente, serviciul național de televiziune poartă titulatura oficială de *TV Moldova 1*. În ani diferiți, în cadrul lui au fost create o serie de subdiviziuni, inclusiv *Teatrul TV Dialog* (1967) reanimat în 1992 pentru o anumită perioadă; *Teatrul de Păpuși Prichindel* (1968-2003). În 1967 a fost fondat Studioul *Telefilm-Chișinău* care de-a lungul anilor a realizat peste 300 de filme documentare. Unele, potrivit site-ului instituțional, au rezistat rigorilor timpului, altele au rămas în arhivele cinematografilei naționale drept mostre de propagandă a unui regim totalitarist. După anul 1989, din motive financiare, entitatea respectivă a fost dizolvată. Studioul *Telefilm-Chișinău*, relansat în 2017, în primul an de activitate (2018) a realizat 6 filme documentare din serialul „Europa mea” despre cetățenii Republicii Moldova stabiliți cu traiul în Slovenia, Croația, Slovacia, Letonia, Estonia și Cehia. În 2020, studioul a realizat 10 episoade din serialul *People to People (Oameni pentru oameni)* cu un volum total de emisie 6 ore 23 min.

Din start, *TV Moldova 1* a fost difuzată în format analogic. În 2016, după eliberarea licenței respective, serviciul public de televiziune a fost plasat în formatul DVBT-2 în primul multiplex național. În anul 2020, *TV Moldova 1* a difuzat programe cu un volum total de 8705 de ore, dintre care 1402,2 ore – știri. *TV Moldova 1* a produs emisiuni informative, educative, de divertisment producție proprie în volum de 5513 ore. 92,8% dintre programele emise au fost în limba română. Este unicul post care produce și difuzează emisiuni pentru etniile conlocuitoare pe teritoriul republicii. Datele de audiență, potrivit raportului anual, arată că în 2020 cota de piață a *TV Moldova 1* a fost de 4,30% pentru categoria 18+ și 5,45% pentru categoria rural (față de anul 2017 cu 5,59%).

La 1 ianuarie 2007 a fost lansat *TV Moldova Internațional*, având drept scop declarat „reintegrarea cetățenilor moldoveni în spațiul informațional al Moldovei și promovarea imaginii țării peste hotare”. Postul putea fi recepționat prin satelit în Europa, vestul Rusiei, nordul Africii, precum și în câteva state din Orientul Apropiat. Acest serviciu de programe, în temei, prelua principalele emisiuni de la *TV Moldova 1*, completând grila de emisie cu programe proprii. Zilnic, *TV Moldova Internațional* difuza câte opt buletine de știri, precum și principalul jurnal de știri de la *TV Moldova 1* „Mesager”. Emisia anuală medie a atins cifra de 8700 de ore. Din 2013, *TV Moldova Internațional* din motive financiare și-a întrerupt emisia prin satelit. Funcțiile ei au fost preluate de site-ul instituțional <http://trm.md> executat în limbile română, engleză și rusă. (Anexa 17)

Pe 3 mai 2016, TRM a lansat canalul de televiziune *Moldova 2*, axat preponderent pe valorificarea 24 din 24 a patrimoniului din arhivele IPNA Compania *Teleradio-Moldova*, precum și pe extinderea conținuturilor cu tematică artistică



și sportivă. Prima emisiune a fost de la Cupa la Tenis de Masă printre jurnaliști „Press Open Moldova 1”, în contextul aniversării a 58 de ani de la fondarea Televiziunii Naționale. Postul difuzează reluări de la *TV Moldova 1* și transmisiuni directe de la evenimente sportive, precum Jocurile Olimpice sau campionatele mondiale și europene de fotbal, volei, box, dans sportiv etc. *TV Moldova 2* este disponibil la nivel național. Anual, *Moldova 2* difuzează programe cu un volum de peste 8400 de ore (în 2017 – 8668 de ore, în 2018 – 8440 iar în 2019 – 8665 de ore, în 2020 – 8665). (Anexa 17)

*TRM* este finanțată din resursele bugetului de stat și veniturile proprii acumulate din publicitate (până în 2019), prestări servicii etc. Dinamica finanțării din ultimii cinci ani este reflectată în Anexa 16.

În anii '90, în Republica Moldova apare și se dezvoltă televiziunea nestatală. La început au fost câteva studiouri de cartier care transmiteau prin cablu producția proprie sau preluată de la alte centre de televiziune: *SorTV* la Soroca (1988), *Electron* la Tiraspol (1988), *TVC* la Camenca (1989), *Satelit TV* la Chișinău (1989) ș. a.

În 1994, la Chișinău a fost creată întreprinderea moldo-americană *Eurocable*, primul sistem de televiziune multicanal prin cablu care prelua emisiuni de la opt centre străine de televiziune. În 1996, ea a devenit proprietatea altei întreprinderi moldo-americane *SUN TV* [258]. Curând, televiziunea prin cablu se răspândește și în alte zone ale țării (orașe, centre raionale și chiar comunități rurale). Dacă în anul 1998 au fost înregistrate primele 28 de instalații TV prin cablu iar în 2008 – 166, atunci în 2018 – 63. Reducerea considerabilă, potrivit estimărilor Consiliului Audiovizualului, a fost cauzată de asocierea distribuitorilor de programe de televiziune prin cablu.

În aceeași perioadă apare și se dezvoltă televiziunea nestatală prin eter. Primul post particular de acest gen a fost *STV* din Slobozia (1990). Către anul 1997, deja 23 de studiouri au obținut de la Consiliul Coordonator al Audiovizualului de atunci licența de emisie prin eter, 30% dintre ele fiind amplasate la Chișinău, restul – în alte localități ale Moldovei (Râșcani, Drochia, Briceni, Cimișlia, Florești, Edineț, Bălți, Căușeni, Rezina, Cahul, Nisporeni etc.). Deși televiziunea prin eter a cunoscut o dezvoltare mai lentă decât cea prin cablu, totuși a avut și ea o evoluție vizibilă.

La mijlocul anilor '90, pe piața televiziunii prin eter s-a remarcat studioul *Catalan TV*, inaugurat la 31 august 1995 la Chișinău. Emisiunile lui puteau fi receptate de 35% din populația capitalei și de 90% din locuitorii din centrul Moldovei. *Catalan TV*, spre deosebire de celelalte posturi de televiziune din acea perioadă care preferau retransmiterea programelor străine, s-a axat pe producția originală. Relevante în acest sens au fost emisiunile „Televiz”, „Metronom”, „CTV info-noutăți” ș. a.

Sfârșitul anilor '90 a fost marcat de apariția la Chișinău a altor posturi de televiziune prin eter. Între acestea s-a numărat, de exemplu, postul de televiziune *DTV* ce a obținut licența de emisie în 2001. Acest post axat în totalitate pe produsul propriu informativ și documentar a promovat abordarea imparțială a realității.

În ultimele două-trei decenii, pe piața mediatică locală a fost lansat un număr important de servicii de televiziune, inserate în spațiul editorial al diferitor posturi din Rusia. Astfel, în 1997 a fost inaugurat *NIT TV* (Noile Idei Televizate). El s-a clădit în matricea serviciului de televiziune *TVCi* din Rusia, având totodată propriile inserturi (programul informativ *Curier*, emisiunile tematice *Maxima*, *Mai ai ceva de spus*, *Vocea Poporului* ș. a. ). Din acest tip de televiziune au făcut parte *N4* (2002), redenumit ulterior în *Național 4* (2013); *RTR Moldova* creat în 2004 în baza canalului rusesc *PTP-Планета* (sub această titlatură există din 2013); *TV7* (2006), încorporat în grila de emisie a postului rusesc *NTV*, reorganizat mai apoi în *TV8* (2017); *Prime* (2007), succesorul serviciului de televiziune ce retransmitea din 1999 în rețeaua a treia națională a Republicii Moldova programele canalului rusesc *OPT-Первый канал*; *Ren Moldova* (2013) ce retransmite canalul rusesc *RENTV* etc. Actualul serviciu de televiziune *Canal 3* (2012) până în 2010 s-a numit *VDT* și difuza emisiunile postului rusesc de televiziune *TV3* iar până în august 2012 a constituit o antenă locală a postului *1 Music Channel* din România.

La sfârșitul anilor '90, pe piața autohtonă au apărut antenele mai multor servicii de televiziune din România. În 1999, a fost lansată versiunea de la Chișinău a postului de televiziune *ProTV* din București. *ProTV Chișinău* difuzează, pe lângă programele *ProTV* București (după o grilă proprie, diferită de cea românească), o serie de jurnale și emisiuni locale și propriile calupuri publicitare pe toată durata zilei. Serviciul de televiziune a dispus în ani diferiți de diverse sloganuri: *Te uiți și câștigi* (1999-2002); *Gândește liber!* (2002-2012); *Trăiește Pro TV* (2012-2016); *Ai ce trebuie* (2016-2017); *Știi ce vrei! Vrei Pro TV* (2017-2018); *Ăsta-i spectacolul, asta-i televiziunea* (2018). De mai mult de două decenii, *ProTV Chișinău* este promotorul bunelor practici ale jurnalismului de calitate.

*TVR Moldova* constituie o altă prezență românească pe piața televizuală locală. Postul de referință a fost lansat pe 1 decembrie 2013. Potrivit site-ului instituțional, el este canalul generalist 24/24 al Societății Române de Televiziune pentru Republica Moldova și are drept obiectiv promovarea culturii și limbii române, a tradițiilor de spiritualitate națională. Totodată, prin programele produse în România, în Republica Moldova și achiziționate de la parteneri străini, postul își propune să susțină consecvent și activ integrarea Republicii Moldova în Uniunea Europeană.

Pe parcursul anilor au apărut și alte posturi locale afiliate într-un fel sau altul diferitor servicii de televiziune din România. În șirul lor, de exemplu, s-a

Înscriș postul privat de televiziune 2+ care, în 2007, a luat locul serviciului public de televiziune din România, după ce acestuia în mod abuziv i s-a retras licența de emisie. 2+, din start, a încorporat mai multe programe ale postului român de televiziune, iar începând cu 10 noiembrie 2010, a retransmis gratuit pe frecvențele sale TVR1. În 2014 s-a produs rebrandingul 2+ în Canal 2 (în 2019, Compania Telestar Media SRL, deținătoarea licențelor de emisie ale postului de televiziune Canal 2, a anunțat că renunță la frecvența națională).

Itinerare similare de integrare a conținuturilor locale în grilele de emisie a unor posturi audiovizuale au parcurs și alte servicii de televiziune locale, în special cele de nișă. Astfel, canalul adresat oamenilor de afaceri MBC TV (*Moldova Business Channel*), lansat în 2014-2016, a preluat programele de știri ale postului român Digi 24. Partenerul AGRO TV Moldova (2015), unicul canal de televiziune din Republica Moldova care difuzează în exclusivitate emisiuni pe teme agrare și ramurile conexe, este AGRO TV Network din România iar postul de televiziune 10 TV (2016), alături de emisiunile proprii, oferă publicului și cele preluate de la postul român Nașul TV.

În anul 2002 a fost lansat primul serviciu municipal de televiziune Euro TV Chișinău. El a acoperit 60% din teritoriul țării și a emis în limba română programe informative, publicistice și de divertisment distinse prin caracteristicile jurnalismului liber. Autoritățile comuniste de atunci au întreprins mai multe tentative de a-i curma activitatea. În cele de la urmă, postul Euro TV Chișinău a fost privatizat în mod abuziv (2007), la fel ca și postul de radio Antena C (potrivit unor estimări, postul de radio i-a revenit prin persoane interpușe PCR și televiziunea – PPCD). La începutul lunii noiembrie 2018, după schimbarea proprietarilor și a rebrandingului, postul de televiziune Euro TV Chișinău a fost relansat sub denumirea Televiziunea Centrală care a devenit afiliată Partidului Politic Șor. În 2021, acest post și-a schimbat denumirea în TV6.

În anul 2010, pe piața mediatică din Republica Moldova au fost lansate primele televiziuni private prin eter axate în exclusivitate pe produsul local. Astfel, pe 5 martie a fost inaugurat postul de televiziune Jurnal TV (din 2009 el și-a difuzat programele pe internet) iar pe 7 aprilie 2010 – Publika TV. Inițial, ambele au purtat un caracter de nișă, specializându-se exclusiv pe programele de știri. Ulterior, în 2011, Jurnal TV a abandonat formatul informativ, transformându-se într-un serviciu televizual generalist.

Pe parcursul anilor, în Republica Moldova au apărut o serie de canale de televiziune specializate. În 1999 a fost lansat Busuioac TV, primul post muzical autohton din Republica Moldova iar în 2009 – postul muzical-informativ și de divertisment Noroc TV. Din 2013, pe piața mediatică autohtonă este prezent Canal regional, inițial – pe net iar din 2014 – prin eter și cablu. În anul 2018, peisajul audiovizual autohton s-a diversificat prin apariția a două noi instituții televizu-

ale – *TV Nord* cu sediul la Bălți și *Orizont TV* – la Florești, ambele cu tematică generalistă.

Televiziunea în UTA Găgăuzia a apărut în anii '90. Primul studio de televiziune (1989) transmitea zilnic un program de 30 de minute în raza orașului Comrat. Din 2007, când au fost construite trei complexe de retransmitere, volumul emisiilor televizuale a crescut până la 8 ore pe zi. Actualmente, televiziunea găgăuză face parte din instituția publică regională *Gagauziya Radio Televizionu kulesi*, *GRT (Teleradio-Găgăuzia)* și emite programe informative și tematice în limbile găgăuză, rusă și română. În afară de propriile emisiuni, *TV Găgăuzia* retransmite programele *TRT 1* din Turcia. În ultimii ani, la Comrat, Ceadâr-Lunga, în satul Copceac au apărut patru studiouri de TV prin eter (*Bizim Aâdânâc*, *TVK-24* ș. a. ), precum și prin cablu, preponderent în localitățile rurale (în satele Chirsova, Tomai, Gaidar, Cazaclia, Beșalma etc.).

Televiziunea din raioanele din stânga Nistrului este subordonată regimului separatist de la Tiraspol. Ea este reprezentată, în special, de serviciul de stat *Телевидение Приднестровья (Televiziunea Transnistriei)* (1992) (ulterior – *Первый Приднестровский/Primul transnistrean*) care în 2014 a devenit parte a Companiei transnistrene de stat de radio și televiziune. Segmentul de televiziune privată din regiunea transnistreană cuprinde mai multe canale. Între acestea s-a numărat compania de televiziune și radio *Новая Волна (Unda Nouă)*, fondată în august 2004. Aceasta a deținut de asemenea televiziunea pe internet *Dnestr TV*. Regiunea transnistreană, potrivit unui raport al CCA, a dispus în anul 2017 de 42 de emițătoare de televiziune terestră analogică, șase rețele de televiziune MMDS în benzile 2100-2300 MHz și 2500-2700 MHz, două rețele SFN de televiziune digitală terestră DVB-T2 și de 10 emițătoare de televiziune digitală terestră, standard DVB-T/T2. [287]

Dinamica dezvoltării audiovizualului autohton din ultimele trei decenii demonstrează atât curba ascendentă (de până în 2010, când pe piața audiovizuală activau circa 300 de operatori), cât și cea descendentă, când numărul titularilor de licențe de emisie și autorizații de retransmisie a scăzut sub 200. Potrivit datelor Consiliului Audiovizualului, la data de 26 mai 2021, pe piața serviciilor media de televiziune din Republica Moldova erau atestați 63 de deținători de licențe de emisie, dintre care 44 ofereau servicii de televiziune generaliste, cinci – distractiv-muzicale, restul fiind specializate.

Șapte furnizori de servicii media au dispus de câte două licențe de emisie, inclusiv: *General Media Group Corp SRL – Publika TV și Prime; Instituția Publică Compania Teleradio-Moldova – TV Moldova-1 și Moldova-2; Telesar Media SRL – Canal 3 și Canal 2; Media Resurse SRL – TV6 și Orhei TV; Real Radio SRL – CTC Mega și FAMILIA DOMASHNIY; Telesistem TV SRL – Primul în Moldova și Accent TV.*

La data respectivă, registrul distribuitorilor de servicii TV a cuprins 22 servicii de programe difuzate prin canalele terestre, dintre care cinci emise doar prin canalele terestre, 13 – și prin rețelele de cablu, trei – și prin satelit, unul difuzat prin rețelele de cablu și satelit, precum și 56 de servicii de programe difuzate prin rețelele de cablu, dintre care 41 – doar prin rețelele de cablu, 13 – și prin canale terestre, unul difuzat prin canale terestre și satelit, unul – și prin satelit.

Anularea la începutul anilor '90 a bruiajului serviciilor de radio străine, practicat de țările ex-socialiste, deschiderea accesului la mediile electronice din străinătate, retransmiterea pe frecvențele locale a posturilor internaționale de radio, dezvoltarea televiziunii prin cablu au creat premise pentru recepționarea liberă a audiovizualului străin. Totodată, acest proces nu a fost secundat de acțiuni capabile să securizeze piața audiovizuală internă și să protejeze operatorii interni, să asigure dezvoltarea prioritară a presei electronice autohtone și să fie utilizat eficient spectrul de frecvențe aflate în gestiunea Republicii Moldova.

### **Capitolul III. ALTE PLATFORME ȘI INSTITUȚII MEDIA, REGLEMENTĂRI ȘI AUTOREGLEMENTĂRI ÎN DOMENIU**

*Agențiile de presă.* Istoria agențiilor de presă din Republica Moldova începe în anul 1931, când la Tiraspol, capitala de atunci a RASSM, a fost fondată prima instituție de acest gen – *MoldTAG* (abrevierea denumirii ei în limba rusă *Молдавское Телеграфное Агентство – Agenția Telegrafică Moldovenească*). Astfel, instituționalizarea în terenul autohton a activității de triere, prelucrare, stocare, difuzare și regăsire a informației s-a produs mai târziu cu mai bine de un secol în raport cu procesul similar din lume (în Franța, prima agenție de presă *Havas* a apărut în anul 1835, în SUA, *Associated press* a fost creată în 1848, în Marea Britanie, *Reuters* a fost fondată în anul 1851 etc.). [165]

Inițial, *MoldTag* a avut 17 reporteri, dintre care doi activau la Chișinău, iar ceilalți – în cele 15 raioane ale RASSM. În acest format agenția a funcționat până în anul 1940, când odată cu crearea RSSM, a fost instituită Agenția Telegrafică a Moldovei – *ATEM*, aceasta devenind parte integrantă a agenției sovietice *TASS*. *ATEM* s-a aflat în subordinea Consiliului de Miniștri al RSSM.

Atât *MoldTAG*, cât și *ATEM* au fost focalizate asupra colectării și difuzării informației oficiale ce urma să fie difuzată de presa, radiodifuziunea și televiziunea locală. Ele au constituit principalul canal de răspândire a hotărârilor Partidului Comunist al Moldovei, autorităților sovietice locale. *ATEM*, potrivit unor date, a difuzat zilnic materiale cu volumul de patru coli de autor (160 de mii de semne). Entitatea de referință de asemenea a avut în misiune traducerea știrilor din rusă, preluate de la agenția *TASS*. Volumul zilnic al acestora a constituit 60 de pagini dactilografiate. Volumul anual al producției informative a *ATEM* a atins cifra de 12 mii de știri, reportaje, interviuri, precum și materiale oficiale.

Pe 20 iunie 1990, prin Hotărârea Sovietului Suprem al RSS Moldovenești, *ATEM* a fost lichidată. În baza aceleiași decizii a fost creată Agenția națională *Moldova-pres* – prima entitate de acest profil din republică în perioada postsovietică. În context, este de remarcat faptul că potrivit hotărârii citate, *Moldova-pres* a fost depolitizată și deideologizată (în cadrul ei nu puteau fi create organizații de partid sau ale altor formațiuni politice). Totodată, ea și-a păstrat statutul de instituție de stat, fiind subordonată Parlamentului.

În 1994, activitatea Agenției naționale *Moldova-pres* a fost calificată drept „ineficientă”, din care motiv ea a fost lichidată prin decretul prezidențial nr. 90 din 4 aprilie. Locul ei l-a luat Direcția de Stat pentru Asigurare Informațională *Moldpres*. Noua entitate a cumulat nu doar funcțiile unei agenții de presă, ci și o serie de misiuni noi. Conform Regulamentului instituției, aprobat prin decretul prezidențial nr. 154 din 23 mai 1994, aceasta, „recepționează și dă publicității acte legislative, decrete, hotărâri și alte documente oficiale; culege și redactează

informații, realizează materiale foto și video despre activitatea conducerii Republicii Moldova, actualitatea politică, economică și socială, principalele evenimente din țară; difuzează agențiilor de presă, ziarelor, posturilor de radio și televiziune, altor beneficiari din țară și de peste hotare informații și materiale foto și video prin abonament pe bază de reciprocitate, contra cost sau servicii; editează publicații periodice cu caracter oficial, informativ și documentar; prestează pe bază de cerere și ofertă lucrări și servicii în domeniul său de activitate: traduceri, redactări, filmări, redactează și difuzează materialele destinate mediatizării etc.; pune la dispoziția conducerii republicii buletine cu cele mai importante știri din activitatea internă și externă; completează banca de date și materiale privind construcția statală, actualitatea politică și economică, relațiile internaționale ale Republicii Moldova etc; colaborează cu agențiile și organele de presă de peste hotare în scopul realizării unui schimb eficient de informații, de materiale foto și video; coordonează activitatea mijloacelor de informare în masă subordonate instituțiilor de stat în problema reglementării difuzării materialelor oficiale”.

*Moldpres* de-a lungul anilor, cităm după site-ul instituțional [https://www.moldpres.md/page/about\\_us/](https://www.moldpres.md/page/about_us/), „ și-a dobândit cu insistență statutul de „voce” oficială a statului care transmite instituțiilor publice și private, presei scrise și audiovizuale, reprezentanțelor diplomatice, instituțiilor de presă internaționale informații scrise, foto și video despre actualitatea politică, economică, socială, culturală, științifică, sportivă locală și de pe mapamond”. Direcția de Stat pentru Asigurare Informațională *Moldpres* a devenit editorul *Monitorului Oficial al Republicii Moldova* în care se publică legi și decizii ale legislativului, decrete ale președintelui, dispoziții ale guvernului.

Decizia privind crearea entității de referință a fost motivată de necesitatea de a eficientiza difuzarea documentelor și altor materiale oficiale, de a asigura operativ mijloacele de informare în masă din țară și de peste hotare cu informații obiective și veridice privind politica de stat și activitatea curentă a organelor de conducere din Republica Moldova și de a dezvolta o mai bună informare a opiniei publice despre măsurile întreprinse pentru soluționarea principalelor probleme social-economice și politice. În fapt a fost vorba de tendința generală de la acea vreme de fortificare a prezenței statului în câmpul media. În perioada următoare, structura dată a fost supusă numeroaselor reorganizări. Astfel, la trei ani distanță, printr-un alt decret prezidențial, nr. 352 din 30 octombrie 1997, Direcția de Stat pentru Asigurarea Informațională *Moldpres* a fost reorganizată în Întreprinderea de Stat *Moldpres*, mai apoi – în Agenția de Stat *Moldpres*. Această, la rândul ei, începând cu 15 octombrie 2002 a fost transformată în Agenția Informațională de Stat *Moldpres* subordonată guvernului. La sfârșitul anului 2018, prin decizia de Guvern nr. 1208 din 5 decembrie, Agenția Informațională *Moldpres* își pierde formal statutul de întreprindere de stat și este transformată



în Instituția Publică Agenția Informațională de Stat *Moldpres*, având în calitate de fondator Cancelaria de Stat, se arată pe site-ul instituțional citat.

În prezent, *Moldpres* cuprinde trei direcții principale de activitate: difuzarea informațiilor de interes public larg, cronica foto și editarea *Monitorului Oficial*. Știrile *Moldpres*, potrivit site-ului instituțional, sunt prezente pe un șir de platforme informaționale internaționale. *Moldpres* face schimb de informații cu mai multe agenții de știri, inclusiv *Agerpres* (România), *ITAR-TASS* (Rusia), *Ukrinform* (Ucraina), *Belta* (Belarus), *BTA* (Bulgaria), *XINHUA* (China) etc. Statele agenției cuprind peste 80 de angajați. Cifra de afaceri în anul 2017, conform Raportului privind activitatea economico-financiară a AIS MOLDPRES Î.S., a constituit 18 989 040 lei.

În anii '90 a fost lichidat monopolul agenției guvernamentale de presă pe piața de profil. Atunci au apărut mai mulți operatori în domeniul colectării și difuzării informației de interes public. Una dintre primele cu statut de organizație neguvernamentală a fost fondată în 1991 de scriitoarea Renata Verejanu: *Agenția tinerilor jurnaliști (AMP-International)*. Ulterior, într-un timp scurt, au fost create o serie de agenții private de presă, unele dintre care, din start, și-au manifestat intenția de a valorifica în profunzime cursul evenimentelor locale și de a le prezenta din diferite unghiuri de vedere. Astfel, în anul 1992 au fost inaugurate agențiile *BASA-press* și *Infotag*. Noile structuri au venit cu oferte informaționale originale, explorând domenii noi și prezentând știri distinse prin operativitate și imparțialitate. Aceste agenții dețineau, chiar din primii ani de activitate, o cotă de peste jumătate din vânzările de știri politice, sociale și economice locale atât presei autohtone, cât și celei străine. Ele au devenit pionierii fluxurilor de știri financiar-economice, ai altor servicii informaționale. Produsul lor a fost solicitat de ambasade, oameni de afaceri, de actorii politici locali și de organismele internaționale.

*BASA-press* a fost una dintre cele mai inovative agenții locale de presă. Astfel, în 1997, la cinci ani de la înființare, ea a editat cartea „Un comentariu pe săptămână. Republica Moldova în comentariile Agenției *BASA-press* (1992–1997)”. În 1998 a lansat un nou produs destinat oamenilor de afaceri, investitorilor, antreprenorilor – *BASA-business*. În octombrie 2000 a fost inaugurat website-ul [www.basa.md](http://www.basa.md) cu acces online la știri. În octombrie 2003, agenția, în premieră pe piața noastră, a inițiat revista presei *BASA-digest*. În februarie 2004 a început să funcționeze Serviciul *BASA-foto* cu descărcarea online a imaginilor, un alt produs nou pe piața mediatică a republicii. În ianuarie 2007, *BASA-press* a lansat buletinul zilnic de știri financiar-economice și business *BASA-manager*. În 2009, agenția din motive financiare și-a încetat activitatea.

Agenția *Infotag*, spre deosebire de *Basa-press*, este una longevivă. Ea este prezentă pe piața mediatică națională de circa trei decenii. În 1992, anul fon-



dării, agenția, potrivit site-ului instituțional, a pornit la drum cu o mașină de dactilografiat și un fax, într-un birou de doar 12 metri pătrați. Treptat, *Infotag* s-a extins iar în anul 2001 a construit un edificiu propriu în centrul Chișinăului, fiind create condiții bune pentru activitatea jurnaliștilor. De-a lungul anilor, serviciile ei informaționale au inclus știri cu tematică politică, economică și financiară, date despre piața primară și cea secundară a valorilor mobiliare, tendințele de dezvoltare a ramurilor de bază ale economiei, situația la nivel macroeconomic și din sectorul real al economiei țării. Produsele informative ale Agenției *Infotag* se întemeiază exclusiv pe date și fapte, acestea completând materialul analitic al experților. Agenția a creat cea mai mare arhivă de știri din republică. Printre abonați, se menționează pe site-ul instituțional, se numără cele mai mari instituții de presă din Moldova, agenții din străinătate și corespondenți acreditați, structuri statale și organizații nonguvernamentale, reprezentanțe diplomatice și comerciale ale țărilor străine acreditate la Chișinău, București și Moscova, precum și ale FMI, BM, BERD, companii de audit, de consultanță și de asigurări, bănci, corporații mari, fonduri de investiții, companii pe acțiuni și firme de brokeraj. Fluxurile de știri ale Agenției *Infotag* sunt expediate abonaților de trei ori pe zi în trei limbi: română, rusă și engleză.

La mijlocul anilor '90 și în perioada imediat următoare, în Republica Moldova au apărut și alte agenții naționale de presă (*NIKA-press*, 1993; *Flux*, 1995; *Interlik*, 1995 ș. a. ), regionale (*Deca-press* la Bălți, 1996; *Ritag*, 1996, *Info-press*, 2000), municipală *Info-prim*, 1998. În anul 1999 au fost inaugurate și primele agenții specializate: *Orthopress* (știri din viața religioasă), *Infomarket* (agenție axată pe informația de afaceri) etc. După 2000, o serie de agenții (*Nica-Press*, *Info-press*, *Ritag*) au pierdut vizibilitatea lor de altă dată. În mai 2006 a fost suspendată agenția *Flux*, ulterior – agenția *Ortopress*.

Piața agențiilor de presă din Republica Moldova a inclus, de asemenea, *Olvia-press*. Fondată în anul 1992 la Tiraspol, aceasta a fost un generator de informații menite să justifice tendințele separatiste din estul țării. *Olvia-press* a fost predecesorul agenției *Новосту Приднестровья* (*Știrile Transnistriei*) care în 2014 a devenit parte a întreprinderii de stat *Приднестровская государственная телерадиокомпания* (*Compania de stat pentru radio și televiziune din Transnistria*).

În anul 2005, când Consiliul municipal a decis să lichideze Agenția *Info-prim* care, la acea vreme, făcea parte din holdingul mediatic municipal, colaboratorii ei au reorganizat-o în instituție privată de presă sub denumirea *Info-Prim Neo* (*IPN*). Actualmente, *IPN* oferă, potrivit site-ului instituțional, abonaților dar și cititorilor de pe site-ul său [www.ipn.md](http://www.ipn.md) o selecție din cele mai importante știri din economie, politică, societate și business din țară. De asemenea, buletinele cuprind știri dedicate agendei europene a Republicii Moldova. Știrile și articolele

agenției sunt livrate abonaților într-un mod convenabil prin poșta electronică, sub forma unei benzi zilnice sau în regim „știre publicată – știre livrată” ori prin acces la site. Știrile sunt produse în trei limbi: română, rusă și engleză.

Numărul agențiilor de știri în ultimii ani s-a restrâns. În pofida unor turbulențe, piața agențiilor de presă din Moldova s-a dovedit a fi stabilă și viabilă pe câmpul comunicării mediatice autohtone.

*Jurnalismul web.* În Republica Moldova, jurnalismul web sau online, ca activitate specializată în producerea multimedia a textului ziaristic pentru platforma *World wide web* (*www* sau *web*) în scopul receptării imediate, neliniare și interactive a informației, a apărut odată cu declinul Galaxiei Guttenberg, substituie la sfârșitul sec. al XX-lea, conform sociologului american de origine spaniolă Manuel Castells, de Galaxia Internetului. Aceasta, în opinia lui, a marcat formarea unui nou sistem de comunicare electronică, în urma fuzionării mass-media globalizate și personalizate cu comunicarea mediatizată prin computer. [38]

Mass-media autohtone tradiționale, în special în ultimul deceniu, au migrat masiv în spațiul virtual, valorificând diverse platforme informaționale. Tendința respectivă a fost cauzată de preferințele consumatorilor de a consulta știrile curente nu direct de la sursă (tv, radio sau presa scrisă), ci de pe site-uri de știri și rețelele sociale. Potrivit unei cercetări efectuată în 2019 de Agenția de comunicare digitală *Gramatic* [119] s-a constatat că, de exemplu, în perioada 1-31 iulie, paginile web media din Moldova au distribuit 38982 de postări. *Prima oră* este pagina cu cele mai multe interacțiuni, acumulând în perioada cercetată 350000 de reacții, comentarii și distribuiri. Pagina web *stiri.md* distribuie cele mai multe postări – 2300, în mediu 73 pe zi. Aceasta este urmată de portalul de știri *Unimedia* (2200 de postări) și *Publika.md* (1800 de postări). *Cotidianul.md* are cea mai mare rată de interacțiune – 33%. O pagină cu doar 7,9 mii de abonați generează un total de 79.000 de interacțiuni. Pe pagina *TV8* se comentează cel mai mult: 34 de mii de comentarii în decursul lunii iulie 2019. Actualmente, mass-media locale devin tot mai vizibile și pe rețelele sociale, inclusiv *Facebook*, *Odnoklassniki*, *Instagram* etc. Astfel, putem conchi- de că jurnalismului web, deși se află în stadiul germinal, se încetățenește tot mai mult în spațiul mediatice autohton.

Aserțiunea dată este argumentată în partea a doua a prezentei cărți.

*Autoritatea publică de reglementare a audiovizualului.* Prima entitate de acest gen a fost Consiliul Coordonator al Audiovizualului (CCA) creat în 1996 în conformitate cu Legea audiovizualului (1995). Potrivit art. 14 al acestui act legis- lativ, statutul CCA a fost definit drept „autoritate publică autonomă”. Acesta însă a purtat însemnele vădite ale abordării etatiste contradictorii a audiovizualu- lui autohton. Acest fapt l-am consemnat în articolul *Audiovizualul din Moldova: oportunitatea lobbyismului public* (2000) [163] din care cităm:

„Statutul consiliului, adoptat în 1996 și modificat în 1999, parțial a decifrat conținutul noțiunii de autoritate publică autonomă, deși oricum a lăsat suficiente ambiguități și teren pentru diverse interpretări. Astfel, din art. 1 aflăm că Consiliul Coordonator al Audiovizualului „reglementează și coordonează activitatea companiilor, studiourilor, posturilor, organizațiilor și celorlalți agenți în domeniul audiovizualului”. Art. 2 al aceluiași statut stipulează că CCA își propune „să asigure respectarea legilor și protejarea intereselor statului”. Membrii CCA, a prescris art. 9, „sunt garanți ai interesului public în domeniul audiovizualului și nu reprezintă autoritatea care i-a numit”, deși potrivit art. 11, ei pot fi eliberați din funcție de autoritatea care i-a numit. Dintre multiplele abilități exercitate de CCA și stipulate în art. 24 al statutului vom remarca doar una: CCA „participă la elaborarea și la promovarea unei concepții unice de dezvoltare a spațiului teleradioinformativ al Republicii Moldova”. Deși, repet, destul de evaziv, CCA a obținut mandatul de autoritate publică autonomă care urma să-și spună cuvântul decisiv în evoluția spațiului comunicațional electronic autohton”.

CCA de la noi la acea oră a fost constituit din nouă membri numiți a câte trei, respectiv, de parlament, președinție și guvern. „(...)Proiectarea directă a modelului francez în practica de constituire a CCA n-a luat însă în calcul particularitățile solului nostru politic, menționam în articolul citat. Și anume: autonomizarea excesivă a puterii; tentația acesteia de a urma o practică mai veche când puterea nu reprezintă suveranitatea poporului, ci se autoreprezintă; etatizarea societății; publicul care după perioada totalitarismului n-a reușit încă să-și redobândească realitatea politică”.

Drept urmare, CCA, în pofida precizării din statut că membrii lui „nu reprezintă autoritatea care i-a numit” și a voinței acestora, a vocației lui sociale de a fi element și catalizator al spațiului public, a rămas, de fapt, în sfera politicului, a puterii. Deloc întâmplător că CCA a fost în expectativă atunci când puterea a făcut după placul ei remanieri repetate în conducerea Companiei de Stat *Teleradio-Moldova* pentru a o face „loială” sau, poate, servilă. Atunci, însă, când CCA a îndrăznit să-și exprime dezacordul cu încălcarea art. 24 p. b), potrivit căruia numirea și eliberarea conducerii Companiei se efectuează la propunerea CCA, acest articol a fost amendat astfel, încât rolul decisiv al CCA în chestiunea dată practic a fost anulat.

„(...)CCA, scriam în 2000, este vulnerabil, se pare, și sub aspect economic. Deși art. 36 al Legii audiovizualului stabilește că finanțarea activității CCA se asigură de la bugetul de stat, instituția în cauză se face dependentă într-un anumit sens de prestarea serviciilor contra plată acordate organizațiilor audiovizualului din Republica Moldova și de peste hotare. Cităm din art. 37, p. 8: „Cuantumul plății se stabilește pe baza înțelegerii între părți. Plata pentru prestarea de servi-

cii și acordarea de consultanță, precum și pentru înregistrarea instituțiilor audiovizualului, se transferă pe contul de decontare al CCA”.

„(...)Acestea și alte circumstanțe, am concluzionat atunci, ne îndeamnă să tratăm cu suficientă doză de pesimism activitatea CCA din Republica Moldova care la aproape 5 ani de la crearea a reușit cel mai puțin să se impună în calitate de autoritate publică autonomă de reglementare a audiovizualului autohton. Din aceleași motive consider indicată și abordarea chestiunii cu privire la reprezentarea societății civile în cadrul autorității de reglementare a audiovizualului, or, lobbyismul public ar putea ține piept sau ar putea pune stavilă traficului de influență a factorului politic și, eventual, al celui economic în activitatea CCA”.

Estimând starea de lucruri în domeniul audiovizualului, într-un alt articol (*Audiovizualul autohton: oportunitatea strategiei naționale de dezvoltare*, 2006) [162] constatam: „Itinerarul parcurs de mediile electronice din Moldova pe durata ultimelor două decenii ne sugerează, așadar, că Republica Moldova, dispunând de un anumit număr de posturi de radio și televiziune, lansate pe piața locală în virtutea unor circumstanțe accidentale sau în funcție de rațiuni conjuncturale de ordin politic, economic sau de altă natură, nu a reușit să edifice un audiovizual național, constituit în calitate de sistem coerent, judicios și cuprinzător. Această sarcină rămâne pentru ea oportună și actuală. Realizarea ei, în bună parte, va fi condiționată de elaborarea strategiei naționale care ar ghida dezvoltarea presei electronice indigene și i-ar conferi o identitate clară și convingătoare”.

Strategia sau concepția națională în domeniul mediilor electronice de comunicare nu a constituit în mod expres subiectul de referință al Legii audiovizualului în vigoare, aceasta fiind axată pe reglementarea activităților operatorilor de profil și pe determinarea principiilor juridice, economice și organizatorice de activitate a acestora (art. 4). Totuși, ea conține o serie de prevederi care ar putea să fie interpretate ca repere ale unei asemenea strategii. Astfel, se stipulează libera exprimare a ideilor și a opiniilor, libera comunicare a informațiilor prin intermediul mijloacelor de televiziune și radiodifuziune, pluralismul de opinii, precum și dreptul la informarea completă, veridică și operativă în spiritul drepturilor și libertăților constituționale și în condițiile anulării cenzurii. Ea, de asemenea, consacră interesul public în calitate de criteriu de bază pentru dezvoltarea domeniului, condițiile de acces în câmpul audiovizualului pentru operatorii locali și străini, de realizare a transmisiunilor și retransmisiunilor. Conform legii, „criteriile de departajare și prevederile din licența de emisie trebuie să asigure pluralismul de opinii, egalitatea de tratament a participanților, calitatea și diversitatea programelor, favorizarea liberei concurențe, a creației și a producției audiovizuale naționale, independența și imparțialitatea programelor difuzate de instituțiile audiovizuale” (art. 15, p. 4). Actul legislativ, fie și într-o manieră dispersată și uneori confuză, mai conține și alte prevederi care ar fi putut să dimen-

sioneze strategia de referință. Respectarea deci a spiritului legii și a referințelor ei de ordin conceptual ar fi avut un altfel de impact decât cel descris în rândurile anterioare în cazul în care CCA s-ar fi conformat cu strictete rigorilor respective. Formularea lor prolixă însă a stimulat CCA să fie influențat în deciziile sale și de alte circumstanțe, nu întotdeauna cele mai potrivite pentru constituirea audi-ovizualului național”. În context, atunci am pledat ca noua legislație în materia audiovizualului să stipuleze univoc necesitatea elaborării strategiei naționale de dezvoltare a mediilor electronice. Ea de asemenea urmează să stabilească autorii și procedura de aprobare a strategiei în cauză, precum și responsabilitățile ce le comportă nerespectarea ei.

În 2006 a fost adoptat Codul audiovizualului care, confirmând statutul de autoritate publică autonomă al CCA, l-a abilitat să elaboreze strategia și programul național de dezvoltare a audiovizualului din Republica Moldova. CCA i-a revenit de asemenea misiunea să supravegheze respectarea de către radiodifuzorii publici și cei privați a obligațiilor asumate în licența de emisie, să monitorizeze conținutul serviciilor de programe oferite de radiodifuzori, să avizeze caietul de sarcini al radiodifuzorului public național, să stabilească condițiile, criteriile și procedura de eliberare a licențelor etc. [65]

La 10 mai 2007, CCA a aprobat prima Strategie de acoperire a teritoriului Republicii Moldova cu servicii de programe audiovizuale pe anii 2007-2010. Aceasta dar și cele ce au urmat, deși după părerea experților au creat condiții normative favorabile de reformare democratică a audiovizualului, nu au generat schimbări calitative în evoluțiile audiovizualului.

Evaluările efectuate periodic de către sectorul asociativ din domeniul media au indicat că CCA în toți anii de activitate nu a devenit deocamdată un factor decisiv în dezvoltarea audiovizualului național.

Ultima modificare a cadrului legislativ de funcționare a audiovizualului public a fost operată la finele anului 2018, când Parlamentul Republicii Moldovei a adoptat Codul serviciilor media audiovizuale [66; 34], acesta luând locul codului din 2006. Noul act legislativ reeditează și concretizează vocația socială tradițională a radiodifuzorilor publici, național (IPNA Compania *Teleradio-Moldova*) și a celui regional (Compania *Gagauziya Radio Televizionu*) de a se afla în serviciul publicului, de a funcționa din contribuția publicului și de a fi supuși controlului public. Entitățile în cauză își mențin o serie de atribuții mai vechi: să satisfacă necesitățile informaționale, educaționale și recreative ale tuturor grupurilor sociale de utilizatori; să promoveze, prin politica editorială, coeziunea socială la nivel local, regional, național și internațional, să asigure pluralismul în audiovizual, informarea corectă, obiectivă, complexă și imparțială a publicului, să dezvolte dezbateri publice pluraliste, să cultive diversitatea patrimoniului cultural național, european și internațional; să dispună de independență editorială

și autonomie instituțională față de autoritățile și instituțiile publice, de partidele politice și grupurile de interese, să demonstreze responsabilitate socială față de public.

Totodată, entitățile respective evoluează, potrivit prevederilor art. 32, în furnizori publici de servicii media. Asta înseamnă că ei își diversifică atribuțiile: pe lângă cele tradiționale, de furnizare a programelor audiovizuale, radiodifuzorii publici, conform noului cod, au misiunea să asigure accesul universal al populației la o diversitate de servicii media audiovizuale generaliste și tematice, liniare și neliniare, oferite inclusiv prin intermediul noilor platforme de comunicare. Ei devin factori de promovare a incluziunii digitale și a reducerii decalajului digital inclusiv prin sporirea accesibilității propriilor programe audiovizuale pe noile platforme de comunicare; de conservare a patrimoniului cultural prin dezvoltarea și digitalizarea arhivelor audiovizuale, cu posibilitate de acces online; de elaborare a unui catalog de servicii media audiovizuale neliniare puse la dispoziția publicului etc. (art. 35).

Codul din 2018 a indus, de asemenea, o serie de inovații la nivel de management instituțional și surse de finanțare. Astfel, este instituit în mod legal Comitetul managerial în calitate de organ colegial ce asigură funcționarea furnizorului public național de servicii media conform Caietului de sarcini anual (art. 39) și care în activitatea curentă se ghidează de propriul regulament (art. 38). El este condus de directorul general (funcția veche de președinte este suprimată), ales pe bază de concurs pentru un singur mandat de șapte ani (legislația veche consacra termenul de cinci ani cu dreptul de a ocupa funcția de președinte pe două mandate consecutive). Dacă anterior directorii de radio și televiziune erau aleși și ei prin concurs, conform noului cod ei sunt desemnați pe termen determinat de directorul general (art. 36).

Potrivit noului cod, Consiliul de Observatori din cadrul *TRM* este substituit de Consiliul de Supraveghere (CS) statuat de cod ca reprezentant al interesului public și expresie a diversității de opinie din cadrul societății. CS își desfășoară activitatea în nume propriu, contribuie la edificarea și dezvoltarea furnizorului public național de servicii media în spiritul principiilor comunicării audiovizuale. Consiliul de Supraveghere este constituit de Consiliul Audiovizualului (necesitatea aprobării de parlament a fost eliminată) în bază de concurs pe un termen de șase ani (față de patru ani anterior) din nouă membri, personalități publice cu calificări profesionale în domeniile jurnalismului, dreptului, relațiilor cu publicul, relațiilor internaționale, culturii, cinematografului, gestiunii financiare și gestiunii întreprinderii comerciale, tehnologiei informației și comunicațiilor, activității academice, mass-media, ingineriei. În componența Consiliului de Supraveghere sunt desemnați cel puțin trei reprezentanți ai unităților administrativ-teritoriale, altele decât municipiul Chișinău.



Atribuțiile Consiliului de Supraveghere, în linii mari, sunt identice cu cele ale vechiului Consiliu de Observatori, acesta aprobând statutul, strategiile de dezvoltare pe termen mediu și lung, Caietul de sarcini și bugetul furnizorului public național de servicii media, organizând concursul pentru desemnarea directorului general, supraveghind activitatea furnizorului public național de servicii media în scopul realizării Caietului de sarcini și, după caz, intervenind cu decizii cu caracter de reglementare etc. (art. 45).

Codul serviciilor media audiovizuale al Republicii Moldova a amendat modalitatea și structura surselor de finanțare a furnizorului public de servicii media audiovizuale. Astfel, art. 41, reiterând că bugetul lui se constituie din subvenții de la bugetul de stat și din venituri proprii, a stipulat, în premieră, că subvențiile anuale de la bugetul de stat reprezintă volumul subvențiilor de la bugetul de stat pentru anul precedent, indexat cu indicele prețurilor de consum din ultimul an bugetar executat deplin. Altfel spus, pare a fi eliminată ingerința factorului subiectiv în bugetarea IPNA Compania *Teleradio-Moldova*.

Noul cod a revăzut, de asemenea, structura veniturilor proprii ale furnizorului public național de servicii media. Aceasta cuprinde sumele încasate din realizarea obiectului de activitate, inclusiv veniturile provenite din vânzarea programelor audiovizuale sau a drepturilor de autor din coproducții, donațiile și sponsorizările, alte surse legale (art. 41). Totodată, furnizorii publici de servicii media au fost lipsiți de dreptul de a difuza publicitatea comercială (art. 66) și de a încasa venituri din comunicările comerciale audiovizuale altfel decât dacă acestea sunt difuzate în cadrul evenimentelor de importanță majoră. Lista acestor evenimente este stabilită de Consiliul Audiovizualului (art. 75(4) litera b).

Codul serviciilor media audiovizuale al Republicii Moldova a intrat în vigoare la data de 1 ianuarie 2019. Unele prevederi însă, în special cele care vizează audiovizualul public, urmează să fie implementate în timp de cinci sau trei ani (art. 6 alin.(4), (5) și (6) iar altele – în termen de 6-12 luni (art. 26 alin. (1) art. 28 alin. (4), art. 29, art. 33 alin. (2)). Membrii Consiliului de Observatori (CO) al IPNA Compania *Teleradio-Moldova* își exercită funcția până la expirarea mandatelor (art. 89). În linii generale, audiovizualul autohton dispune de un cadru legislativ ramificat racordat la practicile europene. Astfel că pe ordinea de zi se înscrie mai puțin creația legislativă și mai mult aplicarea plenară și coerentă a legilor deja adoptate.

*Sectorul asociativ media.* Prima asociație obștească națională în domeniul media a fost *Uniunea Jurnaliștilor*. Ea a fost fondată în anul 1957 și, pe durata câtorva decenii de guvernare sovietică, a constituit un instrument de promovare a ideologiei comuniste în rândul jurnaliștilor. Din anul 1990, a devenit o organizație obștească independentă benevolă de creație a profesioniștilor din spațiul mediatic național și a optat pentru promovarea valorilor jurnalismului



liber, a Codului principiilor de etică a jurnalistului. În cadrul uniunii au activat Liga Ziariștilor Sportivi, Asociația Jurnaliștilor de Mediu, studioul Fotojurnalist. Uniunea Jurnaliștilor a fost membră a Federației Internaționale a Jurnaliștilor, a Federației Jurnaliștilor din Balcani, a Confederației Internaționale a Jurnaliștilor din țările Comunității Statelor Independente și Țările Baltice. Forul ei suprem a fost congresul. Ultimul, cel de-al XIV-lea, a avut loc în mai 2008.

Sectorul asociativ media a cunoscut o diversificare relevantă în anii '90. În perioada respectivă, în domeniul comunicării mediatice au fost create cca 20 de organizații neguvernamentale. *Centrul Independent de Jurnalism* (din 2009 – *Centrul pentru Jurnalism Independent*) (*CJI*) a fost fondat în 1994 ca un proiect al Casei „Lumea Deschisă”. Din 1998, el a devenit organizație independentă neguvernamentală necomercială și apolitică care a acordat asistență jurnaliștilor și instituțiilor media în scopul afirmării presei de calitate, independente și imparțiale. În februarie 2000, *CJI* a aderat la Rețeaua de Profesionalizare a Mass-Media din Sud-Estul Europei, iar în iunie 2001 a devenit membru al *International Freedom of Expression Exchange* (IFEX).

*CJI* organizează topul „10 ziarști ai anului”, Clubul de Presă. El editează, în limbile română, rusă și engleză, buletinul analitic bianual „Mass-media în Moldova”, portalurile *Media Azi* (<http://media-azi.md>) și *Mediacritica* (<http://mediacritica.md>), acordă consultanță juridică, monitorizează mass-media privind respectarea libertății de exprimare. *CJI* elaborează anual *Indicele privind situația presei în Moldova*, *Memoriul privind libertatea presei în Republica Moldova*, diverse studii de caz și analize în domeniul media (*Cartea albă a mass-media*, de exemplu). Sub auspiciul *CJI* funcționează Școala de Studii Avansate în Jurnalism, se desfășoară *Gala 10 jurnaliști ai anului* etc. În anul 2015, *CJI* și *Internews* au organizat primul hackathon de jurnalism civic din Moldova *Puterea a cincea*, care ulterior a devenit un eveniment anual.

Din anul 2016, potrivit site-ului instituțional, organizația, cu suportul Agenției Suedeze pentru Dezvoltare și Cooperare Internațională, implementează o nouă strategie axată pe patru obiective: instruire; politici și advocacy; educație media și dezvoltare organizațională. În 2017, *CJI* devine partenerul proiectului „Presă în sprijinul democrației, incluziunii și responsabilității în Moldova” (Media-M), realizat de *Internews*, organizație internațională ce activează în peste o sută de țări. Proiectul cu durata de cinci ani are drept obiectiv susținerea presei independente din Moldova (analize juridice, asistență tehnică, instruirea jurnaliștilor, educația media).

Organizația este inițiatorul mai multor acțiuni inovatoare pentru mass-media din Moldova. Între acestea se înscriu podcastul *cuMINTE*, primul podcast de educație media (2020), aplicația *Media Radar*, platforma *T(V)E Privește!*, create de *CJI* pentru a-i ajuta pe consumatorii de media să se informeze din surse cre-

dibile și să facă față valului de propagandă și dezinformare. În condițiile stării de urgență provocată de pandemia Covid-19, *CJI* a lansat în premieră în Republica Moldova o celulă de criză a jurnaliștilor menită să promoveze accesul la informație al jurnaliștilor în pofida restricțiilor instituite.

*Asociația Presei Independente (API)* a fost constituită în 1997 de către reprezentanții primelor ziare independente locale *Accent Provincial* (Glodeni), *Business-Info*, predecesorul actualei *Gazeta de Sud* (Cimișlia), *Cugetul* (Bălți), *Cuvântul* (Rezina), *Est Curier* (Criuleni), *Gazeta de Vest* (Nisporeni) dar și cei ai agențiilor de presă *BASA-press* (Chișinău) și *DECA-press* (Bălți). *API* se declară pe site-ul instituțional drept un centru național de resurse axat pe dezvoltarea presei independente din Republica Moldova prin profesionalizarea jurnaliștilor, sporirea calității și a viabilității presei independente. Sloganul ei – „*Pentru o presă profesionistă, neangajată și profitabilă*”.

Potrivit statutului, *API* are în obiectiv fondarea unei bănci de informații, de fotografii care să fie folosită în interesele asociației obștești; comercializarea informației, publicității întru satisfacerea necesităților interne ale asociației obștești și consolidarea economiei asociației obștești; atragerea donațiilor, sponsorizărilor, altor surse de finanțare pentru dezvoltarea și consolidarea presei independente; susținerea juridică, morală și materială a mijloacelor mass-media independente, jurnaliștilor independenți; facilitarea relațiilor economice și profesionale între membrii *API* și partenerii lor potențiali din Republica Moldova și de peste hotare; apărarea drepturilor civile și profesionale ale jurnaliștilor, combaterea publică a oricăror încercări de lezare a drepturilor jurnaliștilor etc.

Pe parcursul anilor, *API* a implementat numeroase proiecte, inclusiv *Proiectul de parteneriat API-Centrul pentru Dialog Social* Iași (România), având drept scop încurajarea transferului de cunoștințe și abilități profesionale între angajații din presa locală din România și presa independentă din R. Moldova (2008); *Traficul de ființe umane și violența domestică în mass-media locale*, axat pe consolidarea abilităților profesionale ale jurnaliștilor în scrierea și documentarea subiectelor despre traficul de ființe umane și violența domestică (2011); *Dezvoltarea new media și a fotojurnalismului în presa independentă din R. Moldova*; *Program de asistență în deetatizarea publicațiilor periodice publice* (2012-2013); *Consolidarea capacităților mass-media independente, promovarea valorilor și standardelor europene și campania media împotriva informației false și tendențioase* (în parteneriat cu Centrul pentru Jurnalism Independent și Asociația Telejurnaliștilor) (2014-2018), *Responsabilitate și implicare civică pentru buna guvernare*; *Program de asistență pentru mass-media regionale independente*; *Dezvoltarea gândirii critice în rândul populației rurale, elevilor și viitorilor profesori* (2020-2021) etc.

Sub egida *API* au fost efectuate numeroase campanii de advocacy în materia libertății presei, monitorizări, cercetări, elaborări de studii, ghiduri de bune

practici, inclusiv „Mass-media și prezumția de nevinovăție”, „Toleranță și nediscriminare în mass-media”, „Protecția minorilor în mass-media”, poster „10 Reguli „de aur” pentru jurnaliștii care scriu despre copii”, editări de carte etc. Din inițiativa API a fost fondat Consiliul de presă din Republica Moldova ce veghează respectarea deontologiei profesionale a jurnaliștilor.

În ultimii ani, API a desfășurat o amplă campanie sub genericul *Stop Fals*. Potrivit raportului de activitate al organizației, în anul 2020, la acest capitol au fost documentate și publicate pe portalul *Stopfals.md* 105 articole tematice și analize de dezmințire a falsurilor iar altele 16, deja în format video, au fost publicate pe canalul de YouTube *Stopfals*. Lunar au fost elaborate „top”-urile falsurilor, infografice, video-uri tematice, periodic au fost publicate pe rețelele sociale alerte privind falsurile virale în internet. Timp de șapte luni au fost monitorizate unele portaluri de știri și, drept urmare, a fost elaborată lunar „Cronica dezinformării”; au fost editate și inserate în ziarele membre API câteva ediții ale paginii de educație mediatică „Gândește critic!” etc. API și portalul *Stopfals.md* au fost raportori pentru Republica Moldova în proiectul *EUvsDisinfo* al Grupului *East StratCom* din cadrul Serviciului European de Acțiune Externă, monitorizând presa pro-Kremlin din Republica Moldova. Timp de trei luni au fost monitorizate 20 de site-uri și realizate rapoarte săptămânale despre narativele referitoare la noul coronavirus din presa din Moldova. În acest proces au participat redacții din 20 de țări din Europa. În septembrie 2020, portalul *Stopfals.md* a semnat Codul de principii al *International Fact-Checking Network (IFCN)*, cea mai prestigioasă rețea de verificare a faptelor din lume. API este membru al *Asociației Mondiale a Ziarelor și a Producătorilor de Știri (World Association of Newspapers and News Publishers – WAN/IFRA)* (2001), al Platformei Naționale a Forumului ONG-urilor din cadrul Parteneriatului Estic (2009), colaborează cu entități obștești din Republica Moldova, România, Polonia, Olanda, Ucraina, Estonia etc.

*Asociația Presei Electronice (APEL)* înregistrată pe 30 iulie 1999 reprezintă o entitate obștească neguvernamentală, necomercială și apolitică la care sunt afiliați 35 de membri (stații de radio și canale de televiziune), precum și membri cu titlu individual. Ea este preocupată de edificarea în coordonatele europene a sistemului național de radioteleviziune. Activitatea APEL se derulează pe patru direcții prioritare: apărarea intereselor legitime ale radiodifuzorilor; promovarea în audiovizual a standardelor profesionale universal recunoscute și monitorizarea modului în care sunt respectate prevederile legale și normele etice; elaborarea de propuneri de îmbunătățire a cadrului juridic din domeniu care ar permite buna funcționare a audiovizualului din Moldova și lupta împotriva fenomenelor nedorite în mass-media, promovarea libertății presei și a libertății de exprimare.

În acest scop, *APEL* a organizat, în parteneriat cu Consiliul Europei, conferințe internaționale, traininguri și ateliere de pregătire profesională pentru managerii și jurnaliștii de la stațiile locale de radio și de televiziune. *APEL* a tradus și a popularizat legislația americană și cea europeană de profil. Asociația a expertizat cadrul juridic vizând domeniul audiovizualului. *APEL* a elaborat proiecte de legi privind reglementarea activității întregului domeniu al audiovizualului din Moldova, inclusiv *Codul serviciilor media audiovizuale al Republicii Moldova* adoptat de parlament în anul 2018.

Pe parcursul anilor, asociația a efectuat multiple monitorizări privind implementarea legilor de profil adoptate. În special a supravegheat activitatea companiei *Teleradio-Moldova* în procesul de transformare în instituție publică și de edificare a unui serviciu public veritabil de radio și de televiziune, a analizat comportamentul audiovizualului în campaniile electorale prezidențiale, parlamentare și locale. Ea a monitorizat conținutul serviciilor de programe ale radio-difuzorilor publici și privați din varii perspective, inclusiv prin optica respectării pluralismului politic.

*Centrul Media pentru Tineri* reprezintă organizația obștească în domeniul jurnalismului de nișă, fiind adresată unei anumite categorii de consumatori/producători de informație. Din momentul fondării, 2003, centrul a implementat zeci de proiecte ce au promovat dreptul copiilor și al tinerilor la libera exprimare, la opinie și participare. Potrivit site-ului instituțional, *Centrul Media pentru Tineri* a dezvoltat cunoștințe și abilități de comunicare la peste 10 mii de copii și tineri din țară în cadrul a peste 250 de traininguri, workshopuri, ateliere media, dar și emisiuni radio și TV, produse video, articole, spoturi sociale.

Acestea și alte organizații neguvernamentale (*Comitetul pentru Libertatea Presei*, 1994; *Ghilda jurnaliștilor agrarieni*, 1999; *Centrul de Promovare a Libertății de Exprimare și a Accesului la Informație „Acces-info”*, 2000, *Centrul tânărului jurnalist*, 2002, *Centrul de Investigații Jurnalistice*, 2003 etc.) realizează, în calitate de exponenți ai societății civile, importante funcții de control public în câmpul comunicării mediatică, precum și al comportamentului mass-media naționale întru promovarea dreptului cetățeanului la informare. Detalii în acest sens sunt cuprinse în paginile următoare.

*Reglementări și autoreglementări.* În perioada sovietică, mass-media autohtonă nu a dispus de un cadru legal special. Ea a fost creată și funcționa în conformitate cu deciziile PCUS și ale PCM. La 1 august 1990 a fost adoptată Legea URSS „Cu privire la presă și celelalte mijloace de informare în masă”. Ratificat ulterior de Parlamentul Republicii Moldova, acest act legislativ a reglementat temporar, până în anul 1994, mediile locale de informare.

Cadrul juridic de reglementare a activității mass-media din Republica Moldova, potrivit unor estimări, în ultimele trei decenii s-a dezvoltat pe două căi: a)

elaborarea și adoptarea de noi legi conforme standardelor europene și b) ajustarea conținutului legilor adoptate anterior la rigorile legislației europene.

Inițial, funcționarea mediilor de informare a fost determinată de actele internaționale, semnate și ratificate de Republica Moldova între anii 1991-1997. Definitorii în acest sens au fost *Declarația universală a drepturilor omului*, *Pactul internațional cu privire la drepturile civile și politice*, *Convenția europeană a drepturilor omului*, semnate și ratificate de instituțiile abilitate. În acest mod, Republica Moldova s-a angajat să garanteze oricărei persoane dreptul la libertatea de exprimare. Potrivit art. 10 al *Convenției europene a drepturilor omului*, de exemplu, „acest drept cuprinde libertatea de opinie și libertatea de a primi sau a comunica informații ori idei fără amestecul autorităților publice și fără a ține seama de frontiere”.

Cadrul legal național de funcționare a mass-media a început să fie creat odată cu adoptarea Constituției Republicii Moldova (1994). Legea fundamentală a garantat oricărei persoane libertatea conștiinței, gândirii și creației, precum și libertatea exprimării în public prin cuvânt, imagine sau prin alt mijloc posibil (art. 31, 32, 33). Constituția Republicii Moldova a proclamat că dreptul persoanei de a avea acces la orice informație de interes public nu poate fi limitat. Autoritățile publice, potrivit constituției, sunt obligate să asigure informarea corectă a cetățenilor asupra treburilor publice și asupra problemelor de interes personal. În acest context, Legea fundamentală a republicii a stabilit că „mijloacele de informare publică, de stat sau private, sunt obligate să asigure informarea corectă a opiniei publice” și că „mass-media nu sunt supuse cenzurii” (art. 34, alin. (4) și alin. (5)).

Prevederile constituționale au fost concretizate ulterior în diferite acte legislative care, direct (*Legea presei*, 1994 [146], *Legea audiovizualului*, 1995 [143], *Codul audiovizualului*, 2006 [65], *Legea cu privire la libertatea de exprimare*, 2010 [145], *Legea privind deetatzizarea publicațiilor periodice publice*, 2010 [150], *Codul serviciilor media audiovizuale al Republicii Moldova*, 2018 [66] sau indirect (*Legea privind accesul la informație*, 2000 [147], de ex., au jalonat dezvoltarea diferitor sectoare ale mass-media. Ele au stabilit atât drepturile, cât și responsabilitățile legale în activitatea sectorului mediatic. *Legea cu privire la libertatea de exprimare*, bunăoară, prevedea, în parte, că nicio instituție media sau jurnalist nu va mai putea fi tras la răspundere pentru articole pretins defăimătoare, dacă după publicarea lor a trecut mai mult de un an. De asemenea, judecățile de valoare, criticile persoanelor publice, ale autorităților și statului nu vor servi motive pentru urmăriri judiciare. Conform legii citate, instanța de judecată va aplica sechestru pe bunurile redacționale, inclusiv pe conturile bancare pentru a acoperi eventualul prejudiciu moral. [145]

În această ordine de idei vom reține două amendamente cu impact relevant asupra evoluțiilor media din Republica Moldova, operate de Parlament la Codul

audiovizualului. Primul, adoptat prin legea nr. 11 din 26 februarie 2016, a vizat art. 66, alin. 3 prin care a fost restricționat până la două (de la cinci) numărul de instituții mass-media pe care le poate deține o singură persoană. Totodată, amendamentul, neavând efect retroactiv, se preciza în raportul *Freedom House* privind evoluțiile cheie ale mass-media din Moldova în anul 2016, nu a afectat persoanele care au deținut până la adoptarea prevederii respective două și mai multe instituții media.

Cel de-al doilea amendament a intrat în vigoare pe 10 februarie 2018 (Legea nr. 257 din 22 decembrie 2017). El a consacrat în Codul audiovizualului de atunci noțiunea de *securitate informațională*, tratată drept „stare de protecție a resurselor informaționale, a persoanei, a societății și a statului, inclusiv un ansamblu de măsuri pentru asigurarea protecției persoanelor, a societății și a statului de eventuale tentative de dezinformare și/sau de informare manipulative din exterior și pentru neadmiterea provocărilor cu caracter mediatic îndreptate împotriva Republicii Moldova”. În virtutea acestui fapt, art. 9 a fost completat cu alineatul (2<sup>1</sup>) cu următorul cuprins: „În vederea asigurării securității informaționale a statului, se permite radiodifuzorilor și distribuitorilor de servicii transmisia programelor de televiziune și radio cu conținut informativ, informativ-analitic, militar și politic care sunt produse în statele membre ale Uniunii Europene, SUA, Canada, precum și în statele care au ratificat Convenția europeană cu privire la televiziunea transfrontalieră”. Amendamentul dat a vizat direct serviciile audiovizuale din Rusia, țară ce nu a ratificat convenția. Din acest motiv, legea nr. 257 din 22 decembrie 2017 a fost calificată drept legea anti propagandă rusă. În ultimul an de guvernare a socialiștilor (2020), prevederea dată a fost abrogată. Pe marginea acestui fapt urma să se pronunțe Curtea Constituțională.

Ideea privind protejarea spațiului audiovizual național a fost reeditată într-o tratare mai largă în *Codul serviciilor media audiovizuale al Republicii Moldova* (2018). Astfel, art. 17 al acestui act legislativ, preluând integral în al. 4 textul amendamentului citat din 2017, a fost completat cu o serie de alte prevederi ce asigură securitatea spațiului audiovizual național și anume: frecvențele radio în sistem digital terestru sau în sistem analogic au fost calificate drept bun public iar spațiul audiovizual național a fost catalogat drept spațiu în care este favorizată libera circulație a informației. În context au fost tratate libertatea de exprimare, acoperirea necesităților informaționale sociale și integritatea profesională și socială a furnizorilor de servicii media. [66]

*Codul serviciilor media audiovizuale al Republicii Moldova* în ansamblu a oferit un cadru legal complex și detaliat pentru dezvoltarea radiodifuzorilor naționali, regionali și comunitari, publici și privați. El a constituit o sinteză a legislației anterioare și a bunelor practici europene în domeniu. Codul a stabilit principiile comunicării audiovizuale (cap. II), normele de drept în organizarea și



funcționarea serviciilor media liniare și neliniare (cap. III și VIII), a furnizorilor publici naționali și regionali (cap. IV și V), a radiodifuzorilor comunitari (cap. VI), a distribuitorilor de servicii media (cap. VII). Codul a oferit o nouă abordare a comunicărilor comerciale audiovizuale (cap. IX) și a concretizat noile atribuții ale Consiliului Audiovizualului în dezvoltarea serviciilor media audiovizuale naționale (cap. X).

Reglementările naționale ale activității mass-media, deși în bună parte corespund bunelor practici internaționale, totuși, nu sunt nici suficiente, nici eficiente. Acest fapt a fost consemnat în *Concepția națională de dezvoltare a mass-media din Republica Moldova* la care ne vom referi în rândurile următoare. Printre carențele relevate de experții în materie s-au numărat, în particular, lipsa unei viziuni de ansamblu asupra dezvoltării mass-media, insuficiența mecanismelor juridice de asigurare a independenței reale a mass-media și a autorităților de reglementare și de supraveghere din domeniu, precum și a celor de protecție a mass-media naționale de acțiuni subversive din interior sau din exterior. În același șir de carențe s-au înscris consacrarea juridică incompletă a pluralismului mass-media și lipsa normelor legale ce ar stimula pluralismul mediatic; insuficiența reglementărilor legale a media online, a presei locale și regionale etc.

Așadar, o parte dintre aceste deficiențe ale cadrului legal au fost înlăturate în anul 2018 prin adoptarea *Concepției naționale de dezvoltare a mass-media din Republica Moldova* (Legea Republicii Moldova nr. 67 din 26.07.2018) [149]. Documentul respectiv a formulat reperatele pentru politicile publice coerente în domeniul mediatic, menite să fortifice rolul sistemului mediatic în asigurarea dreptului constituțional la informație al cetățenilor și în consolidarea unei societăți democratice. În acest sens, concepția a formulat trei obiective majore, și anume:

I. Crearea cadrului normativ suficient și eficient de reglementare a activității mass-media care să asigure funcționarea acesteia pe principii democratice și într-un spațiu mediatic securizat;

II. Crearea cadrului juridico-economic suficient și eficient care să asigure gestionarea domeniului mediatic, ca agent economic specific, în condițiile economiei de piață și ale concurenței loiale, menit să fortifice sustenabilitatea economico-financiară a mass-media și, drept consecință firească, independența ei editorială;

III. Profesionalizarea domeniului mediatic care să răspundă necesităților mass-media dar și provocărilor la care este supusă în noile condiții și realități. Fiecare obiectiv a fost concretizat în instrumente și căi de soluționare a problemelor relevate.

Perfecționarea cadrului legislativ vizează în special elaborarea și adoptarea unei noi legi cu privire la publicitate în conformitate cu prezenta concepție care să fie ajustată la standardele și bunele practici internaționale; să asigure o



conurență loială pe piața de publicitate; să prevadă drepturile și responsabilitățile tuturor părților implicate în industria publicității: furnizori, producători, distribuitori și difuzori de publicitate; să consacre juridic noțiuni și definiții ale tipurilor de publicitate, actualmente lipsă în legislație, cum ar fi „publicitatea politică”, „publicitatea de stat”, „mesajele de interes public” etc.

Identificând, bunăoară, zonele vulnerabile ale gestiunii domeniului mediatic, concepția a pledat pentru recuperarea insuficienței cadrului juridico-economic privind gestionarea mass-media și, în special, a presei scrise și celei online; dezvoltarea echilibrată a mass-media în capitala țării și mediul rural; crearea condițiilor propice pentru gestionarea corespunzătoare a radiodifuzorilor publici întru exercitarea potrivită a misiunii lor sociale, asigurarea transparenței proprietății, finanțării și activității economice media, instituirea limitelor speciale fie în cotele de audiență, fie în cifrele de afaceri, fie în accesarea publicității comerciale (nu mai mult de 25-35% pentru un proprietar beneficiar final), operarea de amendamente privind facilitățile fiscale temporare pentru diferiți actanți din domeniul media (investitori străini, pentru instituțiile mediatic nou-create etc.) și mecanismele de acordare a ajutorului de stat.

Făcând referințe la procesul de profesionalizare a domeniului mediatic, concepția a stabilit mai multe oportunități printre care: formarea managerilor mediatici; instruirea continuă a cadrelor angajate în domeniul mediatic; dezvoltarea cercetărilor științifice cu aplicabilitate practică în domeniu, inclusiv pe dimensiunea pluralismului mediatic și pe cea a securizării spațiului mediatic etc.

Concepția națională de dezvoltare a mass-media din Republica Moldova a prescris, de asemenea, necesitatea stimulării jurnalismului de calitate și descurajării jurnalismului de mercenariat; creării serviciilor ombudsmanilor de presă, a asociațiilor de profesioniști în domeniul mediatic, inclusiv a patronatelor. Documentul s-a pronunțat în favoarea ajustării și actualizării normelor deontologice ale jurnalistului în funcție de evoluțiile domeniului mediatic pentru crearea unui sistem eficient de autoreglementare a mass-media.

În februarie 2020 au avut loc primele audieri publice privind implementarea acestei concepții. Ele au constatat că acest proces „bate piciorul pe loc”, asta pe motiv că nu au fost întreprinși nici primii pași: e vorba de elaborarea strategiei și planului respectiv de acțiuni [68]. În primăvara anului 2021, o asemenea strategie a fost elaborată de sectorul asociativ media și prezentată spre examinare comisiei parlamentare de profil. Soarta acestui document însă a rămas în grija Parlamentului de legislatura a XI-a ales anticipat pe 11 iulie 2021.

*Autoreglementarea profesională* atât la scară națională, cât și la scară instituțională în perioada postcomunistă a fost inițiată la 4 mai 1999, când Congresul extraordinar al Uniunii Jurnaliștilor al Republicii Moldova a adoptat Codul al principiilor de etică a jurnalistului. Supravegherea modului în care acesta

este respectat a fost pusă pe seama Consiliului Național de Etică instituit atunci în acest scop. Congresul a lansat un apel către toate organizațiile de jurnaliști din republică de a contrasemna documentul pentru a-i conferi recunoaștere națională. La 26 mai 1999, el a fost semnat de 11 asociații de jurnaliști. Codul a avut la temelie documentele adoptate de Adunarea Parlamentară a Consiliului Europei privind etica jurnalistică, precum și principiile de conduită ale Federației Internaționale a Jurnaliștilor. „Principiul de bază al oricărei judecăți etice a jurnalistului, se arată în cod, este distincția clară care trebuie făcută între informație și opinie, astfel încât să fie imposibilă confundarea lor”. Codul principiilor de etică a solicitat de la jurnaliști să demonstreze integritate profesională prin respectarea legilor țării, a drepturilor omului, inclusiv la informarea corectă, imparțială și coerentă etc.

Din ianuarie 2009, autoreglementarea mass-media s-a aflat în vizorul Comisiei de etică a Asociației Presei Independente iar mai târziu – al Consiliului de Presă din Republica Moldova instituit pe 1 octombrie 2009 de șase asociații obștești: Asociația Presei Independente (API), Centrul pentru Jurnalism Independent, Comitetul pentru Libertatea Presei, Uniunea Jurnaliștilor din Moldova, Centrul de Resurse al Organizațiilor Neguvernamentale pentru Drepturile Omului din Moldova „CREDO” și Institutul pentru Dezvoltare și Inițiative Sociale „Viitorul”. Consiliul de Presă din Republica Moldova, ca structură independentă în raport cu administrația publică, mediul politic, mediul de afaceri, alte grupuri de interese, contribuie la responsabilizarea mass-media față de consumatorii de media, prin soluționarea amiabilă a litigiilor dintre publicații și cititori, promovarea jurnalismului de calitate, respectarea principiilor deontologice jurnalistice de către publicații, agenții de știri sau portaluri informaționale. Consiliul de Presă din Republica Moldova, potrivit site-ului instituțional, a devenit membru al Rețelei organizațiilor de autoreglementare media din țările membre ale Parteneriatul Estic și Federația Rusă și al Alianței Europene a Consiliilor de Presă Independente (AIPCE).

În septembrie 2010-februarie 2011, sub egida Consiliului de Presă, experții media ai Consiliului Europei și din Republica Moldova au efectuat prima actualizare a Codului principiilor de etică profesională (Codul deontologic) al jurnalistului din Republica Moldova, adoptat în 1999 de Uniunea Jurnaliștilor. La 3 mai 2011, în municipiul Chișinău a avut loc o conferință națională, în cadrul căreia peste 80 de reprezentanți ai instituțiilor și asociațiilor de media au semnat Codul deontologic, asumându-și obligațiunea de a-l respecta. Ulterior, documentul a fost semnat de alte instituții mass-media.

A doua actualizare a avut loc în mai 2019, când Codul deontologic al jurnalistului din Republica Moldova a fost publicat în versiune completată. Propunerile de completare a Codului au fost elaborate de un grup de experți naționali și internaționali ai organizației *Freedom House* și consultate cu profesioniștii

din domeniul mass-media, reprezentanții asociațiilor obștești, alte persoane și organizații interesate.

Versiunea completată a Codului deontologic al jurnalistului are în total 89 de articole structurate în șapte capitole și un preambul. Acestea cuprind principalele norme de deontologie profesională care vizează, în particular, asigurarea acurateții colectării, verificării și difuzării informației (separarea faptelor de opinii, corectarea erorilor și dreptul la replică, clauza de conștiință și cenzură etc.); protecția dreptului omului (viața privată, prezumția nevinovăției, protecția persoanelor în situații vulnerabile și a copiilor etc.); conflictul de interese în activitatea jurnalistică; modul de utilizare a tehnicii și echipamentelor speciale de colectare a informațiilor (cameră video ascunsă, dictafon mascat etc.); obligațiile mutuale ale jurnalistului și angajatorului; modul de aplicare a normelor de autoreglementare.

Monitorizarea aplicării codului și examinarea încălcării prevederilor lui revin Consiliului de Presă din Republica Moldova care emite decizii de constatare și face recomandări. Tot el a elaborat în anul 2019 îndrumarul *Bune practici în jurnalismul din Republica Moldova*.

*Formarea jurnaliștilor.* În anul 1966 s-a produs selectarea primei grupe de studenți-filologi ai Universității de Stat din Moldova pentru specializarea în domeniul mass-media. Trei ani mai târziu a fost creată Secția de jurnalistică în cadrul Facultății de Filologie a USM. În 1980, în cadrul Universității de Stat din Moldova a fost deschisă Facultatea de Jurnalistică. În 1993, ea a fost reprofilată în Facultatea de Jurnalism și Științe ale Comunicării. În 2005, facultatea adoptă o nouă concepție de formare a jurnaliștilor. Ea prevede trei cicluri de instruire universitară: de licență (trei ani), de master (doi ani) și de doctorat (trei-patru ani).

În prezent, formarea cadrelor de jurnaliști se face și în alte instituții de învățământ superior private (Universitatea de Studii Europene din Moldova, Universitatea Liberă Internațională din Moldova etc.). Instruirea în câmpul jurnalismului este efectuată și de entități extrauniversitare, precum Școala de studii avansate în jurnalism, proiect al Centrului pentru Jurnalism Independent inițiat în septembrie 2006.

\*\*\*

Mass-media naționale, generalizând cele expuse în acest compendiu, au așadar o istorie de peste două secole. Ele, deși au înregistrat un decalaj de peste o 100 de ani, au urmat totuși itinerarul jurnalismului european, evoluând de la ziare, reviste și alte tipărituri spre radiodifuziune și televiziune, iar ulterior – spre new media. Mediile de informare locale au resimțit din plin consecințele evoluțiilor/involuțiilor prin care a trecut de-a lungul anilor și a rânduieților sociale diferite actualul spațiu al Republicii Moldova. În partea a doua a acestui studiu vom analiza perioplul postcomunist al mass-media autohtone din ultimele trei decenii.

## Partea II

### MASS-MEDIA DIN REPUBLICA MOLDOVA: TREI DECENII DE EVOLUȚII ȘI INVOLUȚII (analiză diacronică)

În debutul anilor `90, presa scrisă și cea electronică naționale au intrat în etapa postsovietică de dezvoltare. Acest proces s-a caracterizat prin mai multe însemne, inclusiv prin explozia cantitativă a mass-media, demonopolizarea de partid și diversificarea/pluripartidismul media, etatizarea/deetatizarea mijloacelor de informare, inițiativa privată în sectorul mediatic etc. Aceste și alte evoluții au fost consemnate pentru prima dată de autorul prezentei cărți în articolul *Noi dimensiuni ale mass-media din Moldova* publicat în buletinul analitic *Mass-media în Moldova* al Centrului Independent de Jurnalism (1995, august, nr. 1, pp. 2-4) și reeditat mai târziu în revista *BalkanMedia* (Sofia, Bulgaria, 1996, v. 3, pp. 20-21). Noile valențe ale peisajului mediatic indigen din acea perioadă le-am estimat drept inovative și de pionierat în Republica Moldova. Marcând revirimentul sectorului mediatic național, atunci acestea au alimentat supoziția că la noi presa scrisă și audiovizualul se îndepărtează de trecutul sovietic și tind să îmbrățișeze valorile jurnalismului liber, imparțial și pluralist.

De la primele noastre cercetări ale fenomenului mediatic național contemporan a trecut un sfert de veac. Care au fost destinele primenirilor din câmpul mass-media autohtone atestate în anii `90? Au avut ele aprofundare sau au bătut în retragere, urmând calea involuțiilor? Care au fost trăsăturile noi/vechi conferite mass-media naționale de atunci încoace? Prezentul compartiment cuprinde o analiză comparativă a parcursului mediilor de comunicare în anii `90 și două decenii mai târziu, după proclamarea independenței Republicii Moldova.

## **Capitolul I. MASS-MEDIA vs. PARTIDELE POLITICE**

Republica Moldova a moștenit de la vechiul regim o presă scrisă și electronică profund înregimentată ideologic. Această stare de lucruri a fost determinată de cadrul legislativ în vigoare în perioada sovietică. Constituția URSS (1977), deși proclama în art. 50 libertatea cuvântului și cea a presei, le-a conferit o interpretare doctrinară: libertățile menționate urmau să fie racordate „intereselor poporului și scopurilor consolidării și dezvoltării orânduirii socialiste”. Îndoctrinarea mijloacelor de informare și propagandă de masă (astfel, în perioada sovietică au fost denumite resursele media) a fost determinată, de asemenea, de monopolul exclusiv al Partidului Comunist al Uniunii Sovietice (PCUS) și, implicit, al organizațiilor lui teritoriale (inclusiv al Partidului Comunist al Moldovei – PCM) în această sferă a vieții sociale. Atare practică a fost legiferată, în special, după 1977, când PCUS a fost declarat constituțional drept „forța conducătoare și îndrumătoare a societății sovietice, nucleul sistemului politic, al organizațiilor de stat și obștești” (art. 6).

Dominația respectivă și-a găsit expresie în controlul de partid al apariției oricărei publicații periodice, în finanțarea acestora, determinarea politicilor lor editoriale, supravegherea prin aplicarea cenzurii a conținuturilor media, deținerea monopolului asupra multiplicării (prin editurile specializate *Partizdat/ Politizdat*) și răspândirii presei periodice, precum și asupra emisiei audiovizuale etc. În acele vremuri, nicio chestiune din câmpul media nu era examinată fără acordul sau decizia organelor PC. Mai toate publicațiile fie erau organe de presă ale Partidului Comunist, fie erau editate de entitățile afiliate ideologic PC. Altfel spus, în perioada sovietică a dominat monopartidismul mediatic absolut.

Esența și practicile lui pot fi lesne deduse din numeroasele documente emise la acea vreme de PCUS și PCM. Pe 3 noiembrie 1951, de exemplu, Biroul Comitetului Central al PCM a emis decizia privind editarea ziarului de tiraj al Universității de Stat din Chișinău. Din textul deciziei, publicat pe 12 iulie 2021 pe *Facebook* de istoricul Liliana Rotaru, aflăm că autoritatea respectivă de partid a autorizat apariția tipăriturii (7 noiembrie 1951, când se marca aniversarea revoluției bolșevice), denumirea acesteia – *Сталинец (Stalinistul)*. Decizia a stabilit de asemenea statutul ziarului (organ de presă al comitetului de partid, rectoratului și al comitetului sindical al universității), periodicitatea tipăriturii (săptămânală); volumul și formatul, tirajul și prețul fiecărui exemplar. Biroul Comitetului Central al PCM a desemnat de asemenea redactorul publicației.

Monopartidismul mediatic din perioada sovietică rezultă pregnant din nota informativă a Biroului CC al PC(b)M din 23 ianuarie 1959 citată de cercetătoarea Mariana Bagrin din care reproducem unele spicui: „(...) Subvenția de stat alocată pentru editarea ziarelor și revistelor din RSSM sub egida Partizdat-ului CC al PC(b)M constituia 4 mil. ruble anual, iar măsurile preconizate în vederea redu-

cerii pierderilor suportate de publicațiile periodice și renunțării la subvenția de stat pentru presă erau următoarele: desființarea ziarului republican *Colhoznicul Moldovei* și compensarea acestui lucru printr-o reflectare mai largă a problemelor agriculturii în limba moldovenească în ziarul *Moldova Socialistă*. Tirajul de 50 de mii de exemplare al publicației *Colhoznicul Moldovei* urma să fie transmis *Moldovei socialiste*; (...); ziarele de tineret *Tinerimea Moldovei* și *Молодежь Молдавиу* urmau să apară pe viitor într-o singură ediție, cu text similar în limbile moldovenească și rusă (...); reorganizarea ziarului *Вечерний Кишинев* (ziarul orășenesc al organizației teritoriale de partid – c.m.) prin micșorarea dublă a formatului, reducerea periodicității (de la șase la cinci ori pe săptămână), reducerea personalului și onorariului etc. (...); desființarea revistelor *Блокнот агитатора* și *Коммунист Молдавиу* (în cazul celei din urmă, se preconiza păstrarea doar a ediției de limba moldovenească) (...); dublarea (...) prețului de abonare la revista *Nistru* de la 2,5 ruble la cinci ruble pentru un număr, iar în cazul revistelor *Femeia Moldovei* și *Scânteia leninistă* – de la o rublă la două ruble pentru un număr”.

Întru confirmarea aceleiași teze privind monopartidismul mediatic, mai amintim că în 1962, potrivit sursei citate, prin decizia PC a fost suprimată întreaga presă raională din RSSM, locul ei fiind luat de ziarele interraionale: *Scânteia* (Bălți), *Drapelul leninist* (Bender), *Leninistul* (Brătușeni), *Calea spre comunism* (Cahul), *Drapelul leninist* (Bender), *Zorii* (Călărași), *Satul colhoznic* (Căușeni), *Zorii Moldovei* (Comrat), *Zorii comunismului* (Cotovsc), *Drapelul victoriei* (Criuleni), *Drumul leninist* (Lazo), *Drapelul comunismului* (Leova), *Farul Nistrean* (Râbnița), *Pravda* (Ungheni), *Drapelul roșu* (Florești), *Tribuna* (Otaci). Am insistat asupra acestui registru de ziare pentru a dezvolta și tiparele ideologice cuprinse în mai toate titlurile acestora.

Îndoctrinarea presei în perioada monopartidismului mediatic a fost realizată din plin și de aplicarea cenzurii rigide și neconținute, instituționalizată în *Glavlit* (acronimul rusesc *la Glavnoe upravlenie po delam literatury i peçiatî*). Fondată în 1922, această entitate a fost calificată de unii cercetători drept „*KGB-ul ideologic*”. La 25 iulie 1991, în cadrul Ministerului Informației și Presei din URSS, în locul *Glavlit* a apărut Agenția pentru apărarea secretelor de stat în mass-media, care a existat până la 24 octombrie 1991. *Glavlit*-ul își avea extensii în fiecare republică sovietică și avea în vizor, în special, instituțiile media.

Istoricul Ion Varta în articolul *Cenzura sovietică din RSS Moldovenească în anii '70 ai secolului al XX-lea* (2011) [275], în această ordine de idei nota: „... cenzura draconică de tip comunist a făcut ravagii decenii la rând, schilodind și mutilând destinele nu doar ale reprezentanților culturii, științei din RSSM. Prin privarea de dreptul de a accede, în mod nestingherit, la informația utilă, pe care cenzorii sovietici, acești „ostași ai frontului invizibil”, au dosit-o cu multă

„grijă”, s-au comis alte multiple crime, deformându-li-se și conștiința sutelor de mii de basarabeni și ale căror consecințe le mai resimțim și în prezent”.

Modificarea în data de 14 martie 1990 a art. 6 din constituția sovietică a marcat încheierea etapei de dominație absolută a PCUS. Noile prevederi constituționale însă au avut un conținut ambivalent: pe de o parte, PCUS înceta să mai fie calificat drept nucleu al societății iar pe de alta – partidele politice altele decât PC, deși au intrat în legalitate și puteau să acționeze în limita prevederilor lor programatice și statutare, totuși, nu puteau depăși cadrul constituțional al statului socialist.

În pofida acestei restricții, Constituția în redacția 1990 a consemnat apusul erei monopartidiste și a deschis perspective pentru societatea pluripartidistă. Concomitent a fost declanșat procesul de demontare a monopolului PC în domeniul mass-media, de retragere a presei din sfera politicului și trecerea ei în spațiul public. Acest proces a fost unul complex și contradictoriu, cu afluxuri și refluxuri, cu progrese și regrese, ce a cuprins toate republicile sovietice.

În anii `90 a avut loc trecerea de la monopartidism la pluripartidism mediatic și în Republica Moldova. În acea perioadă, presa de partid a devenit o constantă în câmpul mediatic autohton.

## **1.1. De la monopartidism la pluripartidism media**

### **A. Presa de partid în anii `90**

Pluripartidismul media a constituit inovația anilor `90 în câmpul mijloacelor de informare autohtone. Stadiul inițial al acestui fenomen l-am abordat în articolul *Presa de partid și valorizarea societății civile* [176]. Îl reproducem aproape integral, deoarece el facilitează înțelegerea evoluțiilor ulterioare pe acest segment de presă.

„Creșterea numerică fără precedent în prima jumătate a anilor 90 a formațiunilor politice (totalul lor depășiseră cifra de 50) a fost însoțită de proliferarea presei de partid, notam atunci. Mai fiecare asociere politică considera drept angajament editarea unui ziar. Astfel, în anul apariției ziarului *Țara*, 1990 (predecursor al ziarului *Țara* a fost buletinul informativ *Deșteptarea* apărut în mai 1989 – n.n.) sunt lansate de asemenea publicația social-democraților *Republica*, tipăritura comuniștilor *Cuvântul*. În 1993, pe arena presei debutează socialiștii cu ziarul *Dreptatea*, pefediștii de astăzi (atunci Congresul Intelectualității) pornesc *Mesagerul*, agrarienii – *Pământ și Oameni*. Partidul Reformei pune la cale *Observatorul de Chișinău*. Ceva mai târziu apar *Moldovanul* (Partidul Republican), *Albina* (Partidul Democrat al Muncii), *Libertatea* (Partidul Liberal), *Lucafărul* (Partidul Renașterii și Concilierii), *Dialog* (Mișcarea pentru o Moldovă Democrată și Prosperă), *Furnica* (Mișcarea Social-Politică „Alianța civică pentru reforme”)



etc. O serie de partide în aceeași perioadă de timp au purces la crearea verigii locale de presă.

Activitatea editorială a partidelor este pe cât de perseverentă, pe atât și de instabilă, menționăm în articolul de referință. Curba ei e în creștere în ajunul și pe parcursul campaniilor electorale. Alegerile locale din primăvara anului 1999 au relevat încă o dată acest fapt. Intensitatea interesului față de presă scade însă brusc imediat după consumarea scrutinului. Excepție fac doar acele partide care au depășit baremul stabilit de legislația electorală în vigoare. Efemeritatea multor publicații de partid, precum și indisciplina editorilor în respectarea legii despre depozitul legal de tipăritură fac practic imposibilă estimarea statistică deplină a acestui strat de presă scrisă. Datele de care dispunem ne permit deci să evaluăm cu aproximație prezențele ziarelor de partid pe piața informațională de la noi. Acestea ne sugerează că publicațiile de partid constituie în jurul la 40 la sută din numărul total de tipărituri relativ stabile. Acest quantum, deși, repet, nu reflectă cu exactitate parametrii cantitativi ai presei de partid, oricum îi considerăm extrem de mare, dacă luăm în calcul ponderea încă semnificativă a statului pe piața mass-media. Actualmente, presa de partid și cea de stat în ansamblu au suficiente șanse să pună în umbră ziarele publice sau private. Statutul auxiliar al acestora însemnează, de fapt, că societatea civilă e privată de spațiul public comunicațional. De aici și interesul nostru deosebit, în particular, față de corelația presă de partid-spațiu public comunicațional, precum și față de impactul presei de partid asupra valorizării societății civile.

Partidele politice în optica tratării tradiționaliste a societății civile constituie structuri ale acesteia, ele având în obiectiv valorificarea dreptului cetățeanului la existență politică. În ultimele decenii, tot mai mulți cercetători înclină însă spre a le include în cadrul societății politice. Practica socială curentă din Moldova ne furnizează și ea suficiente argumente în favoarea ultimei opțiuni. Formațiunile politice de la noi sunt mai mult tentate să migreze în sfera puterii decât să întru-chipeze voința cetățenilor în deliberarea chestiunilor publice sau să constituie exponenți ai societății civile într-o frustrare a puterii. În această perspectivă, presa noastră de partid mai curând face corp comun cu puterea sau promovează interesele de partid orientate spre cucerirea puterii. Altfel zis, ziarele de partid mai degrabă reprezintă tribune ale unor structuri care se autonomizează tot mai mult de societatea civilă, alienându-se de ea.

„Puterea presei, scria în anul 1972 jurnalistul american Theodore White, e primordială. Ea stabilește ordinea de zi a discuțiilor publice”. Or, anume discuțiile publice pe marginea chestiunilor publice reprezintă una dintre valențele definitorii ale spațiului public comunicațional. Presa de partid, în general, ziarele noastre editate de diverse formațiuni politice de la noi, în particular, depășesc cadrul acestui spațiu. Filtrând informația, ele, în fond, pun pe agenda de zi pro-

blemele ce au conotații evidente de partid. În concluzie notăm că presa de partid în virtutea statutului și a preocupărilor ei curente urmează să fie inclusă cu circumspecție în spațiul public comunicațional. Parte integrantă a acestuia ea poate fi atunci când respectă anumite rigori.

Experiența activității editoriale de partid de la noi, menționăm în articolul citat, oferă în acest sens câteva exemple. Unul dintre acestea ar putea servi *Observatorul de Chișinău*. Ziarul a fost lansat în ajunul alegerilor parlamentare din 1994 de către Partidul Reformei. El a apărut un timp scurt, de la 16 noiembrie 1993 până la 15 martie 1994. Partidul Reformei, neavând suportul social suficient, a rămas în afara cursei electorale și curând a dispărut pentru câțiva timp de pe eșichierul politic autohton. Odată cu el a dispărut de pe arena informațională și ziarul. Astfel, comportamentul partidului a fost unul obișnuit, deloc reformator. În schimb, ținuta și consistența informațională a *Observatorului de Chișinău* au denotat că partidul și-a onorat cu brio propria denumire.

Revelația pe care a produs-o și care, consider, va fi remarcată în istoria modernă a mass-media din Moldova a constat în faptul că *Observatorul de Chișinău* (grație profesionalismului colaboratorilor lui, dorinței lor de a practica un jurnalism de bună calitate) a demonstrat o voință clară de a respecta dreptul cetățeanului la informație. Dreptul în cauză, spre deosebire de cel al libertății presei, e unul mai complex. Cercetătorii Ion Dogaru și Dan Claudiu Dănișor, în studiul lor recent *Drepturile omului și libertățile publice*, arată că acesta este axat pe „persoana umană și nu pe structura socială”. Articolele din ziarul examinat inserate la rubricile *Societate, Politică, Economie și Business, Hârtii de valoare, Bănci și Finanțe, Publicitate, Cultură*, unele dintre care fiind novatoare pentru presa națională, urmează să fie estimate anume prin filiera dreptului la informație. Ele se disting prin exhaustivitate, largă respirație civică și chiar, în linii mari, prin imparțialitate.

Ziarul de partid *Observatorul de Chișinău* a constituit mai curând o excepție decât o regulă atunci când e vorba de presa de partid, concluzionăm în 1999. Adevărat, în ultimul timp o altă publicație de partid, *Mesagerul*, pare să graviteze în jurul ideii de ziar de vocație publică. Aceste tentative, repet, sunt însă atipice pentru presa de partid de la noi. Ea, în general, preferă să indice cum să gândească oamenii, în loc, după cum scria politologul Bernard C. Cohen în cartea sa „The press and Foreign Policy”, „de a le spune la ce ei trebuie să se gândească”.

Valorizarea societății civile – parte inseparabilă a procesului de democratizare a vieții sociale – presupune în mod implicit edificarea unui asemenea sistem al comunicării mediatice în care substanța principală să revină mediilor publice, adică celor care prin natura lor vor avea în prim plan ființa umană în ipostaza ei de cetățean, actor social și politic. Altfel zis, democratizarea revendică o pre-

să pluralistă, dar nu una pluripartidistă. În context, firească e întrebarea: care ar putea fi perspectivele presei de partid? E necesar oare să-i aplicăm careva norme restrictive în maniera celor utilizate de parlament în raport cu editorii ei – formațiunile politice? Consider asemenea acțiuni inoportune și inoperante. Respectând principiul libertății presei, dreptul la libera exprimare nu poate fi îngădit nimănui, inclusiv partidelor politice. Remediul scontat în acest caz îl reprezintă piața informațională ce acționează în societatea civilă. Ea, în cele din urmă (desigur, atunci când recuperarea societății civile de sub incidența puterii se va produce pe toate căile, inclusiv și prin pârgii comunicaționale), va stabili locul și rolul presei de partid care i se potrivește. Unele simptome în acest sens deja se întrezăresc.

Studiul statistic prezentat de buletinul analitic *Mass-media în Republica Moldova* (1998, martie, pp. 29-31), menționam în articolul de referință, arată că preferințele cititorilor sunt de partea publicațiilor de informație și opinie neangajate politic. Astfel, în topul primelor 10 tipărituri subscrise în anul 1998 prin abonamente se numărau cinci ziare de partid (*Dialog*, *Țara*, *Lucașfărușul*, *Mesagerul* și *Libertatea*), iar în lista celor mai solicitate publicații în chioșcurile SA „Moldpresa” figurau doar trei – *Mesagerul*, *Țara* și *Земля и люди* (*Pământ și oameni*).

„Presa pluripartidistă trebuie cel mai puțin tratată ca un flagel al procesului de revenire la modul de organizare democratică a vieții sociale. Ea este mai curând un atavism al vremurilor deja trăite și de care încercăm să ne distanțăm” – cu această estimare generală a finalizat articolul *Presa de partid și valorizarea societății civile*, reprodus mai sus care, repet, a cuprins radiografia presei de partid din anii `90.

### ***B. Presa de partid, două decenii mai târziu***

Presa editată în ultimul deceniu al secolului trecut de numeroasele formațiuni politice a constituit pentru o vreme unul dintre pilonii sectorului mediatic autohton din acea perioadă. Ea a servit o dovadă concludentă că în sec. al XXI-lea în Republica Moldova s-a produs trecerea de la monopartidism la pluripartidism mediatic.

Potrivit unor estimări făcute la mijlocul anilor 2000 de portalul de știri *curentul.md*, 10 ziare în intrat în topul presei de partid care a marcat politica moldovenească. În fruntea listei a fost plasat cel mai longeviv ziar de partid *Țara*, editat între 1990-2003 de Frontul Popular Creștin Democrat, iar ulterior – de Partidul Popular Creștin Democrat. Acesta a fost urmat de *Dialog*, ziarul Mișcării pentru o Moldovă Democratică și Prosperă, iar din 2000 – a Partidului Democrat din Moldova care a fost la guvernare între anii 1998-2001; *Pământ și oameni*, publicația Partidului Democrat Agrar din Moldova care a condus țara

în perioada 1994-1998; *Luceafărul*, ziarul Partidului Renașterii și Concilierii din Moldova (PRCM) creat și condus de ex-Președintele țării, Mircea Snegur (1998-2001), ulterior pentru scurt timp – al Partidului Liberal creat în urma fuziunii PRCM, USL „Forța Moldovei” și Partidului Național Țărănesc Creștin Democrat (2002); *Mesagerul*, editat de Partidul Forțelor Democratice, condus de Valeriu Matei; *ziarul Moldova Noastră* al formațiunii cu aceeași denumire care a jucat un rol important, în special, în perioada de după 2005, când Alianța Moldova Noastră era principala forță de opoziție; ziarele *Republica* și *Alianța*, editate respectiv de Partidul Social-Democrat și Alianța Social-Democrată; publicația *Plai Natal* a mișcării cu același nume; unul dintre cele mai bune ziare pentru tineret *Juventus* editat de Alianța Tineretului Democrat din Moldova. Între anii 1996-2000, Ministerul Justiției a înregistrat 90 de publicații, dintre care de partid au fost 12 sau ceva mai mult de 13 la sută.

Mai toate publicațiile enumerate au avut un parcurs scurt, ele fiind suspendate sau lichidate în anii 2000. Dispariția unor publicații de partid a fost generată de pierderea alegerilor parlamentare de formațiunile politice-fondatoare și de trecerea acestora în categoria partidelor extraparlamentare. Din acest considerent a încetat să apară, de exemplu, presa Partidului Democrat Agrar din Moldova, cea a Partidului Renașterii și Concilierii din Moldova etc.

Un alt motiv al suspendării presei de partid din perioada de referință a fost politica media, promovată agresiv de Partidul Comuniștilor care a acces la guvernare în 2001. Cercetătorul Igor Munteanu în studiul *Partidele politice din Republica Moldova: legi, practici și reforme (2010)* consemna în această ordine de idei: „În spațiul libertăților și drepturilor fundamentale, PCRМ s-a purtat fără mănuși cu partidele de opoziție și presa liberă. Slăbită după înfrângerile suferite și fragmentată, opoziția nu ar fi putut contrazice politicile adoptate de PCRМ decât în plan decorativ și simbolic. Imixtiunea organelor de forță în viața privată a indivizilor și rolul tot mai vizibil al represaliilor în politicile interne promovate de PCRМ au produs o atmosferă destul de încordată în societate. Sperând să blocheze accesul la finanțare al presei și societății civile, PCRМ a căutat să monopolizeze dialogul cu donatorii internaționali, făcându-i să plece pe cei care nu erau convenabili”. [198]

Din aceste considerente, noile formațiuni politice ce au apărut în primul deceniu al secolului în curs nu s-au grăbit să se producă în calitate de fondator/ editor de ziare. Între anii 2000-2007, potrivit listei de publicații a Ministerului Justiției, au fost înregistrate 130 de noi publicații, dintre care doar trei de partid, inclusiv două – necomuniste. Astfel, Partidul Social-Liberal a început editarea săptămânalului *Curierul* (2003) iar Uniunea Tineretului Comunist a lansat ziarul *Puls* (2004). Cea de-a treia publicație – *Socius* a Partidului Social-Democrat, deși a solicitat înregistrarea în 2004, a obținut-o cu întârziere, pe 24 februarie 2005.

*Raportul asupra situației presei* elaborat în 2005 de Centrul de Jurnalism Independent, invocând acest caz, a citat din comunicatul de presă al PSDM în care se menționa că refuzul Ministerului Justiției de a înregistra ziarul „afectează grav posibilitatea partidului respectiv de a transmite mesajul său la alegător și de a-și realiza dreptul electoral”. E de remarcat faptul că deja în 2001, potrivit studiului *Dezvoltarea mass-media ca factor al buneii guvernări*, semnat în 2002 de cercetătorul media Victor Moraru, forțele politice treptat au început să renunțe la organele oficiale de partid [191]. Astfel, Uniunea Social-Liberală „Forța Moldovei” a recurs la serviciile publicației *Glusul Națiunii* iar Frontul Popular Creștin Democrat a încetat să mai declare ziarul *Țara* drept organ de presă al partidului, preferând să-l califice „publicație de informație și analiză”. Această tendință s-a menținut și în următoarele două decenii.

Actualmente, din cele peste 60 de partide înregistrate, doar câteva formațiuni politice desfășoară activități editoriale tradiționale. Între acestea se înscriu publicațiile bilingve *Comunistul* (PCRM), *Socialiștii* (PSRM). Alte formațiuni politice editează ziare ocazional. Între acestea ar putea fi înscrisă, de exemplu, publicația periodică *Un PAS pentru Moldova*, înregistrată în anul 2017 de Partidul Acțiune și Solidaritate (PAS).

Ziarele de partid menținute în versiune printată, de regulă, au fost săptămânale (în perioadele dintre campaniile electorale periodicitatea unora se reduce, ele devenind bilunare sau chiar lunare). Publicațiile de referință s-au confruntat cu mai multe dificultăți financiare și de altă natură. În această ordine de idei, Eugeniu Marian, redactorul-șef al *Comunistului*, nota în articolul *Ziarul trăiește atâta timp cât este citit*: „În condițiile de astăzi, tuturor le este greu. Și ziarului „Comunistul” de asemenea. În primul rând, din cauza că suntem supuși unei blocaje dure de către guvernare care nu vrea să citească adevărul despre sine. În al doilea rând, insuficiența de finanțe ne-a impus să trecem la un regim drastic de economie, cauză din care am fost nevoiți să reducem numărul de pagini și să ne reorganizăm în ceea ce privește cadrele”. În jurnalismul de partid, profesat de această categorie de presă, opina cercetătorul media Ion Bunduchi, „rămâne puțin loc pentru jurnalismul responsabil” [33]. Iată de ce, presa de partid tipărită, cunoscând un aflus fulminant în prima jumătate a anilor '90, a intrat în conul de umbră în următoarele decenii, încetând azi să mai fie unul dintre segmentele de bază ale sistemului mediatic național.

În raioanele de est ale Republicii Moldova, segmentul presei de partid a fost reprezentat de câteva din cele circa 15 formațiuni politice. Astfel, în 2007 partidul *Обновление* (*Înnoirea*) a început să editeze ziarul *Обновление* iar partidul *Справедливая Республика* (*Republica Echitabilă*) – *Справедливая Республика*. În 2012, Partidul *Возрождение* (*Renașterea*) a lansat ziarul *Возрождение*.

În ultimul deceniu, presa de partid, *grosso modo*, s-a adaptat oportunităților oferite de spațiul virtual. Astfel, unele partide parlamentare și formațiuni politice extraparlamentare, inclusiv dintre cele menționate mai sus, au secundat ziarele printate cu versiunile lor electronice. Este cazul, de exemplu, al Partidului Socialiștilor din Moldova ([www.socialistii.md](http://www.socialistii.md)), Partidului Democrat din Moldova (<http://moldovademocrata.md/>), Partidului Comuniștilor din Republica Moldova (<http://www.comunist.md/>) etc.

Formațiunile politice ce au renunțat sau nu au dispus de ziare printate, au recuperat presa de partid cu diverse platforme web 2.0. Astfel, blocul electoral ACUM, constituit din Partidul Acțiune și Solidaritate (PAS) și Partidul Politic Platforma Demnitate și Adevăr (PPDA) au lansat în comun pe durata campaniei electorale parlamentare (2019) pagina web <https://acum.md/>. Ulterior, PAS a inaugurat pagina web <https://unpaspentru.md>, iar PPPDA – <http://www.platformada.md>. La fel au procedat și alte formațiuni politice autohtone (Partidul Șor, Partidul Unității Naționale etc.). Am putea spune că la aproape trei decenii după destrămarea monopartidismului mediatic, presa de partid a evoluat în paginile web de partid. Acestea, în frecvente cazuri, asigură abonarea virtuală la fluxurile de știri elaborate de exponenții unei sau altei formațiuni politice. Paginile web de partid pot fi accesate de asemenea pe diverse rețele de socializare (*Facebook, Twitter, Odnoklassniki* etc.).

Presa de partid în ultimii ani a evoluat, din punctul nostru de vedere, și în coordonatele paginilor web personalizate ale liderilor de partid și (sau) ale blogurilor/vlogurilor personale ale unor fruntași de partid ori ale unor formațiuni politice. Ele au devenit platforme de promovare a programului de partid, de diseminare a declarațiilor politice și articolelor semnate de liderii de partid pe marginea diferitor evenimente și fenomene social-politice. Blogurile sunt adresate atât membrilor de partid, cât și simpatizanților lor. E de menționat și faptul că unele partide politice au creat bloguri instituționale. În context, facem referință, de exemplu, la blogul Tineretului liberal <http://tineretulliberal.net/>. Spațiul virtual însă nu a devenit o preocupare constantă a tuturor partidelor.

Pluripartitismul mediatic, așadar, marcând destrămarea monopolului unei singure formațiuni politice în câmpul comunicațional (lucru pozitiv în sine), chiar dacă a încercat să se conformeze la noile resurse de comunicare, s-a dovedit, totuși, a fi un fenomen efemer, având puține premise pentru a dispune de o sustenabilitate pertinentă. Vectorul descendent de dezvoltare a presei de partid a fost determinat, preponderent, de abordarea deschis doctrinară de către aceasta a evoluțiilor sociale ce a contravenit dreptului la informație de interes public, cuprins în art. 34 al Constituției Republicii Moldova (1994).

## 1.2. De la pluripartidism la partizanat media

Fenomenul pluripartidismului presei în spațiul informațional național aproape că din start a fost secundat de controlul neafișat din partea formațiunilor politice asupra unor publicații periodice tipărite, declarate formal neangajate politic, sau de afilierea tacită și (sau) ocultă a acestora față de unele partide politice. Acest fenomen pe care la timpul respectiv l-am calificat drept partizanat politic al presei scrise, s-a prefigurat în anii '90 și s-a proliferat în perioada următoare la scara presei electronice și a *new media*.

Subiectul dat l-am tratat în articolul *Mass-media din Moldova: între partizanatul politic și jurnalismul liber (1997)*. Analizând comportamentul media în alegerile prezidențiale din 1996, atunci scriam: „Scrutinul prezidențial consumat recent a scos la iveală în același timp un șir de curențe care, în opinia mea, stăvilesc afirmarea principiilor jurnalismului liber în spațiul Republicii Moldova. Mass-media, cu unele excepții, acceptă în continuare să fie instrument al politicii. În linii mari, presa nu se vrea instituție economică, refuzând implementarea regulilor economiei de piață în propria funcționare. Informația se transformă în ostaticul opiniei”. Reflecțiile cuprinse în acel articol par actuale și astăzi, din care motiv le reproducem integral.

### **A. Partizanatul media din anii '90**

„În esență, veșmântul mass-media actuale e de fabricație trecută. El, în opinia mea, ar putea fi calificat drept partizanat politic. Înainte vreme, atât presa scrisă, cât și cea electronică gravitau în jurul unei doctrine – a celei comuniste. Materializarea ei constituia obiectivul lor suprem. Doleanțele și opțiunile politice ale consumatorilor de informație erau cu totul ignorate. După 1990, odată cu înlăturarea Partidului Comunist de pe arena politică locală, situația, în aparență, s-a schimbat: pluripartidismul a substituit monopartidismul. Structural, presa însă a rămas intactă. Ea a devenit doar multipolară. Mass-media a rămas fidelă vechilor tipare, a servit și servește o instituție politică, lăsând ca și mai înainte cititorul, telespectatorul și radioascultătorul de izbeliște.

Un prieten, jurnalist de profesie, deseori repetă unul și același lucru. Pe timpuri, afirmă el, presa noastră era cea mai independentă din lume. Ea se supunea doar unui singur om – secretarului general. Astăzi, presa urmează să fie dependentă. De cititor. E mai mult o doleanță decât o realitate. Căci, în acest moment, situația e de așa natură încât presa depinde doar de mai mulți secretari generali. Faptul dat își are o explicație. Cu toții am fost obișnuiți că editor al ziarului poate fi numai partidul. În conformitate cu această instruire, noi, indiferent de apartenența doctrinară, am știut cu ce să începem. Adevărat, libertatea cuvântului și a opiniei, accesul liber la presă al partidelor de orientare diferită semnifică o izbândă pe făgașul democratizării mass-media locale. Practica mondială ne



convinge însă că perspectiva aparține presei neangajate politic care deservește un spectru larg de cititori. Astăzi, discuțiile din stradă despre numărul excesiv al partidelor au trecut în parlament. Poate ar fi cazul să vorbim și despre numărul nejustificat de mare al ziarelor de partid. Or, în toată lumea democratică, formațiunile politice editează doar sau mai degrabă buletine de interes intern sau reviste teoretice.

Partizanatul politic al ziarelor de partid derivă din statul acestora. El poate fi motivat, cel puțin tolerat, dacă nu acceptat. Inexplicabil însă mi se pare partizanatul publicațiilor independente și al instituțiilor informaționale publice. Profesându-l în mod distinct, acestea prejudiciază ideea de presă liberă, induc în eroare publicul nostru care continuă să mai creadă în cuvântul tipărit. Independența presei, consider, presupune în mod categoric neangajarea politică, imparțialitatea în reflectarea evenimentelor, respectarea dreptului fiecărui cititor de a-și forma și a conștientiza liber opțiunile sale politice. În context, mai remarcăm intoleranța reciprocă a ziarelor doctrinare, pretenția acestora de a deține în exclusivitate adevărul și de a fi promotorul valorilor autentice; tendința ziarului cutare, deși promovează deslușit o anumită platformă politică, de a se impune în calitate de exponent al tuturor.

Pe fundalul general de partizanat politic al mass-media locale țin să evidențiez unele tentative, după mine, relevante pentru acoperirea prioritară a necesităților informaționale ale publicului. Edificator și pilduitor a fost în acest sens ziarul *Observatorul de Chișinău* (chiar dacă a fost publicație a Partidului Reformei dispărut azi de pe arena politică). Practica lui demonstrează că și în cazul unui ziar de partid, profesionalismul jurnaliștilor poate să primeze. La același capitol poate fi examinată și experiența postului național de radio. Seminarul din 15 decembrie 1996, la care au participat reprezentanții tuturor candidaților la scrutinul prezidențial, a scos la iveală un adevăr simplu: corectitudinea și echidistanța postului național de radio au plăcut practic tuturor partidelor. Reuniunea la care ne referim a mai demonstrat că imparțialitatea începe să devină și la noi mai rentabilă decât partizanatul politic. Măsurătoarea ei e mult mai complexă decât, să zicem, tirajul publicației. Să nu uităm că și *Moldova Socialistă* a avut tiraj mare (...).

*Densitate sau inconsistență informațională?* În ultimul timp, mass-media de la noi își pierde treptat valențele informaționale. Un om neavizat răsfoind ziarele locale, își poate crea impresia că pe această palmă de pământ nu se întâmplă nimic sau aproape nimic. Adevărat, Chișinăul nu e Roma sau Paris. Moldova nu e Italia sau Franța. Oricum, și aici au loc evenimente, mai mari sau mai mici, care influențează viața noastră cotidiană. Ele însă nu-și găsesc reflectare complexă în presa scrisă. Noroc de cea electronică care este mai sensibilă la ceea ce se întâmplă în jur. Inconsistența informațională, în viziunea mea, constituie cauza

esențială care a curmat interesul cititorului față de presa locală. Dispariția cotidianului (fapt ce denotă declinul profund al presei noastre scrise), rămânerea publicațiilor ce apar de două-trei ori pe săptămână în urma evenimentelor curente, inserarea știrilor cu barbă – acestea și alte cauze generează situația în care un număr tot mai mare de cititori încetează să mai considere ziarul ca o sursă de informare. Să sperăm că această stare de lucruri se va ameliora într-un fel, odată cu lansarea cotidianului *Flux*.

Penuria de informație din presa locală e secundată de distorsiunea ei. Transformarea mesajului gazetăresc în spectacol derivă atât din dorința de a servi constant cititorului o informație care să-l distreze, să-l captiveze, cât și din slăbiciunea unor jurnaliști de a-și articula forțat propriile virtuți sau de a onora ostentativ comanda celor care plătesc. În consecință, suferă conținutul mesajului. Marginalizarea știrilor locale, distorsionarea informației în funcție de simpatiile de partid și inspirația ziariștilor se produc la noi alături sau concomitent cu ceea ce aș numi jurnalismul compilativ căruia unii îi zic și de birou. Animatorii acestui soi de gazetărie pregătesc pagini întregi despre, de exemplu, președinți bărboși și fără de barbă, demnitari bătrâni și mai tineri etc., sporind astfel tirajul presei... străine. Strădaniile lor sunt prețioase, dacă ținem cont că nu prea avem parte de ziarele europene și americane, scrise într-o manieră elegantă, elevată, pe alocuri cu nițel umor și ironie. Articolele inserate sunt curioase, amuzante, spectaculoase, poate utile. Abundența lor însă seamănă cu un mod deosebit de evadare din realitățile noastre crude sau cu o tentativă de a tempera spiritele, în opinia unor, suprapolitizate. Insist asupra acestui fapt, deoarece se face simțită tendința periculoasă de a sacrifica informația coerentă, deplină, echidistantă despre realitățile curente în numele divertismentului. Acesta, fără îndoială, are dreptul la existență în paginile presei, dar – în plan secund. Inconsistența informațională a mass-media facilitează manipularea opiniei publice, iar densitatea informațională cultivă și edifică conștiința socială. Ce alegem?" [170]

Partizanatul politic al mass-media din anii '90 s-a proliferat în mod concludent în timpul campaniilor electorale. Acesta a luat dimensiunile mercenariatului politic. Faptul dat a fost relevat în articolul *Mass-media din Republica Moldova în an electoral* (2000) din care reproducem în continuare:

„Comportamentul mijloacelor de informare din Moldova în timpul campaniilor electorale din ultimii ani a fost, în esență, unul de partizanat sau mercenariat politic. Presa scrisă și cea electronică, aproape în totalitate, au certificat cu brio preferința de a servi clasa politică sau un anume segment al ei în detrimentul cetățeanului și al societății în întregime. Propaganda electorală, violența și intoleranța în opinii au lipsit alegătorii de suportul informațional necesar pentru judecata și opțiunea lor liberă.

Practicile electorale din ultimul deceniu mai denotă implicațiile directe în campaniile de alegeri desfășurate în Republica Moldova a mijloacelor de informare de origine străină, mai cu seamă moscovite, acestea, în virtutea unor tradiții perimate, încă bucurându-se de priză mare la publicul local vorbitor de limbă rusă. Intervențiile acestei categorii de mass-media în desfășurarea scrutinelor fie că au fost solicitate de unii reprezentanți ai clasei politice locale, fie că au fost întreprinse din anumite motive oculte. Impactul lor a fost pe potriva cuantumului mijloacelor străine pe piața informațională din Moldova”. [171]

Alegerile prezidențiale din anul 2000 se anunță a fi derulate cu un arsenal mediatic restrâns, reprezentat în exclusivitate de mass-media autohtone. Acestea, după calculele noastre, cuprind ceva mai mult de 400 de titluri de publicații social-politice, stații de radio și televiziune, agenții de informații. Ele urmează să-și asume în volum deplin responsabilitatea pentru calitatea mediatizării campaniei electorale, ceea ce însemnează de fapt să ia în vizor atât clasa politică, cât și cetățeanul, să fie echilibrate și imparțiale față de actorii scrutinului. Realizarea acestei misiuni pare însă să nu constituie obiectivul principal al mijloacelor de informare autohtone. Și aceasta nu doar din considerentul că lipsește experiența de rigoare sau că, uneori, potențialul lor profesional nu le permite. Faptul se explică mai curând prin statutul lor șubred economic, social, de care uzitează clasa politică în dorința constantă de a le vasaliza. Astfel, reducerea cantitativă a presei scrise și electronice cu acces la cursa electorală, determină nu doar creșterea atractivității ei sociale, ci și a celei politice. Faptul dat, neîndoielnic, va alimenta atât curtoazia, cât și presiunile exercitate din partea clasei politice pe fiecare centimetru pătrat de spațiu informațional. Deja semnale de acest fel avem o mulțime.

De Ziua Internațională a Libertății Presei, arătam în articolul de referință, mass-media din RM au fost menajate ca niciodată de autoritățile publice autohtone. Președintele țării a dat curs invitației Clubului Național de Presă. Parlamentul republicii a reacționat pozitiv la propunerea jurnaliștilor de a se reuni într-o ședință comună pentru a dezbate problemele libertății presei. Guvernul de asemenea a dialogat cu presa și chiar a instituit premii naționale în domeniul jurnalismului. Acțiunile în cauză pot fi în cel mai diferit mod. Puterea a conștientizat valoarea presei în reformarea societății. Puterea este dispusă să contribuie la prosperarea ei (anularea pentru presă a TVA în anul 2000 ar putea să întărească această supoziție). Dincolo de aceste interpretări care onorează puterea, nu putem exclude însă nici altele, mai puțin favorabile – puterea în anul electoral solicită o loialitate deosebită din partea mass-media. N-am nimic împotriva dialogului cu puterea. Mai mult, l-aș dori să fie permanent. Ca între parteneri și actori sociali egali. Mă deranjează altceva. Presa sau o bună parte a ei care, în faza inițială a democratizării societății își exprima dorința clară de

a deveni „puterea a patra” (acest subiect, destul de discutabil de altfel, merită o dezbateră specială), se pare că se complace în a fi astăzi o prelungire docilă a puterilor tradiționale din stat. În felul acesta, presa de la noi, după cum scria un ziar, se vrea măcar pentru o clipă putere. Chiar dacă virtuală este. Căci, de ce ar trebui să depui niște eforturi pentru a deveni puterea a patra, când e mai lesne și chiar mai confortabil să fii cu prima sau cu a doua?

Evoluțiile de ultimă oră sugerează și interesul crescând față de mijloacele de informare din partea forțelor politice ce constituie sau care sunt aspirante la putere. Acest interes se dezvoltă în substituirea eforturilor concrete de a transforma Compania de Stat *Teleradio-Moldova* într-o instituție publică prin acțiunile constante de a dispune de o conducere fidelă a audiovizualului național. Probe suficiente au putut fi culese în timpul festivalului „Cu o presă liberă – într-un mileniu nou”, prilejuit de Săptămâna libertății presei și organizat cu concursul Centrului Independent de Jurnalism.

Apelurile clare de solidarizare prin vasalizare adresate mass-media de către clasa politică sunt receptate și au, deseori, retroacțiunea solicitată. Mass-media aproape în întregime au trecut deja, chiar dacă campania n-a demarat în mod oficial, la reeditarea practicilor electorale vicioase anterioare. Presa autohtonă, altădată nițel ignorată, odată cu eliminarea periodicelor străine din publicitatea electorală, simțindu-și importanța deosebită, începe negoțul sau dă semnale că e dispusă să negocieze, demonstrând potențialului ofertant suficiente probe de utilitate. Faptul dat este confirmat concludent de duelurile verbale purtate cu îngrâșare împotriva presei scrise și electronice din taberele adverse, de declarațiile gratuite care substituie argumentarea onestă sau analizele echidistante ale activității desfășurate de potențialii aspiranți (foști și actuali) la putere. Nu vom reproduce „mostrele” respective, unele depistate și de Comisia Națională de Etică a Jurnaliștilor din Republica Moldova care ilustrează că mijloacele de informare în masă au devenit un teren „fără bariere regulamentare”. Vom aminti doar deducția de ansamblu a acestei comisii: „În fiecare zi, în presa de la Chișinău putem găsi așa-zise „concluzii” și „raționamente” care se sprijină pe divagații rău certate cu argumentul, textele fiind redactate într-un limbaj suburban”.

Aceasta fiind realitatea, nu e de mirare că la recentul Congres al jurnaliștilor, apelul directorului de atunci al săptămânalului *Jurnal de Chișinău*, Val Butnaru, de a elabora și a semna o cartă deontologică pentru campania electorală, a rămas fără ecou. Mass-media din Moldova și-au determinat opțiunea în electorala 2000: *mercenariatul politic*. Schimbarea de decoruri a tipăriturilor mai vechi (policromia, titulatura nouă), apariția unor ziare noi cu editori, autori și redactori anonimi și surse oculte de finanțare – toate sunt fațete ale aceleiași opțiuni.

Un reportaj de la festivalul presei, inserat în paginile unui ziar de opinie, informare și divertisment, a fost intitulat astfel: „Cititorii ne-au făcut declarații

de dragoste”. Mă întreb, dacă nu cumva acești cititori reprezentau simpatizanții politici ai publicației sau beneficiarii ei politici și atunci onest ar fi fost să se precizeze acest lucru. Mă mai întreb: când oare presa de la Chișinău va face declarații de dragoste consumatorului de informație, cetățeanului de rând care, din păcate, atât de des este nesocotit de putere și clasa politică și mass media în anul electoral? Șanse ca să se întâmple așa ceva în timpul apropiat sunt extrem de puține. Unele speranțe, totuși, ne insuflă presa județeană care, dacă nu face declarații de dragoste, cel puțin poartă respectul pentru cititorul său. Va persevera oare ea în această pornire sau își va aminti că suntem în an electoral? Rămân a fi optimist”. [171]

Comportamentul partizan al mass-media din anii `90 a fost consemnat și de alți cercetători și comentatori ai evoluțiilor din câmpul mediatic. Astfel, directorul Asociației pentru Democrație Participativă „ADEPT”, Igor Boțan, evaluând în anul 2004 conduita mediilor de informare în campaniile electorale din anii 1994-2003, a constatat că publicațiile periodice de stat și compania *Teleradio-Moldova*, cu anumite excepții, au fost partizane. „Exemplul alegerilor prezidențiale din noiembrie 1996 este extrem de edificator, nota el. Atunci, televiziunea de stat și ziarul *Nezavisimaia Moldova* au făcut partizanat în favoarea președintelui Parlamentului, Petru Lucinschi, care a câștigat alegerile iar *Moldova suverană* a făcut partizanat în favoarea prim-ministrului, Andrei Sangheli, lucruri confirmate în raportul final al misiunii OSCE”. [28]

E de menționat că partizanatul media era tratat ca ceva firesc și salutar, promotorii lui fiind apreciați înalt de exponenții puterii. Și dimpotrivă. Instituțiile media ce făceau dovada prestației imparțiale în campania electorală erau blamate iar conducătorii lor au fost supuși presiunilor. Igor Boțan astfel a calificat ironic drept „o curiozitate a campaniei din 1996” faptul că directorul de atunci al radioului național, Alexandru Dorogan, care a primit felicitări din partea tuturor concurenților electorali pentru prestația demnă și imparțială a instituției pe care a condus-o, a fost nevoit să-și caute un alt loc de muncă. „A fost o vendetă a învingătorilor că nu a procedat ca redactorul de la „*Nezavisimaia Moldova*”?”, se întreba el. Oare nu de aici izvorăsc moravurile ce domină în mass-media de stat? După venirea în 2001 la guvernare a PC, prestația instituțiilor mass-media de stat s-a deteriorat dramatic, fiind supuse controlului și în serviciul intereselor acestuia.

### ***B. Partizanatul media, două decenii mai târziu***

„În preajma gării din Chișinău, menționez în concluzii la articolul *Mass-media din Republica Moldova în an electoral* (2000) reprodus mai sus, se înalță un „zgârâie nor” nefinalizat. După mai mulți ani, îl vedem astăzi iarăși împrejmuț de un gard. Gurile rele zic că edificiul a fost privatizat și în curând lucrările de

construcție vor fi reluate. Aceasta inspiră încredere că cele începute vor fi terminate până la urmă. Deci, presupunem că și edificarea mijloacelor de informare în masă, aflate în prezent între partizanatul politic și jurnalismul liber, va continua”.

Însă, supoziția de la începuturilor anilor 2000 s-a adevărit parțial. Edificiul de referință a fost, cu adevărat, finalizat. Un număr restrâns dintre mediile de informare, încă, au demonstrat atașament față de valorile jurnalismul liber. Constantin Tănase, fost redactor-șef și director al *Flux*-ului (1997-2001), nota în 2010: „...Toată presa liberă și independentă din RM de după anul 2000 a ieșit din *FLUX*-ul lansat pe 15 martie 1997” [267]. Alături de *Flux*, la început de secol, exponenți ai jurnalismului liber, cu rezervele de rigoare (le vom consemna ulterior), au fost *Timpul Info-magazin*, 2001/*Timpul de dimineață*, 2004, *Экономическое обозрение Логос пресс/Observator economic Logos Press*, 1990 ș. a. , câteva servicii de televiziune și radio (*Antena C*, 1998; *ProTV Chișinău*, 1999; *DTV*, 2001; *Eu TV*, 2002 etc.). Mediile de informare invocate în anii lor de glorie au reușit să-și păstreze independența, statutul de neangajare față de o structură politică sau grupare economică.

E de menționat totodată și faptul că puține dintre publicațiile amintite au rămas fidele jurnalismului liber pe întreaga perioadă de activitate, unele dintre ele având de înfruntat presiunile exercitate din partea PCRM după preluarea guvernării (2001), iar altele au fost afectate de politic. Astfel, în iulie 2004, de exemplu, *TIMPUL Info-magazin* și-a sistat apariția ca urmare a unui proces de judecată cu guvernul comunist de atunci, acesta fiind generat de un articol de investigație privind o afacere dubioasă a companiei „DAAC-HERMES”. În anul 2007, ziarul a avut câștig de cauză la CEDO. Tot în același an, politicile editoriale ale *Euro TV* și *Antena C* au abandonat făgașul jurnalismului liber în urma privatizării lor în favoarea unor actori politici. După 2005, în activitatea *Flux*-ului, odată cu imixtiunea politicului, a survenit declinul ziarului. În context, Constantin Tănase scria în articolul *De ce au fost lichidate ziarele ȚARA și FLUX?* (*Timpul*, 2010, 16 martie): „Moartea *FLUX*-ului e un exemplu antologic de ce se poate întâmpla când politicul se bagă în presă și încearcă să o controleze”. [267]

Ziarul *Timpul*, în special după ce a devenit cotidian (2005) și, cu precădere pe durata cât la cârma lui s-a aflat fondatorul lui, Constantin Tănase (2001-2014), dar și în ultimii ani de apariție în format print, deși a beneficiat de sprijinul financiar al Guvernului României, a fost, după cum a fost estimat pe bună dreptate pe site-ul instituțional, „un spectator al vieții politice și sociale din Moldova care oferă constant analize politice, comentarii și reacții la evenimentele ce au loc în viața de zi cu zi. El a oferit o pluralitate de opinii, prin supravegherea vieții publice din Republica Moldova, informații importante despre evenimentele de interes public”.

Monitorizările efectuate de o serie de asociații obștești au confirmat, pe de o parte, caracterul militant al *Timpului* în abordarea evenimentelor publice, în particular, a valorilor naționale, proromânești și a celor de integrare europeană, iar pe de alta, intransigența ziarului în raport cu guvernarea comunistă. În 2009, publicația a devenit săptămânală și a apărut în format printat până în iunie 2019, pe motiv că, potrivit ultimului său redactor-șef, Pavel Păduraru, Guvernul României a încetat finanțarea publicației (a se vedea *Timpul*, 2019, 31 mai).

Un alt model de jurnalism liber l-a demonstrat ziarul privat *Экономическое обозрение Логос пресс (Observer economic Logos Press)* ce apare în format printat de aproape trei decenii, iar în ultima vreme – și în versiune electronică. Dmitrii Kalak, redactor-șef al *Logos Press*, a explicat astfel longevitatea de trei decenii a publicației: „...pe piața noastră, există puține instituții mass-media care nu depind din punct de vedere financiar și politic, care sunt cu adevărat imparțiale și netendențioase, printre acestea numărându-se, cu siguranță, *Экономическое обозрение Логос*. Principalele trăsături caracteristice ale publicației, care au constituit cheia creșterii autorității acesteia, sunt imparțialitatea în reflectarea celor mai actuale probleme ale țării și distanțarea evidentă de toate grupurile politice și structurile puterii. (...) Activitatea publicației *Logos-Press* nu conține nimic extraordinar. Pur și simplu, de la bun început, ne-am propus să funcționăm conform standardelor general acceptate ale jurnalismului profesionist și ale afacerilor profitabile. Noi nu vindem ziarul ca pe un produs oarecare ce conține câteva foi de hârtie, ci oferim informația de care are nevoie cititorul. Aceasta este cheia succesului nostru”. [139]

*Antena C*, cu o arie de acoperire echivalentă cu două treimi din teritoriul țării, a difuzat în anul lansării, 1998, nonstop, 24 buletine de știri, inclusiv 6 în limba rusă, iar de două ori pe săptămână prezenta actualități în limbile engleză, franceză și spaniolă. Postul a avut în grilă emisiuni tematice social-politice, economice, culturale, multe dintre care aveau caracter interactiv. În scurt timp, postul s-a afirmat drept o sursă echidistantă de informare a ascultătorilor ceea ce i-a alimentat bunul lui nume. Politica editorială respectivă însă a fost schimbată cardinal în 2007, odată cu privatizarea și gestionarea lui de persoane interpușe în favoarea PCR (acest subiect va fi dezbătut în următoarele pagini ale acestei cărți).

*ProTV Chișinău*, *DTV* și *Euro TV* (până la privatizarea ultimului în 2007) au introdus pe piața audiovizuală din Republica Moldova o nouă manieră, pluralistă și echidistantă, de realizare și prezentare a programelor informative și analitice, devenind în acest sens servicii media de referință. Grila de emisie a *DTV*, de exemplu, includea de luni până vineri câte șapte programe informative de 60 de minute, iar în weekend – emisiuni analitice și documentare, inclusiv *Presa presei!*, *Km 0*, *Lumea de lângă noi* etc. Politica lui editorială, axată pe abordarea imparțială a realității cu participarea reprezentanților diferitor partide politice, a



fost tratată cu rea-voință de guvernarea comunistă de atunci care i-a creat mai multe piedici. În 2007, astfel, după privatizarea *Euro TV*, cu care *DTV* a partajat până atunci canalul 23, a fost lipsit de această posibilitate. *DTV* a întreprins mai multe încercări de a obține o nouă frecvență de emisie de la Consiliul Coordonator al Audiovizualului. De exemplu, în 2005 el nu a obținut canalul 43 cu raza de acoperire de circa 50 de kilometri, CCA acordându-l cu titlu de „bonus”, după cum se sugera în *Raportul despre situația presei din 2005* al *CJI*, Companiei *Analytic Media Grup*, depozitat anterior de licența pentru retransmiterea *Первый канал* (Canalul I) pe rețeaua III publică. Drept urmare, pe 5 iunie 2008, *DTV* a început să emită prin satelit. În scurt timp însă pe motiv că distribuitorii de programe au boicotat (din considerente politice) preluarea *DTV*, acesta și-a sistat activitatea.

Exemplele de referință, precum și altele câteva ce nu au încăput în aceste pagini, au constituit pe parcursul ultimelor decenii mai curând excepții și nicidecum – normalitate în promovarea valorică a jurnalismului liber. Mass-media în partea lor covârșitoare, spre deosebire de exemplele citate, au avut un cu totul alt comportament, rămânând în acest răstimp tributară partizanatului politic. Atare practică a afectat atât presa tipărită, chiar dacă aceasta a trecut la periferia preferințelor informaționale ale publicului, impactul ei apropiindu-se de cota zero, cât și resursele mediatiche aflate în topul mai actual al consumatorilor: televiziunea și, mai nou, platformele informaționale online.

Partizanatul politic, substituind discret pluripartidismul mediatic, a avut expresii diferite. În primul rând, e vorba de *servilismul politic*, demonstrat de mass-media moștenite din regimul sovietic. Acestea, deși formal nu mai reprezentau fostul partid de guvernământ, au continuat în primul deceniu din secolul în curs să promoveze valorile acestuia. Atare comportament a fost încurajat de revenirea în 2001 a comuniștilor la guvernare. Astfel s-au comportat, în primul rând, fostele organe de partid și sovietice *Moldova Socialistă* și *Советская Молдавия*. Acestea, chiar dacă și-au schimbat denumirile (*Moldova Suverană*, *Независимая Молдова*) și au început să apară în serii noi, au urmat vechile practici de a servi partidul de guvernământ. Aceași conduită din rațiuni similare a fost adoptată și de o serie de servicii media audiovizuale atât vechi (*TV Moldova*, *Radio Moldova*), cât și noi dar afiliate tacit la PCRМ (*NIT* din anul lansării, 1997, *Euro TV* și *Antena C* – cu începere din 2007).

Centrul de Jurnalism Independent și Coaliția pentru alegeri libere și corecte, analizând prestața acestei categorii de mass-media pe parcursul a cinci campanii electorale dintre anii 2001-2008 [31], au relevat predilecția discretă a mediilor de informare menționate de a fi instrument fidel al PCRМ. Această estimare a avut în temei o serie de rapoarte de monitorizări efectuate de diferite entități naționale și internaționale.

Bunăoară, dacă în raportul OSCE/BIDDO pe marginea alegerilor parlamentare din 2001 se menționa că televiziunea și radioul de stat „au furnizat alegătorilor informații nepărtinitoare despre concurenții electorali”, în cel ce viza alegerile locale din 2003 se constata deja că „mijloacele de informare în masă au fost extrem de părtinitoare în favoarea autorităților de stat. Monitorizarea mass-media de către MOA a arătat că televiziunea de stat TV *Moldova 1* (TV M1) a dedicat știrilor despre președinte 45 de procente (din volumul de emisie – c.m.), iar guvernului – 43”. [31]

Partizanatul politic progubernamental/procomunism din primul deceniu al secolului în curs s-a intensificat și în campaniile electorale ulterioare. În Raportul final al ONG-urilor privind comportamentul media în campania electorală pentru alegerile locale din 2007, de exemplu se arăta: „În primul tur de scrutin, posturile publice *Moldova 1* și *Radio Moldova* au mediatizat intens acțiunile și declarațiile cu tentă electorală ale președintelui țării, prim-ministrului și președintelui Parlamentului, favorizând partidul de guvernământ și ignorând partidele de opoziție. Majoritatea buletinelor de știri erau concepute în mod evident pentru a influența audiența în folosul guvernării, prezentând realitatea doar din unghiul de vedere al acesteia. Doar spre sfârșitul campaniei electorale, înainte de 3 iunie și în turul doi, după ce au fost avertizate de către Consiliul Coordonator al Audiovizualului asupra lipsei de pluralism și echidistanță, *Moldova 1* și *Radio Moldova* au început să pună pe post unele informații difuzate de partidele de opoziție. Un comportament similar cu al posturilor publice l-au avut unele posturi private supuse monitorizării – *NIT*, *Antena C* și, în măsură mai mică, *N4...*”.

În campania parlamentară din 2009, mediile de informare de referință au continuat să favorizeze partidul de guvernământ. Monitorizările efectuate în acea perioadă au relevat: „După aproape doua luni de monitorizare, tendințele au rămas aproape aceleași – numărul mass-media care fac partizanat politic în favoarea partidului de guvernământ este mai mare”; buletinele de știri de la posturile de televiziune *Moldova 1* și *NIT*, *Radio Moldova* și *Antena C* au fost „concepute în așa fel încât să influențeze electorală în favoarea PCRM”, iar *EU TV* a favorizat în continuare *PPCD* „atât în știri, cât și în emisiunile de opinii”; ziarele *Moldova Suverana*, *Nezavisimaia Moldova*, Agenția de știri *Moldpres* și portalul *www.omg.md* sprijină PCRM prin „publicarea materialelor elogioase la adresa acestui concurent electoral”. [31]

Comportamentul partizan, în paradigma descrisă mai sus, deși s-a mai temperat după scrutinul din 2009, nu a fost abandonat nici în anii următori. Acesta doar a fost racordat la noile realități politice. Alegerile parlamentare anticipate din 2010, schimbând scena politică națională, au adus la guvernare formațiunile politice, calificate la vremea respectivă ca fiind proeuropene – PLDM, PDM, PLM, cu respectiv 32, 15 și 12 locuri în legislativ. PCRM cu 42 de locuri, după opt ani

de guvernare, a trecut în opoziție. Următoarele alegeri din 2014 au promovat în parlament PSRM cu 25 de mandate, PLDM – cu 23 de mandate, PCRM – cu 21 de mandate, PDM – cu 19 mandate și PL – cu 13 mandate. Ulterior, componența legislativului s-a modificat în urma traseismului politic. În sfârșit, pe arena politică în ultimii patru-cinci ani au apărut noi formațiuni politice care în urma alegerilor din 2019 au acces în parlament. E vorba de PAS și PPDA, ambele fondate în 2015, și Partidul Șor legalizat în 2016 (în trecut, Mișcarea social-politică „Ravnopravie” (Egalitate)).

Reconfigurarea arenei politice din ultimul deceniu a generat, în consecință, la nivelul mass-media un alt fel de partizanat politic: bipolaritatea lor tradițională din primii 10 ani ai secolului în curs (comuniștii și alții) a fost substituită în următorul deceniu de *multipolaritatea* partizanatului politic, acesta obținând și o vădită tentă *de mercenariat*. Metamorfoza dată a fost atestată, preponderent, în sfera serviciilor audiovizuale și a platformelor web 2.0.

Afilierea politică multipolară, exceptând perioadele electorale din anii 2019-2021, judecând după rezultatele mai multor monitorizări efectuate în acest răstimp de mai multe asociații obștești (*CJI, API, APEL, CA*), a fost articulată, *grosso modo*, în cel puțin șapte segmente media partizane:

- *pro-guvernare PDM*. Din această categorie media au făcut parte posturi de televiziune (*Prime, Publika, Canal 2 și Canal 3*), servicii radio (*Publika FM, MuzFM și Maestro FM*), portaluri web (*publika.md, voxpublika.md, epresa.md, autostrada.md, zumi.md, vesti.md, 24h.md*) etc. Acestea au avut sprijinul financiar prin redistribuirea publicității de la agențiile de publicitate *Casa Media și Casa Media Plus*;

- *pro-platforma politică a PSRM*. Acest segment a fost compus din posturile de televiziune *Accent TV, NTV Moldova, 2016, Exclusiv TV, 2017*, ziarul și portalul web *Argumenti i Fakti și tsn.md*, ziarul *Panorama* difuzat în UTA Găgăuzia, portalul *actualități.md, Exclusive Sales House* etc. Unii observatori locali au inclus în registrul media pro-PSRM de asemenea ziarul *Комсомольская правда в Молдове* (КП) și site-ul acestuia;

- *pro-platforma politică PAS-PPDA*. Din acest segment media au făcut parte postul de televiziune *Jurnal TV*, serviciul de radio *Jurnal FM*, ziarul *Jurnal de Chișinău*;

- *pro-platforma politică a Partidului Șor* (posturile *Televiziunea Centrală și Orhei TV*);

- *pro-platforma politică a PCRM* (postul de televiziune *Moldova 1* între anii 2001-2009, *NIT TV, 1997-2012*, serviciile *Radio Moldova, Antena C* după anul 2007. În 2012, Consiliul Coordonator al Audiovizualului a retras licența de emisie acordată *NIT TV* pentru nerespectarea pluralismului de opinii) (acest segment a existat până la alegerile parlamentare din 2019);

- *pro-platforma politică PLDM* (posturile de televiziune TV7, TNT-Bravo – acest segment a dispărut odată cu declinul politic al partidului și schimbarea în 2016 a proprietarului TV7 transformată în TV8);

- *pro-platforme politice ocazionale* (la această categorie am putea atribui, cu toate rezervele ce se impun, posturi de televiziune gen *Vocea Basarabiei TV* (2015) și *radio Vocea Basarabiei* (2000); *TVC 21* (1999), *Ren Moldova* (2013), *RTR Moldova* (2013) etc.). Acestea se comportă/acționează mai curând în funcție de beneficiile financiare oferite și conjunctura politică.

Caracterul partizan multipolar al mijloacelor de informare nu a fost afișat, dimpotrivă, el a fost camuflat cu ostentație pentru a conferi serviciilor de televiziune și radio, portalurilor de știri o pretinsă neangajare politică, independență și credibilitate. Amintim, în această ordine de idei, observațiile pertinente ale Anastasiei Nani expuse într-un articol din revista *Mass-media în Moldova* (2018, decembrie) referitoare la două posturi apropiate de partidul Șor – *Televiziunea Centrală*, fosta *Euro TV*, precum și *Orhei TV*, cunoscută cândva ca *Alt TV*, gestionate actualmente de Media Resurse SRL: „... oficial, Ilan Șor nu are tangență cu cele două instituții. În acte, beneficiara televiziunilor este Rita Țvik. Administrator al noilor instituții este Dumitru Chitoroagă, tot el „reprezentant împuternicit” al Partidului Șor. Chiar și așa, spune el, Ilan Șor nu are vreo legătură cu televiziunile, banii pentru dezvoltarea afacerii media fiind împrumutați de la „parteneri”. Și Ilan Șor, într-o scurtă intervenție pentru *Pro TV Chișinău*, a negat vreo legătură cu *Televiziunea Centrală*. „Nu este televiziunea mea. Acest proiect are acționari. Acum [2018 – c.m.], acționar este Rita Țvik. Probabil are și investitori”, a spus edilul în ziua lansării” [200]. Tabloul conturat de Anastasia Nani, într-o versiune/măsură sau alta, ar putea fi comun și în cazul altor „televiziuni de partid”, devenite, în opinia autoarei investigației, „companii de PR și laboratoare de dezinformare”.

Această concluzie este adecvată și pentru estimarea comportamentului mediatic în ultimele trei campanii electorale: parlamentarele din 2019, prezidențialele din 2020 și parlamentarele anticipate din 2021. Pe durata acestor campanii, segmentele media partizane menționate au suferit mai multe modificări structurale și funcționale. În virtutea declinului sau apusului mai multor formațiuni politice au dispărut segmentele media partizane *pro-guvernare PDM*, *pro-platforma politică a PCRM*, *pro platforma politică PLDM*, *pro platforma politică PAS-PPDA*. Resursele media înregimentate anterior de aceste partide fie că au îmbrățișat, în linii mari, valorile jurnalismului echidistant, fie că au trecut în serviciul noilor actori politici (electorali) sau au fortificat unele segmente media partizane existente anterior. Astfel, *Accent TV*, *NTV*, precum și noul canal *Primul în Moldova* dar și *Publika TV*, fostul exponent fidel al PDM, au sprijinit deschis Blocul comuniștilor și al socialiștilor. Potrivit rezultatelor monitorizărilor efec-

tuate în parlamentarele anticipate de *CJI* și Coaliția civică pentru alegeri libere și corecte, alte servicii de televiziune – *TV6* și *Orhei TV* dar și *Prime*, fostul aliat informațional al aceluiași PDM, precum și *RTR Moldova*, au acordat suport generos Partidului Politic Șor.

Mai multe servicii de televiziune, deși au demonstrat în repetate rânduri atașamentul la valorile jurnalismului neangrenat politic. Pe durata campaniei pentru alegerile anticipate a parlamentului au admis deraieri vizibile de la principiile jurnalismului imparțial. De exemplu, *Moldova 1*, în pofida statutului său de radiodifuzor public, a dat semnale certe de înregimentare politică în favoarea Blocului comuniștilor și al socialiștilor și în defavoarea PAS. *Pro TV Chișinău* și *Jurnal TV*, deși în cele mai frecvente cazuri au reflectat corect și echidistant campania electorală, au acționat pe alocuri, mai ales pe ultima sută de metri de campanie electorală, contrar bunelor practici ale jurnalismului liber. Conform monitorizărilor efectuate de *CJI* atunci, *ProTV Chișinău* nu și-a ascuns atitudinea refractară în raport cu Blocul comuniștilor și al socialiștilor iar *Jurnal TV* a difuzat un număr relativ mare de materiale realizate în tonalitate negativă față de Blocul comuniștilor și al socialiștilor și în raport cu Partidul Acasă Construim Europa (PACE). *TV8* a fost una dintre puținele televiziuni care, practic, nu a admis abateri de la prevederile Codului Electoral (a se vedea: [http://alegeri.md/w/Alegerile\\_parlamentare\\_din\\_2021\\_%C3%AEn\\_Republica\\_Moldova](http://alegeri.md/w/Alegerile_parlamentare_din_2021_%C3%AEn_Republica_Moldova)).

Partizanatul multipolar al mediilor de informare a fost și este alimentat, în bună parte, de incapacitatea sau imposibilitatea acestora de a-și asigura un suport financiar demn pentru funcționare liberă (în virtutea pieței de publicitate restrânse și monopolizate autohtone). Altfel spus, mass-media de la noi din start a trebuit să aleagă între statutul de întreprindere economică sau una politică. În cele mai frecvente cazuri, mediile de informare locale au preferat cel de-al doilea statut, lunecând astfel spre partizanatul politic. În articolul *Mass-media din Moldova: între partizanatul politic și jurnalismul liber* din 1997 reprodus parțial în paginile anterioare, în această ordine de idei scriam: „Antreprenorialul în domeniul mass-media ar putea servi ca remediu promițător contra partizanatului politic, o opțiune convingătoare în favoarea jurnalismului liber”. În timpul întâlnirii cu studenții de la Facultatea de Jurnalism și Științe ale Comunicării, la întrebarea care sunt sursele financiare de existență ale ziarului pe care-l conduce, un redactor-șef a răspuns evaziv: ele constituie o taină comercială. Într-adevăr, la ora actuală nu dispunem de date în acest sens. Solidaritatea redactorilor la acest capitol e totală. Solicitarea transparenței activității financiare e interpretată ca *mauvais ton*”. [170]

Atunci am formulat și supoziția că ziarele noastre supraviețuiesc grație altor surse decât cele provenite din vânzări sau prestarea serviciilor publicitare: „Excepție ar putea face publicațiile de lectură lejeră sau, cum obișnuim să le mai

numim, de bulevard, cele specializate (în reclamă, bunăoară), unele posturi private de radio. Dacă e așa, atunci am putea afirma că avem o presă în bună parte subvenționată. Faptul dat ne îndeamnă să facem încă o presupunere: mijloacele noastre de comunicare sunt concepute nu ca instituții economice, ci ca unele politice. Diferența dintre aceste două tipuri de instituții e bine cunoscută. Cele politice fac propagandă, iar cele economice își vând marfa, adică informația. Aceasta determină interesul consumatorului și gradul de atractivitate, să zicem, a ziarului pentru furnizorii de reclamă. De aici rezultă rentabilizarea instituției mass-media, relativa independență economică a ei, crearea premiselor economice pentru evoluarea mass-media în putere, a patra, ca în lumea democratică”. [170]

Două decenii mai târziu, suntem nevoiți practic să repetăm același lucru, doar că obiect de considerare nu e doar presa scrisă, ci și cea electronică și *new media*. Acestea pentru a supraviețui, *volens-nolens* cad pradă injectărilor financiare externe, fie că ele vin din partea unor formațiuni politice, fie – din partea unor actanți economici. Publicitatea a devenit la noi, de asemenea, un instrument eficient de influență a politicilor editoriale în favoarea unui sau altui partid.

Într-o analiză din 2015 a companiei de comunicare *VivaKi Moldova* s-a arătat că la acea vreme, pe piața publicitară autohtonă acționau patru case de vânzări media, și anume: *Casa Media Corp.* (2010), cu o cotă comercială de 50 la sută din vânzările media; *Alkasar Media Services*, cu indicatorul respectiv de 20%; *Nova TV* – în jur de 13%, *Media Pro* – cu 4%. Aceste case dețineau dreptul exclusiv de plasare a publicității la toate serviciile tv, cu excepția *Moldova 1*, *NIT*, *TVC 21* și *Euro TV* care contractau publicitate pe cont propriu. În următorii ani, numărul acestor case de vânzări media s-a redus (*Alkasar* a dispărut în 2017 odată cu retragerea co-fondatorului ei Chiril Lucinschi; *Nova TV* a intrat în coproprietatea *Exclusive House*). Potrivit ultimelor date vehiculate în presă, actualmente, piața publicitară este împărțită de *Casa Media* (80%) și *Exclusive House* (20 %).

Potrivit *Jurnal de Chișinău* (2018, 18 ianuarie), *Casa Media Corp.* în anul 2018 a plasat publicitate exclusiv la posturile de televiziune care au avut afiliere cu Partidul Democrat (*Prime*, *Canal 2*, *Canal 3*, *Publika TV*, *CTC Moldova*, *Familia Domashniy*, *N4* și *Ren-Moldova*) iar *Exclusive House* – pentru radiodifuzorii apropiați direct sau indirect Partidului Socialiștilor (*NTV Moldova*, *Exclusive TV* și *Accent TV*). *Ziarul de Gardă* într-o investigație efectuată în 2018, estimând evoluțiile respective de pe acest segment de piață, a constatat, în particular, „înțelegerile politice” [261] pe piața publicității televizuale. Altfel spus, publicitatea a devenit instrument de presiune economică cu efecte în politicile editoriale asupra mediilor de informare.

Consecințele unei atare practici se regăsesc în ceea ce am numit partizanat politic cu tentă de mercenariat. Deloc întâmplător, deci, că unele medii de informare de azi procedează precum ziarul *Tineretul Moldovei* din anii '90.



Atunci, acesta a oscilat între pro-Snegur, anti-Snegur, anti-Lucinschi, pro-Lucinschi, devenind, în cele din urmă, pro-Diacov iar în anul 2001 – pro-Voronin. Exemplul dat, invocat de cercetătorul Victor Moraru (2002), a fost comentat astfel: „(...) presa ce se declară independentă, de fapt, deservește anumite interese corporative, realizându-le, în special, prin recurgerea la așa-numita „publicitate camuflată”, răsplătită prin subsidii oculte. Este dificil a vorbi în aceste condiții despre o linie politică stabilă a ziarului. Constantă la cele de partid, ea apare, de multe ori, fluctuantă în cazul celor zis independente”. Alte medii de informare, create deja în condițiile democratizării câmpului comunicațional, anunțate oficial drept publicații sau servicii audiovizuale independente, și-au etalat (discret sau indiscret) simpatia față de cutare sau cutare actor de pe scena politică. Astfel, în această perioadă putem vorbi de două varietăți de partizanat politic”. [191]

Pluripartidismul și partizanatul media multipolar și-au avut rostul lor în diversificarea pieței media din Republica Moldova. E vorba, întâi de toate, că aceste fenomene au pus capăt stării politice monoculare a mijloacelor de informare, proprii perioadei sovietice. În al doilea rând, ele au consacrat voci diferite, abordări multiple și platforme media polivalente ce au configurat peisajul mediatic autohton din ultimele trei decenii. Drept urmare, fenomenele respective au generat o anume diversitate politică media. Aserțiunile enunțate însă nu trebuie percepute ca o justificare a efectelor nocive iminente ale pluripartidismului și partizanatului media multipolar, ci trebuie interpretate doar ca parte a unei abordări multidimensionale a fenomenelor de referință.

### **1.3. Pluralismul media**

Pluralismul reprezintă unul dintre principiile fundamentale ale organizării democratice a societății. Acest principiu este raportat denotativ și conotativ la cele mai diverse domenii de activitate umană și socială, inclusiv pentru câmpul mediatic. Pluralismul este examinat în diverse contexte: libertatea presei, libertatea cuvântului, libertatea exprimării, dreptul la informare și la opinie, diversitatea, concentrarea și monopolizarea platformelor media etc. Drept consecință, în actele normativ-legislative internaționale și naționale, precum și în literatura de specialitate, este uzuală o întregă gamă terminologică.

Parlamentul European, în rezoluția privind concentrarea și pluralismul mass-media în UE (2008) [242], a relevat confluența conceptului de pluralism media cu un șir de fenomene, precum sunt concentrarea companiilor de profil, serviciile oferite de radiodifuzorii publici, puterea politică, competitivitatea în sfera economică, diversitatea culturală, dezvoltarea noilor tehnologii, transparența, condițiile de activitate a jurnaliștilor. Un studiu independent



privind indicatorii pluralismului media (*Independent Study on Indicators for Media Pluralism in the Member States – Studiu independent privind indicatorii pentru pluralismul mass-media în statele membre*) (2009) [127], a pus în evidență pluralismul intern și extern, pluralismul politic și cultural, pluralismul deschis și reprezentativ, pluralismul structural și de conținut, pluralismul moderat și cel polarizat, organizat și spontan, pluralismul reactiv, interactiv și activ, pluralismul descriptiv și estimativ. O tipologizare, în parte similară, a oferit și *MediaMonitorul* olandez în articolul *The concept of pluralism: media diversity (Conceptul de pluralism: diversitatea mass-media)* (2016), accentul fiind pus pe pluralismul de conținuturi [265] .

O abordare simetrică găsim în actele naționale. Astfel, *Legea privind aprobarea Concepției naționale de dezvoltare a mass-media din Republica Moldova* (2018) califică „pluralismul mediatic (intern și extern) drept o stare a domeniului mediatic care întrunește, cumulativ, următoarele caracteristici: a) diversitate de instituții mediatică; b) diversitate de produse mediatică oferite de aceeași instituție mediatică; c) prezența în produsele mediatică a opiniilor publicului larg; d) instituții mediatică libere, autonome, independente economic și editorial; e) acces al majorității publicului la gama de opinii prezente în produsele mediatică”. [149]

*Codul serviciilor media audiovizuale* (2018), consacrand în art. 1 noțiunea de pluralism audiovizual, îl tratează ca „a) diversitate de furnizori de servicii media și de servicii media audiovizuale; b) diversitate de programe audiovizuale în cadrul aceluiași serviciu media audiovizual; c) prezența opiniilor publicului larg în serviciile media audiovizuale, în special ale celor liniare; d) prezența furnizorilor de servicii media liberi, autonomi, independenți economic și editorial; e) accesul publicului larg la gama de opinii prezente în serviciile media audiovizuale”. [66]

În anul 2014, la inițiativa Fundației Soros-Moldova, în premieră pentru republică au fost elaborate două studii referitoare la pluralismul media. În unul, *Pluralismul extern al mass-media în Republica Moldova: între oportunitate și realitate* [220], pluralismul extern a fost catalogat drept „cel care dă măsura diversității de instituții mediatică în cadrul sectorului mass-media, prin existența unei palete de instituții mass-media sau organizații, care reflectă punctele de vedere ale diferitor grupuri sau tendințele și temele din societate”. Cel de-al doilea studiu este consacrat pluralismului intern, perceput ca „dreptul de a alege” și dovadă a diversității produselor mediatică oferite de fiecare instituție de profil în parte. [107]

Rezumând interpretările prezentate, constatăm că pluralismul în domeniul media face referință preponderent la diversitate. Din această perspectivă, pluripartidismul și partizanatul media multipolar, dimensionat în paginile anterioare, pot fi tratate ca manifestări particulare ale pluralismului media. Totodată

vom remarca că acestea reprezintă fațete periferice ale fenomenului complex de pluralism media. Una dintre dimensiunile fundamentale ale pluralismului media, din punctul nostru de vedere, derivă din reflectarea/abordarea evenimentelor și fenomenelor de interes public prin optici și surse multiple, axată pe necesitatea omului de a fi informat suficient pentru a-și forma liber propria înțelegere și a-și determina comportamentul social. Pluralismul media la nivel de conținuturi presupune, de asemenea, coexistența viziunilor nu doar multiple ci și divergente asupra unui eveniment/fenomen. Drept urmare, consumatorul de informație are la îndemână o varietate de opinii și argument pe care le poate evalua, la care se poate alia sau de care se poate detașa. Pluralismul media din această perspectivă deci nu impune omului o anumită interpretare, înțelegere, ci îi oferă șansa reală de a alege una dintre opiniile enunțate sau de a elabora propria opinie în baza datelor/judecăților de valoare furnizate. Altfel spus, din acest punct de vedere atestăm pluralism media în cazul în care un ziar, post de radio sau de televiziune, portal de știri etc. adoptă o politică editorială realizată la nivel de conținuturi în coordonatele valorice ale diversității de opinii și surse, ale echidistanței și imparțialității. Aceasta optică am utilizat-o la evaluarea pluralismului media autohton din ultimele trei decenii.

### **A. Pluralismul media din anii `90**

Analizând acum două decenii fenomenul pluripartidismului mediatic, consemnam în articolul *Presa de partid și valorizarea societății civile (1999)* că „peisajul informațional autohton din anii `90 a fost marcat de două evenimente relevante. Primul l-a constituit lansarea ziarului *Glasul*, celălalt – editarea publicației Frontului Popular Creștin Democrat din Moldova *Țara*. Ele, pe de o parte, au semnalat apusul dominației unui partid – a celui comunist – în domeniul mass-media, iar pe de alta – au întrunit însemnele evoluției ambivalente a presei scrise locale. Ziarul *Glasul* putea fi caracterizat, în acest sens, drept reper potențial pentru pluralitatea presei în Moldova. *Țara*, după cum aveam să ne convingem ulterior, a consemnat începuturile pluripartidismului presei sau ale presei pluripartidiste. În primul caz intuiam intenția de edificare a unei presei ce ar reflecta întregul spectru de opinii existent în societate ce ar da curs libertății de exprimare și abordării imparțiale a aranjamentelor sociale și de altă natură. În cazul al doilea, se anunța libertatea formațiunilor politice eterogene din punct de vedere doctrinar de a se manifesta pe tărâmul mass-media”. [176]

Dintre cele două tendințe semnalate acum două decenii, continuitate, după cum am putut să ne convingem în paginile anterioare ale acestui compartiment, a avut-o cea de-a doua. Prima, pluralismul media, deși ar fi trebuit să aibă întâietate, conferind în condițiile democratizării sustenabilitate evoluției firești a mijloacelor de informare, a purtat, însă, un caracter spontan, selectiv și inter-

mitent. Din acest considerent, în perioada respectivă putem vorbi doar despre preferarea unui anumit pluralism media (alias diversitate).

Pluralismul media din anii '90 a purtat amprentele evoluțiilor/turbulențelor social-politice, economice și socioculturale contradictorii ce se produceau atunci în Republica Moldova. Constituind mai curând o replică ocazională la acele transformări, pluralismul media din țările postsocialiste a fost catalogat de unii cercetători străini drept *pluralism implicit (pluralism by default)*. Autorul conceptului dat, cercetătorul Canadian Lucan Way a afirmat, având în temei și exemplul Moldovei, că acest tip de pluralism a apărut în „noile democrații” din fosta URSS și țările socialiste drept consecință a falimentului regimurilor autoritare, a incapacității acestora de a menține cenzura sau de a suprima opoziția. Pluralismul implicit totodată a fost generat, deși în măsură neînsemnată, de conducerea democratică și societatea civilă în devenire [280]. Ideea aceasta el a promovat-o și în cartea *Pluralism by Default: Weak Autocrats and the Rise of Competitive Politics (Pluralismul implicit: autocrații slabi și ascensiunea politicii competitive)* (2015) ce a avut în obiectiv experiențele respective din Moldova, Ucraina și Belarus.

Cercetătorul american John H. Parmelee în anul 2009, de asemenea, a proiectat conceptul de pluralism implicit asupra realităților mediatice din Moldova [212]. În studiul respectiv, Parmelee a argumentat că pluralismul mass-media de la noi a fost germinat de statul politic slab, economia anemică și fragmentarea culturală a Moldovei. Invocând un set de monitorizări naționale și internaționale, el a arătat că în condițiile instabilității guvernamentale, financiare și etnice, jurnaliștii vorbitori de română și rusă din presa scrisă și cea electronică au prezentat „viziuni diferite, începând cu reflectarea independentă a evenimentelor și terminând cu jurnalistică de propagandă”. Acele viziuni au preludiat autentică pluralitate de opinii. Analiza lui Parmelee a mai arătat că instabilitatea socială, contrar așteptărilor, a generat în Moldova o diversitate media.

Pluralismul media din Moldova a beneficiat și de o altă calificare, din punctul nostru de vedere suficient de pertinentă, aceasta având afinități vădite cu pluralismul implicit. E vorba de estimarea tinerei cercetătoare Vlada Ciobanu (2014), potrivit căreia „în Republica Moldova există un *pluralism fără libertate*, ceea ce presupune o lipsă a unor constrângeri puternice din partea statului în domeniul mass-media, garantarea libertății de exprimare și a fondării instituțiilor media”. Totuși, conchide autoarea, „constrângerile venite din partea pieței și a unui sistem politic și economic instabil duc la o concentrare netransparentă a proprietății mass-media și, drept urmare, reflectă interesele deseori obscure ale proprietarilor”. [58]

Pluralismul media implicit, așadar, ar putea fi calificat drept o derivată a perioadei de tranziție de la totalitarism spre democrație, dar și ca stare a mass-

media după suprimarea controlului politic totalitar/autoritar. Acest tip de pluralism este marcat, după cum vom vedea, de șubrezenie, ezitare, vulnerabilitate, derută și pendulare între diferiți poli de atracție. El și-a găsit diferite formate de exteriorizare.

E vorba, întâi de toate, de pluralismul media la nivel lingvistic (presa scrisă, în special, a fost editată nu doar în limbile română și rusă, ci și în găgăuză, bulgară, chiar dacă ultimele limbi încă erau utilizate sporadic). Drept urmare a fost atestat, în al doilea rând, un anume pluralism cultural sau multicultural (presa a promovat etosul atât al națiunii titulare, cât și al minorităților etnice). În al treilea rând s-a constatat pluralismul politic și structural media exprimat, după cum am mai spus, în pluripartidismul iar mai apoi – și în partizanatul media. În anii de referință, puține tipărituri ca, de exemplu, ziarele *Flux*, *Timpul*, *InfoMagazin* etc., postul de radio *Antena C*, cel de televiziune *ProTV Chișinău* și alte câteva medii scrise și audiovizuale au servit probe ale atașamentului față de pluralismul media.

Partea covârșitoare a mass-media a anilor '90, totuși, a fost departe de a fi pluralistă la nivel de politici editoriale și conținuturi. Întru susținerea acestei aserțiuni vom face referință la unele estimări răspândite pe larg în presa și investigațiile timpului. *Institutul European pentru mass-media (The European Institute for the Media-EIM)* în anul 2001, monitorizând comportamentul electoral din alegerile parlamentare anticipate din 25 februarie a cinci posturi tv (*TVM, ORT Moldova, NIT, Catalan TV, TV-21*), a tot atâtea posturi de radio (*Radio Moldova, Antena C, Nostalgie, HIT FM, Русское радио*) și a nouă ziare (*De facto, Flux, Țara, Luceafărul, Независимая Молдова, Коммунист, Săptămâna, Jurnal de Chișinău și Dialog*), a constatat că propriu-zisele informații, obiective și imparțiale, despre concurenții electorali au fost foarte puține, fapt ce a redus considerabil rolul presei de a prelucra și a generaliza informația. Raportul citat de cercetătorul Victor Moraru (2002) [191] a atestat, de asemenea, că electorala a fost marcată de jocuri murdare, campanii de discreditare, critici și acuze reciproce ale concurenților. Potrivit EIM, compania de stat *Teleradio-Moldova*, deși a oferit spațiu de emisie gratis tuturor concurenților electorali, a eliminat orice încercare de analiză politică. Niciunul dintre ziarele monitorizate nu a oferit o reflectare obiectivă a campaniei.

Comportamentul media din electorala 2001, dezvoltat de EIM, a constituit o expresie concentrată a filosofiei îmbrățișată de presa scrisă și cea electronică la început de mileniu nou. Ea a fost în totalitate circumscrisă practicilor articulate în condițiile înțelegerii strâmbe sau percepției distorsionate a libertății presei și a libertății de exprimare. În rezultat, pluripartidismul și partizanatul politic în câmpul media a substituit sau a redus la limită pluralismul media.

### **B. Pluralismul media, două decenii mai târziu**

După 2001, perspectivele pluralismului media de la noi au devenit și mai reduse, asta pe motiv că PCRM, instalat la putere în acel an, a instituit, potrivit deputatului social-liberal de atunci Oleg Serebrian, „politica sistematică de monopolizare a discursului public”. Faptul dat a fost consemnat în prima moțiune simplă din istoria parlamentarismului autohton „Libertatea presei și libertatea de expresie sunt sugrumate”, înaintată legislativului în 2007 de 15 deputați din opoziție. În ea se menționa: „Limitarea dezvoltării pieței mass-media, prin intervenții guvernamentale și încălcarea principiului liberei concurențe în acest domeniu au devenit o realitate în perioada 2001-2007. Imixtiunea politico-guvernamentală pe piața mass-media s-a manifestat prin alocarea de fonduri bugetare instituțiilor media guvernamentale și celor partizane; influențarea activității Consiliului Coordonator al Audiovizualului; prin aplicarea unui tratament economico-financiar diferențiat și discriminatoriu în privința operatorilor de media și în activitatea unor mijloace de informare în masă; prin abonarea obligatorie a instituțiilor și organizațiilor de stat la ziarele guvernamentale și cele partizane; prin alte abuzuri ale funcționarilor”. Deputații comuniști, conform relatării din 6 iulie 2007 a redacției de la Chișinău a *Europei Libere*, au respins moțiunea respectivă, ei considerând faptele prezentate ca fiind unele izolate. [120]

Decizia respectivă a venit în contradicție cu starea reală de lucruri. Astfel, studiul sociologic efectuat de Centrul Independent de Jurnalism în perioada 15 iunie-20 august 2007 în rândul profesioniștilor de media, a constatat „starea precară a presei din RM” care „a generat una din cele mai grave consecințe: lipsa de independență”. Respondenții, după observațiile unor cercetători, au apelat la exemplul din 2005-2008 al IPNA Compania *Teleradio-Moldova* care a reflectat evenimentele părtinitor, în favoarea autorităților centrale și în care autocenzura a fost o practică predominantă atât a jurnaliștilor angajați de IPNA, cât și la ziarele finanțate de autoritățile locale. Deputații comuniști au ignorat, de asemenea, și faptul că din 2007, chiar și unele dintre mediile pluraliste de până atunci, *EuroTV* și *Antena C*, au devenit afiliate politic. Această situație s-a menținut aproape intactă până în 2010, când la guvernare au venit forțele politice liberale iar Partidul Comuniștilor din Republica Moldova a trecut în opoziție. [218]

Pluralismul de conținut media în următorii ani, deși nu a devenit un fenomen omniprezent, totuși, treptat a cuprins un număr crescând de medii de informare. Scrutinul din 2009 a fost ultimul în care *TV Moldova 1* și *Radio Moldova* și-au etalat partizanatul politic procomunist. Comportamentul lor electoral în timpul alegerilor parlamentare anticipate din 2010 s-a schimbat vizibil. Din 2010, IPNA Compania *Teleradio-Moldova*, în condițiile de reformă instituțională în spiritul valorilor radiodifuzorului public, a adoptat abordarea imparțială și echidistantă a evenimentelor și fenomenelor sociale. Această schimbare a fost consemnată

de un șir de monitorizări. Astfel, *Asociația Presei Electronice* a estimat că „prin modul în care a reflectat campania electorală pentru alegerile generale locale din 5 iunie 2011, compania reconfirmă tendința clară de recuperare a caracterului său public, tendință sesizată în alegerile din anul 2010”. În studiul citat deja privind pluralismul extern al mass-media în Republica Moldova [220] a fost menționat că „schimbările în bine s-au petrecut după 2009, când a început să se constate o dorință de a promova pluralismul politic, chiar dacă există cazuri în care încă se simte linia progubernamentală”.

În ultimul deceniu, o pledoarie consistentă pentru pluralismul de conținuturi media au continuat să demonstreze *ProTV Chișinău*, *Radio Moldova*. Pe acest făgaș au pornit *TVR Moldova*, *TV8*, *Radio Chișinău*, *Jurnal TV*, *Ziarul de Gardă*, *Gazeta de Chișinău* etc. E de menționat, totodată, că o serie de medii de informare fățiș partizane au fost suspendate. Astfel, în 2012, postul de televiziune *NIT TV* care continua să reflecte realitățile sociale prin optica ideologică și programatică a PCRМ, pentru nerespectarea pluralismului de opinii a fost lipsit de CCA de licența de emisie. Ceva mai înainte a încetat să emită postul de radio *Antena C* înregimentat politic de PCRМ.

Pluralismul de conținuturi media atestat în ultimii ani este, în multe cazuri, inconsecvent pe motiv că mijloacele de informare aplică discreționar principiile echidistanței și imparțialității. Un exemplu de acest gen l-a demonstrat postul de televiziune *Canal 2*. Astfel, *CJI*, în analiza *Vox-uri „diverse” fără pluralism de opinii* publicată pe 23 ianuarie 2017 pe portalul său media *azi.md* [279] a avut în obiectiv un reportaj cu opiniile moldovenilor despre guvernul Pavel Filip. Toți cei intervievați s-au dat cu părerea despre guvernarea respectivă, iar răspunsurile lor, „deși au fost diferite, nu au prezentat o diversitate de opinii”. Fiind un instrument de sondare a opiniei publice, *Vox-ul* (sondajul stradal), se menționa în analiza de referință, este considerat un element democratic care le oferă oamenilor simpli ocazia de a-și face publică opinia. Totuși, în materialul pus pe post de *Canal 2* pare să fi fost selectate doar răspunsurile pozitive la adresa Premierului Filip și a Cabinetului de Miniștri condus de acesta. „După părerea mea se descurcă foarte bine...”, „dumnealui lucrează binișor...” – sunt doar câteva dintre opiniile colectate. Manualele de jurnalism și regulile deontologiei profesionale recomandă trecerea *vox-pop-ului* prin filtrul standardelor de echilibru și echidistanță. În context, autorii studiului de caz l-au citat pe Ion Laza, lector la Universitatea din Oradea, care în lucrarea sa „Genurile presei (Televiziunea)” nota: „Selectarea răspunsurilor este o operațiune delicată și importantă ce poate influența sensul general al materialului. Ca atare, ea trebuie făcută echilibrat, fără partizanat, redând diversitatea opiniilor și a argumentelor întâlnite”. [279]

Observatorii media locali în această ordine de idei au relevat multiple alte cazuri când instituțiile media devin tributare unor practici perimate de partiza-



nat sau mercenariat politic. Aceste derogări au fost generate de motive financiare, identitare, profesionale (politici editoriale) sau deontologice. Din aceste considerente, o serie de mijloace de informare au pendulat între partizanat și pluralism ori se află la confluența acestor practici. În context facem referință, de exemplu, la ziarul *Timpul* care după decesul fondatorului lui, Constantin Tănase în 2014, a devenit, metaforic vorbind, bicefal: versiunea printată a ziarului a promovat o politică editorială, iar cea online – alta sau una particulară. Iată ce nota ultimul redactor-șef al *Timpului* printat, Pavel Păduraru, în numărul din 31 mai 2019: „TIMPUL a susținut întotdeauna, chiar și pe vremea lui Tănase, politicienii și formațiunile politice proromânești, pentru a menține curentul unionist și a apăra valorile naționale. Dacă unele dintre aceste partide și-au schimbat macazul, niciodată nu le-am ținut parte. În ultimii ani însă am decis să dăm dovadă de obiectivitate din toate punctele de vedere în ceea ce privește politica internă, pentru că în R. Moldova a început să domine haosul, pentru că nu avem nicio forță politică sănătoasă, pentru că oamenii nu mai cred în nimeni și pentru că toți alegătorii știu că sunt mințiți. De aceea am publicat numeroase materiale de opinie pro și contra tuturor partidelor importante de la noi, lăsând cititorii să tragă concluzii. Singurul partid căruia nu i-am adus niciodată lauri a fost PSRM, pentru că echipa lui Dodon, în afară de faptul că e cam certată cu legea la fel ca și alții, reprezintă în plus o grupare antinațională și un pericol pentru ideea românească. Cititorii noștri (adevărații cititori ai ziarului scris pe hârtie!) pot confirma că nu au fost influențați sub nicio formă să voteze pe cineva anume”. [213]

Cu titlu de exemplu, am putea aminti și comportamentul ambivalent al *TV Moldova 1* în zilele de 7-9 iunie 2019, când radiodifuzorul public a demonstrat prin politica sa editorială și grila de emisie deopotrivă simpatia discretă pentru guvernarea PDM, aflată pe punct de apunere, și informarea fragmentară și haotică despre noua guvernare, creată de majoritatea parlamentară PSRM - blocul ACUM. Atare comportament flotant a derivat din faptul că *TV Moldova 1* nu s-a debarasat definitiv de practicile partizane politic iar informarea complexă și echilibrată nu a devenit o practică curentă și consecventă. Drept consecință, radiodifuzorul public a redevenit ținta criticilor atât din partea societății civile, cât și a clasei politice.

Practica curentă ne sugerează că pluralismul de conținuturi media poate fi prejudiciat chiar de o singură știre. Iată un exemplu concludent. Ziarul web *Național.md* în data de 12 iunie 2019 a publicat o știre cu titlul: „*Suprerealism incredibil*”: *Ședința de Parlament a început cu FELICITĂRI la adresa Federației Ruse și s-a terminat cu un minut de reculegere în memoria DEPORTAȚILOR. Zinaida Greceanâi: „Eu nu am avut de suferit*”. Relatarea dată a trezit reacția portalului *Mediacritica* al Centrului de Jurnalism Independent care a calificat-o



drept știre manipulative datorită citatelor trunchiate și judecăților de valoare: „Textul, dar și titlul știrii conțin mai multe judecăți de valoare: „coaliția neordinară”, „momente „delicate” în ședințe”, „suprerealism incredibil”. Aceste sintagme, potrivit *Mediacritica*, au trădat atitudinea jurnalistului față de subiectul relatat (mai curând e vorba de atitudinea părtinitoare față de PSRM și liderul formal al acestuia – c.m.), fapt ce a contravenit normelor deontologice. Totodată, a remarcat *Mediacritica*, în titlul știrii a fost folosit un citat trunchiat, fapt care a modificat sensul declarației făcute de speakerul Greceanăi. Și anume, în titlu apare citatul „Eu nu am avut de suferit”, pe când mesajul acesteia a fost altul: „Eu nu am avut de pățimit. Au pățimit părinții mei. Eu m-am născut acolo, în Tomsk”.

*Mediacritica* a remarcat prevederile *Ghidului de stil cu norme etice pentru jurnaliști* care recomandă: „Vom evita determinativele expresive, de obicei cu funcțiune de adjectiv, în special la redactarea știrilor. Un stil concis este mai eficient decât unul cu înflorituri”. Totodată, *Ghidul* menționează că jurnaliștii trebuie să aibă grijă la formularea titlurilor: „Vom da, pur și simplu, informația: scurt, brut, la obiect, neutru, fără nuanțări. Titlul trebuie să prindă esența problemei prin câteva cuvinte bine alese”.

Pe 8 iunie 2019 a avut loc învestirea guvernului condus de Maia Sandu. Acest eveniment a avut parte de reflectări/interpretări divergente. O serie de posturi de televiziune au dat dovadă de neutralitate și echidistanță, fără a admite încălcarea normelor deontologice și/sau folosirea unor tehnici de manipulare. Între ele au fost *ProTV Chișinău*, *Jurnal TV*, *TV8*, *TV Moldova 1*, *NTV Moldova*, precum și portalurile monitorizate *Unimedia.info* și *Sputnik.md*. Totodată, potrivit analizei cercetătorului Victor Gotișan efectuată în cadrul proiectului *CJI Mediacritica* și publicată pe 25 iunie 2019, unele din cele 12 instituții monitorizate au dat dovadă de lipsă de echidistanță, recurgând la titluri tendențioase, la etichetări și la prezentarea selectivă a informației, calificând evenimentul drept un fapt „ciudat” și „ilegal” (*Prime TV, Canal 3*). Altele au recurs la generalizări și estompări și nu au asigurat dreptul la replică celor vizați în conținutul media produs și difuzat (*Accent TV, Televiziunea Centrală, Orhei TV*). O a treia categorie de servicii media audiovizuale au tratat instalarea Guvernului Sandu drept „victorie”, „căderea dictatorului”, scrierea „istoriei” (*Jurnal TV, NTV Moldova, Accent TV*). [115]

În anii de la urmă, o serie de mass-media partizane tradițional în favoarea PSRM (*Accent TV, NTV Moldova, sputnik.md* etc.) și ostile altor formațiuni politice, în special blocului electoral din 2019 ACUM (PAS și PPPDA), în urma schimbării configurației de guvernare (PSRM+blocul ACUM) brusc și-a schimbat tratamentul: criticile de altă dată în adresa blocului ACUM au fost substituite cu materiale elogioase. După căderea Guvernului Maia Sandu, aceleași medii

de informare au reluat ostilitățile față de PAS și PPPDA. De altfel, concursul de împrejurări (conjunctura politică) a alimentat, de regulă, identitatea editorială a multor medii de informare.

Exemplele citate, deși relevă conduite în situații particulare și nu pot fi tratate ca fiind reprezentative pentru cutare sau cutare instituție media, totuși, din punctul nostru de vedere, sunt suficient de sugestive pentru a ilustra lipsa de pluralism în conținuturile curente ale mediilor autohtone. Totodată, ele probează că mediile de informare nu au la îndemână politici editoriale ce ar asigura profesarea conștientă, coerentă și neconținută a pluralismului.

Pluralismul media autohton din ultimul timp, așadar, a fost determinat de o serie de factori. Primul l-au constituit circumstanțele sociale și politice, economice și culturale de tranziție de la totalitarism spre democrație. Alt factor a constat în coordonatele politicilor editoriale, determinate de gradul de racordare la legislația media și deontologia profesională. În final, pluralismul a derivat și din statutul de proprietate și afiliere politică a instituțiilor media. Pluralismul mediatic pe parcursul anilor a fost articulat, mai mult sau mai puțin constant sau discontinuu, în pluripartidism, partizanat politic multipolar ca expresii ale pluralismului implicit și în jurnalismul liber. Pluralismul produs sub incidența factorilor enumerați, deși a avut un caracter rudimentar, totuși a influențat gradual mentalitățile, atitudinile și comportamentele consumatorilor de informație. Date concludente în acest sens ne oferă sondajul sociologic efectuat de *IMAS* (2018) privind evoluțiile și preferințele mass-media din Republica Moldova. [159]

Astfel, doar 3% dintre respondenți s-au declarat foarte mulțumiți, iar alți 37% – destul de mulțumiți de mass-media. Tot 3% este ponderea celor care au susținut că presa este „complet independentă”, alți 12% au opinat că ea este „mai degrabă independentă”, în timp ce 59% au calificat-o „complet sau mai degrabă dependentă”. Doar 1% au considerat că ceea ce prezintă mass-media din Republica Moldova corespunde în foarte mare măsură realității, alți 21% au afirmat că relatările din mass-media corespund în mare măsură realității. Cei mai mulți (75%) au opinat însă că mass-media distorsionează realitățile. *IMAS* a elaborat de asemenea profilul celui care are păreri foarte critice la adresa mass-media: este bărbat, lucrează, are studii superioare, se informează îndeosebi din mediul online și locuiește în orașele mari sau municipii.

Respondenții sondajului au dat dovadă că percep diferit gradul de informare. Astfel, ei s-au împărțit în două grupuri egale (a câte 49 la sută): un grup a considerat că media le oferă suficientă informație despre evenimentele din țară, iar alți au exprimat o opinie contrară. Și un grup, și celălalt au afirmat că cel mai puțin sunt informați despre cele întâmplate în localitățile și regiunile țării. 50% dintre cei chestionați au afirmat că mass-media acționează nu în interesul lor sau al societății per ansamblu ci al politicienilor. 15% au spus că mass-media pro-

movează interesele patronului care deține instituția media, 9% din respondenți au opinat că prioritare pentru media sunt interesele oamenilor de afaceri iar 3% au spus că mass-media autohtone sunt preocupate mai mult de interesele țărilor străine.

Sondajul a constatat, de asemenea, gradul redus de credibilitate a mass-media pe motiv că jurnaliștii sunt înregimentați politic sau ideologic, iar informația difuzată nu corespunde adevărului. Astfel, ponderea celor care au opinat că informația din mass-media este complet falsă a constituit 35%, iar a celor care au considerat că jurnaliștii îndeplinesc comanda altor țări sau organizații internaționale a fost de 44%. E de notat că populația urbană s-a aratat mult mai critică față de media din cauza că aceasta este controlată/influențată de factorul politic, este coruptă sau discreditată. Populația rurală în acest sens a fost mai îngăduitoare, exprimându-și solidaritatea cu orășenii doar în relevarea caracterului fals al informației. Pornind de la aceste date, IMAS a conchis că sătenii sunt mai deschiși față de informațiile vehiculate prin canalele de informare în masă, dând crezare la „ceea ce se spune la televizor”, în timp ce populația urbană este mai reticentă. Prin urmare, orice campanie de informare, derulată prin mass-media, are sau poate avea impact diferit în funcție de mediul rezidențial.

\*\*\*

Pe durata primelor trei decenii de independență a Republicii Moldova, presa autohtonă tipărită și cea electronică au trecut de la monopartidism la pluripartidism mediatic, de la acesta – la partizanat politic și spre pluralism media intern și extern. Acest parcurs, marcat de evoluții benefice și de involuții tributare trecutului, deocamdată nu a culminat prin instituirea irevocabilă a pluralismului media autentic ca dimensiune indispensabilă a societății democratice. Principalele izvoare ale lui sunt pluralismul politic, alegerile libere și corecte, economia de piață bazată pe proprietatea privată, statul de drept, drepturile și libertățile efective ale omului. În lipsa acestor jaloane, edificarea mass-media în spiritul pluralismului, după cum o demonstrează experiența Moldovei, rămâne un efort fără finalitate sustenabilă.

## **Capitolul II. MASS-MEDIA vs. STATUL**

Instituțiile de stat în societățile democratice lipsesc aproape cu desăvârșire pe post de actant în spațiul mediatic. Acestea, în funcție de ramura căreia îi aparțin, sunt antrenate prioritar în elaborarea, promovarea și supravegherea respectării cadrului legal propice pentru realizarea libertății presei și asigurarea accesului liber la informația internă și externă de interes public. Statul, uzitând de diverse instrumente politice, economice și juridice, de asemenea încurajează informarea imparțială și suficientă a cetățeanului pentru ca acesta să beneficieze de libertatea de exprimare, dreptul la opinie și, în consecință, să-și cultive ținuta mentală și comportamentală fără ingerințe propagandistice și manipulatorii.

„Prețul libertății, nota cu referință la misiunea socială a puterii judiciare lordul David Neuberger, președintele Curții Supreme din Marea Britanie, este vigilența eternă” [203]. Aserțiunea dată, proiectată în spațiul comunicării publice, ar putea să însemne că mass-media devin exponent al interesului și opiniei publice care veghează ca toate puterile din stat să asigure libertățile civile, devenind, din această perspectivă, metaforic vorbind, puterea a patra. Statul în societățile democratice în mod conștient și deliberat, chiar dacă îi provoacă suficient disconfort, acceptă și reacționează, de regulă, adecvat la statutul de „putere a patra” a mass-media și efortul acestora de a sta în serviciul cetățeanului.

Înainte de a deveni președinte al Statelor Unite ale Americii (1801-1809), Thomas Jefferson a făcut următoarea declarație: „De-ar fi să decid dacă trebuie să avem un guvern fără ziare sau ziare fără un guvern, nu aș ezita nici o clipă să prefer cea de-a doua alternativă”. Afirmatia dată ulterior a fost frecvent comentată de diverși cercetători. Subsemnatul, cu o ocazie, a parafrazat-o astfel: dacă ar fi să alegem între ziare de partid și ziare fără de partid, am pleda fără ezitare pentru ultimele. În contextul raporturilor stat-mass-media. Din punctul nostru de vedere, declarația respectivă ar trebui eliberată de dilema implicită. Altfel spus, societatea are nevoie atât de guvern fără ziare (excepție am face pentru tipăriturile oficiale ce cuprind actele legislative și normative adoptate de parlament, guvern și alți factori decizionali), cât și de ziare fără un guvern, adică de o presă liberă ce acționează în afara spațiului politic și se autoreglementează, nefiind guvernată de anumiți factori exteriori, politici sau economici.

Asemenea abordare a raporturilor dintre stat și mass-media însă este împărtășită nu de toți cercetătorii sau politicienii – factori de decizie pe acest domeniu atât de la noi, cât și de pe alte meridiane. În această ordine de idei este pertinentă observația mediologului Victor Moraru care în anul 2002 nota: „Problema existenței presei oficiale este privită în mod tradițional în două optici diverse: la o extremă plasându-se cei care consideră că guvernul are nevoie de un mijloc de comunicare pentru a aduce la cunoștința populației informația cu

privire la activitatea desfășurată și la cealaltă extremă – cei ce argumentează că într-o societate, în care există o parte a electoratului ce nu a votat pentru guvernul instaurat de majoritatea parlamentară, nu trebuie să existe presă finanțată din bugetul general susținut de toți contribuabilii”. În contextul dat, mediologul îl citează pe politicianul italian, Antonio Gramsci: „Conceptia ziarului statal este legată în mod logic de structurile neliberale de putere (adică de acele structuri în cadrul cărora societatea civilă se amestecă cu societatea politică), fie ele despotice ori democratice (adică cele în care minoritatea oligarhică își închipuie că ea ar reprezenta întreaga societate sau cea în care poporul în ansamblu își închipuie și crede că tocmai el și constituie statul). Dacă școala aparține statului, de ce n-ar exista și jurnalismul de stat, doar jurnalismul este o școală pentru adulți?”. O opinie apropiată citată de același mediolog a fost exprimată de cercetătorul american John Merrill care consideră că pluralismul adevărat al mass media, care concurează pe piața informațională este inimaginabil fără existența mass-media ce aparțin guvernului. [191]

Pledoariile, potrivit cărora statul poate și trebuie să fie actor al spațiului public, din punctul nostru de vedere, contravin naturii și funcțiilor presei, a mass-media în general, concepute din start ca entități independente și exponente ale cetățeanului și societății civile, ca instrument de supraveghere (WatchDog) a puterii, societății politice în general și liant al acestora. Firește, aceasta nu anulează definitiv posibilitatea puterii de a dispune de ediții periodice pentru publicarea documentelor oficiale (gen „monitor oficial”), la fel cum partidele politice sunt în drept să editeze publicații de interes intern (reviste teoretice, buletine de partid etc.). Astfel se întâmplă în mai toate țările democratice. În primul caz, funcționarea acestora este reglementată prin lege pentru a face lumină în utilizarea banilor publici și a elimina practicile de a le utiliza în scopuri politice, în cel de-al doilea – sunt chestiuni interne ale formațiunilor politice.

În societățile totalitare, în special în cea sovietică, situația a fost alta. Partidul comunist a fost entitatea ce a dominat completamente câmpul mediatic, instituțiilor de stat revenindu-le misiunea de a fi fondator complementar sau figurant formal pe segmentul de referință. Demonopolizarea ideologică a mass-media din Republica Moldova ca și din întregul spațiu sovietic de la începutul anilor `90, odată cu anularea rolului conducător al Partidului Comunistilor, a fost însoțită, după o neînsemnată ezitare în timp, de întronarea dominației structurilor de stat în câmpul mijloacelor de informare. Dominația respectivă a fost agravată de faptul că în acele vremuri nu s-a produs separarea puterilor și în asemenea circumstanțe situația putea recidiva în reîntronarea, adevărat, cu alte caracteristici, a totalitarismului în mass-media. Totodată este de remarcat că prezențele statului în câmpul media au purtat un caracter oscilant: inițial, statul, preluând în totalitate proprietățile media ale PC, a devenit cel mai mare și puter-

nic actant media. Ulterior, sub presiunea factorilor politici interni și, în special, ai celor externi, statul a declanșat procesul de deetatizare a presei. Acest proces a cunoscut afluxuri și refluxuri și s-a derulat într-o perioadă întinsă de timp, el desfășurându-se într-un fel și astăzi.

## 2.1. Spațiul mediatic și statul

### **A. Etatizarea presei printate din anii `90**

În debutul anilor `90 a fost declanșat procesul de etatizare a câmpului mediatic. Astfel, ziarele naționale tradiționale *Moldova Socialistă* și *Советская Молдавия*, organe de presă ale CC al RC în perioadă sovietică, au devenit, după proclamarea independenței Republicii Moldova, publicații periodice ale legislativului. Tot atunci, acestea și-au modificat denumirile în *Moldova Suverană* și *Независимая Молдова*. Ziarele, potrivit legii nr. 497 din 15.02.1991 cu privire la modul de publicare și intrare în vigoare a legilor RSSM, aveau în special datoria să publice actele legislative. Misiunea dată a fost în vigoare până în 1994, când publicațiile au devenit organe oficiale de presă ale Guvernului Republicii Moldova. În virtutea acestui nou statut, *Moldova Suverană* și *Независимая Молдова* s-au axat pe diseminarea documentelor normative emise de guvern. În anul 1995, noul fondator a aprobat noile statute, conformate la prevederile Legii presei nr. 234-XIII din 26.10.94. Documentele respective au reglementat scopul, structura și modul de funcționare a organelor guvernamentale de presă, acestea fiind obligate să reflecte „multilateral” activitatea instituțiilor decizionale ale Republicii Moldova.

Pe parcursul primului deceniu, instituțiile puterii de stat au fondat o serie de tipărituri oficiale noi. Astfel, parlamentul, în conformitate cu hotărârea Sovietului Suprem al RSS Moldova nr. 106-XII din 15 iunie 1990 „Cu privire la organele de presă ale Sovietului Suprem al RSS Moldova”, a fondat ziarul *Sfatul Țării*. Statutul lui, aprobat prin decizia Prezidiului Parlamentului Republicii Moldova patru ani mai târziu, din cauza disensiunilor dintre politica editorială a redacției și viziunea legislativului prevedea, în particular, că publicația va asigura „oglundirea multilaterală a activității de stat și legislative a Parlamentului, a politicii interne și externe desfășurate de Parlamentul, Prezidiul și Guvernul Republicii Moldova”. Din luna mai 1992, Ministerul Apărării al Republicii Moldova a început editarea ziarului *Oastea Moldovei*.

Ziarele locale editate de comitetele raionale de partid în perioada sovietică au fost supuse și ele etatizării, devenind, în bună parte, organe de presă ale administrației publice locale – consiliilor raionale și celor municipale, consemna cercetătorul Dumitru Coval [78:59]. Multe dintre aceste ziare au dispus de titluri noi, neideologizate. Astfel, cel din Ialoveni a fost redenumit în *Baștina*, de la

Nisporeni – în *Crai Nou*, de la Cimișlia – în *Curier de Cimișlia*, de la Sângerei – în *Ecoul*, de la Cahul – în *Vatra*, de la Telenești – în *Vocea gliei* etc. [255:31] Această categorie de presă însă a existat până la implementarea reformei administrativ-teritoriale din 1998.

Trei ziare din cinci câte apăreau în anii `90 în UTA Gagauzia erau editate de autoritățile locale (*Весту Гагаузии*, *Comrat*, *Знамя* la Ciadâr-Lunga și *Панорама* la Vulcănești). În raioanele din stânga Nistrului, în perioada respectivă, presa locală a fost practic monopolizată de autoritățile secesioniste.

În 1990, *Veștile Sovietului Suprem și ale Guvernului RSS Moldovenești* au fost transformate în *Monitorul Sovietului Suprem al RSS Moldova*, urmând ca acesta să apară din ianuarie 1991 sub auspiciul ziarului *Sfatul Țării*. Din motive tehnice însă, *Monitorul* cu o periodicitate de două ori pe lună, a început să apară din iunie 1991. Conform art. 6 al legii nr. 47 din 15 februarie 1991, *Monitorul oficial* se editează lunar și este structurat în patru compartimente. În partea întâi se publică legile RSS Moldova, hotărârile și alte acte ale Sovietului Suprem al RSS Moldova și ale Președintelui RSS Moldova, tratatele internaționale; în partea a doua – decretele și hotărârile Prezidiului Sovietului Suprem al RSS Moldova, dispozițiile Președintelui Sovietului Suprem al RSS Moldova; în a treia – informațiile privind activitatea Sovietului Suprem al RSS Moldova, a Președintelui RSS Moldova, a Prezidiului Sovietului Suprem al RSS Moldova, a Președintelui Sovietului Suprem al RSS Moldova, a comisiilor permanente ale Sovietului Suprem al RSS Moldova și a altor organe ale Sovietului Suprem al RSS Moldova și ale prezidiului lui, a Comisiei Electorale Centrale pentru alegerile de deputați ai poporului din RSS Moldova, precum și informațiile privind modificările din diviziunea teritorial-administrativă a RSS Moldova; în a patra – hotărârile și dispozițiile guvernului republicii. Legea mai prevedea că unele acte, documente și materiale pot fi publicate, în baza unei hotărâri a Prezidiului Sovietului Suprem al RSS Moldova, în suplimentul la *Monitorul Sovietului Suprem al RSS Moldova*. După suspendarea ziarului *Sfatul Țării*, *Monitorul oficial* a fost preluat de agenția *Moldpres*.

Intervențiile masive ale statului din anii `90 în câmpul mediatic au fost analizate și evaluate de autorul prezentei lucrări în articolul *Mass-media din Moldova: implicații politice* (2001) din care reproducem unele crâmpie, relevante pentru dimensionarea fenomenului de etatizare media din perioada de referință:

„Etatizarea în câmpul comunicațional din perioada de referință a însemnat în Moldova trecerea în proprietatea sau gestiunea de stat a patrimoniului informațional al fostului partid de guvernământ, accesul dozat la sursele de informație, finanțarea preferențială a mediilor de comunicare în funcție de gradul de loialitate față de putere etc. În debutul aa. `90, potrivit calculelor noastre, statul deținea circa 50 la sută din presa scrisă, practic întreaga presă electronică. Remarcăm că în Moldova, etatizarea mass-media a fost promovată pe parcursul ultimului deceniu



de toate guvernele, indiferent de preferințele lor politice. Faptul acesta are mai multe explicații. Prima ar fi nedorința autorității publice de a se lipsi de presa de buzunar. Sugestivă în acest sens a fost soarta ziarului *Sfatul Țării*.

Fondat pe 27 august 1990 ca organ al parlamentului, ziarul *Sfatul Țării*, purtând semnificativ titlul predecesorului său din 1918, a încercat să practice un alt tip de jurnalistică, oferindu-i publicului o informație care deseori era în disonanță cu apetiturile politice ale legislativului de atunci. „Regăsi-ne-vom oare cititorul cel cult, din evul de aur al clasicilor noștri, reapărea-va El din umbra vremurilor?”, se întreba retoric în articolul de deschidere „Repari din umbră” Nicolae Misail, redactor-șef, deputat în Parlamentul Independenței. Și tot el nota atunci: „Suveranitatea mai înseamnă – și poate întâi de toate – libertate și egalitate spirituală pe care o dobândești numai cu oboseala minții”. La distanța de peste trei decenii, Nicolae Misail, în interviul acordat pe 4 iunie 2021 agenției *Moldpres*, afirma: „Astăzi, presa are atâta libertate cât își asumă” și în continuare preciza: „Da, am avut parte de libertate de expresie, dar nu ne-a oferit-o nimeni de la înaltele tribuni, decât poate numirea mea în funcția de redactor-șef al cotidianului Parlamentului *Sfatul Țării*. Dimpotrivă, foarte curând am avut a înfrunta personal mai multe reproșuri, foarte puține întemeiate, dar mai ales situații de presiune politică, morală, iar în ultimă instanță un soi de cenzură financiară. Dar, abia după ce i-a fost pusă „cahla”, la câțiva ani, peste toate acestea s-a așternut plapuma satisfacției că *Sfatul Țării* a fost un prim exemplu – și unicul ca organ al unei instituții atât de înalte cum este legislativul unei țări – de o veritabilă presă liberă”. Legiuitorii de atunci, din anul 1990, surprinși și nemulțumiți de asemenea soi de ziar, au avut curajul să-l tolereze doar câteva luni, după care au încetat să-l mai subvenționeze. În consecință, ziarul a încetat să mai fie editat.

Etatizarea presei, ca să oferim cea de-a doua explicație a acestui fenomen, a fost consimțită tacit de majoritatea editorilor și jurnaliștilor. Vorba e că în condițiile statului-partid, presa niciodată n-a fost concepută ca o afacere sau ca o întreprindere care să se autogestioneze. Planificarea centralizată prevedea resursele financiare necesare pentru funcționarea ei iar jurnaliștilor le revenea doar misiunea să valorifice în modul prestabilit mijloacele alocate. În noile condiții, jurnaliștii, deși din start au optat pentru o economie de piață, s-au dovedit inapți să activeze pe potriva pledoariilor lor. În asemenea circumstanțe, jurnaliștii au putut face diferite opțiuni: una, dificilă, dar și onorabilă – să se adapteze la regulile economiei de piață și, înfruntând dificultățile inerente, să-și dobândească libertatea și independența nu doar economică, ci și politică, profesională. Alta, mai ușoară, mai ademenitoare, dar vicioasă și primejdioasă – să accepte vechile reguli de funcționare, sacrificând libertatea presei.

În mare parte, mass-media, spre deosebire de cotidianul *Sfatul Țării*, au preferat la timpul respectiv cea de-a doua perspectivă. Un exemplu concludent în

această opțiune a servit ziarul guvernamental *Moldova Suverană*. Acum câțiva ani (în 1993 – c.m.), această publicație și-a declarat independența față de fondatorul ei, Guvernul Republicii Moldova, pe motiv că acesta nu-și onora obligațiile sale financiare. În calitate de ziar independent, *Moldova Suverană* a supraviețuit ceva mai mult de 24 de ore. Guvernul în acest răstimp a virat pe contul ziarului banii necesari și ziarul a renunțat la declarația de independență. Deși la timpul respectiv inițiativa ziarului a fost tratată de observatorii locali, între care și subsemnatul, ca un semnal al declanșării procesului de deetățizare a presei, ea, în esență, s-a dovedit a fi un gest banal de presiune asupra fondatorului.

(...) Faptele prezentate, în opinia noastră, demonstrează că puterea de la noi, chiar și atunci când este instituționalizată în urma alegerilor democratice, este tentată să fie actor activ în câmpul comunicațional. Mediile de comunicare de stat din Moldova, deși sunt finanțate din banii publici, se află în serviciul puterii. Ele, în ultima instanță, constituie exponentul forței politice care la moment deține puterea. Altfel spus, banii publici sunt folosiți de către un anume partid pentru a-și promova propriile interese chiar și atunci când suportul lui social este extins sau pretins extins. Din această perspectivă, mediile de comunicare de stat nu stimulează libertatea exprimării, a opiniei și al cuvântului, motiv care ne îndeamnă să le tratăm ca o practică mediatică falimentară”. [172]

În raioanele de est ale Republicii Moldova, autoritățile neconstituționale au stabilit un control rigid asupra mediilor de informare. [268]

### ***B. Presa tipărită între etățizare și deetățizare, două decenii mai târziu***

Perioada de referință a fost dominată de două tendințe contradictorii în raporturile statului față de mass-media. Una, proliferată în primul deceniu al secolului în curs, a fost, în temei, articulată în abordarea etatistă tradițională a spațiului mediatic. Președintele Uniunii Jurnaliștilor din Moldova (*UJM*), Valeriu Saharneanu (1994-2011), în raportul prezentat Congresului al XIV-lea al *UJM* (2008) a constatat că politica de stat respectivă de atunci a fost focusată și a avut drept rezultat dezinformarea și cenzura iar efectele politicii respective a cuprins (1) limitarea maximă a spațiului public de dezbateri; (2) diminuarea capacității de impact a presei libere; (3) sporirea și diversificarea surselor de propagandă ale partidului de guvernământ (<http://valeriusaharneanu.com/in-sfarsit-premiul-nobel-si-pentru-jurnalisti-motiv-de-bucurie-dar-si-de-reactualizare-a-rechizitoriului-crimelor-anti-presa/>. Accesat: 09.10.2021)

A două tendință prefigurată în deceniul următor a coagulat intențiile, mai curând impuse decât benevole, ale statului de a demara procesul de deetățizare a mass-media în Republica Moldova. Evoluțiile consemnate s-au produs sub presiunea societății civile locale, a partenerilor externi de dezvoltare, precum și ca o reacție la falimentul politic, social și economic al mediilor de stat. Reliefată cu

precădere după adoptarea legii din 2010 privind deetatizarea publicațiilor periodice publice, noua abordare însă a fost promovată de o manieră contradictorie și intermitentă, ezitantă, inconsecventă și incoerentă. Evoluțiile/involuțiile mediilor de stat tipărite, naționale și locale, ilustrează pregnant acest comportament ambivalent al entităților oficiale din perioada respectivă.

Abordarea etatistă a mijloacelor de informare din primul deceniu s-a resimțit cel mai puternic în raport cu presa locală. În acea perioadă se derula prima reformă administrativ-teritorială postsovietică (1998), pivotul căreia l-a constituit comasarea în județe a celor 40 de raioane moștenite din perioada comunistă. Lichidarea raioanelor a afectat direct presa locală de stat. Unele dintre publicațiile oficiale raionale au fost transformate în tipărituri județene ale noilor administrații, altele au dispărut, colectivele redacționale inițiind, în mai multe cazuri, editarea unor ziare județene private.

Presa oficială județeană a existat puțin timp. În 2003, la doi ani după acederea la putere, PCRM a demarat o altă reformă administrativ-teritorială. De data aceasta, ea avut în obiectiv lichidarea județelor și restabilirea raioanelor vechi, adevărat în număr mai mic – de 32. Noua reformă, potrivit cercetătorilor, a produs „o explozie” pe domeniul presei locale. Cel mai prolific în acest sens a fost anul 2003, când au fost create cele mai multe ziare raionale de stat. Conform unor estimări (API, 2011), în anul 2010, în Republica Moldova (cu excepția UTA Gagauzia și raioanelor de est ale republicii) au fost editate 22 de publicații periodice fondate de consiliile raionale/municipale. Este vorba de *Farul Nistrean* (Rezina), *Cuvântul Liber ST* (Strășeni), *Drapelul Muncii* (Anenii Noi), *Meridian Ocnița*, *Realitatea* (Soroca), *Călărașii*, *Curierul de Leova*, *Curierul de Cantemir*, *Câmpia Glodenilor*, *Eveniment actual* (Râșcani), *Meleag Natal* (Briceni), *Curierul de Edineț*, *Pasul Nou* (Dondușeni), *Patria mea* (Fălești), *Plai sângerean*, *Гоним Бэлць* și *Vocea Bălțiului*, *Prier* (Ștefan Vodă), *Căușenii*, *Plai Orheian*, *Drapelul* (Florești) și *Свем* (Taraclia). Puține dintre ele, judecând după Catalogul din 2019 al Poștei Moldova, și-au păstrat apariția până în zilele noastre (*Farul Nistrean*, *Eveniment actual*, *Meleag Natal* și alte câteva).

Referindu-se la subiectul ziarelor raionale, reprezentantul OSCE pentru libertatea presei, Miklós Haraszti care a vizitat Republica Moldova în octombrie 2004 a declarat: „Conceptul unei prese sprijinite din bani publici este incompatibil cu democrația avansată. Existența unei astfel de prese ar fi justificată cu o minimă condiție: numărul unor asemenea ziare nu trebuie să crească și nu trebuie să existe discriminare administrativă sau economică (publicitate) față de presa independentă. Nu e nevoie de a restabili așa-zisele „gazete raionale”, adică ziarul plătit de administrațiile locale”. (...) Planul de acțiuni UE-RM prevede, printre altele, „asigurarea unei relații transparente între autorități și instituțiile media în conformitate cu recomandările Consiliului Europei; ajutor financiar din

partea statului pentru mass-media, acordat în baza criteriilor stricte și obiective aplicate egal pentru toate instituțiile media; elaborarea și implementarea unui cadru legal adecvat ce garantează libertatea expresiei și a mass-media, în conformitate cu standardele europene și în baza recomandărilor Consiliului Europei. (...) În urma procesului de deetatizare, va avea de câștigat și statul, și societatea, și jurnaliștii. Statul – fiindcă va scăpa de povara cheltuielilor pentru întreținerea ziarelor de stat. Societatea – fiindcă va beneficia din plin de unul dintre cele mai importante instrumente de control asupra puterii, de o presă de calitate, obiectivă și care poate exista doar în situația când în prim-plan sunt puse necesitățile și interesele cititorilor, nu ale autorităților sau formațiunii de guvernământ; jurnaliștii vor obține posibilitatea de a activa în condiții egale, civilizate, proprii unei societăți democratice, bazate pe economia de piață”. [apud 45]

Presă oficială din raioanele restabilite în urma reformei administrativ-teritoriale din 2003 a beneficiat de sprijinul deplin al autorităților locale. Ziarele respective au dispus de finanțare de la bugetul public local. Pentru a le spori competitivitatea în raport cu cele private, în unele raioane, primăriile, instituțiile de stat, oficiile poștale au avantajat abonarea ziarelor consiliilor raionale, iar prețul de realizare a fost stabilit sub valoarea prețului lor de cost. Raportul *CJI* privind situația mass-media în anul 2008 a scos în relief și alte practici de susținere a presei de stat. În context, a fost vorba de publicarea preferențială a materialelor publicitare oficiale în paginile ziarelor finanțate de la bugetul de stat; plasarea prioritară a publicității în presa de limbă rusă („publicațiile de limba română au beneficiat de un volum de publicitate din partea instituțiilor publice de două ori mai mic decât cele de limba rusă”). Această practică a fost calificată în raportul menționat drept „discriminatorie, netransparentă și inechitabilă” din partea statului în raport cu presa. [47]

Potrivit datelor cuprinse în studiul *API* despre presa locală (2011), între anii 1990-2010, în raioanele republicii au apărut 71 de ziare ale administrațiilor publice locale sau circa 60 la sută din totalul de 121 de publicații de talie raională. Potrivit aceluiași studiu, șase din nouă ziare locale din UTA Găgăuzia și 22 din 30 de titluri de presă locală din raioanele de est ale Republicii Moldova s-au aflat către anul 2010 în proprietatea autorităților publice. În ultima vreme, această tendință a intrat în retragere. [95]

În ultimele două decenii, statul și-a fortificat prezența în spațiul mediatic, de asemenea, prin diverse entități guvernamentale și structuri publice centrale. Astfel, Ministerul Apărării a devenit fondatorul revistei *Oastea Moldovei*, Ministerul Agriculturii, Dezvoltării Regionale și Mediului a creat revista *Agricultura Moldovei*, Ministerul Educației, Culturii și Cercetării a tutelat publicațiile pentru copii și adolescenți (revistele *Noi* și *Alunelul*, săptămânalul *Florile Dalbe*), Ministerul Finanțelor a lansat publicația *Vama*, Ministerul Justiției – revista *Legea și*

*Viața*, Comisia Națională a Pieței Financiare – Ziarul *Capital Market*, Academia de Științe a dispus de 28 de publicații științifice etc.

Cel mai vizibil actant pe segmentul media național din primul deceniu al secolului în curs însă a fost Guvernul Republicii Moldova. El a continuat să fie fondator al celor mai mari cotidiene naționale – *Moldova Suverană* și *Независимая Молдова*. Tirajul acestor publicații a atins cumulativ circa 400 de mii de exemplare. Potrivit unui studiu, în anul 2007, în Republica Moldova erau editate 72 de instituții media înregistrate ca „întreprindere de stat”, 82 la sută dintre care reprezentau presa scrisă [103; 218]. Tipăriturile respective, calificate de guvernarea comunistă de atunci drept patrimoniu public, prin Legea nr. 121 din 4 mai 2007 privind administrarea și deetatizarea proprietății publice, au fost înscrise în lista bunurilor nepasibile privatizării.

Pe 17 septembrie 2010, odată cu accederea la putere a formațiunilor politice necomuniste (Coaliția de guvernare „Alianța pentru Integrare Europeană” formată din PLDM, PDM, PL, Alianța *Moldova Noastră*), parlamentul a adoptat *Legea privind deetatizarea publicațiilor periodice publice* [148]. Actul legislativ respectiv a stabilit alte coordonate comportamentale ale entităților de stat pe piața mediatică.

Legea de referință, promovând esențialmente ideea deetatizării media, a acoperit întregul spectru de publicații periodice publice, editate sau fondate de „a) Parlamentul, Președintele Republicii Moldova sau Guvernul; b) un organ central de specialitate din cadrul administrației publice sau o autoritate a administrației publice centrale; c) o autoritate a administrației publice locale; d) alt organ (autoritate), creat(ă) de către stat în persoana autorității publice, având drept scop exercitarea atribuțiilor administrative, social-culturale și a altor atribuții cu caracter necomercial; e) o instituție publică finanțată integral sau parțial de la bugetul de stat; f) o organizație comercială finanțată integral sau parțial de la bugetul de stat” (art. 2).

Astfel a fost creat cadrul juridic propice pentru ca statul prin entitățile sale naționale sau locale să părăsească spațiul media, inclusiv pe segmentul publicației periodice *Monitorul Oficial al Republicii Moldova*; al monitoarelor oficiale ale raioanelor, municipiilor și al unității teritoriale autonome Găgăuzia; altor publicații periodice incluse pe Lista publicațiilor periodice publice din cadrul Anexei „Lista bunurilor nepasibile de privatizare” la Legea privind administrarea și deetatizarea proprietății publice (art. 1).

Deetatizarea publicațiilor periodice publice, potrivit legii din 2010, a fost tratată drept garanție în condițiile pluralismului politic, a libertății de exprimare, a accesului populației la informație și la libera formare a opiniei publice. Deetatizarea presei, de asemenea, a fost concepută și ca o condiție pentru consolidarea independenței editoriale și de creație a publicațiilor periodice, dezvoltarea con-

curenței în domeniul publicațiilor periodice și atragerea de investiții și asigurarea unui management eficient în domeniul publicațiilor periodice. În sfârșit, deetimizarea presei presupunea și armonizarea raporturilor dintre funcțiile statului și ale unităților administrativ-teritoriale și cotele de proprietate publică (art. 3).

Legea din 2010, așadar, consacrand juridic deetimizarea publicațiilor periodice publice, ar fi putut cataliza acest proces, lucru care însă nu s-a întâmplat. Nici la nivel local, nici la scară națională. În frecvente cazuri, publicațiile periodice supuse deetimizării au avut parcursuri anevoioase. Concludent în acest sens este cazul ziarului *Moldova Suverană*.

Deetimizarea oficiosului guvernamental a demarat în anul 2005 ca „un rezultat al consensului politic”, după spusele premierului de atunci Vasile Tarlev. Vorba e că creștin-democrații au votat pe 4 aprilie 2005 re alegerea lui Vladimir Voronin în funcția de președinte al Republicii Moldova, înaintând 10 condiții, una dintre care viza încetarea editării ziarelor guvernamentale *Moldova Suverană* și *Независимая Молдова*. Pe 23 mai, Guvernul, în perspectiva renunțării la statutul de fondator al ziarului *Moldova Suverană*, a demarat, în temeiul art. 8 al Legii nr. 588-XIII din 22.09.95, valabilă la acea dată, procedura de înregistrare a mărcii de produs „Moldova Suverană” sub care se edita ziarul. Cererea a fost înregistrată de Agenția de Stat pentru Proprietatea Intelectuală (AGEPI) cu numărul de depozit 017018 în Registrul național al cererilor de înregistrare a mărcilor.

În scurt timp, pe 1 iunie 2005, guvernul a anunțat lichidarea ziarului *Независимая Молдова* iar pe 20 iunie a fost declanșată procedura de lichidare a Î.S. „Publicația periodică ziarul *Moldova Suverană*”. Hotărârea respectivă de guvern prevedea că denumirea „Moldova Suverană” poate fi cesionată cu condiția asumării de către solicitant (care nu poate fi instituție cu capital de stat) a obligațiilor față de abonații ziarului lichidat. Prevederile în cauză însă nu au fost implementate. Pe 30 decembrie 2005, publicația a fost preluată de societatea comercială „Moldova Suverană-Serie Nouă” SRL gestionată de câțiva reprezentanți ai vechii redacții în calitate de cotidian național independent. Însă, politica editorială, remarcău observatorii locali, a rămas intactă, adică progubernamentală. [141]

Deetimizarea din 2005 a ziarului *Moldova Suverană*, ca și a oficiosului de limbă rusă, a purtat un caracter ambiguu și, de facto, la acele vremuri a fost mișmat. Guvernarea comunistă de atunci a căutat și a reușit în mod indirect și ocult să-și mențină controlul asupra acestei publicații. Astfel, guvernul a continuat să acorde publicației subvenții de la bugetul de stat. În anul 2006, acestea au constituit 376,8 mii de lei pentru *Moldova Suverană* cu titlu de „ajutor financiar unic”, pentru a fi achitate datorile la tipografie iar 81,3 mii de lei au fost acordați fostului ziarul oficial de limbă rusă *Независимая Молдова* [46]. Atare practică



a fost reeditată și în anul următor, când publicațiile menționate au beneficiat de un suport financiar de circa jumătate de milion de lei. „Ziarele *Moldova Suverană* și *Независимая Молдова* reflectă mai bine politica guvernului și acesta are dreptul moral să sprijine aceste ediții”, astfel a comentat cazul un fruntaș al PCRМ și înalt demnitar de stat citat pe 5 ianuarie 2007 de ziarul *Jurnal de Chișinău*. La rândul său, Uniunea Jurnaliștilor a declarat că prin această decizie, guvernarea recunoaște că cele două instituții, care au trecut prin așa-numita privatizare, continuă să o slujească și sunt, precum au și fost, „niște instrumente de propagandă”.

Structurile de stat comuniste din acea vreme au asistat ziarele deetatzate, aplicând și alte modalități. Unele rezultă din investigația privind profilul de proprietate, executată în cadrul proiectului „How to map the media ownership in Moldova” (2012) de Centrul pentru Journalism Independent de la București și Asociația Presei Independente din Chișinău, R. Moldova. Astfel, potrivit investigației, în 2005, acționarul majoritar al Casei editoriale „Moldova Suverană” SRL a fost o persoană apropiată de PCRМ. Peste doi ani, la 23 octombrie 2007 publicația în proporție de 90 la sută a trecut în proprietatea „Noi Idei Televizate” SRL, fondatorul *NIT TV*, televiziune afiliată programatic și editorial PCRМ, fapt demonstrat de numeroase monitorizări din anii respectivi. „Noi Idei Televizate” SRL a fost proprietarul de facto al ziarului *Moldova Suverană* până în iunie 2012, când, după ce Consiliul Coordonator al Audiovizualului a retras licența postului de televiziune *NIT*, acesta a cedat cota sa de 90% „colectivului de muncă” al ziarului. În acest sens, investigația îl citează pe Sergiu Sârbu, pe atunci deputat comunist, care scria pe Facebook: „Prin prezenta, postul de televiziune *NIT* informează că din data de 31 mai 2012 a înstrăinat cota parte a companiei pe care o deținea în capitalul social al persoanei juridice *Moldova Suverană – Seria Nouă SRL*. care este editorul ziarului *Moldova Suverană*”. Itinerarul parcurs de publicația dată ilustrează astfel îndărătul deetatzării inițiate pe timpul guvernării comuniste.

Subiectul deetatzării/etatizării ziarului *Moldova Suverană*, după plecarea PCRМ de la putere, a fost readus în actualitate de un grup de 16 foști colaboratori ai ziarului. În apelul *Cine ne-a furat Moldova Suverană* din 17 februarie 2010, jurnaliștii au solicitat guvernului și organelor competente să se pronunțe pe marginea modului în care cel mai vechi cotidian din Republica Moldova a fost înstrăinat. Drept urmare, pe 24 februarie 2010, Cabinetul de miniștri a anulat procesele de lichidare și deetatzare a întreprinderilor de stat *Moldova Suverana* și *Независимая Молдова*. Potrivit deciziei, Cancelaria de Stat urma să desemneze membrii Consiliului de Administrație și administratorii întreprinderilor de stat *Moldova Suverana* și *Независимая Молдова* iar Centrul pentru Combaterea Crimelor Economice și Corupției (CCCEC) să inițieze o investigație privind modul în care a fost administrat patrimoniul public de către persoanele respon-



sabile din cadrul întreprinderilor respective de stat. Ziarul *Timpul* în context îl cita atunci pe Victor Bodiu, ministrul de Stat, care afirma că „acest proces (de deetatizare – c.m.) început în 2005 nu s-a finalizat iar în loc ca statul să obțină bani din privatizarea acestor instituții, continuă să le sprijine direct și indirect”.

În același an, întreprinderea de stat Publicația periodică *Moldova Suverană* a declanșat un proces de judecată împotriva cotidianului național independent *Moldova Suverană – serie nouă* SRL și „Casa editorială *Moldova Suverană*” SRL cu privire la interzicerea utilizării mărcii fostului oficios. PCRM a taxat anularea actelor normative de lichidare a Î.S. „*Moldova Suverană*” drept ilegală. Într-o declarație adresată forurilor europene pe 18 aprilie 2011 se menționa că „prin presiune politică nemaivăzută” are loc sechestrarea mărcii *Moldova Suverană*. „Pentru prima dată în istoria Republicii Moldova, statul, în persoana Cancelariei de Stat, a fost autorul unui atac de tip raider și prin intermediul unor scheme frauduloase, cu ajutorul autorităților de stat și instanțelor de judecată practic au naționalizat și au sechestrat publicația periodică *Moldova Suverană*, publicație în care colectivul redacțional a muncit aproape 16 ani, se menționa în declarația PCRM. Astfel, prin decizii ale instanțelor de judecată, după o perioadă de șase ani de activitate independentă a SRL „*Moldova Suverană*”, cu încălcarea tuturor prevederilor legale și procedurale, guvernul a anulat actele normative de lichidare a Î.S. „*Moldova Suverană*”, a reluat procedurile de înregistrare a mărcii *Moldova Suverană* ca proprietate de stat, iar prin presiune politică nemaivăzută față de judecată au sechestrat denumirea *Moldova Suverană*”.

La câteva zile distanță, pe 3 mai 2011, Agenția de Stat pentru Proprietatea Intelectuală (AGEPI), într-un comunicat de presă, a respins politizarea litigiilor de judecată referitoare la mărcile *Moldova Suverană* și *Независимая Молдова*, calificându-le drept o expresie a intențiilor titularilor de a-și proteja obiectele de proprietate intelectuală. După lungi dezbateri justițiare, pe 5 martie 2014, Colegiul civil, comercial și de contencios administrativ al Curții Supreme de Justiție a pus punct irevocabil în acest litigiu, dându-i dreptate Cancelariei de Stat și interzicând cotidianului național independent SRL „*Moldova Suverană – serie nouă*” și „Casei editoriale *Moldova Suverană*” SRL să utilizeze marca fostului oficios. Pe 16 septembrie 2015, guvernul a decis dizolvarea publicațiilor *Moldova Suverană* și *Независимая Молдова*. Mărcile lor urmau să fie reînregistrate la AGEPI pentru 10 ani. Astfel s-a încheiat perioplul de un deceniu de deetatizare a publicațiilor guvernamentale. În perioada de referință, practic au fost suprimate de asemenea publicațiile oficiale locale.

În raioanele de est ale Republicii Moldova, autoritățile neconstituționale au continuat să mențină controlul asupra mediilor de informare. În 2010, Tiraspolul a înființat întreprinderea de stat *Приднестровская газета* (Ziarul *transnistrean*) care coordonează activitatea presei scrise oficiale: ziarele „*Приднестровье*” (în

limba rusă), *Gomin* (în limba ucraineană), *Adevărul Nistrean* (în limba „moldovenească”, cu grafie chirilică) și agenția de știri *Весту ПМП (Noutățile RMN)*. Administrațiile locale la acea vreme au editat ziarele (*Adevărul Nistrean*) (fondator administrația orașului Tiraspol), *Новосту (Noutăți)* (fondator administrația orașului Râbnița), *Заря Приднестровья (Zorile Transnistriei)* (fondator administrația orașului Dubăsari) și *Дружба (Prietenia)* (fondator administrația orașului Grigoropol). [268]

### **C. Audiovizualul de stat în anii `90**

În perioada sovietică, statul a deținut monopol asupra audiovizualului ca mijloc de informare. Asta a însemnat, pe de o parte, înregimentarea radioteleviziunii în arsenalul propagandistic al partidului de guvernământ, PCUS, iar pe de alta – menținerea pe piața media locală a unui singur operator de profil. În acest răstimp, serviciul audiovizual național a fost încorporat în țesutul Comitetului de Stat pentru Televiziune și Radiodifuziune pe lângă Consiliul de Miniștri al RSSM, reorganizat ulterior în Comitetul de Stat pentru Televiziune și Radiodifuziune (1958-1990). În anul 1990, comitetul dat a fost suprimat, în baza lui funcționând Radioteleviziunea Națională.

Această entitate a constituit la timpul respectiv prima experiență de deetizare a radiodifuzorului național care, în virtutea acestui fapt, în 1993 a fost admis în Uniunea Europeană de Radio și Televiziune (*European Broadcasting Union/Union Européenne de Radio-Télévision*). Noul statut, marcând un pas important pe calea transformării radiodifuzorului autohton în instituție publică, a încurajat substanțial libertatea de exprimare și de creație. Radioteleviziunea Națională a demonstrat cu brio virtuțile radiodifuzorului ce acționează în interesul public și în condițiile libertății de exprimare, înscriind adevărate pagini de performanță profesională în istoria jurnalismului autohton. Atunci, scuturându-se de restricțiile cenzurii comuniste, au luat naștere programele de știri în direct (de ex., *Mesagerul*), transmisiunile în direct de la evenimentele publice, intervențiile nelustruite ale radioascultătorilor și telespectatorilor în programele analitice etc.

În pofida perspectivelor importante pentru dezvoltarea radiodifuzorului național ca serviciu public de radioteleviziune, deschise odată cu aderarea lui la UERT, au urmat o serie de decizii de fortificare a controlului de stat asupra acestui mijloc de informare. Astfel, în anul 1994, Radioteleviziunea Națională a fost transformată în Compania de Stat *Teleradio-Moldova (TRM)*. „*Această schimbare a situației politice a marcat în mod dramatic evoluția de mai departe a Companiei Teleradio-Moldova – cea mai importantă și mai influentă sursă de informare din Republica Moldova, dar și a presei, în general, ca institut democratic*”, a constatat mai târziu *Congresul al XIV-lea al Uniunii Jurnaliștilor din Moldova*

(30 mai 2008) (<http://valeriusaharneanu.com/in-sfarsit-premiul-nobel-si-pentru-jurnalisti-motiv-de-bucurie-dar-si-de-reactualizare-a-rechizitoriului-crime-lor-anti-presa/>). Accesat: 09.10.2021).

Etatizarea unicului pe atunci operator național de radio și televiziune, constituind o expresie a involuțiilor în domeniul audiovizualului autohton, a generat dezacordul asociațiilor obștești din domeniul mass-media și al partenerilor de dezvoltare. Din acest considerent statutul *Teleradio-Moldova* curând a fost modificat. Astfel, art. 7, alin. (1) al Legii audiovizualului adoptată de Parlamentul Republicii Moldova pe 3 octombrie 1995 a stabilit: „Compania de Stat *Teleradio-Moldova* este instituție publică a audiovizualului”. Interpretarea confuză (compania de stat era echivalată cu cea publică), precum și lipsa unor coordonate legale clare de constituire a unui asemenea tip de audiovizual au anulat influența legii de referință asupra procesului de validare a ideii și a practicii audiovizualului public pe teren autohton.

Acest fapt l-am remarcat pe parcursul anilor într-un șir de articole. În unul dintre ele, *Audiovizualul din Moldova: oportunitatea lobbyismului public* (2000), notam: „Dimensiunile actuale cantitative și calitative ale audiovizualului autohton denotă caracterul contradictoriu al evoluțiilor produse în ultimul deceniu în sectorul comunicațional electronic din Republica Moldova. În context, consemnăm, pe de o parte, lichidarea monopolului asupra presei electronice, deținut în perioada totalitarismului de către statul-partid iar pe de alta – tentativa constantă a puterii, deja desemnată în condițiile alegerilor democratice, de a-și menține controlul asupra acestui mijloc de informare. Relevant în această ordine de idei este statutul sau poate destinul tradiționalului și unicului operator radio-tv la scară națională – al actualei Companii *Teleradio-Moldova*. Această instituție, declarată prin Legea audiovizualului din octombrie 1995, art. 7 (1) drept „publică”, ar urma să fie, în conformitate cu art. 1 al aceluiași act normativ, „independentă în activitatea de creație” și să reflecte „interesele tuturor păturilor sociale”. În fapt, instituția în cauză, fiind fidelă, în temei, calificativului „de stat” din titlatura sa, profesază indiscret partizanatul politic. Compania de Stat *Teleradio-Moldova*, cu excepția, perioadei 1992-1996, când radiodifuziunea națională a încercat temerar să practice un jurnalism echidistant, a consimțit tacit vasalizarea sa de partidul sau alianțele politice ajunse la putere”.

„Liberalizarea accesului la presa electronică – un alt vector în evoluția audiovizualului autohton din ultimul timp, notam în articolul de referință, a cunoscut de asemenea o materializare ambivalentă. Pe de o parte, a fost neîngrădită inițiativa privată și comunitară în dezvoltarea radioteleviziunii locale. În rezultat, începând cu anul 1993, în Moldova a demarat procesul de creare a pieței audiovizuale naționale prin lansarea posturilor private de radio și televiziune atât în municipiul Chișinău, cât și în provincie. Potrivit ultimelor date, actualmente, în

Moldova, numărul unor astfel de posturi de radio și televiziune a atins cifra de 127. Pe de altă parte, această tendință salutară este secundată de alta, poate mai puțin vizibilă, dar care poate avea un impact negativ asupra mediilor electronice. E vorba de tentativele unor partide sau organizații politice de a-și fortifica influența lor în sectorul comunicațional electronic, fie direct, fie prin intermediul proprietarilor de radio și televiziune sau al salariaților acestora care-și onorează astfel anumite angajamente politice. În rezultat, audiovizualul periclitează vizibilitatea sau audibilitatea socială, atât de oportună pentru cetățenii antrenați în transformările democratice în favoarea cărora, se pare, pledează Moldova”.

„Contradictorie a fost și deschiderea sectorului audiovizual autohton către sistemele similare externe, subliniam în același articol. Amintesc cu această ocazie sistarea la începutul aa. '90 a bruiajului serviciilor de radio străine, practică caracteristică pentru țările ex-socialiste, liberalizarea accesului la mediile electronice din străinătate, retransmiterea pe frecvențele locale a posturilor mondiale de radio, cum ar fi BBC, Vocea Americii, Radio France International etc. Dezvoltarea tv prin cablu a pus începuturile recepționării nestingherite a unor șir de posturi de tv europene și americane. Totodată a fost menținută recepționarea diferitelor servicii de televiziune din Rusia, au fost create condițiile tehnice pentru captarea semnalelor tv din România, Ucraina, Franța. În contextul general de deschidere a spațiului audiovizual din Moldova s-a făcut remarcată tendința unor servicii ale audiovizualului din Rusia nu numai să-și permanentizeze prezențele de altă dată în spațiul informațional al Moldovei dar și să le sporească dimensiunile. Aceasta deseori în dezavantajul economic al audiovizualului autohton (de altfel, neprotejat și nestimulat de către stat), precum și în defavoarea asigurării unei diversități maximal posibile de surse electronice de informație și deci în detrimentul dreptului publicului de a alege operatorii radio tv preferați. Avalanșa de programe rusești e provocată nu doar de dorința de a satisface necesitățile informaționale ale vorbitorilor de limbă rusă din Moldova, dar și de intenția audiovizualului rus de a-și conserva piața tradițională de desfacere a producției sale. Ea, pe de altă parte, e alimentată, cu voie sau fără de voie, de lipsa unei concepții clare strategice naționale în domeniul audiovizualului (...).

Contradicțiile, la care parțial și extrem de lapidar m-am referit, deși inerente, probabil, pentru etapa unor transformări de esență prin care a trecut și pe care o mai parcurge audiovizualul autohton, în linii generale au defavorizat și chiar, considerăm, au încetinit democratizarea presei noastre electronice”. [163]

Într-un alt articol, *Audiovizualul autohton: oportunitatea strategiei naționale de dezvoltare* (2006), am divizat itinerarul efectuat de acest domeniu al comunicării publice în două segmente mari: „Primul a fost parcurs în perioada 1985-1995, cel de-al doilea – în următorii 10 ani, fiecare distingându-se prin trăsături atât particulare, cât și comune. Prima perioadă de dezvoltare a audiovizualului a

fost marcată, cel puțin, de următorii factori de semnificație definitorie: anularea monopolului absolut al statului, partidului asupra radioteleviziunii, diversificarea audiovizualului și a actorilor sociali încadrați în domeniul presei electronice, aplicarea incipientă a principiilor de piață în sectorul radioteleviziunii, transparența hotarelor de stat în raport cu radiodifuziunea și televiziunea, gestionarea independentă a patrimoniului public de frecvențe atribuite Republicii Moldova. Lista aceasta de factori, firește, poate fi continuată sau întocmită în altă manieră. Oricum, dezvoltarea audiovizualului din Republica Moldova s-a aflat sub incidența factorilor invocați care, și acest lucru trebuie să fie luat în calcul, au ghidat reformarea presei electronice în mod parțial și contradictoriu.

(...) Perioada a doua în istoria devenirii audiovizualului național s-a desfășurat sub însemnul Legii audiovizualului (1995). Stabilind coordonatele și procedurile de licențiere a instituțiilor de radiodifuziune și televiziune prin eter și cablu, legalizând instituția publică și privată în domeniul de referință și stipulând crearea Consiliului Coordonator al Audiovizualului (CCA) ca „autoritate publică autonomă” (art. 14) de reglementare a activității de profil, Legea audiovizualului a constituit un factor catalizator al procesului de diversificare a resurselor și operatorilor din domeniu”. [162]

Pe finalul celei de-a doua perioade au demarat primele acțiuni de deetati-zare în domeniul audiovizualului.

Audiovizualul din raioanele de est ale Republicii Moldova s-a aflat din start în controlul autorităților neconstituționale. [268]

#### ***D. Audiovizualul de stat, două decenii mai târziu***

În debutul anilor 2000, statutul de instituție publică al Companiei *Teleradio-Moldova* a obținut o altă interpretare legislativă.

Acțiunile de protest din iarna anului 2002, orientate împotriva politicilor sociale promovate în Republica Moldova de PCRM aflat la guvernare, au ținut de asemenea și în Compania de Stat *Teleradio-Moldova*, politicile editoriale ale căreia au fost afectate de cenzură și partizanat politic. La 25 februarie, 331 de angajați ai Companiei *TRM* au semnat o declarație de protest din care cităm: „Noi, angajații *Teleradio-Moldova*, notăm că după victoria Partidului Comunist în alegeri, libertatea noastră de exprimare a fost restrânsă. Telespectatorii și ascultătorii noștri au fost lipsiți de dreptul la informații corecte și imparțiale. De fapt, autoritățile au reinstalat la Radioul și Televiziunea Națională o cenzură politică de tip sovietic, interzisă de Constituția Republicii Moldova. Ca rezultat, *Teleradio-Moldova* a devenit un instrument de spălare a creierelor și manipulare a opiniei publice, o portavoce a partidului de guvernământ. Noi protestăm împotriva acțiunilor totalitare care încalcă drepturile telespectatorilor și radioascultătorilor și libertatea presei în general. Astfel de devieri antidemocratice sunt periculoase,

deoarece destabilizează situația politică din societatea noastră. Noi ne exprimăm solidaritatea cu acțiunile demonstranților îndreptate împotriva rusificării forțate și a distrugerii deliberate a sistemului democratic. Noi cerem abolirea cenzurii de la Compania de Stat *Teleradio-Moldova* și respectarea dreptului populației la informații corecte, credibile și imparțiale. Noi cerem ca autoritățile să respecte politica democratică și proeuropeană pentru care a optat țara noastră”.

În context, *Europa Liberă* la acea vreme relatează despre constituirea la *TRM* a comitetului de grevă căruia i s-au alăturat peste 400 de angajați: „Ei cereau respectarea libertății de exprimare și a pluralismului de opinii. De asemenea, solicitau ridicarea interdicțiilor impuse de autorități la folosirea unor cuvinte, gen „român”, „Basarabia”, „regim totalitar”, „deportări” și „foamete”. Greviștii își exprimau indignarea față de rusificarea ce căpăta amploare la posturile naționale de radio și televiziune. În opinia lor, timpul programelor în rusă a început a depăși timpul celor în română, iar un spațiu tot mai mare de emisie era alocat filmelor cu caracter ideologic, ce propaga modul sovietic de viață. În loc să rezolve conflictul de la televiziune, autoritățile au dispus înlocuirea prezentatorilor protestatari și au suplimentat numărul forțelor de ordine, înăbușind astfel revolta”. *Europa Liberă*, întru echilibrarea viziunilor celor implicați în confruntare, a reprodus și spusele Președintelui Vladimir Voronin care, citat de ziarul oficial de atunci *Moldova Suverană*, a afirmat că „dacă și are cineva dreptul la grevă, aceștia suntem noi, telespectatorii”. „În 10 ani, în afară de directori, aici nu s-a schimbat nimic”, potrivit lui Voronin, „iar programele sunt de calitate proastă și din cauza jurnaliștilor”.

La 24 aprilie 2002, Adunarea Parlamentară a Consiliului Europei, în urma dezbaterilor asupra situației politice din Republica Moldova, a adoptat Rezoluția nr. 1280 privind funcționarea instituțiilor democratice din Republica Moldova. Art. 10, alin. (10) al documentului recomandă revizuirea Legii audiovizualului și schimbarea statutului Companiei *Teleradio-Moldova (TRM)* în instituție publică a audiovizualului.

Drept urmare, la 26 iulie 2002, Parlamentul a adoptat Legea nr. 1320 cu privire la Instituția Publică Națională a Audiovizualului Compania *Teleradio-Moldova*, calificată în art. 1 drept „instituție cu statut de persoană juridică, autonomă funcțional și independentă editorial, ce asigură, în spiritul pluralismului de opinii, realizarea dreptului la comunicarea completă, veridică și operativă a informației și care difuzează pe întreg teritoriul Republicii Moldova” [144]. Deși art. 21 al legii de referință prevedea că reorganizarea *Teleradio-Moldova* în instituție publică urma să se producă în patru luni de la intrarea ei în vigoare (15 august 2002), implementarea ei a trenat. Abia pe 1 august 2004, *Teleradio-Moldova* a fost declarată instituție publică. Însă, nici după această dată, entitatea media respectivă nu a evoluat pe făgașul radiodifuzorului public – politicile ei editori-



ale au continuat să fie partizane ideologic, altfel spus, au rămas intacte. Astfel, impactul acestui act legislativ *ab initio* s-a dovedit a fi nul. În context, amintim estimarea cuprinsă în Raportul final al Misiunii OSCE/BIDDO de Observare a Alegerilor parlamentare din 2005: „...Televiziunea de stat *Moldova 1* a manifestat o părtinire clară în favoarea partidului de guvernământ și nu și-a onorat obligațiile de mijloc de informare public...”. [apud 31]

Pe de altă parte, schimbarea statutului *TRM* a servit pretext pentru epurarea de cadre care s-au opus politizării companiei. Conform noii legi, personalul din cadrul vechii Companii de Stat urma să susțină o testare pentru a fi angajat în cadrul noii Companii publice. La 27 iulie 2004, jurnaliștii care nu au fost reangajați au organizat o conferință de presă în cadrul căreia au susținut că au fost respinși din motive politice, cităm după Hotărârea Curții Europene pentru Drepturile Omului pe cazul *Manole și alții contra Moldovei* (2009). La aceeași dată, președintele *TRM* a emis un ordin prin care se interzicea accesul pe teritoriul *TRM* a celor 19 persoane care au luat parte la conferința de presă, inclusiv cinci reclamânți la CEDO pe acest dosar. Jurnaliștii și susținătorii lor au continuat protestul în fața clădirii *TRM* timp de mai multe luni.

Cursul evenimentelor descrise sugerează că în 2004 deetimizarea *TRM* și transformarea ei în instituție publică nu s-a produs. Asta din motivul că valorile și principiile radiodifuzorului public, acceptate și promovate de Consiliul European, deși au fost reflectate în legea din 2002, totuși au fost ignorate. În context, amintim că în Recomandarea nr. R (96) 10 cu privire la garantarea independenței instituției publice de radiodifuziune, aprobată în anul 1996 de Comitetul de Miniștri al Consiliului European, independența editorială și autonomia instituțională a mass-media, inclusiv a celei din sectorul radiodifuziunii, au fost calificate drept esențiale pentru funcționarea unei societăți democratice. Acestea urmează să se regăsească, în special, în alcătuirea grilelor de programe; pregătirea și producerea programelor; editarea și prezentarea programelor de știri și de actualități etc. Clauzele respective au fost luate în calcul în redactarea Codului audiovizualului (2006) care anunța o nouă etapă în consacrare legislativă și practică a audiovizualului public în Republica Moldova.

Codul audiovizualului din 2006 [65] a stabilit tipologia radiodifuzorului public (național și regional), mecanismele de finanțare (subvenții de la bugetul de stat, potrivit caietului de sarcini; donații și sponsorizări pentru proiecte speciale; sume obținute prin acordarea dreptului de utilizare și transmitere a proprietății, inclusiv a emisiunii; profitul obținut în urma organizării evenimentelor publice în conformitate cu obiectul de activitate al companiei; venituri obținute din publicitate și din alte surse financiare a căror legitimitate nu vine în contradicție cu prevederile actualului cod și ale altor legi în vigoare). El prevedea, de asemenea, modalități de exercitare a controlului public.



Capitolul VII al Codului audiovizualului a fost consacrat în totalitate radiodifuzorilor publici. Potrivit art. 50, Instituția Publică Națională a Audiovizualului Compania *Teleradio-Moldova* a fost definită drept „un serviciu public de radiodifuziune și televiziune independent editorial, precum și în activitatea sa de creație, autonom instituțional, constituit în baza capitalului financiar public care, în condițiile prezentului cod, oferă servicii de programe întregii societăți din Republica Moldova, cu acoperire a întregului teritoriu al Republicii Moldova”. În conformitate cu art. 51, IPNA Compania *Teleradio-Moldova* a fost mandatată să elaboreze, să producă și să difuzeze emisiuni radiofonice și televizuale despre realitățile sociale, politice și economice interne și internaționale, precum și din domeniile culturii, agrementului, învățământului, educației, sportului. Aceste emisiuni urmau să fie pluraliste, imparțiale, inovative, de înaltă calitate și integritate a programului, menite să asigure informarea corectă, imparțială, echidistantă, respectând echilibrul politic, libertatea de exprimare, de creație și de convingeri. Compania urma, de asemenea, să transmită onest, fidel, echidistant informațiile în cadrul programelor de știri; să asigure dreptul la informare al tuturor categoriilor de cetățeni ai Republicii Moldova, inclusiv al minorităților naționale; să favorizeze dezbaterele democratice, schimburile de opinie între diversele categorii ale populației, precum și integrarea în societate a cetățenilor; să realizeze emisiuni cognitive și de divertisment destinate copiilor de diverse vârste, adolescenților, tinerilor etc.

Codul audiovizualului din 2006 a mai stabilit oportunitatea „garantării prin lege a independenței editoriale”. Aceasta, în tratarea actului legislativ de referință, a inclus dreptul exclusiv al organelor de conducere ale companiei de a adopta decizii cu privire la elaborarea politicii editoriale, adoptarea și modificarea grilei de emisie a companiei; organizarea activității editoriale și de creație; conceperea și elaborarea programelor, inclusiv a celor de știri și actualități; alte activități stabilite de cod și/sau de Consiliul de observatori al companiei. În această activitate, potrivit codului, au fost interzise ingerințele autorităților publice sau influențele vreunui partid, organizații comerciale, economice, social-politice, sindicale sau de alt ordin.

Clauzele cuprinse în Codul audiovizualului, deși au deschis perspective legale importante pentru implementarea valorilor proprii radiodifuzorului public, nu au fost fructificate. Acest fapt a fost consemnat în numeroasele monitorizări și analize efectuate între anii 2007-2009. Astfel, în raportul anual 2007 al Centrului Independent de Jurnalism se menționa: „Procesul de reformare a Companiei publice *Teleradio-Moldova (TRM)* într-o veritabilă instituție publică, națională a audiovizualului mai durează. Deocamdată, Compania publică *Teleradio-Moldova* continuă să favorizeze Guvernul și partidul aflat la guvernare”. Din același considerent, Adunarea Parlamentară a Consiliului Europei în raportul său pri-

vind funcționarea instituțiilor democratice în Republica Moldova (doc. 11878, 28 aprilie 2009) a pledat în p. 8.2 pentru continuarea reformelor în domeniul mass-media și transformarea canalelor de radio și televiziune finanțate de stat în „adevărate servicii publice” care să asigure informarea pluralistă a populației.

Recuperarea publică a IPNA Compania *Teleradio-Moldova* a demarat în termeni practici în anul 2010, ghidată de *Direcțiile strategice de dezvoltare a TRM (2010-2015)*, document elaborat în parteneriat cu experții Uniunii Europene de Radio și Televiziune sprijiniți financiar de PNUD Moldova. Procesul de reformare a companiei a fost facilitat de asemenea de *Deutsche Welle Akademie*, experții căreia pe parcursul a patru ani au acordat asistență logistică și tehnică, au organizat instruirea angajaților *TRM*, au contribuit la conceptualizarea restructurării instituției, precum și au consiliat procesul de creare a departamentului multimedia, Radio Moldova Tineret, re tehnologizarea *TV Moldova 1*, în special, a studioului nr. 1 (300 m.p.).

În iulie 2011, *Business Consulting Institute*, în temeiul strategiei menționate, a elaborat un studiu ce a cuprins trei variante de reformare a *TRM*: lentă, progresivă și radicală. În cadrul unei conferințe internaționale din toamna anului 2011 a fost agreată reforma radicală a companiei. Aceasta cuprindea edificarea și dotarea tehnologică modernă a noului sediu pentru *TRM* (schița lui a fost prezentată în cadrul acelei conferințe), aplicarea politicilor editoriale adecvate misiunii radiodifuzorului public, a unei noi organigrame, a unui nou sistem de salarizare etc. Evoluțiile ulterioare însă nu au asigurat premisele financiare pentru efectuarea radicală a reformei. Din acest considerent, realizarea obiectivelor strategice s-a desfășurat în condițiile unei reforme instituționale progresiv lente. Faptul dat a fost consemnat în raportul *TRM* privind gradul de realizare a obiectivelor din *Direcțiile strategice de dezvoltare a IPNA Compania Teleradio-Moldova* pentru anii 2010-2015 și 2016.

Reformele lansate, în pofida unui set de impedimente și deficiențe și, pe alocuri, a caracterului lor intermitent, au condus în mod evident la reforma editorială a audiovizualului public. „Obiectivul dat, se menționează în raportul indicat, a fost realizat prin scoaterea *TRM* de sub controlul puterii și validarea ca parte a societății civile, prin asigurarea independenței editoriale, a libertății de creație, prin anularea cenzurii și a practicii de partizanat politic, prin abordarea echidistantă și imparțială a evenimentelor, prin anularea temelor tabu și deschiderea *TRM* pentru toți actorii sociali și politici, indiferent de opțiunile lor politice, confesionale, apartenența etnică, lingvistică etc.”. Revista *CJI Mass-media în Republica Moldova* (2012, iunie) constata: „*TRM* a devenit mai independentă, mai ales în politica sa editorială, și a încetat să mai fie o portavoce pentru guvernare. *TRM* a devenit mai echilibrată în reflectarea evenimentelor publice, ceea ce a dus la creșterea treptată a încrederii publicului față de această instituție

mediatică” (alte detalii la acest subiect pot fi consultate în *Anexa 18* ce inserează interviul acordat în 2012 de către președintele IPNA Compania *Teleradio-Moldova* ziarului *Jurnal de Chișinău*). [161]

Progresele în transformarea *TRM* în radiodifuzor public au fost confirmate în multiple rapoarte de monitorizare efectuate în anii 2010-2014 de instituții naționale (*Consiliul Coordonator al Audiovizualului, Institutul de Politici Publice, APEL, API, CJI, IDIS Viitorul*) și internaționale (*OSCE, Consiliul Europei*). Profesorul american William Crowther (2011), analizând evoluțiile Moldovei în etapa de tranziție, a consemnat îmbunătățirea ratingului independenței mass-media de la 5,75 la 5,50, în particular, datorită evoluțiilor pozitive de la *Teleradio-Moldova* (independența politicilor editoriale, abordarea imparțială și declinul partizanatului politic) [81:379]. Totodată e de menționat că la acea fază de reformare a IPNA Compania *Teleradio-Moldova*, dar și a omologului său regional din UTA Găgăuzia, radiodifuzorul public s-a confruntat cu mai multe deficiențe. Experții în acest sens au relevat „conținutul slab calitativ al programelor”, „lipsa reformelor”, „dependența acestei instituții de banii veniți direct de la bugetul de stat” ceea ce, în opinia lor, „reprezintă un instrument de menținere a dependenței de factorul politic”. [220]

Procesul de transformare a *TRM* în instituție publică, reieșind din practicile ultimilor ani, inclusiv după adoptarea în 2018 a Codului serviciilor media audiovizuale al Republicii Moldova, are multiple carențe care pun sub semnul incertitudinii, deocamdată cel puțin, caracterul ireversibil al acestui proces. Această stare alimentează scepticismul unor experți locali. Astfel, directorul executiv al APEL, Ion Bunduchi, într-o analiză din 2019 a modului de implementare a noilor prerogative ale proaspătului organ de monitorizare publică a *TRM*, Consiliul de Supraveghere (CS) ce a luat locul vechii entități – Consiliul de Observatori (CO), scria: „De câteva luni, CO este CS. Va fi oare CS altfel decât CO? Și, dacă altfel, mai bun ori mai puțin bun? Primele patru luni ale anului nu dau mari șanse pentru răspunsul dorit” [32]. Deși argumentele autorului analizei întru susținerea concluziei citate sunt pertinente și suficient de alarmante, totuși, considerăm că patru luni e un termen destul de mic pentru a trage concluzii fundamentale: prestația IPNA Compania *Teleradio-Moldova* în noul său statut de furnizor public național de servicii media audiovizuale, dimensionat de noul cod, va putea fi estimată, firește, în timp.

În ultimii ani, diferite entități ale societății civile în rapoartele de monitorizare au relevat atât comportamentul adecvat al *TRM* în calitate de instituție publică, cât și derapajele *TRM* în promovarea pluralismului politic, echidistant și imparțial. Ultimele au fost sancționate de societatea civilă. CCA, de exemplu, în 2016 a atenționat *TV Moldova 1* și a penalizat *Radio Moldova* cu avertizare publică pentru nerespectarea pluralismului iar opinia publică, ca să invocăm un

exemplu mai recent, și-a exprimat dezacordul față de abordarea fragmentară și parțială de *TV Moldova 1* a evenimentelor din iunie 2019 când s-au produs confruntările dintre PDM și guvernul condus de Pavel Filip, pe de o parte, și PSRM–blocul ACUM și Guvernul Maiei Sandu, pe de altă parte. Campaniile electorale ulterioare (prezidențialele din 2020 și parlamentarele anticipate din 2021), de asemenea, au arătat că *TRM* continuă să penduleze între abordarea echidistantă a actorilor electorali și cea partizană, în special, în raport cu partidele aflate la guvernare. În concluzie, vom constata, că practicile de ultimă oră ale radiodifuzorului public continuă să fie marcate de caracterul de stat de altă dată al *TRM* și că deetazitarea *TRM* nu s-a terminat definitiv.

Televiziunea din raioanele estice ale Republicii Moldova poartă preponderent caracter de stat: *Pervii Pridnestrovskii (Primul transnistrean)*, câteva servicii municipale de televiziune din Bender, Râbnița etc. [287]

\*\*\*

Statul, pe parcursul a trei decenii de independență a Republicii Moldova, a ocupat o poziție ambivalentă în raport cu mass-media. Inițial, statul, în urma căderii Partidului Comunist ca nucleu și forță conducătoare a societății, s-a dorit și a devenit principalul actor pe piața media autohtonă. Ulterior, acesta, sub incidența factorilor interni și externi, a acceptat, *volens-nolens*, renunțarea la omniprezența sa în domeniul mediatic. Acest proces, deși a decurs și continuă să mai fie anevoios: salutar în vorbe (legi, decizii, alte acte normative) și reticent în fapte, totuși, avansează și se apropie de finalitatea scontată de a fi mediatorul bunei funcționări a mediilor de informare în favoarea cetățeanului.

## **Capitolul III. MASS-MEDIA vs. SECTORUL DE AFACERI**

Mass-media națională în istoria sa postsovietică a devenit domeniu de aplicare a inițiativei private. Până atunci, persoanele fizice și juridice care nu reprezentau oficialitățile comuniste nu au avut acces în spațiul mediatic pe post de proprietar/fondator/editor.

### **3.1. Inițiativa privată media**

#### **A. Presa scrisă și electronică privată în anii `90**

Pentru prima dată, antreprenoriatul media a fost acreditat în Legea presei (1994) [146]. Astfel, potrivit art. 5 al acestui act legislativ, dreptul de a fonda publicații periodice și agenții de presă, indiferent de forma lor organizatorico-juridică, l-au căpătat „orice persoană juridică a Republicii Moldova și persoană fizică cetățean al Republicii Moldova care a împlinit vârsta de 18 ani și locuiește pe teritoriul ei”. Asemenea entități au putut să fie create și de două sau mai multe persoane fizice ori juridice, considerate cofondatori. Legea a mai stipulat că persoanele fizice și juridice străine pot dispune doar de statutul de cofondatori cu cel mult 49% din capitalul statutar. Potrivit amendamentului din 16 martie 2018, toate publicațiile periodice și agențiile de presă urmau să fie înregistrate la Agenția Servicii Publice (art. 6).

În anii `90, inițiativa privată în sfera presei scrise a purtat un caracter fragil și instabil. „(...)Comunicarea mediatică publică și privată autohtonă, neangrenată în sferile puterii, semnalăm în articolul *Mass-media din Moldova: implicații politice* (2001), la moment reprezintă, totuși, mai mult o opțiune decât o realitate semnificativă” [172]. Estimarea dată avea în temei analiza evoluțiilor cantitative a presei private, scrise și electronice.

Primele tipărituri periodice private au fost lansate în prima jumătate a anilor `90. La data de 1 ianuarie 1999, potrivit unor estimări, numărul lor a atins cota de 118. Majoritatea dintre acestea s-au dovedit a fi de scurtă durată (*Plugarul*, *Curierul*, *Momentul* etc.). Altele însă au supraviețuit, identificându-și propriul format și publicul țintă. În acest sens, una dintre cele mai longevive publicații a devenit revista *Săptămâna*, fondată de publicistul Viorel Mihail pe 11 august 1992 de SRL cu același nume. Tipăritura a fost concepută și menținută de-a lungul anilor în calitate de magazin ce abordează un spectru variat de probleme (politică, economie, societate, artă etc.).

Către sfârșitul anilor `90 au fost inițiate și alte publicații private ce au avut de-a lungul anilor un puternic impact asupra spațiului mediatic autohton (cotidianul național independent *Flux Continuu* lansat pe 15 martie 1995; săptămânalul independent *Jurnal de Chișinău*, 1999, ziarul hebdomadar *Timpul*, 2001. Pe lista

de publicații private în perioada de referință s-au înscris și o serie de ziare de limbă rusă, între care săptămânalul economic *Экономическое обозрение Логос пресс* (1990), *Кишинёвский обозреватель* (1993), *Молдавские ведомости* (1995) ș. a.

Inițiativa privată în domeniul presei a fost fructificată, de asemenea, în apariția mai multor tipărituri periodice specializate: economice (revista *Bănci și Finanțe-Profit-B&F-Profit*, 1995; ziarul de anunțuri publicitare *Маклер*, 1991), pentru copii (*Micul print*, 1992), de ecologie (*Natura*), religioase (*Curierul ortodox, Misionarul, Luminătorul*), majoritatea dintre ele fiind fondate după anul 1991.

Peisajul mediatic din Moldova din anii `90 a fost completat de presa de cultură, de regulă, necomercială și nestatală. Între acestea s-au înscris revista *Sud-Est*, ulterior *Sud-Est Cultural* ce a apărut în limbile română, franceză și engleză, revista *Limba Română*, 1990, publicația tinerilor scriitori din Republica Moldova *Contrafort*, 1994, revista *Semn*, 1995, redactată la Bălți. Nucleul presei culturale l-a constituit săptămânalul *Literatura și Arta*. Succesor al ziarului *Cultura* (1954), această publicație a fost organ al Uniunii Scriitorilor (1977). În anii 1988-1989, săptămânalul condus de scriitorul Nicolae Dabija a fost cea mai importantă tipăritură periodică din fosta RSSM care a pledat pentru renașterea națională. În perioada de glorie, săptămânalul *Literatura și Arta* a avut cel mai mare tiraj – 260.000 de exemplare. După proclamarea independenței Republicii Moldova, publicația și-a schimbat forma de proprietate, devenind societate cu răspundere limitată.

Presa de cultură de-a lungul anilor s-a confruntat cu multiple dificultăți, în special de ordin financiar, din care motiv deseori a avut și un caracter discontinuu. Astfel, revista *Viața Basarabiei*, 2001 (director acad. Mihai Cimpoi) ce s-a dorit a fi succesoarea revistei cu același nume, editată în 1932 de Pan Halippa și scriitorul Nicolae Costenco, a existat doar trei ani. Ziarul *Lanternă Magică*, 1991, din aceleași motive, a apărut cu întreruperi până în anul 2000.

În anii `90, segmentul de presă locală a fost influențat neesențial de inițiativa privată. În studiul *API* (2011), acest fapt a fost explicat astfel: „În primii ani de la proclamarea independenței Republicii Moldova, presa privată locală întârzie să apară. În primul rând, jurnaliștii angajați la publicațiile raionale se bucurau de o anumită libertate editorială comparativ cu perioada sovietică, când cenzura și comenzile politice se aflau la ordinea zilei. Fondatorul nu dicta direct politica editorială, deși autoritățile publice locale se regăseau frecvent în paginile ziarului. În al doilea rând, procesele social-politice complexe de la începutul anilor `90, dar și lipsa cunoștințelor și tradiției în editarea ziarelor, au frânt avântul unor ziariști sau oameni de afaceri de a fonda o publicație periodică privată locală. Altfel spus, presa locală încă nu era concepută ca o afacere în Republica Moldova”. [95]

Apariția presei locale private a fost catalizată de evenimentele social-politice ce-au urmat după alegerile din 1995, când Partidul Democrat-Agrar din Moldova (PDAM), guvernând structurile centrale de stat, a obținut întâietatea și în constituirea organelor administrației publice locale (APL). Atunci, PDAM a operat epurări de cadre, în special în presa locală oficială, anulând confortul de altă dată al jurnaliștilor. Acest fapt a încurajat editarea ziarelor independente. Printre primele ziare de acest fel au fost *Спрос и предложение* (*Cerere și ofertă*, 1994) de la Bălți, *Business info* (1995) de la Cimișlia, *Cuvântul* (1995) de la Rezi-na, *Cugetul* (1996) de la Bălți, *Gazeta de Vest* (1996) de la Nisporeni, *Est Curier* (1997) de la Criuleni, *Accent provincial* (1997) de la Glodeni, *Unghiul* (1997) de la Ungheni. În 1998 au fost lansate ziarele *Observatorul de Nord* de la Soroca, *Metronom* de la Călărași și *Ora locală* de la Ialoveni. În 1999 au apărut alte șase publicații (*Metronom* – la Cantemir, *Strășeneanca*, *Ecoul nostru* – la Sângerei, *Glia drochiană*, *Nord Info* – la Edineț și *Anina-info* – la Anenii Noi). Majoritatea publicațiilor au reușit să perpetueze pe piața mediatică din Republica Moldova grație faptului că s-au sprijinit reciproc, unindu-se în *Asociația Presei Independente*. Totodată ele au beneficiat de un puternic suport financiar din partea Fundației Soros-Moldova (FSM).

În anul 1994, această fundație în premieră pentru Republica Moldova a lansat Programul de asistență a publicațiilor independente, în special a celor locale, înzestrându-le cu echipamente performante și hârtie de ziar. Potrivit Raportului Fundației Soros-Moldova la 10 ani de activitate (1992-2001), în acest răstimp au fost promovate circa 50 de proiecte în domeniul media. În temeiul lor, 22 de publicații periodice și cinci posturi de radio, preponderent locale, au beneficiat de echipament, 35 de ziare și reviste – de hârtie, calculatoare și conectare la internet. În 1999, de exemplu, Fundația Soros-Moldova, potrivit raportului anual de activitate, a susținut publicațiile locale independente *Gazeta de Vest* (Nisporeni) – \$ 2000, *Accent provincial* (Glodeni) – \$ 3933, *Ora locală* (Ialoveni) – \$ 15000, *Anina-info* (Anenii Noi) – \$ 2342, *Unghiul* (Ungheni) – \$ 4500. Sprijinul acordat pe parcursul anilor `90 a constituit astfel un factor important al inițiativei private în domeniul mediilor locale, inclusiv în UTA Găgăuzia (*Acik Ghioz*, 1995; *Gagauz halki*, 1999 etc.) și raioanele de est ale republicii (ziarul *Novaia Gazeta*, de exemplu).

În prima jumătate a anilor `90 au fost făcuți primii pași și în dezvoltarea radioteleviziunii private. Referindu-mă la începuturile acestui proces, estimam în articolul *Audiovizualul autohton: oportunitatea strategiei naționale de dezvoltare* (2006): „...accesul operatorilor nestatali în câmpul radioteleviziunii în această perioadă a fost nesemnificativ. Puținele servicii de radio (*Unda Liberă*, 1993, *Radio Nova*, *Radio Polidisc*, *Micul Samaritean*, 1994, *d'OR*, 1998, *Vocea Basarabiei*, 2000) și cele de televiziune prin cablu și eter (*Electron*, Tiraspol; *STV*,



Slobozia, 1988, *TVC*, Camenca, *Satelit TV*, Chișinău, 1989; *Eurocablu*, Chișinău, 1994, *Catalan*, Chișinău, 1995 etc.), deși au marcat configurația audiovizualului autohton, nu au generat, totuși, renovarea structural-instituțională profundă a audiovizualului. Aceasta, derulată într-o manieră sporadică și episodică, a fost, în temei, alimentată exclusiv de inițiativa privată sau comunitară în lipsa unui cadru legal și conceptual regulatoriu”. [162]

În anul 1995, odată cu adoptarea Legii audiovizualului, în premieră pentru Republica Moldova a fost acreditată noțiunea de „instituție privată” în domeniul radiodifuziunii și televiziunii. Entitatea respectivă a fost tratată drept „instituție creată cu capital integral privat sau majoritar privat, care reflectă interesele unei persoane sau ale unui grup de persoane” (art. 1). Ca și în cazul presei scrise, instituția audiovizuală privată a putut fi creată de către una ori mai multe persoane fizice sau juridice din Republica Moldova sub orice formă de organizare juridică în conformitate cu legislația (art. 5). Actul legislativ totodată a stabilit că o persoană fizică sau juridică din Republica Moldova poate deține mai mult de 50% din capitalul statutar doar la o singură instituție a audiovizualului iar la altele – nu mai mult de 20%. Prin amendamentul din 4 iunie 1999, întreprinderile de telecomunicații și întreprinderile de exploatare a rețelelor de comunicații audiovizuale au fost lipsite de dreptul de a fi fondatoare sau coproprietare ale instituțiilor audiovizualului. Legea, de asemenea, a interzis accesul persoanelor fizice sau juridice străine, cu excepția celor de la întreprinderile mixte la care participă subiecți din Republica Moldova, să fondeze instituții ale audiovizualului pe teritoriul Republicii Moldova.

Cadrul legislativ a stimulat în a doua jumătate a anilor `90 dezvoltarea presei electronice private. „În această perioadă, scriam în 2006 în articolul citat, a fost atestată o erupție spectaculoasă în domeniul presei electronice. Astfel, dacă în anul 1997 Consiliul Coordonator al Audiovizualului a eliberat 28 de licențe pentru studiourile de televiziune cu emisie prin undă, MMDS și cablu și 7 – pentru posturile de radio, inclusiv celor inițiate anterior, atunci către anul 2004, respectiv, 167 și 40 (între acestea s-au numărat o serie de posturi private emblematice de televiziune ca *ProTV Chișinău* și *Prime TV*, lansate pe piața autohtonă în 1999 – c.m.). Deși salutară ca indiciu al dinamizării structural-instituționale a presei electronice, ascensiunea remarcată a relevat totodată multiple practici mediatic-imperfecte de aplicare a legii specifice care, în definitiv, au așezat constituirea audiovizualului autohton în coordonate improprie și defectuoase” [162]. Ele s-au reliefat în următoarea perioadă de dezvoltare a audiovizualului național.

### ***B. Presa scrisă și electronică privată, două decenii mai târziu***

În perioada de referință, segmentul de tipărituri și servicii audiovizuale private au cunoscut atât urcușuri, cât și declinuri. Aserțiunea este potrivită, în-

tâi de toate, pentru mediile tradiționale – presa scrisă. Datele oferite de Biroul Național de Statistică (BNS) confirmă ascensiunea ziarelor și a revistelor, în bună parte private, în anii 2000 și descreșterea lor ca titluri și tiraje în deceniul următor. Astfel, în 2010, anul de vârf al presei scrise indigene, s-au editat 207 titluri de ziare (față de 176 în 2000), inclusiv 100 în limba română, acestea având un tiraj anual de 50 milioane de exemplare, inclusiv 17 milioane – în română. Revistele au apărut în număr de 245 (față de 99 în 2000), inclusiv 107 în română cu tiraje anuale respectiv de 2,9 și 1,4 milioane de exemplare. În următorul deceniu, conform datelor BNS din 2020, numărul de titluri de ziare a scăzut până la 113, dintre care în română – 60, iar al revistelor – până la 195 și 63 respectiv. În declin a fost și tirajul publicațiilor: la ziare – până la 19 , iar la reviste – până la 1,5 milioane de exemplare anual.

Tendința descendentă sau de acalmie în dezvoltarea presei scrise private din acest răstimp a fost generată de mai mulți factori. E vorba, întâi de toate, de faptul că publicațiile periodice, din lipsa de cunoștințe și competențe manageriale necesare, nu erau, în frecvente cazuri, concepute ca o afacere, în condițiile economiei de piață. În al doilea rând, presa privată s-a confruntat cu mari dificultăți insurmontabile de ordin financiar (prețuri înalte la hârtie, echipamente, servicii, inclusiv de distribuire etc.), fapt ce a împiedicat atât avansarea pe piață a presei scrise, cât și sporirea competitivității ei în raport cu alte tipuri mass-media. Deseori, suportul financiar acordat de partenerii de dezvoltare a fost valorificat pentru acoperirea unor nevoi curente, fără a fi utilizate pentru a poziționa publicațiile locale cert și de lungă durată pe piața mediatică. Publicitatea limitată și (sau) monopolizată, precum și redirecționarea reclamei spre mediile electronice și, mai nou, spre internet, a șubrezit și mai mult potențialul financiar al presei tipărite. Declinul presei tipărite a fost generat, de asemenea, de schimbările produse în topul preferințelor de platforme media ale consumatorilor de informație: sondajele au arătat că presa scrisă, mai ales în ultimul deceniu, a devenit sursa a patra sau chiar a cincea de documentare despre realitățile înconjurătoare. Acestea și alte circumstanțe au cauzat dezinteresul capitalului privat față de presa scrisă. În consecință, în deceniul de la urmă s-a atestat un număr neînsemnat de inițiative private pe acest segment al mediilor de informare. Ori, cum, în perioada de referință au fost înregistrate mai multe tentative importante de acest gen la scară națională și la nivel local.

În primul caz e vorba, întâi de toate, de publicația privată de investigație *Ziarul de Gardă*, ce s-a dovedit a fi cel mai longeviv ziar privat de răspândire națională inițiat în acei ani. Primul număr al tipăriturii de investigații în limba română a apărut pe 29 iulie 2004. Pentru a-și spori audiența, în anul 2015 a fost inițiată ediția de limbă rusă. În 2006 a fost lansată publicația săptămânală privată *Curier agricol* (azi – *Gazeta satelor*). Anii 2000 au fost marcați de asemenea

de lansarea unui șir de reviste private, în special cu tentă mondenă (*Aquarelle*, 2003, *VIP Magazin* și *Ostap*, 2004, *Punkt*, 2005,) sau din domeniul educației (de exemplu, revista bilunară de inovație pedagogică *Învățătorul modern*, 2010).

Pe 7 decembrie 2010 a fost inițiată apariția ziarului *Adevărul Moldova* ce a constituit o tentativă certă de a readuce în spațiul local presa cotidiană edificată pe principiile jurnalismului liber de informare și analiză. Editat de trustul românesc *Adevărul Holding*, ziarul o avut o periodicitate de cinci ori pe săptămână și un volum ce varia între 16 (în zilele de marți, miercuri și joi) și 24 de pagini color (luni și vineri). Ulterior au mai apărut și alte publicații private (*Ziarul Național*, 2013; ziarul din România *Evenimentul zilei*, ediție din Republica Moldova; *Cronica*, 2016). Majoritatea dintre noile publicații, cu excepția *Ziarului de Gardă*, precum și a revistelor mondene, pe parcursul vremii din motive de ordin financiar au abandonat formatul printat, îmbrățișându-l pe cel electronic. *Ziarul Național*, de exemplu, a renunțat la versiunea printată în iunie 2016. În aceeași perioadă, la fel a procedat și ediția pentru Republica Moldova a ziarului din România *Evenimentul zilei*.

Declinul ce a pus stăpânire pe presa scrisă privată de talie națională în perioada de referință a fost propriu și pentru segmentul de presă locală. În debutul anilor 2000, Fundația Soros-Moldova a sistat subvenționarea presei locale. Din acest motiv, la scurt timp mai multe publicații private locale și-au încetat apariția. Între acestea s-au numărat *Cetatea* (Orhei), *Cugetul* (Bălți), *Duminica* (Fălești), *Vesti* (Rezina), *Anina-Info* (Anenii Noi), *Metronom* (Călărași și Cantemir). În 2002, fundația respectivă a reluat programul de susținere a presei locale, printate și electronice. Până în 2004, ea a realizat diverse proiecte de înzestrare a ziarelor și a serviciilor de radio locale cu echipament, hârtie, abonare la fluxurile de știri, procurare de softuri specializate și conectare la internet. În 2005 a demarat suportul acordat unor ziare locale pentru extinderea arealului de răspândire. În consecință, între 2003-2009, potrivit studiului *API* (2011), chiar dacă au fost închise unele publicații locale (*Accent provincial* de la Glodeni sau *Aciic Ghioz* din UTA Găgăuzia), au apărut alte opt ziare private noi (*Cahul expres*, *Deșteptarea* – Nisporeni, *Expresul de Ungheni*, *CimPrim*, *Cimișlia*, *ProFamilia*, *Rezina*, *Munca pașnică*, *Strășeni*, *Curierul de Hâncești* și *Gazeta.MD*, Bălți). În ultimul deceniu, deși s-a produs o anume triere, s-a constituit o rețea locală de presă privată viabilă. Potrivit datelor cuprinse în *Catalogul Poștei Moldova*, în 2019, de exemplu, se editau circa 20 de ziare private locale. Majoritatea dintre ele se răspândeau în aria unui singur raion iar câteva au căpătat statut de ziar regional (*Cuvântul* adresat raioanelor Rezina, Telenești și Orhei, de exemplu).

Presa tipărită privată în raioanele de est ale Republicii Moldova, ca și din UTA Gagauzia, s-a dezvoltat cu multă întârziere în raport cu celelalte regiuni

ale țării, registrul publicațiilor particulare numără puține titluri. Una dintre cele mai populare a fost ziarul independent de cultură și divertisment *Dobryi deni* (*Ziua bună*) publicat la Râbnița. [8; 268; 287]

În ultimele două decenii, audiovizualul în general, cel privat în particular, ca și presa printată de altfel, după cum am arătat, a cunoscut două tendințe. Prima, de ascensiune, s-a atestat în anii 2000. Atunci, numărul radiodifuzorilor, potrivit datelor CCA cuprinse în raportul pentru anul 2018, a crescut de la 88 până la 280. Ascensiunea lor, în bună parte, s-a produs pe contul preluării programelor străine fără a li se conferi o plusvaloare de conținut local. La finele anului 2001, constatam în articolul *Audiovizualul autohton: oportunitatea strategiei naționale de dezvoltare* (2006) că posturilor locale, axate pe producția proprie, le revenea doar ceva mai mult de 9 la sută din oferta audiovizuală totală. Altfel spus, peste 90 la sută dintre radiodifuzorii privați, căci despre ei e vorba, au preferat să fie extensii de distribuire ale unor servicii media străine. [162]

În deceniul următor s-a atestat cea de-a doua tendință, descendentă, exprimată în reconfigurarea cantitativă și, într-un anumit sens, calitativă a pieței audiovizuale autohtone. Astfel, potrivit datelor cuprinse în Raportul cu privire la activitatea Consiliului Audiovizualului în 2020, dacă în anul 2010 aceasta a cuprins 280 de radiodifuzori iar în 2015 – 207, atunci în 2020 – 176. Reconfigurarea pieței audiovizuale a fost cauzată, în mare parte, de neprofitabilitatea afacerii private media din cauza pieței publicitare restrânse, concentrarea torentelor de publicitate și direcționarea preferențială a lor spre anumite medii de informare (acest subiect va fi detaliat în paginile următoare).

Pe acest fundal general vom aminti doar o serie de inițiative private ce s-au remarcat pe piața audiovizuală indigenă. E vorba, întâi de toate, de serviciile de televiziune *Jurnal TV* și *Publika TV*, ambele lansate în 2010 drept televiziuni de știri cu produs exclusiv local (ulterior, *Jurnal TV* și-a schimbat formatul, devenind un post generalist). În ultimul deceniu au apărut, de asemenea, o serie de televiziuni private care s-au integrat în țesutul unor servicii audiovizuale străine (*Canal 2*, *Canal 3*, mai nou (2019) – *Canal 5*, ultimul având matricea postului *Piatyi kanal* din Sankt-Petersburg). Din aceeași categorie au făcut parte *TV8*, *TV Centrală/TV6*, *TV Orhei* etc. În perioada de referință au fost lansate și o serie de posturi private de radio (amănunte vezi în Compartimentul I al prezentei lucrări).

Segmentul privat, deși insuficient de sustenabil, totuși a conferit noi dimensiuni evoluțiilor din mass-media autohtone. Acesta a oferit consumatorului conținuturi alternative celor de stat, diversificându-le posibilitățile de a-și alege sursele de informare.

## 3.2. Proprietăți și proprietari media

### **A. Transparența proprietarilor și proprietăților media în anii `90**

Actele legislative din anii `90, în bună parte, au trecut cu vederea subiectul privind proprietatea și proprietarii mass-media. Ele au făcut referință la alte noțiuni, tradiționale în uzul din perioada sovietică, cum au fost fondator/cofondator, editor, colectiv redacțional, redactor (redactor-șef), conducător de agenție. În unele cazuri, ele veneau să substituie discret noțiunea de proprietar, ca, de exemplu, în p. 3 al art. 5 din Legea presei (1994): „Persoanele fizice și juridice străine au dreptul să participe la fondarea publicațiilor periodice și agențiilor de presă numai în calitate de cofondatori și să dețină cel mult 49% din capitalul statutar”. [146]

Nici Legea audiovizualului (1995), deși a legiferat existența radiodifuzorilor privați, nu a cuprins referințe deslușite și convingătoare privind proprietatea și proprietarii din domeniul audiovizualului.

### **B. Transparența proprietarilor și proprietăților media, două decenii mai târziu**

Proprietățile și proprietarii media au rămas de asemenea în afara reglementării juridice clare și exhaustive în actele legislative din anii 2000. Deși Codul audiovizualului (2006), în redacția lui inițială, a făcut referință la aceste noțiuni, abordarea lor a fost tangențială, generală sau contextuală. Alin. (3) lit. b) din art. 23, de exemplu, a prevăzut că „eliberarea licenței de emisie va corespunde principiului de asigurare a pluralismului în domeniul audiovizualului, excluzându-se posibilitatea creării premiselor pentru instituirea monopolului și concentrării proprietății în domeniul audiovizualului și în domeniul mass-media în genere”. Art. 66, stabilind cadrul legal de funcționare a radiodifuzorilor privați, a cuprins însă reglementări insuficiente referitoare la structura și statutul proprietarilor și proprietății în domeniul audiovizualului. [65]

Lipsa actelor legislative sau prevederile parțiale și insuficiente privind proprietatea media au generat la acest capitol o deplină opacitate informațională. În anii `90-2000, unica sursă în acest sens s-au dovedit analizele publicațiilor periodice sau ale organizațiilor neguvernamentale. Din ele, publicul din Moldova a aflat, de exemplu, că *Publika TV* la început a aparținut mogulului media din România, Sorin Ovidiu Vântu, apoi, canalul a fost cumpărat de Dumitru Țâra, fostul manager. Ulterior, noul proprietar al postului oficial a devenit un cetățean din Ucraina, de profesie tractorist, fost pompier, apoi manager al unei companii de telefonie mobilă. Compania sa care deținea în proprietate și *Publika TV* a făcut parte dintr-un lanț de alte companii din Noua Zeelandă care nu au nicio legătură cu jurnalismul [58;75]. În fapt, s-a dovedit că *Publika TV* s-a aflat în proprietatea altei persoane.

Potrivit investigațiilor efectuate de ziarele *Adevărul* și *Jurnal de Chișinău*, citate de autorii studiului *Transparența proprietății mass-media în Republica Moldova* [75], compania media ÎCS „Prime” SRL la ora respectivă îl avea drept proprietar pe prim-vicepreședintele Parlamentului și membrul Partidului Democrat din Moldova (PDM), Vlad Plahotniuc. Printre instituțiile media care au făcut parte din această entitate s-ar fi numărat *Prime TV*, *Prime FM*, *Canal 3*, *2 Plus*, *Maestro FM* și *Megapolis FM*. Același lucru l-au afirmat atunci și Asociația pentru Dezvoltarea Culturii și Protecției Drepturilor de Autor și Conexe „Apollo” și Asociația Presei Independente. În context, pe 21 iulie 2014, ziarul *Adevărul* îl cita pe directorul API: „Actuali și foști deputați dețin posturi de radio și TV. Bunăoară, prim-vicepreședintele PD, Vlad Plahotniuc, deține stațiile de radio *Maestro FM* și *Prime FM* și posturile TV *Canal 3*, *2 Plus* și *Prime TV*, plus *Publika TV*, angajații cărora au participat la petrecerea de după rebranding. Chiril Lucinschi deține indirect *TV7* și *TNT Bravo*. Deputatul Valeriu Saharneau a fost cofondator al postului de radio *Vocea Basarabiei*”.

Veridicitatea acestor și altor date similare, deși ulterior în bună parte a fost confirmată, la momentul publicării investigațiilor respective a fost tratată cu o anume doză de scepticism și neîncredere, investigațiile fiind percepute de o parte dintre observatorii locali drept un instrument de luptă politică. Așa sau altfel, transparența proprietății și a proprietarilor media către mijlocul ultimului deceniu a devenit o necesitate socială stringentă.

În iulie 2014, parlamentul a adoptat în prima lectură câteva amendamente la Codul audiovizualului ce urmau să scoată din umbră proprietarii media și sursele lor de finanțare. Ele prevedeau obligația radiodifuzorilor de a include informația privind proprietarii media în rapoartele anuale prezentate la Consiliul Coordonator al Audiovizualului, acesta fiind responsabil de a le face publice prin plasarea lor în cel târziu trei zile pe site-ul autorității publice de reglementare a audiovizualului.

Amendamentele de referință au fost tratate divergent. Unii și-au arătat satisfacția că beneficiarii de informație, în sfârșit, vor cunoaște cine stă în spatele unui sau altui serviciu audiovizual. Alții, potrivit ziarului *Adevărul Moldova* din 21 iulie 2014, și-au exprimat speranța că amendamentele nu sunt „o nouă cârpeală a Codului audiovizualului”. Au fost formulate de asemenea un șir de propuneri, inclusiv privind interzicerea accesului pentru firmele Offshore de a fonda instituții media. După lungi examinări și dezbateri, dictate, posibil, și de rezistența opusă transparenței proprietății media, Codul audiovizualului din 2006 totuși a fost modificat și completat (5 martie 2015).

Inovația amendamentului de referință a constat, întâi de toate, în faptul că el, pentru prima dată în circuitul juridic autohton, a pus noțiunea de *proprietar beneficiar* în raport cu instituțiile media care a substituit conceptul de *fondator*.

Aceasta a fost definită drept „persoană fizică care, în temeiul legii și/sau al contractului, se află în una sau mai multe din următoarele situații:

- beneficiază sau poate beneficia de orice tip de venit din activitatea unui radiodifuzor sau distribuitor de servicii și nu are obligația de a preda acest venit unei terțe persoane;

- deține, direct sau indirect, prin persoane afiliate în sensul art. 6 al Legii nr. 171 din 11 iulie 2012 privind piața de capital, controlul asupra radiodifuzorului sau distribuitorului de servicii;

- are calitatea de membru al organului de conducere al unei persoane juridice cu scop necomercial sau al unei persoane juridice în care nicio persoană fizică nu deține o cotă de participare egală cu sau mai mare decât cota substanțială, de asemenea are competența să revoce, singură sau împreună cu alți membri, majoritatea membrilor consiliului, organul executiv sau majoritatea membrilor organului executiv și/sau cenzorul ori majoritatea membrilor comisiei de cenzori a radiodifuzorului sau a distribuitorului de servicii”.

Amendamentele la Codul audiovizualului operate în 2015 au mai prevăzut în alin. 6 al art. 66 angajamentul radiodifuzorului privat să facă public pe pagina web a serviciului de programe, pentru care radiodifuzorii au obținut licență de emisie, lista cu numele proprietarului beneficiar/propietarilor beneficiari și datele privind cota lor de participare la capitalul social. Datele de referință trebuie de asemenea să se regăsească, conform alin. 7 al aceluiași articol, în rapoartele anuale prezentate până pe 1 mai Consiliului Coordonator al Audiovizualului, ele elucidând numele, cetățenia proprietarului beneficiar/propietarilor beneficiari, structura proprietății, organigrama și capitalul radiodifuzorului, sursele de finanțare a serviciului de programe și informații privind realizarea concepției serviciului de programe pentru anul de activitate precedent. Legea mai stipula că în calitate de proprietari beneficiari ai radiodifuzorilor privați nu pot fi autoritățile publice de orice nivel, instituțiile de drept public finanțate de la bugetul de stat, partidele și formațiunile politice, întreprinderile și instituțiile specializate în domeniul comunicațiilor electronice.

Centrul de Politici și Reforme, monitorizând procesul de implementare a noilor prevederi, a constatat în 2018: „Chiar dacă în 2015 Codul audiovizualului a fost modificat, obligând instituțiile media să publice pe site-urile lor și cel al CCA declarații privind beneficiarul final al radiodifuzorului privat, CCA nu verifică dacă această informație este veridică sau nu. O prevedere importantă a noului document este aceea că „o persoană fizică poate fi proprietar-beneficiar la cel mult două servicii de televiziune generaliste și/sau de știri, precum și la cel mult două servicii de televiziune tematice” și că niciun proprietar-beneficiar nu poate deține o cotă mai mare de 35% din audiență, respectiv nu poate avea o poziție dominantă. Oricum, aceasta nu exclude ca persoane apropiate unuia dintre pro-



prietari să dețină o instituție mass-media care, de fapt, să promoveze aceeași agendă (<https://watch.cpr.md/transparența-proprietatii-mass-media/>).

Prevederile noi operate în 2015 prin amendarea Codului audiovizualului (2006) au fost menținute esențialmente și în Codul serviciilor media audiovizuale al Republicii Moldova (2018). Ele s-au regăsit în art. 28 al noului cod. Acesta, dimensionând regimul juridic al proprietății furnizorilor privați de servicii media (persoane fizice și juridice), a modificat termenul de prezentare a raportului anual către Consiliul Audiovizualului, stabilindu-l până la 1 februarie [66].

Implementarea prevederilor legale privind proprietarii și proprietatea media audiovizuale a asigurat un anumit grad de transparență pe acest segment al mijloacelor de informare. Astfel, pe site-ul Consiliului Audiovizualului sunt plasate declarațiile pe propria răspundere ale radiodifuzorilor cu privire la asigurarea transparenței proprietății. Potrivit lor, la data de 1 ianuarie 2019, în audiovizualul autohton au fost circa 80 de proprietari beneficiari, inclusiv 34 în sectorul televiziunii, 29 – în câmpul radiodifuziunii și 16 au avut proprietăți atât în domeniul radio, cât și în cel al televiziunii. Circa 59 la sută dintre ei au acționat pe piața audiovizuală regională, ceva mai mult de 38% – pe cea locală. Piața audiovizuală privată națională a fost dominată, până la declinul guvernării PDM (anii 2018-2019), de doi proprietari beneficiari (*Prime TV* – „General Media Group Corp.” SRL și *Canal 2* – „Telestar Media” SRL), iar *de facto*, potrivit observatorilor, de unul, Vlad Pahotniuc.

### **3.3. Concentrarea și monopolizarea media. Grupuri de presă**

#### **A. Fenomenul concentrării media în anii `90**

În anii `90, în Republica Moldova s-a produs demonopolizarea intensă a presei, deținută în totalitate în perioada sovietică de PCUS și s-a derulat diversificarea ei. Probabil, în virtutea acestei tendințe magistrale, nici Legea presei (1994), nici cea a audiovizualului (1995), unicele acte legislative de profil din perioada examinată, nu au făcut referințe exprese la concentrarea media. În acest context, în articolul *Spațiul public și comunicarea mediatică în Moldova* (2000), constatăm: „Corpul static de altă dată al mass-media a prins viață. Semnificative în acest sens sunt evoluțiile din presa electronică. Către debutul anilor `90, în Moldova activa o singură instituție audiovizuală – actuala *Companie de Stat Teleradio-Moldova*. (...) La ora actuală, în sectorul comunicațional electronic mai funcționează circa 50 de studiouri tv private prin unde, 27 – prin cablu, patru – mixte. Schimbări importante s-au produs și în câmpul agențiilor de informație. Monopolul exclusiv al instituției guvernamentale *Moldova-pres* a fost diluat de cele circa 10 agenții independente printre care pe piața locală au reușit să se afirme *Basa-pres*, *Infotag*, *Flux*, *Nica-pres*, *Deca-pres*, *Interlic*. Ele, poate exce-

sive ca număr pentru arealul restrâns al Moldovei, se remarcă prin tendința de a valorifica în profunzime cursul evenimentelor locale și de a le prezenta pe filiere diferite. Presa scrisă a înregistrat și ea schimbări cantitative considerabile. În acest sector, dinamismul este poate cel mai pronunțat, astfel încât astăzi suntem în dificultate să operăm cu careva date statistice exacte. Vom remarca totuși că numărul de titluri de ziare și reviste în anul 1997 constituia 460”. [180]

În anii `90, spațiul mediatic autohton nu a fost supus procesului de concentrare, cu excepția statului care, după cum am arătat în paginile anterioare, a deținut un anume monopol în acest domeniu. Procesul de concentrare media și de creare a grupurilor de presă în sectorul privat a apărut și s-a amplificat în special în ultimul deceniu.

### ***B. Grupuri media, două decenii mai târziu***

Concentrarea și monopolizarea mijloacelor de informare, devenind în ultimul deceniu caracteristici ale pieței mediatică autohtone, au afectat diferit presa scrisă, cea electronică și *new media*. Cel mai puțin aceste procese s-au regăsit în câmpul presei tipărite pe motiv că aceasta, reducându-și importanța în rândul consumatorilor locali în calitate de sursă de informare, a pierdut atractivitatea sa politică, economică și informațională. Sectorul audiovizual tradițional (serviciile de radio și, mai ales, cele de televiziune), constituind în acest răstimp cea mai populară platformă de informare publică în Moldova, a fost concomitent și cel mai atractiv sector pentru actanții concentrării media. Totodată, în ultimii ani s-a atestat concentrarea entităților de informare online. E de notat că procesul de concentrare media a fost sub incidența directă a factorului politic, acesta determinând ascensiunea sau declinul gradului și al structurii monopolizării media.

Practic, procesul de concentrare a instituțiilor audiovizuale a fost declanșat în 2010. Până atunci, acest proces a fost restricționat de Codul audiovizualului (2006) care în alin. (3) al art. 66, redacția inițială, prescria că „o persoană fizică sau juridică poate deține cel mult două licențe de emisie în aceeași unitate administrativ-teritorială sau zonă, fără posibilitatea de a deține exclusivitatea”. Pe 9 iulie 2010, această prevedere legală a fost modificată de Parlamentul Republicii Moldova prin legea nr. 164. În rezultat, restricția menționată de două licențe a fost anulată, stabilindu-se noul plafon de cinci servicii media audiovizuale pe care le poate deține un fondator. Actul legislativ respectiv a intrat în vigoare pe 1 octombrie 2010.

Noul cadru legal pe acest palier, astfel, a creat condiții propice pentru intensificarea procesului de concentrare a audiovizualului indigen și de monopolizare a lui în diferite structuri media. Aceste condiții au fost valorificate din plin mai ales între anii 2010-2016. Organizația internațională *Reporters sans Frontieres* – RSF (*Reporterii fără Frontiere*), referindu-se la evoluțiile respective, a calificat

Republica Moldova în raportul său din iulie 2016, „*Médias: les oligarques font leur shopping*” (*Mass-Media: oligarhii fac cumpărături*), drept țară cu „probleme sensibile”.

Situația Moldovei la acest capitol, deși se afla între țările cu un grad redus de concentrare a mass-media și cele cu un grad sporit de monopolizare a mijloacelor de informare, a fost suficient de confuză, deoarece concentrarea mediilor audiovizuale a fost efectuată în lipsa de transparență a proprietăților din domeniu. Probă concludentă în acest sens a fost oferită de investigația *Rise Moldova*, când s-a constatat că patru servicii de televiziune (*Publika TV, Prime TV, Canal 3 și Canal 2*) aparțin *General Media Group SRL* fondată de *OTIV Prime Media BV*, o companie de tip offshore înregistrată în Olanda [247]. Din acest motiv îi dăm dreptate cercetătoarei Olivia Pîrțac care, în articolul *Concentrarea proprietății media în Moldova – o problemă globală* (2016), nota: „Între 2010 și 2016, magnații din Moldova au avut liber la fortificarea imperiului lor mediatic. În toată această perioadă, informația despre proprietari se cunoștea neoficial” [219]. Lucrurile s-au clarificat, după cum am arătat în compartimentul precedent, din martie 2015 când sub presiunea societății civile a fost adoptată Legea nr. 28 ce a impus o serie de norme privind declararea proprietarilor-beneficiari, instituind astfel transparența proprietății media.

Pe 26 februarie 2016, parlamentul a revenit la alin. 3 al art. 66 al Codului al audiovizualului din 2006. Atunci, prin legea nr. 11, acest articol a fost modificat și completat astfel: „cuvântul „cinci” se substituie cu cuvântul „două”, iar în final se completează cu cuvintele „și poate fi acționar majoritar la cel mult doi radiodifuzori”. Altfel spus, la aproape șase ani distanță, prevederea antimonopol din 2010 a fost repusă în vigoare. La timpul respectiv, această decizie a fost comentată diferit: unii au văzut în ea un indiciu al dorinței de a pune capăt concentrării excesive a pieței media, alții – o probă că împărțirea pieței media a fost finalizată de jucătorii principali și că loc pentru alți „giganți” nu a mai rămas.

Codul serviciilor media audiovizuale din 2018 (art. 28) a reiterat prevederile anterioare, conform cărora „o persoană fizică poate fi proprietar beneficiar la cel mult două servicii de televiziune și la cel mult două servicii de radiodifuziune sonoră”. „Persoana fizică, soțul/soția acesteia sau persoana juridică care este fondator/asociat/propietar unic ori care deține o cotă mai mare de 50% din acțiunile, din drepturile de vot sau din capitalul social al unei persoane juridice din domeniul serviciilor media audiovizuale, se arată în alin. 8 al aceluiași articol, nu poate deține mai mult de 20% din acțiunile, din drepturile de vot sau din capitalul social al unei persoane juridice din domeniul serviciilor media audiovizuale aflate în jurisdicția Republicii Moldova”. Codul a stipulat și un șir de clauze ce restricționează tendința de eliminare a concurenței de pe piața media (orice acorduri sau acțiuni coordonate ale persoanelor fizice și juridice concurente din

domeniul serviciilor media audiovizuale, care dețin în comun o situație dominantă pe piață, dacă acestea au sau pot avea drept rezultat limitarea concurenței; precum și cele ale persoanelor fizice și juridice neconcurente din domeniul serviciilor media audiovizuale, dintre care o persoană deține o situație dominantă pe piață, iar cealaltă este furnizorul sau cumpărătorul acesteia etc.) [66].

În context, se cer a fi făcute câteva remarci. Mediile de informare, în special cele audiovizuale, până la instituirea transparenței proprietarilor media și amendarea art. 66 în redacția 2016, în multe cazuri aparțineau unor companii înregistrate în zone *offshore*. Angajamentul media de a scoate din umbră proprietarii-beneficiari a generat, într-un anumit sens, deoffshorizarea lor și crearea unor structuri media locale. Totodată, e de menționat că trusturile media autohtone au constituit entități instabile, acestea fiind influențate puternic atât de factorii politici, cât și de confruntarea concurențială nelocală. E de reținut și faptul că în acest proces s-a produs conservarea nivelului anterior de concentrare media (deja în formule conforme noilor prevederi legale). În acest sens, date concludente pot fi extrase din studiul *Capturarea mass-media și a altor mijloace de comunicare publică în Republica Moldova* efectuat în 2017 de un grup de cercetători în cadrul unui proiect API și *Transparency International Moldova*. Această stare de lucruri s-a menținut și în ultimii doi ani, în special după ieșirea de la guvernare a Partidului Democrat (2019), când s-a prefigurat tendința spre reîmpărțirea pieței mediatică.

Piața mediatică autohtonă, preponderent cea audiovizuală, în ultimul deceniu a fost dominată de câteva grupuri de presă, fiecare, direct sau indirect, afiliat diferitor formațiuni politice. În funcție de statutul (partid de guvernare, coparticipant la actul guvernării, formațiune în derivă politică sau socială sau în opoziție), structurile mediatică deținute sau controlate erau fie în progres, fie în regres. Din acest considerent, configurația concentrării a fost instabilă, modificându-se pe parcursul anilor. Astfel, între 2014-2016, cele mai influente grupuri de presă au fost *General Media Group SRL* cu satelitul său *Real Radio SRL*, *Jurnal de Chișinău Plus SRL*, *Analiticmedia-grup*. Companiile menționate, per ansamblu, au stăpânit, potrivit autorilor studiului *Capturarea mass-media și a altor mijloace de comunicare publică în Republica Moldova*, în perioada de referință circa 55 la sută din piața serviciilor audiovizuale [156]. Cota ridicată a concentrării media a fost constatată și de Departamentul de Stat SUA în *Raportul despre situația din mass-media autohtonă: control politic, concurență nelocală și intimidare a jurnaliștilor*, făcut public pe 15 martie 2019: „Informațiile despre proprietarii radiodifuzorilor privați, făcute publice în 2015, au confirmat concentrarea ridicată a proprietății mass-media”, s-a arătat în raport. [232]

Pe parcursul anilor, grupurile media autohtone menționate au suferit ierarhizări diferite. Actualmente, din această perspectivă, ele, convențional, pot

fi divizate în câteva categorii. Prima ar încorpora companiile în fortificare sau ascendente. Actualmente, din această categorie, cea mai puțin numerică, face parte PP *Exclusiv Media SRL*, surclasând liderul de altă dată, grupul de presă *General Media Group*.

Cea de-a doua ar cuprinde companiile relativ stabile: *Pro Digital SRL*, *Jurnal Trust Media*.

Cea de-a treia categorie ar însuma societățile comerciale media care au avut o evoluție ascendent/descendentă. Acest traiect a fost parcurs de *Analitic-media-grup* care, odată cu șubrezierea statutului politic al proprietarului ei, Chiril Lucinschi, și-a pierdut treptat ponderea pe piața mediatică autohtonă. În următorii doi ani, concomitent cu plecarea de la guvernare a Partidului Democrat și părăsirea țării de către liderul acestei formațiuni, Vlad Plahotniuc, tot el proprietarul *General Media Group SRL*, s-a atestat declinul (destrămarea?) acestui monopol de presă. În termeni similari am putea prezenta și compania *Telestar Media SRL*.

Totodată e de menționat că în ultimii cinci ani pe piața media autohtonă a acționat un set de grupuri de presă, naționale și locale, de dimensiuni mici și cu impact social limitat. Mai amintim și de companiile ce sunt în căutarea propriei identități și poziționări pe piața mediatică. În ordinea clasificării prezentate oferim detaliile de rigoare.

*Compania PP „Exclusiv Media” SRL* a devenit actor pe piața media națională din 2011. Până în 2016 ea, potrivit site-ului instituțional, deși statutul îi permitea să dezvolte activități în domeniile radio, tv și cinematografie, s-a limitat la cea de editare a săptămânalului *Аргументы и Факты в Молдове*, precum și la unele acțiuni de logistică. Centrul de Investigații Jurnalistice a scos la iveală afinitățile companiei cu PSRM. Într-o anchetă realizată în parteneriat cu *Ziarul de Gardă* se arăta că inițial, singurul fondator al firmei era Veaceslav Anghel, originar din Sadova, Călărași, localitatea de baștină a liderului PSRM, și că la *Exclusiv Media SRL* a fost angajată și soția liderului de partid. Actualmente, proprietarul ei este deputatul socialist Corneliu Furculiță.

Din 2016, *Exclusiv Media SRL* se lansează pe piața audiovizuală. Atunci, compania a creat și a dezvoltat primul proiect de televiziune – *NTV Moldova*, post TV generalist, cu emisie prin rețelele distribuitorilor de servicii TV din țară. Acesta are la bază difuzarea conținutului postului *HTB* din Federația Rusă, precum și emisiuni autohtone.

În ianuarie 2017, *Exclusiv Media SRL*, în temeiul licenței alocate de CCA, a trecut la implementarea celui de-al doilea proiect de televiziune – *Exclusiv TV*. Emisiunile locale ale acestui serviciu de televiziune sunt încorporate în țesutul programului de divertisment din Federația Rusă *THT-Comedy* care, de asemenea, este difuzat prin rețelele distribuitorilor de servicii din țară.

*Ziarul Național* scria în ediția din 29 iulie 2019 că „recent, cu aproximativ două luni în urmă, Igor Dodon, la fel prin interpuși, ar fi cumpărat și publicația *Комсомольская правда в Молдове* iar *Exclusiv Media SRL* a devenit și proprietara televiziunii online de limbă rusă *TNS*”.

Arsenalul media al PSRM mai cuprinde *Accent TV* calificat drept „partener” al *Exclusiv Media*. Victor Moșneag în articolul *Beneficiarii televiziunilor* (2016), publicat de *Ziarul de Gardă*, afirma: „Postul *Accent TV*, cunoscut pentru politica sa pro-PSRM, e deținut de *Telesistem TV SRL*” [194]. Această entitate deține două televiziuni: *Accent TV* și *Primul în Moldova*. În anul 2020, potrivit site-ului Consiliului Audiovizualului, compania și-a schimbat proprietarii: Vadim Ciubara, cetățean al Republicii Moldova, deținătorul a 100% din capitalul social, a cedat o parte din acțiuni și a rămas cu 49% din capitalul social, restul de 51 la sută i-a revenit atunci lui Igor Ciaika, cetățean al Federației Ruse.

În anul 2019, în activitatea *Telesistem TV SRL* au survenit schimbări fulgătoare. Inițial, *Accent TV*, la solicitare, a obținut autorizarea Consiliului Audiovizualului de a-și modifica denumirea în *Primul în Moldova* [221]. Cu nouă siglă, postul respectiv a pornit retransmiterea din 1 noiembrie 2019 prin rețelele distribuitorilor de servicii din țară a serviciului rusesc *Первый канал* (acest canal anterior a fost retransmis de *Prime* prin rețeaua națională nr. 3). La câteva zile distanță, pe 4 noiembrie 2019, Consiliul Audiovizualului a revenit la subiectul *Accent TV*, reanimându-l prin acordarea unei licențe noi de emisie pentru nouă ani. Serviciul lui de programe urmează a fi difuzat prin rețelele distribuitorilor de servicii din țară în format generalist. Astfel, în scurt timp, *Telesistem TV SRL* și-a extins numărul de servicii de televiziune, iar *Exclusiv Media SRL*, se pare, și-a dublat numărul de „parteneri”: de la unul la doi. Evoluțiile din ultima vreme denotă, așadar, fortificarea poziției *Exclusiv Media SRL* și a partenerului său *Telesistem TV SRL* care tind să preia de la *General Media Group* rolul de entitate dominantă pe piața mediatică autohtonă.

Opt organizații obștești de media au tratat aceste decizii ale CA drept „stimularea concentrării proprietății mediatice în Republica Moldova” (<http://media-azi.md/ro/stiri/ong-urile-de-media-cer-ca-s%C4%83-nu-faciliteze-concentrarea-propriet%C4%83%C8%9Bii-mediatice-%C3%AEen-interesul>. Accesat 24.08.21).

*Pro Digital SRL* reprezintă una dintre cele mai stabile companii media autohtone. Înregistrată în anul 1997 în calitate de întreprindere cu capital străin (de 13,7 milioane de lei, potrivit unor surse), ea a fost fondată de *Central European Media Enterprises (CME)* din Olanda ce a activat în sectorul audiovizualului din 1994 în mai multe țări central și est-europene (Bulgaria, Cehia, Slovacia, Slovenia, Croația, România și Moldova). Compania a fost înființată de omul de afaceri american Ronald Lauder. În România, CME a deținut 95 la sută din grupul *Media Pro*. În anul 2019, *Central European Media Enterprises*, potrivit site-ului [www](http://www).



mold-street.md, fiind vândut fondului de investiții ceh PPF al cărui proprietar e Petr Kellner, a absorbit și componentele PRO din Republica Moldova.

*Pro Digital SRL* de-a lungul anilor a încorporat câteva servicii audiovizuale. Primul și cel mai sustenabil proiect media al companiei în Republica Moldova a fost cel de televiziune – *ProTV Chișinău* (1999). Acesta dispune de o serie de jurnale și emisiuni tematice proprii ce sunt inserate în țesutul de emisie a *ProTV București* (după o grilă proprie, diferită de cea românească). *ProTV Chișinău* s-a impus prin audiența largă grație abordării imparțiale și reflectării pluraliste a realității socio-politice și economice din țară. Datorită acestor valori, promovate de *Pro Digital SRL*, compania s-a poziționat temeinic pe piața media din Moldova.

La finele anului 2012, *Pro Digital SRL* a lansat un nou proiect de televiziune – *Acasă în Moldova*, o versiune locală a postului respectiv din România. Alături de seriile preluate (producțiile sud-americane înregistrând audiențe record), serviciul respectiv de televiziune a difuzat emisiuni proprii. Din 29 august 2017, *Acasă în Moldova*, în contextul rebrandingului posturilor din portofoliul *Media Pro*, și-a schimbat denumirea în *Pro 2*.

În aprilie 2015, *Pro Digital SRL* și-a propus să exploreze o nouă platformă de comunicare audiovizuală – radiodifuziunea. Atunci a fost lansat postul *Cool Radio* care pretindea „să revoluționeze piața radiofonică din Moldova”. *Pro Digital SRL* a abandonat această idee în decembrie 2016, pentru a se concentra, potrivit declarației pentru [www.mold-street.md](http://www.mold-street.md) a lui Cătălin Giosan, directorul companiei, pe principalele domenii de activitate ale sale – televiziune și internet.

Actualmente, *Pro Digital SRL* încorporează posturi de televiziune și portaturi de știri ([www.protv.md](http://www.protv.md), [www.inprofunzime.md](http://www.inprofunzime.md) etc.). Cifra anuală de afaceri a companiei de referință din ultima perioada (2014+) a oscilat în jurul de șapte la sută din totalul de vânzări de publicitate la scara radiodifuzorilor autohtoni.

*Jurnal Trust Media*. La baza acestei entități a stat compania *Jurnal de Chișinău Plus SRL* fondată în 2006 cu un capital social de 1,47 milioane de lei. Potrivit investigației *Beneficiarii televiziunilor* realizată de *Ziarul de Gardă* și publicată pe 29 septembrie 2016, acest SRL, la rândul-i, a fost creat de *Rheinstein Media Management Germany GmbH*. În 2009, entitatea de referință a fost preluată de *Reforma Art SRL* cu statut de întreprindere cu capital străin, avându-l drept fondator pe agentul economic german *GT News Media GmbH*. Conform declarației de proprietate depusă la CCA de administrația *Jurnal TV* în 2017, singurul beneficiar al companiei a fost anunțat omul de afaceri Victor Țopa. În 2019, unicul beneficiar al *Jurnal Trust Media* a devenit publicistul și scriitorul Val Butnaru care a stat la izvoarele acestei entități. „Săptămâna trecută, a declarat el, am semnat contractul de cumpărare a Jurnalului. În felul acesta, am redevenit fondatorul și beneficiarul unic al tuturor componentelor Jurnalului”. [55]



Edificarea companiei *Jurnal Trust Media* a fost preludiată cu mult înainte de înregistrarea ei oficială prin lansarea ziarului național *Jurnal de Chișinău* (1999) (după 21 de ani de istorie printată, ziarul din 2020 apare în format online). Ulterior, pe parcursul vremii, compania a înglobat postul *Jurnal TV* (2010) (inițial specializat în știri, iar ulterior transformat în unul generalist), postul de radio *Jurnal FM* (2009), tipăriturile *Economist* (2004), *Apropo Magazin* (2009), portalul de știri *www.jurnal.md* (2009). *Jurnal Trust Media* astfel a devenit entitatea ce a valorificat toate tipurile de platforme media.

Cifra de afaceri a companiei de referință, potrivit datelor *Biroului Istoriilor de Credit Infodebit Credit Report*, în perioada 2015-2017 a fost ceva mai mare de 10 milioane de lei anual. Deși în anii următori *Jurnal Trust Media* s-a confruntat cu consecințele negative ale monopolizării pieței publicitare, el, totuși, a continuat să fie atractiv pentru furnizorii de reclamă, aceasta fiindu-i sursa principală de existență. Asta pentru că „...de doi ani și jumătate, după spusele lui Butnaru, echipa Jurnalului există pe cont propriu”. [55]

*General Media Group SRL (GMG)* a fost fondat în 2015 (*md.kompass.com* indică anul 2010). Tot atunci a apărut satelitul acestei structuri, *Radio Media Group*. Unic fondator al ambelor entități a fost Vlad Plahotniuc. Capitalul social al *General Media Group* a constituit 42 de milioane de lei și al *Radio Media Group* – 5 milioane de lei. Ulterior, ambele entități au fuzionat. Companiile menționate la data fondării au dispus de patru televiziuni naționale din cele cinci de această talie existente în Republica Moldova (estimarea din 2017 a experților media) sau de două naționale (*Prime TV, Canal 2*) și două regionale (*Publika TV, Canal 3*), potrivit clasificării din 2019 a Consiliul Audiovizualului, precum și de trei posturi de radio: *Publika FM, Maestro FM* și *Muz FM*. O vreme, aceste medii audiovizuale erau părți ale diverselor entități, înregistrate în zone offshore.

Între anii 2014-2018, *General Media Group* a deținut poziția dominantă pe piața mediilor de informare autohtone, dispunând în jur de 40% din totalul afacerilor în domeniul audiovizualului: 2014 – 37,93%, 2015 – 39,24%, 2016 – 39,83%, 2017 – 35,29%, 2018 – 28,25% (a se vedea *Anexa 19*). Entitatea de referință între anii 2014-2016, conform datelor cuprinse în studiul *Capturarea mass-media și a altor mijloace de comunicare publică în Republica Moldova*, a avut o cifră de afaceri mai mare decât cea însumată de următoarele patru companii de top (*Jurnal de Chișinău Plus SRL, Analiticmedia-grup, IPNA Compania Teleradio-Moldova și Prodigital SRL*). Pe finalul perioadei menționate s-a prefigurat declinul *GMG*.

În mai 2017, *GMG* s-a înjumătățit drept consecință a intrării în vigoare a prevederii legale, potrivit căreia un proprietar nu poate deține mai mult de câte două servicii de televiziune și radio. Astfel, *GMG* a rămas oficial cu posturile tv *Prime* și *Publika* și cu două de radio – *Muz FM* și *Publika FM*. Ulterior, compania

a oferit și alte semnale ale dezvoltării sale descendente. Unul dintre ele a venit în 2019 din partea *Prime TV*. Acest canal, în virtutea obișnuinței consumatorului autohton moștenită din perioada sovietică de a-l viziona, precum și datorită calității și diversității programelor și acoperirii aproape totale a țării, a fost cel mai vizionat canal de televiziune și prin urmare, cel mai atractiv serviciu pentru furnizorii de publicitate. Pe parcursul anilor, în jurul *Prime TV*, generator de profit informațional și financiar, s-au dat diverse lupte, fățișe și ascuse. Ele s-au intensificat pe ultima sută de metri de guvernare a PDM (sfârșitul deceniului al doilea). Unul dintre motivele invocate a fost poziția anti-Rusia a liderului acestei formațiuni politice, Vlad Plahotniuc, tot el proprietarul-beneficiar al *Prime*. După căderea guvernului PDM au fost făcute demersuri privind intenția de a prelua de la *Prime* retransmiterea programului de televiziune din Federația Rusă *Первый канал*. În șirul acestor demersuri s-a înscris aprobarea pe 21 octombrie 2019 de către Consiliul Audiovizualului a cererii companiei *Telesistem TV SRL*, fondatoarea televiziunii *Accent TV*, de a i se acorda licența de retransmitere a *Первый канал* și drept consecință, de a i se schimba denumirea în *Primul în Moldova*. Iată cum comenta acest fapt *Jurnal TV*: „Postul de televiziune *Accent TV*, afiliat socialiștilor, își modifică denumirea în *Primul în Moldova* și va retransmite pe teritoriul Republicii Moldova principalul post rusesc de televiziune *Pervyi Kanal*. Mai mult, *Accent TV* își schimbă și sigla pe una practic identică celei a *Первый канал*”.

Pe 20 septembrie 2019, portalul *agora.md* a difuzat știrea „Parlamentarii, cu ochii pe holdingul de presă al lui Plahotniuc” din care cităm: „Parlamentarii se pare că sunt cu ochii pe holdingul de presă al fostului lider al Partidului Democrat Vlad Plahotniuc. Deputatul Blocului ACUM, tot el și președintele comisiei de anchetă pe subiectul devalizării sistemului bancar, spune că a primit un raport de la Banca Națională a Moldovei în care se conțin mai multe informații despre sursele de finanțare ale posturilor de televiziune *Prime TV* și *Publika TV*”.

La sfârșit de octombrie 2019, *Prime* a renunțat la difuzarea pe frecvența națională în sistem analog (rețeaua nr. 3 națională). La scurt timp, pe 4 noiembrie, Consiliul Audiovizualului a aprobat demersul respectiv, autorizând excluderea canalelor TV difuzate prin Rețeaua de Stat nr. 3 în baza Contractului nr. 17 din 01.07.2017 încheiat cu Î.S. „Radiocomunicații”: 31 – Cahul, 28 – Căușeni, 2 – Cimișlia, 31 – Edineț, 27 – Trifești (Rezina), opt – Sângerei, 30 – Strășeni, 29 – Ungheni, 10 – Cornești (Ungheni), 28 – Soroca, 39 – Leova, șapte – Colibabovca (Leova), opt – Bender, 34 – Cantemir, 41 – Tartaul (Cantemir), 24 – Criuleni, 40 – Holercani (Dubăsari), 10 – Comrat (UTAG), 12 – Ceadâr-Lunga (UTAG), 41 – Tomai (UTAG) și includerea în genul de activitate a *GMG* difuzarea serviciului de programe prin rețelele distribuitorilor de servicii din țară. Odată cu acest pas, lui *Prime* i s-a schimbat statutul: din canal național acesta a devenit regional.

Abandonarea rețelei nr. 3 naționale (analog) de către *Prime* poate fi interpretată diferit. Pe de o parte, decizia respectivă poate fi considerată firească în condițiile în care din 1 martie 2020 televiziunile locale au început să utilizeze exclusiv tehnologiile digitale de difuzare prin eter. Demersul poate fi catalogat și ca expresie a efectului presiunilor din partea noii guvernări asupra *GMG* și drept o intenție camuflată de a transmite ulterior rețeaua în folosința postului de televiziune *Primul în Moldova*. Oricum, la început de noiembrie 2019 s-a creat o situație fără precedent: două servicii audiovizuale din Moldova au retransmis simultan același post rusesc, *Первый канал*. Enigma dată se poate decodifica în timpul cel mai apropiat. Unii observatori locali, comentând transformările din cadrul *GMG*, le-au interpretat ca „migrarea puterii mediatică de la Plahotniuc la Dodon cu acordul și implicarea directă a CA” [39]. Pe 8 noiembrie 2019, Consiliul Audiovizualului a anunțat concurs pentru două frecvențe naționale cedate anterior de posturile *Canal 2* și *Prime TV*. Ansamblul demersurilor invocate, indiferent de motive, se pare că prefigurează declinul (destrămarea?) dominației *General Media Grup* pe piața audiovizuală autohtonă.

*Telestar Media SRL* a constituit o structură desprinsă formal de la *GMG* în condițiile intrării în vigoare la mijlocul lunii aprilie 2017 a prevederilor legale antimonopol în sectorul audiovizualului. Noua entitate și-a păstrat comuniunea instituțională, financiară și editorială cu corporația-mamă. În această ordine de idei, Centrul de Investigații Jurnalistice într-o relatare din 12 mai 2017 de pe portalul *anticorupție.md* preciza: „*Canal 2* și *Canal 3* au trecut din proprietatea *General Media Group Corp.* în posesia companiei *Telestar Media*, companie fondată acum două săptămâni de jurnalistul Oleg Cristal, în prezent consilier de imagine al omului de afaceri (*Vlad Plahotniuc – c.m.*). (...) Oleg Cristal, fostul editor general al *Publika TV*, este și administrator, dar și fondator al firmei. Capitalul social subscris al companiei este de 100.000 de lei. Sediul *Telestar Media SRL* este acolo unde se află întregul holding media gestionat de Vlad Plahotniuc, strada Ghiocilor 1 de pe teritoriul Moldexpo”. Afinitățile respective ale acestor companii au fost tratate drept conservare de facto a gradului anterior de concentrare media.

Apariția *Telestar Media SRL* a fost anunțată în 2017. Structura respectivă a moștenit două servicii de televiziune, dintre care unul național (*Canal 2*) și altul regional (*Canal 3*).

În 2019, *Telestar Media SRL*, ca și *General Media Group*, a intrat în faza de declin (odată cu debarcarea PDM de la guvernare). La sfârșitul lunii octombrie, *Canal 2* a anunțat opinia publică că a luat decizia să renunțe la frecvența națională. Într-un comunicat de presă, compania *General Media Group* a acuzat presiuni în adresa televiziunilor sale: „Din informațiile de care dispunem se va încerca inclusiv preluarea abuzivă a frecvenței naționale de la *Canal 2* în favoa-

rea unui alt post de televiziune care promovează interese străine țării noastre”. Din acest motiv, *Telestar Media SRL* a îndemnat *TVR*, posesorul de altă dată al acestei frecvențe, s-o recupereze (ani înainte, frecvența dată, amintim, i-a fost luată în mod abuziv) (<http://m.tvrmoldova.md/actualitate/doc-pozitia-societatii-romane-de-televiziune-privind-recuperarea-frecventei-nationale-de-emisie-in-republica-moldova/> Accesat: 23.10.2019).

Consiliul Audiovizualului, urmare a demersului *Telestar Media SRL*, a reperfectat licența de emisie eliberată pentru postul de televiziune *Canal 2* și a modificat Anexa nr. 1 la Decizia CA nr. 37/119 din 20 august 2019 *Cu privire la clasificarea furnizorilor de servicii media aflați în jurisdicția Republicii Moldova*. În baza ei, *Canal 2* a fost retrogradat din categoria posturilor naționale în cea a serviciilor regionale de televiziune. Astfel, *Telestar Media SRL* a intrat în etapa evoluției sale descendente.

Compania *AnaliticMedia Grup (AMG)* timp îndelungat a fost cel mai longeviv jucător pe piața media națională. Fondată în 1998, aceasta a fost totodată și cea mai veche entitate de profil din Republica Moldova. Proprietar – Chiril Lucinschi, fost liberal-democrat. Inițial, compania a avut în gestiune un singur canal de televiziune. Structura neramificată însă nu i-a afectat statutul de lider pe piața media națională. Vorba e că *AMG* în 1999 a semnat un contract exclusiv privind retransmiterea televiziunii publice din Rusia (*ORT*) pe rețeaua națională nr. 3. La începutul anilor 2000, *AMG* a început editarea ziarului *Vremea*, încercând să intre și pe piața presei scrise. Experiența însă nu a avut continuitate, publicația fiind închisă în anul următor. De atunci încolo, *AMG* s-a axat în exclusivitate pe audiovizual.

În septembrie 2002, *AMG* lansează *Первый канал в Молдове (Primul canal în Moldova)* ca urmare a modificării denumirii postului retransmis (din *ORT* în *Первый канал*). În scurt timp, acesta a adunat peste o jumătate din audiența locală. În octombrie 2005, *CCA* a retras licența *AMG* pentru retransmiterea postului rusesc, aceasta fiind atribuită *SRL „Media Satelit”* din Chișinău. Decizia respectivă, nr. 75 din 18 octombrie 2005, a fost publicată a doua zi într-o ediție specială a *Monitorului Oficial* (fără număr), s-a precizat în raportul *CJI* pentru anul 2005, fapt ce a fost apreciat drept suspect. Comentând același eveniment, *Ziarul de Gardă*, într-un articol din 20 octombrie 2005, l-a tratat drept o consecință a „războiului clanurilor”. *SRL „Media Satelit”* a retransmis postul rusesc, deja sub denumirea *Prime*, până în 2010 când i-a expirat contractul exclusiv. De atunci, acesta a intrat în orbita de interese a *GMG*.

În martie 2006, *AMG* a inaugurat propriul canal de televiziune – *TV7*, difuzat pe frecvența 43 dcm acordată, în opinia observatorilor locali, ca o recompensă pentru retragerea licenței de retransmitere a *Первый канал*. *TV7* și-a integrat programele în grilele *NTV* și *NTV Mir* din Rusia, aflate în subordinea companiei

*Gazprom-Media*. Noul post de televiziune al *AMG*, în estimarea *Monitor Media* din 26 ianuarie 2009, a fost una dintre puținele instituții media electronice din Moldova care a criticat guvernarea comunistă.

În 2011, *AMG* și-a completat portofoliul cu noi resurse audiovizuale. Atunci, prin intermediul *Bravo SRL*, a fost lansat un nou canal de televiziune – *TNT Bravo*. Între anii 2014-2016, cifra de afaceri, potrivit datelor cuprinse în studiul *Capturarea mass-media și a altor mijloace de comunicare publică în Republica Moldova (2017)*, a constituit anual în jurul la 20 de milioane de lei sau ceva mai mult de șapte la sută din totalul afacerilor efectuate de radiodifuzorii aflați în jurisdicția Republicii Moldova.

La începutul anului 2017, Lucinschi, odată cu șubrezierea statutului său politic (depunerea mandatului de deputat și părăsirea PLDM), a decis inițierea procesului de reorganizare a *TV7* în noul post, *TV8*, și cesionarea licenței din proprietatea *AnaliticMedia Grup* către Asociația Obștească *Media Alternativa*. Pe data de 13 martie 2017, asociația respectivă a fost înregistrată, nota [www.agora.md](http://www.agora.md), iar pe 13 iunie, Consiliul Coordonator al Audiovizualului a schimbat denumirea postului *TV7* în *TV8*, aprobând și noua grilă de programe. Cesiunea solicitată a fost aprobată după amânări repetate pe 14 decembrie 2017.

Noul post creat, *TV8*, a rămas în gestiunea *AnaliticMedia Grup*, compania schimbându-și doar proprietarii. Conform declarației de proprietate din 7 iunie 2017, noii acționari la *AnaliticMedia-Grup* au fost anunțați copiii lui Chiril Lucinschi, Alexandra cu 49 la sută și Petru cu 51% din pachetul de acțiuni. În același an a fost suspendată emisia *TNT Bravo* odată cu desfacerea contractului pentru retransmiterea canalului rusesc *THT* de la *Bravo SRL* la *Exclusiv TNT*. Astfel, *AMG* în vechiul format a încetat să existe. Noul *AMG* prin *TV8* are o prezență remarcabilă pe piața audiovizuală autohtonă. Actualmente, această companie poate fi eliminată din lista trusturilor de presă, în virtutea faptului că se pare că dispune de o singură platformă media.

Pe piața media din Republica Moldova, în ultimul deceniu au apărut și o serie de alte companii cu o anume pondere informațională, economică și financiară care au fost implicate direct în procesul de concentrare, în special a resurselor audiovizuale și ale celor online. Între acestea s-au numărat compania *Real Radio SRL* (2009) ce deține, conform declarației de proprietate din 2017, serviciile de televiziune *STS Mega* și *Familia-Домашний*; societatea comercială *Media Resurse*, fondată în 2014 de Rita Țvik, fosta proprietară *Klassika Media SRL*, cu *Televiziunea Centrală* (din decembrie 2020 – *TV6* difuzată în Multiplexul național A), și *Orhei TV* ce au substituit *EuroTV* și *AltTV*, apropiate, potrivit investigațiilor RISE Moldova, de partidul politic Șor; grupul de presă online *Realitatea* (2014) ce a încorporat mai multe site-uri ([www.realitatea.md](http://www.realitatea.md); [www.kankan.md](http://www.kankan.md); [www.bani.md](http://www.bani.md); [www.stireata.md](http://www.stireata.md); [www.topmedia.md](http://www.topmedia.md)). În 2020, aceasta a inițiat *RLIVE*

TV, un post de televiziune axat pe transmisiuni în direct ale evenimentelor de interes public (proprietar – Dumitru Țâra).

În raioanele de est ale Republicii Moldova, cel mai mare monopolist, inclusiv în câmpul mediatic, a devenit *holdingul Sheriff*. Acționarii acestui grup, Victor Gușan și Ilia Kazmalî, sunt și fondatorii postului de televiziune TSV din Tiraspol. Postul a fost înregistrat în 2006 sub denumirea „Redacția mass-media, Телевидение свободного выбора/Televiziunea opțiunii libere). [269]

### 3.4. Monopolizarea pieței publicitare

Procesul de concentrare a mijloacelor de informare autohtone s-a desfășurat în tandem cu monopolizarea pieței publicitare. Acest fapt a fortificat potențialul economic și financiar al companiilor media prin direcționarea intențională a fluxurilor de publicitate spre mediile controlate sau angrenate în structurile media descrise în compartimentul precedent. Altfel spus, concentrarea media și monopolizarea pieței publicitare au fost procese de natură congruentă, ele asigurând transformarea unor segmente media în afaceri profitabile atât din punct de vedere economic/financiar, cât și din cel politic și informațional. Mediile aflate în afara acestui arc au fost nevoite fie să cedeze presiunilor și să devină beneficiari ai fluxului monopolizat de reclamă economică, dar și politică, fie să funcționeze în condiții de concurență neloială, având în față riscul de a fi marginalizate sau de a dispărea de pe piața media.

Investigațiile efectuate de o serie de cercetători, dar și analizele Asociației Agențiilor de Publicitate din Republica Moldova, precum și ale Centrului de Jurnalism Independent au operat cu date diferite privind volumul pieței publicitare autohtone, în special pe dimensiunea media. Cel mai frecvent, vânzările au fost estimate între 23 (2016) [121] și 27 de milioane de euro (2018) [54]. Raportată la PIB-ul țării, piața de publicitate din Republica Moldova, potrivit studiului *Evaluarea cadrului juridic de reglementare a domeniului publicității și recomandări pentru optimizarea* (CJI, 2016), a reprezentat 0,3%.

Peste 50 la sută (unele surse indică și 60%) din fluxurile de reclame sunt direcționate spre serviciile de televiziune, acestea constituind platforma media cea mai atractivă pentru furnizorii de publicitate. Televiziunea este urmată descendent de internet, radio și presa scrisă. Potrivit unor date, dacă posturile de televiziune în 2016 au atras 55% din totalul reclamelor (259,2 milioane de lei sau 12 milioane de euro), atunci radiodifuziunea – doar circa 12 milioane de lei sau 0,56 milioane de euro (față de un milion de euro în 2010). [121]

Cel mai mare volum de material publicitar comercial a fost vândut prin intermediul agențiilor specializate. Potrivit site-ului *total.md*, în Republica Moldova funcționează 343 de agenții de publicitate care acoperă întregul spectru



de platforme: de la cele tradiționale printate până la cele online. În ultimul deceniu, doar câteva dintre acestea și-au adjudecat poziții-cheie pe piața vânzărilor de publicitate către instituțiile media audiovizuale. Între acestea s-au numărat în ani diferiți *Casa Media*, *Alkasar Media Services*, substituită în ultima vreme de *Exclusive Sales House* la care se asociază din 2018 *Nova TV* și *ProDigital*.

*Casa Media* fondată în 2007, chiar dacă în ultima vreme a fost afectată de un anume declin al vânzărilor, a reprezentat timp de peste un deceniu cel mai puternic și influent agent pe piața publicitară audiovizuală autohtonă. Potrivit studiului realizat de grupul de agenții de publicitate *Vivaki Moldova*, parte a holdingului francez transnațional comunicațional, *Casa Media* între anii 2011-2015 a dispus de o cotă comercială între 50,2 și 62,3%. Ea a vândut publicitate pentru cel mai extins număr de servicii de televiziune: *Prime*, *Canal 2*, *Canal 3*, *Publika TV*, dar și pentru *CTC Moldova*, *Домашній-Familia*, *Ren Moldova* și *N4*. Din acest considerent, timp îndelungat, multe dintre ele au fost în aria de influență a Companiei *General Media Group*. De aici rezultă îngemănarea concentrării media și a monopolizării pieței publicitare. Acest exemplu nu este unic pentru Republica Moldova.

În prima jumătate a ultimului deceniu, un jucător activ pe piața publicitară autohtonă a fost casa de vânzări *Alkasar Media Services* (2008) (proprietar Chiril Lucinschi, fondatorul companiei *Analitic Media Grup*). Din 2011, aceasta devine întreprindere mixtă cu capital străin – *Societatea Berloman Limited* cu 50%. Între anii 2011-2015, *Alkasar*, potrivit *Vivaki Moldova*, a dispus între 11 și 20 la sută din vânzările de publicitate. Principalii ei beneficiari au fost *TV7*, *Accent-TV*, *HTB-Mолдова* și *THT-Bravo*. Din anul 2017, afacerile acestei case de vânzări au intrat în declin pe motiv că posturile *Accent-TV*, *HTB-Mолдова* au trecut la alt furnizor de publicitate, precum și din cauza desfacerii contractului pentru retransmiterea canalului rusesc *THT* de la *Bravo SRL* la *Exclusiv TNT*. Dacă în 2015, potrivit [www.infodebit.md](http://www.infodebit.md), cifra de afaceri a *Alkasar* a depășit 63260 de mii de lei, atunci în 2016 – 39803 mii, în 2017 – 180 de mii iar în 2018 – 10 mii. Declinul dat a și generat dispariția casei respective de vânzări de publicitate.

Golul creat după suspendarea *Alkasar Media Services* a fost suplinit de o nouă casă de vânzări – *Exclusive Sales House* fondată în 2017 de *P.P. Exclusiv Media SRL*. Beneficiarii ei au devenit serviciile de televiziune ce au fost în proprietatea fondatorului sau afiliate PSRM: *Exclusive TV*, *NTV-Moldova*, *Accent-TV*. Mai nou, *Exclusive Sales House* asigură gestionarea fluxului de reclamă comercială către noul post de televiziune, *Primul în Moldova*. Potrivit site-ului [www.infodebit.md](http://www.infodebit.md), noua casa de vânzări la doi ani după lansare și-a sporit mai bine de 10 ori cifra de afaceri: de la 3840 de mii de lei în 2017, la 39548 de mii de lei în 2018. Acest salt a fost determinat, se pare, în particular de faptul că în anul



2017, *Exclusive Sales House* a devenit coproprietarul unei altei case de vânzări – *Nova TV Grup*.

În prima jumătate a ultimului deceniu, casa de vânzări *Nova TV Grup* se număra printre liderii de pe piața publicitară din Moldova. Potrivit Vivaki Moldova, aceasta entitate între anii 2011-2015 a avut o cotă comercială de circa 12 la sută, fiind a treia ca pondere casă de vânzări după *Casa Media* și *Alkasar*. În răstimpul respectiv, *Nova TV Grup* a asigurat cu publicitate *RTR-Moldova*, canalul de pe poziția a doua din topul popularității serviciilor de televiziune din Republica Moldova. *RTR-Moldova* retransmite postul rusesc *Россия 1 (Rossia 1)*. Odată cu schimbarea statutului de proprietate, *Nova TV Grup*, după cum scria pe 5 aprilie 2019 *Jurnal de Chișinău*, a început să vândă publicitate și pentru alte televiziuni – *Accent TV*, *NTV Moldova* și *TNT Exclusiv*.

Pe piața publicitară autohtonă mai activează casa de vânzări *Media Pro* cu o cotă comercială în jur de cinci la sută ce a gestionat publicitate plasată la *ProTV Chișinău* și *Acasă TV*. Celelalte servicii de televiziuni au vândut publicitatea pe cont propriu.

În context, e de notat că monopolizarea pieței publicitare a cuprins nu doar audiovizualul, ci și platformele online. Potrivit unor cercetări, în anul 2015, mediul online autohton a fost dominat (cota de piață circa 62 la sută) de *Sales Media Contact* (2008) – reprezentantul mass-media regional al *Mail.ru Group* în Moldova care a oferit servicii de amplasare a publicității pe *Mail.ru*, *Odnoklassniki*, *My World*, *VK*, *Noi.md*, *Unimedia*. Această companie a fost urmată de *Number* cu o cotă de piață de circa 36% (compania a cuprins un set de site-uri populare în Moldova, inclusiv *999.md*). Servicii publicitare online în anul de referință au mai oferit *Alkasar* (cota de piață circa 14%), *ProDigital* (cu circa 17%). [121]

Monopolizarea pieței publicitare, rezumând datele prezentate, și-a găsit expresie în câteva dimensiuni. Prima rezidă în numărul restrâns de jucători pe această piață. Azi, practic, vorbim de două entități de profil: *Casa Media* și *Exclusive Sales House*. Potrivit [www.mold-street.md](http://www.mold-street.md), în prezent, acestea controlează 75 la sută din piața publicitară TV din Moldova. Departajarea veniturilor s-a efectuat după coraportul 80:20.

Cea de-a doua dimensiune consistă în departajarea disproporționată a veniturilor din publicitatea comercială. Astfel, potrivit unor estimări [121], cinci canale de televiziune (*Prime TV*, *RTR*, *TV7*, *TV Moldova 1* și *TV Canal 2*), cu o audiență cumulativă de 44%, până în 2018 au absorbit 58 la sută din totalul publicității televizuale. Alte 11 televiziuni, cu o audiență agregată de 22%, au valorificat 42% din piața de publicitate. Asta, potrivit aceleiași surse, a însemnat că cele cinci televiziuni au înșușit 12,93 milioane de euro, iar restul de 9,37 milioane de euro au revenit celorlalte 11 televiziuni. Repartizarea disproporționată a veniturilor din publicitate a condus, în bună parte, la reducerea considerabilă

a numărului de radiodifuzori (în 2018, în țară au activat 183 de radiodifuzori, în descreștere față de anul 2010, cu 78 de radiodifuzori sau cu peste 30 la sută). *Casa Media*, din 2015 încoace, a direcționat către televiziunile *General Media Group SRL*, potrivit datelor publicate pe 23 septembrie 2019 de deputatul Chiril Moțpan pe pagina sa de Facebook, 40918500 de lei pentru timpul de emisie, iar din 2017 către *Telestar Media SRL* – 45549116 lei.

Televiziunile beneficiare de publicitatea comercială concentrate în anumite entități media, datorită capacității crescânde de a livra produse televizuale competitive au dispus de o audiență ascendentă. Acest fapt a sporit atractivitatea pentru furnizorii de alt soi de publicitate, cum ar fi cea politică. Aici revenim la datele prezentate de Chiril Moțpan care arăta că Partidul Democrat din 2015 încoace a achitat televiziunilor *General Media Group SRL* 14108139 de lei pentru serviciile de publicitate iar unul dintre candidații la funcția de președinte al Republicii Moldova (fondul electoral) a transferat 14 900 591 lei. În aceeași ordine de idei amintim că pe 8 octombrie 2016, site-ul [www.anticoruptie.md](http://www.anticoruptie.md) titra: *Electorală de milioane. Cât plătesc candidații pentru publicitatea TV. Prețul ajunge la 77.000 de lei pentru un minut*, de unde cităm: „Potrivit declarațiilor depuse la Comisia Electorală Centrală, un minut de publicitate la postul de televiziune *Jurnal TV* costa 3500 de euro, echivalentul a circa 77000 de lei. Publicitatea electorală de la *Prime TV* costă 3000 de euro, iar la posturile *Canal 3* și *Publika TV* – câte 2000 de euro. Pentru a plasa publicitate la postul *Canal 2*, concurenții electorali vor scoate din buzunare câte 1500 de euro pentru minut, iar publicitatea la posturile de televiziune *CTC Moldova* și *CTC Mega* costă câte 1000 de euro per minut”. Alte servicii de televiziune, potrivit sursei citate, au anunțat atunci prețuri sub 1000 de euro (*RTR TV* – 600 de euro; *ProTV Chișinău* – 600 de euro; *TV7* – 520 de euro; *Moldova 1* – 500 de euro, *Realitatea TV* – 100-200 de euro).

*Rise Moldova*, analizând fluxurile de publicitate din primele două săptămâni de campanie prezidențială (2016), a constatat astfel că cei 12 candidați la funcția de președinte au alocat publicității electorale tv peste 16 milioane de lei sau peste 60 la sută din toate resursele cheltuite în campania electorală. 10,7 de milioane sau circa 40% au fost direcționate spre *GMG* pentru reclama politică difuzată de *Prime TV*, *Publika TV*, *Canal 2* și *Canal 3*, alte două milioane au fost virate pe conturile *Exclusiv Media SRL (HTB Moldova)* și *Telesistem TV SRL (Accent TV)* iar 1,7 milioane – pe cele ale *PTP Moldova*, 50% din acțiunile căreia aparțin companiilor rusești.

Nivelul înalt de concentrare și monopolizare a mediilor de informare și a fluxurilor de publicitate, urmate de congruența factorilor economici și ai celor politici pe aceste segmente sociale, au provocat reacții negative atât din interiorul țării, cât și din exteriorul ei. Astfel, la începutul anului 2018, pentru prima dată în istoria contemporană patru servicii de televiziune (*ProTV Chișinău*, *RTR-*

*Moldova, Jurnal TV și TV8*) au înaintat un demers către Consiliul Concurenței în care au acuzat casele de vânzări de publicitate – *Casa Media* și *Exclusive Sales House* – că ar fi încheiat o înțelegere de cartel prin care creează un abuz de poziție dominantă pe piață. Esența acestui acord a fost exprimată de Eugen Serghiev, directorul casei de vânzări *NovaTV*. Acesta, potrivit [www.jurnal.md](http://www.jurnal.md) din 18 ianuarie 2018, afirma: „Dacă agenții economici acceptă aceste condiții (să nu plaseze publicitate la alte televiziuni decât cele din grup), aceștia pot beneficia de reduceri care ajung chiar și la 85%”. *Ziarul de Gardă* în numărul din 24 februarie 2018 a tratat aceste înțelegeri drept unele „politice” pe piața publicitară televizuală.

Demersul invocat însă a rămas fără nicio reacție. La împlinirea unui an și jumătate de la depunerea lui, șase asociații obștești de media au constatat nedorința Consiliului Concurenței de a investiga efectiv situația de piața publicitară. Subiectul dat a intrat și în vizorul Departamentului de Stat al SUA care în *Raportul despre situația din mass-media autohtonă: control politic, concurență neloială și intimidare a jurnaliștilor* (2019) citat deja, între altele, a calificat ca relevantă nesoluționarea cererii unui grup de radiodifuzori către Consiliul Concurenței de a investiga o posibilă înțelegere de cartel dintre două mari case de publicitate – *Casa Media* și *Exclusiv Media*. [232]

Monopolizarea media, secundată de concentrarea pieței publicitare, a marcat negativ gradul și calitatea informării cetățenilor, mentalitatea și comportamentul lor social. Diversele cercetări din ultimii ani au constatat informarea tendențioasă a publicului consumator și, în consecință, cultivarea în rândul lui a atitudinilor inadecvate și a conduitelor distorsionate pe subiectele-cheie ale evoluțiilor social-politice, economice și culturale. Concludent în acest sens este studiul la care, cu altă ocazie, ne-am referit deja: *Capturarea mass-media și a altor mijloace de comunicare publică în Republica Moldova* (2017), realizat de Asociația Presei Independente la solicitarea *Transparency International-Moldova*. Lucrarea de referință conține date alarmante ce ilustrează cum mass-media, înregimentată în diverse companii controlate economic și politic, sunt utilizate ca instrument de pregătire a opiniei publice pentru acceptarea acțiunilor contestabile ale guvernării; cum televiziunile și portalurile informative sunt transformate în instrumente de linșaj mediatic al oponentilor sau în instrument de propagandă internă; cum mediile de informare sustrag atenția publicului de la problemele stringente, prestabilind o agendă confortabilă pentru guvernare; cum acestea, uzitând de falsuri mediatice sau de accente deplasate, canalizează discreționar simpatiile sau antipatiile sociale și politice în campaniile electorale și perioadele interelectorale etc.

*Memoriul privind libertatea presei în Republica Moldova* (3 mai 2018-3 mai 2019), semnat de nouă asociații obștești de profil, a calificat concentrarea

de facto a proprietății mass-media, alături de controlul politic asupra anumitor instituții media și lipsa pluralismului, drept factor ce a generat divizarea breslei jurnalistice și a cauzat degradarea continuă a libertății presei, aceasta „atingând cote alarmante”. Situația respectivă practic a rămas neschimbată și în anii următori.

Într-o concluzie generalizată vom releva, pe de o parte, nocivitatea concentrării și monopolizării media și a pieței publicitare pentru diversitatea instituțională și editorială a mijloacelor de informare iar pe de alta – oportunitatea promovării acțiunilor legislative, economice, politice, precum și de altă natură de restrângere a fenomenului de agregare, directă sau indirectă, fățișă sau camuflată, a diferitelor segmente mediatice în entități monolitice ce reduc independența editorială și libertatea lor de a promova interesele informaționale ale cetățenilor fără imixtiunea factorilor politici și de business.

## **Capitolul IV. MASS-MEDIA vs. SPAȚIUL PUBLIC**

În perioada sovietică, mass-media autohtone au fost înregimentate în arcul puterii sau în societatea politică. Acest statut, raportat la vocația și funcțiile lor sociale imanente, a fost unul nefiresc. Locul lor – o demonstrează istoria mediilor de informare din țările democratice – este în spațiul public sau, într-un sens mai larg, în societatea civilă ca expresie socială a voinței și acțiunii cetățeanului.

Mass-media, esențialmente, alimentează și articulează libertățile și drepturile ființei umane. Tocmai în virtutea acestei vocații, ele pot să devină puterea a patra în stat, adică să constituie instrumentul/platforma prin care cetățeanul, informându-se, își dobândește libertatea și independența cugetului și a acțiunii sociale și exercită, pe post de sursă de emanare a suveranității poporului, controlul asupra puterilor legislativă, executivă și judiciară în stat.

### **A. Prezențe ale societății civile în spațiul mediatic din anii `90**

În primul deceniu de independență a Republicii Moldova, presa scrisă și cea electronică autohtone au continuat, ca și până la căderea regimului totalitarist, să rămână circumscrise, în teme, puterii. În felul acesta, mass-media au dezvoltat preponderent o activitate cu efect coercitiv asupra cetățeanului. Tentativele lor de a „vedea” lumea cu ochii acestuia, de a pune pe agenda zilei chestiunile ce-l preocupă, de a-i consulta opiniile și de a-i furniza informația adecvată pentru ca acesta să fie în stare să conștientizeze locul și contribuțiile în creația socială, au fost fie irelevante, fie penalizate de putere. Estimările în cauză le-am argumentat în articolul *Mass-media și organizațiile neguvernamentale* (1999) [173]. În el am examinat relațiile dintre mass-media și organizațiile neguvernamentale (ONG) în anii `90. Unele concluzii trase la acea vreme mi se par pertinente și pentru zilele de azi. Din acest considerent reproducem spicuri din articolul de referință.

„Sectorul asociativ, cum uneori sunt calificate organizațiile neguvernamentale, reprezintă un element însemnat al societății civile. Sociologul american, Peter L. Berger, le mai denușește structuri „infrapolitice”: „Există o mare varietate de instituții (...) prin intermediul cărora oamenii participă în viața socială și care contribuie la decderea modului lor de existență” [23 :88]. Profesorul Jorge Alvarez Yagüez de la Universitatea *Complutense* din Madrid a talmăcit acest nou concept de infrapolitică drept „politică a neputerii, o politică împotriva politicii, o politică a non-politicii” [282]. ONG-urile, ca exponenți ai infrapoliticii, certifică în special instituționalizarea spațiului public ca liant între cetățean și putere. Ele, cumulând inițiativa civică socială, pun în valoare potențialul cetățenilor în deliberea afacerilor publice, promovează caracterul participativ al democrației.

„Apariția organizațiilor neguvernamentale în Moldova a fost consemnată în anul 1992, când au fost înregistrate 75 de instituții de acest fel, consemnam în

articolul citat. În perioada următoare s-a produs creșterea lor numerică. În acest sens, în cadrul celui de-al doilea Forum al organizațiilor neguvernamentale din Republica Moldova (4-6 noiembrie 1999) au fost prezentate următoarele date statistice. Dacă în anul 1997 în Moldova au fost înregistrate 765 de ONG-uri, atunci în 1999 numărul lor a crescut până la 1400. În același interval de timp s-au produs anumite schimbări și la capitolul localizării ONG-urilor. În anul 1997, majoritatea lor covârșitoare (95,3%) își aveau sediul la Chișinău. Peste doi ani, cota ONG-urilor din alte localități a crescut până la 21 la sută.

În pofida ascensiunii semnalate care, la prima vedere, poate să impresioneze, densitatea ONG rămâne încă ne semnificativă. La același forum au fost citate în această ordine de idei alte câteva date statistice. Actualmente (1999 – c.m.), în Moldova la o mie de locuitori revin 0,31 de ONG-uri, în timp ce în Franța același indice constituie 11,95, în Belgia – 7,84, în Slovacia – 3,14, Polonia și România – 0,62. Densitatea organizațiilor neguvernamentale de la noi scade și mai mult, dacă luăm în calcul statutul și impactul lor social. Argumentăm această aserțiune prin rezultatele sondajului sociologic efectuat în anul 1996 de Fundațiile *Viitorul* și *IFES-Moldova* cu concursul Centrului de studiere a opiniei publice al Fundației *Moldova Modernă* vizând modul de percepere de către populație a administrației publice locale. El a pus în evidență, în parte, gradul scăzut de informare a cetățenilor asupra competențelor, preocupărilor și a deciziilor organizațiilor neguvernamentale și, în consecință, angrenarea neînsemnată a oamenilor în gestionarea treburilor publice. Participanții la sondaj (eșantionul incluzând 1000 de respondenți de rând și 73 de experți a fost reprezentativ pentru întreaga Moldova, cu excepția raioanelor ei de est) au dat dovadă de o informare insuficientă asupra democrației participative despre care au auzit 38,4% de experți și 19,8% dintre ceilalți respondenți. Majoritatea absolută a populației (95 la sută dintre respondenții de rând, mai mult de 80 la sută de experți), arată sondajul, nu este deloc informată despre participarea cetățenilor din localitate la rezolvarea problemelor de interes public prin referendum local, adunările populare sau prin depunerea unor petiții (Vezi: *Administrația publică în opinia populației: Biblioteca Fundației VIITORUL. Chișinău: Cartier, 1997. pp. 6-7, 21, 23*).

Doi ani mai târziu, Centrul Național de Asistență și Informare a Organizațiilor Neguvernamentale din Moldova „Contact” constata, că multe dintre ONG-uri sunt doar declarate, active fiind între 10 și 15% (vezi articolul introductiv la *Catalogul Organizațiilor Neguvernamentale din Republica Moldova.- Chișinău: Arc, 1999.- p. 9*) iar cercetătorul Iurie Josanu releva că o parte dintre organizațiile neguvernamentale autohtone sunt create în jurul unor persoane sau sunt aservite acestora cu scopul de a „obține dividende politice, suport financiar, autoritate” (vezi: *Moldova, România, Ucraina: bună vecinătate și colaborare: Materiale ale Simpozionului Științific Internațional. Chișinău: Perspectiva, 1999.- p. 131*).

Estimările citate sugerează că organizațiile neguvernamentale de la noi suferă de insuficiență de transparență a activității lor. Mai mult. Am putea afirma că o bună parte dintre ele constituie sisteme sociale închise, din care cauză afluența cetățenilor în preocupările lor curente și de perspectivă e neînsemnată sau chiar nulă. Explicația o găsim, în particular, în subestimarea sau ignorarea definitivă a factorului mediatic. Experiența societăților civile occidentale însă ne demonstrează că presa scrisă și cea electronică conțin un puternic potențial asociativ, de mediatizare și de extindere a spațiului public. În context, ONG-urile autohtone ar putea în intenția de a valorifica acest potențial să acționeze cel puțin în două direcții: 1. Editarea propriilor tipărituri. 2. Generarea fluxului de informație către mass-media pentru a sensibiliza sectoarele sociale care necesită solidaritatea și asocierea civică”, arătam în articolul de referință și în continuare scriam:

„ONG-urile autohtone dispun deocamdată de o experiență irelevantă în domeniul editorial. Una dintre primele tentative în acest sens a făcut-o Fundația de Tineret Secolul 21 care în primăvara anului 1998 a editat buletinul informativ *Agenda*. Mai târziu, inițiative similare au manifestat și alte organizații. În context, evidențiem *Alternativa XXI* (Societatea Independentă pentru Educație și Drepturile Omului), *Democrația* (Organizația de femei din Moldova „Inițiativa civică”), *Fermierul Moldovei* (Federația Națională a fermierilor din Moldova), *Ideea civică* (Centrul de Pluralism din Moldova), *Refugium* (Societatea pentru refugiații din Republica Moldova), *Drepturile pacientului* (Societatea Management și Asigurări în Medicină), buletinul informativ al Centrului Național de Studii și Informare pentru problemele femeii etc. Alături de aceste ediții Chișinăuiene au fost lansate și primele tipărituri ale ONG-urilor locale. Amintim aici de buletinele Centrului pentru inițiativa privată din Ungheni, al ONG-ului „*Terra*” din Chircăiești, al Centrului Regional de Informare și Consultanță pentru Tineret din mun. Bălți, revista Clubului „*Noua Generație*” din Soroca etc.

Majoritatea inițiativelor editoriale, deși le considerăm salutare, se caracterizează prin fragilitate și accidentalitate. Apariția lor, în fond, e condiționată de resursele financiare obținute ocazional de la diferite fundații internaționale. Deci, nu putem vorbi despre permanentizarea lor în timp, despre o periodicitate stabilă, deși tipul de tipăritură valorificat – buletin informativ – o revendică. La acestea carențe mai adăugăm tirajele mici, incoerențele de conținut și design, accesul la ele, limitat sau selectiv, al consumatorilor de informație. Din aceste considerente par mai eficiente buletinele ONG-urilor locale (în special, grație zonelor restrânse de destinatari) și mai puțin profitabile sunt ale celor formațiuni care se doresc extinse la scară națională. În ultimul caz, impactul buletinelor, risc să afirm, e aproape nul. Pentru o mai mare rentabilizare a inițiativelor editoriale, s-ar impune, în opinia noastră, cooperarea structurilor neguvernamentale înru-



dite sau, eventual, valorificarea formelor editoriale mici, cum ar fi prospectul, pliantul, foaia volantă etc.

În același itinerar de preocupări editoriale ale ONG-urilor ar urma să se înscrie mediile de informare în masă. Alexis de Tocqueville, filosof și sociolog francez, referindu-se încă în primele decenii ale sec. al XIX-lea la rolul unuia dintre ele – ziarul, scria că acesta e mijlocul prin care membrii asociațiilor au posibilitatea de „a discuta zilnic fără să se vadă și pentru a cădea de acord fără să se întrunească” (*Despre democrația în America.- București:Humanitas,1995, v. 2.- p. 126*). Estimarea în cauză e valabilă și atunci când e vorba de radiodifuziune, televiziune, iar într-un viitor nu prea îndepărtat, credem, și de internet.

„Actualmente, menționam în anul 1999, mass-media autohtone însă ne oferă prea puține argumente care ar confirma valorificarea potențialului asociativ și de sensibilizare a opiniei publice asupra chestiunilor ce urmează să solidarizeze acțiunile cetățenilor. Atare situație are mai multe explicații. Prima constă în faptul că ONG-urile încă n-au devenit un generator continuu de informație către mass-media. Acceptând asemenea practică, sectorul asociativ poate conta mai mult decât dacă ar recurge la alte mijloace pe promovarea propriei identități și cultivarea unei imagini adecvate pe un segment întins al societății. Cea de-a doua o găsim în activitatea propriu-zisă a mass-media. Presa scrisă și cea electronică rămân refractare la profesarea unui mod nou de abordare a ceea ce se întâmplă în societate – cu „ochii” cetățeanului. Iată de ce, în paginile ziarelor, în emisiunile radiofonice și cele televizate activitatea ONG-urilor nu-și prea găsește loc. Observațiile noastre din ultimii ani asupra mass-media au reținut în acest sens doar programul bisăptămânal „Sectorul asociativ” de la radioul municipal *Antena C*”.

Analiza efectuată în 1999 mi-a permis să trag următoarea concluzie : „Dincolo de această realitate dorim să subliniem că mass-media pot fi nu doar tribune ale ONG-urilor. Mediile de informare în masă înseși dispun de un potențial puternic asociativ și de solidarizare socială a cetățenilor. „Un ziar, scria același Tocqueville, reprezintă (...) întotdeauna o asociație a cărei membri sunt cititorii săi obișnuiți” (op. cit., p. 127). Valorificarea acestui potențial, considerăm, e o condiție importantă de modernizare a mass-media din Moldova”.

### ***B. Spațiul public și mass-media, două decenii mai târziu***

În perioada de referință, spațiul public de la noi, tratat ca expresie a societății civile, a cunoscut o evoluție ascendentă. Astfel, potrivit datelor oferite de Centrul Resurse Juridice din Moldova (CRJM), în partea dreaptă a Nistrului acesta în anul 2020 a întrunit circa 14 mii de entități necomerciale (asociații publice, instituții private, fundații, organizații profesionale, inclusiv sindicate, structuri religioase) sau de aproape trei ori mai mult decât în 2000 [158]. În regiunea transnistreană

au fost înregistrate circa 2400 de organizații de acest gen. Moldova, se arăta în *Strategia de dezvoltare a societății civile în Republica Moldova pentru anii 2017-2020*, a dispus de aproximativ 1,9 organizații ale societății civile raportate la 1000 de locuitori. Acest indicator, deși plasează Moldova în fața Ucrainei (1,2) și Rusiei (1,6), este inferior celui din țările din Europa de Est: România (2,9), Macedonia (5,6), Ungaria (6,6), Croația (9,6).

Conform *Barometrului Opiniei Publice (BOP)* realizat în anii 2011-2020 de Institutul de Politici Publice, nivelul de încredere în societatea civilă în anul 2020 a constituit 23,1% (în 2011 și octombrie 2015 – 24%). Conform CRJM, în anul 2018, indexul general al Republicii Moldova de sustenabilitate al organizațiilor societății civile a constituit 3,8 (în 2000 – 4,6 iar în 2010 – 4,2), inclusiv cadrul juridic a fost evaluat cu 4,1 puncte, capacitatea organizațională – cu 3,6, viabilitatea financiară – cu 4,4, advocacy – cu 3,1, prestarea serviciilor – cu 4,2, infrastructura sectorială – cu 3,2. Rezultatele situează Moldova aproape de mijlocul scării de evaluare USAID, aceasta variind de la unu la șapte, în care unu indică o societate civilă avansată cu un nivel ridicat de durabilitate, iar șapte – societatea civilă fragilă, cu un nivel scăzut de dezvoltare.

Totodată e de remarcat faptul că entitățile societății civile autohtone, în bună parte, au rămas în afara vizorului public. Astfel, măsurările indexului sustenabilității de referință din ultimele două decenii au relevat, în special, vulnerabilitatea organizațiilor societății civile la capitolul imagine publică. Potrivit datelor CRJM, cea mai mare lipsă de vizibilitate a fost constatată în 2000 când indexul de imagine publică a constituit cinci puncte. În anii următori, acesta a fost puțin peste patru puncte, iar între 2012-2014 – 3,9. În anul 2018, imaginea publică a societății civile de la noi a fost cotate cu 4,0.

Carențele de imagine ale actanților societății civile au fost determinate de o serie de factori. Între aceștia s-au numărat lipsa resurselor financiare pentru dezvoltarea comunicării de imagine și menținerea propriilor platforme de dialog cu membrii și beneficiarii activității sale. În anul 2018, asociațiile obștești și cele profesionale, potrivit datelor Camerei Naționale a Cărții din Republica Moldova, au editat 14 ziare (față de 16 în 2017), inclusiv unul săptămânal, patru – bilunare, trei – lunare, restul fiind trimestriale, anuale sau cu o periodicitate variabilă. Drept exemplu poate servi săptămânalul *Vocea poporului* editat din 1990 de Confederația Națională a Sindicatelor din Republica Moldova, ziarul *Наш Голос (Vocea noastră)* al instituției private de utilitate publică Comunitatea Evreiască, *Currier de Moldavie* ce apare sub auspiciul Asociației jurnaliștilor francofoni etc.

În a doua jumătate a anilor 2000, entitățile societății civile, în intenția de a-și dezvolta propria vizibilitate, au migrat masiv în spațiul virtual de comunicare oferit de Web 2.0. Acest proces a fost încurajat de două portaluri. Primul, *ONG-*

*Moldova* (2004), a fost creat drept portal pentru sectorul non-profit în cadrul proiectului „*Promovarea libertății de exprimare și a societății civile din Moldova*”, realizat de Centrul de Informare, Instruire și Analiză Socială din Moldova („CAPTES”) în parteneriat cu Societatea Klon/Javor și LINIA Studio și cu susținerea Fundației SOROS Moldova, OSI, National Endowment for Democracy (NED) și Ambasada SUA din Moldova. În 2007 a fost lansat cel de-al doilea portal, *CIVIC.MD*, menținut din veniturile de publicitate.

Portalul *ONG-Moldova*, potrivit misiunii declarate, a fost conceput ca o metodă eficientă în sporirea nivelului de transparență, informare și cooperare din cadrul societății civile din Republica Moldova. Devenind nucleul rețelei *ONG-Moldova* ce a cuprins 400 de asociații obștești, acesta a constituit, pe de o parte, platforma de diseminare a informațiilor relevante despre entitățile locale ale societății civile și activitatea lor, iar pe de alta, le-a acordat asistență în crearea paginilor web și a unei agenții electronice de presă pentru *ONG-uri*. Portalul a oferit de asemenea o serie de alte servicii web (hosting, cont de e-mail personalizat, publicitate online, catalogul *ONG* etc.). Din anul 2016, acesta a încetat să mai fie actualizat.

*CIVIC.MD* și-a axat activitatea pe „sporirea transparenței și eficienței organizațiilor nonguvernamentale din Moldova prin oferirea unei platforme de comunicare atât între *ONG-uri*, cât și dintre *ONG-uri* și publicul larg”. Portalul *CIVIC.MD*, angajat să susțină eforturile de îmbunătățire a imaginii sectorului ne-guvernamental din Moldova, continuă să fie activ și astăzi.

Mai multe entități ne-guvernamentale, inclusiv Fundația Soros-Moldova, Centrul Contact, Institutul Politici Publice, Centrul de Resurse Juridice din Moldova etc. au promovat poziționarea sectorului asociativ în spațiul virtual. Aceeași țintă a avut-o de asemenea concursul anual *Web-Top* lansat în 2001 și care și-a propus să promoveze internetul ca spațiu optim pentru prezentare și cunoaștere, mediu propice pentru afaceri și servicii online, oportunități infinite de informare și liberă exprimare. Pe durata a zece ediții, concursul de referință a pus în valoare cele mai bune site-uri ale diferitor entități al societății civile. Centrul de Resurse Juridice din Moldova a elaborat în anul 2019 *Trusă de vizibilitate și comunicare pentru ONG-uri și Ghidul de utilizare a rețelelor sociale pentru ONG-uri (puncte de reper și recomandări practice)*.

Ansamblul factorilor menționați a fortificat prezențele sectorului asociativ național în spațiul virtual. Deși nu putem opera cu date statistice agregate privind paginile web ale actanților societății civile (din lipsa acestora), observațiile curente denotă că aproape fiecare a treia asociație obștească dispune de site instituțional. Între ele se înscriu toate organizațiile necomerciale de utilitate publică (118 la număr către anul 2020), precum și majoritatea *ONG-urilor* active (circa 30 la sută din totalul de asociații obștești) la nivel național și la scară locală.

La prima categorie se referă paginile web cu o istorie de zeci de ani, de exemplu, ale asociației de binefacere *Pro Umanitas* ([www.proumanitas.org](http://www.proumanitas.org)), ale asociației obștești „Juriștii pentru Drepturile Omului” (<https://www.lhr.md/ro/>), Centrului de Informații Universitare ([www.eac.md](http://www.eac.md)), Business Consulting Institute (BCI) (<https://www.bci.md/ro/>), Centrului Educațional *Pro Didactica* (<http://www.prodidactica.md/revista/>) etc. Divers este și spectrul paginilor web ale organizațiilor obștești locale. Un exemplu relevant în acest sens îl constituie, bunăoară, site-ul Asociației obștești *Eco-Răzeni* din raionul Ialoveni (<https://ecorazeni.wordpress.com>). Acesta a obținut trofeul „Promovarea transparenței în sectorul asociativ 2012” acordat de Centrul Național de Asistență și Informare a ONG-urilor din Moldova CONTACT.

În ultimii ani, organizațiile societății civile apelează frecvent în scopuri de autopromovare la rețelele sociale (*Facebook* și *Twitter*, în mod special), deoarece sunt mai rentabile și mai eficiente decât site-urile proprii. Potrivit unui raport al CRJM, ele creează și utilizează conturi pe rețelele de socializare chiar și pentru proiecte și programe separate pentru o promovare și vizibilitate maximă. În anul 2014, asociațiile obștești au organizat acțiunea CIVIC FEST MOLDOVA, finanțată de Fundația Est-Europeană. Evenimentul a evidențiat istorii de succes ale Organizațiilor Societății Civile (OSC), inclusiv cooperarea intersectorială eficientă și rezultativă. De asemenea, el a oferit o platformă de discuții între OSC-uri, reprezentanți ai parlamentului, guvernului și partidelor politice, experți internaționali. OSC-urile importante din Moldova au început să publice, pe site-urile lor și pe rețelele sociale, rapoarte anuale și periodice, sporind astfel transparența, vizibilitatea și credibilitatea. Paginile web și prezențele pe rețelele sociale au recuperat într-o măsură oarecare vidul în comunicare format după suprimarea presei tipărite fondată anterior de mai mulți exponenți ai societății civile. Totuși, ele, în virtutea caracterului de nișă, au dispus de un număr restrâns de utilizatori din care motiv impactul lor asupra vizibilității societății civile a fost unul redus.

Totodată e de menționat faptul că mediile de informare de răspândire largă (televiziunea și radiodifuziunea, presa scrisă generalistă), de regulă, au făcut puține referințe pertinente și sistematice la activitatea sectorului asociativ. În frecvente cazuri, mesajul mediatic a fost marcat de abordarea părtinitoare a activității sectorului asociativ sau de generalizarea unor fapte singulare, firește, regretabile, dar tratate drept trăsături definitorii ale societății civile autohtone. Astfel, informarea, pe de o parte, incompletă și sporadică, iar pe de alta, partizană sau selectivă pe acest subiect, secundată, de exemplu, în anii 2001-2009 de dedublarea după criteriul politic al asociațiilor obștești, când au fost create clone docile guvernării comuniste de atunci ale asociațiilor scriitorilor, jurnaliștilor etc., au generat o percepere confuză și distorsionată a ceea ce este și ce trebuie să însemne societatea civilă.

Lucrurile, în fond, nu s-au schimbat nici în anii următori [a se vedea 126, de exemplu]. Vizibilitatea entităților societății civile a fost afectată de incapacitatea sectorului asociativ de a interesa mass-media să reflecte activitatea lor curentă cu impact social relevant fără ca acestea să pretindă foloase financiare. Mass-media, în special televiziunea, la rândul lor, au reflectat neînsemnat și unilateral problematica societății civile, continuând în acest fel să lipsească cetățeanul de informarea completă și imparțială despre actanții spațiului public, iar puținele articole publicate în materie de societate civilă au reflectat aproape exclusiv cazurile senzaționale sau defavorizante pentru imaginea ei publică. Astfel, în anul 2013, presa locală a vorbit intens despre presupusele delapidări de fonduri europene în cadrul a trei ONG-uri. În anul 2014, mass-media a relatat despre activitatea anumitor asociații de tineret afiliate unor partide politice. Comentându-le, CRJM, în *Indexul sustenabilității organizațiilor societății civile* (iunie 2015) releva că pe această cale „s-a creat percepția că OSC-urile [organizațiile societății civile – c.m.] sunt afiliate partidelor și finanțate de politicieni” și că „OSC-urile sunt „vânători de granturi”. Tot CRJM a concluzionat că în ultimii ani, organizațiile societății civile au fost sub incidența propagandei guvernamentale. Cităm din raportul 2018 al acestei organizații: „Trollii și instituțiile media controlate de regimul actual atacă în mod regulat OSC-urile pentru susținerea opoziției. Pe parcursul anului, OSC-urile care au adoptat o poziție critică față de inițiativele legislative, precum amnistia fiscală și introducerea sistemului electoral mixt, au fost vizate prin discursuri de ură, critici și acuzații. În iulie, Ilan Șor, primarul Orheiului și președintele Partidului Politic Șor, a publicat pe Facebook un mesaj video în care susținea că 98 la sută dintre OSC-uri sunt niște escroci și că, dacă ar fi ales la putere, va adopta o lege cu privire la agenții străini și va scoate în afara legii activitățile OSC-urilor aferente drepturilor omului” [128]. Atare abordare a fost ulterior reeditată în repetate rânduri de multe medii de informare. În anul 2020, de exemplu, acestea, preponderent afiliate PSRM, folosind drept pretext apariția cărții deputatului socialist Bogdan Târdea *Societatea civilă din Moldova: Sponsorii. ONG-crația. Războaie culturale*, estimată divergent de observatorii locali ai societății civile autohtone, i-au promovat sectorului asociativ o percepție ostentativ negativă și motivată politic.

Firește, societatea civilă autohtonă în devenire se confruntă cu multiple probleme și deficiențe. Ele nu trebuie și nici nu pot să fie ocolite de mass-media. Ca și în toate celelalte cazuri, imperativă însă rămâne abordarea aprofundată, imparțială și neangajată ideologic. Acuzațiile venite din partea partidelor politice, a liderilor de opinie au subminat, potrivit CRJM, încrederea oamenilor în anumite tipuri de OSC-uri, în special în cele care vizează domeniile precum drepturile omului, democrația și statul de drept. Preluarea în mass-media a tratamentului partizan al guvernanților dar și derapajele admise în activitatea curentă de

unii actori ai spațiului public și comunicarea ineficientă a sectorului asociativ cu cetățenii configurează o opinie publică parțială și distorsionată despre dezvoltarea societății civile autohtone.

Acest fapt a fost dezvoltat de cel puțin trei sondaje de opinii din ultimii ani. E vorba de două cercetări efectuate de Institutul de Marketing și Sondaje (IMAS) în 2017 și cea a Institutului de Politici Publice (IPP) din octombrie 2020. Deși rezultatele ce au vizat societatea civilă autohtonă ale sondajelor IMAS au fost contestate într-o declarație emisă pe 18 decembrie 2017 de 45 de ONG-uri pe motiv că chestionarele au fost formulate de o manieră preconcepțiv negativă față de structurile sectorului asociativ, totuși, e de remarcat că în pofida nemulțumirilor exprimate și eventualelor nereguli în articularea subiectelor cercetate, cele trei sondaje denotă o anume stare de lucruri la capitolul societatea civilă și anume: imaginea societății civile este tributară judecății publice contradictorii, din care motiv este una difuză și fragilă.

În susținerea acestei aserțiuni reproducem datele sondajelor de referință. Astfel, respondenții celui din iulie 2017 al IMAS și-au exprimat, pe de o parte, acordul total sau parțial (în proporție de la 45 până la 54 la sută) cu următoarele afirmații: organizațiile societății civile prin activitatea lor pot salva chiar vieți omenești; fac ca societatea să se dezvolte mai repede; rezolvă unele probleme nesoluționate de stat, sunt mai aproape de așteptările oamenilor, iar pe de altă parte, 58% dintre respondenți au afirmat că impactul activității sectorului asociativ este redus, iar 81% au considerat că populația știe foarte puține lucruri despre activitatea lui. Totodată, în pofida acestei necunoașteri, 69 la sută cred că activitatea societății civile este influențată de anumite forțe politice, 66% – că asociațiile obștești sunt folosite pentru a spăla banii, 65% – sprijină anumite forțe politice, 57% – că entitățile societății civile utilizează ineficient banii organizațiilor internaționale. În virtutea acestor percepții, 24 la sută dintre respondenți au afirmat că nu au încredere totală iar alți 50% nu au încredere parțială în societatea civilă din Republica Moldova. [18]

Imaginea publică a societății civile autohtone a fost configurată în dimensiuni similare și în cazul celui de-al doilea sondaj IMAS din decembrie 2017 [17], dar și al *Barometrului Opiniei Publice* al Institutului de Politici Publice din octombrie 2020 [16]. Potrivit ultimului, doar 2% dintre respondenți au multă încredere în organizațiile neguvernamentale, iar altele 21,1 la sută – oarecare încredere (în iunie 2020, acești indicatori au fost respectiv 6,2 și 23,1 la sută). Aceste și alte sondaje au pus în evidență informarea insuficientă sau fragmentară cu privire la activitățile diferitor organizații non-guvernamentale.

În concluzie vom nota că societatea civilă, *grosso modo*, în anii de independență a Republicii Moldova a avut o prezență ne semnificativă în spațiul mediatic atât în calitate de fondator/editor de platforme de comunicare, cât și



pe post de protagonist al mesajelor mediatiche. Totodată e de remarcat faptul că nici mediile de informare nu s-au afirmat în calitate de entități ale societății civile care prin vocația lor socială ar trebui să reprezinte interesele cetățeanului, continuând, după cum am arătat în capitolele precedente, să fie ancorate preponderent în societatea politică dominată de partide și structurile de stat.

### ***C. Mass-media – actant al spațiului public, din anii `90 încoace***

„Grecii antici, notam în unul dintre articolele de la finele anilor `90, își fructificau potențialul lor de cetățeni în spațiul de libertate al polisului, cunoscut sub denumirea de *agoră*. Statele moderne în virtutea dimensiunilor întinse nu dispun de asemenea spații care să cuprindă în totalitate cetățenii liberi și egali pentru deliberările afacerilor publice. Ele însă le oferă alte posibilități. Mediile de informare ca expresie a societății civile și cetățenii reuniți, în particular, în organizațiile neguvernamentale pot edifica o agoră modernă – *agora mediatică*”.

[180]

„Mass-media, dincolo de această expresie metaforică, trebuie concepute drept expresie și parte componentă a societății civile, iar într-un sens mai restrâns – a spațiului public”. Argumentând această teză în articolul *Spațiul public și comunicarea mediatică în Moldova* (2000), scriam: „Peisajul societal autohton, conturat în ultimul deceniu, încorporează deocamdată puține însemne ale opțiunii certe a Moldovei spre modernitate. Democrația reprezentativă realizată în spiritul pluripartidismului, în particular, se dovedește a fi insuficientă și ineficientă pentru afirmarea primului drept al omului, a celui „la existență politică” și de „actor al politicii deliberate” (N. Tenzer) (*La societate depolitisee. Paris: P.U.F., 1990.- p. 67, 76*). În consecință, atestăm menținerea autonomizării puterii și alienării sociale a ființei umane moștenite de la regimul totalitar. „Publicul ca atare este sporadic inclus în cercul puterii și numai pentru a aclama”, scria reprezentantul notoriu al curentului critic al școlii de la Frankfurt, Jurgen Habermas, având în vedere realitățile capitalismului târziu pe care savantul german le trata cu suficientă doză de pesimism [*Cunoaștere și comunicare. București: Ed.Politică, 1983.- p. 13*]. Observația în cauză însă pare să fie valabilă și pentru evaluarea situației din Moldova în perioada de tranziție de la totalitarism la democrație. În perspectiva acestei afirmații considerăm adecvată soluția de depășire a decalajului între putere și cetățean propusă de Habermas încă în aa. `60: recuperarea spațiului public, repolitizarea acestuia și eliberarea lui de raționalizarea instrumentală și tehnocratică”.

„Spațiul public, relevă Habermas, s-a constituit ca loc de mediere între societatea civilă și stat. În cadrul lui, „reuniți ca public, cetățenii tratează neconstrânși, sub garanția de a putea să se întrunească și să se unească liber, să-și exprime și să publice liber opinia lor asupra problemelor de interes general”



[*L'espace public: Archeologie de la publicite comme dimension constitutive de la societe bourgeoise. Paris: Payot, 1993.- p. 83*]. (...) În spațiul public, a opinat Habermas, se produce statuarea omului în calitate de cetățean, el fiind raportat la sistemul administrativ. Ațare model a fost valabil în epoca Luminii, remarcă Habermas. În condițiile capitalismului târziu, el nu mai funcționează. Motivul rezidă în etatizarea societății, substituirea spațiului public prin domeniul social al statului, pierderea de către public a realității politice și a funcțiilor sale sociale. Locul acestuia este luat de uniuni în care interesele private organizate caută să ajungă la o formă politică nemijlocită și de partidele politice care se suprapun sferei publice a cărei elemente erau altă dată. Tocmai din aceste considerente, Habermas aborda în aa. '60 problema recuperării spațiului public”, constatam în articolul de referință [subiectul dat l-am examinat pe larg în: 179].

„Situția Moldovei, deși putem desluși în ea anumite afinități cu cea descrisă de Habermas, totuși e de altă natură, notam în articolul *Spațiul public și comunicarea mediatică în Moldova* (2000). La noi se impune nu atât recuperarea, cât edificarea spațiului public. Această lucrare abia a demarat, ea fiind periclitată de acțiunile absorbante, întreprinse conștient sau inconștient de către stat și partide. Un factor catalizator al vitalității spațiului public autohton aflat în devenire ar putea servi, în special, comunicarea mediatică. Societatea, afirmă cu suficiente temeieri Nicolas Tenzer, în definitiv e un spațiu de comunicare și de dezbateri. Această teză consună cu concluziile lui Habermas care considera comunicarea prin mass-media „nucleul instituțional al spațiului public”.

„Practica comunicațională autohtonă prin mass-media din ultimul deceniu, concluzionam în același articol în raport cu realitățile mediatice locale, demonstrează că presa scrisă și cea electronică din Moldova preferă, ca și până la căderea regimului totalitarist, să rămână circumscrisă în temei puterii. Interesele acesteia sau ale celor care gravitează spre zona politică respectivă constituie măsurătoarea în abordarea și estimarea cutărui sau cutărui eveniment. În felul acesta, mass-media se angajează în activitatea cu efect coercitiv asupra ființei umane. Faptul dat a generat, în bună parte, starea lor de prefalimant social. În concluzie notăm că valorizarea societății civile prin mijlocirea comunicării mediatice, precum și statuarea mass-media din Moldova în calitate de stimulent și element al spațiului public rămân deocamdată la noi în zona virtualității”.

Din acest considerent subliniam în articolul de referință: „Comunicarea mediatică ca element instituționalizat al societății civile urmează să fie conceput ca un sistem deschis care își exercită acțiunea atât în spațiul socialului, cât și în cel al politicului. În primul caz, ea, asigurând buna informare a publicului, îi dezvultă cultura civică, îi solicită validarea deciziilor politice, îi creează o vizibilitate socială. În cel de-al doilea, comunicarea mediatică induce momentul socialului în societatea politică, realizând ceea ce am defini drept lobbyism social (sau, mai

nou, de advocacy – n.n.). Comunicarea mediatică în calitate de sistem deschis resimte, la rândul ei, influența atât a societății civile, cât și a celei politice, inclusiv a puterii care-i stabilește cadrul legal de funcționare. În concluzie notăm: comunicarea mediatică cu statutul de element al spațiului public dă expresie socialului în sfera politicului și politicului în sfera socialului, devenind astfel liantul societății moderne”. [180]

Estimările formulate în debutul anilor 2000 rămân valabile și după scurgerea a următoarelor două decenii. Metamorfozele de ultimă oră în câmpul comunicării mediatice din Republica Moldova confirmă că mass-media autohtone au oferit argumente insuficiente pentru a constata migrarea lor certă din societatea politică în cea civilă. Altfel spus, mass-media de la noi la trei decenii de istorie posttotalitară rămân în multe privințe tributare trecutului său sovietic, demonstrând atașament față de structurile guvernărilor, indiferent de coloratura lor politică, menținându-se în arcul puterii și ignorând statutul său firesc de „câine de pază” sau de „puterea a patra”. „Puterea presei, scria în anul 1972 istoricul american Theodore White, e primordială. Ea stabilește ordinea de zi a discuțiilor publice”. Or, anume discuțiile publice pe marginea chestiunilor publice reprezintă una dintre valențele definitorii ale spațiului public.

## **Capitolul V. PIAȚA MEDIATICĂ INTERNĂ SUB INCIDENȚA FACTORULUI EXTERN**

### **A. Presa străină pe piața media autohtonă, anii `90**

Peisajul mediatic din anii `90 a fost marcat substanțial de prezența presei scrise și a celei electronice străine. Atunci s-au prefigurat în acest sens câteva tendințe noi, necunoscute anterior. E vorba, întâi de toate, de deschiderea pieței autohtone pentru publicațiile periodice de circulație internațională. Astfel, în anii de referință, în chioșcurile locale în premieră absolută au apărut ziarul american cu sediul la Paris *International Herald Tribune*, cele franceze *Le Monde* și *Le Figaro*, cele engleze *The Times* și *The Financial Times*, cele italiene *Corriere della Sera* și *Il Messaggero* etc., precum și o serie de reviste străine. E de remarcat că publicațiile internaționale, în scurt timp, au dispărut din chioșcurile locale, acestea nefiind solicitate din cauza prețurilor înalte și a necunoașterii de către localnici a limbilor străine. „*Moldpresa*, constata autorul articolului *Presa străină sau ceea ce nu citim* (2000), nu mai distribuie niciun fel de publicații periodice străine, deoarece afacerea nu este profitabilă” [74]. În anii `90, abonarea unor titluri de publicații periodice străine printate sau în variantă electronică (pe CD-uri) a devenit preocuparea aproape exclusivă a ambasadelor, Alianței Franceze și altor entități similare, a Bibliotecii Naționale și a unor instituții de învățământ superior.

În perioada de referință, pentru prima oară a fost asigurată recepția nestingherită a mai multor posturi ale radiodifuziunii internaționale, bruiajul cărora a încetat puțin înainte sau odată cu destrămarea URSS (*Voice of America-VoA*, *Deutsche Welle- DW*, de exemplu). În anul 1991, serviciul mondial de radio al *BBC* și-a permanentizat prezența în Moldova prin redacția locală. Un șir de servicii mondiale de radio au acreditat corespondenți locali (*Radio France Internationale – RFI*, *DW* etc.). Interesul acestor entități media față de Republica Moldova a fost alimentat, în parte, de războiul de pe Nistru (1992). Motivații similare l-au avut și unele agenții internaționale de presă (*Associated Press*, *France Presse*, *Reuters*) ce și-au detașat în Moldova pentru o vreme reprezentanții săi. Publicul autohton a obținut accesul nestingherit la posturile mondiale și internaționale de radio. Unele dintre ele ca *VoA*, de exemplu, și-a consolidat prezența în spațiul local prin afilierea unor posturi de radio autohtone.

Legalizarea afacerilor în domeniul televiziunii prin cablu din anii `90 a oferit publicului local posibilitatea de a accesa o serie de televiziuni internaționale străine. Primul lor distribuitor, compania *Eurocable*, fondată în 1993 (din 1997 – *Sun TV*), a retransmis cu titlu de pionierat programe de la opt servicii de televiziune străină. Către anul 1998, în Republica Moldova activau deja 28 de operatori TV prin cablu care, alături de programele locale, retransmiteau și cele ale diferitor posturi de televiziune străină. Din anul 1996, aceasta a ajuns

pe piața locală și prin eter. Către anul 2001, serviciile respective utilizau 11 frecvențe locale. [209]

Piața mediatică locală în perioada de referință a fost marcată masiv și chiar dominant de presa scrisă și electronică din Federația Rusă. Prezențele acestei categorii media, după destrămarea URSS și proclamarea independenței Republicii Moldova, au avut un caracter atât descendent, cât și unul ascendent. Declinul s-a manifestat la începutul anilor `90 odată cu retragerea din spațiul local a unui număr important de ziare sovietice, de orientare comunistă, ce intrau altă dată pe listele publicațiilor obligatorii de abonare atât pentru instituțiile publice, cât și pentru un număr important de persoane fizice, membri ai PCUS. Curând însă, golul creat a fost acoperit de presa rusească care, din momentul declanșării a ceea ce s-a numit *perestroika*, a devenit promotorul valorilor democratice. În primul caz a fost vorba de dispariția ziarelor PCUS, inclusiv a oficiosului *Правда*, iar în cel de-al doilea – de relansarea unor ziare tradiționale, între timp deideologizate la acea vreme (*Известия, Труд, Московский Комсомолец, Литературная Газета, Московские Новости, Комсомольская Правда*), precum și de răspândirea în spațiul autohton a unor noi ziare rusești (*Независимая газета, Коммерсант, Сегодня, Куранты, Новая ежедневная газета, Деловой мир, Мегалполис-экспресс etc.*). În anii `90, piața media de la noi a cuprins, de asemenea, mai multe reviste rusești axate pe recuperarea petelor albe din istoria sovietică (*Новый мир, Наш современник, Знамя, Юность, Огонек etc.*). Tipăriturile menționate au constituit la acea vreme publicații de referință în rândul intelectualității locale prin tematica articolelor inserate și prin optica de abordare a subiectelor tratate.

Treptat, pe măsură ce a dispărut euforia anilor de perestroikă iar presa rusă, *volens nolens*, a abandonat valorile general-umane și bunele practici europene în favoarea strategiilor antidemocratice și velicoruse, s-a produs reculul ei vizibil în spațiul Republicii Moldova. Totodată e de remarcat că în perioada de referință unele ziare rusești, în special, *Комсомольская Правда, Аргументы и Факты, Труд*, pentru a-și menține prezența și influența pe piața de la noi, au deschis subredacții pentru pregătirea edițiilor locale. Drept urmare, la sfârșitul anilor `90 lor le-a revenit întâietatea absolută la categoria săptămânale abonate (*Комсомольская Правда* – cu 23757 de abonați, *Труд* – cu 11848 de abonați și *Аргументы и Факты* – cu 5002 de abonați). Aceleași ediții au fost în top, potrivit revistei *Mass-media în Moldova* (1999, iunie, pp. 28-29), și la capitolul vânzări cu amănuntul.

În timp ce presa scrisă din Federația Rusă a avut în anii `90 o prezență fluctuantă pe piața media locală, televiziunile rusești au acoperit spațiul Republicii Moldova în mod stabil și practic neconținut. E cazul, întâi de toate, de televiziunea națională din Rusia, *Останкино* (1992-1995), reorganizată în *Общественное российское телевидение (ОРТ)* (1995), iar ulterior – în *Первый Канал*.

*Всемирная сеть*. Aceasta, în calitate de moștenitoare a televiziunii centrale sovietice, a continuat practic fără întrerupere, sub logouri diferite, în toți anii de istorie postsovietică să fie difuzată prin eter în rețeaua III de stat, având o acoperire de 96 la sută din spațiul Republicii Moldova.

În anii `90, alte televiziuni de stat și un șir de televiziuni private rusești au intrat în spațiul mediatic al Republicii Moldova, fiind incluse în pachetele de programe retransmise de distribuitorii locali de produse audiovizuale pe cablu. E de remarcat faptul că în anii respectivi, o serie de servicii private de televiziune rusești (*HTB, Рен ТВ* etc.) au profesat un jurnalism nou, democratic; cu timpul însă au fost înregimentate în arsenalul propagandistic din Federația Rusă.

La mijlocul anilor `90 s-a prefigurat și o altă modalitate de penetrare a televiziunilor rusești în spațiul audiovizual național. E vorba că o serie de studiouri locale de televiziune au devenit entități afiliate la diverse servicii tv din Rusia, integrându-și propriile emisiuni în grilele posturilor preluate. Această tendință a fost proliferată în următoarele decenii.

Tendențele consemnate, deși au conferit pieței audiovizuale locale o anume diversitate, în lipsa unei strategii naționale au defavorizat din start procesul de edificare în anii `90 a audiovizualului local, acesta nefiind în stare, în virtutea variilor motive, să țină piept concurenței posturilor rusești.

În anii `90, în Republica Moldova a fost anulată interdicția instituită în perioada sovietică la presa românească. Drept urmare, consumatorii de media locali au căpătat acces liber la ziarele și revistele din dreapta Prutului, precum și la serviciile audiovizuale din România. În pofida acestui fapt, mediile românești, spre deosebire de cele rusești, s-au înscris cu greu pe piața Republicii Moldova. Revista *Mass-Media* a Centrului de Jurnalism Independent (1999, iunie, p. 29), referindu-se la prezența ei nesemnificativă, nota: „Spre deosebire de ziarele din Rusia, ele nu acordau, aproape deloc, spațiu evenimentelor din R.M. și de aceea rareori sunt solicitate în chioșcuri. În afară de aceasta, ele vin cu întârziere, pe când ziarele moscovite sunt tipărite la Chișinău și nu cunosc dificultățile transportării. Un oarecare progres se înregistrează totuși. De exemplu, cotidienele *Adevărul* și *România Liberă* pe care le-a abonat Centrul Independent de Jurnalism, sosesc cu o întârziere de „doar” două zile, față de o săptămână întârziere acum doi ani. *International Herald Tribune*, deși vine de mai departe, ne este adus a doua zi după apariție”. Totuși, unele ediții românești au intrat în topul celor mai abonate publicații periodice zilnice străine (cotidianul *România Liberă*, de exemplu, în 1999 a avut în Republica Moldova 4211 abonați, depășind de unul singur trei cotidiene rusești: *Комсомольская Правда* cu 1968 de abonați, *Труд* cu 708 abonați și *Известия* cu 84 abonați). Presa românească a fost însă lipsă în vânzarea cu amănuntul (*Mass-media în Moldova, 1999, iunie, p. 28-29*).

Spre finele anilor `90, o serie de publicații periodice românești au manifestat interes pentru a crea la Chișinău subredacții. *Jurnalul Național* (1994) în acest sens a fost printre primii care a decis să penetreze pe această cale piața media din Republica Moldova. Astfel, pe 6 martie 2000, în cadrul unui eveniment-spectacol în aer liber s-a produs lansarea *Jurnalului Național – Ediția de Chișinău*. După acest eveniment au urmat și altele însă durabilitatea și impactul lor pe piața media din Republica Moldova au fost restrânse.

În perioada de referință, o serie de publicații locale, preponderent cele literar-culturale, au avut sprijinul Guvernului României. E cazul revistei *Sud-Est Cultural* (1990), de exemplu, care în viziunea unui cronicar de la *România Literară* (2000, nr. 47) a avut în primul deceniu de existență o „atitudine demnă, lucidă și responsabilă, repudiind orice formă de demagogie și refuzându-și (poate cu prea mare cruzime) dreptul la iluzii” și respingând, în același timp, „narcisismul etnic, practicat din inerție” de moldovenii de pe malul stâng al Prutului”. În anii `90, de suport similar au beneficiat de asemenea revistele *Contrafort* (1994) editată la Chișinău de Institutul Cultural Român și *Contrafort SRL*, *Limba Română* (1991), *Basarabia* (1989), ziarul *Literatura și Arta* (1977) etc.

Radioteleviziunea română a intrat pe piața audiovizualului de la noi la hotarul anilor `80 și `90. Astfel, în octombrie 1990, publicul autohton a obținut posibilitatea să urmărească TVR difuzată în rețeaua a doua de stat. Tot din acea vreme, radioascultătorii au putut accesa serviciul radiofonic *România Actualități*. Către anul 2001, acesta a dispus în spațiul din Republica Moldova de 10 frecvențe, de 6,5 ori mai puține decât posturile rusești [209]. În anul 1999 a fost lansat studioul privat din România *ProTV Chișinău*. Anchetele efectuate de Institutul de Marketing și Sondaje (IMAS) din București în anii 1998 și 1999 au arătat că serviciile audiovizuale menționate au avut priză puternică la publicul local. Astfel, dacă în 1998 TVR era urmărit zilnic de 14,8% dintre cei chestionați, la un an distanță cota respectivă a crescut până la 20%. *ProTV Chișinău*, despre care ziarul *Timpul* (2009, 2 septembrie) va scrie mai târziu ca este televiziunea care a schimbat mentalități din start, datorită credibilității și profesionalismului în formarea opiniei publice, a fost în topul preferințelor. Deja în anul lansării, publicul activ al acestui post a constituit 14,9%. Ascensiunea posturilor românești s-a produs pe fundalul descreșterii audienței zilnice a postului rusesc *OPT* (numărul telespectatorilor s-a redus de la 50,1% în 1998 la 35,2% în 1999) și a celui local, *TV Moldova* (respectiv, de la 42,1 la 39,8%). O tendință ascendentă a cunoscut de asemenea *România Actualități* (de la 4,3% în 1998 la 9,4% în 1999) (*Mass-media in Moldova*, 1999, decembrie, pp. 14-20).

Peisajul mediatic național din anii `90, așadar, a fost marcat diferențiat de mediile străine: presa scrisă și electronică din Federația Rusă a influențat în cea mai mare măsură dimensiunile cantitative ale pieței locale în raport cu cele din

Vest sau România. Ponderea lor a determinat direct proporțional impactul asupra opiniei publice, precum și proceselor social-politice din Republica Moldova. Unele dintre consecințele remarcate le-am consemnat în articolul *Mass-media din Republica Moldova în an electoral* (2000) [171] din care reproducem spicuirile ce și-au păstrat valabilitatea și astăzi.

„Practicile electorale din ultimul deceniu (...), notam în articolul de referință, denotă implicațiile directe în campaniile de alegeri desfășurate în Moldova a mijloacelor de informare de origine străină, mai cu seamă moscovite, acestea, în virtutea unor tradiții perimate, încă bucurându-se de priză mare la publicul local, vorbitor de limbă rusă. Intervențiile acestei categorii de mass-media în desfășurarea scrutinelor din Moldova fie că au fost solicitate de unii reprezentanți ai clasei politice locale, fie că au fost întreprinse din anumite motive oculte. Impactul lor a fost pe potriva cuantumului mijloacelor străine pe piața informațională din Moldova. În acest context oferim doar unele date.

În anul 1998, întreprinderea de stat *Poșta Moldovei* a înregistrat 2170 de ziare și reviste, dintre care doar ceva mai mult de 170 au fost editate de agenții locali. Restul de 2000 de ediții periodice au constituit tipăriurile de origine străină, preponderent din Rusia (Cf.: *Mass-media în Republica Moldova, 1998, septembrie, p. 31*). În anul 1999, tirajul a trei publicații săptămânale editate în Rusia cu subredacții la Chișinău (*Комсомольская Правда, Аргументы и Факты, Труд*) a fost aproape echivalent cu cel a 16 publicații săptămânale autohtone de informație și opinie, inclusiv publicații de partid, care atunci aveau cea mai largă circulație (Cf.: *Mass-media în Republica Moldova, 1999, iunie, p. 28*). Un tablou similar se atestă și în domeniul audiovizualului în care circa o treime dintre cele peste 100 de posturi de radio și tv sunt de origine străină. La congresul al XII-lea al Uniunii Jurnaliștilor (19 mai 2000) s-a menționat că pe parcursul ultimilor patru ani au fost distribuite 30 de frecvențe pentru retransmiterea pe aproape întregul teritoriu al Republicii Moldova a posturilor de radio și tv străine, inclusiv 26 – de la Moscova”, arătam în articolul de referință.

„La 23 martie curent, Parlamentul Republicii Moldova a operat unele amendamente în Codul Electoral. Ele, în parte, prevăd, după cum relatează presa locală, că „posturile de televiziune și radio și ziarele străine, retransmise sau retipărite pe teritoriul Republicii Moldova, precum și posturile audiovizuale și suplimentele scrise, difuzate sau editate în calitate de satelit al acestor programe și ziare, nu au dreptul să facă reclamă electorală”, remarcam în articolul citat. Concurenților electorali care vor încălca această prevedere li se va anula înregistrarea iar mijloacelor de informare în masă li se va retrage licența de emisie sau dreptul de editare. Președintele Petru Lucinschi, scria *Jurnal Național* în numărul din 19 mai 2000, pe motiv că legea respectivă „îngrădește libertatea de exprimare”, a refuzat s-o promulge și a trimis-o spre reexaminare Legislativului. La 18 mai,



subiectul dat este readus în dezbaterile parlamentare și cu 80 de voturi legea respectivă a fost confirmată. Promulgarea ei, astfel, devine iminentă”.

Comportamentul mediilor străine relevat în citatul prezentat a fost propriu, fără modificări esențiale, și practiciile lor ulterioare. Subiectul dat a fost readus în actualitate la aproape 20 de ani distanță.

### ***B. Inserturi media de peste hotare în spațiul indigen, două decenii mai târziu***

Prezențele mediilor străine pe piața locală au obținut în ultimele două decenii o ierarhizare și fructificare particulară. Astfel, în noua perioadă, presa scrisă străină a cedat întâietatea în favoarea celei electronice. Ultima, la rândul ei, a fost abordată diferențiat, de prioritate beneficiind televiziunea transportată în primul deceniu preponderent prin cablu iar ulterior – online. În ultimul deceniu, internetul a oferit mai multe platforme de comunicare care au inundat spațiul mediatic local. Radioul acomodată la tehnologiile informaționale a migrat și el preponderent în spațiul virtual, oferind diverse podcasturi multimediale.

Presa scrisă din țările vestice și din România, în linii mari, a trecut la periferia spațiului public local. Ea practic a dispărut din chioșcuri, altă dată burdușite cu ziare și reviste. Una dintre ultimele tentative vizibile în acest sens a fost făcută în 2010, când, potrivit unei relatări a *Radio France Internațional* din 4 februarie, în gheretele *Moldpresa* de la Chișinău urmau să ajungă șase ziare românești (*Libertatea*, *Jurnalul Național*, *Adevărul*, *Academia Cațavencu*, *Gazeta Sporturilor* și *Pro Sport*). „Cea mai ieftină publicație, se preciza în relatare, este de patru lei moldovenești, iar cea mai scumpă – 11 lei (peste 60 de cenți). Pentru comparație, cele mai citite ziare moldovenești ajung să coste trei – patru lei. Astfel, cititorii ziarului *Libertatea* vor scoate din buzunare patru lei, pentru *Jurnal Național* – 5 lei și 75 de bani. Ziarul *Adevărul* va fi disponibil pentru cinci lei, *Gazeta Sporturilor* – 6 lei și 75 de bani, *Pro Sport* – șapte lei, iar *Academia Cațavencu* va costa 11 lei. De asemenea, vor fi distribuite și edițiile de luni și marți ale publicațiilor cotidiene, iar pe viitor vor fi disponibile și celelalte ediții”. Costurile înalte au scurtat perioada de desfacere a presei românești în chioșcurile din Chișinău.

În declin continuu s-a aflat și abonarea presei străine, în special a celei editate în țările vestice și, în bună parte, în România. Declinul respectiv a condus la faptul că *Catalogul ziarelor și revistelor al Poștei Moldova* a încetat să mai insereze ofertele de abonare a presei din această parte a lumii. Totodată vom remarca că în perioada de referință, cititorului local i s-au făcut oferte generoase din țările estice. Catalogul din 2019, de exemplu, a propus, potrivit calculelor noastre, abonarea la 67 de titluri de ziare și 71 – de reviste din Ucraina, la 13 ziare și 41 de reviste din Belarus, la 37 ziare și 689 de reviste din Rusia.

Tentativele presei printate românești din ultimele decenii de a se înrădăcina în spațiul Republicii Moldova au fost pe cât de remarcabile, pe atât de scurtă durată. În context, ne referim la câteva încercări notorii de a crea subredacții locale pentru a se apropia de cititorul autohton. Astfel, pe 6 decembrie 2010 grupul de presă român *Adevărul Holding* (care deține cotidianul *Adevărul*, săptămânalul *Dilema Veche*, revista *Foreign Policy România*) a lansat cotidianul printat *Adevărul Moldova* într-un tiraj de 7000 de exemplare, prețul său de atunci fiind de patru lei moldovenești (un leu românesc). Marian Voicu, directorul *Radio Chișinău*, într-un interviu acordat pe 15 decembrie 2011 ziarului *Adevărul Moldova*, comentând spusele jurnalistei precum că presa de la Moscova a văzut în lansarea *Adevărului* „o expansiune românească”, menționa: „Intrăm în speculații geopolitice care fac din Moldova un adevărat poligon, pentru că aici am impresia că se experimentează tot – de la armele reale, mă refer la cele din Transnistria, până la cele psihologice, strategice, mediatică. Așa îmi explic de ce în 20 de ani nu există decât două inițiative de presă românești care au reușit în stânga Prutului și de ce în rest nimic nu a prins rădăcini. (...) Federația Rusă, cu experiența pe care o are – politică, diplomatică, mediatică, a știut întodeauna cât de important este acest spațiu. Rușii au știut mereu ce vor, în timp ce românii au avut o oarecare sfială inexplicabilă. Cred că acum relația aceea pragmatică pe care și-o dorea toată lumea, înlocuirea podurilor de flori și a relațiilor romantice cu poduri și relații pragmatice, încet-încet se realizează. Sper doar ca pragmatismul să nu ducă la un alt soi de răceală între țările noastre”. [271]

Ulterior, în vara lui 2014, ziarul a trecut în mediul online cauzat de insolvența fondatorului. Prestanța lui a fost remarcată în repetate rânduri în cadrul Galei premiilor „10 jurnaliști ai anului”, edițiile 2011-2014, organizată de Clubul de presă din Chișinău – Centrul pentru Jurnalism Independent (CJI) și Comitetul pentru Libertatea Presei (CLP). După suspendarea variantei printate, jurnaliștii de la *Adevărul Moldova* s-au disociat de ziar din cauza preluării lui de o altă echipă.

Un itinerar similar l-au parcurs și alte câteva publicații. Primul ziar privat din România, *Evenimentul Zilei* fondat în 1992, și-a lansat în iulie 2013 ediția de Chișinău. În acest scop a fost instituită o subredacție alcătuită, în temei, din jurnaliști locali. Ziarul a apărut în 16 pagini, într-un tiraj de cinci mii de exemplare, distribuite în mod gratis. Ediția de Chișinău a *Evenimentului Zilei* a fost editată și în limba rusă. La scurt timp însă, în virtutea dificultăților financiare a apărut riscul suspendării publicației bucureștene în ediția de Chișinău. Despre aceasta anunța pe 7 noiembrie 2013 ziarul local *Timputul*. Pronosticul dat curând s-a adeverit.

Durabilitatea cea mai mare pe piața locală a înregistrat-o presa scrisă din Federația Rusă. Astfel, în ultimele două decenii au continuat să apară ziarele rusești cu pagini locale, inițiate încă în anii '90 (*Комсомольская Правда*,

*Аргументы и Факты, Труд*). În anii 2000 au mai fost întreprinse câteva tentative de a se poziționa pe piața Republicii Moldova. Astfel, în 2003 a fost lansată ediția de Moldova a ziarului *Московский Комсомолец* iar în 2006 – *Известия в Молдове*. Ambele publicații curând însă au fost suprimate.

În ultimele două decenii, prezențele presei printate străine pe piața media locală au fost eclipsate vizibil de audiovizualul extern. Acest proces a fost încurajat de mai mulți factori. E vorba, întâi de toate, de declinul atât la nivel global, cât și la cel local al interesului față de ziarele și revistele tradiționale. În al doilea rând, de transparentizarea hotarelor pentru audiovizual stimulată, în special după 2003, de ratificarea de către Republica Moldova a Convenției europene cu privire la televiziunea transfrontalieră (1989). În al treilea rând, vom invoca repetat lipsa unei strategii naționale în domeniul audiovizualului și implicațiile geopolitice care au marcat starea reală de pe piața internă, caracterizată prin prezențe importante ale televiziunilor moștenite din trecut și menținute în ultimele două decenii. Factorii enumerați, fără a-i considera exclusivi, explică, în bună parte, evoluțiile și involuțiile pe acest segment media.

Mediile audiovizuale rusești și în noua perioadă de referință au ocupat o poziție dominantă pe piața locală de profil. Ele au fost prezente în rețeaua națională nr. 3 (*Первый Канал* la început prin canalul local *Prime* iar din 2019 – prin *Primul în Moldova*), sunt difuzate pe frecvențe terestre prin posturi TV locale, generaliste sau de nișă, cu denumiri similare și cu licențe de emisie obținute în Moldova (*NTV, Ren TV, RTR, CTC* etc.). Unele dintre ele au intrat de asemenea în primul multiplex digital (*DVB-T2 – Digital Video Broadcasting – Second Generation Terrestrial*) lansat în noiembrie 2016 (*Первый Канал* prin *Prime* și *Primul în Moldova; CTC* prin *STS Mega* etc.).

Unele servicii de televiziune din România în perioada de referință de asemenea s-au menținut în spațiul undelor electromagnetice. Astfel, serviciul public român de televiziune *TVR* a fost difuzat până în 2007 prin rețeaua națională nr. 2. Ulterior acesta, sub pretextul fals al unor neplăți, a fost lipsit de autoritățile comuniste, prin CCA de la acea vreme, de accesul la frecvența respectivă. *TVR* a atacat în instanță decizia CCA, ajungând până la CEDO. Conflictul s-a încheiat pe 12 septembrie 2013 când părțile au semnat o înțelegere prin care *TVR* urma să fie preluat de toți distribuitorii de programe audiovizuale prin cablu iar serviciul român de televiziune – să reflecte realitățile din Republica Moldova. În consecință, atunci a fost lansat *TVR Moldova* drept canal al Societății Române de Televiziune pentru Republica Moldova. Din 2016, *TVR Moldova* a intrat pe primul multiplex național iar trei ani mai târziu, în decembrie 2019, a revenit și pe rețeaua națională nr. 2. Prin decizia 2/3 a Consiliului Audiovizualului din 23 ianuarie 2020, *TVR Moldova* dar și *Primul în Moldova* au obținut statutul de furnizori de servicii media audiovizuali naționali.

În anul 2009, *Radio France Internationale, BBC, Europa Liberă, TV-5 Europe* au obținut autorizările din partea Consiliului Coordonator al Audiovizualului (decizia nr. 35 din 1 aprilie 2009) pentru utilizarea frecvențelor terestre închiriate de la *Î.S. Radiocomunicații*.

Cea mai extinsă și eficientă platformă pentru distribuirea serviciilor media audiovizuale, în special a celor străine, s-a dovedit să fie în ultimele două decenii emisia prin cablu. Inițiată în anii '90, aceasta a cunoscut o dezvoltare impresionantă în următoarele decenii. Astfel, potrivit unor date [204], către anul 2004, numărul distribuitorilor prin cablu s-a dublat (55) față de anul 1998, în 2006 – acesta a atins cifra 147 iar în 2008 – 166. În ultimul deceniu s-a atestat declinul numărului de distribuitori în urma concentrării emisieii prin cablu, fără a se reduce ariile de retransmitere a programelor televizuale. La începutul anului 2020, Consiliul Audiovizualului a înscris 55 de operatori în Registrul distribuitorilor de servicii radio și tv cu emisia prin cablu, sistemul MMDS, GSM, IPTV. În primul trimestru al anului 2021, numărul abonaților la serviciile tv contra plată în Moldova, potrivit datelor *ANRCETI*, a depășit 360 de mii, în creștere cu 0,6%, iar rata de penetrare a acestor servicii raportată la 100 de gospodării a constituit 41,2%.

Cei mai vizibili distribuitori de programe audiovizuale s-au profilat în ultimul deceniu. Între ei, a constatat *ANRCETI* în primul trimestru al anului 2021, se numără *SRL TV-Box* (circa 125 de mii de utilizatori) cu o cotă de piață 34,3%; *S.A. Moldtelecom* (circa 83 de mii), cota de piață – 22,8%, *S.A. Orange* (peste 63 de mii de utilizatori), cota de piață – 18%. Cota cumulativă a furnizorilor alternativi în primul trimestru al anului 2021 s-a redus cu 24,9 la sută.

Registrul lor de programe includ atât lista „must carry” din Republica Moldova, cât și televiziunile contractate bilateral. Prima, potrivit deciziei Consiliului Audiovizualului nr. 11/59 din 14 mai 2020, cuprinde 14 servicii locale de televiziune pe care toți cabliștii sunt obligați să le retransmită (*Moldova 1, Moldova 2, Jurnal TV, Prime, TV8, Primul în Moldova, TVR Moldova, NTV Moldova, Publika TV, Accent TV, Tezaur Folc TV, Agro TV și canalul pentru copii Gurinel TV*). Pe această listă figurează de asemenea *TV Găgăuzia*, obligatorie pentru retransmitere în UTA Găgăuzia iar în celelalte regiuni ale țării – în funcție de posibilitățile tehnice. Registrul respectiv include de asemenea un număr important de canale ale operatorilor de televiziune locale și din străinătate contractate bilateral. Astfel, *Sun TV*, de exemplu, din peste cele 130 de canale retransmise (datele de pe site-ul instituțional din 2019) mai bine de 110 sunt străine sau reprezintă antene locale ale televiziunilor respective. Circa 70 la sută sunt rusești sau de limbă rusă, majoritatea lor fiind de agreement. Televiziunile rusești generaliste, pe lângă cele cu subredacții locale la care ne-am referit anterior, mai cuprind *RTVi, Mup 24, Настоящее время*. *Sun TV* retransmite de asemenea circa 30 de canale europene și americane, inclusiv cele generaliste și de știri *EuroNews, France 24, RAI*

1, *TV5 Monde*, precum și 10 canale românești (*PRO 2*, *Digi TV* prin *MBC*, *România TV*, *AGRO TV Network România* prin *AgroTV Moldova*, *Trinitas TV* etc.).

Un registru practic similar de canale retransmise, ca număr și titluri, în ultimii ani a fost promovat și de ceilalți distribuitori de programe televizuale cu sediul la Chișinău. Totodată vom remarca și faptul că unii dintre ei au preluat o serie de televiziuni mondiale și internaționale, ca *CNN*, *BBC*, *DW* etc. Distribuitorii din alte localități ale republicii au promovat practic aceiași radiodifuzori străini. Drept exemplu vom cita registrul canalelor retransmise de studioul de televiziune prin cablu *Bubuieci-TV*. Pe 17 octombrie 2019, acesta a fost autorizat să retransmită un pachet din 33 de posturi de televiziune, inclusiv șase rusești (*Первый канал*, *НТВ*, *Рен ТВ*, *РТР Планета*, *Домашний*, *СТС*), două românești (*ProTV Chișinău*, *TVR Moldova*) și unul european (*TV 5 Monde*).

Prezențele radiodifuziunii străine în spațiul media autohton atât în diapaazonul undelor electromagnetice, cât și pe cablu, în ultimele două decenii s-a re-strâns substanțial. Totuși, și în această perioadă au fost atestate câteva inițiative relevante. Astfel, în 2002 la Chișinău a fost deschis biroul postului de radio *Europa Liberă/Libertatea (RFE/RL)*. Angajații locali ai acestui radiodifuzor oferă o abordare imparțială a realității social-politice din Republica Moldova timp de aproape două decenii. *RFE/RL Moldova* este prezent atât în eter, cât și în spațiul virtual. Din 2004, director al biroului de la Chișinău e publicistul Vasile Botnaru.

Pe 21 iulie 2011, Societatea Română de Radiodifuziune a lansat postul de radio *Arena FM*. Marian Voicu, primul lui director, într-un interviu acordat pe 15 decembrie 2011 ziarului *Adevărul Moldova*, astfel comenta crearea acestui post de radio: „Am plecat la drum cu *Arena FM* pentru că apariția *Radio România* dintr-odată ar fi fost destul de șocantă pentru unii care înțeleg competiția firească pe orice piață într-un sens total diferit”. Din 1 decembrie al aceluiași an, *Arena FM* a fost substituită de *Radio Chișinău* conceput drept moștenitorul tradițiilor *Radio Basarabia* (1939-1940).

*Radio Chișinău*, potrivit site-ului instituțional, difuzează „știri și emisiuni de actualitate, culturale și de divertisment producție proprie care pun în valoare atât personalitățile și evenimentele importante din actualitatea internă și internațională, cât și pe cele care au marcat istoria – și va retransmite programe ale posturilor *Radio România*”. Actualmente, *Radio Chișinău* emite pe 70% din teritoriul Republicii Moldova în diapazonul de frecvențe FM din Chișinău, Ungheni, Tighina, Cahul, Edineț și Briceni.

În anul 2014, Federația Rusă a lansat pe piața globală Agenția de știri *Спутник*. Curând, entitatea respectivă s-a poziționat și pe piața mediatică din Republica Moldova cu un site de știri în limba „moldovenească” și postul de radio *Спутник Moldova* ce emite pe frecvențe FM la Chișinău, Bălți, Comrat. Ambele platforme au devenit instrumente rusești de subminare a securității

informaționale a Republicii Moldova. *Asociația de Investigații Media în Balcani – BIRN România*, într-o analiză comparată a impactului activității agenției *Спутник* în România și Republica Moldova (2019), concluziona: „Dacă pentru publicul român, propaganda rusă, prin intermediul agenției de presă *Спутник*, promovează preponderent politicieni anti-sistem, mesaje anti-occidentale, conspiraționiste și/sau pro ruse, în Republica Moldova lucrurile sunt diferite. Aici, narativul *Спутник* e axat pe acoperirea subiectelor de interes public, însă pe fundal împinge informații pozitive despre Rusia, promovează beneficiile economice și sociale ce le-ar aduce o cooperare mai strânsă cu Moscova, promovează Uniunea Eurasiatică, apără regimul de la Kremlin față de critici și atacă Occidentul”. [20]

Densitatea televiziunilor și altor platforme mediatică rusești, precum și prezențele altor segmente de presă străină pe piața de profil națională, au marcat diferențiat atât configurarea cantitativă a spațiului comunicațional național, cât și dimensionarea efectelor lor calitative asupra mentalităților, atitudinilor și comportamentelor cetățenilor Republicii Moldova. Concludente în acest sens sunt rezultatele cercetărilor sociologice efectuate între anii 2001-2019 de IMAS, Centrul de Analiză și Investigații Sociologice, Politologice și Psihologice *Civis*, CAPTES, la comanda Institutului de Politici Publice (IPP), Centrului de Jurnalism Independent, Organizației Internaționale pentru Migrații (OIM) etc. [12; 13; 14; 15; 16 etc.]

Cercetările menționate au relevat faptul că încrederea consumatorilor de informație față de mass-media străină a fost condiționată, direct proporțional, de ponderea lor în țesutul general al spațiului mediatic național. În debutul anilor 2000, astfel, când accesul la presa străină de pe piața locală era nesemnificativ, aceasta nu era în topul încrederii. În 2001, de exemplu, sondajul *Civis* efectuat în rândul adolescentelor și femeilor tinere a scos la iveală că televiziunile străine au beneficiat de încrederea a 17 la sută dintre respondenți față de televiziunile locale ce au adunat 42% din simpatizanți. În cazul posturilor de radio străine, coraportul a constituit 6:15% iar al presei locale respectiv trei și 10%. [83]

În anii următori, odată cu sporirea densității presei străine în spațiul mediatic local, situația s-a schimbat vizibil. În noiembrie 2015, conform *Barometrului Opiniei Publice*, deja 45 la sută dintre respondenții chestionați au afirmat că au încredere în mass-media străină (inclusiv 54% în cele din Rusia, 41 – în cele din România și 40 – în mediile Uniunii Europene) (față de 63% care au exprimat încredere mediilor autohtone) iar în noiembrie 2017 și decembrie 2019, datele de referință s-au departajat astfel: mediile străine în ansamblu au beneficiat de încrederea a 35 și, respectiv, circa 48% din respondenți (inclusiv față de cele ale UE – în proporție de 36,7% și 49%, cele rusești – 40,9% și 48% și cele din Ro-



mânia – 29,4% și 46%) (față de 44,5 și 60 la sută încredere față mass-media din Republica Moldova).

Inserturile mediilor străine pe piața națională de profil au influențat așadar ambivalent spațiul comunicării mediatice și beneficiarii produselor media. În primul caz vorbim, pe de o parte, de voința Republicii Moldova de a asigura transparență mediatică hotarelor de stat, inclusiv de a promova dezideratele valorice ale televiziunii transfrontaliere; de diversificarea pieței mediatice interne; de implementarea de către aceasta a modelelor de jurnalism democratic și de calitate, practicat, în special, de instituțiile de profil din Uniunea Europeană, inclusiv din România; de extinderea reală a posibilității consumatorului de rând de a alege produsul și platforma media solicitată etc. Pe de altă parte, deschiderea spațiului comunicării mediatice în lipsa unei viziuni strategice de dezvoltare a defavorizat edificarea mass-media naționale care au fost nevoite să acționeze în condiții vitrege și, deseori, să cedeze în fața concurenței neloiale venită mai ales din partea presei rusești. Într-un studiu, *CJI* (2016) în această ordine de idei se menționa: „Din exterior este atestată o avalanșă de informație pe măsură să erodeze securitatea statului, iar această avalanșă este acceptată și sprijinită chiar de instituții ale statului. (...) Deocamdată, în perioada de referință, statul nu a demonstrat că într-adevăr dorește securizarea spațiului informațional”. Estimările prezentate, deși au fost formulate cu o anumită ocazie, pot fi calificate ca fiind valide pentru toți 20 de ani de la urmă.

În cazul al doilea, presa străină a exercitat de asemenea o influență ambivalentă. Pe de o parte, accesând mediile europene, inclusiv cele românești, consumatorul local în linii mari a dispus de o informare coerentă, echidistantă și imparțială atât despre evoluțiile interne, cât și despre cele externe. Acest fapt a generat curba ascendentă a încrederii față de aceste medii la care m-am referit anterior.

Pe de altă parte, consumatorul local a devenit ținta unor atacuri informaționale din partea presei rusești menite să distorsioneze cursul real al lucrurilor, să trezească antipatii și predispoziții false în raport cu ideea integrării europene și, dimpotrivă, să mențină sau să cultive o atitudine avantajoasă față de spațiul și valorile estice. Aserțiunile în cauză rezultă dintr-un șir de analize, efectuate în special în ultimii ani în condițiile intensificării războiului hibrid. Cornelia Cozonac, președinta Centrului de Investigații Jurnalistice, în articolul *Presa pro-moscovită din Republica Moldova*, publicat de Centrul Român pentru Jurnalism de Investigație pe 28 august 2018, evaluând impactul mediilor rusești asupra opiniei publice din Republica Moldova, a conchis: „Autoritățile moldovenești au manifestat o deschidere totală, din anii 90 până în prezent, față de presa de la Moscova pe care au admis-o pe piața informațională din Republica Moldova în calitate de investitor dominant, menținând, astfel, populația în zona de influență



a politicilor promovate de Federația Rusă. Presa finanțată din Rusia pe căi nebuloase promovează, prin programe vădit propagandistice și manipulatorii, o retorică ostilă față de Uniunea Europeană și NATO și o optică trunchiată asupra evenimentelor din Republica Moldova și România”. [80]

În cercetarea *External propaganda in the Republic of Moldova: lessons for the Moldovan Government and the International Community (Propaganda externă în Republica Moldova: lecții pentru Guvernul Republicii Moldova și Comunitatea Internațională)* (2018), autorul ei, Vladislav Șaran, directorul Centrului Analitic Independent *Spiritul Critic*, a scos în vileag efectele nocive ale propagandei ruse întemeiate pe nostalgia pentru trecutul sovietic, pe sprijinul unor autorități locale, cum ar fi cele din Găgăuzia, Transnistria, Bălți dar și pe faptul că „majoritatea moldovenilor utilizează limba rusă pentru a se informa”. [a se vedea: 260; 261]

O altă cercetare, *Russian Influence in the Media Sectors of the Black Sea Countries. Tools, Narratives and Policy options for Building resilience (Influența rusească în sectorul media din țările riverane Mării Negre. Instrumente, narațiuni și opțiuni de politici pentru edificarea rezilienței)*, a fost efectuată în 2018 de către *Center for the Study of Democracy (Centrul pentru Studii Democratice)*, Sofia. Investigația a dezvoltat consecințele de natură propagandistică din ultimii ani ale prezențelor rusești în câmpul mediatic din Bulgaria, Ucraina, Georgia, Moldova și Armenia. În cazul Moldovei (autor – Simion Ciochină) au fost analizate tehnicile de dezinformare uzitate, în special, de agenția *Sputnik* și ziarul *Комсомольская Правда в Молдове* în proiectarea distorsionată a unor evenimente-cheie asupra evoluțiilor politice de la noi (războiul din Siria, alegerile prezidențiale din SUA, tranzitul de gaze prin Ucraina) [246]. În context, autorul preciza cu referire la războiul din Siria: „Jurnaliștii speculează că un asemenea conflict ar putea izbucni în Moldova, dacă autoritățile de la Chișinău continuă să colaboreze cu statele și organizațiile occidentale. De asemenea, jurnaliștii folosesc drept sperietoare faptul că Moldova ar putea fi invadată de refugiați și teroriști islamici”. În acest sens este vehiculată supoziția falsă că dacă liderul partidului de opoziție Acțiune și Solidaritate (PAS), Maia Sandu, ar accede la putere, Moldova va fi invadată de 30 mii de sirieni. În context, autorul cercetării a făcut referință la un articol din ziarul local *Бедомосту* (24 octombrie 2016) intitulat „Sandu le-a promis europenilor că va accepta mai mult de 30000 de refugiați sirieni în Moldova”.

Implicațiile partizane în viața social-politică internă a Republicii Moldova din deceniul de la urmă ale presei rusești au determinat oportunitatea contracarării propagandei respective, fapt ce a adus în actualitate și a sporit acuitatea securității informaționale, inclusiv a celei din câmpul mediatic autohton.

### **C. Securitatea informațională mediatică**

Securitatea informațională în câmpul mass-media, deși a fost imperativă cel puțin în ultimele două decenii, a obținut interpretare legislativă abia în 2017. Atunci, Parlamentul Republicii Moldova a operat prin Legea nr. 257 din 22 decembrie, cunoscută și ca Legea anti-propagandă, un set de amendamente la Codul audiovizualului (2006) în vigoare la acea vreme. E vorba, întâi de toate, de consacrarea noțiunii de securitate informațională. Aceasta, potrivit noilor prevederi (art. 2, litera z<sup>5</sup>), este tratată drept „stare de protecție a resurselor informaționale, a persoanei, a societății și a statului, inclusiv un ansamblu de măsuri pentru asigurarea protecției persoanelor, a societății și a statului de eventuale tentative de dezinformare și/sau de informare manipulative din exterior și pentru neadmiterea provocărilor cu caracter mediatic îndreptate împotriva Republicii Moldova”.

Întru asigurarea securității informaționale, în special pe filiera audiovizualului, s-a stabilit (art. 9, alin. 2<sup>1</sup>) că radiodifuzorii și distribuitorii de servicii au dreptul să transmită „programele de televiziune și radio cu conținut informativ, informativ-analitic, militar și politic care sunt produse în statele membre ale Uniunii Europene, SUA, Canada, precum și în statele care au ratificat Convenția europeană cu privire la televiziunea transfrontalieră”. Prevederea în cauză a avut un caracter restrictiv, interzicând, *de facto*, programele respective emise din țările ce nu sunt parte sau nu au ratificat convenția menționată, printre care și cele din Federația Rusă. Opoziția parlamentară socialistă de atunci nu a susținut legea anti-propagandă iar președintele socialist, Igor Dodon, nu a promulgat-o, acest lucru fiind executat în baza deciziei Curții Constituționale de șeful legislativului de atunci.

Nerespectarea primară a prevederii citate, conform art. 38 completat, este sancționată cu amendă de la 40000 de lei la 70000 de lei. Radiodifuzorii și distribuitorii de servicii care au încălcat repetat această prevedere vor fi sancționați cu o amendă de la 70000 de lei la 100000 de lei. Următoarea sancțiune graduală prevede retragerea licenței de emisie.

Majoritatea distribuitorilor de programe s-au conformat în scurt timp la prevederile legii antipropagandă intrată în vigoare pe 12 ianuarie 2018. Unul dintre ei, *StarNet*, într-o declarație din 12 februarie al aceluiași an, și-a informat beneficiarii că „în scopul asigurării protecției lor de eventuale tentative de dezinformare sau de informare manipulative din exterior și excluderea provocărilor cu caracter mediatic îndreptate împotriva Republicii Moldova”, oferta serviciilor de programe retransmise a fost modificată, excluzându-se o serie de posturi de televiziune, inclusiv *Russia Today*, *Беларусь 24*, *МИР ТВ*, *МИР ТВ HD*, *МИР 24*.

Unii distribuitori au dat dovadă de exces de zel la acest capitol, omițând televiziuni neimplicate în activități propagandistice. La această concluzie a ajuns

asociația *WatchDog*, care în raportul *Influența mediatică a Federației Ruse asupra opțiunilor (geo)politice în Republica Moldova (2018)*, a făcut referință, de exemplu, la asemenea posturi, cum ar fi „*RBK, TV Rain* și chiar un post TV din Coreea de Sud care erau în grilele unor cabliști”.

Legea anti-propagandă a generat reacții diferite. Unii actori politici au tratat-o drept o condiție eminentemente pozitivă pentru eliberarea opiniei publice locale de sub presiunile propagandistice externe, rusești în primul rând. Alții au insistat și mai insistă încă pe anularea ei pentru faptul că ar fi îngădit accesul la informație. Reacțiile duale respective au fost cuprinse în analiza *Care este viitorul „legii anti-propagandă” din Republica Moldova?*, realizată în 2020 pentru *Global Voices*, o asociație a bloggerilor și jurnaliștilor cu sediul în Olanda [100]. Astfel, președintele Comisiei parlamentare pentru mass-media, legiuitorul socialist Adrian Lebedinschi, a declarat că PSRM este decis să abroge „legea anti-propagandă”: „Să lăsăm oamenilor libertatea de gândire. Sunt suficient de deștepți ca să înțeleagă când o informație este obiectivă sau nu”. Reprezentantul rețelei de știri *TASS* din Republica Moldova, de asemenea, a pledat pentru anularea legii anti-propagandă. În decembrie 2020, el a declarat pentru portalul moldovenesc de știri *eNews* că legea este în întregime ineficientă, având în vedere că „în era internetului, a promulga astfel de legi n-are niciun sens”.

Exponenții acestei opțiuni au fost contraziși, de exemplu, de Președintele Consiliului Audiovizualului de atunci care a declarat pentru *Global Voices* că legea anti-propagandă trebuie păstrată în vigoare: „Dacă dispozițiile legii se schimbă, atunci desigur ne vom conforma. Dar, în opinia mea este esențial ca legea să fie păstrată, pe baza faptului că nu primim cu drag propaganda străină, mai ales transmisii de o natură politică sau militară. Cred că această lege și-a dovedit eficiența și ar trebui menținută”.

Contradictoriu a fost de asemenea modul de implementare ulterioară și primele efecte ale legii antipropagandă. Mai mulți reprezentanți ai societății civile au remarcat în acest sens diverse curențe. Astfel, Centrul analitic independent *Spiritul critic* în analiza *Anul 2018: încă un an de succes pentru propaganda mediatică în Moldova* remarca: „Televiziunile care nu au respectat legea au luat amenzi și ... au continuat repetat să transmită materiale propagandistice. Iată spre exemplu, *RTR Moldova* a fost amendată cu 55000 de lei pentru difuzarea emisiunilor informative din Federația Rusă iar *PRIME TV* – cu 70000 de lei pentru transmisiunea paradei consacrată Zilei Victoriei de la Moscova. Credeți că aceste posturi TV s-au speriat de plata acestor amenzi ? Desigur ca nu, ele cu siguranță le-au plătit pentru a putea difuza și pe viitor noi materiale propagandistice. Aceste sume de bani nu sunt un factor de îngrijorare pentru televiziunile menționate, deoarece, cel mai probabil, au susținerea financiară rusească care le va acoperi aceste cheltuieli”. [259]

Observatorii media locali au remarcat tentativele mai multor servicii media audiovizuale de a ocoli Legea anti-propagandă. *Europa Liberă Moldova* în acest sens, într-o relatare din 18 februarie 2018, a relevat cum, de exemplu, *RTR Moldova* a ocolit legea de referință. Acest serviciu de televiziune, preluând știri de la postul-partener *Россия 1*, le-a modificat nesemnificativ și le-a inclus în propriul buletin la rubrica știri internaționale. În pofida unor asemenea tentative, CBS-Axa în studiul citat a conchis că Legea anti-propagandă poate avea efecte benefice: „Cei care nu privesc sau privesc rar cele trei canale care retransmit știrile din Federația Rusă (referința e la *Prime*, *RTR Moldova* și *NTV Moldova* – c.m.) au de două, de trei ori mai puțină încredere în politicieni, precum Igor Dodon, Vladimir Putin, opțiune pro-est, decât cei care privesc foarte intens aceste trei canale. Acest lucru foarte simplu și foarte tranșant se exprimă în comportamentul electoral ulterior. Deci, dacă eu mă apropiu de un cetățean și îl întreb care sunt canalele lui TV preferate și el menționează două sau trei canale ce retransmit știrile din Federația Rusă, eu cu o probabilitate foarte mare pot să prezic cum acest cetățean va vota”.

Efectele propagandei externe au fost estimate și de o serie de alți observatori locali. Deputatul în primul parlament, semnatar al Declarației de Independență a Republicii Moldova, Alecu Reniță, citat de agenția *IPN*, consideră că electoratul din Republica Moldova este format de către televiziunile rusești. Potrivit lui, propaganda rusească oferă mesaje-cheie care penetrează foarte adânc în subconștientul oamenilor fără discernământ și ei merg la urnele de vot și votează cam așa cum sunt orientați din anumite centre”. Scriitorul și producătorul *TVR*, Marian Voicu, susține că există studii care arată că, deși 30% din stațiile de televiziune și de radio din Republica Moldova sunt transmise sau retransmise din Federația Rusă, în realitate vin din Rusia 80% din programe, pentru că există și alte posturi care amestecă programele autohtone cu cele importate și aceasta este o sursă de disonanță cognitivă. „Telespectatorul de aici nu mai știe ce post urmărește. Iar faptul că într-un stat ca Republica Moldova 80% din conținutul media vine din Federația Rusă este o mare problemă”, a menționat Marian Voicu. Istoricul Anatol Petrenco consideră că Rusia aplică câteva metode de propagandă în Republica Moldova. Potrivit lui, în primul rând este vorba despre ideea pe care rușii o numesc „русский мир” (n.r. lumea rusă) iar aceasta înseamnă că toți vorbitorii de limbă rusă, chiar dacă sunt găgăuzi sau ucraineni de origine, fac parte din această idee de „русский мир”. În opinia istoricului, acești oameni devin obiect de politică externă a Federației Ruse și sunt ocrotiți de Rusia. „Limba rusă a fost și este folosită în continuare ca un instrument de promovare a politicii externe a Federației Ruse. Sunt indicații date clare de către Putin (n.r. Vladimir Putin, președintele rus) și există un comitet de promovare a limbii ruse prin care se promovează această limbă. Ei consideră că atentarea la limba rusă sau strâmtorarea limbii ruse este un atentat la securitatea de stat a Federației Ruse”.

Legea anti-propagandă, deși cuprinde mai multe carențe, per ansamblu, pe termen lung a influențat vizibil preferințele mediatice ale oamenilor. Barometrul de Opinii Publice în acest sens ne oferă date concludente. Dacă până la adoptarea Legii anti-propagandă în noiembrie 2017 din emisiunile radioteleviziunii rusești se informau 39,1 la sută din respondenții la sondaj, atunci la aproape doi ani după intrarea în vigoare a actului legislativ menționat, cota respondenților care se documentează din programele audiovizuale rusești a scăzut cu ceva mai mult de 25 la sută și a constituit 12,6% în decembrie 2019. Totodată e de remarcat că în topul listei de surse de informare în 2019 au revenit ziarele și revistele rusești (54,2%) față de 2,7% în 2017.

Emisiunile audiovizuale românești/europene și-au menținut pozițiile: 14% în 2017 și 15% – în 2019. Noutățile de pe site-urile informaționale au fost consultate în 2019 de 29,1 la sută din respondenți față de 22,1 la sută în 2017. Emisiunile radioteleviziunii moldovenești au scăzut în preferințele respondenților BOP de la 62,1% în 2017 la 26,1%, iar ziarele și revistele locale au crescut în top de la 14 la 19,6%.

Evoluțiile contradictorii și parțiale ce au marcat procesul de implementarea a Legii anti-propagandă (2018) ne permit să tragem cel puțin câteva concluzii. Prima. Legea anti-propagandă, deși a generat efecte imediate, nu poate și nici nu trebuie să fie tratată drept remediul unic sau (și) determinant în securizarea informațională mediatică a Republicii Moldova. A doua concluzie: actul legislativ respectiv nu reglementează conduita antenelor locale ale posturilor străine, precum și a platformelor informative din spațiul web, antrenate în acțiuni propagandistice. Drept urmare, legea dispune de un areal de acțiune restrâns. A treia concluzie: legea menționată nu vizează comportamentul propagandistic al mediilor de informare autohtone. Din punctul nostru de vedere, legea respectivă ca să producă efectele scontate și să excludă interpretările contradictorii urma să fie concepută ca element al strategiei de securizare a spațiului informațional mediatic.

Strategia respectivă necesită o abordare aprofundată și multiaspectuală. Ea urmează, pe de o parte, să fie tratată în contextul comunicării internaționale ce se desfășoară actualmente în condițiile globalizării și în care este antrenată și Republica Moldova. Astfel, strategia de referință trebuie să prezerveze fluxul liber informațional, să-i asigure transparența hotarelor. Ea trebuie totodată să delimiteze clar comunicarea internațională de implicațiile informaționale de natură propagandistică în afacerile interne ale țării. Din acest considerent, securizarea spațiului informațional mediatic național urmează să cuprindă măsurile anti-propagandă (de restricționare/contracurare/dezvăluire) aplicate, după caz, în raport cu mediile interne și externe, tradiționale și cele *new media*. Strategia dată, pe de altă parte, trebuie să se axeze pe politicile naționale de dezvoltare a sistemului mediatic autohton în spiritul jurnalismului de calitate, a libertății pre-

sei și a dreptului cetățeanului la informarea complexă, operativă, echidistantă și proactivă pentru a-i conferi capacitatea de competitivitate și atractivitate în raport cu mediile străine. Atare abordare a securității informaționale în câmpul mediatic am aplicat-o în studiul național *Securitatea informațională din perspectiva mediatică*, realizat în anul 2016 de un grup de experți la comanda Fundației Soros-Moldova [178]. Acest studiu a fost preluat ulterior și în cartea *Comunicarea internațională* (2017) [165]. Revenim selectiv la argumentele formulate atunci, dată fiind relevanța lor și pentru prezenta lucrare.

„Vocația socială a spațiului mediatic ca parte integrantă a celui informațional național, notam în studiul respectiv, rezidă în articularea dreptului la informație atât al cetățeanului, cât și al societății în ansamblu. Fructificarea coerentă a acestei vocații oferă multiple avantaje publice. Între acestea se numără, întâi de toate, dotarea omului cu instrumentarul adecvat pentru asigurarea libertății de a cunoaște lumea înconjurătoare. Pe acest temei, în al doilea rând, se înscrie dezvoltarea libertății umane la opinie, de unde rezultă, în final, libertatea omului de a adopta decizii fără imixțiuni de orice natură. Totodată, spațiul mediatic, promovând circuitul public informațional, contribuie la edificarea lianților dintre actanții sociali, la sudarea coeziunii societale și la fortificarea statelor naționale”. Pornind de la aserțiunile prezentate, am conchis că „spațiul mediatic, în virtutea vocației sociale remarcate, poate fi catalogat ca indicator și condiție de calibru a securității naționale și, implicit, a securității informaționale”.

Tratând spațiul mediatic național ca ansamblu de platforme media, conținuturi mediatizate și interconexiuni informaționale, precizam că acesta, la rândul lui, își poate realiza vocația socială doar în condiții de siguranță, ceea ce reclamă crearea ambianței profesionale, dar și a celei societale prielnice, pe de o parte, iar pe de alta – eliminarea factorilor interni sau externi, intenționali sau involuntari, ce prejudiciază sau pot afecta integritatea instituțională, funcțională, structurală, conținutală, tehnologică sau de altă natură a spațiului de referință”.

Securizarea spațiului mediatic indigen, am opinat atunci, este determinată de aplicarea sinergetică a unui set de factori intrinseci și extrinseci. La prima categorie am atribuit, în mod fundamental, dreptul omului la informație ce cuprinde indispensabil libertatea presei și libertatea de exprimare. Aceste libertăți, la rândul lor, implică indubitabil existența diversității și a pluralismului mediatic. Un alt factor intrinsec rezidă în libera circulație a informației, ceea ce însemnează fluidizarea neîngrădită a fluxurilor de informație atât la scară națională, cât și la cea internațională.

„Ansamblul factorilor menționați formează osatura matricei în care spațiul mediatic național, dimensionându-și parametrii cantitativi și calitativi relevanți și suficienți pentru acoperirea necesităților informaționale sociale, dar și pen-



tru asigurarea propriei integrități profesionale, sociale și morale, au constituit și continuă să fie sursă *sine qua non* de securitate. Ignorarea sau aplicarea lor incoerentă sau parțială comportă riscul de a pune în pericol atât existența mass-media ca entitate socială liberă și independentă, cât și siguranța ei”.

Factorii extrinseci ce au impact direct sau indirect, real sau potențial, asupra securității spațiului mediatic i-am divizat în două categorii: intrasocietali și extrasocietali. „Din prima categorie fac parte cel puțin caracterul deschis, pluralist și divers al corpului social în care funcționează spațiul mediatic; inițiativa antreprenorială, inclusiv în domeniul media, fără efect sau cu efect redus de monopol; cadrul legislativ stimulativ de profil, inclusiv de reglementare judicioasă și motivantă a mijloacelor de comunicare etc. Realitatea instituțională, construită pe acești piloni, constituie în societățile democratice ambianța socială propice pentru funcționarea spațiului mediatic în condiții de securitate legală, politică, economică, culturală etc.”.

Ambianța respectivă, comună pentru țările democratice, menționam în studiul de referință, este lipsă, în întregime sau în partea ei definitorie, în țările totalitariste sau autoritariste, foste sau prezente. „Din acest motiv, securizarea spațiului mediatic în această parte a lumii s-a produs și se produce altfel decât în cele democratice. În aceste țări are loc substituirea factorilor menționați prin instaurarea monopolului ideologic în câmpul mediatic și înregimentarea doctrinară, instituțională și funcțională a acestuia. Construit pe principii adverse în raport cu libertatea de exprimare, libertatea presei, spațiul mediatic din această categorie de țări a fost „securizat” de asemenea prin politica de izolare a statelor respective. Unul dintre instrumentele uzitate frecvent în acest sens a fost și mai este bruiajul (...), precum și accesul interzis sau maximal limitat la tehnologiile și echipamentele ce asigură transportarea și receptarea fluxurilor informaționale externe (inițial, în această listă au fost incluse aparatele de radio în diapazonul undelor scurte, ulterior – antenele parabolice, internetul etc.)”.

Spațiile mediatică din țările posttotalitare s-au constituit în perioada de tranziție spre o guvernare democratică. Faptul consemnat a generat anume consecințe: „Ele din start au întrunit deopotrivă însemnele moștenite din trecutul totalitar și elementele jurnalismului democratic. Spațiile mediatică respective totodată s-au caracterizat prin un anume nivel rudimentar structural și economic al instituțiilor media locale, periclitarea libertății presei și a libertății de exprimare pe seama menținerii practicilor perimate jurnalistice (pluralism confundat cu pluripartidismul, partizanat și mercenariat politic etc.). În aceste țări, libera circulație a informației a fost compromisă, în bună parte, prin accesul limitat al cetățenilor la fluxurile informaționale străine. Acesta a fost cauzat de lipsa echipamentelor de recepție potrivite, necunoașterea limbilor străine etc., dar și de alimentarea inerției de a rămâne în aria resurselor mediatică de altă dată. În



cazul Republicii Moldova de exemplu, e vorba de tributul plătit fostului spațiu sovietic”. În context am făcut referință la ex-directorul SIS, Gheorghe Mihai care în acest sens menționa în 2010: „Fiind un stat în proces de consolidare, riscurile și amenințările la adresa securității naționale decurg din mai mulți factori interni și externi, inclusiv din apartenența sa la spațiul ex-sovietic. Influențele politice, economice, energetice, mediatică și de altă natură, derivate din această apartenență, se fac resimțite până în prezent”. În cazul Republicii Moldova, spațiul mediatic național de asemenea a fost marcat de scindarea lui, drept urmare a separatismului, în două părți, distincte ca organizare și funcționare. În ansamblu, circumstanțele istorice invocate, cel puțin în raport cu realitățile din Republica Moldova, au viciat securitatea spațiului mediatic.

„Factorii intrinseci și cei extrinseci intrasocietali, proprii societăților democratice, deși dezvoltă și protejează securitatea spațiului mediatic, nu pot fi interpretați ca suficienți pentru a-i asigura imunitatea deplină, menționam în studiul de referință. Asta pe motiv că spațiul mediatic dintr-o societate deschisă este expus influențelor unui șir de factori extrasocietali”. În context am amintit că în cazul țărilor în curs de dezvoltare, de exemplu, spațiile mediatică, create în rezultatul destrămării sistemului colonial, au fost marcate în mod particular de aflusul mediatic asimetric alogen. Țările din Lumea a Treia, pentru a depăși această stare și a asigura spațiilor mediatică o anumită securitate, în anii `70 s-au pronunțat în favoarea echilibrării liberei circulații a informației dinspre Nord și Vest spre Sud și Est. Astfel, pe rol au fost puși factorii extrasocietali de securizare a spațiilor mediatică. Deși evoluțiile ulterioare au degenerat în eșecul opțiunii respective, totuși o invocăm pentru a pune în evidență valoarea factorilor extrasocietali în alimentarea securității sau în provocarea insecurității spațiilor mediatică naționale. E de notat că sub incidența aceluiași factori externi se află și spațiile mediatică din țările în tranziție și chiar, potrivit ultimelor evoluții, țările cu democrații mature”.

În studiul menționat, în vizer s-au aflat trei factori extrasocietali de forță majoră sau de anvergură și anume *globalizarea, societatea informațională și războiul hibrid*.

Globalizarea, proiectată în câmpul comunicării mediatică, este fructificată într-o multitudine de procese intercorelate care marchează (benefic sau malefic) securizarea spațiilor mediatică naționale. E vorba, întâi de toate, de faptul că spațiile mediatică naționale constituite istoric, în prezent sunt interconectate prin aplicarea tehnologiilor comune de transmitere a informațiilor, pornind de la cablurile terestre și submarine de telegraf/telefon și terminând cu rețelele cosmice. Securizarea acestora, la scara națională și internațională, vizează implicit și securitatea spațiilor mediatică.

O altă consecință a globalizării resimțită în spațiile mediatică naționale rezidă în universalizarea fluxului de știri. Acest proces a fost catalizat, preponderent,

de agențiile de presă mondiale iar ulterior – de mediile electronice care au afectat identitatea spațiilor mediatică naționale prin omogenizarea lor instituțională, funcțională și conținutală. Efecte ambivalente (suport conținutal, tehnologic, structural și profesional dar și concurență nelocală, torente informaționale asimetrice și influențe politice externe) asupra spațiilor mediatică naționale le au conglomeratele transnaționale de comunicare, în care a fost articulată globalizarea după cel de-Al Doilea Război Mondial. Același impact le au și mediile audiovizuale naționale străine ce sunt poziționate în piețele altor țări fie prin retransmiterea lor integrală, fie sub forma unor antene printate sau audiovizuale, executate în coordonatele *glocalizării*.

Examinându-se impactul *glocalizării* asupra securității informaționale, studiul în cauză specifică: „Penetrarea în spațiile mediatică naționale a instituțiilor media *glocalizate* devine inofensivă în termeni de securitate în cazul când entitățile de referință sunt așezate pe factorii intrinseci și extrinseci intrasociale proprii societăților democratice. În cazurile adverse, precum și în situațiile de interes ocult sau subversiv, securitatea spațiilor mediatică naționale devine vulnerabilă”.

*Societatea informațională*, un alt factor extrasocietal, a generat un sistem media universal, interconectat și diversificat. El influențează cardinal caracteristicile cantitative și calitative, platformele, structura, conținuturile, tehnologiile și funcționalitatea spațiilor mediatică naționale, iar într-un sens mai larg creează societatea în rețea [37, 38]. Aceasta, fixând esența particulară a societății informaționale, descrie mai multe mecanisme de conectare a spațiilor mediatică locale care, în era internetului, devin omniprezente, multidireționale, personalizate.

Spațiile mediatică naționale în societatea în rețea sunt animate atât de instituții oficiale și neguvernamentale, cât și de orice beneficiar al internetului. Mesajul local, pus în circuitul de pe net, poate căpăta rezonanță națională/transnațională/mondială și invers – mesajul global obține proiecție și reacție locală. Altfel spus, în era internetului spațiile mediatică naționale obțin parametrii comunicării internaționale, iar securitatea spațiilor mediatică naționale, migrate în universul virtual, devine parte a securității informaționale cibernetice.

Mass-media, din momentul lansării în spațiul informațional național și global, au fost antrenate în confruntările bilaterale sau multilaterale ca instrumente ale războiului informațional. Acesta, purtat de-a lungul anilor, a luat diferite forme: psihologic sau imagologic, electronic sau web. Actualmente, el devine parte a așa numitului *război hibrid* care, potrivit lui Frank G. Hoffman și James N. Mattis, teoreticienii acestui concept (2005), se înscrie în lista amenințărilor generatoare de războaie. Fenomenul dat și-a găsit expresie și în concepțiile privind *hard* și *soft power* (Joseph Nye), tratate drept mecanisme în exercitarea influenței unei entități (țară, organizație etc.) asupra altei entități.

Amenințarea hibridă sau *hard și soft power*, potrivit acestor și altor autori, includ alături de alte resurse, violente și nonviolente (militare, economice), pe cele cibernetice și mass-media atât din interiorul, cât și din exteriorul țării supuse amenințării hibride, precum și tehnologiile avansate (dronele, de exemplu) iar în viitor chiar roboții. Gama tehnicilor utilizate în contextul războiului hibrid este extrem de variată. Unele dintre ele poartă caracter agresiv (de exemplu, atacul cibernetic asupra *TV5 Monde* din 2015), altele, camuflându-și intențiile subversive, își etalează caracterul pseudoechidistant și corespunderea anumitor norme/practici valide de circulație internațională a informației (...).

Pentru a influența opinia publică, țările-amenințătoare hibrid aplică întâi de toate arsenalul de resurse ale comunicării interne care, în virtutea anumitor circumstanțe, sunt consultate tradițional sau istoric de cetățenii țării agresate. În al doilea rând, în scopuri subversive sunt puse pe rol mijloacele comunicării internaționale (radio, tv, web-ul). În al treilea rând, în războiul hibrid sunt frecvent folosite resursele mediatic interne din țările agresate: fie prin coruperea lor, fie prin crearea unor antene locale sau infiltrarea ocultă a instituțiilor media alogene în spațiile mediatic naționale. Cucerirea, totală sau cel puțin parțială, a spațiilor mediatic naționale, pe palierele ce se bucură de cea mai mare încredere sau popularitate, constituie unul dintre obiectivele războiului hibrid. Acestea și alte tehnici de agresiune hibrid converg în invazia culturală care, potrivit unor estimări, apare ca un real element de risc pentru existența unui stat sau a unei națiuni, deoarece produce disfuncționalități ale sistemului social.

Caracterul, plenitudinea și coerența implementării condițiilor de ordin intrinsec și extrinsec intrasocietali, precum și eliminarea sau, cel puțin, reducerea influențelor malefice invocate ale condițiilor de natură extrasocietale asigură securitatea spațiului mediatic ca parte a celui informațional general. Configurarea rudimentară, parțială sau incoerentă a condițiilor intrasocietale de referință, precum și acceptarea, ignorarea sau tolerarea circumstanțelor defavorizante extrasocietale alimentează starea lui de insecuritate.

În studiul de referință, starea de insecuritate a spațiului mediatic a fost examinată pe diverse filiere: *situațiile de risc, vulnerabilitate sau amenințare*.

„Riscurile pentru spațiul mediatic, tălmăcite ca posibilități reale și/sau potențiale de a ajunge în primejdie, notam, sunt condiționate de vulnerabilitățile acestuia, adică de părțile lui slabe, defectuoase, criticabile, precum și de amenințările externe, articulate în intențiile premeditate de a submina integritatea și funcționalitatea spațiului mediatic.

Spațiul mediatic devine vulnerabil atunci când i se aduce atingere respectării în totalitate a vocației sociale și, implicit, încrederii de care acesta poate beneficia sau beneficiază. Astfel, putem asocia insecuritatea spațiului mediatic cu cel puțin următoarele surse de vulnerabilitate ale lui:

1. este construit pe alte principii decât libertatea presei și libertatea exprimării;

2. este limitat în resurse de orice gen (economice, tehnologice, profesionale etc.) pentru dezvoltare și adaptare la oportunitățile societății informaționale în condiții de competiție loială;

3. lipsește cadrul juridic și deontologic încurajator pentru dezvoltarea liberă a sectorului mediatic;

4. entitățile media probează dependență de factorii politici, ideologici sau economici inclusiv prin profesarea partizanatului și a mercenariatului politic, prin concentrarea și monopolizarea excesivă a mediilor de informare și pieței publicitare;

5. denotă lipsă sau insuficiență de diversitate mediatică în funcție de structura socială și demografică, precum și de pluralismul politic;

6. se atestă nivelul redus al posibilităților tehnice de accesare a informației de pe platforme diferite, inclusiv absența sau prezențele nesemnificative ale jurnalismului în rețea ca expresie a societății informaționale și dezvoltării *new media*;

7. acoperirea teritorială media este incompletă sau selectivă, există regiuni cu o densitate mediatică redusă;

8. consumatorii de informație duc lipsă de cultură media, inclusiv de competențe de a consuma informația mediatizată (*media literacy*) etc.

Vulnerabilitățile enunțate provoacă riscul periclitării credibilității entităților ce formează spațiul mediatic respectiv și, prin urmare, îl pot marginaliza în calitate de sursă de încredere de informare. Consecințele în asemenea situație pot fi cel puțin ambivalente: opinia publică lipsită de surse de informare credibile intră fie în faza de derută, fie este ușor manipulată.

Spațiul mediatic, înglobând părțile defectuoase invocate, devine un sol fertil pentru numeroase amenințări informaționale externe, articulate cel puțin în:

1. instituirea controlului neautorizat asupra segmentelor sau a sistemelor informaționale sau de comunicații întregi și atacuri cibernetice, inclusiv ce afectează mediile de informare de pe platformele virtuale;

2. penetrarea în entitățile media naționale, preluarea controlului asupra politicilor lor editoriale;

3. campaniile de presă la comandă/atacul informațional pe subiectele sensibile politice, economice sau sociale, altfel zis, desfășurarea propagandei prin dezinformare, semiadevăr sau stabilirea unei agende false sau pretins adevărate pentru a canaliza opinia publică în albia obiectivelor subversive oculte;

4. terorismul cultural care, potrivit unor surse, are drept scop distrugerea sistemului de valori al unui stat. Promovat prin mass-media, acesta poate, de exemplu, lua forma menținerii tensiunilor interetnice sau sociale în urma abordării tendențioase a unor subiecte sensibile, să zicem, de ordin lingvistic sau

etnic, conservarea mentalităților perimate sau nostalgice pentru vremurile și sistemele sociale apuse etc. ;

5. afluxul informațional asimetric extern prin intensificarea torentelor subversive de comunicare internațională a unei țări în raport cu altă țară, inclusiv prin instituirea antenelor locale ale mediilor străine sau coruperea în scopuri informaționale manipulatorii a mediilor locale;

6. agresiunea informațională care, conform unor autori, se manifestă în acapararea structurilor principale ale sistemului informațional intern, crearea și întreținerea unei imagini deformate asupra politicii și situației interne din statul vizat prin intoxicarea informațională a opiniei publice interne;

7. practicile calificate de cercetători drept manifestări ale imperialismului media, colonialismului electronic, tehnopartheidului mondial sau/și drept instrumente ale războiului hibrid.

În studiul de referință, în temeiul celor expuse, am tras concluzia că „ansamblul riscurilor determinate de vulnerabilitățile și amenințările invocate, pun în pericol securitatea spațiului mediatic național și, în cele din urmă, afectează securitatea informațională națională. Statele lumii pun în aplicare diferite acțiuni menite să minimalizeze riscurile respective ce afectează simțitor cursul firesc al comunicării internaționale (stabilesc interdicții sau acces limitat la unele medii de comunicare din afara țării de referință; pun în aplicare măsuri de contracarare a propagandei externe; elaborează și implementează strategii naționale de securitate informațională etc.). Practicile europene sunt relevante pentru că sugerează modele de securizare a spațiului mediatic fără compromiterea libertății presei și a circulației libere a informației atât la nivel național, cât și la nivel internațional”.

## **Capitolul VI. NOI ORIZONTURI ALE JURNALISMULUI NAȚIONAL**

În ultimele trei decenii, jurnalismul autohton și sectorul asociativ din domeniul mass-media au valorificat noi domenii mediatice, tehnici de colectare a informației și forme de exprimare. În context, vorbim, întâi de toate, de jurnalismul de investigație care, deși nu a reprezentat o noutate absolută (în perioada sovietică, practici de acest gen au fost atestate), totuși, s-a impus printr-o nouă substanță și abordare. Orizonturi inedite pentru spațiul mediativ indigen, în rândul al doilea, le-au deschis de asemenea jurnalismul web și jurnalismul participativ, fenomene generate de noile tehnologii informaționale. Ansamblul acestor și altor forme și tehnici de jurnalism au adăugat dimensiuni suplimentare comunicării mediatice indigene, sporindu-i utilitatea și atractivitatea publică.

### **A. Jurnalismul de investigație**

Jurnalismul de investigație, alături de jurnalismul „clipei” (de informare) și cel de relaționare a faptelor (comentativ sau de opinie) a constituit o ramificare firească și distinctă a jurnalismului în general. „Jurnalismul, scriind istoria clipei, notam în prolegomene la manualul *Jurnalism de investigație* (2008), se avântă prin labirinturile vieții politice, economice, sociale și culturale. Pe acest itinerar, jurnalistul are revelația descoperirii virtuții umane și sociale. Totodată el, uneori sau deseori, este surprins de situații încurcate, de tentativa omului sau a entității de a umbri unele lucruri, de a dosi unele fapte, de a trece sub tăcere unele evenimente. În asemenea circumstanțe, pe rol este pusă, în special, calitatea de „câine de pază” a mediilor de informare, iar jurnalistului îi revine misiunea de a dezvolta cazurile oculte. Astfel, jurnalismul a descoperit și a valorificat un câmp nou – jurnalismul de investigație”. [169]

Investigațiile mediologice stabilesc cu greu originile jurnalismului de investigație. Reputatul cercetător britanic al acestui fenomen, Hugo de Burgh, susține că acest tip de jurnalism în stare germinală a apărut concomitent cu lansarea primelor ziare, *Gazette de France* (1631) a lui Théophraste Renaudot fiind tipăritura de referință [138]. O viziune similară a fost promovată în spațiul indigen de cercetătorul Dumitru Coval care opina că izvoarele jurnalismului de investigație autohton se trag de la *Descrierea Moldovei* a lui Dimitrie Cantemir [77: 4, 80-85].

Interpretarea modernă a jurnalismului de investigație începe în a doua jumătate a sec. al XIX-lea și se cristalizează în veacul următor. În acest sens, Hugo de Burgh scria: „Se spune adesea că presa este primul strat, brut, al istoriei, dimpotrivă, jurnalismul de investigație oferă primul strat, brut, al legislației. Și o face atrăgând atenție asupra eșecurilor sistemelor de regularizare a societății”. [138:9]. David E Kaplan, directorul executiv al *The Global Investigative Journal-*

*lism Network (Rețeaua Globală a Jurnalismului de Investigație)*, în manualul *Story-Based Inquiry: A Manual for Investigative Journalists (Investigația în baza istoriei: Suport pentru jurnalismul de e)* editat de UNESCO, a reținut următoarea definiție: „Jurnalismul de investigație ocheste în dezvoltarea acelor fapte și istorii care în mod premeditat au fost dosite de unii reprezentanți ai puterii sau s-au rătăcit în noianul haotic de informații și întâmplări ce împiedică receptarea lor corectă. Atare activitate revendică ut ilizarea unui număr important de surse și documente atât secrete, cât și publice”. Asociația jurnaliștilor de investigație din Olanda și Flandria, Belgia (VVOJ) a calificat jurnalismul de investigație drept jurnalism „critic și aprofundat”.

„... Atât cercetătorii acestui fenomen, cât și jurnaliștii din domeniu, concluzionăm în prolegomenele la manualul citat *Jurnalismul de investigație* (2008), sunt cvasisolidari când determină obiectul de considerare al jurnalismului de investigație: comportamentul imoral și ilegal al individului, al business-ului și al agenților guvernamentali. Atare comportament ce afectează interesul public și buna funcționare a corpului societal vizează corupția politică, infracțiunile economice, abuzul de putere, crimele, fraudele și alte fărâdelegi. Jurnalismul de investigație, acționând în această sferă subterană a societății, are tocmai misiunea de a minimaliza flagelurile de referință prin forța transparenței și a opiniei publice” [169]. Altfel spus, jurnalismul de investigație din start poate fi conceput ca un instrument de asanare socială. În sprijinul acestei aserțiuni am făcut referință la spusele lui Mihai Eminescu din anul 1876 inserate în paginile ziarului *Timpul*, chiar dacă acestea aveau o altă țintă: „De câte ori un creștin s-apucă la noi să scrie un rând, ca să lumineze neamul – presa este lumina...”.

„Jurnalismul de investigație, notam în continuare, în opțiunea de a induce lumină în viața socială, adică de a dezvălui afacerile ascunse, se produce în multe cazuri pe post de „anchetator”, „detectiv” sau (și) „justițiar”. Spre deosebire de aceștia care lucrează pentru a fundamenta, să zicem, un dosar penal, jurnalistul caută informația despre activitatea delincventă a actorilor economici sau decizionali pentru a scrie o anchetă de investigație. În ultimul timp, jurnalismul de investigație depășește zonele obscure ale societății, valorificând noi segmente ale vieții umane. El reconstituie pagini „albe” din istoria țării, recuperează golurile din memoria socială despre evenimentele istorice neglijate sau distorsionate odinioară (foametea, deportările, genocidul etc.). Jurnalismul de investigație își îndreaptă atenția de asemenea asupra unor fapte și evenimente de dată recentă pentru a le cerceta cauzele și efectele (mișcarea de eliberare națională, conflictele militare, ostilitățile interetnice, fobiile sociale etc.). El cercetează fenomenele curente controversate (crizele economice și cele politice, actele teroriste, turbulențele politice și sociale etc.)”. [169:7]



Investigațiile jurnalistice autohtone din anii `90, potrivit lui Dumitru Coval, au vizat preponderent problematica ecologică: tăierea nesancționată a pădurilor, exploatarea hrăpăreață a resurselor acvatice, protecția solului, utilizarea chimicalelor în agricultură etc. Tot atunci, o serie de publicații (*Țara, Literatura și Arta, Sfatul Țării, Glasul Națiunii*) au inserat articole de investigație ce au dezvăluit nereguli în activitatea atât a administrațiilor publice de atunci, cât și a unor agenți economici. *Țara*, de exemplu, a scris despre compania moldovenească *Valeologia* acuzată în România de contrabandă cu arme și substanțe radioactive. Dezvăluirile efectuate au condus la lichidarea entităților implicate în aceste fărâdelegi. [77:28]

Articole de acest gen însă în perioada de referință au fost puține. În urma analizei scrierilor respective, Dumitru Coval a conchis: „Suntem alarmați de faptul că în prezent, numărul publiciștilor profesioniști din Moldova care practică permanent în activitatea lor de creație metodele jurnalismului de investigație, este foarte mic. Avem zeci de colective de oameni de creație în interiorul cărora ani de-a rândul nu se înfăptuiesc niciun fel de cercetări cu încercări de analiză a situației ce s-a creat în societatea noastră”. [78:90]

În deceniile următoare, jurnalismul de investigație a devenit domeniul de valorificare de către mai mulți actanți media sau reprezentanți ai societății civile de profil. În acest răstimp, diferite publicații periodice generaliste naționale, precum *Timpul, Flux, Jurnal de Chișinău* etc., o serie de ziare locale (*Cuvântul* de la Rezina, *Observatorul de Nord* din Soroca etc.), dar și servicii media audiovizuale (*ProTV Chișinău, Radio Vocea Basarabiei ș. a.*) au inserat numeroase anchete reportericești despre diferite cazuri de deturnare de bani publici, evaziune fiscală etc., unele dintre cele mai răsunătoare fiind analizate în manualul *Jurnalism de investigație* (cazul proxenetului Șalun, afacerea Șoda) [137:29-32]. În perioada de referință, mai multe tipărituri periodice au inaugurat pagini tematice (drept exemplu poate servi *Flux-Ancheta*). Tot atunci au fost create o serie de asociații obștești axate pe dezvoltarea jurnalismului de investigație.

Jurnalismul de investigație a fost proliferat, în bună parte, grație suportului financiar din partea donatorilor externi. Astfel, deja în debutul anilor 2000, Fundația Soros-Moldova a susținut un șir de anchete privind traficul de ființe umane, Ambasada Franței de la Chișinău și Ministerul francez de externe a sprijinit activitatea Departamentului de investigații al Asociației Presei Independente care timp de un an (octombrie 2002-octombrie 2003) a investigat corupția și crima organizată. Beneficiarii acestor investigații au fost 16 publicații ce au inserat în paginile lor anchetele reportericești elaborate. [40:75]

În anii respectivi, în Republica Moldova au apărut și primele publicații periodice specializate în materie de investigație jurnalistică. Parcursul lor de-a lungul anilor a fost diferit. Unele tipărituri, fiind supuse presiunilor politice, au cedat

curând, altele însă au dăinuit în timp. În acest context, relevante sunt publicațiile săptămânale *Accente* și *Ziarul de Gardă*.

Ziarul privat *Accente* a fost lansat pe 26 iunie 2001. Acesta a fost conceput drept un săptămânal de investigație. Publicația a dispus de o echipă de jurnaliști ambițioși care a realizat mai multe anchete de investigație despre afacerile dubioase ale unor înalți demnitari, despre corupția în justiție, educație și sistemul ocrotirii sănătății. Anchetele, deși erau pe alocuri vulnerabile din cauza argumentărilor insuficiente sau a nerespectării riguroase a normelor deontologice (a se vedea analiza lui Ion Enache *Accente și incidente deontologice* [93]), totuși, au electrizat opinia publică. Drept urmare, *Accente* își câștigase curând „popularitate prin articolele sale de investigație”, potrivit estimării din 2005 a Coaliției Civice pentru Alegeri Libere și Corecte.

E de menționat totodată că unele dintre articolele publicate au constituit motivul mai multor presiuni exercitate asupra ziarului. Ele s-au declanșat în mod vizibil pe 9-10 octombrie 2002, când organele de drept au interzis apariția unui număr al săptămânalului, au arestat toată tehnica, arhiva și materialele redacției. Atunci, portalul *union.md* relatează că omul legii vizat în investigația de referință a procurat din chioșcuri întregul tiraj al publicației în care trebuia să apară articolul, redacția fiind nevoită să editeze a doua zi un nou tiraj. Apoi a urmat acționarea directorului ziarului în judecată (pentru o pretinsă luare de mită). IDIS Viitorul în *Cartea neagră a mass-media moldovenești* (2011) astfel a descris cazul: „Angajații Direcției anticorupție din cadrul MAI au sechestrat toate bunurile redacției *Accente* motivând că ar căuta „niște documente care ar avea legătura cu unele articole publicate în numerele anterioare ale ziarului”. S-ar fi pretins că Sergiu Afanasiu, directorul publicației *Accente*, ar fi luat mită de la un om de afaceri pentru a nu publica careva informații în publicație. Pe numele acestuia a fost deschis un dosar penal. Ziariștii de la săptămânalul *Accente* susțin că „flagrantul organizat directorului publicației, Sergiu Afanasiu, în care a fost reținut pentru luare de mită, ar fi fost organizat în mod abuziv de persoane din conducerea de vârf a Republicii Moldova, interesate în lichidarea publicației”. Avocatul lui Afanasiu, Roman Mihăeș, președintele de atunci al Asociației avocaților liberi profesioniști din Republica Moldova, a menționat că în baza declarațiilor lui Afanasiu, acesta ar fi „victima unor intrigi iscate în jurul său”, aducând acuzații la adresa directorului SIS, Ion Ursu, a ministrului de Interne, Gheorghe Papuc, precum și a ex-ministrului de Interne, Vladimir Țurcanu, actualul ambasador al Republicii Moldova în Federația Rusă. Ziariștii de la *Accente* au sesizat autoritățile despre acest caz, inclusiv președintele țării dl V. Voronin, cerând ca Sergiu Afanasiu și Valeriu Manea să fie cercetați în stare de libertate, să nu favorizeze abuzul forțelor de ordine, în caz contrar vor declanșa o grevă a foamei. Un memoriu asupra acestui caz a fost înmănat Secretarului General al Consiliului

Europei (CE), dl Walter Schwimmer, aflat într-o vizită de lucru la Chișinău, care a declarat că „arestarea unui ziarist este întotdeauna un lucru deosebit de serios și grav” și că „CE va monitoriza cazul *Accente*”. [36:22]

Filmul privind situația ziarului *Accente* a fost prezentat de asemenea în investigația Corneliiei Cozonac *Cazul „Accente” – o încercare de a cuminti presa independentă* din care cităm: „Nu vrem să se creadă că ținem partea celor care iau mită, vrem însă cu tot dinadinsul să atenționăm asupra unor tendințe grave de persecutare a jurnaliștilor de către guvernarea comunistă și de încercarea de a reduce la tăcere mediile de informare independente. Din surse sigure am aflat că actualmente în unele cabinete ale puterii se lucrează asupra unui plan de „cumintire” a unul alt ziar – *Jurnal de Chișinău*, care a publicat în ultimul timp mai multe materiale compromițătoare la adresa unor persoane influente din conducerea țării. Iată ce fel de democrație ne oferă conducerea comunistă. Lupta cu corupția pentru actuala putere s-a transformat în lupta cu jurnaliștii și persoanele care demască corupția în țară”. [79]

În decembrie 2003, directorul ziarului *Accente* a demisionat iar publicația, schimbându-și proprietarii, a adoptat o altă politică editorială, străină de investigațiile jurnalistice. Radio *Europa Liberă*, referindu-se la evoluțiile ziarului *Accente*, consemna pe 3 februarie 2004: „Echipa de jurnaliști a ziarului independent *Accente* și-a anunțat demisia, în semn de protest față de ceea ce au numit instituirea de către noua conducere a cenzurii în favoarea unor persoane aflate acum la putere la Chișinău. Într-o declarație difuzată marți, ziaristele Aneta Grosu, Natalia Costaș, Ileana Rusu și Aliona Avram îl acuză pe noul director al ziarului, Nicolae Roșca, că ar fi admis publicarea unor articole la comanda reprezentanților actualei guvernări. Unul dintre argumentele aduse de cele patru ziariste este că ziarul *Accente* a publicat recent un articol de omagiere a poetului Mihai Eminescu articol, care, potrivit lor, conține, „date și idei eronate, cu un profund caracter antinațional, scrise de aceiași autori care, ulterior, în presa guvernamentală, publică „comentarii ample”, menite să deterioreze în continuare relațiile Republicii Moldova cu România” [87]. Ulterior, ziarista de la *Accente* Aneta Grosu și angajata pe domeniul media al *IDIS Viitorul* Alina Radu au fondat un nou săptămânal de investigații – *Ziarul de Gardă (ZdG)*.

Primul număr al *ZdG* a apărut pe 29 iulie 2004. De-a lungul anilor, acesta a rămas fidel sloganului (*Spune adevărul*), viziunii (*Demascăm corupția, oriunde ar fi*) și misiunii sale (*Promovăm transparența și drepturile omului, servim interesul public prin jurnalism de investigație și informare echidistantă*). *Ziarul de Gardă* a adunat sute de investigații jurnalistice. În anul 2018, potrivit raportului anual, de exemplu, echipa *ZdG* a publicat peste 150 de anchete reportericești în format print, multimedia sau video, peste 200 de reportaje și istorii umane în toate formatele și peste 3000 de știri la minut despre evenimentele de maxim

interes public. În anul de referință, *ZdG* a scris despre averile judecătorilor și procurorilor, despre privatizarea netransparentă a operatorului aerian național „Air Moldova”, despre construcția sălii sportive polivalente „Chișinău Arena”, despre sutele de familii ajunse victime ale companiilor de construcții după ce au investit zeci de mii de euro dar au rămas și fără bani, și fără case etc. [286]

*ZdG* a devenit cel mai longeviv și ascendent demers al jurnalismului local de investigații (în 2019 a împlinit 15 ani), având sprijinul atât al cititorilor, cât și al finanțatorilor externi. În 2019, de exemplu, tirajul total al *ZdG* în limba română a constituit circa 374000 de exemplare sau cu 11% mai mult decât în anul 2018 (335650 de exemplare). Din 2015, *Ziarul de Gardă* a început să fie editat și în limba rusă. Tipăritura valorifică și domeniul audiovizual sub marca Reporter de Gardă, investigațiile respective fiind preluate de mai multe posturi naționale și locale. Publicația dispune de asemenea de pagina web [www.zdg.md](http://www.zdg.md) în română, rusă și engleză vizitată zilnic de peste 10 mii și anual (2019) de circa 1,9 milioane de persoane din peste 50 de țări. *Ziarul de Gardă* este prezent pe rețele sociale (*Facebook, Youtube, Twitter, Instagram, Одноклассники*). În 2020, *ZdG* a creat un canal de *Telegram*, un șir de podcasturi pe teme politice și sociale, săptămânal difuzează programul video *Sinteza ZdG*. Din anul 2018, *ZdG* a devenit membru al Rețelei Globale a Jurnaliștilor de Investigație (GIJN) care include circa 200 de echipe de reporteri de investigație din 75 de state ale lumii.

Directoarea *ZdG*, Alina Radu, într-un articol din revista *Mass-media în Moldova* (2015, iunie) astfel a comentat statutul, oportunitatea și efectele jurnalismului de investigație: „Jurnalismul de investigație din Moldova cred că e cel mai necesar, alături de cel de știri. În timp, schimbările produse de unele anchete reportericești au fost mai vizibile și mai eficiente decât multe activități sau non-activități ale organelor de anchetă sau judiciare. Seria „Judecătorul din iad” a dus la un început al purificării sistemului judiciar de judecători care îndeplinesc comenzi politice; seria „Palatele demnitarilor” a început cu atâtea dificultăți, încât și noi nu credeam că vom ajunge atât de departe. Primul articol de acest gen care prezenta palatul șefului CNI a fost discutat în parlament, unde atât șeful legislativului, cât și liderii partidelor pro-europene au admonestat public reporterii că „fac cârpă din om în cinci minute”. Apoi au urmat amenințări de la judecătorii ale căror palate apăreau pe prima pagină. Dar în doar câteva luni, atât proprietarii de palate cu fotolii în justiție sau în guvern, cât și colegii lor politici, dar mai ales consumatorii de presă, nu au mai pus la îndoială necesitatea și importanța prezentării averilor demnitarilor așa cum sunt ele. Acum nu cred că cineva pune la îndoială că orice demnitar trebuie să aibă CV-ul la vedere, cu studiile indicate corect”. [231]

Pe durata apariției, *ZdG* a devenit publicația incomodă pentru mai mulți politicieni și oameni de afaceri, certați cu legea. În consecință a fost supus mai

multor atacuri. Exemplificăm după *Wikipedia* și rapoartele anuale ale *ZdG*. În luna aprilie 2011, redacția *Ziarului de Gardă* a fost supusă unui atac de imagine. Atunci a fost tipărit și distribuit un ziar fals cu denumirea *ZdC* (G fiind înlocuit cu C), acesta fiind folosit drept instrument de luptă politică. La 11 septembrie 2014, pagina electronică a *ZdG* a fost blocată timp de câteva ore după publicarea articolului „Mitropolitul de milioane: Casa de lux și femeia din spatele ÎPS Vladimir”. La data de 4 mai 2017, a doua zi după pichetarea Parlamentului cu ocazia Zilei Mondiale a Libertății Presei, rețeaua *Moldpresa*, fără nicio avertizare prealabilă, nu a distribuit cititorilor și abonaților numărul ordinar al *ZdG* ce cuprindea mai multe articole de investigație care dezvăluiau afacerile ascunse ale unui șef de la Centrul Național Anticorupție (CNA).

În 2019, reporterii *ZdG* au monitorizat dificultățile și agresiunile pe care le suportă jurnaliștii din cauza meseriei: acces limitat la informații, acces la informații publice cu plată, agresiuni verbale de la tribune politice, agresiuni online, atacuri și amenințări în teren, la locul exercitării meseriei de jurnalist. Cazul parlamentarului care o bruschează și îi rupe ghiozdanul reporterei *ZdG* la protestele din iunie 2019 a fost pe larg mediatizat, se arată în raportul anual al publicației, iar deputatul s-a văzut nevoit să ceară scuze publice datorită presiunii comunității, dar și materialului video filmat de reportera *ZdG*. Anul 2019 s-a încheiat cu excluderea reporterilor *ZdG* de la întrevvedere a Președintelui cu presa. În pofida acestor și altor intimidări, ziarul a supraviețuit și continuă până în prezent să lupte cu actele de corupție.

Pentru realizarea diverselor anchete și reportaje, *ZdG* a beneficiat de susținerea unui șir de organizații internaționale. În acest sens raportul anual 2020, de exemplu, face referință la sprijinul *Internews Moldova* pentru dezvoltarea instituțională; *Open Society Foundation* – pentru menținerea Departamentului Investigații al ziarului, *Free Press Unlimited* din Amsterdam și Ambasada Olandei la București – pentru apariția ediției în limba rusă a *ZdG*, al Ambasadelor Statelor Unite și Canadei de la Chișinău și București – pentru monitorizarea reformelor în justiție și a alegerilor, al Departamentului pentru relația cu R. Moldova al Guvernului României – pentru editarea *ZdG* etc.

Jurnalismul de investigație în ultimele două decenii a devenit de asemenea domeniul de preocupare pentru câteva asociații obștești autohtone ce activează pe filiera media. E vorba, întâi de toate, de *Centrul de Investigații Jurnalistice (CIJ)*, creat în aprilie 2003. Activitatea de bază a centrului, potrivit site-ului instituțional *investigatii.md*, este îndreptată spre îmbunătățirea calității jurnalismului de investigație în Republica Moldova, consolidarea capacității jurnaliștilor de investigație, promovarea celor mai bune metode și tehnici pentru jurnalismul de investigație, precum și desfășurarea unor campanii de sensibilizare a opiniei publice. *CIJ* este totodată un furnizor important de investigații jurnalistice.

În anii de activitate, echipa centrului a realizat sute de anchete jurnalistice care au avut ca subiect fapte de corupție și crimă organizată, încălcarea drepturilor omului, protecția copiilor etc. Articolele de investigație ale *CIJ* au fost publicate și difuzate concomitent de un număr mare de ziare, posturi de radio și TV naționale și locale. *CIJ*, conform rapoartelor anuale, a dezvoltat o rețea a jurnaliștilor de investigație pe întreg teritoriul R. Moldova și a stabilit colaborări cu jurnaliști din Ucraina și România, cu care a realizat anchete transfrontaliere, dar și cu jurnaliști din alte țări. În anul 2019, de exemplu, *CIJ* a efectuat 71 de investigații jurnalistice pe teme de corupție, integritatea funcționarilor publici și candidaților electorali, utilizarea frauduloasă și irațională a banilor publici, inclusiv în cadrul achizițiilor publice, discriminarea și respectarea drepturilor omului etc. *CIJ* a menținut patru platforme web ([www.investigatii.md](http://www.investigatii.md), [www.anticoruptie.md](http://www.anticoruptie.md), [www.medialab.md](http://www.medialab.md) și [www.medisource.info](http://www.medisource.info)). Pe portalul [www.anticoruptie.md](http://www.anticoruptie.md), de exemplu, în anul de referință au fost plasate circa 770 de știri, 400 de profiluri ale candidaților la scrutinul parlamentar din 2019 etc.

*CIJ* a desfășurat multiple campanii media de sensibilizare a opiniei publice. Între acestea s-au numărat „Promovarea jurnalismului de investigație în Moldova” susținută de National Endowment for Democracy (2008-2010); „Jurnaliștii pentru eliminarea torturii și protecția victimelor torturii și relexor tratamentelor” desfășurată sub egida Programului Națiunilor Unite pentru Dezvoltare în Moldova (2009-2010); „Jurnaliștii pentru șanse egale și diversitate” sprijinită de Programul Egalitate și Participare Civică al Fundației Soros-Moldova (2012-2013; 2013-2014); „Toleranță zero corupției! Fii activ și pune corupția la zid!” finanțată de Programul Buna Guvernare al Fundației Soros-Moldova; „Parteneriat între mass-media, societatea civilă și instituțiile publice în prevenirea și combaterea traficului de ființe umane” facilitată de Reprezentanta în Moldova a Organizației Internaționale pentru Migrație (2010-2013); „Banii Publici sunt și Banii Mei” în parteneriat cu Asociația pentru o Guvernare Eficientă și Responsabilă (AGER), cu suportul Uniunii Europene și NED (2015-2017), „Mobilizarea societății civile cu scopul de a susține integritatea în sectorul Justiției în Republica Moldova”, „Promovarea votului informat și conștient la alegerile locale generale 2019” (2018-2019) etc.

*Asociația Reporteri de Investigație și Securitate Editorială din Moldova* cunoscută ca *RISE Moldova* a fost înregistrată la Ministerul Justiției pe 17 martie 2014 (director – Iurie Sanduță). Ea, potrivit propriei estimări, constituie o „instituție media independentă, non-profit, fără patron”, o comunitate de jurnaliști ce investighează crima organizată și face conexiuni din zone offshore, dezvăluie scheme de spălare a banilor din Europa de Est și Asia Centrală, scheme de corupție, contrabandă, fraude fiscale, trafic de arme și scoate la lumină afacerile ascunse ale politicianilor. Conform site-ului instituțional, *RISE Moldova* face



parte din rețeaua globală a jurnaliștilor de investigație *Global Investigative Journalism Network* (*Rețeaua globală a jurnalismului de investigație*) și este membru al organizației *The Organized Crime and Corruption Reporting Project* (OC-CRP) (*Proiectul de raportare a criminalității organizate și a corupției*). În 2015 și 2016, RISE a fost partenerul pentru Republica Moldova al proiectelor globale de investigație, coordonate de *The International Consortium of Investigative Journalists* (*Consortiul Internațional al Jurnaliștilor de Investigație*).

Potrivit rapoartelor anuale, *Rise Moldova* a efectuat multiple anchete ce au fost „zgomotoase și au creat reacții chiar și la Guvern”. Dintre cele mai relevante articole de investigații incluse în raportul 2019, de exemplu, la categoria Top 10 reținem doar câteva: *Ministerul interceptărilor* (despre interceptarea și filarea de către procurori a opozițivilor guvernării), *Nobilul lui Plahotniuc, sechestrat de procurori* (despre sechestrarea proprietăților fostului lider al PDM), *Noul beneficiar din Cipru al aeroportului din Chișinău și conexiunile cu Plahotniuc* (despre privatizarea aeroportului respectiv) etc. Aceste și alte materiale de investigație au fost postate pe site-ul *Rise Moldova* ([www.rise.md](http://www.rise.md)) (potrivit Google Analytics, ele au beneficiat de peste jumătate de milion de vizitatori unici), precum și pe rețelele sociale *Facebook* și *Twitter*. În anul 2020, potrivit raportului de activitate, *Rise Moldova* a efectuat șapte seturi de anchete, inclusiv *Kremlinovici* (despre fostul președinte al Republicii Moldova, Igor Dodon, și relațiile lui cu Moscova), *Metalleaks* (protagonistul serialului – fostul lider PDM Vlad Plahotniuc), *Covid 19* (despre fraudele în perioada pandemică), *Fake News* (despre creatorii știrilor false) etc. *Rise Moldova* a continuat să elaboreze profilurile, inițiate în 2019, ale celor mai controversate personaje politice și business etc.

Jurnalismul de investigații de la noi, deși în ultimele două decenii a cunoscut un anume reviriment, deocamdată nu a obținut o prezență constantă în peisajul mediatic autohton. El rămâne preponderent terenul de afirmare a unor tipărituri izolate sau a unor echipe de jurnaliști curajoși. Politicile editoriale ale celor mai multe medii ocolesc discret jurnalismul de investigație. În cele mai frecvente cazuri, finanțarea lui cade pe umerii donatorilor externi. Redacțiile nu au făcut tentative convingătoare și efective de a antrena publicul în susținerea financiară a jurnalismului de investigație. Situația dată este determinată, în bună parte, de faptul că factorii decizionali ignoră sau nesocotesc anchetele reportericești fără a le acorda atenția cuvenită. În acest sens, Alina Radu în articolul citat afirma: „considerăm reacția autorităților la anchetele reportericești drept cea mai slabă verigă”. Totodată, autorii investigațiilor deseori nu beneficiază de protecția ce se impune. Altfel spus, starea jurnalismului autohton de investigație nu ne permite să constatăm contribuțiile lui vizibile, majore și constante, în asanarea vieții publice. Oricum, contează perseverența și discernământul lui pe acest făgaș.



## **B. Jurnalismul web**

Jurnalismul web sau online reprezintă o consecință implicită a dezvoltării tehnologiilor informaționale și a valorificării acestora în câmpul mediatic. Geneza lui am abordat-o în studiul *Comunicarea internațională* (2017) [165] de unde reproducem câteva spicuiuri.

„Tehnologiile de comunicare de-a lungul istoriei (motorul cu aburi fiind cap de listă) au contribuit la dezvoltarea lumii”, notam în studiul menționat, făcând referință la cercetătorul american al impactului social al tehnologiilor de comunicare Ithiel de Sola Pool care a afirmat: „Presa, cinematografia și, mai ales, radioul, în moduri diferite au promovat dezvoltarea: prin transmiterea noilor modalități de lucru, prin generarea aspirațiilor, prin crearea tendinței de identificare la scară națională și, în final, la cea internațională. Toate au permis crearea unei piețe mai ample pentru bunuri și un scenariu politic mai puțin provincial”. Drept consecință, savanții au pus în circuit noțiunea comunicarea pentru dezvoltare. Denumită uzual C4D, aceasta a fost tratată din perspective diferite: a modernizării/occidentalizării sociale (în anii `50-60), a dependenței de modelele externe (anii `70), a evoluțiilor societale radicale (anii `80-90 ai secolului trecut). Cercetătorul nigerian Adiamoh Gbola în studiul *Glocal Communication: Communicating Global Ideas with Local Audience (Comunicarea Glocală: Comunicarea ideilor globale cu publicul local)* (2013), remarcând diversitatea de abordări menționată, a relevat oportunitatea dezvoltării durabile, iar expertul american Srinivas R. Melkote în studiul *Communication for Development in the Third World (Comunicarea pentru dezvoltare în Lumea a Treia)* (1991) a tratat comunicarea pentru dezvoltare ca un factor al avansării socioeconomice.

Cercetătorul britanic Thomas H. McPhail într-o serie de lucrări, inclusiv *Global Communication (Comunicarea globală)* (2010), s-a referit la jurnalismul pentru dezvoltare care este „axat pe nevoile, punctele forte și aspirațiile jurnalistice din statele-națiuni în curs de dezvoltare din lumea a treia”. Sociologul chinez Xo Xiaoge în articolul *Development Journalism (Jurnalismul pentru dezvoltare)* scria că acest concept a ajuns în Asia în anii `60, odată cu obținerea independenței de către fostele colonii. Jurnalismul pentru dezvoltare, a opinat el, se bazează nu pe știrile curente, ci pe procesul de dezvoltare pe termen lung. În sec. al XXI-lea, comunicarea pentru dezvoltare este reconsiderată. Astfel, latinoamericani Jan Servaes & Patchanee Malikhao se pronunță în favoarea redimensionării comunicării pentru dezvoltare în comunicarea participativă. [165:26]

Acest tip de comunicare, urmând matricea generală de dezvoltare a comunicării în era internetului, a evoluat de la broadcasting la socialcasting. Autorul acestei viziuni, italianul Davide Bennato, în studiul *Sociologia dei media digitali (Sociologia mediilor digitale)* (2011) a opinat, poate într-un fel exagerat, că beneficiarii de informații dedică tot mai mult timp nu radiodifuziunii, televiziunii, ci

comunicării pe internet. Astfel, a conchis el, comunicarea de masă migrează din sfera mijloacelor analogice și electrice (broadcasting) spre cele informaționale. Locul broadcasting-ului axat pe informare, pe coeziunea și controlul social, având o arhitectură precisă de transmitere, cedează locul unor altor posibilități demasificate, individualizate a difuzării informației. Omul, observă Bennato, nu mai e ca altă dată expus, dintr-un centru anume, „bombardării” premeditate cu fluxuri informaționale. Acesta sau comunitatea de oameni decid autonom caracterul și cantitatea conținuturilor consumate, iar natura participativă se regăsește în blog, rețelele sociale etc. Astfel se produce înlocuirea comunicării unuia cu mulți (narrowcasting-ul în care broadcasting-ul interacționează cu sistemul social) prin comunicarea multora cu unul (webcasting-ul care fixează relaționarea surselor de informații de pe net cu utilizatorul de net). [165:30]

Remodelarea mediilor tradiționale, am arătat în studiul de referință, s-a produs, pe de o parte, prin lansarea versiunilor lor electronice adaptate la rigorile și avantajele internetului, iar pe de alta – în conceperea unor medii noi (*new media*) care au integrat cuvântul scris, sunetul și imaginea în coordonatele „gramaticii digitale”. Reperetele acestei gramatici sunt: 1) conectivitatea (acces potențial nelimitat la informații grație dezvoltării sistemului); 2) hipertextul (acces imediat, la nivel mondial, la toate componentele unui subiect în legătură cu cel conex sau de referință); 3) interactivitatea (retroacțiunea la informația furnizată). Drept urmare apare socialcasting-ul care, după Bennato, reprezintă modalitatea participativă de transmitere a informației proprii mediilor sociale de pe web. În context, el notează: „Procesul de comunicare web participativă poate fi înscris pe o distanță lungă acoperită de media (prima electrică, apoi electronică) care, în strategiile lor de distribuție (casting), inițial au apelat la publicul larg (broad), apoi la public restrâns (narrow), până a ajunge la publicul de rețea (web) și, în cele din urmă, la publicul obișnuit cu colaborarea socială”. [165:249]

Transformările din câmpul mediilor de informare dictate de noile tehnologii au făcut, în opinia sociologului american de origine spaniolă Manuel Castells, ca Galaxia Gutenberg să fie substituită de Galaxia Internet. În contextul acestei aserțiuni, el nota: „Internetul e un mijloc ce permite pentru prima dată comunicarea a multor cu mulți, în timp discreționar, la scară globală. Așa cum difuzarea presei în Occident a creat ceea ce McLuhan a definit Galaxia Gutenberg, noi azi am intrat într-o lume nouă a comunicării: Galaxia Internet”. [38]

Programatorul englez Tim Berners-Lee, coautorul web, în acest sens menționa că internetul a fost proiectat să fie „un spațiu universal de informare” și că „universalitatea este esențială pentru web”. Internetul catalogat de Castells drept „coloana vertebrală” a comunicării globale mediate de computer (*global computer-mediated communication*) a constituit rețeaua care a legat majoritatea rețelelor de calculatoare în continuă ascensiune cantitativă

și calitativă. Această constatare expusă de Castells în prefața pentru ediția din 2010 a studiului său *The Rise of the Network Society (Edificarea societății în rețea)* exprimă într-o manieră succintă evoluțiile din ultimii 15 ani în câmpul comunicării. Extinderea rețelelor internet, conectarea la ele a unui număr tot mai mare de țări și oameni, migrarea în spațiul virtual a mediilor tradiționale de informare comportă multiple mutații în câmpul comunicării. Societatea în rețea (Castells) iar într-un sens mai larg, societatea informațională, trece în declin comunicarea de masă. Tradițional, aceasta a fost asigurată de presa scrisă, radiodifuziune și televiziune. Migrarea completă sau parțială pe internet menține caracterul lor de masă în etapa de producere și cea de livrare, deoarece este adresat și ajunge la un public potențial global prin intermediul rețelelor internet. Totodată, modurile de accesare și de consum își pierd din valențele comunicării de masă, devenind individualizate și la cerere. Această evoluție, potrivit lui Castells, prefigurează noua formă de comunicare socială: *mass self-communication*. În această ordine de idei, el afirmă că omul în cazul *mass self-communication* este „auto-generat de conținut, auto-dirijat în emisie și auto-selectat în recepționarea de către mulți care comunică cu mulți” (*to is self-generated in content, self-directed in emission, and self-selected in reception by many who communicate with many*).

La data de 22 august 2021, în lume, conform statisticilor internaționale la minut ([https://www.internetlivestats.com/?fbclid=IwAR2WikHo2XjpSyKVA2FCZtp-Efby\\_d7muJroZXsV6HMj\\_nAQeuHiZn15KZg](https://www.internetlivestats.com/?fbclid=IwAR2WikHo2XjpSyKVA2FCZtp-Efby_d7muJroZXsV6HMj_nAQeuHiZn15KZg). Accesat 22.08.2021), au fost atestați peste cinci miliarde de utilizatori de internet iar traficul pe internet a constituit 2541807841540 GB. La data respectivă au fost active circa 1,9 miliarde de site-uri web și circa 1,9 miliarde de bloguri. De notat că numărul acesta e în ascensiune neconținută. Valorificarea Galaxiei Internet pe filiera jurnalismului în lume a început în anii '90.

În Republica Moldova, acest proces a demarat în primul deceniu al secolului în curs, odată ce s-au format premisele tehnologice de accesare a e-spațiului informațional și s-a extins numărul de utilizatori ai internetului. În acest sens sunt relevante următoarele date ale Agenției Naționale pentru Reglementare în Comunicații Electronice și Tehnologia Informației (ANRCETI): în perioada 2000-2007, numărul de navigatori autohtoni pe internet s-a mărit cu 2100%, în 2005, contingentul lor triplându-se în raport cu anul 2004, în anul 2006 dublându-se față de anul precedent. Ca urmare, rata conexiunilor la internet fix calculată la 100 de locuitori a crescut de la 2% în anul 2004 și 6,6% în 2005 la 14,5% la începutul anului 2015 și 27,5% în primul trimestru al anului 2021.

Datele statistice despre evoluția pieței serviciilor de acces la Internet fix în bandă largă în anul 2021 agregate de ANRCETI arată că numărul abonaților la serviciile respective care au optat pentru conexiunile prin fibra optică (FTTX) a

înregistrat o creștere cu 3,7% față de trimestrul IV al anului 2020, alcătuind circa 727,0 mii.

În octombrie 2019, potrivit datelor Biroului de Audit al Tirajelor și Internetului (BATI), rata de penetrare a Internetului în Moldova a constituit 76% [9], iar în primul trimestru al anului 2021 a atins cota de 90,4 la sută, inclusiv penetrare acces la internet mobil dedicat – 6,9%. Potrivit studiului efectuat de compania *Viavi Solutions*, internetul în Republica Moldova cu capacitatea de un gigabit pe secundă, în 2018 a fost disponibil pentru 90 la sută din populația țării. La acest indicator, Moldova s-a situat pe locul trei în lume, după Singapore și Coreea de Sud și urmată de Qatar cu 78% și Spania și Portugalia cu 65 la sută (<https://www.viavisolutions.com/ru-ru/node/60183>. Accesat 16.08.21).

Premisele tehnologice remarcate au generat de-a lungul anilor '90 și, mai ales, în anii 2000, odată cu lansarea web 2.0, remodelarea mediilor tradiționale. Inițial, remodelarea de referință s-a rezumat la transpunerea în format electronic a informației scrise tradiționale. Versiunile electronice ale presei scrise și ale informațiilor audiovizuale, în esență, au reprezentat modele de jurnalism online rudimentar. Acest tip de jurnalism online mai este calificat de către specialiști drept *shovelware* (în engl. „lopată”). O mare parte din ziarele naționale, un număr considerabil de reviste generaliste și specializate, precum și unele tipărituri locale au dispus de versiuni electronice.

Acest proces global la care au aderat și mediile autohtone a fost determinat de preferințele consumatorilor de informație. Actualmente, utilizatorii autohtoni de internet, în bună parte (până la 75 la sută) citesc știrile în format online, iar peste 60% au demonstrat predilecție pentru presa scrisă online. Tot mai multe cercetări constată că webul la scară globală devine ireversibil sursa principală pentru consumatorii de știri.

În ultimul timp, o serie de publicații locale fie că au migrat definitiv în spațiul virtual, fie că dispun de versiuni atât printate tradițional, cât și în format electronic, ultimele făcând uz de diferite elemente ale „gramaticii digitale”. Astfel, *Jurnal de Chișinău*, până la renunțarea definitivă la varianta tipărită în versiunea sa de net, de exemplu, a aplicat link-urile la alte articole ale autorului sau la alte articole din același șir tematic. Ziarul *Timpul* a valorificat un șir de instrumente interactive, inclusiv comentariul cititorilor. Ziarul *de Gardă* – știrile online, hyperlink-ul, banda cu articole recomandate, motorul de căutare a rubricii/tematicii preferate etc. Revista *Florile dalbe* – diverse elemente de intertextualitate.

Domeniul *național.md* a inserat de asemenea o serie de publicații ce nu au avut un echivalent mediatic tradițional. Potrivit studiului efectuat în 2005 de Centrul de analiză și investigații sociologice, politologice și psihologice CIVIS, ponderea acestora pe piața website-urilor din Republica Moldova a reprezentat

21%. Majoritatea dintre ele au fost lansate în limba română, altele, la număr mic, sunt publicații online bilingve (română-engleză sau română-rusă).

Una dintre primele publicații concepute pe web de la noi a fost *Yam (Youth Attitude Magazine)* lansată în anul 2000. Inițial aceasta, potrivit <https://ro.wikipedia.org/wiki/Yam>, a avut un caracter de ziar de perete publicat online, cu știri zilnice și articole săptămânale. În cadrul concursului Webtop 2001, revista *YAM* a fost obținut premiul de gradul 1 la categoria „Site-ul anului”. În 2004, echipa *YAM* a creat *YamNews*, primul portal din Republica Moldova ce asigură agregarea știrilor produse de cele mai populare publicații moldovenești. Acesta funcționează în timp real, șapte zile din șapte și 24 de ore din 24. În anii următori au fost concepute pe web și multe alte site-uri de știri și comentarii, fiecare având propria identitate și o anume politică editorială. Potrivit unor date din 2015, numărul site-urilor de știri a depășit cifra de 400. [67;199]

Site-urile de știri estimate de Asociația obștească *MediaGuard* în funcție de calitatea jurnalismului profesat (producerea conținutului propriu, preluarea corectă a conținutului altor redacții, evitarea publicării știrilor manipulative, separarea faptelor de opinii, evitarea senzaționalității titlurilor) și de transparența și integritatea redacțională (date cu privire la locația redacției, numele reporterilor și editorilor, numele proprietarilor și ai beneficiarilor finali, afilierea politice, datele despre finanțări și finanțatori), au obținut o anume ierarhizare. Astfel, potrivit evaluării respective din anul 2021 a 15 site-uri de profil, s-a constatat că în totalitate au corespuns criteriilor de evaluare doar patru dintre ele, și anume: *TV8.md*, *newsmaker.md*, *anticoruptie.md* și *esp.md* (Bălți). Altele două au îndeplinit nouă din 10 criterii. Astfel, *agora.md* nu evită senzaționalizarea titlurilor și a imaginilor iar *diez.md* nu face publice datele despre finanțări și finanțatori. Pozițiile de mijloc le-au ocupat site-urile *deschide.md* și *protv.md*. La extrema opusă s-au situat site-urile care nu respectă peste cinci dintre criteriile de calitate și transparență (*sputnik.md*, *noi.md*, *point.md*, *kp.md*, *unimedia.info*). *timpul.md*, site-ul fostului ziar *Timpul*, al cărui distribuție a încetat în versiunea tipărită, nu îndeplinește niciunul dintre criteriile formulate de evaluare ([https://mediaguard.ngo/alte-patru-site-uri-au-fost-evaluate-in-cadrul-proiectului-presscheck-al-asocatiei-media-guard/?fbclid=IwAR2m1tnwExWGy79tqjNqZj97DrGJypPyW7DUfplzaE0l8jiyPlx8fz4u\\_Nc](https://mediaguard.ngo/alte-patru-site-uri-au-fost-evaluate-in-cadrul-proiectului-presscheck-al-asocatiei-media-guard/?fbclid=IwAR2m1tnwExWGy79tqjNqZj97DrGJypPyW7DUfplzaE0l8jiyPlx8fz4u_Nc). Accesat 16.08.21).

În ultimul deceniu, registrul site-urilor de știri a cuprins și un număr important de publicații web preocupate de propagarea știrilor false. Portalul *stopfals*, în această ordine de idei, a inițiat chiar elaborarea unei liste de site-uri de știri false care demonstrează caracterul lor efemer. Potrivit acestei liste, între anii 2020-2021 au devenit inactive circa 50 de site-uri de acest gen.

În anii 2000, evoluții similare s-au produs și în câmpul presei electronice. Un șir de servicii audiovizuale tradiționale, printre care s-au numărat IPNA

Compania *Teleradio-Moldova*, *ProTV Chișinău*, *TV8*, posturile de *Radio Moldova Actualități*, *Kiss FM*, *Noroc* etc. au avut prezențe nu doar în spațiul undelor electromagnetice ci și în cel virtual. Potrivit unor date, pe net atunci au fost prezente 47 de posturi de televiziune și 44 de posturi de radio locale sau în jurul de 80% din serviciile audiovizuale media.

În decembrie 2011, cu suportul Programului Comun al Consiliului Europei și Uniunii Europene „Susținerea Democrației în Moldova”, a fost creat Departamentul Multimedia al IPNA Compania *Teleradio-Moldova*. Tot atunci a fost lansat noul portal web al *TRM* ca mijloc de extindere a ariei de acoperire cu produse media marca *Teleradio-Moldova*, cu misiunea de a promova, difuza și arhiva produsele companiei în spațiul online pentru a fi accesate din orice colț al lumii și la orice ora a zilei. În prezent, [www.trm.md](http://www.trm.md), într-o versiune modernizată recent (2019), oferă următoarele produse multimedia: știri cu text, imagini, video, audio; arhivă de emisiuni; streaming TV (*Moldova 1*)/Radio (*Radio Moldova Actualități*, *Radio Moldova Tineret*, *Radio Moldova Muzical*); program emisiuni *Moldova1/Radio Moldova*; promo pentru emisiunile ce urmează să fie difuzate; produse multimedia și disponibilitatea lor pe telefoane mobile, tablete sau alte platforme; acte normative și decizionale din secțiunea *TRM*, care contribuie la transparența companiei. Materialele pe site-ul companiei sunt difuzate în trei limbi (română, engleză și rusă). Dacă în primul an de activitate, 2012, pe site-ul [www.trm.md](http://www.trm.md) au fost afișate 4313 materiale video și 4161 de materiale audio, atunci în 2020 au fost postate peste 9400 de știri, 4900 de emisiuni radio și tv. Site-ul instituțional a asigurat transmisiunile online în rețele sociale de la peste 920 de evenimente, precum și 362 de emisiuni radio și tv. În 2020, site-ul, conform datelor din raportul anual, a dispus de 898464 de utilizatori (de două ori mai mult decât în anul 2019), inclusiv din Republica Moldova (50,57%) și de peste hotare (49,43%). Departamentul multimedia a asigurat prezența Companiei *Teleradio-Moldova* în cadrul mai multor rețele sociale (*Facebook*, *Twitter*, *Google+*, *Однокласники*, *Vkontakte*).

Dezvoltarea jurnalismului web a mai însemnat conceperea unor medii noi (*new media*) care au integrat cuvântul scris, sunetul și imaginea în coordonatele gramaticii digitale. Jurnalismul autohton conceput pe net cuprinde astfel o diversă gamă de produse mediatice. Unul dintre primii actori mediatice care a explorat acest domeniu nou pentru Republica Moldova a fost agenția privată de știri online *reporter.md*. Ea și-a început activitatea la 1 septembrie 2000.

Beneficiarii autohtoni potențiali ai produselor online, potrivit raportului din februarie 2021 al Biroului de Audit al Tirajelor și Internetului din Moldova (BATI), au constituit peste 1,8 milioane de oameni, dintre care 53 la sută – femei și 47% – bărbați. 57% dintre ei sunt rezidenți urbani iar 43 la sută – rurali. Chișinăul concentrează cel mai mare număr de utilizatori de net (30%), urmați în ordine



succesivă de cei din centrul republicii (26%), nordul (22%) și sudul țării (14%). Cei mai puțini utilizatori sunt din UTA Găgăuzia (8%). Prezențele pe net ale utilizatorilor de site-uri MD variază în funcție de vârsta acestora. Audiența cea mai activă este reprezentată de tinerii între 20 și 29 de ani – 29%. Persoanele cu vârsta între 30 și 39 de ani, precum și cele 50+ ani au acumulat câte 22%. Tinerii între 15 și 19 ani au întrunit 10%, iar persoanele cu vârsta între 40 și 49 de ani – 17 la sută. Audiența online în funcție de studiile deținute dispune de următorii parametri: 31% – studii universitare, 9 la sută – colegii, 25% – studii liceale, 20 la sută studii specializate și 15 – studii medii. Potrivit aceluiași raport BATI, în 2021 cel mai solicitat de către tineri site de știri este *diez.md* (82 la sută dintre cei cu vârsta 15-39 de ani). Pe segmentul de vârstă 40-50+ ani, cele mai solicitate site-uri de știri și comentarii au fost *kp.md* (75%), *europaliberă.org* (64%), *mold-street.com* (63%), *anticorupție.md* (61%). [9]

Domeniul *.md* cuprinde, de asemenea, o serie de portaluri care, potrivit caracteristicilor lor relevante, pot fi asimilate cu ziarele generaliste tradiționale. Acestea reflectă prompt prin știri, interviuri, reportaje, comentarii, sondaje de opinii, întrebări și răspunsuri, evenimentele curente care au loc în societate. Din această categorie a făcut parte *Moldova azi* (*www.azi.md*) care poate fi catalogat ca ziar online. Lansat la 28 mai 2001 în calitate de extensiune a portalului *Moldova-News* (*www.interlic.md*), el a fost un proiect comun al Asociației DNT, Centrului Independent de Jurnalism și Institutului de Politici Publice, realizat cu suportul financiar al Fundației Soros-Moldova. Un statut similar poate fi atribuit și publicațiilor online *europa.md*, *PRESS-obozenie.md* etc.

Printre publicațiile web, un loc important îl ocupă cele specializate. La începutul anilor 2000, din această categorie au făcut parte *eurojournal.org*, *turism.md*, *agenda.md*, *lanternamagica.md*, *ladyclub.md* etc. Prima a oferit informații despre evoluțiile în domeniul integrării europene a Republicii Moldova, cea de-a doua a promovat itinerarele turistice naționale. *Agenda.md* a reprezentat un ghid pentru jurnaliști despre evenimentele ce urmează să se deruleze. Revista online *Lanterna Magică* a tratat problemele de artă și cultură iar *ladyclub.md* a fost prima revistă online din Moldova pentru femei. De remarcat că unele dintre ele între timp și-au sistat activitatea.

Un fenomen particular l-au reprezentat platformele online specializate în transmisiunile directe de la evenimentele publice sau cele corporative. Cel mai mare proiect de transmisiuni live din Republica Moldova și România a devenit *www.privesc.eu* (2009). Toate evenimentele video transmise în direct sunt arhivate și stocate în biblioteca online a portalului. Acestea sunt disponibile la orice oră și pot fi vizionate sau preluate. Pe chat-ul *privesc.eu*, vizitatorii pot lăsa comentarii, exprimându-și opiniile despre ceea ce se difuzează. Potrivit datelor, furnizate de *www.privesc.eu*, portalul este accesat lunar de circa două milioa-



ne de vizitatori unici. Din 2009 și până în prezent, potrivit site-ului instituțional, el a transmis live peste 45 de mii de evenimente, durata lor cumulativă constituind circa 44 de mii de ore. Ulterior, pe piața mediatică web s-au lansat și alte entități preocupate de transmiterea online a evenimentelor publice de importanță majoră (de ex.: *ipn.md*, *rlive.md* etc.).

Una dintre cele mai recente inițiative private în domeniul jurnalismului web a fost atestată în 2019 prin lansarea proiectului media CU SENS. Acesta este primul start-up jurnalistic din Moldova susținut de consumatorii de informație în coordonatele membership. Acest model de finanțare a presei libere a fost preluat de către fondatoarele CU SENS Liuba Șevciuc, Olga Ceaglei și Doina Ipatii din practicile altor țări. Portalul are în vizor cazurile dosite sau netransparente și cele spinoase ale vieții sociale pe care CU SENS le reflectă în investigații jurnalistice și reportaje (<https://cusens.md/ro/despre-noi/> Accesat 27.08.21).

În ultimii ani au fost făcute mai multe încercări de a dezvolta în format online audiovizualul autohton. Platforma video *play.md* (2007) a retransmis cele mai populare servicii de televiziune, videoclipuri, spoturi distractive. În același an, ea a efectuat prima transmisiune în direct a unui meci de fotbal la telefoanele mobile și pe site-ul Companiei franceze „Orange-Moldova”.

Primul post de televiziune online din Moldova a fost lansat în anul 2008 de ziarul *Jurnal de Chișinău – jurnaltv.md*. El a propus atunci, în original, știri și reportaje din diverse domenii, talk-show-uri („Cabinetul din umbră”), materiale de divertisment etc.

Deși jurnalismul web în republică face doar primii pași, el a produs deja multe efecte. Unul dintre acestea este jurnalismul participativ.

### ***C. Jurnalismul participativ***

Jurnalismul participativ, denumit de unii cercetători media și jurnalism cetățenesc, știri deschise sau jurnalism ocazional [125], constituie, la fel ca și jurnalismul web, un fenomen generat de noile tehnologii informaționale.

Internetul, potrivit lui Bill Gates, „va înlocui cele mai multe dintre formele de comunicare”. Se va adevăra sau nu acest pronostic, evoluțiile ulterioare ne vor arăta. Este cert însă că odată cu înrădăcinarea globală a internetului au apărut premisele tehnologice ale jurnalismului participativ. Una dintre acestea a fost *social network* (*rețeaua socială*). [101]

Noțiunea *social network*, arătam în studiul *Comunicarea Internațională* din care am preluat deja unele fragmente, a fost introdusă în circuitul științific de sociologul englez John Adam Barnes care a definit-o drept structură socială compusă din „noduri” (acestea fiind, în general, persoane sau organizații), legate între ele prin unul sau mai multe tipuri specifice de interdependență, cum ar fi valorile, viziunile, ideile, schimbul financiar, prietenia, afinitatea, aversiunea,

conflictul sau acordul. Sociologul Manuel Castells, autorul teoriei despre societatea în rețea, a calificat *social network* drept proiecția comunității clasice în lumea internetului caracterizată printr-o formă electronică și o comunicare interactivă, legate de dobânzi sau obiective comune. [37; 38]

Rețelele sociale și, implicit, jurnalismul participativ, au avut și au parte de diferite aprecieri. Unii își exprimă sprijinul, alții – detestarea. Astfel, scriitorul italian Umberto Eco în discursul *Comunicare și Cultura mass-media* ținut în iulie 2015 cu prilejul conferirii titlului de Doctor Honoris Causa a Universității din Torino, a calificat rețelele de tip *Facebook* drept „invazia imbecililor”. El nota: „Rețelele de socializare dau drept la cuvânt unor legiuni de imbecili care înainte vorbeau numai la bar, după un pahar de vin, fără a dăuna colectivității”. Atunci, preciza Eco, „aceștia erau imediat puși sub tăcere, în timp ce acum au același drept la cuvânt ca și un premiant Nobel”. Drama internetului, mai menționa Eco, constă în faptul că acesta „l-a promovat pe idiotul satului ca purtător de adevăr”. [apud: 165]

O viziune diametral opusă a fost enunțată de cercetătorul italian Davide Bennato. Deși unii califică *Facebook*-ul ca loc pentru voyeurism și bârfă, atare abordare este una superficială, nota acesta. În realitate, afirma el, rețelele sociale reprezintă locul de comunicare, schimb de idei, opinii, valori. Estimările extreme întotdeauna sugerează că adevărul e undeva la mijloc, scria el. Firește, rețelele sociale reprezintă o oportunitate unică și fără precedent de comunicare între oameni”. [22]

Caracterul virtual și posibilitatea de a-ți păstra anonimatul în discuțiile purtate pe rețele sociale alimentează însă, uneori sau frecvent, dialogul agresiv și intolerant față de opiniile adverse. Dialogul respectiv orchestrat din umbră este uzitat, pe alocuri sau deseori, în confruntările politice sau personale. Acesta a degenerat în trolling (despre acest fenomen vom vorbi în paginile ulterioare). În pofida acestor carențe, considerăm totuși că rețelele sociale aplicate cu bună credință iar prin extensie și jurnalismul participativ, sunt o platformă a cunoașterii și înțelegerii între oameni la toate nivelele: local, național, internațional. În ultimul timp, rețelele sociale devin spațiu de interes pentru entitățile economice, politice, culturale care, având în vedere dimensiunile utilizatorilor de rețele sociale, caută să-și promoveze instituția, produsele și imaginea. Web 2.0 a asigurat, în viziunea multor cercetători, trecerea de la un singur adevăr la un adevăr construit și validat prin efortul comun și consensul colectiv. Or, anume aceste caracteristici, opinează mai mulți analiști, reprezintă pivotul jurnalismului participativ/cetățenesc.

Jurnalismul participativ, condiționat astfel de tehnologiile informaționale, a venit să articuleze, în particular, deschiderea câmpului mediatic față de alți furnizori de informații decât ziariștii profesioniști. Cercetătorii Shayne Bowman

și Chris Willis de la *Centrul Media al Institutului American de presă (The Media Center of the American Press Institute)*, în studiul lor *How Audiences are Shaping the Future of News and Information (Cum publicul modelează viitorul știrilor și informațiilor)* (2003), pornind de la noua realitate mediatică, au definit jurnalismul participativ sau cetățenesc drept „actul unui cetățean sau al unui grup de cetățeni care joacă un rol activ în procesul de colectare, raportare, analiză și difuzare de știri și informații” [29]. Bogdan Gheorghe, fondatorul proiectului *ghidjurnalism.ro*, în articolul *Care-i treaba cu jurnalismul cetățenesc* (2009) a calificat acest tip de jurnalism drept unul de amatori, iar animatorii lui – jurnaliști de ocazie. Stuart Allan, profesor de jurnalism și comunicare la Universitatea din Cardiff, Marea Britanie, în cartea *Citizen Witnessing: Revisioning Journalism in Times of Crisis (Mărturia cetățenilor: revizuirea jurnalismului în vremuri de criză)* (2013), susține că majoritatea exponenților jurnalismului cetățenesc sunt efectiv cetățeni martori – persoane care se găsesc la locul unui eveniment prin întâmplare și spontan înregistrează, fotografiază și scriu despre el, postând direct publicului prin intermediul mass-media socială. Mădălina Cocea, cercetătoarea de la Universitatea „Alexandru Ioan Cuza” din Iași, în studiul *Jurnalismul cetățenesc. Informația la persoana întâia* relevă că jurnalismul cetățenesc este practicat de persoane fără o pregătire specială care colectează și transmit informații prin intermediul noilor tehnologii și ai Internetului. Autoarea mai afirmă că „jurnalismul cetățenesc mai are la bază și ideea că jurnaliștii de profesie nu sunt singurii deținători ai adevărului”. [64]

Cercetătorii Victor Moraru și Ionel Pintilie, calificând jurnalismul cetățenesc drept o reflecție a inovațiilor actuale în sfera mediatică, au evidențiat „două trăsături esențiale” ale acestuia și anume: „a) jurnalismul cetățenesc îmbogățește și totodată amplifică fenomenul mediatic; b) jurnalismul cetățenesc contribuie la dezvoltarea spiritului participativ în societate, determină consecvența proceselor de democratizare”. Bart Childs, trainer în noi tipuri de media, aflându-se la Chișinău într-o misiune de instruire, a opinat că jurnalismul civic poate fi numit a cincea putere în stat. Radio *Europa Liberă Moldova*, în relatarea *Jurnalismul civic sau puterea oamenilor de rând* din 28 februarie 2013, a citat din spusele lui: „Există puterea judecătorească, cea executivă și legislativă. Presa este considerată a patra putere și iată că a apărut și cea de-a cincea putere în stat – jurnalismul civic, care, de fapt, reprezintă puterea oamenilor de rând. Este modul prin care cetățenii își pot exprima liber opinia mai ales pe internet”.

Rezumând cele expuse, *definim jurnalismul participativ drept domeniul de colectare a datelor, redactare și distribuire a textului jurnalistic pe platforma web 2.0 de neprofesioniștii media.*

Fundația Nieman pentru Jurnalism de la Universitatea Harvard în calitatea sa statutară de promotor al standardelor înalte în domeniul jurnalismului a fost

printre primele entități media care au relevat apariția jurnalismului participativ. În acest sens, raportul *The future is here, but does New Media Companies see it?* (*Viitorul este deja aici, dar îl vad oare noile companii media?*) (2005) consemna: „Mass-media cetățeană nu reprezintă sfârșitul jurnalismului sau al companiilor de presă, ci o schimbare în care se creează valoarea. În modelul tradițional de difuzare, valoarea a fost creată doar de ziar sau post de televiziune. În viitor, o mare parte din valoare va veni din crearea unei infrastructuri pentru participarea cetățenilor și din alimentarea comunităților de încredere”. [apud: 125]

Începuturile jurnalismului participativ, potrivit mai multor cercetări, au fost puse la sfârșitul anilor `90 de *The Independent Media Center* (Centrul Independent Media) (cunoscută ca *Indymedia* sau *IMC*) care a favorizat reflectarea pe internet de către neprofesioniștii media a protestului antiglobalist *The Carnival Against Capital* (*Carnavalul împotriva capitalului*) din 18 iunie 1999, prilejuit de summit-ul al XXV-lea al G8 din Cologne, Germania la care au participat reprezentanți din peste 40 de țări. Atunci a fost testat potențialul internetului de a oglindi un eveniment de alte platforme decât cele media tradiționale. Ulterior, experiența respectivă a fost utilizată în reflectarea reuniunii Organizației Mondiale a Comerțului (noiembrie 1999) care a demonstrat repetat vivacitatea implicării cetățenilor în reflectarea extramediatică și liberă de presiunile companiilor media a unor evenimente de rezonanță socială.

Cu referire la aceste experiențe, Agenția de comunicare și relații publice din Timișoara în studiul *Jurnalismul cetățenesc – o practică încetățenită* (2011) nota că dacă peste ocean, jurnalismul cetățenesc a fost fortificat în urma atentatelor din 11 septembrie 2001, atunci în România, prima manifestare de jurnalism cetățenesc a avut loc în 2007 în cazul exploziei din blocul E24 în urma căreia doi tineri au murit iar 19 familii au ramas fără case. Conform unui articol din ziarul *Cotidianul* citat de agenția de referință, la nici două ore după explozie, mai multe persoane au trimis posturilor TV zeci de fotografii, mesaje și secvențe video. Din simpli martori ai evenimentului, a concluzionat agenția din Timișoara, ei au devenit reporteri-cheie.

Antenarea neprofesioniștilor media în câmpul jurnalistic din spațiul indigen s-a atestat în perioada sovietică sub forma mișcării corespondenților muncitorești și sătești (așa numiții „рабселькоры”). Mișcarea de referință, ideologizată profund de partidul comuniștilor, a fost chemată, după cum rezultă din mesajul CC al PCUS, adresat revistei *Рабоче-крестьянский корреспондент* (*Corespondentul muncitoresc-țărănesc*) cu ocazia împlinirii a 50 de ani de la lansarea în 1924 a acestei publicații, „să propage realizările eroilor cincinalelor, să arate pe larg experiența fruntașă a întrecerii socialiste pentru îndeplinirea și depășirea sarcinilor proiectate, să critice aspru deficiențele și să insiste pe înlăturarea lor,

să lupte insistent pentru valorificarea rezervelor economiei poporului”. [<https://www.booksite.ru/fulltext/1/001/008/094/726.htm>]

Mișcarea de referință ar putea fi calificată, cu rezervele ce se impun, drept o predecesoare rudimentară și indirectă a jurnalismului participativ actual. Implementarea acestuia în coordonatele lui moderne s-a prefigurat în Moldova spre finele primului deceniu al secolului în curs concomitent cu încetățenirea rețelelor de socializare și a blogosferei în calitate de platforme deschise de comunicare în spațiul virtual pentru orice cetățean, indiferent de simpatiile politice sau preocupările lui profesionale. Drept reper cronologic al proliferării la noi a acestui tip de jurnalism ar putea servi evenimentele din 7 aprilie 2009, când în Republica Moldova s-au produs acțiunile de protest în masă îndreptate împotriva guvernării comuniste de atunci. Un factor important al aceluși eveniment, rămas în istorie drept „revoluția Twitter”, l-a avut jurnalismul participativ exprimat în numeroase postări pe rețele de socializare ale participanților și martorilor evenimentului din Piața Marii Adunări Naționale.

Modelele de jurnalism participativ din timpul „revoluției Twitter” de la Chișinău s-au regăsit, direct sau indirect, sau au constituit surse de referință pentru autorii de cărți din străinătate sau Republica Moldova. Astfel, Henry E. Hale de la George Washington University, în cartea *Explaining Moldova's „Twitter Revolution that Wasn't”* (2013), a relevat valoarea emblematică a rețelelor sociale în ceea ce s-a produs la Chișinău în aprilie 2009. Iar cartea *Aceasta e prima mea revoluție. Furați-mi-o* (2012) semnată de Maria-Paula Erizanu și apărută în română, engleză, franceză, germană și cehă, ar putea fi calificată drept un demers major de jurnalism cetățenesc al autoarei de la Chișinău, martoră a „revoluției Twitter”. Aserțiunea noastră are în temei și spusele ei într-un interviu acordat pe 7 aprilie 2017 portalului *stiripozitive.md*, în care a precizat: „Cu „Revoluția...” m-am simțit un pic depășită de situație la un moment dat, pentru că mi se puneau întrebări de analiză politică în presă, or eu scrisesem un jurnal din perspectiva unui tânăr, nu a unui analist politic”.

Jurnalismul participativ, în virtutea implicării directe și prompte în reflectarea evenimentelor, după o perioadă scurtă de tratare reticentă și frustrări din partea presei tradiționale, s-a bucurat și se bucură de sprijinul acesteia. Mediile clasice, alimentându-se informațional din jurnalismul participativ, au creat o serie de platforme specializate. Cercetătorii media în această sens invocă practicile *CBSEyeMobile* (CBS), *uReport* (Fox News), *Your news* (BBC), *iReport* (CNN), *Sharek* (Al Jazeera), *Gardian Witness* (The Guardian), *Reporters* (France 24) etc.

*iReport*, de exemplu, a constituit platforma prin care CNN a încurajat inițiativele jurnalistice ale cetățenilor de pe mapamond. „Programul, consemna *Wikipedia*, a fost lansat pe 2 august 2006 pentru a profita de capacitățile de informare ale cetățenilor la locul evenimentelor notabile. *iReport* a luat naștere

dintr-un alt program conex: *Fan Zone* de la *CNN* care le-a permis spectatorilor să contribuie cu imagini și videoclipuri de la Cupa Mondială FIFA din Germania din 2006”. Potrivit datelor *Wikipedia*, în ianuarie 2012, *iReport* a dispus de peste un milion de membri înregistrați. Datorită contribuției lor de-a lungul anilor, *CNN* și-a îmbogățit spectrul evenimentelor reflectate. Mai mult, producătorii *CNN* formulează „misiuni” adresate jurnaliștilor-amatori.

*BBC*, valorificând potențialul jurnalistic al telespectatorilor săi, a creat programul *Your news (Știrile tale)*, constituit exclusiv din materialul furnizat de exponenții jurnalismului participativ ce reflectă poveștile și problemele unice care au atras atenția publicului. Platforma *Guardian Witness (Martorul Guardian)* al ziarului britanic *The Guardian* a jucat un rol „vital în camera de știri”. Într-un articol postat pe site-ul publicației se menționa calitatea extraordinară de ridicată a știrilor telespectatorilor: „85% din contribuții au fost aprobate de echipa de evaluare... Multe contribuții ale cititorilor au fost publicate online și în *Guardian and Observer* din Marea Britanie” (pe 30 septembrie 2018, platforma a fost sistată).

Practicile *CNN*, *BBC*, precum și ale altor entități media în promovarea jurnalismului participativ au fost preluate de numeroase servicii audiovizuale din lume. Pe aceleași principii, constată unii observatori media, au fost create și platformele independente, fără raportare la grupurile media tradiționale. Acestea asigură „jurnaliștilor amatori” posibilitatea de a-și publica conținutul informațional (*Citizen News – YouTube, NowPublic, Helium, Bleacher Report, Cell Journalist, OhMyNews, AllVoices, Demotix* etc.). De exemplu, între 2005-2013 a funcționat site-ul de știri *NowPublic* generat de utilizatorii canadieni. Acesta partaja conținutul său cu agenția americană de știri *Associated Press*. Revista *Time* a numit *NowPublic.com* unul dintre primele 50 de site-uri web din 2007. În 2009, site-ul a fost nominalizat pentru un *Emmy* la categoria *Tehnologie avansată*, menționa *Wikipedia*.

Bunele practici de promovare a jurnalismului participativ se regăsesc integral sau parțial și în activitatea curentă a mediilor autohtone. *ProTV Chișinău*, de exemplu, în programul său de știri de seară încurajează telespectatorii, dacă au fost martorii unui eveniment important să informeze redacția sau să expedieze imagini de la fața locului. Site-ul instituțional al serviciului de televiziune dispune de rubrica *Trimite știrea ta*. La fel procedează și programul informativ *Mesager* de la Moldova 1 iar *Publika TV* acordă spațiul jurnalismului participativ la rubrica *Știrea ta* pe paginile web *Publika.md* și *PublikaTV.md*.

Potrivit cercetătorilor, jurnalismul participativ încorporează o gamă largă de mesaje textuale și audiovizuale: o însemnare de actualitate de pe un blog, o corectură adusă unei știri, filmarea unui mic eveniment și postarea lui pe *YouTube*, o fotografie cu caracter informativ, relatarea de la o întâlnire de interes pentru comunitate etc.



Jurnalismul participativ autohton în ultimii ani s-a încetățenit pe câteva platforme web. Unul dintre acestea, *forumul*, reprezintă dezbaterile pe net a celor mai stringente probleme ale omului și ale societății. Cel mai cunoscut a devenit *forum.md* creat în anul 2001 de Compania *Simpals*. Acesta a fost accesat de circa 240000 utilizatori unici lunar. Din momentul creării și până la ora actuală, cu efortul comun al utilizatorilor au fost create circa 40000 de discuții și scrise aproape 10 mln de comentarii. Potrivit datelor oferite de animatorii forumului, dacă fiecare dintre comentarii ar fi fost imprimat separat și ar fi fost aranjat unul peste altul, ele ar atinge înălțimea unei case cu 11 etaje.

*Forum.md* a fost inițiatorul unui șir de proiecte sociale, inclusiv *Chisinau Is Me* (proiectul urban non-comercial care îi îndeamnă pe toți locuitorii capitalei să transforme imaginea orașului natal), *StopHam Moldova* (mișcare obștească care se pronunță împotriva încălcării regulilor de circulație de către șoferi, precum și a regulilor de parcare), *Fetelor și băieților se dedică* (proiect de colectare de donații pentru o casă de copii) etc.

*Bloggingul* reprezintă o altă platformă de comunicare virtuală. El, după cum menționa un blogger, poate fi considerat „fratele mai mic al jurnalismului online” [67]. Termenul de „weblog” (jurnal pe internet) a apărut în anul 1997, când, potrivit *Wikipedia*, John Berger și-a denumit astfel propriul site. Blogul și vlogul, ca două strategii de comunicare personalizată pe net, se disting prin natura mesajelor valorificate: în primul caz, e vorba de cel textual iar în al doilea – de cel video. Ambele tipuri sunt răspândite masiv atât în lume, cât și în Republica Moldova. Astfel, potrivit datelor furnizate de *Wiki*, dacă în august 2005 erau opt milioane de blog-uri iar în februarie 2006 – peste 27 de milioane, atunci în iulie 2011 – 164 milioane. Trendul ascendent de dezvoltare s-a menținut și în ultimul deceniu. Dacă în 2012, de exemplu, în România existau circa 12 mii de bloguri active, atunci în februarie 2019 – peste 96 de mii.

Blogosfera din Republica Moldova a fost instituționalizată în 2007. Ea cuprinde blogurile/vlogurile uzitate atât ca instrumente în comunicarea politică și cea comercială, cât și, preponderent, de animatorii jurnalismului participativ. În calitate de autori de blog/vlog în Republica Moldova se produc jurnaliști, politicieni, oameni de afaceri, cetățeni de rând care doresc să comunice ceva publicului larg. Blogosfera autohtonă actualmente, potrivit site-ul comunității bloggerilor autohtoni, se caracterizează prin următorii parametri cantitativi: 1524 de bloguri active cu peste 360 de mii de posturi publicate.

Primele bloguri ale activiștilor civici autohtoni au fost lansate de *Asociația Hyde Park*. Entitatea respectivă, potrivit site-ului instituțional, a fost fondată în 2003 de „88 de cetățeni liberi, vorbitori și ascultători ai unei emisiuni radiofonice interactive interzise de autorități”. Comitetul decizional este alcătuit din 12 persoane. Liderii organizației sunt Oleg și Ghenadie Brega. Unul dintre obiectivele



sale majore a fost promovarea „concepției și principiilor liberei exprimări și a accesului liber la informație”. În acest scop, în anul 2004 a fost lansată pagina web [www.curaj.net](http://www.curaj.net) concepută drept o platformă de liberă exprimare, întreținută din donații și autofinanțare. După radierea din registrele Ministerului Justiției (2008), asociația de referință a continuat să activeze pe cont propriu. În 2009 a fost inițiată platforma de liberă exprimare prin imagini video – [www.curaj.tv](http://www.curaj.tv).

Platforma de referință, concepută ca un vlog, este „creată de totii care au a spune ceva”. În viziunea ei programatică se menționează: „Aici, oamenii activează voluntar, ocazional. Nu avem pretenții de presă dar vrem să fim media alternativă, de la firul ierbii, la care contribuie oameni de rând și de unde se informează lumea din prima sau a doua sursă. Mai degrabă suntem o tribună pentru exprimarea celor care nu au acces la presa de stat și de partid, iar media comercială ne ignoră”. Blogul *curaj.tv* dispune de peste 600 de mii de hits (2019).

Comunitatea bloggerilor din Moldova a realizat pe parcursul anilor diverse proiecte, inclusiv *Blogovăț*, festivalul *Blogului Moldovenesc*, *Forumul Bloggerilor din Moldova* etc. Cel mai longeviv s-a dovedit a fi proiectul social *Blogtop.md* lansat de către organizația cehă *Transition Online (Tranziție online)* cu suportul *Ministerului Afacerilor Externe al Republicii Ceha și al Fundației National Endowment for Democracy (Dotarea națională pentru democrație)*, pentru a susține și promova creatorii de conținut online independent. *Blogtop.md*, potrivit conceptului exprimat pe pagina web, este dedicat bloggerilor, vloggerilor și jurnaliștilor independenți indiferent de etapele la care se află în cariera lor și vine să-i conecteze pe aceștia într-o comunitate online activă. Site-ul constituie agregator de conținut care afișează date de pe cel puțin 1000 de bloguri și 70+ de vloguri. El stabilește topul zilnic al articolelor bloggerilor și al videourilor de pe vlogurile moldovenești cu canale pe [youtube.com](http://youtube.com). *Blogtop.md* realizează clasamentul lunar al celor mai buni bloggeri și vloggeri din țară, elaborează catalogul și profilul tuturor bloggerilor și vloggerilor din Moldova.

În ultima vreme, după cum menționa într-un articol unul dintre bloggeri, „fenomenul bloggingului trece și el prin drama site-urilor de știri”. „Dacă la începuturi, bloggerii erau niște tineri temerari cărora nu le era frică de politicieni, care își spuneau verde în față părerea, astăzi avem o blogosferă moldovenească fărămițată, profund partizană. Bloggerii buni s-au lăsat de „meserie” sau au fost... cumpărați. Astăzi au rămas în mare parte bloggerii de curte sau bloggerii plătiți de politicieni. Lucrul acesta a distrus practic blogosfera și CREDIBILITATEA ei”, concluziona el. [67]

Viitorul blogosferei autohtone ca expresie a jurnalismului participativ este determinat în egală măsură, pe de o parte, de posibilitatea de realizare a dreptului cetățeanului la libera exprimare iar pe de alta – de capacitățile lui de a pune

în aplicare tehnologia blog/vlog. În context vom menționa că jurnalismul participativ, de altfel ca și cel tradițional, dincolo de avantajele pe care le oferă pentru fortificarea democrației, comportă de asemenea riscuri importante de furnizare a informației tendențioase, parțiale, distorsionate sau false. Din acest considerent, în ultimii ani se constată interesul sporit al mai multor asociații obștești față de instruirea specială a cetățenilor de rând.

Inițiatorul acestui tip de instruire a fost *Centrul Tânărului Jurnalist din Moldova* care în 2010 a organizat în Moldova primul training „Jurnalism civic pentru ONG-uri”. În 2011, manageri, jurnaliști și operatori de la 26 stații de radio și televiziune locale au participat la un training privind dezvoltarea jurnalismului cetățenesc, organizat de către Programul Mass-Media al Fundației Soros-Moldova. În 2013, Centrul Independent de Jurnalism a organizat cursul *Citizen Reporter Moldova*, pe finalul căruia au fost desemnați cei mai incisivi exponenți ai jurnalismului cetățenesc. În 2017, la Chișinău a fost lansată aplicația *DIY News* menită să dezvolte jurnalismul cetățenesc. *DIY News* a fost creată în urma unui Hackathon Media organizat de Centrul pentru Jurnalism Independent și Academia germană Deutsche Welle. Aplicația poate fi accesată de către orice utilizator de Android sau iPhone. Între anii 2018-2020 a fost realizat proiectul *Academia de Jurnalism Participativ (Citizen Journalist Academy)*, implementat de Asociația pentru Susținerea Inițiativelor Studenților și Tinerilor (ASIST) în parteneriat cu *agora.md*, cu suportul financiar al Ambasadei SUA în Moldova.

În 2010 a fost lansată *AntiMedia* – Rețeaua independentă de Jurnalism civic în Republica Moldova. Acest proiect, deși nu a dăinuit în timp, poate fi estimat ca un reper important în promovarea viziunii alternative asupra diverselor probleme cu care se confruntă cetățenii în viața de zi cu zi dar ignorate sau intenționat diminuate de către mass-media. *AntiMedia* a reprezentat astfel vocea celor care au avut ce spune dar nu au fost auziți. Echipa *AntiMedia*, potrivit misiunii formulate, și-a propus „să separe grâul de neghină, adevărul de minciună și valoarea adevărată de non-valoare. Oricine susține intențiile noastre, este liber să contribuie la acest proiect. Suntem deschiși spre colaborare”. Proiectul de referință la scurt timp după lansare a intrat în declin.

Rețelele sociale constituie de asemenea platforma prioritară a jurnalismului participativ. Prima și, se pare, unica rețea socială din Moldova, *Colegi*, a fost fondată în 2007. La ziua de azi, ea a adunat peste 32 de mii de utilizatori. Judecând după datele site-ului instituțional, ultima afiliere s-a produs în noiembrie 2014. [165: 255]

Totodată e de menționat faptul că cetățenii Republicii Moldova, în raport cu țările din Parteneriatul Estic (Armenia, Azerbaidjan, Belarus, Georgia, Ucraina), sunt lideri la utilizarea rețelelor de socializare mondiale (rata – 53%). Potrivit datelor furnizate la începutul lui 2019 de *Gramatic Social Media Report*, cea mai

populară rețea socială în Moldova a fost *Facebook* cu 1,1 milion de utilizatori. Aceasta este urmată de *Однокласники* (0,8 milioane de utilizatori), *Instagram* (0,6 mln), *Vkontakte* (0,2 mln) și *Linkedin* (0,17 mln). Statisticile realizate nu sunt focusate pe actanții jurnalismului participativ. Ei sunt contabilizați în numărul general de administratori autohtoni de pagini, care pe *Facebook* sunt în număr de 150 de mii. Oricum, cert rămâne faptul că rețelele sociale găzduiesc generos materialul textual și audiovizual cules, redactat și distribuit de cetățenii-martori ai evenimentelor curente.

În condițiile în care mediile de informare practică un jurnalism din ce în ce mai uniformizat, ca agendă și interpretare a evenimentelor reflectate, cel participativ reprezintă un demers temerar ce induce în spațiul comunicațional de pe web un plus de diversitate tematică, oglindire fără întârziere a întâmplărilor de zi cu zi și reacțiile în retur al consumatorilor de informație. Din această perspectivă, jurnalismul participativ e în plină devenire.

#### ***D. Jurnalismul de dronă și jurnalismul mobil***

În ultimii cinci-șapte ani, jurnalismul în lume a fost marcat de o serie de alte inovații tehnologice care, direct sau indirect, într-o măsură mai mare sau mai mică, i-au deschis noi orizonturi de dezvoltare. În această ordine de idei facem referință, de exemplu, la *jurnalismul de dronă* și la *jurnalismul mobil* (*Mobile Journalism*), calificate de unii observatori media drept noi genuri de jurnalism. Alții, între care subsemnatul, consideră că e vorba mai curând de o practică în care sunt folosite unele tehnici inovative de colectare a informației – drona, iar în cazul jurnalismului mobil – de o nouă platformă de difuzare a informației. Vor evolua aceste practici în fenomene mediatice sau nu, evoluțiile ulterioare vor arăta. Oricum, actualmente, aria de răspândire a *jurnalismului de dronă* și a celui *mobil* dispune de un trend ascendent, cucerind noi teritorii. Aceste traiecte de evoluție a jurnalismului se prefigurează și la noi, fie că sunt în faza incipientă, fie în stare potențială. Chiar și așa, constatăm că ele totuși nu sunt străine jurnalismului autohton.

*Jurnalism de dronă.* „Actualitatea privită de sus”, astfel sugestiv a definit jurnalismul dronelor redutabilul jurnalist și lector universitar, Petru Bogatu. „De sus, scria el, lumea se vede mai bine și presa nu va rata șansa de a-și perfecționa instrumentele de lucru. Asta e clar. Jurnalismul este, implicit, un efect al modernității dar în același timp, un producător de modernitate. Cu alte cuvinte, după cum scrie profesorul Constantin Schiferneț, mass-media a devenit cauză și efect al societății moderne” [26 :126-127].

Interesat de acest mod de a reflecta realitatea, Petru Bogatu a efectuat în 2016 prima cercetare în Republica Moldova pe care așa și a intitulat-o *Actualitatea privită de sus – jurnalismul dronelor*. Potrivit lui, originea noțiunii de dro-

nă trebuie căutată în terminologia militară. Dicționarele academice încă nu l-au definit, cele online îl cataloghează ca fiind un „aparat de zbor fără pilot uman la bord, ghidat de la distanță sau cu pilot automat”. Denumirea oficială a dronelor este *UAV-uri (unmanned aerial vehicles)*. Datorită dezvoltării sistemului *GPS* (Global Positioning System) care asigură navigarea cu acuratețe oriunde pe glob, vehiculele aeriene fără pilot sunt folosite deja pe toată planeta. Inițial, ele au fost utilizate de operatorii aflați în bazele militare de pe teritoriul SUA. Curând, dronele au început să fie utilizate în sfera civilă din întreaga lume, inclusiv în domeniul media. Potrivit profesorului Matt Waite, fondatorul *Drone Journalism Lab* din cadrul Universității din Nebraska, pentru prima oară UAV-urile au fost aplicate de mass-media în anul 2011 în Polonia în timpul unui protest când jurnaliștii au folosit un mini-elicopter controlat de la distanță pentru a filma evenimentul. [26:128-131]

Mediile de informare autohtone au apelat la drone la scurt timp. La finele lunii noiembrie 2015, Centrul pentru Jurnalism Independent și *Internews* au organizat la Chișinău un atelier de inovații media numit *Jurnalismul dronelor* care a urmărit promovarea unor noi metode și instrumente de producție în presă. În timpul imediat următor, aparatele de zbor pilotate de la distanță (dronel) cu destinație civilă au fost utilizate de mai mulți jurnaliști locali, antrenati în investigarea cazurilor de îmbogățire ilicită. „În prezent, suntem încântați aproape zilnic de materialele jurnalistice create la înălțimea zborului de pasăre”, nota Andrei Bivol, alt cercetător local al acestui fenomen [24]. În această ordine de idei, pe 30 august 2018, *Radio Europa Liberă Moldova* a invocat cazul activistului civic Anatol Mătășaru, cunoscut pentru protestele sale anticorupție, care în 2016 a filmat cu o dronă casele luxoase de pe strada Ciocârliei din Chișinău. Postul dat a făcut referință de asemenea și la Centrul de Investigații Jurnalistice care a publicat un video cu o presupusă vilă a unui ex-deputat democrat care ar fi fost construită în perioada în care acesta a declarat oficial venituri de doar o sută de mii de lei.

Jurnalismul de dronă, asociat preponderent cu transparentizarea vilelor de lux, a devenit curând ținta unor atacuri pe motiv că ar admite imixțiuni (presupuse sau reale) în viața privată. Din acest considerent, *autoritățile și-au propus să reglementeze activitatea dronelor. Astfel, Codul aerian al Republicii Moldova (2017) în vigoare din 23 martie 2019, consacrand juridic noțiunea de aeronavă fără pilot (drona), a stabilit că zborul acesteia poate avea loc doar cu permisiunea Autorității Aeronautice Civile (AAC) (art. 33). Condiționarea de referință a fost dezvoltată și în Legea privind controlul spațiului aerian (2019). Potrivit ei, aerofotografierea și filmarea pot fi efectuate cu permisiunea scrisă a AAC și avizele obligatorii ale Ministrului Apărării și Serviciului de Informații și Securitate. Restricțiile enunțate au fost interpretate de jurnaliștii de investigație drept o*

tentativă de limitare a filmărilor cu drona la care au apelat pentru a ilustra vilele demnitarilor, funcționarilor sau magistraților asupra cărora planează suspiciuni de corupție. În context, utilizarea dronelor în scopuri jurnalistice, potrivit juristei Tatiana Puiu, coordonatoare de proiecte la organizația Freedom House, într-un interviu din 10 aprilie 2017 acordat postului de radio *Europa Liberă Moldova*, este estimat „drept instrument pentru realizarea drepturilor mass-media de a informa publicul”. După 2019, jurnalismul de dronă în Republica Moldova a intrat ușor în declin.

*Jurnalism mobil* cunoscut și ca *MoJo* are în temei valorizarea în sectorul mediatic a capacității telefoanelor mobile moderne de a filma, edita și transmite de pe un singur dispozitiv. Wolfgang Blau, cercetător la *Reuters Institute for the Study of Journalism at Oxford University*, într-o postare pe site-ul *European Journalism Observatory* ([ro.ejo-online.eu](http://ro.ejo-online.eu)) nota că jurnalismul mobil nu e cel creat prin intermediul uneltelor de producție mobilă, ci acel care este consumat, adică citit/văzut pe dispozitive mobile. Definindu-l drept un nou gen de jurnalism, Wolfgang Blau a mai precizat că jurnalismul mobil e optimizat și consumat pe dispozitive mobile ca acel printat care este optimizat și distribuit pe hârtie.

Din această perspectivă, Ghidul Al Jazeera Media Training&Development Center *Mobile Journalism (2017)*, bunăoară, a calificat acest tip de jurnalism ca fiind „procesul de culegere și livrare de știri folosind un smartphone sau o tabletă”. O definiție similară a oferit MAP Academy din Cairo, instituție de formare profesională în domeniul mass-media și artă, și anume: „Jurnalismul mobil este o formă emergentă de noi povestiri media în care reporterii folosesc dispozitive electronice portabile cu conexiune la rețea pentru a aduna, edita și distribui știri din comunitatea sa” [251]. Noua platformă tehnologică, modificând astfel dimensiunile jurnalismului de informare, a fost estimată drept „cea mai mare revoluție” în industria știrilor din ultimele decenii. [267]

Primii care au aplicat *MoJo* au fost jurnaliștii britanici de la *BBC* care au revoluționat ciclul tehnologic de producere a știrilor, renunțând la practicile vechi ca fiind falimentare, când la un eveniment se deplasa o echipă din șase persoane. Noua politică editorială adoptată de *BBC* spunea că subiectul și istoria sunt cheia unui reportaj video de succes și nu mărimea echipei de filmare. Odată cu evoluția telefoanelor mobile, la *BBC* a apărut ideea că un reporter poate să producă și singur un *breaking news video* dacă știe cum să folosească corect capacitățile acestor telefoane. [251]

În ultimii ani, jurnalismul mobil devine domeniul de atracție și pentru mediile de informare de la noi. Acest proces este încurajat în special de dezvoltarea în spațiul Republicii Moldova a internetului mobil. Potrivit datelor ANR-CETI, în anul 2019, numărul total al utilizatorilor care au accesat internetul mobil în baza tehnologiei 4G a înregistrat o creștere semnificativă, de 51,6%,

în comparație cu anul 2018, și a însumat 1 mil. 546,3 de mii de persoane. Din ei, circa 1 mil. 450 de mii au accesat Internetul prin intermediul smartphone-urilor iar circa 97 de mii au utilizat Internetul mobil dedicat (prin modemuri/carduri). Rata de penetrare a serviciilor de acces la Internet mobil în bandă largă, raportată la 100 de locuitori, a crescut cu 9,4 puncte procentuale și a însumat 88,8%. Potrivit statisticilor, traficul generat de utilizatorii de internet mobil prin intermediul smartphone-urilor a crescut cu 47,2% și a alcătuit circa 52,5 mil. GB din totalul de peste 105 mil. GB înregistrați în perioada de referință care a crescut cu 24%. Traficul generat de cei care au utilizat accesul dedicat la Internet a sporit cu 7,2% și a totalizat 52 mil.GB. În anul 2019, un utilizator care a accesat internetul mobil de pe telefon a generat în medie un trafic lunar de 2,1 GB iar un utilizator care a folosit accesul dedicat la Internet – un trafic lunar de 18,4 GB. [135]. În primul trimestru al anului 2021, numărul utilizatorilor de internet mobil în bandă largă (în baza tehnologiilor 3G, 4G, prin modemuri/carduri/USB – acces dedicat) a crescut față de finalul anului 2020 cu 0,6% și a depășit cifra de 2386 de mii iar rata de penetrare a acestor servicii, raportată la 100 de locuitori ai republicii, a ajuns la 90,4%, arată atele statistice privind evoluția pieței serviciilor respective în perioada ianuarie-martie 2021 procesate de ANRCETI.

Primele experiențe locale de jurnalism mobil au fost atestate în 2016. Atunci, jurnaliștii *RISE Moldova* și-au propus să monitorizeze desfășurarea în diasporă a alegerilor prezidențiale. În acest scop au fost implicați jurnaliști din șapte țări: România, Rusia, Italia, Marea Britanie, Germania, Franța și Suedia. Scopul acelei monitorizări a fost notificarea în timp real, printr-un chat online în format multimedia (text, foto, grafică și video), cum se votează la secțiile de peste hotare. Jurnaliștii, nefiind asistați de cameramani, au recurs la telefonul mobil. Știrea *MoJo* despre cetățenii moldoveni care au luat cu asalt Ambasada Republicii Moldova în Suedia a devenit virală, fiind preluată de televiziunile de la Chișinău. [256]

În septembrie 2018, speakerul de atunci, Andrian Candu, a susținut un briefing de presă. Reporterii *RISE Moldova* au mers la Parlament pentru a lua o reacție de la el privind implicarea sa în mai multe tranzacții imobiliare, beneficiarul cărora a fost Vladimir Plahotniuc, liderul Partidului Democrat. Pentru că în acea situație reporterii nu au avut un cameraman alături, răspunsurile speakerului au fost filmate cu telefonul. Și acel filmuleț la fel a devenit viral. Conținutul din nou „a învins” forma.

Exemplele citate, precum și altele de acest gen, se dau cu greu contabilizării. Din acest considerent nu dispunem de date agregate privind dimensiunile jurnalismului mobil autohton. Oricum, contează că actualmente, acest făgaș este parcurs nu doar de jurnaliștii profesioniști în special de la agențiile de presă

online, dotați cu telefoane mobile performante, ci și de mulți actanți ai jurnalismului participativ.

Interesul crescând față de jurnalismul mobil a alimentat necesitatea instruirii speciale a animatorilor acestui tip de comunicare mediatică. Primul program de formare *MoJo* a fost lansat în decembrie 2019 de Asociația pentru Susținerea Inițiativelor Tinerilor și Studenților din Moldova (ASIST) în cadrul proiectului de traininguri *Academia de Jurnalism Participativ*. Acesta a cuprins trei etape de instruire: training în Mobile Storytelling (MoJo) oferit de formatori din *US Agency for Global Media*; instruire practică în teren oferită de către membrii echipei AGORA; asistență în producția conținutului media personal cu folosirea tuturor resurselor tehnice și profesionale.

\* \* \*

Așadar, jurnalismul autohton în ultimele trei decenii, urmând parcursul lui tradițional ca platforme, conținuturi, tehnici și forme, a asimilat totodată și domenii sau filiere puțin valorificate anterior sau nevalorificate în totalitate: jurnalismul de investigație, jurnalismul web, jurnalismul participativ, jurnalismul de dronă și jurnalismul mobil. În ansamblu, fenomenul mediatic contemporan autohton în această perioadă a devenit, din această perspectivă, unul multiform și divers. Firește, aserțiunea dată trebuie percepută în limitele parametrilor cantitativi și calitativi prezentați în paginile precedente.



## **Capitolul VII. SPAȚIUL MEDIATIC NAȚIONAL ÎN OPINIA PUBLICĂ ȘI PROFESIONALĂ**

Spațiul mediatic contemporan național pe durata ultimelor trei decenii s-a aflat în vizorul opiniei publice și al celei profesionale. Multiplele sondaje efectuate în rândul consumatorilor de informație au scos în vileag preferințele, atitudinile și comportamentele diferitor categorii de public de pe piața de profil în funcție de tendințele de dezvoltare a presei scrise, radiodifuziunii, televiziunii și *new media*. Totodată, numeroasele monitorizări realizate de experții în materie de jurnalism la nivel național și internațional au oferit o radiografie complexă a stării și a statutului mass-media naționale, a libertății de exprimare și accesului la informație, a instrumentelor de reflectare a evenimentelor curente etc. Rezultatele ambelor tipuri de cercetări luate în ansamblu permit să configurăm judecata publică și cea profesională despre evoluțiile și involuțiile mass-media de-a lungul timpului.

### **A. Media în interpretarea cetățenilor și a monitorilor la hotarul anilor `90-2000**

„Timpurile pe care le trăim, marcate de trecerea de la un sistem social la altul, de la unele valori la altele, de la un comportament la altul, de la o mentalitate la alta constituie, metaforic vorbind, și ele un drum. Dacă am pornit pe acest făgaș fără a dispune de busolă, riscăm să ne rătăcim. Necunoscutul ne pe riclitează existența, ne inhibă, de aceea căutăm cu înfrigurare niște repere care să ne faciliteze viața și mersul pe acest itinerar... Jaloanele la care ne referim constituie, în opinia mea, buna informare. Or, un om bine informat, mai lesne trece prin labirinturile societății actuale iar acțiunile lui sunt mai sigure și mai conștiente”, scriam în articolul *Informarea politică audiovizuală: între sondajul de opinie și monitorizare* (2004). [167]

Atunci, din această perspectivă am analizat proaspetele rezultate ale *Barometrului de Opinie Publică (BOP)* realizat în perioada 26 octombrie-10 noiembrie 2004 de Institutul de *Marketing și Sondaje MAS-Inc. Chișinău* la comanda Institutului de Politici Publice (IPP). Ele, în special, au arătat că partea covârșitoare a populației din Republica Moldova se informează despre lumea înconjurătoare din mass-media: „Televiziunea este cea mai importantă sursă de informare politică a oamenilor, aceasta fiind preferată de 81 la sută dintre respondenți (68,2% dintre ei au indicat-o în primul rând iar 12,8% – în rândul al doilea). Radioul beneficiază de 47 la sută din opțiuni (14,8% dintre cei chestionați l-au numit în primul rând iar 32,2% – în rândul secund). Aceste mijloace de informare sunt urmate, la mare distanță, de ziare, familie, prieteni, vecini, colegi de serviciu, zvonuri, sondaje de opinie și altele”. Ierarhizarea respectivă a fost tipică pentru

ultimii ani: „Astfel, între noiembrie 2001 și noiembrie 2004, relevam în articolul de referință, în medie 71 la sută dintre respondenți au urmărit zilnic programele tv, aproximativ 54% – programele de radio și doar circa 12 la sută au consultat în aceeași măsură ziarele”.

Sondajele de la sfârșitul anilor '90-începutul 2000 au permis să tragem următoarea concluzie : „Majoritatea respondenților, în special cei așezați cu traiul în regiunile rurale, au acces limitat la mijloacele de comunicare în general sau dispun de un registru mediatic restrâns lipsit de relevanța diversității. Cea mai accesibilă sursă autohtonă de informare politică rămâne Compania *Teleradio-Moldova* care, din 8 august 2004, este declarată instituție publică. În consecință, oamenilor nu le rămâne decât să consume ceea ce le este servit sau să se refugieze în segmentul recreativ-distractiv al audiovizualului disponibil”.

Mijloacele electronice, deși atunci s-au bucurat de preferință vădită din partea publicului telespectator și radioascultător, au fost investite cu diferit grad de încredere. În articolul menționat, revenind la rezultatele BOP din 2004, am constatat că televiziunii îi acordă cea mai mare încredere 58% dintre cei chestionați, iar radioului – 13,2 la sută: „Tratarea audiovizualului național este și mai circumspectă, în particular, din perspectiva știrilor prezentate. Televiziunea Națională a Republicii Moldova a întrunit, astfel, 14,3 la sută din opțiunile respondenților care au deplină încredere și 48,3 la sută – ale celor care au oarecare încredere iar *Radio Moldova* – respectiv, 12,7 și 44,1 procente. Caracterul gradual al încrederii acordate presei electronice locale poate fi explicat prin răspunsul celor chestionați la următoarea întrebare a *BOP*: „Credeti că azi în Republica Moldova mass-media sunt libere să prezinte știri și comentarii fără cenzură (fără controlul conținutului) din partea statului?”. 48,2% dintre respondenți au răspuns negativ și doar 26,6% – afirmativ, restul neștiind ce să răspundă (24%) sau nedorind s-o facă (1,2%)”.

Discrepanța dintre preferințele mediatice și gradul de încredere a oamenilor în sursele de informare pe care le consultă ne-a îndemnat atunci să facem următoarea remarcă: „Încrederea substanțială pe care deocamdată o mai nutrește publicul consumator față de informația politică audiovizuală, reprezentând, în fond, o consecință a percepției tradiționaliste cultivate pe parcursul multor decenii, potrivit căreia mesajul televizat și cel radiofonic oferit exprimă întotdeauna adevărul poate seca, dacă ea va fi alimentată în manieră partizană. Acest sentiment, constituind, în fapt, un autentic patrimoniu al oricărui serviciu audiovizual, urmează a fi ocrotit prin informarea politică corectă, imparțială și dezinteresată. Altminteri, exploatarea lui nemiloasă și neonestă riscă să degenereze la un moment dat în atitudinea refractară a publicului față de presă, în general, și cea electronică, în particular. Un atare comportament este absolut contraindicat și contraproductiv pentru o instituție publică în devenire care, în opinia mea,

urmează să-și asume angajamentul social de a servi cetățeanul și de a-i proteja dreptul de a fi informat echidistant și de a se informa nestingherit de nimeni și de nimic. Audiovizualul public trebuie să fie alături de omul de rând, îngrijorat, după cum arată *BOP* de referință, de sărăcie, prețurile crescânde, șomaj, criminalitate, corupție și alte intemperii. Omul așteaptă sprijin în depășirea acestor flageluri sociale”.

În context, atunci mă întrebam, dacă audiovizualul public autohton îi oferă asemenea informație. Datele monitorizărilor efectuate în perioada iunie-noiembrie 2004, deși au relevat unele transformări pozitive ce consună cu valorile audiovizualului public, totuși, nu au fost în măsură să probeze atașamentul Companiei *Teleradio-Moldova* la valorile instituției audiovizuale publice. În acest sens au fost formulate mai multe concluzii. Iată unele dintre ele: „Agenda programelor de știri denotă că *TV Moldova 1* și *Radio Moldova* continuă să reflecte viața cotidiană, inclusiv evenimentul social prezentat masiv prin optica puterii, în detrimentul interesului public. Reducerea potențialului de știri al emisiilor social-politice a instituției de referință, implicit, a condus la proliferarea penuriei informative la care a fost expus publicul companiei. Programele de știri, focalizând atenția publicului asupra unor domenii anume, marginalizând multiple probleme de interes social, scot cetățeanul din terenul preocupărilor sale primordiale. Faptul consemnat ne sugerează tentativa companiei de a ocoli problemele spinoase pentru a transpune publicul într-o presupusă realitate lipsită de conflicte, ceea ce, în opinia noastră, este egal cu distorsionarea ei”.

„Mediatizarea prioritară a agenților și actorilor puterii, pe de o parte, iar pe de alta – reflectarea simbolică a altor agenți și actori politici, precum și a agenților și actorilor sociali vădește o politică editorială care reduce simțitor din credibilitatea companiei publice și nu conferă programelor de știri un pluralism politic autentic, concluzionăm în articolul în cauză. Abordarea neutră, în fond salutară, totuși nu asigură imparțialitatea programelor de știri de la Compania *Teleradio-Moldova*, dat fiind faptul că, în temei, aceasta abordează realitatea aplicând preponderent o singură optică și o singură sursă de documentare. Diversificarea surselor, prezentarea punctelor de vedere adverse sau diferite continuă să fie o condiție neîndeplinită pentru transformarea companiei în instituție publică”.

Concluziile prezentate au avut în temei mai multe date factologice. „Audiovizualul național în coordonatele actuale de emisie (în anul 2004 – c.m.) oferă telespectatorilor și radioascultătorilor programe lunare cu durata de 859 ore, inclusiv *TV Moldova 1* – 319 ore iar *Radio Moldova* – 540 de ore. Blocul de emisie social-politică (programele de știri și emisiunile tematice) constituie 218 ore sau 25,39 la sută. Acesta, potrivit datelor monitorizării efectuată Centrul de Analiză și Investigații Sociologice *CIVIS* în iunie-noiembrie 2004, a cunoscut o creștere

substanțială de îndată ce Compania *Teleradio-Moldova* a fost declarată instituție publică. Astfel, dacă în iunie 2004, când compania mai era formal o structură de stat, durata programelor social-politice la *TV Moldova 1* a întrunit 40,14 ore, atunci în noiembrie – 65,46 de ore iar la *Radio Moldova* – respectiv 112,18 și 152,13 ore. Datele monitorizării mai relevă interesul instituției publice *Teleradio-Moldova* față de emisiunea social-politică de opinie din contul restrângerii programelor de știri. Dacă în iunie 2004, ultimele au reprezentat 74,7% din emisiunea social-politică tv și 87,46% din cea radiofonică, atunci în noiembrie, indicatorii respectivi au constituit 62,9 și 78,2 la sută”.

„Serviciul public al audiovizualului prin registrul tipologic adoptat își focalizează atenția asupra știrii social-politice interne care, potrivit datelor statistice de monitorizare *CIVIS*, în noiembrie 2004, bunăoară, a acumulat 63,2%, ca frecvență, și 76,8%, ca durată, la *TV Moldova 1* și, respectiv, 60 și 75,5 la *Radio Moldova*. Această categorie de știri înglobează informarea socială, politică și economică. Prezențele lor în programele audiovizualului național sunt ierarhizate. Astfel, știrile sociale la *TV Moldova 1* în noiembrie au întrunit 39,5%, ca frecvență, și 43,6%, ca durată, iar la *Radio Moldova* – respectiv, 30,9 și 37,4 la sută din totalul de știri social-politice interne. Ele sunt urmate de știrile care tratează evenimentul politic intern (între 20 și 23 la sută, ca frecvență și durată) și fenomenele/faptele economice (în proporție medie de 10 la sută la *TV Moldova 1* și 13 – la *Radio Moldova*). Despre celelalte evenimente interne se relatează între 1,2 și 0,3 la sută ca frecvență și durată. Compania *Teleradio-Moldova* propune beneficiarilor săi un volum important de știri despre relațiile externe și evenimentele internaționale. Acestea cuprind în medie circa 30 la sută ca frecvență și durată din totalul de știri social-politice”.

Audiovizualul național, remarcăm în articolul menționat, din perspectiva tematicii abordate acordă prioritate următoarelor probleme: Transnistria; educația; cultura; ceremoniile; aniversările; colaborările socio-economice externe; activitățile guvernamentale și parlamentare; acțiunile diplomatice; agricultura; sportul; sănătatea; asigurările medicale. Aceste 10 domenii, cu unele variațiuni, au fost prezente în medie în jurul la 40-50% din știrile difuzate lunar la *TV Moldova 1* și *Radio Moldova*. Altor 50-60 de probleme înscrise în agenda programelor de știri de la serviciile respective le-a revenit restul timpilor de antenă. *TV Moldova 1* și *Radio Moldova* au relatat cel mai rar despre investițiile locale, societatea civilă, datoriile interne și externe, ordinea publică, salarii, problemele producătorilor agricoli, export, problemele vamale, calitatea produselor, spațiul locativ și altele (datele din lunile octombrie-noiembrie 2004).

Publicul Companiei *Teleradio-Moldova* a fost cel mai bine informat despre activitatea agenților și actorilor puterii și a exponenților acesteia. Astfel, de exemplu, în noiembrie 2004, *TV Moldova 1* a mediatizat instituțiile puterii cen-

trale și ale celei locale (președintele, cadrele prezidențiale, guvernul, primul ministru, parlamentul, președintele parlamentului, justiția, Curtea Constituțională, poliția, securitatea, garda financiară, poliția economică, armata, administrația publică locală) în proporție de 46,8 la sută iar *Radio Moldova* – 50,8 la sută. Mediatizarea consemnată a făcut ca acești agenți politici să dispună în noiembrie de 975 apariții la *TV Moldova 1* sau de o medie zilnică de 32 de apariții și de 3287 de prezențe la *Radio Moldova* sau de o medie zilnică de 109 de prezențe. În fiecare zi din luna noiembrie, telespectatorii și radioascultătorii au putut să se întâlnească prin știrile difuzate în medie de 52,5 ori cu actorii politici ce reprezintă puterea.

Ceilalți agenți politici (opозиția parlamentară și partidele neparlamentare) au avut 22 de apariții la *TV Moldova 1* și 56 de apariții la *Radio Moldova* sau câte o medie zilnică de 0,7 apariții la *TV Moldova 1* și de 1,8 apariții – la *Radio Moldova*. Ceva mai frecvent – de 2,5 ori pe zi, consumatorii de informație au fost relaționați cu actorii politici dinafara puterii. Telespectatorii postului *TV Moldova 1* au avut în medie 10,9 ocazii zilnice să audă știri despre patronat, syndicate, biserică, societatea civilă, agenții economici, mass-media, instituțiile educativ-științifice și cele medicale, iar ascultătorii *Radio Moldova* – 41,9 prilejuri similare.

La sfârșitul anilor `90-începutul anilor 2000, Compania *Teleradio-Moldova* a preferat să facă referință la evenimentele uzuale sau ceremoniale. Cuantumul lor în programele de știri a crescut de la aproximativ 70 la sută în august 2004 până la 85 la sută în noiembrie (în octombrie – 94%). Evenimentele conflictuale, controversate au nimerit în vizorul *TV Moldova 1* și *Radio Moldova* în cea mai mică măsură. Cota lor a scăzut de la 30% în august până la 15% în noiembrie (în octombrie – 6%).

„Atât *TV Moldova 1*, cât și *Radio Moldova*, de regulă, au reflectat evenimentele din perspectiva unei singure surse de documentare. Așa a procedat serviciul public tv în 91 la sută de cazuri, iar *Radio Moldova* – în 81% (datele din noiembrie 2004)”.

Analiza stării mass-media audiovizuale autohtone de la finele anilor `90-începutul 2000, în care locul central i-a revenit *Teleradio-Moldova* pe filiera opiniei publice și a celei profesionale, ne-a permis la acea vreme să tragem următoarele concluzii: „Informarea politică audiovizuală implică doi actori: producătorul de știri și publicul. Interacțiunea lor benefică presupune asumarea de responsabilități reciproce. Primul se va angaja să ofere o informație exhaustivă, echidistantă și polivalentă. Cel de-al doilea o va recepta punând în aplicare spiritul său critic. Producătorul de știri se va strădui să fixeze „clipa istoriei” așa precum este ea, evitând tentația lustruiei sau a distorsionării. Publicul va persevera în dorința de a fi informat complet și onest. Primul va conștientiza că vocația sa socială constă în a servi cetățeanul. Secundul va realiza că doar „cel informat este înarmat” împotriva neadevărului”.

## **B. Media în obiectivul cetățenilor, două decenii mai târziu**

Anii ce-au urmat au indus modificări esențiale în opinia publică și cea profesională despre mass-media autohtone. Acestea, pe de o parte, au vizat percepțiile, reprezentările, atitudinile și comportamentele consumatorilor de informație determinate de evoluțiile/involuțiile produse în câmpul mediatic. Pe de altă parte, transformările de referință au fixat impactul inovațiilor tehnologice și noua ierarhizare în preferințele mass-media din partea beneficiarilor de informație.

Evoluțiile invocate au fost dezvoltate de mai multe entități sociologice. Cel mai relevant, consecvent și complex studiu în materie de media din ultimele decenii a devenit *Barometrul Opiniei Publice (BOP)* realizat inițial (1998) sub auspiciul Fundației Soros-Moldova iar ulterior (2000) – al Institutului de Politici Publice, de diferiți operatori de specialitate (*IMAS, CIVIS* etc.). În rândurile de mai jos vom face referință la *BOP* din noiembrie/decembrie 2000, 2005, 2010, 2015 și 2020 [12-16]. Date importante despre consumatorii de știri și evoluția și preferințele mass-media din Republica Moldova au fost extrase de asemenea din sondajele naționale realizate de *IMAS* în 2015 și 2018. [17-18]

Mass-media, potrivit sondajelor menționate, în ultimele două decenii au fost tratate de opinia publică drept una dintre cele mai de încredere instituții sociale. Din această perspectivă, mijloacele de informare au ocupat de regulă poziția a doua (după biserică), devansând asemenea entități ca președinția, parlamentul, guvernul, partidele politice etc. E de menționat la fel faptul că încrederea acordată a cunoscut atât afluxuri, cât și refluxuri. Astfel, potrivit *BOP*, dacă în 2000 instituțiile media au fost tratate cu foarte multă și oarecare încredere de 50 la sută dintre respondenți iar în 2005 – de 65% și în 2010 – de circa 57%, atunci în 2014 – de 60 la sută, în 2015 – de 49% și în 2020 – de circa 45%. Curba respectivă, în viziunea noastră, a fost determinată de reducerea capacității mass-media de a fi liberă să prezinte știri și comentarii fără cenzură: de la 34,4% în 2005 la 20,7% în 2008 (variabila respectivă a fost ulterior abandonată). În pofida acestui fapt, sectorul mediatic pe durata ultimelor decenii, în linii generale, nu a trezit nemulțumirea opiniei publice, acesta nefiind catalogat drept domeniu ce trezește îngrijorare sau drept unul prioritar în dezvoltarea socială.

Participanții la sondaje au calificat televiziunea drept cea mai importantă sursă de informare politică pe durata ultimelor decenii. Această opțiune a fost exprimată, în temei, de peste 80 la sută dintre respondenții *BOP* cu o ușoară scădere în octombrie 2020 (84,7% în 2005, 88% în 2010, 84% în 2015 și 74,6% în 2020). Acest fapt s-a datorat, în bună parte, accesului la captarea modernă a canalelor de televiziune. În anul 2018, de exemplu, potrivit *IMAS*, 61% dintre respondenții sondajului au afirmat că dispun de acces la televiziune prin cablu, 38% prin IPTV, 18% au instalație de recepție prin satelit/antenă parabolică etc.



În anul de referință, conform aceleiași surse, durata zilnică medie alocată consumului TV a fost de 189 de minute într-o zi de lucru și de 263 minute într-o zi de weekend.

Celelalte platforme tradiționale (presa scrisă și radiodifuziunea) s-au aflat în cădere ca importanță pentru informarea politică a publicului. Astfel, exponenții ziarelor ca sursă de documentare politică s-au redus de la 35 la sută în 2005, la 16 – în 2010, 12 – în 2015, 6,1% în octombrie 2020. Scăderea respectivă a fost recuperată parțial odată cu migrarea ziarelor și a revistelor în spațiul virtual. Sondajul *IMAS* din 2018, de exemplu, în acest sens a constatat că 23% dintre respondenți accesează site-urile ziarelor pentru a citi știrile.

Radiodifuziunea a pierdut și ea din valențele de sursă de informare politică pentru un număr important de respondenți: de la 44% în 2005, la 35 – în 2010, 25 – în 2015 și 20% în octombrie 2020. În pofida acestui declin, două treimi din respondenții sondajului *IMAS* din 2018 au spus că dispun în gospodăriile lor de un aparat de radio iar alte 3% au afirmat că obișnuiesc să asculte radioul prin intermediul internetului. Durata zilnică medie alocată consumului radio, potrivit datelor din același an, a fost de 166 de minute într-o zi de lucru și de 147 de minute într-o zi de weekend.

Internetul în Republica Moldova, potrivit sondajelor, a intrat în registrul preferințelor drept sursă de informare politică importantă în 2007 (7,6% de respondenți). Ulterior, numărul utilizatorilor a crescut vertiginos (20% – în 2010, 41% – în 2015 și 61,4% – în octombrie 2020). Ascensiunea consemnată a fost determinată de dotarea gospodăriilor cu echipamentul necesar. Potrivit *IMAS*, în 2018, mai bine de două treimi (68%) au deținut în gospodărie un computer, iar 29% – o tabletă. 73% din totalul participanților la sondaj au avut acces la internet. Cei care utilizează internetul au alocat pentru această activitate într-o zi de lucru în medie două ore și 55 de minute, iar în timpul unei zile de weekend – trei ore și 30 de minute.

Sondajele de referință au constatat de asemenea că o parte dintre respondenți pe durata ultimelor trei luni nu au consultat nicio sursă de informație. Astfel, în 2010, potrivit *BOP*, cei mai mulți (55,9%) nu au navigat pe internet, cauza fiind accesul limitat, penetrarea redusă a acestuia pe teritoriul țării și lipsa echipamentelor necesare, 38,7% nu au citit ziare, 20,8 la sută nu au ascultat nicio emisiune radiofonică și doar 4,2% nu au vizionat nicio emisiune televizuală. În ultimele trei luni înainte de sondajul din octombrie 2020, 9,2% din populație nu a privit deloc TV-ul (față de 4% în 2015). Ponderea celor care în anul 2020 n-au citit niciun ziar a constituit peste 57 la sută (față de 40% în 2015) iar a celor care nu au ascultat programe radiofonice – 37,5 (față de 24% în 2015). Cei mai puțini dintre respondenți (în 2015 – 28% și în 2020 – 20,5%) nu au navigat defel pe internet.



Dacă e să raportăm cele mai populare platforme mediatică la încrederea pe care acestea le inspiră, vom constata că opinia publică la subiectul respectiv nu este direct proporțională. Astfel, televiziunea, deși între anii 2005-2020 a avut cel mai mare rating ca audiență (între 88-74 la sută), s-a bucurat de o încredere mult mai mică. În 2005, aceasta a constituit 50,03%, în 2010 – 54,9%, în 2015 – 40 la sută iar în octombrie 2020 – 22,8%. O tendință similară s-a atestat și în cazul internetului, a doua platformă în topul preferințelor. Dacă în 2015 acesta s-a bucurat de încrederea a 23 la sută dintre respondenți, în 2020 – de 20,8%.

Canalele de televiziune ca principala platformă de documentare sunt tratate diferențiat. Solicitați să le specifice pe cele de la care se informează mai des, respondenții *BOP* din 2010, de exemplu, au ierarhizat serviciile de televiziune în felul următor. Primul loc i s-a acordat *TV Moldova 1* (acest serviciu a fost consultat în primul rând de 28,7 la sută din respondenți iar de 19,6% – în al doilea rând). Postul public de televiziune a fost urmat de canalul *Prime* apropiat de Partidul Democrat (respectiv, cu 24,9 și 21,7%) apoi de canalul controlat de PCRM *NIT* (16,2 și 12 la sută).

Potrivit sondajului *IMAS* (2015), cele mai urmărite canale TV pentru știri pe temă socio-politică au fost *TV Moldova 1* (53%), *Prime TV* (53%), *Jurnal TV* (50%), *Publika TV* (42%), *ProTV Chișinău* (35%) (celelalte canale au avut o audiență de sub 20%). Pentru fiecare dintre canalele TV de top au existat segmente particulare de populație. Astfel, *Moldova 1* este preferată mai degrabă de persoanele de genul feminin de peste 45 de ani, cu nivel de educație mediu sau scăzut, de persoanele care nu lucrează și care locuiesc în mediul rural sau orașele mici și medii. *Prime TV* atrage într-o pondere semnificativ mai mare persoanele ce se identifică cu minoritățile etnice; în rest, un public relativ uniform pe celelalte segmente socio-demografice. *Jurnal TV* se diferențiază printr-o pondere mai ridicată de telespectatori din mediul rural.

În anul 2019, conform datelor *BOP*, primele trei poziții au revenit *Prime*, *TV Moldova 1* și postului *Jurnal TV*. Serviciile menționate au fost accesate în primul, în al doilea și al treilea rând, respectiv de 48 la sută, 44% și 34 la sută.

Consumatorii locali de servicii media, după cum ne sugerează sondajele de referință, dispun de percepții, reprezentări și atitudini suficient de incoerente, ezitante, difuze și contradictorii. În sprijinul acestei aserțiuni vom invoca unele date oferite de *BOP* din 2019. Întrebați câtă încredere au în mass-media, respondenții în proporție de 55 la sută le-au numit pe cele din Moldova urmate de mijloacele de informare din Uniunea Europeană (50%), Rusia (48%) și România (46%). Totodată, solicitați să indice sursele din care primesc informații despre evenimentele din țară și lume, respondenții au neglijat opțiunile anterioare, acordând întâietate ziarelor și revistelor rusești (54,2%), mediile locale rămânând cu mult în urmă (televiziunile cu 26,1% din opțiuni iar ziarele și revistele

– cu 19,6%), la fel ca și cele românești (europene) – 15 la sută. Luând în calcul aceste date contradictorii, este destul de dificil să dimensionezi tabloul general al opiniei publice pe filiera mass-media. Oricum, o tentativă temerară în acest sens a întreprins *IMAS*.

Nivelul de satisfacție a consumatorilor moldoveni față de mass-media, a constatat *IMAS* în 2018, nu este la cote înalte, 3% declarându-se foarte mulțumiți iar alți 37% – destul de mulțumiți de mass-media. Tot 3% este ponderea celor care susțin că presa este „complet independentă”, alți 12% crezând că ea este „mai degrabă independentă”. Totodată, 59% au calificat-o „complet sau mai degrabă dependentă”. *IMAS* a mai remarcat că 1% dintre respondenți consideră că ceea ce prezintă mass-media din Republica Moldova corespunde în „foarte mare” măsură realității iar alți 21% au afirmat că relatările din mass-media corespund în „mare” măsură realității. Cei mai mulți (75%) însă au opinat că mass-media a distorsionat realitatea. Anterior, în 2015, sondajul *IMAS* a scos în vileag percepția a circa trei sferturi dintre respondenți care au considerat că mass-media a făcut uz de propagandă sau a manipulat.

În această ordine de idei, *IMAS* în 2018 a relevat că 50% dintre respondenți consideră că mass-media acționează în interesul politicianilor dar nu al cetățenilor sau al societății în ansamblu, alți 15% au spus că mass-media acționează în funcție de interesele patronului, 9% au afirmat că prioritate ar avea interesele oamenilor de afaceri iar 3% cred că mass-media din țara noastră sunt preocupate mai mult de interesele țărilor străine. Informația livrată consumatorilor este, în viziunea respondenților respectivului sondaj, fie falsă (35%), fie distribuită la comanda altor țări sau organizații internaționale (44%).

Drept urmare, conchide *IMAS*, imaginea publică generală este una defavorizantă pentru mass-media, aceasta fiind percepută ca instituție care este controlată de politic și care avantajează sau dezavantajează un actor politic și chiar de instrument de răfuială cu anumiți politicieni. Datele sondajului au arătat că majoritatea respondenților percep mass-media ca o instituție partizană aservită politic. 61 la sută dintre respondenți consideră ca situația dată poate fi depășită prin efortul jurnaliștilor liberi, neangrenați doctrinar.

În concluzie generală putem constata că opinia publică în ultimele trei decenii a oscilat între tratamentul loial, inofensiv al mediilor de informare și abordarea critică, uneori reticentă față de comportamentul instituțiilor media. Evoluția semnalată poate să însemne maturizarea cetățenilor care treptat, dar se pare sigur, refuză optica moștenită din trecutul lor sovietic și comunist, când orice mesaj al presei era perceput ca adevăr absolut și adoptă un tratament diferențiat a conduitei mass-media, în funcție de contribuțiile acestora la realizarea dreptului său la informare. O linie de demarcare a acestei evoluții s-a prefigurat în 2010, când, potrivit datelor *BOP*, părerile respondenților s-au divizat în două.

Întrebați dacă consideră că știrile politice de la televiziune sunt suficiente pentru a înțelege ceea ce se întâmplă pe scena politică a Republicii Moldova, au răspuns afirmativ 33,4 la sută dintre cei chestionați, 36,5% și-au exprimat dezacordul, 8,3% au spus că nu urmăresc știrile politice, iar 21,8% nu au răspuns sau nu au știut ce să răspundă.

### **C. Media în optica experților naționali, două decenii mai târziu**

Opinia profesională asupra mass-media din Republica Moldova, spre deosebire de cea publică, dintotdeauna a fost expresia abordării critice a acțiunii mediatică naționale în general și a activității unor anume entități media, în particular. În ultimele trei decenii, experții locali au efectuat sute de investigații privind respectarea libertății presei, libertății de exprimare, a dreptului la informație. Ele au avut în obiectiv de asemenea dezvoltarea instituțională a mass-media, a cadrului legal, politic, economic și profesional de funcționare a mediilor tradiționale și celor digitale. Investigațiile respective au oferit radiografia evoluțiilor cantitative și calitative în sectorul mediatic, în special pe parcursul campaniilor electorale prezidențiale, parlamentare și locale, ele dimensionând comportamentul statului, al partidelor politice, businessului și societății civile în acest domeniu.

Evoluțiile produse pe aceste și alte paliere și-au găsit sintetizare în ultimii cinci ani în *Indicele privind situația presei din Republica Moldova (ISPM)* [129-133]. Lansat în 2016 de Centrul de Jurnalism Independent, studiul de referință prezintă radiografia evoluțiilor media, efectuată prin contribuția a câte 14 experți locali (doi juriști, trei manageri media, nouă experți media – câte unul din regiunea transnistreană și UTAG, unul din partea Consiliului de Presă, câte unul din cadrul audiovizualului, al presei scrise și al celei online, trei reprezentanți ai ONG-urilor de profil), pe șapte dimensiuni/indicatori: (1) cadrul juridic; (2) contextul politic; (3) mediul economic; (4) ambianța profesională; (5) calitatea jurnalismului; (6) securitatea informațională din perspectivă mediatică și (7) securitatea jurnaliștilor. Conform metodologiei adoptate, indicatorii menționați au cuprins 15 afirmații cu cinci variante de răspuns. Fiecărui răspuns îi corespunde un anumit punctaj pe o scală de la patru la zero, patru însemnând „cel mai bine” iar zero – „cel mai rău”. Astfel, valoarea ISRM a reprezentat media punctajului total întrunit de opțiunile experților-evaluatori pentru 15 afirmații conținute în cei șapte indicatori. Valoarea respectivă indică, de fapt, situația mass-media din anul evaluat: bună (60-50 de puncte), relativ bună (49-39 de puncte), marcată de probleme grave (38-28 de puncte), gravă (27-17 puncte) sau extrem de gravă (16-0 puncte).

Între anii 2016-2020, *cadruul juridic* de reglementare a activității mass-media a fost completat cu un set de acte legislative noi sau amendamente la legile existente cu impact vital pentru destinele mass-media autohtone. Astfel, în 2016

a fost stabilit un nou cadru juridic antimonopol în sectorul media (Legea nr. 39 a redus numărul de licențe de emisie pe care putea să le dețină un proprietar de servicii audiovizuale: de la patru la două). În 2017, întru protejarea spațiului informațional autohton și combaterea propagandei străine, au fost stabilite restricții legale pentru retransmiterea programelor informative, informativ-analitice, cu caracter politic și militar din statele care nu au ratificat Convenția europeană cu privire la televiziunea transfrontalieră (așa-numita Lege anti-propagandă). În 2018, în premieră a fost adoptată Concepția națională de dezvoltare a mass-media iar în 2019 – Codul serviciilor media audiovizuale. Experții locali au calificat aceste și alte demersuri legislative ca fiind, *grosso modo*, suficiente și conforme standardelor internaționale. Totodată, ei au constatat mari restanțe la capitolul implementarea legislației în vigoare, precum și o serie de goluri/insuficiențe legislative (de exemplu, în reglementarea jurnalismului online sau a publicității), dar și multiple derapaje de la prevederile legale. Referindu-se la calitatea cadrului juridic național în vigoare în 2020, evaluatorii au constatat o îndepărtare de standardele internaționale, în special odată cu operarea unor modificări la Codul serviciilor media audiovizuale privind, în principal, anularea interdicției de a retransmite programe audiovizuale cu conținut propagandistic provenite din țările care nu au ratificat Convenția europeană cu privire la televiziunea transfrontalieră și excluderea cotei obligatorii de opere europene în serviciile media audiovizuale. În consecință, *indicatorul privind cadrul juridic* de reglementare a activității mass-media a constituit 28,66 puncte în 2016, 27,33 – în 2017, 27,66 – în 2018, 28 – în 2019 și 26,66 – în anul 2020. Astfel, starea mass-media pe această filieră a corespuns unei *situații grave* sau marcate de *probleme grave*.

În anii de referință, *contextul politic* a fost unul dintre indicatorii ce au dezavantajat în cea mai mare măsură dezvoltarea mass-media autohtone. Anul 2016, în această ordine de idei, a fost cel mai complicat. Pozițiile dominante pe piață deținute de politicieni (persoane afiliate), în opinia experților, au creat condiții prielnice pentru divizarea mass-media și a jurnaliștilor, antrenarea lor în războaie informaționale politice, utilizarea pieței de publicitate în calitate de pârghe de influență. Implicarea politicului în mass-media și dependența presei de banii politici au favorizat, direct sau indirect, media „de partid” sau pe cele „angajate politic”. Din acest considerent, în acel an, contextul politic a beneficiat de 14 puncte acordate de experți iar situația media a fost catalogată drept „*extrem de gravă*”.

În următorii trei ani, deși s-au înregistrat mici progrese în contextul politic de funcționare a mass-media, situația, oricum, a rămas „gravă”. În 2017, experții au estimat contextul politic cu 19, în anul 2018 – cu 20, în 2019 – cu 17 și în 2020 – cu 11 puncte. „Aparent, contextul politic din RM ar trebui să fie favorabil

activității mass-media, deoarece regimul politic se declară democratic, cenzura este în afara legii, nu există interdicții pentru crearea mediilor de informare cu politică editorială de orice orientare ideologică etc., au opinat experții în 2017. Însă, concentrarea mediatică excesivă a proprietății în mâinile unor politicieni sau persoane interpușe care acționează în interesul acestora, utilizarea masivă a instituțiilor media pe post de instrumente de manipulare politică și discreditare a oponentilor politici are drept consecință deteriorarea climatului de funcționare a instituțiilor media și decredibilizarea acestora”. Nota acordată atunci a fost, practic, reiterată și în rapoartele din anii următori. Totodată, în anul 2018, de exemplu, experții au remarcat și alte aspecte defavorabile ale contextului politic: limitarea accesului la unele evenimente; atacuri verbale asupra jurnaliștilor; refuzul de a răspunde la întrebările jurnaliștilor etc. Atare practici au fost promovate atât de partidele de la guvernare sau parlamentare, cât și de cele extra-parlamentare.

În 2019, în opinia experților, s-au atestat unele tentative ale Guvernului Maia Sandu de a schimba în bine climatul politic de funcționare a mass-media mai ales prin intenția de a demite componenta CA suspectat de partizanat politic, precum și de a redresa situația la instituția radiodifuzorului public. Aceste tentative însă au „eșuat”, din care motiv experții locali au conchis: „Situația mass-media în contextul politic al anului 2019 a fost similară celei din anii electorali precedenți. Factorul politic, prin diverse modalități, a reușit să-și subordoneze o mare parte din cele mai influente organe de presă în scopuri electorale. Trenarea implementării reale a legislației în vigoare a perpetuat și a stimulat un mediu politic defavorabil activității și dezvoltării presei independente”. În 2020, situația mass-media a continuat să degenereze, aceasta fiind marcată de instabilitatea politică și consecințele nefaste ale perioadei pandemice (Covid-19). În context, experții au amintit că numărul cazurilor de discurs de ură în alegerile prezidențiale din anul 2020, potrivit estimărilor Asociației *PromoLEX*, a crescut cu peste 40 la sută față de cel din alegerile parlamentare din anul precedent, 2019. Situația a devenit alarmantă odată ce parte a mesajelor de incitare la ură a fost promovată pe persoane de prim rang în stat.

*Mediul economic*, de rând cu cel politic, a constituit un alt factor defavorizant al independenței și libertății editoriale a mass-media. Pe durata anilor 2016-2020, situația mediilor de informare din perspectiva acestui indicator a fost estimată de experții locali drept una „gravă” și „extrem de gravă” (în 2016, mediul economic a fost evaluat cu 18,5 puncte, în 2017 – cu 18, în 2018 – cu 17, în 2019 – cu 18 și în 2020 – cu 15,5 puncte). În sprijinul aserțiunii date, experții au invocat un șir de factori, inclusiv lipsa unor prevederi legale stimulative privind activitatea economică a entităților media; concentrarea masivă în anii 2016-2020 a proprietății în domeniul mass-media de către câteva entități

economice (*Exclusiv media SRL* controlată de Partidul Socialiștilor, *Media Resurse SRL*, un holding media fondat de *Klassika Media SRL*, brand asociat cu liderul partidului politic Ilan Șor, *General Media Group Corp SRL* al fostului lider al Partidului Democrat Vlad Plahotniuc, aflat în declin relativ în ultimul timp). În 2020, experții au mai relevat tentativa de a sabota activitatea economică a instituțiilor media fondate de ONG-uri (Legea nr. 86 cu privire la organizațiile necomerciale adoptată în luna iunie).

Reducerea pieței de publicitate, direcționarea intenționată a publicității spre anumite medii, precum și înțelegerile de cartel în acest domeniu, au constituit alți factori ce au afectat puternic mijloacele de informare rămase în afara monopolurilor de presă. La temelia acestei concluzii, experții au așezat mai multe fapte. Astfel, în anul 2016, potrivit unor cercetări, s-a înregistrat o descreștere cu 1,8 milioane de euro a pieței de publicitate comparativ cu 2015 și cu patru milioane de euro – față de 2014. În consecință, vânzările de publicitate TV au coborât sub nivelul de 11 milioane de euro, acesta fiind cel mai slab rezultat din 2010 încoace. În acel an, cei mai mari beneficiari de publicitate au fost postul *Prime TV* urmat de *RTR Moldova* și de *TNT Bravo*. La 17 octombrie 2016, cu mai puțin de două săptămâni înaintea alegerilor prezidențiale, notau experții, principalii beneficiari ai banilor de la candidații electorali, potrivit presei, sunt posturile TV și prestatorii de servicii *outdoor* (panouri publicitare). Cu contracte de 8,9 milioane de lei, lider incontestabil a fost *General Media Group Corp SRL* al lui Vlad Plahotniuc. Pe locul doi, dar la mare distanță, cu publicitate electorală de 1,36 milioane de lei s-a aflat *TV Comunicații SRL* care deținea postul *RTR Moldova* urmat de *ProTV Chișinău* și *NTV* cu câte aproximativ 1,1 milioane de lei. Trendul dat s-a menținut pe întreaga perioadă de monitorizare.

Consecințe nocive pentru afacerile media, neafiliate la structurile monopoliste, au avut împărțirea tacită a pieței publicitare. Experții, în această ordine de idei, au făcut referință la presupusul acord din ianuarie 2018 între două case de vânzări – *Casa Media* controlată de liderul PDM și *Exclusive Sales House* controlată de socialiști, ce ar fi prevăzut că 80 la sută din bugetele pentru publicitate să revină *Casa Media* iar 20 – *Exclusive Sales House*. Reprezentanții celor două case de vânzări au negat orice fel de înțelegeri. Lucrurile nu au fost limpezite de Consiliul concurenței, deși în aceeași lună iar apoi și în mai 2018, patru posturi TV – *ProTV Chișinău*, *RTR-Moldova*, *Jurnal TV* și *TV8*, au depus o plângere comună privind presupusa înțelegere de cartel. În 2020 experții, deși au remarcat că la finele anului a apărut Casa de vânzări *Independent Media House* cu intenția de a vinde publicitate doar în presa independentă, s-au arătat sceptici față de reușita unei asemenea afaceri, invocând legitățile economiei de piață unde, pentru furnizorul de publicitate, contează nu independența instituției media ci audiența ei.



Mediul economic conturat pe aceste temeuri a redus vizibil șansele dezvoltării jurnalismului liber. În raportul din 2019, experții, bunăoară, precizau: „Lipsa independenței economice face presa vulnerabilă în fața mai multor tentații, inclusiv a ofertelor politice, prețul acestora fiind adesea libertatea agendei editoriale. Observând în ultimele luni ale anului de referință o migrare a jurnaliștilor de la unii patroni politici la alții, experții sunt de părere că independența editorială mai depinde și de echipa fiecărei redacții, de pregătirea și de integritatea profesională a managerilor media, de capacitatea lor de a se impune în fața finanțatorilor”.

*Mediul profesional* a constituit cel de-al patrulea indicator aplicat de experții locali pentru a dimensiona situația mass-media autohtonă. El a vizat, pe de o parte, suficiența iar pe de alta, eficiența, procesului de profesionalizare. În primul caz, experții au constatat că în Republica Moldova, profesionalizarea a întrunit elementele-cheie (cităm după raportul din 2019): „instituții formative care oferă studii de licență, de masterat și doctorale; cursuri de instruire în țară sau peste hotare pe durate diferite; un centru de instruire continuă la *Teleradio-Moldova*; Codul deontologic al jurnalistului completat cu prevederi noi pe parcursul anului de referință și adus în corespundere cu realitățile în continuă schimbare; asociații profesionale care apără libertatea de exprimare și presa independentă”. La acest capitol, starea de lucruri într-un singur an, 2016, a fost caracterizată „relativ bună”, acordându-i-se cel mai mare punctaj (40) în raport cu toate variabilele pe durata întregii monitorizări. În rest, situația mediului profesional a fost calificată în general drept una „gravă” (câte 27 de puncte în 2017, 2018 și 2020 și 28,5 – în anul 2019).

În context, experții au constatat cele mai mari curențe la capitolul eficiența procesului de profesionalizare. Ele, în opinia lor, au fost cauzate de un set de factori (cităm după raportul din 2019): discrepanța dintre cele studiate la facultate și practica jurnalismului angajat; diferența dintre salariile pe care le pot oferi jurnaliștilor organele de presă afiliate politic și cele independente; implicarea insuficientă a instituțiilor de presă independente în procesul de profesionalizare; personalul redus ca număr al organelor de presă independente, ceea ce face aproape imposibilă detașarea jurnaliștilor pentru a participa la instruirii de durată; atragerea, prin salarii mai mari, a profesioniștilor formați în organe de presă independente de către instituții media cu politică editorială dubioasă. La fel, s-a constatat lipsa de instituții formative care ar pregăti manageri media, precum și incapacitatea facultăților de profil de a-și ajusta operativ programul de instruire la necesitățile pieței, inclusiv la cererea în creștere a competențelor de utilizare a noilor tehnologii. Încă în 2016, experții au atras atenția că nu a fost constituit un sindicat al jurnaliștilor, deși despre necesitatea acestei structuri se vorbește de mulți ani. Nu a fost fructificată nici ideea constituirii unei structuri de auto-



reglementare în domeniul publicității. Concluzia trasă în 2016 a rămas valabilă și în anii următori: „Partizanatul politic, răspândit masiv în presă, vorbește elocvent despre (in)eficiența procesului de profesionalizare a mass-media”. În 2020, experții au venit cu o precizare nouă: „...Chiar și absolvenții cu o pregătire foarte bună teoretică, ajungând să lucreze în instituții media afiliate politic, destul de repede se conformează standardelor redacționale care sunt în dezacord cu normele deontologiei profesionale universal acceptate. O primă încercare de a redresa situația semnalată a fost inițiativa ca absolvenții facultăților de profil să-și asume Codul deontologic al jurnalistului în viitoarea activitate de muncă”.

*Calitatea jurnalismului*, al cincilea indicator, a fost evaluată de experții locali pe câteva filiere: pluralism extern, pluralism intern și calitatea mass-media. Per ansamblu, estimarea variabilelor de referință au determinat plasarea între anii 2016-2020 a situației mass-media în zona „gravă” sau „cu probleme grave”.

Pluralismul extern al mass-media a adunat în raport cu cel intern și calitatea mass-media numărul cel mai mare de puncte ale experților (câte 37 puncte – în 2016 și 2018, câte 36 – în 2017 și 2020 și 34 – în 2019). Într-o confirmare, monitorii pentru fiecare an au adus multiple exemple. Iată ce au consemnat ei în 2016: „În ultimii doi-trei ani, pluralismul extern s-a dezvoltat, astfel că există instituții media pentru diferite categorii de public, în funcție de vârstă, interese, domenii profesionale etc. Exemple: bizlow.md – juridică/avocatură; anticorupție.md, moldovacurata.md, zdg.md – anticorupție/integritate în sectorul public; e-sanatate – medicină; agro TV și agrobiznes.md – agricultură; Moldova Sport TV – sport; diez.md și zugo.md – tineret etc.” În pofida acestui fapt salutar, experții s-au arătat sceptici referitor la progresele pluralismului extern. În 2017, ei constatau: „Avem peste 470 de instituții media în diferite domenii. Cea mai multă media este totuși privată, fiind concentrată în Chișinău. Drept rezultat, mass-media reflectă în proporție de 70% evenimentele care se întâmplă în municipiul Chișinău”. În anii următori, progrese la acest capitol nu au fost înregistrate. „În Republica Moldova, aparent, există pluralism mediatic extern dar, totodată, atestăm zone geografice întregi în care lipsesc instituțiile de presă, se menționează în raportul monitorilor din 2019. Pluralismul extern continuă să fie afectat grav în special de concentrarea proprietății în domeniul mediatic pe principii politice. Statul nu demonstrează interes și preocupare pentru asigurarea unui pluralism mediatic real în beneficiul cetățenilor”.

Pluralismul mediatic intern din țară de asemenea a fost compromis, în mare parte, de aceiași factori de influență: afilierea politică a multor organe de presă și starea precară a economiei. Drept urmare, acesta a fost estimat în 2016 și 2018 cu câte 28 de puncte, în 2017 – cu 27, 2019 – cu 26 de puncte și în 2020 – cu 25 de puncte (situația a fost astfel caracterizată fie „gravă”, fie cu „probleme grave”). Pe parcursul anilor, experții, într-o manieră sau alta, au remarcat o

anumită diversificare a produselor mediatice pe criterii cum ar fi genurile jurnalistice, tematica abordată, geografia, protagoniștii și autorii materialelor etc., dar au avut mari rezerve față de capacitatea și posibilitatea presei afiliate politic de a asigura „prezența vocilor alternative”. În 2016, de exemplu, ei și-au argumentat aserțiunea respectivă cu datele din raportul de monitorizare al Consiliului Coordonator al Audiovizualului realizat în perioada 18 ianuarie-18 februarie în care se arăta: „În cadrul emisiunii „Replica” de la *Prime TV*, invitații (subiecți politici) cu cea mai mare pondere au fost reprezentanții PDM, cu un volum procentual de 57,14% (patru apariții), fiind urmați de PL cu 28,57% (două apariții) și PAD cu 14,29% (o apariție). O situație similară avem la *Publika TV* unde în cadrul emisiunii „Fabrica”, PDM a avut o prezență de 40% (cinci apariții), PL – 20% (trei apariții), PPRM și PPUCM – 13,33% (câte două apariții fiecare). O tendință asemănătoare s-a înregistrat și la capitolul subiecți-comentatori politici. În aceeași perioadă, în cadrul serviciilor de programe ale posturilor TV monitorizate, la capitolul gender au dominat bărbații. Spre exemplu, la *Publika TV*, raportul a fost de 90,24% bărbați față de 9,76% femei”.

Pluralismul intern, au constatat experții în 2019, există doar la două posturi TV – *ProTV Chișinău* și *TV8* neafiliate unor partide politice și care reflectă diverse puncte de vedere, precum și la câteva posturi radio/tv locale/regionale dar care au totuși o audiență redusă. În anul 2020, pluralismul intern, bunăoară, a fost viciat de o serie de factori, inclusiv: „Nu este sesizată o preocupare pentru diversificarea produselor mediatice prin diversitate de teme, de genuri și formate jurnalistice, de adrese, de protagoniști. De regulă, presa urmează, în mod neîndreptățit, agenda politică și nu cea publică. Numeroase teme de interes pentru cetățeni sunt ignorate și abandonate. Anumite teme sunt abordate și mediatizate doar dacă efortul este sprijinit pecuniar de eventuali donatori”.

În ceea ce privește calitatea presei, evaluatorii au semnalat un paradox: înregistrăm degradare în pofida existenței unei diversități de instituții formative și de cursuri de profesionalizare. Calitatea mass-media a fost afectată pe parcursul anilor 2016-2020 de fenomene nocive, precum propaganda, manipularea, dezinformarea și știrile false. Acțiunile iar, mai des, inacțiunile factorilor decidenți nu au reușit să descurajeze aceste fenomene, au notat experții. Breasla jurnalistică nu a avut suficiente capacități ca să asigure un nivel acceptabil al calității mass-media estimată drept „gravă”. Astfel la acest indicator mass-media a beneficiat de 19 puncte în 2016, de câte 18 – în 2017, 2019 și 2020, și de 17 – în 2018.

*Securitatea spațiului informațional național din perspectivă mediativă*, al șaselea indicator al situației media autohtone, a vizat contribuțiile la această lucrare atât ale instituțiilor autohtone, cât și ale celor străine. În primul caz, experții locali au evaluat și au constatat curențe importante în repartizarea și gestionarea de către radiodifuzorii aflați sub jurisdicția RM a frecvențelor au-

dio/tv; în distribuirea de către aceștia a programelor care răspund rigorilor de pluralism și calitate și care sunt produse autohtone difuzate în primă audiență, în retransmisiunile audiovizuale străine ce pot submina securitatea informațională a țării etc. Experții totodată au evaluat, dacă majoritatea presei scrise, ca număr de titluri și tiraj, majoritatea presei online, ca număr de titluri și de utilizatori oferă conținuturi care răspund rigorilor de pluralism și calitate iar conținuturile, în proporție de cel puțin 50 la sută, sunt autohtone; dacă filmele pentru TV-uri sunt achiziționate luând în calcul asigurarea securității informaționale; dacă există un sistem adecvat de *media literacy* și un nivel potrivit de imunitate socială la propagandă. Din această perspectivă, experții locali au caracterizat securitatea spațiului informațional național ca fiind într-o stare „gravă”, acordând și punctajul corespunzător (23 de puncte – în anul 2016, 19 – în 2017, câte 21 – în 2018 și 2020, 20 – în anul 2019).

În cazul al doilea, experții, evaluând impactul mass-media străine asupra securității spațiului informațional național (dacă mass-media străină, ca număr și/sau influență (audiență), ca prezență pe cont propriu sau ca prezență prin intermediul mass-media aflată sub jurisdicția RM, este masivă; dacă mass-media străină difuzează mesaje improprii care afectează grav securitatea informațională și periclitează/neutralizează mesajele mass-media autohtone, pluraliste și de calitate; dacă produsele mediatiche străine promovează mesaje ce contravin intereselor naționale; dacă limba de difuzare a mesajelor este alta decât cea de stat) au constatat caracterul lui „extrem de grav” în două rânduri (2017 și 2018) și „grav” în ceilalți trei ani de monitorizare (2016, 2019, 2020).

Calificativele respective au vizat preponderent mediile de informare din Federația Rusă. Potrivit datelor CCA din 2016, citate de experții locali, 70% din posturile TV transmise în spațiul informațional al RM au fost din Federația Rusă, care au promovat politici axate deseori pe mesaje anti-europene, anti-naționale, utilizând instrumente de propagandă, manipulare și dezinformare. La trei ani distanță, în 2019, experții, evaluând comportamentul mediilor străine pe piața indigenă, notau: „...Mass-mediile străine care activează în RM au politici editoriale diferite. Organele de presă din Occident, bunăoară, *Radio Europa Liberă*, *TVR Moldova* sau *Radio România Chișinău* sunt, în cea mai mare parte, corecte. Organele de presă din Federația Rusă, precum Agenția *Спутник*, *Комсомольская Правда в Молдове*, *Аргументы и Факты*, *Первый Канал* etc. sunt pline de dezinformări, manipulări, instigare la ură etc.”.

Spațiul mediatic autohton din acest punct de vedere a fost considerat ca fiind nesecurizat și deci vulnerabil la acțiunile informaționale și hibride externe. Lucrurile au evoluat neînsemnat și după adoptarea la sfârșitul lui 2017 a Concepției securității informaționale naționale și a Legii anti-propagandă. „Rezultatele unei monitorizări la temă efectuate de CA, au notat experții în 2019,

a demonstrat că *RTR Moldova*, de exemplu, nu respectă prevederile legale. Mai mult, asistăm la încercări ale președintelui Igor Dodon și ale socialiștilor, cunoscuți pentru simpatiile lor pro ruse, de a anula această lege”. Acest lucru s-a întâmplat în perioada imediat următoare.

*Securitatea jurnaliștilor*, ultimul indicator de monitorizare a situației mediilor de informare autohtone în anii 2016-2020, în general, a fost respectată. Experții totodată au remarcat că pe parcursul perioadei de referință, unii reprezentanți ai presei au fost atacați verbal, li s-au creat dificultăți artificiale în exercitarea muncii profesionale, limitându-se, în particular, accesul la anumite evenimente. Situația pe domeniul securității jurnaliștilor, în viziunea experților, a fost marcată de „probleme grave”, cunoscând, conform punctajului acordat, un anume regres: 36 de puncte în 2016, 30 – în 2017 și câte 29,5 în următorii trei ani. Aceștia, totuși, au notat că indiferent de instituția media și modul de onorare a misiunilor profesionale, jurnaliștii, cu excepția unor penalizări contravenționale sau prejudicii de ordin moral, nu au suportat consecințe grave. Ei au menționat că în mass-media din Republica Moldova „plutește o atmosferă de autocenzură „pentru a nu da de bucluc”, respectiv, pentru ca jurnaliștii să-și poată continua cumva activitatea”.

Opinia profesională așadar, spre deosebire de cea publică, s-a arătat a fi preponderent sau suficient de critică față de furnizorii locali de informație, tratându-i pertinent, pe potrivă contribuțiilor acestora în saturarea cu conținuturi imparțiale a spațiului informațional mediatic din Republica Moldova. *Indicele privind situația presei din Republica Moldova*, stabilit de experții locali, a reflectat astfel situația generală gravă a mass-media națională. Acest fapt este indicat în punctajul mediu anual la toți indicatorii invocați acordat de opinia profesională și anume: 26,66 puncte – în 2016, 23,69 – în 2017, 23,78 – în 2018, 24,24 – în 2019 și 23,66 de puncte – în 2020. Trendul descendent respectiv este unul alarmant și inspiră puțin optimism în destinele viitoare ale mass-media autohtone.

#### ***D. Media în estimarea instituțiilor internaționale***

Mass-media din Republica Moldova în ultimele două decenii s-a aflat în vizorul mai multor instituții internaționale, preocupate de promovarea valorilor democratice, inclusiv a respectării art. 19 din Declarația Universală a Drepturilor Omului privind dreptul la libertatea opiniilor și exprimării. Între acestea s-au numărat *Freedom House (Casa Libertății)*, *International Research & Exchanges Board* Consiliul internațional de cercetare și schimburi (*IREX*), *Reporters sans Frontieres (Reporteri fără Frontiere)* etc.

*Freedom House* fondată în 1941 a fost prima organizație americană antrenată în promovarea libertăților la scară globală. Liderii ei fondatori au fost prima doamnă de atunci a SUA, Eleanor Roosevelt, dar și Wendell Willkie, contracandi-

datul republican în alegerile prezidențiale din 1940. Din acest considerent, *Freedom House* din start a avut o orientare partinică ambivalentă sau, am spune, neangajată politic. Potrivit viziunilor sale programatice, *Freedom House* dintotdeauna s-a ghidat de convingerea că „libertatea înfloreste în națiunile democratice în care guvernele sunt responsabile pentru oamenii lor”. De aici putem lesne deduce motivarea preocupării ei fundamentale – raportul anual *Libertatea în lume* (1973) ce a devenit o lucrare de referință în cercetarea respectării drepturilor politice și a libertăților civile în lume.

Pe parcursul anilor, *Freedom House* a lansat în coordonatele anuarului *Libertatea în lume* un set de rapoarte sectoriale, în special, în domeniul mass-media. „Sectorul media liber și independent ce informează populația și trage la răspundere liderii este la fel de important pentru o democrație stabilă și puternică ca și alegerile libere și corecte, nota Sarah Repucci, Senior Director pentru Cercetare și Analiză de la *Freedom House*, referindu-se la impactul mediilor de informare asupra vieții sociale. Fără acest sector, cetățenii nu pot să adopte decizii conștiente privind modul în care sunt dirijați, iar abuzurile puterii, care practic sunt inevitabile în orice societate, nu pot fi identificate și corectate”. Astfel, rapoartele *Freedom and the Media (Libertatea și Media)*, *Nations in Transit (Națiunile în tranziție)*, *Freedom on the Net (Libertatea pe Internet)* au reprezentat barometre recunoscute la scară mondială ce fixează pulsul mediilor de informare de pe mapamond.

Raportul anual *Freedom and the Media*, inițiat în 1980, a evaluat timp de peste patru decenii gradul de libertate a presei din 195 de țări și 14 teritorii ale lumii (datele din 2019). El a furnizat analize ale stării/statutului mediilor de informare din țările monitorizate, în temei, prin prisma a trei indicatori: (A) legal (legile și actele normative ce afectează conținuturile media); (B) politic (presiunile politice și controlul asupra conținuturilor media) și (C) economic (influențele economicului asupra conținuturilor media) (între 1994-2001, în vigoare a fost și al patrulea indicator, D – acțiunile represive în raport cu jurnaliștii (omoruri, violențe, cenzură, autocenzură etc.). Fiecare indicator, la rândul lui, a cuprins un set de subiecte metodologice de cercetare. Numărul acestora a atins cifra de 23 la toate categoriile de indicatori menționate. Iată unele dintre subiectele abordate:

- Există medii de informare libere și independente?
- Mass-media sunt supuse cenzurii directe sau indirecte?
- Jurnaliștii recurg la autocenzură?
- Jurnaliștii sunt supuși presiunilor pentru a identifica sursele lor de informare?
- Sunt aplicate legile privind defăimarea și altele de acest fel pentru penalizarea jurnaliștilor?

- Mass-media depind de finanțarea din partea statului? Statul influențează conținutul lor, aplicând diferite instrumente (licențierea angajată politic, controlul asupra rețelelor de producere și distribuire etc.)?

- Mass-media fac partizanat politic?

Per ansamblu, subiectele/indicatorii menționați au însumat o anume valoare numerică (punctaj). Scala de acordare a punctajului a variat pe parcursul anilor. De exemplu, între 1994-1996, punctajul a fost acordat separat pentru presa scrisă și audiovizual (indicatorii A, B și C fiind cotați în limita 0-10 puncte iar D – 0-20 puncte). Între 1997-2001, primii trei indicatori au fost estimați de la zero până la 15 puncte iar ultimul indicator, D – de la 0-5. După 2002, indicatorul A a dispus de 30 puncte, B – de 40 și C – de 30 de puncte. În consecință, mass-media din țările lumii au putut acumula între zero puncte (cel mai bun rezultat) și 100 de puncte (rezultatul cel mai rău): cu cât punctajul acumulat a fost mai mic, cu atât starea libertății media a fost mai avansată. În funcție de impactul factorilor menționați și de punctajul acordat, mediile de informare au fost divizate în trei categorii cu un anume scor numeric: mass-media libere (L) (0-30 de puncte); parțial libere (PL) (31-60 de puncte) și nelibere (NL) (61-100 de puncte). [96]

*Freedom House* a evaluat libertatea media, antrenând o echipă de analiști interni și externi, precum și experți din comunitățile academice, think tank-urile pentru drepturile omului etc. Ediția din 2019, de exemplu, a implicat peste 100 de analiști și peste 30 de consilieri. Analiștii au utilizat o gamă largă de surse, inclusiv articole de știri, analize academice, rapoarte de la organizațiile neguvernamentale, contactele profesionale individuale și cercetările pe teren. Scorurile propuse au fost discutate și argumentate la o serie de întâlniri regionale cu participarea personalului *Freedom House* și grupului de consilieri experți. Scorurile finale au reprezentat consensul analiștilor, consilierilor și al personalului. Acțiunile date au fost întreprinse pentru a exclude la maximum abordările subiectiviste. *Freedom House* a optat în acest sens pentru consistență metodologică, rigoare intelectuală și judecăți echilibrate și imparțiale [96]. Analizele efectuate și scorurile acordate au reflectat starea presei din anul ce a precedat ediția ordinară a raportului.

Republica Moldova a intrat în registrul de monitorizare al *Freedom House* la începutul anilor '90. Prima referință la țara noastră o atestăm în ediția 1993 a raportului respectiv, în care starea libertății presei locale din anul precedent, 1992, a fost calificată drept „parțial liberă”. În anii '90, *Freedom House* a estimat evoluțiile libertății presei în lume, inclusiv în Republica Moldova, pe patru filiere (legislativ, politic, economic și respectarea drepturilor jurnaliștilor), separat în presa scrisă și cea audiovizuală (a se vedea Anexele 20 și 21). Cel mai bun scor al libertății presei Republica Moldova l-a obținut în 1993, când cumulativ a obținut 41 de puncte din 100. O asemenea performanță, generată de liberalizarea și



deideologizarea accentuată de atunci a pieței mediatic autohtone, Republica Moldova nu a mai atins nici în anii `90, nici în următoarea perioadă de monitorizare *Freedom House* (2000-2020). În 1995, odată cu etatizarea multor medii de informare, libertatea sectorului mediatic de la noi întrunind 62 de puncte, a intrat pentru prima dată în categoria „presei nelibere”.

În primele două decenii ale secolului în curs, mass-media din Republica Moldova, potrivit estimărilor *Freedom House*, a fost, în raport cu anul de glorie, 1993, într-un declin neconținut. Astfel, între anii 2003-2009, mediile de informare autohtone au fost plasate pe lista presei nelibere. În restul timpului (2000-2002, 2010-2019), deși au fost declarate „parțial libere”, acestea, în frecvente cazuri, datorită punctajului acumulat s-au apropiat suficient de mult de categoria presei nelibere (Anexa 20). Datele raportului *Freedom and the Media* consumă în multe privințe cu cele cuprinse în alte monitorizări ale *Freedom House*, în special, în *Nations in Transition*.

*Nations in Transition (Națiunile în tranziție)* reprezintă un alt proiect de monitorizare inițiat de *Freedom House* în 1993. El a avut în vizor 29 de state ex-sovietice și postsocialiste, aflate în perioada de tranziție spre democrație și economia de piață. Rapoartele elaborate în cadrul acestui proiect prezintă o dimensionare complexă a situației din țările respective pe șapte filiere: *guvernare democratică* (în special, independența, eficiența și controlul puterilor legislative și executive); *procesul electoral* (caracterul legislației electorale, pluripartidismul, gradul de participare a populației în procesul electoral); *societatea civilă* (potențialul organizațional și financiar al sectorului asociativ, ambianța politică și socială, grupurile de interese, inclusiv cele antidemocratice etc.); *administrația publică locală* (descentralizarea, transparența decizională etc.); *sistemul judiciar* (independența justiției, apărarea drepturilor constituționale ale omului etc.); *corupția* (percepția opiniei publice, legislația anticorupție, eficiența inițiativelor anticorupție). O variabilă importantă în evaluarea țărilor de referință a vizat *mediile independente*. La acest capitol, proiectul *Nations in Transition* a examinat starea curentă a libertății mass-media, inclusiv legislația despre defăimare, cazurile de urmărire a jurnaliștilor și a redacțiilor independente, funcționarea financiară a presei independente, activitatea mediilor de stat. [201]

Rapoartele narative au fost însoțite de evaluări numerice ce asigură determinarea ratingului de țară. Până în anul 2020, *Freedom House* a aplicat pentru cercetarea dată o scală de la 1 la 7 (1 – cel mai mic rezultat, 7 – cel mai mare), țările fiind clasificate în următoarele categorii: 1. *Consolidated Democracy* (Democrație consolidată) (CD) (scor al democrației: între 5.01-7.00); 2. *Semiconsolidated Democracy* (Democrație semiconsolidată) (SCD) (scor: 4.01-5.00);

3. *Transitional/Hybrid Regime* (Regim hibrid în tranziție (T/H) (scor: 3.01-4.00);



4. *Semiconsolidated Authoritarian Regime* (Regim autoritar semiconsolidat) (SCA) (scor: 2.01-3.00);

5. *Consolidated Authoritarian Regime* (Regim autoritar consolidat) (CA) (scor: 1.00-2.00).

Din 2020, scorul democrației a fost convertit în procentajul democrației, pentru a asigura o coerență cu alte rapoarte *Freedom House* care este respectiv: 100 – 66,68; 66,67 – 50,01; 50,00 – 33,34; 33,33 – 16,68 și 16,67 – 0,00. În coordonatele respective au fost înscrise analizele și valorile numerice ale mass-media. Astfel, pentru a corespunde democrației consolidate, mijloacele de informare trebuie să fie independente, diverse și stabile, libertatea de exprimare trebuie să fie protejată iar jurnaliștii – absolviți de ingerințele excesive din partea factorilor politici și economici influenți. [201]

Republica Moldova între anii 2005-2020 a fost atribuită categoriei de țări *T/H*, adică celor cu regim hibrid în tranziție. Ea a dispus de un procentaj al democrației între 33,93 și 35,71, adică s-a aflat aproape de hotarul cu următoarea categorie descendentă de democrație – regimul autoritar semiconsolidat (SCA). Aceasta a denotat că țara a întrunit condițiile minimale ale democrației. Astfel au fost remarcate fragilitatea instituțiilor democratice, dificultățile majore privind respectarea drepturilor politice și civile, procesul electoral, deși regulat și competitiv, totuși defectuos la capitolul libere și corecte, o societate civilă în creștere însă afectată de probleme financiare și entități puțin sustenabile, o administrație publică locală lipsită de independență de către puterea centrală, o justiție deși antrenată în lupta pentru independență, totuși dependentă de factorul politic și selectivă în aplicare, un înalt nivel de corupție. Situația dată s-a agravat în anii 2005, 2008-2010, când Republica Moldova s-a aflat, potrivit *Freedom House*, în categoria țărilor cu regim autoritar semiconsolidat (SCA).

Potrivit *Nations in Transition*, mass-media din Republica Moldova în perioada 2005-2020 s-a înscris în coordonatele țărilor cu regim hibrid în tranziție și autoritar semiconsolidat. Ele au beneficiat din partea *Freedom House*, respectiv, în anii de *T/H* – între 3.01 și 4.00 puncte și între 2.01 și 3.00 – în anii SCA (a se vedea Anexa 22). Astfel, mijloacele de informare de la noi între anii 2005-2020, de regulă, au fost independente și diverse. Totuși, suportul lor legislativ existent nu a corespuns practicilor curente. Reportajele și independența editorială au fost prejudiciate de interesele politice și economice ce au încurajat autocenzura, precum și presiunea asupra jurnaliștilor. În acest sens, raportul *Nations in Transition* 2020 constata că „situația privind libertatea mass-media a continuat să se deterioreze” iar schimbarea puterii executive din 2019 nu a condus la „depolitizarea instituțiilor de reglementare”. Potrivit raportului, mass-media din Republica Moldova a rămas în coordonatele unui regim hibrid în tranziție.

*International Research & Exchanges Board (IREX)* fondat în anul 1968 în SUA cu statut de organizație neguvernamentală non-profit este specializat în dezvoltarea globală și educație. *IREX* dispune de parteneriate în peste 100 de țări, inclusiv în Republica Moldova.

Mass-media reprezintă pentru *IREX* unul dintre direcțiile strategice de activitate. În mesajul adresat presei independente din Moldova cu prilejul Zilei Mondiale a Libertății Presei din 2020, antena locală a *IREX* specifica: „De peste 20 de ani, organizația *IREX* promovează și contribuie la crearea unor sisteme informaționale și media vibrante în întreaga lume, lucrând cu consumatorii și producătorii de content media, astfel încât cetățenii să poată interacționa eficient cu content media de calitate înaltă. La moment, *IREX* are în curs de implementare 28 de proiecte în domeniul media, inclusiv proiectul „Diversificarea Conținutului de Divertisment în Moldova”.

În 2000, *IREX* a lansat proiectul global *Media Sustainability Index (MSI)* (*Indicele de sustenabilitate media*) [184]. Proiectul dat a radiografiat condițiile de funcționare a mass-media independente din 80 de țări din întreaga lume (în anul 2021, acesta va fi substituit de *Vibrant Information Barometer (VIBE)* – *Barometrul de Informații Vibrante*). Pe parcurs, *MSI* a devenit un studiu de referință în evaluarea modului în care sistemele media din străinătate se schimbă în timp.

Sustenabilitatea mediilor de informare, în viziunea *IREX*, este determinată de cinci factori-cheie, aceștia constituind totodată și obiectivele cercetării *MSI*. Primul obiectiv – gradul de promovare a normelor legale și sociale de protejare a liberei exprimări și a accesului la informațiile publice – a fost măsurat, aplicându-se mai mulți indicatori, inclusiv corectitudinea, competitivitatea și tratamentul apolitic al acordării licențierii sau înregistrării instituției mass-media; comparabilitatea intrării ei pe piață în raport cu alte industrii. Același obiectiv identifică de asemenea dacă legea garantează independența editorială, dacă accesul la informație este nediscriminatoriu pentru toate mass-media și jurnaliști, dacă accesul și utilizarea știrilor locale și internaționale nu sunt restricționate de lege etc.

Cel de-al doilea obiectiv – respectarea standardelor profesionale de calitate ale jurnalismului – a vizat, în special, asemenea indicatori ca posibilitatea profesioniștilor de a reflecta evenimentele și problemele-cheie, lipsa autocenzurii, nivelul de remunerare a muncii descurajant pentru coruperea jurnaliștilor, echiparea modernă și eficiența a acestora pentru colectarea, producerea și distribuirea știrilor, neclipsirea programelor de știri de cele de divertisment etc.

Obiectivul al treilea – existența surselor de știri multiple ce oferă cetățenilor știri fiabile și obiective – a fost axat și el pe un set de indicatori printre care diversitatea surselor și a platformelor de știri, lipsa reflectării partizane a spectrului politic, transparența proprietății media ce permite consumatorilor să judece

despre obiectivitatea știrilor, gradul de acoperire prin știri a unui spectru larg de interese sociale etc.

Cercetarea *IREX* a determinat și gradul de independență editorială a instituțiilor media în funcție dacă acestea sunt concepute drept întreprinderi bine gestionate. În contextul acestui obiectiv, al patrulea la număr, au fost formulați următorii indicatori: multitudinea surselor de venit ale instituției media, respectarea standardelor acceptate pentru cota de venit provenită din publicitate. Același obiectiv a evaluat modul (echitabil/nonechitabil fără a compromite independența editorială) de accesare a subvențiilor guvernamentale și a publicității etc.

Ultimul obiectiv – ocrotirea interesului profesional al mass-media independente de instituțiile de sprijin funcționale din societatea civilă – a avut drept indicatori contribuțiile sectorului neguvernamental în dezvoltarea mass-media independente, inclusiv prin profesionalizarea lor; aportul asociațiilor profesionale în susținerea drepturilor jurnaliștilor și al celor comerciale – în reprezentarea intereselor proprietarilor media. Cercetarea pe această filieră a mai contabilizat caracterul (politic/apolitic) al canalelor de distribuție media (chioșcuri, emițătoare, cablu, internet, telefoane mobile), gradul de monopolizare și de restricționare în acest domeniu etc.

Metodologia *IREX* de evaluare a mass-media a cuprins acordarea la fiecare obiectiv între 0-4 puncte, în funcție de atingerea indicatorilor menționați. Astfel, zero puncte s-a acordat presei din țările ce nu corespunde indicatorilor și obiectivelor de referință; de un punct a beneficiat țara cu mass-media ce îndeplinesc indicatorii la cotă minimală; de două – țara ce a început să fie conformă mai multor indicatori, progresele însă fiind de dată recentă, nu probează sustenabilitatea certă a mediilor de informare. Țării ce a dispus de mass-media conforme indicatorilor de rigoare de-a lungul mai multor ani i se acordă trei puncte. În sfârșit, patru puncte au fost alocate țării în care mass-media corespund indicatorilor de sustenabilitate timp îndelungat, indiferent de succesiunea guvernelor, fluctuațiile economice, modificările opiniei publice și/sau schimbărilor convențiilor sociale.

Conform *MSI* descris, mass-media au fost clasificate în patru categorii. Prima categorie consemna țara cu o *presă nesustenabilă* (0-1) (guvernul și legile împiedică activ dezvoltarea liberă a mass-media, profesionalismul este scăzut iar activitatea industriei media este minimă). Cea de-a doua categorie – *sustenabilitate instabilă (mixt)* (1-2). În acest caz, țara îndeplinește un număr minimal de obiective iar progresele presei libere, profesionalismul în creștere și afacerile libere în domeniul media sunt de dată recentă. Per ansamblu, aceste progrese nu certifică sustenabilitatea. Categoria a treia – *aproape de sustenabilitate* (2-3) marchează că țara a progresat în îndeplinirea mai multor obiective iar normele legale, profesio-

nalismul și mediul de afaceri facilitează mass-media independente. Progresele au supraviețuit modificărilor guvernamentale și au fost codificate în lege și practici. Cu toate acestea, se cere mai mult timp pentru a se certifica durabilitatea schimbărilor atestate. Ultima, cea mai avansată categorie, este *media sustenabile* (3-4). În cazul de referință, mediile de informare sunt considerate, în general, profesioniste ce au atins sau sunt în stare să atingă obiectivele de sustenabilitate iar mass-media independente au supraviețuit mai multor guverne, fluctuațiilor economice și modificărilor opiniei publice sau convențiilor sociale.

În 2001, la un an după lansare, parte a proiectului global IREX *Media Sustainability Index* a devenit și Republica Moldova [184]. Din start și timp de 10 ani (2001-2010), mijloacele de informare autohtone au fost atribuite celei de-a doua categorii de sustenabilitate media – *instabilă (mixt)*. În acest răstimp, *MSI* pentru Moldova a oscilat de la 1,48 puncte (2006-2007) și până la 1,81 puncte (2009). În anul 2011, mass-media naționale pentru prima dată au avansat în a treia categorie de sustenabilitate, acumulând 2,1 puncte în 2011, 2,26 – în 2012 și 2,42 – în 2013. Indicele din anul 2013 a fost vârful *MSI* atins de mass-media din Republica Moldova. Începând cu anul următor, 2014, indicele *MSI*, deși a rămas în perimetrul categoriei „aproape de sustenabilitate”, a înregistrat un ușor declin – de la 2,38 în anii 2014-2016 și 2018 spre 2,37 – în 2017 și 2,31 – în 2019 (Anexa 23).

O altă instituție internațională ce a înscris mass-media din Republica Moldova în registrul său de monitorizare a fost *Reporters sans Frontieres (RSF)*. Din data fondării (1985), această entitate a avut statut consultativ pe lângă ONU, UNESCO, Consiliul Europei și Organizația Internațională a Francofoniei. În anul 2002, *RSF* a lansat în premieră *Clasamentul mondial al libertății presei*. În fruntea lui s-au aflat atunci patru țări europene (Finlanda, Islanda, Norvegia și Olanda). Clasamentul a fost elaborat în baza unui chestionar difuzat în peste 20 de limbi, cuprinzând un spectru larg de subiecte în materie de media devenite, ulterior, criterii de evaluare. Între acestea, din start s-au numărat pluralismul și independența media, cadrul juridic de reglementare a presei, comportamentul statului în raport cu mediile publice și presa internațională, acțiunile îndreptate împotriva jurnaliștilor (asasinate, agresii etc.) și media (cenzură, percheziții, presiuni etc.), atentatele la libertatea circulației informației pe internet, infrastructura pentru producerea informațiilor ș. a. Subiectele abordate nu au vizat politicile editoriale, conținuturile media sau devierile etice/deontologice, s-a specificat în partea narativă a primului raport. Chestionarul dat este completat anual de jurnaliști, cercetători, juriști și alți experți din țara vizată care sunt preocupați de starea mass-media locale. Ei acordă puncte pentru fiecare criteriu de evaluare. Ratingul țării este invers proporțional cu punctele acumulate: numărul redus de puncte marchează un rating înalt și viceversa.

Primul clasament mondial al libertății presei a cuprins 139 de țări [237], cel de-al doilea – 166 [238]. Ulterior, numărul de țări participante a oscilat între 167 (2004) și 179 (2011/2012). Din anul 2014 până în prezent (2020), clasamentul a vizat mass-media din 180 de țări. Republica Moldova a intrat în registrul clasamentului de referință în 2003, adică în primul an după lansarea acestuia. Atunci, ea a ocupat poziția a 94-a cu un scor de 27 de puncte (din 100). [237]

În anii 2011/2012, Republica Moldova a obținut cea mai înaltă performanță pe durata primului deceniu de participare la acest clasament. Atunci, ea a ocupat poziția 53 pe lista de 179 de țări cu un scor de 16 puncte. Ascendența din sectorul media a fost cauzată de schimbările democratice majore și promovarea vectorului european de dezvoltare atestate în perioada respectivă. Cel mai rău rezultat a fost în 2009: locul 114 din 175 de țări cu un scor de 33,75 de puncte (sfârșitul guvernării comuniste).

Din anul 2013, libertatea mass-media autohtone a intrat în declin ce continuă și astăzi. Faptul consemnat a fost certificat de rezultatele clasamentelor mondiale *RSF*. Dacă în 2013 Republica Moldova a deținut locul 55 din 179 cu scorul 26,01, în 2014 – 56 (din acest an, numărul de țări a fost unul constant – 180), scor – 25,35, atunci în 2015, ratingul ei a coborât brusc până pe locul 72, scor – 27,85. *RSF*, comentând starea libertății presei din lume, menționa: „Două treimi din cele 180 de țări din Clasamentul mondial pentru libertatea presei din 2015 au înregistrat rezultate mai slabe, în termeni absoluți, decât în ediția precedentă. Indicele anual care exprimă intensitatea atacurilor asupra libertății informației la nivel mondial a atins 3719 puncte, o creștere cu 8% față de 2013 și de aproape 10% din 2012”. Mediile de informare din Republica Moldova în ultimii cinci ani de monitorizare s-au înscris în tendința globală descendentă respectivă. Astfel, în 2016, ele s-au poziționat pe locul 76 (scor 28 puncte), în 2017 – pe locul 80 (scor 30,01), în 2018 – pe locul 81 (scor 30,41), în 2019 – pe locul 91 (scor 31,21). În 2020, Republica Moldova s-a menținut pe poziția 91 cu un scor în descreștere ușoară (31,16) (a se vedea Anexa 24).

În felul acesta, în ultimii opt ani, mediile de informare autohtone au pierdut în clasamentul mondial 36 de poziții. În comunicatul de presă difuzat pe 21 aprilie cu ocazia lansării Clasamentului 2020, *RSF* remarca cu referință la Moldova: „Problemele legate de independența mass-media, a cărei linie editorială reflectă interesele proprietarului său, persistă în majoritatea țărilor din zonă. În Moldova (91), imperiul mass-media construit de fostul miliardar și liderul Partidului Democrat, Vladimir Plahotniuc, și-a pierdut influența pentru a fi repede înlocuit de un nou holding afiliat concurentului său pro-rus, Partidului Socialiștilor. Această povară sufocantă a oligarhilor pro-guvernamentali sau pro-opoziție, precum și campaniile de dezinformare care o însoțesc, incită statele să producă legi care sunt din ce în ce mai periculoase pentru libertatea presei”. [62,63]

În 2021, Republica Moldova a urcat în clasamentul anual întocmit de *Reporterii fără Frontiere* cu două poziții, ocupând locul 89 din 180 de țări, alături de Macedonia de Nord (90) și Regatul Lesotho din sudul Africii (88). Această ascendență a fost prima în ultimii trei ani.

O estimare indirectă și, poate, particulară, a situației din sectorul mediatic autohton vine și de la Curtea Europeană pentru Drepturile Omului (CtEDO). Astfel, între anii 1997-2020, potrivit experților de la Centrul de Resurse Juridice din Moldova, CtEDO a constatat 19 cazuri de încălcare a libertății de exprimare în Republica Moldova sau 3% din numărul total de dosare examinate de această instituție europeană.

\*\*\*

Opinia publică din Republica Moldova în primul deceniu de istorie post-sovietică a tratat mass-media autohtone cu suficientă loialitate, plasându-le printre instituțiile sociale acreditate cu cea mai mare încredere. Tratatul respectiv, relevat de numeroase sondaje sociologice, a fost determinat, în viziunea noastră, de cel puțin doi factori fundamentali. Primul l-a constituit revirimentul democratic al sectorului mediatic produs în anii '90. Cel de-al doilea a constat în tradiția mai veche, cultivată ani în șir, cu privire la probitatea mijloacelor de comunicare. În ultima vreme însă, insatisfacțiile consumatorilor de informație față de mass-media sunt în ascensiune, subrezindu-le acest statut. Nemuțumirile sunt cauzate de calitatea jurnalismului, informarea parțială și distorsionată, motiv care periclitează capacitatea cetățeanului de a adopta decizii pertinente și coerente. Treptat, noua optică devine proprie unei părți tot mai mari și conștiente a consumatorilor de informație ce formează opinia publică.

Carențele menționate, precum și un set de alte deficiențe au fost dezvoltate pe durata ultimilor trei decenii de experții în materie naționali și internaționali. Spre deosebire de opinia publică, ei, reprezentând opinia profesioniștilor, au demonstrat o evaluare critică și exigentă a spațiului mediatic național. Opinia lor în frecvente cazuri însă nu a ajuns în vizorul consumatorului de rând de informație, având în acest sens un impact minimal. Analizele critice și recomandările elaborate de reprezentanții mediului profesional și ai celui academic totodată au fost trecute cu vederea sau ignorate discret atât de factorii decizionali, proprietarii media, cât și de jurnaliștii certați cu normele sau străini rigorilor deontologice ale jurnalismului liber.

Redresarea situației în spațiul mediatic autohton poate fi produsă, în bună parte, în urma promovării congruenței opiniei publice și a celei profesionale, naționale și internaționale privind destinele jurnalismului național.

### Partea III

## PSEUDO-JURNALISMUL LOCAL

Jurnalismul local, pe fundalul evoluțiilor și, mai ales, al involuțiilor consemnate în compartimentele precedente, a fost sub incidența așa-numitului pseudo-jurnalism. Acesta, constituind prin substanța, forma și finalitatea sa o excrescență, macină și distruge din interior comunicarea mediatică locală. Pseudo-jurnalismul, *grosso modo*, este o moștenire sovietică. Acesta, în primele trei decenii de postcomunism însă, a obținut noi valențe și dimensiuni. Esențialmente, pseudo-jurnalismul este un jurnalism fals, un non-jurnalism sau anti-jurnalism. Este fals, deoarece sacrifică informarea complexă, echidistanță și imparțială a consumatorilor media în favoarea răspândirii unor idei care prezintă și susțin o doctrină, un lider sau o formațiune politică, o autoritate de stat etc. Este non-jurnalism, deoarece derivă din faptul că mass-media, fiind înregimentate și ideologizate pe criteriul de loialitate politică, devin actanți comunicaționali de natură propagandistică. În virtutea acestor circumstanțe, pseudo-jurnalismul devine eminentemente anti-jurnalism, adică partea adversă a acestui tip de activitate de comunicare publică.

Pseudo-jurnalismul este marele anonim pe piața mediatică autohtonă. El se deghizează în practici pretins ajustate jurnalismului liber sau de calitate. Pseudo-jurnalismul este sensibil la noile tehnologii mediatică, fortificându-și prezențele atât în spațiile mediatică tradiționale, cât și, mai ales, în cele web 2.0. În pofida tentativelor respective, acesta se dezvoltă expres atât în scriiturile jurnalistice, cât și în noile tehnici/platforme utilizate.

Prezentul compartiment, având în vizor pseudo-jurnalismul, îl discernă atât la scara mesajului jurnalistic, cât și la cea de instrumentar/stratageme mediatică.



## **Capitolul I. MESAJUL PSEUDO-JURNALISMULUI DIN ANII 2000: ANALIZE DE CONȚINUT**

Pseudo-jurnalismul se dezvoltă pregnant în timpul campaniilor electorale. În aceste perioade de turbulențe sociale maxime, mass-media pot să-și confirme atașamentul față de abordarea echidistantă, imparțială și pluralistă a fenomenelor și proceselor politice sau pot să demonstreze derapaje spectaculoase de la aceste valori în favoarea partizanatului sau a mercenariatului politic. Aceste tendințe sunt articulate în mod plener în textul mediatic.

Analizele de conținut din prezentul compartiment au avut în vizor tehnicile vizibile și tranșante de implicare a mass-media în procesul electoral dar și cele camuflate și rafinate la nivel de text jurnalistic. Aceste instrumente funcționează fără termen de valabilitate și indiferent de tipul sau statutul mijlocului de informare. Drept urmare, miza rândurilor de mai jos rezidă mai puțin în evaluarea comportamentului electoral al unui anumit serviciu media (asta și din motivul că unele dintre posturile de televiziune la care ne referim au dispărut între timp de pe piața media), în acest caz mai mult contând depistarea tehnicilor de dezinformare și manipulare pe care le uzitează pseudo-jurnalismul. Conștientizarea acestora, pe de o parte, poate descuraja mediile de informare să promoveze stratagemе propagandistice iar pe de altă parte, va cultiva imunitatea consumatorului de presă față de informația falsă, semiadevărată sau minciună. În opinia noastră, analizele propuse pot fi utile în educația media și în efortul de profesionalizare a mediilor de informare și de instruire a noii pleiade de jurnaliști.

În această ordine de idei, inserăm 13 analize ale mesajelor jurnalistice efectuate de autorul acestei cărți în cadrul *Videomonitor-ului*, proiect gestionat de Asociația Presei Electronice (APEL) în cadrul programului „Monitorizarea prezenței actorilor politici/electorali la principalele canale de televiziune în perioada campaniei electorale pentru alegerile parlamentare anticipate din 2009 și sporirea impactului monitorizărilor prin vizualizarea cazurilor de încălcare flagrantă a prevederilor legale și a deontologiei profesionale”. La timpul respectiv, studiile de caz au fost afișate pe site-ul APEL ([www.apel.md](http://www.apel.md)). Preluându-le, acestea au fost intitulate în procesul redactării lucrării de față. Pentru a facilita perceperea și a spori credibilitatea analizelor efectuate, cititorul poate consulta textele mediatice comentate în anexele la prezenta carte.

**Studiu de caz 1.** *Electorală 2009 (postul de televiziune NIT, programul Curier, 4 iulie 2009, ora 21:30) (Textul relatării: Anexa 1)*

„Materialul de referință ar putea pretinde să fie catalogat drept o știre electorală. Asta din motivul că în temeiul ei se află o informație despre un candidat

în alegerile parlamentare anticipate din 29 iulie – PCRM. Autorul lui dintre tipurile cunoscute de știri electorale (informativă, descriptivă, evaluativă) a valorificat formatul ei estimativ. Pentru a-i dezvolta substanța, caracterul și impactul, vom aplica cunoscutele întrebări euristice ale lui Lasswell ce formează orice lanț comunicational, inclusiv cel proiectat de știrea jurnalistică: Cine spune? Ce? Cum? Cui? Cu ce efecte?

Protagonistul știrii date (cine?) este redactorul care, în acest caz, se erijează în calitate de portavoce a tuturor locuitorilor raionului Taraclia (autorul în acest scop utilizează noțiunea generică „oamenii”, prezentându-i ca o comunitate monolitică, cu o voință colectivă, aderentă la valorile PCRM, chiar dacă recunoaște că la alegerile din 5 aprilie, acest partid a fost votat în proporție de 70 la sută). Actorii implicați nemijlocit în evenimentul tratat (candidatul din partea PCRM – Igor Dodon, participanții la adunare – Valentina Berechelea și Fiodor Sabii) în material se află pe post de secundanți. Luările de cuvânt ale acestora, inserate discreționar în corpul știrii electorale, au valoare de complementare a aserțiunilor autorului de știre. Adunarea locuitorilor din raionul Taraclia, convocată cu ocazia întâlnirii cu Igor Dodon, candidat PCRM, reprezintă evenimentul (ce?) aflat în vizorul știrii electorale. Cu excepția faptului că întrunirea respectivă a adoptat o rezoluție (lucru amintit în treacăt), știrea de referință nu oferă alte detalii despre acest eveniment (numărul de participanți, reprezentativitatea lor socială, etnică etc.). Drept urmare, evenimentul ca atare este diluat în țesutul valoric al știrii. Vom remarca totodată că în timp ce în textul rezoluției surprins de camera de luat vederi întrunirea este calificată drept „adunare a locuitorilor”, autorul îi conferă statut de adunare generală.

Substanța factologică, tradițională pentru asemenea tip de mesaj jurnalistic, în cazul materialului analizat, este substituită de judecățile de valoare ale autorului. Acestea sunt construite în coordonatele câtorva sofisme. Este vorba, în primul rând, de invocarea unor argumente, lipsite de dovezi plauzibile de altfel, pentru a crea certitudinea unei presupuse voințe colective comune („Pentru patriotism și menținerea independenței țării – pentru asta își vor da votul la 29 iulie locuitorii raionului Taraclia”, „La scrutinul din 5 aprilie, circa 70 la sută din populația acestei regiuni au votat pentru Partidul Comunist. Oamenii spun că vor proceda la fel și la alegerile parlamentare anticipate care vor avea loc la sfârșitul acestei luni”).

Autorul, în al doilea rând, a recurs la eroarea falsei dileme sau a falsei dihotomii când se prezintă două variante ca fiind singurele posibile („Oamenii spun că în cadrul actualei campanii electorale, lupta acerbă se duce nu pentru victoria PCRM, nu pentru partid dar pentru existența Moldovei ca stat”). Tehnica respectivă este aplicată și atunci când se sugerează că ori se votează PCRM și se dobândește stabilitatea politică, integritatea țării, confortul etnic ori se votează liberal-

democrației și atunci se va instaura haosul, limitarea în drepturi a minorităților naționale etc. („Potrivit rezultatelor scrutinului din 5 aprilie, în raionul Taraclia, partidele de opoziție au acumulat doar patru la sută din sufragii, fapt ce denotă neîncrederea populației față de politica și valorile promovate de liberali”) (referirea la presupusa strategie de stat a PLDM privind integrarea miilor naționale în societate), precum și pe prezentarea unui singur punct de vedere asupra problemei în cauză. Vom remarca de asemenea discrepanța dintre aserțiunea autorului și insertul aplicat. Astfel, autorul afirmă: „Oamenii din Taraclia de la simplii săteni până la întreprinzători sunt împotriva celor care împing țara spre instabilitate și dezbinare. Ei pledează pentru menținerea integrității Moldovei”. Această opțiune, în insertul care vine imediat, este susținută însă nu de un locuitor al raionului, ci de Igor Dodon.

În concluzie vom menționa că știrea electorală analizată mizează (cui?), în primul rând, pe publicul puțin informat sau care în virtutea unor anumite circumstanțe are acces limitat la o diversitate de resurse mediatice. Finalitatea acestui material (ce efecte?) este de natură propagandistică. Ea derivă din structura, registrul argumentativ invocat și patosul textului. Știrea nu are în obiectiv informarea ci recrutarea adeptilor în favoarea unui partid politic. Argumentele aplicate denotă atitudinea favorizantă a autorului față de PCRM și atu-urile lui electorale și, dimpotrivă, tratamentul defavorizant al altor actori electorali. Știrea electorală de referință astfel nu se înscrie în rigorile profesionale și cerințele din art. 4 al Regulamentului privind reflectarea campaniei electorale în alegerile în noul parlament din 29 iulie în mijloacele de informare în masă din Republica Moldova („reflectarea echitabilă, echilibrată și imparțială a alegerilor parlamentare de către instituțiile mass-media”).

**Studiu de caz 2.** Conferința de presă a PCRM (*Postul de televiziune TV Moldova 1, programul Mesager, 6 iulie 2009, ora 21:00*) (*Textul relatării: Anexa 2*)  
„Comentariul Videomonitorului de astăzi vizează relatarea inserată la rubrica „Alegeri 2009” în cadrul programului informativ Mesager din 6 iulie, ora 21:00, de la Moldova 1, despre o conferință de presă organizată de PCRM. Protagonistul ei, Igor Dodon, candidat pe listele PCRM la alegerile parlamentare anticipate din 29 iulie, a abordat diverse probleme de ordin economic. El s-a referit la programul anticriză, la prețurile la motorină și gazele naturale, la creditul rusesc de 500 de milioane de dolari acordat Republicii Moldova”.

Relatarea de la acest eveniment a fost realizată în coordonatele știrii electorale descriptive. Acest tip de știre solicită de la autor reproducerea fidelă, directă prin inserturi, sau indirectă a discursurilor participanților la evenimentul electoral respectiv. La prima vedere, autorul materialului în cauză s-a conformat acestei rigori, el a enunțat spusele lui I. Dodon. Examinarea atentă a relatării

date însă relevă o serie de detalii ce comportă derogări importante de la normele profesionale și de la reglementările interne cu privire la reflectarea de către IPNA *Teleradio-Moldova* a campaniei electorale pentru alegerile parlamentare anticipate din 29 iulie 2009.

*Relatarea examinată cuprinde, într-o manieră camuflată, aprecierea și opinia autorului asupra evenimentului reflectat.* Autorul a efectuat selectarea și ierarhizarea subiectelor abordate de Igor Dodon. Astfel, dintre toate subiectele tratate de protagonistul conferinței de presă, autorul a acordat prioritate acuzelor aduse de Dodon concurenților electorali care, potrivit opiniei reprezentantului PCRM, nu dispun de un program anticriză. Prioritizarea acestei opinii în relatare a fost relevată discreționar, practic, de trei ori:

- prima dată, declarația respectivă a fost fixată în lead-ul știrii electorale citit de prezentatorul programului („Reprezentanții partidelor liberale speculează pe marginea situației economice din țară fără să propună soluții realizabile. Declarația aparține candidatului la funcția de deputat din partea PCRM Igor Dodon. Potrivit lui, PCRM este unica formațiune care a propus măsuri anticriză spre deosebire de oponenții politici”);

- a doua oară – în insertul spuselor lui I. Dodon („Mihai Eminescu spunea: e ușor a scrie versuri când nimic nu ai a spune. O parte din oponenții noștri politici vin doar cu declarații: vom asigura asta însă cum?.. de ce nu explică tuturor să înțelegem și noi... cum? Foarte simplu de ce nu explică – deoarece nu știu cum. Este foarte simplu să declari că vor fi 700-800-900 de euro sau vom tripla bugetul și așa mai departe, însă cum? Nimeni dintre acești colegi nu vine cu aceste detalii”);

- a treia oară – în spusele autorului („Potrivit lui Igor Dodon, Partidul Comuniștilor din Republica Moldova este unica formațiune care a propus măsuri anticriză spre deosebire de oponenții săi politici care lansează doar mesaje politice și nu au propuneri concrete de relansare a economiei naționale în condiții de criză).

Procedeele dat cunoscut și ca argumentul repetiției (*argumentum ad nauseam*), utilizat în retorica politicianilor și în propagandă, în cazul nostru poate fi interpretat ca o modalitate camuflată de exprimare a atitudinii jurnalistului față de aserțiunea lui I. Dodon. Atare practică însă contravine art. 3, litera b din Reglementările interne ale IPNA *Compania Teleradio-Moldova* în care se spune: „Autorii reportajelor cu tematică electorală nu vor da aprecieri, nu vor emite opinii proprii și judecăți de valoare asupra evenimentului”.

*Conținutul relatării este dezechilibrat.* Relatarea analizată cuprinde acuze în adresa unui concurent electoral. Normele profesionale referitoare la asemenea situații revendică prezentarea echilibrată a opiniilor. John Hartley, autorul cunoscutului studiu *Discursul știrilor* explică: „Echilibru înseamnă o

abordare de genul: „mai întâi conservatorii au declarat, iar laburiștii au replicat...”. Autorul a ignorat această normă, stipulată de altfel, și în art. 3, lit. C din Reglementările interne ale IPNA Compania *Teleradio-Moldova* în care se spune: „Conținutul reportajelor cu tematică electorală va fi echilibrat, obiectiv și echidistant”.

În context, vom nota că Moldova 1 aplică selectiv această normă. Faptul consemnat este probat chiar de programul de știri în care a fost inserată relatarea de referință: acuzele unui alt concurent electoral (AMN) în adresa Ministerului Educației și Tineretului că acesta ar fi organizat ineficient examenele de bacalaureat au fost echilibrate, în mod firesc și profesional, de punctul de vedere al colaboratorilor acestui minister. Acest mod de abordare însă nu a fost aplicat și în cazul relatării examinate, în consecință constatăm conținutul dezechilibrat al relatării.

*Concluzie.* Relatarea de referință a fost executată în afara coordonatelor profesionale ale jurnalismului de calitate. Modul în care a fost realizată contravine prevederilor art. 7 din Codul audiovizualului despre echilibrul și pluralismul politico-social și stipulărilor citate din Reglementările interne cu privire la reflectarea de către IPNA Compania *Teleradio-Moldova* a campaniei electorale pentru alegerile parlamentare anticipate din 29 iulie 2009. În virtutea acestui fapt conchidem că relatarea de referință prejudiciază statutul de instituție publică al Companiei *Teleradio-Moldova*.

**Studiu de caz 3.** Cetățenii străini și evenimentele din 7 aprilie 2009 (*Postul de televiziune Moldova 1, programul Mesager, 11 iulie, ora 21:00*) (*Textul relatării: Anexa 3*)

„Pe 10 iulie curent, site-ul Consiliului Europei (CE) a inserat un comunicat de presă, în care Terry Davis, Secretar General al acestei instituții europene, și-a exprimat atitudinea față de afirmațiile difuzate de Moldova 1 privind implicarea unor angajați ai CE în turbulențele din 7 aprilie de la Chișinău. Declarația respectivă a constituit laitmotivul unui comentariu, cuprins în programul informativ *Mesager* din 11 iulie de la ora 21:00.

Terry Davis susține că acuzațiile aduse de *Moldova 1* sunt foarte serioase și au fost făcute fără să fie prezentată nicio dovadă concretă și fără ca organizației europene sau persoanelor respective să le fi dat oportunitatea de a răspunde. „Dacă cei de la televiziunea moldoveană de stat ar fi contactat Consiliul Europei înainte de a face aceste afirmații, li s-ar fi spus că s-au făcut șapte săptămâni de când am scris guvernului moldovean și i-am cerut să explice de ce unul dintre experții noștri nu a fost lăsat să se întoarcă în Moldova, în pofida faptului că are o viză valabilă. Dacă ar fi întrebat, televiziunea de stat moldoveană ar fi aflat că încă mai aștept răspuns la scrisoarea mea”, afirmă Terry Davis.

Din spusele Secretarului General al Consiliului Europei putem deduce că *Moldova 1* se confruntă cu două probleme conexe. Prima este de ordin particular și vizează oportunitatea documentării și a aplicării în știrile cu subiecte controversate a două surse independente pentru a păstra echilibrul și imparțialitatea în redarea evenimentelor sau fenomenelor. Cea de-a doua problemă, de ordin general, se referă la statutul postului de televiziune *Moldova 1*. Comentariul din programul informativ *Mesager* pe marginea declarațiilor citate ale lui Terry Davis, deși ia în dezbatere ambele probleme, în fond denotă incapacitatea sau nedorința de a le sesiza și de a le aborda cu responsabilitate și temeinicie.

În primul caz, autorul a sugerat că afirmațiile privind implicarea unor angajați ai CE în turbulențele din 7 aprilie nu-i aparțin postului de televiziune *Moldova 1* ci altui mijloc de informare – ziarului *Moldova Suverană* de unde a citat articolul „Un șofer sârb devenit peste noapte expert european, importator de revoluții”. Practica jurnalistică, evident, recunoaște preluarea unor materiale din alte mijloace de informare. Ea însă nu anulează ci dimpotrivă presupune, mai ales, dacă instituția media este părtașul jurnalismului de calitate, valorificarea responsabilă a surselor de informare și diversificarea lor pentru a exclude interpretările partizane sau unilaterale. Prin urmare, argumentarea aplicată în comentariul analizat poate fi tratată ca o eschivare de a recunoaște că regula celor două surse independente este utilizată insuficient sau selectiv în știrile de la *Moldova 1* iar drept consecință, programele informative de la acest post tv suferă de parțialitate și partizanat politic.

Referitor la cea de-a doua problemă – statutul postului de televiziune *Moldova 1*, autorul comentariului și-a exprimat dezacordul cu calificativul de „televiziune moldoveană de stat”, utilizat în comunicatul de presă al Secretarului General al CE, amintindu-le telespectatorilor din țară că *Moldova 1* este o instituție publică. Autorul totodată a dat o lecție europenilor, enunțând sentința: „Știrile difuzate nu sunt realizate pentru a plăcea demnitarilor de orice rang. Datoria noastră este de a informa”. Jurnalistul de la *Moldova 1* în același timp trece cu vederea sugestia relevantă din comunicatul de presă al CE: „În mod clar, televiziunea moldoveană de stat are multe de învățat despre jurnalismul responsabil”.

Sugestia în cauză, precum și comunicatul de presă în întregime, în opinia noastră sunt semnificative, deoarece într-o manieră, deși laconică, dimensionează ceea ce este și trebuie să devină *Moldova 1*. Jurnalismul responsabil presupune în mod implicit pluralism politico-social, diversitate a surselor, echilibru de opinii, imparțialitate în tratarea evenimentelor etc. Profesând un asemenea tip de jurnalism, *Moldova 1*, cu certitudine, poate deveni o instituție de vocație publică”.

**Studiu de caz 4.** Ședința Consiliului municipal (*Postul de televiziune N4, programul Obiectiv, 14 iulie, ora 19:30*) (Anexa 4)

„Videomonitorul de astăzi are în vizor relatarea despre ședința ordinară a Consiliului municipal Chișinău inserată în programul de știri Obiectiv din 14 iulie, ora 19: 30, de la postul de televiziune N4. Evenimentul în cauză, deși prin actorii și substanța sa nu se înscrie direct în campania alegerilor parlamentare anticipate din 29 iulie, a fost utilizat de N4 în calitate de prilej pentru agitație în defavoarea unor concurenți electorali din apropiatul scrutin.

Activitatea instituțiilor reprezentative, inclusiv de talie locală, trezește interesul justificat al cetățenilor. Prin urmare, mass-media reflectând-o, vine, pe de o parte, să asigure informarea oamenilor asupra treburilor publice iar pe de altă parte, realizează transparența activității administrațiilor publice. În context, considerăm motivată relatarea N4 de la ședința din 14 aprilie a Consiliului municipal Chișinău.

*Substanța informativă a relatării examinate este inconsistentă.* Telespectatorului i s-a servit o știre inconsistentă din punct de vedere informativ. Astfel, din relatarea analizată, el a aflat următoarele amănunte despre evenimentul reflectat:

- Consiliul municipal Chișinău a aprobat componența birourilor electorale;
- ședința vizată a fost sistată la inițiativa președintelui fracțiunii Partidului Liberal care a propus trimiterea spre reexaminare a tuturor documentelor;
- forul reprezentativ municipal nu reușește a opta oară să delibereze treburile publice.

Firească era ca N4 să comunice cetățenilor și alte lucruri pentru ca ei să-și creze propria judecată despre activitatea Consiliului municipal, inclusiv:

- agenda de lucru a ședinței respective;
- date despre prezența consilierilor;
- subiectele nesoluționate (în afară de cele menționate – problema câinilor maidanezi, a transportului public);
- diverse puncte de vedere asupra cauzelor contramandării ședinței etc.

Relatarea examinată a evitat însă să ofere aceste și alte detalii relevante, substanța ei informativă fiind substituită copios de judecăți de valoare.

*Relatarea jurnalistică evoluează în mesaj propagandistic.* Ședința ordinară a Consiliului municipal, eveniment în fond lipsit de implicații directe în campania pentru alegerile parlamentare anticipate, în relatarea de referință a obținut în mod discreționar conotații electorale evidente. Acest fapt derivă din chiar lead-ul știrii: „Show-ul politic din Consiliul municipal Chișinău va fi organizat și în viitorul parlament de către liberali, susțin consilierii municipali”.

Lead-ul a determinat în întregime conținutul relatării. În acest sens, vom remarca aplicarea unor argumente, inadecvate pentru un text jurnalistic, dar



frecvente în agitația electorală a actorilor politici. Astfel, autorul știrii a recurs la argumentul majorității, invocat în lead-ul știrii – „susțin consilierii municipali”, deși în știre s-a făcut referință la un singur consilier.

Relatarea este axată de asemenea pe contrapunerea fracțiunilor PCRM (aceasta este avantajată, relevându-se că la insistența ei a fost aprobată componența birourilor electorale, 14 iulie fiind termenul limită) și cele ale PL, PLDM, AMN care boicotează ședințele consiliului din care motiv ele au fost catalogate drept iresponsabile față de alegători („problemele capitalei din nou rămân în voia sortii, mai ales că și primarul municipiului Dorin Chirtoacă este degrevat din funcție pentru a se ocupa de campania electorală”).

Opiniile părții acuzate sunt lipsă (știrea nu cuprinde motivarea pledoariei liberale de a suspenda ședința consiliului, precum și replica primarului general și a directorului Regiei Transport Electric cărora li s-au adus anumite acuze), din care motiv relatarea suferă de dezechilibru și parțialitate.

Duelul verbal prezentat copios în corpusul relatării între un grup de muncitori de la Regia Transport Electric și consilierul AMN, Oleg Cernei, conține acuze clare în adresa acestuia de implicare în evenimentele din 7 aprilie. Faptul dat este consemnat în discursul corespondentului („Muncitorii i-au spus lui Cernei că liberalii se ocupă doar de politică, amintindu-i despre prezența acestuia la protestele din 7 aprilie unde incita tinerii să dea foc”), în insertul spuselor muncitorilor, precum și în secvențele video din arhiva redacției. Partea acuzată și în acest caz a fost lăsată fără replică. Segmentul dat din relatarea analizată denotă totodată intenția necamufletată a *N4* de a submina autoritatea unor actori politici antrenați în campania alegerilor parlamentare anticipate. De aici deducem conotațiile certe electorale ale acestei relatări.

E de remarcat în mod deosebit faptul că relatarea, inserând duelul verbal de referință, a conferit dimensiuni publice apelului unuia dintre muncitori de a da foc primăriei. În felul acesta, *N4* se face responsabil pentru asemenea apeluri.

Mesajul relatării a căpătat conotații propagandistice vădite grație discursului unuia dintre consilieri, Oleg Onișenco, care a îndemnat alegătorii să nu voteze formațiunile politice liberale în ziua de 29 iulie, precum și datorită atașării unui clip cu tentă electorală clară. Acesta conține imaginile liderilor PL urmate de cele ale șobolanilor și maidanezilor. Contextualizarea dată însoțită de cuvintele cântate – „Suntem cu toții...” relevă scopul neafișat al relatării examinate – subminarea autorității concurenților electorali neagrați de *N4* și mobilizarea electoratului în favoarea actorului politic preferat.

În concluzie vom nota: materialul analizat în virtutea factorilor invocați a pierdut din calitățile sale jurnalistice, devenind un instrument al agitației electorale. Asemenea contribuții ale unei instituții media contravine prevederilor art. 47 al Codului electoral precum și art. 4 al Regulamentului privind reflectarea campani-

ei electorale la alegerile în noul Parlament din 29 iulie în mijloacele de informare în masă din Republica Moldova aprobat prin decizia Comisiei Electorale Centrale nr. 2641 din 23 iunie 2009. Constatăm de asemenea că relatarea de referință a fost difuzată de N4 la câteva zile după emiterea comunicatului de presă al Consiliului Coordonator al Audiovizualului în care această autoritate publică a recomandat instituțiilor audiovizuale „să asigure în programele de știri imparțialitatea, echilibrul și favorizarea liberei formări a opiniilor prin prezentarea principalelor puncte de vedere ale concurenților iar în cazul subiectelor ce vizează situații de conflict, să respecte principiul de informare din mai multe surse”.

**Studiu de caz 5.** Spot electoral al PCRM (*Postul de televiziune NIT, programul Curier, 13 iulie, ora 21:30*) (Textul relatării: Anexa 5)

„Videomonitorul curent analizează știrea electorală inserată în programul informativ Curier din 13 iulie al postului de televiziune NIT despre decizia CEC de a interzice derularea unui spot publicitar al PCRM.

Potrivit știrii analizate, Partidul Democrat din Moldova a sesizat Comisia Electorală Centrală să examineze oportunitatea derulării unui spot publicitar al PCRM. Protagonistul acestuia, dar și ținta lui directă, s-a dovedit a fi Marian Lupu. Spotul cu pricina a reluat, dar într-un context advers, discursul ținut de actualul lider al PDM pe timpurile când acesta era membru al PCRM și pleda, în alt spot publicitar din campania pentru alegerile parlamentare din 5 aprilie, în favoarea comuniștilor. CEC, analizând demersul PDM, a interzis utilizarea spotului de referință. Decizia în cauză a trezit dezacordul PCRM care, la rândul lui, intenționează s-o conteste în instanța de judecată.

*NIT nesocotește normele regulamentare de amplasare a publicității electorale.* NIT, abordând subiectul dat într-o știre difuzată în cadrul programului informativ Curier, în debutul materialului a reprodus integral spotul publicitar de referință. Astfel, postul de televiziune a comis concomitent cel puțin două nereguli:

- A admis o derogare de la art. 22 al Regulamentului privind reflectarea campaniei electorale în noul Parlament din 29 iulie 2009 în mijloacele de informare în masă din Republica Moldova aprobat prin hotărârea CEC nr. 2641 din 23 iunie 2009, în care se spun în mod expres următoarele: „În buletinele de știri, programele informative, sportive, emisiuni pentru copii, emisiunile cu tematică religioasă și/sau cultural-artistică nu poate fi inclusă publicitate electorală”.

- A ignorat decizia CEC de a sista difuzarea spotului publicitar în cauză, decizie la care se face referință în materialul propriu-zis.

În felul acesta, NIT s-a arătat a fi exponentul indubitabil al PCRM.

*Știrea electorală poartă un caracter dezechilibrat.* Subiectul abordat în știrea electorală de rigoare este unul de natură conflictuală. Din această per-

spectivă, apelarea la punctele de vedere ale tuturor părților ar fi corespuns în totalitate normelor profesionale și ar fi permis consumatorului de informație să-și formeze liber propria viziune asupra subiectului abordat. NIT însă a preferat să ofere argumentarea unei singure părți (Sergiu Sârbu, reprezentant PCRM la CEC), ignorându-le pe celelalte două (PDM și CEC). În rezultat, abordarea situației conflictuale s-a dovedit a fi unilaterală și părtinitoare. Vom releva și faptul că aceste trăsături ale știrii analizate au fost consolidate și de informația, preluată de la *Moldpres* de pe banda rulantă ce a însoțit difuzarea materialului de referință („Liderii UTC din Moldova: Partidele liberale promovează o politică de discriminare față de tineri iar singura formațiune care cu siguranță va avea reprezentanți ai noii generații în viitorul parlament este PCRM”).

În concluzie vom remarca: amplasarea în țesutul știrii a spotului publicitar cu un mesaj clar anti-PDM conjugată cu tratarea parțială a subiectului controversat conferă știrii electorale de referință substanța proprie agitației electorale. Atare practică contravine normelor profesionale și buneii informări a cetățenilor. În context vom aminti că știrea de referință a fost pusă pe post în ziua când Consiliul Coordonator al Audiovizualului, într-un comunicat de presă, recomanda instituțiilor audiovizuale „să asigure în programele de știri imparțialitatea, echilibrul și favorizarea liberei formări a opiniilor prin prezentarea principalelor puncte de vedere ale concurenților iar în cazul subiectelor ce vizează situații de conflict, să respecte principiile de informare din mai multe surse”.

**Studiu de caz 6.** PLDM reclamă nereguli în campania electorală (*Postul de televiziune N4, programul Obiectiv, 17 iulie, 19:30; Postul de televiziune NIT, programul Curier, 21 iulie, ora 21:30*) (*Textul relatării: Anexa 6*)

„*Videomonitorul de astăzi face referință la două materiale electorale: unul a fost difuzat în programul de știri Obiectiv de la postul de televiziune N4, celălalt – în programul de știri Curier de la postul de televiziune NIT. Materialele date prezintă mostre de construire discreționară a agendei zilei pentru opinia publică și de abordare selectivă și atitudinală a evenimentelor electorale.*

Materialele de referință au fost prilejuate de conferințele de presă organizate, în primul caz, de PLDM iar în al doilea – de PL, AMN și PLDM. Subiectele tematice abordate în relatările televizuale analizate însă au fost, după cum vom arăta mai jos, diferite de laitmotivurile evenimentelor electorale respective. Discrepanța dată, în opinia noastră, a fost condiționată de intenția posturilor tv *N4* și *NIT* de a pune pe rol *agenda setting* (conceptul respectiv este cunoscut din anul 1922 și îi aparține lui Walter Lippmann), adică capacitatea mass-media de a stabili, prin selectarea, reluarea și evidențierea unor evenimente sau teme, prioritățile opiniei publice. Acestea, determinând, la rândul lor, coordonatele valorice de percepere și de evaluare a lumii înconjurătoare, marchează men-

talitățile și comportamentele oamenilor. Altfel spus, mass-media prin *agenda setting* manipulează opinia publică, indicându-i consumatorului de informație cum să gândească și cum să acționeze.

***N4 și NIT stabilesc propriile priorități pentru opinia publică.*** Partidul Liberal Democrat din Moldova, organizând în ziua de 17 iulie o conferință de presă, a stăruit, judecând după informația de pe site-ul oficial al partidului și știrile agențiilor de presă, asupra implicării instituțiilor statului în campania electorală. Vlad Filat, cităm din comunicatul de presă difuzat în cadrul conferinței respective, a adus mai multe exemple de hărțuire și intimidare a candidaților pe lista partidului dar și a alegătorilor, cu implicarea directă a structurilor de forță.

*N4*, în relatarea de la acest eveniment, a deplasat accentul de pe subiectul central al conferinței pe derivata lui tematică, cuprinsă în întrebarea jurnalistului de la acest serviciu tv: Când PLDM și celelalte forțe liberale vor face publice datele despre fraudarea alegerilor din 5 aprilie? Firește, subiectul abordat de jurnalist este unul de interes public și tratarea lui în mass-media este indicată (depășind cadrul acestei analize, vom nota că PLDM a dat răspuns la această întrebare în ziua de 24 iulie în cadrul unei întruniri din Piața Marii Adunări Naționale). Totuși, semnificația lui de moment ceda în fața acuității temei centrale dezbătute în cadrul conferinței de presă. În consecință, abordarea subiectului dat în locul sau în detrimentul evenimentului electoral de referință pare să fi fost premeditată, de natură să sustragă atenția publicului de la tema conferinței de presă și s-o concentreze asupra subiectului solicitat de *N4*.

*NIT*, cu altă ocazie, a recurs la o tactică similară. Astfel, evenimentul electoral care a prilejuit materialul analizat de la acest post de televiziune a fost o conferință de presă, al cărei laitmotiv a fost adresarea liderilor formațiunilor politice de orientare liberală către societatea civilă din Republica Moldova. În ea, cităm după site-ul AMN, se conține îndemnul Partidului Liberal, Partidului Liberal Democrat din Moldova, Alianței „Moldova Noastră” către simpatizanții săi de a se implica mai activ în mobilizarea electoratului cu viziuni democratice la alegerile din 29 iulie. Mesajul dat a fost reflectat în știrile mai multor mass-media. *NIT* însă a procedat altfel. Acest post de televiziune a preferat să pună accentul pe un subiect abordat colateral în cadrul conferinței. El a fost inițiat chiar de jurnalistul de la *NIT* care s-a interesat de ce AMN, în actuala electorală, a abandonat lozinca *Urechean – președinte* utilizată în campania anterioară. Acest subiect, negreșit, prezintă interes public. Totuși, el, pe scara valorică, este inferior temei centrale a conferinței. În plus, subiectul dat nu mai este de actualitate din moment ce însăși AMN a renunțat la lozinca respectivă (de altfel, mai multe formațiuni politice în anticipatele din 29 iulie și-au schimbat prioritățile). Readucerea acestui subiect în atenția publicului a fost dictată în cea mai mică măsură de grija *NIT*-ului față de destinul politic al lui S. Urechean. Postul de televiziune a urmărit

scopuri neafișate, inclusiv de a sustrage atenția publicului de la tema conferinței și de a o îndrepta pe o pistă defavorizantă AMN.

Atât *N4*, cât și *NIT*, așadar, în materialele analizate au aplicat *agenda setting* în scopuri electorale: a redirecționa opinia publică a alegătorilor de la problemele abordate de actorii electorali vizați spre domenii ce le sunt mai puțin reprezentative în actuala campanie sau care îi dezavantajează și le știrbesc autoritatea lor publică.

*Relatările de la N4 și NIT poartă un caracter atitudinal și se bazează pe elemente de spectacularizare a materialului documentar.* Subiectele înscrise pe agenda zilei de către *N4* și *NIT* au fost tratate într-o manieră selectivă și atitudinală. Selectivă, pentru că posturile tv respective au ignorat problematica de bază a conferințelor de presă de referință iar din multitudinea de subiecte derivate sau colaterale le-au ales pe cele care, în opinia lor, defavorizează cel mai mult protagoniștii evenimentelor electorale date.

*Abordarea atitudinală se regăsește în stilistica acuzatoare a mesajului jurnalistice și, mai ales, în aplicarea limbajului estimativ:*

- la *N4*: „PLDM din nou refuză să facă publice fraudele care potrivit lor au avut loc la alegerile parlamentare din 5 aprilie. Azi, în cadrul unei conferințe de presă, liderul PLDM, Vladimir Filat, din nou a fost rugat...”; „Au trecut deja mai mult de trei luni de la alegerile parlamentare din 5 aprilie dar până în prezent Filat nu și-a onorat promisiunile făcute jurnaliștilor...”, „În pofida declarațiilor și promisiunilor, niciuna din cele trei formațiuni liberale nu a prezentat cel puțin o dovadă în acest sens”;

- la *NIT*: „Serafim Urechean, liderul AMN, a făcut astăzi o dezvăluire istorică: el a recunoscut în fața presei că niciodată nu s-a cerut în funcția de șef al statului”.

Declarația lui Urechean vine a două zi după ce a aflat că rezultatele *Barometrului de Opinie Publică* îl acreditează cu 2,6 la sută la alegerile anticipate. Probabil, derutat de acest rezultat, Serafim Urechean renunță la dorința sa de a ajunge președinte. Opțiune stranie, deoarece Urechean a pretins să conducă țara încă din alegerile trecute”.

Abordarea atitudinală a fost articulată de asemenea în spectacularizarea unor afirmații ale actorilor electorali. În cazul *N4* este vorba despre reluarea prin repetiție, în finalul relatării, a unei expresii de-a lui V. Filat, inserată în debutul materialului: „Zaelo, zaelo, zaelo”. Aplicarea acestui procedeu a avut drept țintă, în cel mai bun caz, amuzarea telespectatorului iar în cel mai rău – trezirea unei repulsii față de persoana respectivă.

*NIT* de asemenea a recurs la argumentul repetiției pentru a-și exprima atitudinea negativă față de protagonistul materialului. Fraza rostită de S. Urechean („DI Urechean nu se cere la această funcție. Absolut. Cred că Dvs. încurcați

ceva”) a fost utilizată de două ori, la începutul și în finalul materialului. Acest post, pentru a fortifica efectele negative ale materialului, a aplicat repetiția și în montarea unei afirmații a lui Urechean, astfel încât ea să pară cât mai bizară și prin urmare, să dezavantajeze autorul ei („Eu vreu, eu vreu, eu vreu și o să fiu președinte”). Caracterul atitudinal al prezentării faptelor și judecăților de valoare, precum și spectacularizarea materialului documentar denotă că materialele analizate de la *N4* și *NIT* au fost concepute în mod intenționat ca atacuri în adresa concurenților electorali vizați. Prin urmare, *N4* și *NIT* au dat dovadă de parțialitate în tratarea evenimentelor electorale.

În concluzie vom nota: interesul public față de concurenții electorali crește pe măsură ce campania pentru alegerile parlamentare se apropie de sfârșit. Datoria presei scrise și a celei electronice rezidă în a oferi informație completă și echidistantă despre platformele și activitatea acestora pentru ca alegătorii să poată să-și formeze liber viziunea și, în ultimă instanță, să-și determine opțiunea de vot în ziua scrutinului. Codul audiovizualului în acest sens, stabilește în art. 7, p. 3 că „pentru încurajarea și facilitarea exprimării pluraliste a curentelor de opinie, radiodifuzorii au obligația de a reflecta campaniile electorale în mod veridic, echilibrat și imparțial” iar în p. 4 al aceluiași articol se arată: „pentru a asigura în cadrul emisiunilor informative ale radiodifuzorilor respectarea principiilor echilibrului social-politic, echidistanței și obiectivității, aceștia vor plasa fiecare știre astfel încât: a) informația care compune știrea să fie veridică; b) să nu fie deformat sensul realității prin tertipurile de montaj, comentarii, mod de formulare sau titluri; c) în cazul subiectelor ce vizează situații de conflict să se respecte principiul de informare din mai multe surse”.

Materialele analizate de la *N4* și *NIT* reprezintă derogări de la aceste prevederi legale”.

**Studiu de caz 7.** Partidele liberale în electorală (*Postul de televiziune N4, programul Obiectiv, 27 iulie, 19:30*) (*Textul relatării: Anexa 7*)

*„Videomonitorul de astăzi are în vizor o știre difuzată în programul informativ Obiectiv din 27 iulie, ora 19:30 de la postul de televiziune N4. Materialul televizual respectiv abordează distorsionat și parțial evenimentul electoral – conferința de totalizare a campaniei pentru alegerile parlamentare anticipate organizată de PL, PLDM și AMN, în cadrul căreia protagoniștii ei au chemat alegătorii să le acorde sprijin în scrutinul din 29 iulie.*

*În ce a constatat esența mesajului promovat de evenimentul electoral vizat? Trei formațiuni politice liberale, PL, PLDM și AMN, pe 27 iulie, ultima zi de agitație electorală în campania pentru alegerile parlamentare anticipate, au decis să organizeze o conferință de presă, în cadrul căreia să facă bilanțul electoralei și să adreseze un mesaj comun alegătorilor înainte de ziua scrutinului. Iată ce*



a relatat despre acest eveniment, bunăoară, site-ul [www.stireazilei.md](http://www.stireazilei.md): „*Liderii Partidului Liberal Democrat din Moldova, Partidului Liberal și ai Alianței „Moldova Noastră”, însoțiți de ceilalți 38 de deputați, s-au adunat dis-de-dimineeață în scuarul Europei de la intrarea în Grădina Publică „Ștefan Cel Mare”. În boxe răsunau cântecele regretaților Ion și Doina Aldea-Teodorovici iar deputații și-au dat mâna și s-au îmbrățișat ca niște adevărați prieteni ce luptă pentru o cauză comună – viitorul european al Republicii Moldova.*

„*Suntem în fața dumneavoastră, cele trei partide de opoziție, care am refuzat la mandatul de deputat în numele viitorului european. Noi ne asumăm să scoatem țara din impas, să ne integrăm treptat în Uniunea Europeană ca fiecare cetățean, indiferent de naționalitate, să simtă că e cetățean al unui stat cu viitor”, a declarat de la tribuna amplasată în scuar liderul PL, Mihai Ghimpu”, se arată în materialul difuzat de [www.stireazilei.md](http://www.stireazilei.md).*

Președintele PLDM, Vladimir Filat, în cadrul evenimentului de referință a declarat (cităm din comunicatul plasat pe site-ul partidului): „*Așa cum ne-am angajat plenar în fața societății, Partidul Liberal Democrat din Moldova a avut o campanie constructivă, am propus soluții pentru problemele cu care ne confruntăm. PLDM nu s-a dedat atacurilor la persoană, nu a calomniat concurenții electorali și a făcut eforturi susținute pentru a oferi posibilitate cetățenilor să voteze liber la 29 iulie și să facă o alegere conștientă. Republica Moldova are nevoie de o nouă guvernare legal constituită și reprezentativă, rezultată în urma unui vot conștient și nu a unei manipulări sau dezinformări”.*

„*29 iulie poate că este ultima șansă. Noi trebuie să alegem între întuneric și viitor, între sărăcie și bunăstare, să alegem viitorul european al Republicii Moldova. Opoziția va fi unită până când nu vom soluționa toate problemele țării noastre”, a declarat la rândul său liderul AMN, Serafim Urechean.*

„*Chemăm cetățenii să respingă hotărât frica, sărăcia și dictatura și la 29 iulie să voteze pentru viitorul european al țării noastre. Să facem așa încât după alegeri să privim în ochii copiilor noștri cu simțul datoriei împlinite. Dumnezeu să binecuvânteze țara noastră, Republica Moldova!”, a spus vicepreședintele PLDM, Alexandru Tănase.*

În finalul conferinței a fost prezentat, în română și în rusă, apelul comun al PL, PLDM și AMN către cetățenii Republicii Moldova. „*Alegerile parlamentare din 29 iulie sunt un test de maturitate politică a societății noastre, se arăta în apelul adresat. Avem șansa istorică să ne despărțim, pentru totdeauna, de trecutul comunist; să alegem o guvernare democratică și responsabilă, prin care să punem bazele statului de drept, în care fiecare cetățean să aibă posibilitatea să-și manifeste liber și nestingherit capacitățile sale creatoare; să asigurăm un trai decent în Republica Moldova. Dacă vom acționa împreună, dacă vom fi într-un gând și vom exprima o vreau, schimbarea în bine a Republicii Moldova se va produce cu*



*siguranță și vom deveni stăpâni la noi acasă. Opoziția Unită – Partidul Liberal, Partidul Liberal Democrat din Moldova și Alianța „Moldova Noastră” – face apel către toți adepții și simpatizanții săi, către toți cetățenii țării noastre, locuitori ai satelor și orașelor, reprezentanți ai grupurilor etnice, către cei plecați peste hotare, dar care mereu sunt cu gândul la copiii și părinții rămași la baștină, să participe la alegerile parlamentare din 29 iulie 2009, să respingă hotărât frica, sărăcia și dictatura, să voteze pentru libertate, democrație și viitorul european al Republicii Moldova!”*

Mesajul evenimentului, axat în coordonatele valorice ale platformelor electorale ale formațiunilor politice liberale respective, probează aspirația lor de a fortifica Republica Moldova ca stat democratic și de drept.

*Ce a relatat N4 de la evenimentul electoral de referință? N4 a comunicat telespectatorilor trei fapte documentare: primul – conferința a fost organizată de PL și PLDM; al doilea – la conferință a fost prezentă „și AMN”, al treilea – conferința a fost consacrată totalurilor electoralei. Materialul televizual analizat de N4 a cuprins de asemenea o secvență audio de fundal ce în opinia acestui post tv reda atât atmosfera în care s-a desfășurat conferința, cât și esența ei. Este vorba de anumite frânturi din cântecul „Trei culori” interpretat de regretații Doina și Ion Aldea-Teodorovici.*

*N4 a distorsionat mesajul actorilor electorali. Faptele documentare cuprinse în știre au fost supuse interpretării subiective în frecvente cazuri, recurgându-se la falsuri directe sau camuflate, acestea substituind registrul argumentativ de rigoare. Vom exemplifica.*

*1. N4 a reprodus în două rânduri secvența audio de fundal (frânturi din cântecul „Trei culori” în interpretarea Doinei și a lui Ion Aldea-Teodorovici). Repetarea ei a fost utilizată de N4 drept argument pentru a-i conferi, în mod discreționar, evenimentului electoral vizat o anume conotație – unionistă, în fapt, improprie (argumentele pot fi extrase din compartimentul precedent al acestei analize) ca ulterior, în acest temei (fals) să se pretindă justificarea unui set de aserțiuni, în special acele din debutul materialului: „Pe această notă unionistă a luat sfârșit campania electorală pentru partidele liberale. Cu melodii ce cheamă la distrugerea Moldovei ca stat și unirea lui cu o țară vecină, PL și PLD au organizat astăzi o conferință de presă privind totalurile electorale!”.*

*2. N4 afirmă nefondat că organizatori ai evenimentului vizat au fost două partide (PL și PLDM), în fapt – au fost trei (PL, PLDM și AMN).*

*3. N4 denaturează faptele când afirmă că AMN a acumulat „doar 2,6 procente din votul alegătorilor”. În realitate este vorba de rezultatele unui sondaj – *Barometrul Opiniei Publice* organizat de Institutul de Politici Publice.*

*4. N4 în mod subiectiv afirmă: „În întreaga activitate a liberalilor de la constituire a acestor partide s-a pus accentul pe mesajele de unire a țării noastre*

cu România”. Consultarea programelor de partid și a platformelor lor electorale infirmă acest lucru. Cităm din Programul PL, compartimentul XI „Politica externă”: „Direcțiile principale ale politicii externe a Republicii Moldova derivă din politica internă, din interesele naționale vitale pentru: a) consolidarea independenței, suveranității și integrității teritoriale a Republicii Moldova prin intensificarea eforturilor pe plan extern în vederea reglementării conflictului transnistrean”. Platforma electorală „Împreună pentru Moldova” în anticipatele din 29 iulie 2009 a PLDM descrie clar raporturile dintre Republica Moldova și România (comp. 5.2).

5. *N4* face afirmații gratuite („Și anul trecut, cu exact șapte luni înainte de 7 aprilie, liderul PL, Dorin Chirtoacă, chema lumea în Piața Marii Adunări Naționale la distrugerea statalității moldovenești și alipirea țării noastre la un alt stat”), deoarece ele, preluate fragmentar din discursul din 31 august 2008, în mod decontextualizat nu confirmă spusele respective.

6. *N4* în mod tendențios relevă presupusele legături dintre cântecele Doinei și Ion Aldea-Teodorovici de la conferința vizată, discursul lui D. Chirtoacă din 31 august 2008 și sloganele scandate în timpul evenimentelor din 7 aprilie 2009. În consecință, postul tv forțează telespectatorul să trateze PL, PLDM și AMN ca forțe ce cheamă „la distrugerea statalității moldovenești și alipirea țării noastre la un alt stat”.

În altă ordine de idei vom menționa că *N4* a prezentat un singur punct de vedere asupra problemelor abordate. Actorii politici de referință au fost lipsiți de dreptul de a-și expune viziunile. Faptele consemnate au fost abordate fugitiv, fără a se oferi detalii despre mesajul conferinței de presă abordate. Din acest considerent calificăm știrea ca fiind inconsistentă din perspectiva substanței ei informative.

În concluzie constatăm că materialul televizual analizat a denaturat mesajul evenimentului electoral, conferindu-i conotații improprii, și a avut un impact manipulatoriu în raport cu opinia publică. Atare abordare contravine normelor profesionale și principiilor mediatizării echitabile, echilibrate și imparțiale a alegerilor parlamentare, stipulate în Regulamentul privind reflectarea campaniei electorale la alegerile în noul Parlament din 29 iulie 2009 în mijloacele de informare în masă din Republica Moldova (aprobat prin hotărârea CEC nr. 2641 din 23 iunie 2009)”.

**Studiu de caz 8.** Negocierile coaliției (*Postul de televiziune NIT, programul Obiectiv, 6 august, 21:30*) (*Textul relatării: Anexa 8*)

*„Materialul televizual analizat are în obiectiv transparența negocierilor politice în vederea creării unei coaliții de guvernare, purtate de PLDM, PL, PDM și AMN – partide ce-au obținut mandate în parlament în rezultatul scrutinului din*

29 iulie. Subiectul dat este tratat într-o manieră parțială iar interpretarea faptelor poartă un caracter arbitrar. În consecință, scriitura mediatică de referință reprezintă o divagație de la standardele și normele profesionale, stipulate, în special, în Codul audiovizualului.

Transparența acțiunii politice, firește, consună totalmente cu interesul public iar efortul mass-media de a-i conferi o vizibilitate maximală este salutară. Prin urmare, intenția postului tv *NIT* de a aborda subiectul dat în raport cu partidele antrenate în dialogul politic în vederea constituirii unei coaliții postelectorale este motivată și oportună. Valorificarea temei însă poate fi efectivă, credibilă și utilă pentru consumatorii de informație în cazul în care va fi demonstrată o tratare echilibrată, imparțială și chiar discretă. Oricare alt tip de abordare se dovedește a fi străin jurnalismului de calitate. *NIT* a ales tocmai cea mai dezonorantă pistă. Materialul abundă în etichetări și pseudoargumente. El denotă disonanța dintre aserțiunile autorului (postului?) și materialul documentar utilizat, acesta din urmă fiind selectat la propria latitudine. Ansamblul valențelor invocate relevă atitudinea părtinitoare a autorului (postului?) față de protagoniștii materialului respectiv.

*Etichetare și pseudoargumentare.* „Cele mai secrete negocieri de la formarea Republicii Moldova”. Astfel este formulată prima etichetare aplicată în chiar textul prezentatorului de știri. În felul acesta, telespectatorul este predispus (invitat, convins, impus) să adopte o atitudine cel puțin circumspectă, dacă nu și refractară, față de actanții negocierilor politice respective. Conținutul afirmației „cele mai secrete negocieri politice” este corelat ulterior pe parcursul textului și în repetate rânduri de sintagma „a pune la cale” („Atât presa, cât și întreaga societate nu sunt informate ce pun la cale cele patru partide”; „partenerii liberali se străduie să nu dezvăluie cu orice preț ceea ce pun la cale”). Aceste aserțiuni au conotația contextuală de a urzi, a unelti, a complota. Atitudinea negativă față de partidele implicate în negocieri este susținută și de afirmația gratuită „Liberalii împart fotoliile și se implică în soarta țării prin restaurante, prin periferiile Chișinăului, ascunși de ochii lumii și ignorând opinia publică”.

Următoarele două etichetări au răsunit în prima propoziție rostită de autorul materialului: „Pornind de la propria lor convingere că au obținut victorie în alegeri, liderii celor patru mici partide au decis să lanseze negocieri de formare a unei coaliții”. Prin afirmația „pornind de la propria lor convingere că au obținut victorie în alegeri”, telespectatorului i se sugerează că are de a face cu niște impostori care cu de la sine putere își asumă ceva ce nu le aparține. Calificativul „mici” în sintagma „patru mici partide”, voind să însemne insignifianța formațiunilor politice respective, vine astfel în susținerea ideii cuprinse în afirmația anterioară. Reluat cu altă ocazie („Nu se știe încă cine va governa: cele patru

mici partide sau partidul susținut de jumătate din populația țării”), calificativul respectiv seamănă neîncredere față de formațiunile vizate și revendică atașamentul față de PCRM ca mare forță politică.

Altă etichetare este făcută prin aplicarea procedului de analogie și vizează presupusa coaliție a liberalilor și democraților. Aceasta, deși la momentul difuzării materialului nici nu era anunțată oficial, a fost asociată de *NIT* cu Alianța pentru Democrație și Reforme din 1998 care, menționează autorul (postul tv), „a trăit doar nouă luni murind pe masa de naștere, cum iubesc să se exprime unii publiciști”). În felul acesta, *NIT* vrea să sugereze caracterul efemer al alianței din 2009 și, prin urmare, pledează pentru coaliții mai trainice (probabil, de tipul celei din anii 2005-2008).

Etichetările din materialul analizat sunt însoțite de un șir de pseudoargumente. Primele două sunt cuprinse în sintagma „partidul susținut de jumătate din populația țării”. Autorul pe semne s-a referit la rezultatele scrutinului din 29 iulie. Prin urmare, este vorba de rezultatele alegerilor la care nu participă populația, ci electorii. Primul fals. Al doilea vizează numărul de susținători ai PCRM. Potrivit datelor preluate de pe site-ul [www.alegeri.md](http://www.alegeri.md), acest partid a fost votat de 44,69 la sută, adică mai puțin de jumătate din numărul total de electori care au participat la vot, aceștia reprezentând nu 100%, ci 58,5% din totalul populației cu drept de vot.

Relatarea analizată cuprinde de asemenea pseudoargumente calificate în literatura de specialitate ca apel la majoritate (*argumentum ad populum*): „Procesul a început iar după două zile de discuții dialogul a fost marcat de o secretomanie condamnată de toți jurnaliștii”; „Jurnaliștii consideră că acestea sunt cele mai secrete negocieri de la formarea Republicii Moldova”. Prin aceste argumente („toți jurnaliștii”, „jurnaliștii”) se pretinde că afirmațiile făcute (discuțiile sunt marcate de secretomanie, negocierile sunt cele mai secrete de la formarea Republicii Moldova) sunt adevărate din motivul că sunt împărtășite, fără a aduce probe concrete, de un număr mare de susținători.

*Disonanța dintre aserțiunile autorului (postului?) și materialul documentar utilizat.* Autorul (postul tv) a utilizat în două rânduri contextualizarea propriilor afirmații în țesutul unor aserțiuni de altă substanță făcute în circumstanțe particulare. În primul caz, autorul (postul tv) afirmă: „Pentru a mima transparența la negocieri au acces doar reporterii aleși, restul presei nu are ce căuta la dialog”. Din lipsa de probe care ar sprijini afirmația dată, pentru a crea iluzia (cel puțin!) a autenticității, ei s-a recurs la inserarea unei afirmații trunchiate a președintelui PL făcută în cu totul alt context și care (prima propoziție) răsună ca aprobare a aserțiunii autorului (postului tv): „Vreau să spun că nu trebuie să vă supărați în privința aceasta. Eu sunt de acord că ar fi corect să vă anunțăm; să vă spunem că la ora cutare să ne așteptați în locul cutare să vă spunem. Dar,

informația pe care dumneavoastră trebuie s-o cunoașteți încă nu există. Când are să fie o să vă anunțăm”.

În realitate, lucrurile stau altfel. Cei interesați pot consulta spusele integrale, netrunchiate ale lui M. Ghimpu pentru a se convinge (<http://unimedia.md/?mod=news&id=12400>). Fără a intra în mari detalii vom menționa că întrebare dacă nu cumva liberalii vor aplica metodele comuniștilor în relațiilor lor cu presa, căci nu răspund la telefoane etc. și referindu-se la accesul presei la dialogul purtat de liberali și democrați, M. Ghimpu a rostit, cu adevărat, propozițiile citate. Ele însă au fost prilejuite de circumstanțele arătate, nu de cele invocate de autor (post). În plus, afirmațiile lui Ghimpu au fost mai extinse, cuprinzând și alte idei omise de *NIT*. Printre acestea se numără cea despre faptul că dialogul e la început de cale și că e „normal să discutăm între noi” ca mai apoi, în etapa a doua, să vină și rândul presei. Ghimpu a mai spus că nu există nimic care ar fi fost ascuns de presă căci „altfel pornim cu stângul. Cum noi să nu stimăm presa? Doamne ferește, asta cum ai refuza să bei apă...”. El a mai afirmat: „*Moldova 1* trebuie să fie cu adevărat publică. Toate televiziunile să aibă un singur scop – informarea corectă a cetățenilor. Asta e democrație”. *NIT*, omițând aceste detalii în mod voit, a lipsit publicul de informația coerentă și exhaustivă pentru ca acesta să-și formeze liber judecata despre viziunile liberalilor asupra stării și perspectivelor conlucrării lor cu mass-media.

Autorul (postul tv) a procedat la contextualizarea improprie și în alt caz. Referindu-se la faptul că rezultatele negocierilor formațiunilor politice invocate sunt așteptate de Partidul Comuniștilor și misiunile diplomatice, acesta a afirmat: „Ambasadorul Federației Ruse spune că ecuațiile de forțe în viitoarea guvernare sunt neclare. Nu se știe încă cine va governa: cele patru mici partide sau partidul susținut de jumătate din populația țării”. În fraza citată, autorul reproduce în prima propoziție („Ambasadorul Federației Ruse spune că ecuațiile de forțe în viitoarea guvernare sunt neclare”) o spusă autentică a diplomatului rus (a se vedea <http://www.infotag.md/news/580086>), ca apoi să adauge una personală („Nu se știe încă cine va governa: cele patru mici partide sau partidul susținut de jumătate din populația țării”). În final, în calitate de argument pentru ambele raționamente enunțate mai sus este aplicat insertul documentar al vorbelor ambasadorului Kuzmin. Contextualizarea respectivă, improprie creează ambiguități în receptarea și evaluarea informației furnizate.

În acest caz, autorul (postul tv) a utilizat un argument cunoscut ca *argumentum ad verecundiam* care invocă o autoritate pentru a întemeia sau a respinge o aserțiune. În cazul nostru, afirmația gratuită a autorului de la *NIT* („Nu se știe încă cine va governa: cele patru mici partide sau partidul susținut de jumătate din populația țării”) se încearcă a fi validată pe contul autorității ambasadorului

Federației Ruse, spusele jurnalistului fiind strecurate abuziv între textul reprodus de autor și vorbele documentare ale diplomatului rus.

În concluzie constatăm că abordarea unei teme importante, cum ar fi cea referitoare la transparența acțiunii politice, a fost compromisă de către postul de televiziune *NIT* prin aplicarea unor procedee ce depășesc standardele profesionale ale jurnalismului de calitate și normele stipulate în Codul Audiovizualului (etichetarea, falsul, prezentarea trunchiată a informației, decontextualizarea și contextualizarea improprie etc.). P. 4 din art. 7 al Codului audiovizualului stabilește: „pentru a asigura în cadrul emisiunilor informative ale radiodifuzorilor respectarea principiilor echilibrului social-politic, echidistanței și obiectivității, aceștia vor plasa fiecare știre astfel încât: a) informația care compune știrea să fie veridică; b) să nu fie deformat sensul realității prin tertipuri de montaj, comentarii, mod de formulare sau titluri; c) în cazul subiectelor ce vizează situații de conflict, să se respecte principiul de informare din mai multe surse”. Materialul analizat ilustrează de asemenea că *NIT* continuă să emită în coordonatele politicilor editoriale utilizate în campania electorală, chiar dacă aceasta pare să fi devenit apanaj al istoriei”.

**Studiu de caz 9.** *Alianța pentru integrare europeană (Postul de televiziune TV Moldova 1, Mesager, 8 august, ora 21:00) (Textul relatării: Anexa 9)*

„Materialul televizual analizat, deși este axat pe declarația de constituire a coaliției de guvernare „Alianța pentru Integrare Europeană” (AIE), semnată pe 8 august 2009 de PLDM, PL, PDM și AMN, oferă telespectatorului o informație superficială și haotică, prezentată de autor pe alocuri în manieră trunchiată și selectiv-subiectivă.

Mesajul politic cuprins în manifestul liberalilor și al democraților a fost așteptat atât de electorii care au votat formațiunile respective, cât și de cei care au avut alte opțiuni politice sau nu au participat la scrutinul din 29 iulie. Supoziția dată, pe care suntem tentați s-o calificăm ca una întemeiată, urma să fie articulată în mesaje mediatice coerente și consistente, astfel încât să asigure buna informare a cetățenilor asupra obiectivelor de guvernare pe care și le propun PLDM, PL, PDM și AMN.

*Ce a relatat Moldova 1?* Materialul de referință, după ce prezintă în propria interpretare background-ul acestui eveniment, constată că „liberalii și PD s-au ținut de cuvânt și au constituit coaliția parlamentară” și că aceasta are la bază cinci principii (în textul declarației, acestea sunt calificate drept „obiective majore”). Ulterior, în relatare se afirmă că „liderii celor patru partide s-au angajat în fața societății să realizeze mai multe obiective” dintre care *Moldova 1* le numește pe două integral („Reintegrarea teritorială a țării”, „Integrarea europeană a Republicii Moldova și promovarea unei politici externe, echilibrate, consecvente

și responsabile”) iar din al treilea („Depășirea crizei economice și asigurarea creșterii economice”) reproduce prima parte, cea de-a două omițând-o.

Relatarea examinată mai comunică spectatorului că după semnarea declarației de referință „trebuie inițiat un dialog cu Partidul Comuniștilor pentru alegerea șefului statului”. În ea se mai precizează atitudinea coaliției față de NATO și se mai afirmă că „negocierile propriu-zise în cadrul coaliției vor demara abia acum”, că liderii celor patru partide nu au discutat partajarea funcțiilor în stat, că alianța nu dispune de un program de guvernare. În final este arătată atitudinea (negativă) a PCRM față de coaliția nou creată.

*Ce au relatat alte medii de informare?* „Declarația comună semnată sâmbătă de cei patru lideri în prezența presei conține cinci obiective majore pe care Alianța pentru Integrare Europeană promite să le realizeze”, informa agenția *Interlic* pe 8 august 2009. Primul este restabilirea statului de drept, garantarea respectării drepturilor omului, asigurarea libertății mass-media și reformarea audi-ovizualului public, eliminarea rapidă a consecințelor uzurpării puterii în stat prin asigurarea separării efective a puterilor legislativă, executivă și judecătorească, garantarea independenței sistemului judecătoresc, reformarea structurilor de forță în conformitate cu standardele europene. Prioritară de asemenea este și investigarea completă și obiectivă a evenimentelor din aprilie 2009 prin instituirea unei comisii de anchetă, credibilă și depolitizată, cu participarea experților independenți și a reprezentanților instituțiilor internaționale.

Cel de-al doilea obiectiv, relata în continuare *Interlic*, este depășirea crizei social-economice și asigurarea creșterii economice, gestionarea corectă, onestă și transparentă a banului public, liberalizarea economiei și eliminarea monopolurilor și a birocrăției excesive, eliminarea implicării abuzive a statului în activitatea de antreprenariat, restabilirea și consolidarea relațiilor cu instituțiile financiare internaționale.

Coaliția își propune de asemenea descentralizarea puterii și asigurarea autonomiei locale, demontarea „verticalei puterii” și eliminarea discriminării pe criterii politice în procesul bugetar și cel de alocare a investițiilor către autoritățile publice locale.

Reintegrarea teritorială a Republicii Moldova este cea de-a patra prioritate, arăta *Interlic*. Partidele democratice promit asigurarea transparenței în procesul de soluționare și identificarea unui mecanism viabil pentru reglementarea complexă a problemei transnistrene.

Cel de al cincilea obiectiv anunțat de noua alianță este integrarea europeană a Republicii Moldova și promovarea unei politici externe echilibrate, consecutive și responsabile, semnarea unui acord de asociere cu UE, promovarea parteneriatelor strategice cu SUA și Rusia, restabilirea și consolidarea relațiilor de bună vecinătate cu România și Ucraina, reliefa *Interlic*.



Site-ul *politik.md*, referindu-se pe 8 august 2009 la declarația semnată, reproducea spusele lui Vladimir Filat, liderul PLDM: „Cel mai important pas care trebuia făcut a fost realizat astăzi”. Marian Lupu, citat de site-ul amintit, a menționat: „Noi, astăzi, am pus temelia primei etape, celei mai importante”. Potrivit *politik.md*, V. Filat a mai afirmat: „Noi am declarat de la bun început că ne asumăm responsabilitatea pentru acest proces foarte complicat nu pentru a da satisfacții unora sau altora, dar pentru a asigura funcționalitatea ulterioară a coaliției. Urmează să implementăm pas cu pas fiecare obiectiv din acest document în interesul cetățenilor”.

Agencia de presă *Infotag* remarca: „Deși coaliția va avea doar 53 de mandate, liderii alianței sunt convinși că vor găsi voturile necesare pentru a alege președintele și pentru a depăși criza politică (61 de voturi). „Suntem convinși că Partidul Comuniștilor va vota pentru alegerea președintelui, deoarece acest lucru corespunde intereselor țării și promisiunilor electorale ale comuniștilor. Ei au promis să apere interesele Patriei și să nu provoace alegeri noi. Aceasta înseamnă că pentru alegerea președintelui vor vota nu opt comuniști, ci toți 48. Ei singuri trebuie să decidă”, a spus președintele Partidului Liberal, Mihai Ghimpu.

Președintele Partidului Democrat, Marian Lupu, a fost mai puțin categoric, preciza *Infotag*. „Vom purta un dialog cu Partidul Comuniștilor. Va fi un dialog civilizată, liniștit, care va corespunde principiilor europene. În țară s-a creat o situație economică și politică prea complicată și nu avem dreptul să greșim”, a spus Lupu. Președintele Alianței „Moldova Noastră”, Serafim Urechean, a declarat că „dialogul nu va avea careva condiții preliminare și nu vor fi discutate cu comuniștii candidaturile la funcțiile cheie din țară”.

În domeniul politicii externe, comunica *Infotag*, AIE pledează pentru „promovarea parteneriatelor strategice cu SUA și Federația Rusă, restabilirea și consolidarea relațiilor de bună vecinătate cu România și Ucraina, refacerea imaginii Republicii Moldova în lume și restabilirea încrederii în plan intern și extern”. Liderii AIE au declarat că vor respecta Constituția și legile Republicii Moldova, inclusiv cea legată de principiul de neutralitate. Printre măsurile principale, AIE numește eliminarea regimului de vize pentru cetățenii români impus de autoritățile comuniste ale Moldovei după dezordinile de la 7 aprilie din Chișinău.

„Ne-am asumat responsabilitatea pentru această situație, ne-am luat angajamente pe care le vom respecta cu toată responsabilitatea, pentru a asigura funcționalitatea coaliției”, a declarat Filat citat de *Infotag*.

Liderii AIE au anunțat că au avut consultări și vor fi susținuți de alte state și de organizațiile financiare internaționale. „Știm că situația din țară este de plâns. Comuniștii au provocat criza, deficitul bugetar crește, banii nu ajung. Cu toate acestea, noi nu putem să le încredințăm comuniștilor să rezolve problemele pe

care le-au provocat. Ei nu sunt capabili să o facă, ei pot doar să provoace crize și sărăcie”, a declarat Ghimpu, citat de *Infotag*.

*Relatarea de la Moldova 1 este marcată de schematicism iar informația este prezentată pe alocuri selectiv-subiectiv și trunchiat.* Raportând mesajul transmis de *Moldova 1* la substanța relatărilor altor medii de informare citate în compartimentul anterior constatăm următoarele:

- *Moldova 1* a trecut cu vederea două din cele cinci obiective cuprinse în declarație („Restabilirea statului de drept”, „Descentralizarea puterii și asigurarea autonomiei locale”);
- Postul tv de referință nu a oferit niciun detaliu despre fiecare dintre obiectivele înscrise pe agenda de guvernare a coaliției formate, fapt ce nu asigură asimilarea adecvată a conținutului fiecărui obiectiv;
- În relatarea de la *Moldova 1* nu se comunică nimic despre viziunile coaliției referitoare la politica economică;
- *Moldova 1* nu a dat detalii referitoare la reperele politicii externe pe care coaliția dorește s-o promoveze, inclusiv nu a spus nimic despre parteneriatul strategic cu SUA și Rusia, despre raporturile cu UE, România și Ucraina – domenii de interes sporit pentru cetățenii țării;
- El nu a relevat motivațiile coaliției de a purta un dialog politic, nu și negocierii, cu Partidul Comuniștilor în vederea alegerii președintelui țării etc.

Pornind de la argumentele invocate, putem trage concluzia: *Moldova 1 (Mesagerul)* a prezentat superficial manifestul politic al AIE. Prin urmare, acest program informativ a promovat, voit sau nevoit, ambiguitatea în perceperea declarației de referință, defavorizând astfel populația care are acces limitat la mass-media sau pentru care radiodifuzorul public *Moldova 1* este unica sursă de informare accesibilă să-și creeze liber și conștient judecata despre coaliția creată de liberali și democrați.

Relatarea analizată suferă de asemenea de presiunea abordării subiective și selective a materialului documentar. Subiectivismul transpare din:

- Utilizarea cuvântului „abia”, acesta având conotații multiple estimative – „anevoie”, „cu greu” sau „tocmai” („Aceștia mai declară că negocierile propriu-zise în cadrul coaliției vor demara abia acum, după semnarea declarației comune de creare a alianței”);
- Aplicarea conjuncției adversative „însă” și a superlativului „cu mult mai repede” care în fraza ce urmează articulează satisfacția (insatisfacția) autorului („Liberalii și PDM s-au ținut de cuvânt și au constituit coaliția parlamentară însă acest eveniment s-a produs cu mult mai repede decât anunțau anterior liderii AMN și PL”);
- Folosirea altui superlativ („cele mai importante”) denotă selectarea discreționară a datelor citate („Liderii celor patru partide s-au angajat în fața

societății să realizeze mai multe obiective, cele mai importante fiind depășirea crizei social-economice, reintegrarea teritorială a țării, integrarea europeană a Republicii Moldova și promovarea unei politici externe echilibrate, consecvente și responsabile”) etc.

Abordarea selectivă a materialului documentar relevă prezentarea parțială a faptelor în cel puțin două cazuri.

Primul vizează modul de exercitare a guvernării de către coaliție cu sau fără participarea Partidului Comunist. *Moldova 1*, citându-l pe Ghimpu, inserează doar o singură propoziție („Toate probleme ce țin de guvernarea RM le hotărâm noi, în patru”) dintr-o frază extinsă („Toate probleme ce țin de R. Moldova le vom hotărî noi, în patru. Ne asumăm responsabilitatea de a avea o guvernare democratică, de a simți omul ce înseamnă libertate, presă liberă, economie liberă. Iar lor, comuniștilor, le revine să realizeze doar ceea ce spuneau în campania electorală: că-și iubesc patria, că pledează pentru stabilitate politică și nu sunt pentru alegeri anticipate”) (a se vedea înregistrarea pe <http://politik.md/?view=articlefull&viewarticle=1444>).

Decontextualizarea primei propoziții deci trunchiază ideea expusă de M. Ghimpu, prezentându-l pe aceasta ca avid de putere.

Cel de-al doilea caz are în vizor întrebarea jurnaliștilor referitoare „la programul de guvernare”. *Mesager* a recurs, prin trucare, la prezentarea prin contrapunere a două puncte de vedere: de pe o parte, a liderului PL („99,9% este gata”) iar pe de alta, cea a liderului PDM care, potrivit autorului relatării, „nu împărtășește optimismul colegului său de coaliție” („Este o întrebare importantă. Noi nu putem afirma acum că există deja un program al guvernului, având în vedere că executivul încă nu a fost creat”). Trucarea a fost înfăptuită aplicându-se două procedee. Primul a constat în echivalarea a două noțiuni deși apropiate dar neidentice totuși: program de guvernare (la el se referă autorul relatării și M. Ghimpu) și programul guvernului (despre care vorbește M. Lupu). Al doilea procedeu rezidă în extragerea subiectivă din răspunsul lui M. Lupu doar a unei propoziții citate deja. Înregistrarea documentară a răspunsului la această întrebare arată că după propoziția de referință urmează un „dar” însoțit de următoarea precizare a lui Lupu: „dar avem toate componentele principale ale acestui program ținând cont că în linii generale, principiile și obiectivele formulate derivă din multiple documente elaborate până în prezent”. Fraza omisă de *Moldova 1* pune la îndoială afirmația autorului relatării precum că Lupu „nu împărtășește optimismul colegului său de coaliție”.

În concluzie constatăm că materialul televizual analizat prin conținutul și procedeele de abordare subiectivă și selectivă a materialului documentar prezintă într-o manieră superficială substanța evenimentului vizat. În ansamblu, aceste dimensiuni ale relatării converg predilect spre inocularea ideii ei de fi-

nal („această coaliție de guvernare este de fapt reeditarea vechii alianțe pentru democrație și reforme care a încercat să guverneze țara fără succes, fiind constituită în anul 1998 și care a durat numai nouă luni. Alianța s-a destrămat din cauza neînțelegerilor și a antagonismului dintre componentele acesteia”.

**Studiu de caz 10.** Demersul PPCD (*Postul de televiziune EuTV, programul Monitor, 11 august, ora 21:00*) (*Textul relatării: Anexa 10*)

*„Știrea consacrată deciziei Curții Constituționale de a admite spre examinare demersul PPCD prin care acest partid politic solicită renumărarea voturilor de la alegerile parlamentare anticipate din 29 iulie vădește abordarea pasională și unilaterală a subiectului de referință.*

Radiodifuzorii în ultimul timp, mai ales în perioadele electorale și cele post-electorale, tratează multiple subiecte ce trezesc controverse din partea actorilor politici. În context, normele profesionale și actele legislative în vigoare revendică din partea instituțiilor audiovizuale o abordare imparțială și echilibrată. Amintim în această ordine de idei că p. 4, lit. C din art. 7 al Codului audiovizualului stipulează că pentru respectarea echilibrului politico-social, echidistanței și obiectivității, radiodifuzorii vor plasa fiecare știre astfel încât „în cazul subiectelor ce vizează situații de conflict să se respecte principiul de informare din mai multe surse”.

*EuTV a tratat demersul PPCD în temeiul unei surse de documentare.* Materialul televizual analizat cade direct sub incidența acestei prevederi din cel puțin două considerente. Primul rezidă în faptul că știrea face referință la un subiect, estimat în mod diferit de concurenții electorali (e vorba de rezultatele alegerilor parlamentare anticipate din 29 iulie). Dovadă în acest sens servește bunăoară demersul PPCD care cere renumărarea voturilor. „Până în prezent, la Curtea Constituțională nu au fost înregistrate sesizări de acest gen și de la alte partide politice”, constată *EuTV*. Prin urmare putem admite că formațiunile respective au alte puncte de vedere sau nu au obiecții suficiente pentru a se solidariza cu PPCD. Circumstanțele date pot provoca dacă nu o situație de conflict, atunci cel puțin una marcată de disensiuni cu siguranță. Iată de ce, faptul consemnat implică, negreșit, prezentarea viziunilor altor partide asupra subiectului abordat.

Oportunitatea consultării surselor multiple este dictată și de acuzele de duplicitate și amoralitate aduse, fie și indirect, unor formațiuni politice: „Pe noi ne miră această politică duplicitară și, de fapt, amorală a celor care au sesizat încălcările din alegerile din 5 aprilie și iată din alegerile din 29 iulie în care sunt la fel constatate foarte multe încălcări ale legislației electorale aduse argumente foarte clare și ei tac”. Teza reprodușă citată de *EuTV* din discursul lui Radu Bușilă, reprezentant al PPCD la CEC, provoacă, în opinia noastră, o situație de conflict. Deși normele profesionale și prevederile legale amintite revendică echilibrarea opiniilor în asemenea situații, *EuTV* a lăsat fără replică afirmația aluzivă a repre-

zentantului PPCD la CEC. Puncte de vedere diverse sau adverse puteau să vină și din partea CEC-ului, a observatorilor locali și internaționali acreditați la scrutinul din 29 iulie.

*EuTV*, tratând demersul PPCD în temeiul unei singure surse, se arată angajat în promovarea lui și prin urmare probează tratarea dezechilibrată a subiectului dat.

*EuTV a abordat pasional subiectul știrii.* Caracterul disproportionat al știrii de la *EuTV* este consolidat de parțialitatea fățișă afișată de acest post tv. Această valență este articulată în chiar mesajul prezentatorului programului de știri: „Curtea Constituțională a acceptat demersul Partidului Popular Creștin Democrat care cere renumărarea voturilor de la alegerile din 29 iulie. PPCD vine cu probe concludente care relevă că alegerile anticipate s-au desfășurat cu încălcări serioase ale legislației în vigoare. Una dintre ele este că la scrutinul din 29 iulie au dispărut misterios peste trei mii de buletine de vot. Chestiunea urmează să fie discutată vineri într-o ședință publică la Curtea Constituțională (subl. ne aparțin – c.m.). Atitudinea estimativă este reluată și în textul corespondentului („Neregulile și încălcările semnalate de PPCD în cadrul scrutinului din 29 iulie sunt cele mai grave înregistrate vreodată, susțin creștin-democrații. PPCD vine cu probe în acest sens și a depus un demers la 6 august la Curtea Constituțională” (subl. ne aparțin – c.m.). Ansamblul calificativelor utilizate denotă, în opinia noastră, străduința postului *EuTV* de a se solidariza cu demersul formațiunii politice de referință.

În concluzie constatăm că știrea difuzată de *EuTV* furnizează suficiente probe ce atestă abordarea atitudinal-parțială în detrimentul celei echidistante a unui subiect de interes public iar aplicarea unei singure surse de documentare într-o situație de conflict diminuează valoarea lui și denotă devierea postului tv de la prevederile Codului audiovizualului. Se pare că *EuTV* în felul acesta continuă practica din perioada electorală pentru alegerile parlamentare anticipate din 29 iulie. Atunci, actorii politici personalizați și cei instituționalizați, reprezentând PPCD-ul, au fost mediatizați în contexte exclusiv pozitive, iar în 146 de cazuri din totalul de 305 de știri cu caracter conflictual, *EuTV* a recurs la o sursă de informație (a se vedea: [http://apel.md/public/upload/md\\_13\\_Raport\\_Monitor\\_FINAL\\_rom.pdf](http://apel.md/public/upload/md_13_Raport_Monitor_FINAL_rom.pdf)).

**Studiu de caz 11.** Noua guvernare (*Postul de televiziune NIT, programul Curier, 14 și 17 august, ora 21:30*) (*Textul relatării: Anexa 11*)

„În campania electorală pentru alegerile parlamentare anticipate din 29 iulie, postul de televiziune NIT a probat predilecția de a scrie știri pe teme cu caracter conflictual în temeiul unei singure surse de informație. Astfel el a procedat în 220 de cazuri din cele 305 de știri cu caracter conflictual puse pe post în perioada

de referință (a se vedea datele monitorizării respective efectuate de Asociația Presei Electronice [http://apel.md/public/upload/md\\_13\\_Raport\\_Monitor\\_FINAL\\_rom.pdf](http://apel.md/public/upload/md_13_Raport_Monitor_FINAL_rom.pdf)). Handicapul relevat este menținut și în perioada postelectorală. Știrile analizate confirmă aserțiunea dată.

Materialele televizuale examinate au fost prilejuite de evenimente diferite. În cel difuzat pe 14 august este vorba despre demisia lui Ion Sturza din funcția de vicedirector al grupului *Rompetrol* iar în cel pus pe post în ziua de 17 august – despre obținerea mandatului de deputat de către Ion Butmalai, candidat pe listele electorale PLDM. Evenimentele de referință au fost utilizate de către *NIT* în calitate de pretexte în intenția lui de a fisura Alianța pentru Integritate Europeană prin contrapunerea componentelor acestei coaliții postelectorale și de a discredita în fața cetățenilor PLDM și AMN. Dobândirea finalităților respective, de altfel afișate fățiș, în materialele analizate este pusă pe seama prezentării dezechilibrate a opiniilor.

În materialul din 14 august *NIT*, lansând (preluând) supoziția potrivit căreia Ion Sturza, demisionarul din funcția de vicedirector al grupului „*Rompetrol*”, ar putea candida la funcția de președinte al Republicii Moldova, face o incursiune în anul 1999 când acesta a fost prim-ministru al Republicii Moldova („Presa scrie deja că Filat și Sturza încearcă să reanimeze vechea lor prietenie. În martie 1999, Filat a devenit ministru de stat în guvernul Sturza, perioadă marcată de un șir de scandaluri economice”). Faptele invocate de *NIT* cu acest prilej reprezintă esențialmente acuze aduse atât lui Ion Sturza, cât și lui Vladimir Filat („Numele actualului lider al liberal-democraților a figurat în tranzacția de vânzare a unui imobil în centrul capitalei, în altă vânzare, la fel de dubioasă, la un preț redus a șase avioane TU 154 dar și în legătură cu vânzarea fabricii de ciment de la Rezi-na la un preț de 200 mii de dolari, deși pentru ea se propuneau 15 milioane de dolari. Presa a scris că toate aceste cazuri au fost mușamalizate grație numirii lui Filat ministru de stat în guvernul Sturza. Tot în acea perioadă, sub umbrela monopolistă a SA ICON au fost grupate majoritatea fabricilor de conserve – fundamentul industriei prelucrătoare din republică. Firma se afla sub conducerea lui Ion Sturza până la numirea lui în funcția de prim-ministru. Întreprinderile subordonate de acesta au primit numeroase credite din partea instituțiilor financiare internaționale. Odată cu încheierea privatizării, cea mai mare parte a acestor întreprinderi au părăsit, se pare, concernul împotmolit în datorii dar deja ca structuri comerciale libere și scutite de datorii”).

Estimarea în cauză constituie un punct de vedere. Presa cuprinde și viziuni adverse asupra subiectului abordat de *NIT*. Iată una dintre ele: „Ion Sturza a devenit o persoană publică importantă pe la mijlocul anilor '90, când s-a impus în ipostaza de lider al companiei „Incon” S.A., sub umbrela căreia se adunaseră 20 din cele mai mari fabrici de conserve din R. Moldova. Era managerul optimist

care punea mari speranțe în relansarea agrobusinessului basarabean cu ajutorul investitorilor din Occident (...). După debarcarea lui Ciubuc, președintele Lucin-schi i-a încredințat misiunea să formeze noul cabinet de miniștri. Astfel a apărut faimosul executiv format în baza algoritmului de constituire a Alianței pentru Democrație și Reforme (ADR). Acea echipă care respecta mai mult sau mai puțin simetric ponderea componentelor politice în cadrul legislativului s-a ales ulterior cu reputația celui mai emancipat și mai progresist guvern din istoria Moldovei independente. Guvernul Sturza a realizat cele mai radicale reforme, înfruntând huiduielile opoziției parlamentare și paraparlamentare comuniste” (a se vedea: <http://www.vipmagazin.md/index.php?mod=article&id=22&type=8>).

Știrea analizată așadar, în virtutea interpretării neunivoce a subiectului tratat, este de natură conflictuală. Prin urmare ea, potrivit principiilor jurnalismului de calitate, urma să cuprindă fie interpretările adverse, fie punctele de vedere ale protagoniștilor știrii analizate – Sturza și Filat. *NIT*, limitându-se la prezentarea unei viziuni, a făcut dovada abordării parțiale și disproporționate a subiectului dat.

*NIT* a procedat aproape simetric și în știrea difuzată pe 17 august. În acest caz, acuzele aduse lui Ion Butmalai (*NIT*, în baza unui filmuleț preluat de pe internet, a afirmat că proaspătul deputat PLDM în campania electorală a colaborat cu reprezentanții lumii interlope – „În imaginile plasate înainte de alegeri pe internet liderul organizației teritoriale PLDM Cahul și candidatul cu nr. 18 al formațiunii apărea la o întrunire a interlopilor de la sudul țării. Din discuțiile purtate de Butmalai cu autoritățile criminale se înțelege că ultimii au fost instruiți de liberal-democrat să lupte contra comuniștilor, asigurându-i că dacă PLDM vine la putere, le va acorda tot sprijinul”) nu au fost echilibrate cu punctul de vedere al persoanei vizate. Referința *NIT* la spusele lui Vladimir Filat („Cei care nu stau la pușcărie sunt oameni ai Moldovei”), deși corespunde principiului echilibrului, este totuși insuficientă pentru a-i conferi proporționalitatea solicitată, deoarece ea, ca durată a mesajului, cedează în fața punctului advers de vedere.

În concluzie vom menționa: materialele televizuale analizate, deși sunt axate pe situații de conflict, ignoră normele profesionale și prevederile legale de a aplica „principiul de informare din mai multe surse” (Codul audiovizualului, art. 7, p. 4, litera C). În consecință, ele articulează abordarea atitudinală a evenimentelor de referință în detrimentul informării echilibrate și imparțiale a cetățenilor”.

**Studiu de caz 12.** Despre coaliția PCRM (*Postul de televiziune TV Moldova 1, programul Mesager, 22 august, ora 21:00*) (*Textul relatării: Anexa 12*)

„Materialul televizual analizat, prilejuit de plenara CC al PCRM din 22 august, este marcat de multiple devieri de la normele profesionale stipulate, în special, în Codul de principii, standarde și recomandări al producătorilor Companiei



*Publice „Teleradio-Moldova” aprobat prin Hotărârea Consiliului de Observatori nr. 1/35(3) din 07.11.2007.*

*Moldova 1* a mediatizat evenimentul de referință în patru materiale difuzate succesiv în cadrul ediției din 22 august a programului informativ *Mesager*. Primul a relatat despre plenara PCRМ, al doilea a reflectat declarația PCRМ adoptată la forul comuniștilor, al treilea a vizat atitudinea Alianței pentru Integritate Europeană (AIE) față de hotărârea PCRМ de a forma o coaliție de centru-stânga și ultimul a înglobat opiniile cetățenilor pe marginea deciziei în cauză. Având același laitmotiv, materialele respective au format, în mod firesc, un corp comun. Din acest considerent, prezenta analiză tratează ansamblul acestor materiale ca un tot întreg (în continuare – material televizual extins).

*Durata cumulativă a materialului analizat trădează politicile editoriale partizane ale radiodifuzorului public Moldova 1.* Evenimentul de referință firește este de interes social indubitabil și, prin urmare, mediatizarea lui consună totalmente cu misiunea radiodifuzorului public. Totuși, acesta, potrivit documentului normativ instituțional invocat, urmează să abordeze evenimentele de interes public în mod echilibrat, inclusiv sub aspectul timpilor de antenă alocați în acest sens. „*Durata maximă pentru aproape orice material dintr-un buletin de știri la Radioteleviziune este de două minute; durata normală este de 30-50 secunde*”, se precizează în p. 11.4 al acestui document, intitulat *Reguli ce trebuie respectate la selectarea informațiilor*.

*Moldova 1*, în cazul analizat, nu a respectat această exigență. Durata cumulativă a materialului televizual extins a constituit mai mult de 10 minute. Plaful temporal maximal este depășit, în cea mai mare parte, și la scara componentelor materialului televizual extins. Astfel, durata relatării de la plenara PCRМ a constituit circa patru minute, prezentarea declarației PCRМ a durat trei minute, ceva mai mult de două minute a avut sondajul de opinie realizat de reporterul *Moldova 1* pe marginea deciziei PCRМ de a fonda o coaliție de centru-stânga. Excepție din acest șir a făcut segmentul materialului analizat ce a cuprins viziunea AIE (durata lui a constituit ceva mai mult de un minut).

Datele prezentate denotă, în mod explicit, că *Moldova 1*, la capitolul timpilor de antenă, a tratat cu generozitate evenimentul vizat (plenara CC al PCRМ), exprimându-și prin întinderea materialului analizat atitudinea favorizant-preferențială față de formațiunea politică respectivă. În context se cere amintit că *Moldova 1* pe durata campaniei electorale pentru alegerile parlamentare anticipate din 29 iulie, în mod constant a avantajat actorii personalizați și cei instituționalizați – reprezentanți ai PCRМ (a se vedea datele monitorizării – [http://apel.md/public/upload/md\\_13\\_Raport\\_Monitor\\_FINAL\\_rom.pdf](http://apel.md/public/upload/md_13_Raport_Monitor_FINAL_rom.pdf)).

*Citatele utilizate în materialul de referință au valoare atitudinală implicită.* În materialul analizat, operarea cu citatele folosite a fost marcată de comporta-

mentul partizan al *Moldova 1*. Acest lucru poate fi constatat atât la scara intro-urilor la liniile de subiect, cât și la cea a textelor de autor.

Intro-ul, de regulă într-o manieră concentrată, sugerează platforma valorică promovată de postul tv respectiv. Prin urmare, citatele utilizate pe acest segment de material televizual urmează a fi alese cu multă prudență pentru a fi în consens cu politicile editoriale. În această ordine de idei, Codul producătorilor Companiei publice *Teleradio-Moldova*, dezvăluind procedeele utile ce asigură o relatare obiectivă, face referință la „ghilimele salvatoare”: „Citirea altor păreri poate fi folosită pentru sprijinirea logicii argumentării. Și în acest caz, faptele trebuie să vorbească pentru sine, jurnalistul putând păstra distanța față de tema tratată prin folosirea ghilimelelor”. *Moldova 1* în materialul analizat nu a ținut cont de avertizarea în cauză.

Pentru exemplificare vom face referință la textul prezentatorului ce anticipează expunerea declarației PCRМ. Acesta, informând publicul telespectator despre intenția PCRМ de a iniția „negocieri concentrate în parte cu formațiunile politice care au intrat în parlament”, citează următorul pasaj din manifestul PCRМ: „În declarație se menționează că doar Partidul Comuniștilor, în actuala componență a Parlamentului, deține adevărata fracțiune majoritară care a fost formată conform voinței alegătorilor și nu în urma intrigilor țesute în culise de anumiți lideri politici care au înghebat din formațiuni liliputane o oarecare coaliție provizorie și instabilă”. Citatul respectiv, lipsit de comentariile redacționale de rigoare, poate fi interpretat ca o expresie a ralierii necondiționate a postului de televiziune la mesajul cuprins în el.

Inserturile audiovizuale documentare au constituit o altă formă de aplicare a citatelor în corpul fiecărui segment al materialului analizat. În majoritatea cazurilor, ele au fost distinse de restul textului de imaginea și vocea persoanei citate, acestea reprezentând „ghilimele salvatoare” amintite mai sus. În cazul relatării despre plenara CC al PCRМ însă, inserturile au avut un caracter particular. Ele au cuprins fragmente documentare extrase din discursul președintelui PCRМ, Vladimir Voronin, rostit la forul comuniștilor în limba rusă. Drept urmare, citarea lui în relatarea din *Mesagerul* de limbă română a fost însoțită de traducerea de rigoare. Sonorizarea traducerii în cauză, contrar practicii generale de a fi efectuată de o voce distinctă de cea a jurnalistului („ghilimele salvatoare”), a fost realizată în cazul examinat de însuși autorul. Faptul consemnat, anulând „ghilimele salvatoare”, a generat contopirea, la nivel auditiv, a citatelor cu textul de autor. În consecință s-a produs o confuzie ce a prejudiciat atât capacitatea telespectatorului de a discerne informația furnizată, cât și prestația *Moldova 1* ca post de televiziune neangajat politic.

Modul de utilizare a citatelor, directe și indirecte, atestat în materialul analizat așadar contravine prevederii incluse în p. 5.1 (Imparțialitatea în programele

de știri) al Codului producătorilor Companiei publice *Teleradio-Moldova* în care se arată: „Din perspectiva respectării imparțialității, programele de știri trebuie să ofere telespectatorilor și ascultătorilor relatări care să-i îndemne pe acestea să-și formeze păreri și opinii proprii. Reporterul nu poate să-și exprime opinia sa personală. Audiența nu trebuie să afle din programele *TRM* părerile personale ale prezentatorilor și reporterilor”.

*Maniera de mediatizare a declarației PCRМ suspectează Moldova 1 în afiliere politică.* Materialul analizat cuprinde, într-un segment distinct pe durata a trei minute, prezentarea cvasiintegrală a declarației PCRМ privind intenția de a constitui o coaliție de centru-stânga adoptată la plenara CC din 22 august. *Moldova 1* a trecut cu vederea practic doar pasajul despre avansarea în ultimii opt ani a Republicii Moldova din „Evul Mediu” spre „o societate democratică modernă”.

Din această perspectivă, radiodifuzorul public a adoptat față de PCRМ un alt tratament decât cel aplicat în raport cu PLDM, PL, PDM și AMN care, cu ceva timp în urmă, lansaseră un manifest despre crearea Alianței pentru Integrare Europeană. Atunci, declarația liberal-democraților a fost expusă extrem de lapidar (detaliile de rigoare pot fi consultate pe <http://apel.md/libview.php?!=ro&idc=159&id=371>).

Mediatizarea deosebită a documentelor diferitor partide provoacă supoziția că *Moldova 1* ar putea avea anumite angajamente politice și că ar fi antrenată, din acest considerent, în manipularea opiniei publice. Atare comportament de asemenea constituie o derogare de la normele cuprinse în Codul producătorilor Companiei publice *Teleradio-Moldova*. P. 5.14 prescrie: „Personalul care pregătește emisiunile Companiei *TRM* nu trebuie să incite telespectatorii și ascultătorii la exercitarea unor presiuni asupra organelor publice, instituțiilor, întreprinderilor comerciale sau indivizilor pentru a fi schimbată vreo lege sau pentru a sprijini poziții partizane, puncte de vedere particulare, fie că această incitare are loc prin intermediul emisiunilor sau prin participarea la adunări publice, acțiuni de masă sau manifestări. Acest impact negativ poate implica societatea civilă într-o controversă și a veni în contradicție cu principiul conform căruia compania nu are opoziție editorială în cadrul emisiunilor sale, este imparțială și promovează toleranța și echilibrul social”.

*Punctul de vedere advers este prezentat în mod dezechilibrat.* Componenta a treia a materialului analizat este consacrată punctelor de vedere ale Alianței pentru Integrare Europeană asupra declarației PCRМ privind intenția de a constitui o coaliție de centru-stânga. Pe acest segment, *Moldova 1* s-a arătat promotor al abordării dezechilibrate a viziunii adverse. Disproporționalitatea a fost exprimată, în primul rând, în decalajul dintre timpii de antenă acordați PCRМ pe parcursul întregului material televizual extins (circa opt minute) și du-

rata aparițiilor formațiunilor politice liberal-democrate (ceva mai mult de un minut). Dezechilibrul, în al doilea rând, a fost promovat și prin inserarea opiniilor reprezentanților a două dintre cele patru părți constituante ale AIE (A. Tănase, vice-președinte al PLDM, și M. Ghimpu, președinte al PL). „Liderii Partidului Democrat și Alianței „Moldova Noastră” nu au fost de găsit astăzi pentru a comenta inițiativa PCRМ”, se justifica autorul în finalul materialului.

Aserțiunea în cauză se află în disonanță cu prevederea din Codul producătorilor Companiei publice *Teleradio-Moldova*: „Atunci când este imposibil de obținut o versiune a faptelor sau opinia unei persoane importante, responsabilii de emisiuni trebuie să găsească pe altcineva care ar reprezenta punctul de vedere sau opinia persoanei în cauză. Dacă nu se reușește acest lucru, jurnaliștii vor expune singuri poziția respectivă într-un mod mai obiectiv, bazându-se pe declarațiile, părerile celui lipsă făcute anterior la radio, TV sau în presă”. Recomandarea dată putea fi lesne respectată dat fiind faptul că reprezentanții PDM și AMN au fost contactați de alte medii de informare. Marian Lupu, de exemplu, a spus că în ziua de 22 august făcuse circa 50 de comentarii pentru presă (a se vedea <http://voceabasrabiei.net/index.php/stiri/politica/4301-audio-ediie-special-la-radio-vocea-basarabiei-ceva-se-coace-in-interiorul-pcrm->)

*Sondajul de opinie denotă parțialitatea Moldova 1.* Sondajul inserat în finalul materialului analizat cuprinde opiniile a șapte persoane, patru dintre care și-au exprimat adeziunea față de declarația PCRМ, doi s-au arătat a fi neutri și unul a presupus că AIE nu va face alianță cu PCRМ. Opiniile enunțate poartă un caracter aleatoriu, nu sunt reprezentative și sunt insuficiente pentru ca, în temeiul lor, să fie trase concluzii generalizatoare. În pofida acestui fapt, atât prezentatorul, cât și autorul de sondaj au afirmat, în mod părtinitor, aproape la unison următoarele: „Locuitorii capitalei susțin inițiativa PCRМ de a crea o coaliție de centru-stânga și de a negocia în parte cu formațiunile politice care au intrat în parlament. În opinia lor, Partidul Comuniștilor este unica formațiune capabilă să pună capăt crizei politice din țară”.

Asemenea generalizări false ar fi fost evitate, dacă reporterul care a realizat sondajul în cauză s-ar fi călăuzit de prevederile Codului producătorilor Companiei publice *Teleradio-Moldova*. În p. 15.1 al acestui document, între altele, se precizează: „Sondajele de opinie trebuie realizate cu multă iscusință și acuratețe. Uneori, sondajele de opinie efectuate pot fi derutante pentru că: a) sondajele oferă date spre interpretare; b) sondajele nu relevă „fapte” obiective; c) limbajul prognozei în cazul sondajelor niciodată nu este oportun în raportarea rezultatelor; d) sondajele pot anticipa niște lucruri, în cel mai bun caz indică sau sugerează dar nu stabilesc”. Din aceste considerente, codul respectiv constată pe bună dreptate: „Sondajele efectuate de diferiți reporteri care adresează aceleași întrebări pot da rezultate diferite. De aceea a interpreta ceva pe baza sondajelor,

făcând deducții și concluzii, e incorect”. Suntem de acord cu autorii codului de referință când afirmă: „Dacă sondajul nu are prestața credibilității, e mai bine să nu fie pus pe post. În probele de politică, relații internaționale, litigii sociale, sondajele pot deruta și incita opinia publică, influențând negativ imaginea Companiei *Teleradio-Moldova*. Tocmai asemenea efect nefast a și fost dobândit prin sondajul încorporat în materialul analizat.

Vom atenționa și asupra utilizării improprie (partizane) a cuvântului „a susține” („locuitorii capitalei susțin inițiativa PCRM”). Și în acest caz îi dăm dreptate Codului producătorilor Companiei publice *Teleradio-Moldova* care în p. 5.9 menționează: „Principiul imparțialității poate fi afectat și de limbajul folosit în reportajele politice. De aceea trebuie să fim conștienți de faptul că anumite cuvinte sau fraze poartă în sine anumite nuanțe, semnificații, aluzii etc. Spre exemplu, folosirea cuvântului „a susține” necesită o atenție deosebită. (...). Pentru a păstra imparțialitatea, prezentatorii trebuie să folosească un limbaj neutru, lipsit de calificative”.

În concluzie vom menționa că materialul televizual extins analizat prin conceptul, structura și substanța lui a periclitat, în bună parte, realizarea onorabilă de către Compania *Teleradio-Moldova*, inclusiv de către *Moldova 1*, a misiunilor editoriale. Acestea, în redacția Codului de principii, standarde și recomandări al producătorilor Companiei Publice *Teleradio-Moldova* aprobat prin Hotărârea Consiliului de Observatori nr. 1/35(3) din 07.11.2007, presupun că radiodifuzorul public trebuie „să ofere o oglindire completă, largă, echilibrată și obiectivă a evenimentelor din domeniul politic, economic, social și cultural al Republicii Moldova; să ofere o imagine comprehensivă a situației reale din țară; să încurajeze telespectatorii/ascultătorii ca să-și formeze opinii personale într-un mod liber”.

**Studiu de caz 13.** Președintele parlamentului (*Postul de televiziune Moldova 1, programul Mesager, 28 august, ora 21:00*) (*Textul relatării: Anexa 13*)  
„*Moldova 1, mediatizând prima ședință a Parlamentului Republicii Moldova nou ales, a prejudiciat dreptul cetățeanului la informarea corectă și echidistantă asupra treburilor publice.*

Ședința de constituire a legislativului ales în urma scrutinului din 29 iulie curent a fost reflectată de *Moldova 1* în patru materiale inserate consecutiv în cadrul programului informativ *Mesager* din 28 august. Primul a reprezentat o relatare de la ședința de constituire a noului parlament, al doilea a vizat alegerea președintelui legislativului, al treilea a oferit creionări la portretul noului speaker și ultimul a avut în obiectiv viziunea lui Marian Lupu asupra unor chestiuni de ordin procedural. În toate cazurile, *Moldova 1* a comis derogări de la normele profesionale. Cele mai pronunțate devieri sunt atestate în materialul despre alegerea președintelui parlamentului. Mai jos oferim examinarea lui detaliată.

*Dreptul cetățeanului la informarea corectă și echidistantă a fost prejudiciat prin prezentarea estimativă a subiectului tratat. Maniera estimativă de prezentare a faptelor în materialul de referință este aplicată din prima frază – „După ieșirea din sala de ședințe a Partidului Comuniștilor, liberal-democrații au purces la alegerea președintelui parlamentului, pe alocuri dând dovadă de necunoașterea temeinică a procedurii respective” (evaluarea este evidențiată prin cursiv – n.a.).*

Alte două estimări rezultă din următoarea afirmație a autorului: „Reamintim că președintele ședinței de astăzi a legislativului, deputatul PCRM, Ivan Calin, a anunțat o pauză până la 4 septembrie, termen prevăzut de legislație însă ignorat de liberali-democrați”. Prima constă în faptul că data de 4 septembrie este calificată în mod discreționar de autor drept „termen prevăzut de legislație” iar cea de-a doua este cuprinsă în cuvintele „ignorat de liberali-democrați”. Nici în primul, nici în cel de-al doilea caz, autorul nu a fost în drept, potrivit normelor profesionale, să facă evaluările citate.

Conotația evaluativă este cuprinsă de asemenea în expresia „de fapt” care, prin vrerea autorului, pune la îndoială legitimitatea continuării ședinței parlamentului („Continuarea ședinței de astăzi care, de fapt, a fost amânată de către președintele acesteia este considerată de către liberali-democrați ca fiind legală, în timp ce PCRM este de părere că deciziile adoptate în cadrul acesteia nu au suport juridic, deoarece ședința s-a petrecut cu încălcarea flagrantă a legislației”).

Abordarea estimativă se resimte de asemenea și în amintirea repetată (în formule diferite) că ședința parlamentului a fost amânată de președintele ședinței, decanul de vârstă, deputatul PCRM, Ivan Calin, pentru 4 septembrie:

„Reamintim că președintele ședinței de astăzi a legislativului, deputatul PCRM Ivan Calin, a anunțat o pauză până la 4 septembrie (...)”.

„Continuarea ședinței de astăzi care, de fapt, a fost amânată de către președintele acesteia (...)”.

„Partidul Comuniștilor va ataca la Curtea Constituțională decizia partidelor parlamentare PL, PLDM, PD și AMN de a continua ședința parlamentului și alegerea conducerii organului legislativ, după ce aceasta a fost amânată de președintele ședinței pentru 4 septembrie (...)”.

Autorul, asumându-și misiunea de a da note celor întâmplare în ședința de parlament, acționează contrar prevederilor prevăzute în Codul de principii, standarde și recomandări al producătorilor Companiei Publice *Teleradio-Moldova* aprobat prin Hotărârea Consiliului de Observatori nr. 1/35(3) din 07.11.2007, inclusiv celei cuprinse în p. 5.1: „Reporterul nu poate să-și exprime opinia sa personală”. Această rigoare, precum și imediat următoarea („Audiența nu trebuie să aple din programele TRM păreri personale ale prezentatorilor și reporterilor”) sunt interpretate în cod, cu tot temeiul, drept condiții de dobândire a imparțია-



lității în programele de știri. În această ordine de idei ni se pare semnificativă și următoarea remarcă din cod: „Când în știri apar noțiuni și formulări axiologice clare, cadrul tradițional al știrii dispare”.

*Dreptul cetățeanului la informarea corectă și echidistantă a fost afectat prin confundarea faptelor documentare cu opiniile de autor.* Materialul analizat nu face distincția dintre faptele invocate și comentariile autorului, în unele cazuri ultimelor conferindu-li-se, nejustificat, statutul de fapt. Un exemplu de prezentare a opiniei autorului în calitate de fapt poate fi extras din următoarele aserțiuni: „Reamintim că președintele ședinței de astăzi a legislativului, deputatul PCRM, Ivan Calin, a anunțat o pauză până la 4 septembrie, termen prevăzut de legislație însă ignorat de liberali-democrați”. Afirmatia, potrivit căreia 4 septembrie ar fi termen „prevăzut de legislație”, deși este o simplă opinie a autorului (nici o lege nu califica data respectivă ca termen pentru o pauză parlamentară), este prezentată ca fapt ce nu poate fi tăgăduit.

Ceva similar atestăm și în materialul difuzat de *Moldova 1* despre prima ședință a parlamentului. Astfel, în fraza („Reprezentantul Partidului Comuniștilor Maria Postoico a declarat că pentru formarea fracțiunii parlamentare PCRM solicită o pauză până pe 4 septembrie. Astfel, potrivit procedurii parlamentare, Ivan Calin a anunțat o pauză în activitatea legislativului până pe 4 septembrie”) propria interpretare a autorului este prezentată ca fapt – „potrivit procedurii parlamentare”.

Asemenea practică contravine normelor profesionale. În context vom aminti că în p. 8 al Codului producătorilor Companiei *Teleradio-Moldova* se arată că obiectivitatea „este o caracteristică a cercetării și relatării profesionale care încearcă să despartă în mod obiectiv, nepartinic și nemanipulativ informația de comentariu”.

*Dreptul cetățeanului la informarea corectă și echidistantă a fost limitat prin prezentarea unui punct de vedere asupra situației controversate.* Opțiunile adverse ale diferitor fracțiuni parlamentare (deputații din partea PCRM au pledat pentru o pauză până la data de 4 septembrie iar cei din partea PLDM, PL, PDM și AMN – pentru continuarea lucrărilor legislativului) au conferit evenimentului mediatizat de *Moldova 1* un caracter controversat. Din această perspectivă urma să se țină cont de prevederile Codului producătorilor Companiei *Teleradio-Moldova* care în repetate rânduri relevă oportunitatea folosirii surselor (viziunilor) multiple, diferite și independente una de alta. Astfel, în p. 11 se arată: „Programele informative trebuie să fie în ansamblu o reflectare echilibrată atât a realității, cât și a subiectelor controversate, evitând să favorizeze ideile particulare ale cuiva sau să fie o simplă reprezentare fotografică a evenimentelor. Reporterii, editorii coordonatori și directorii departamentelor trebuie să țină cont de importanța asigurării echilibrului și imparțialității în prezentarea subiectelor



controversate (...). Coordonatorii trebuie să facă tot posibilul ca obligațiunea *Te-leradio-Moldova* de a promova pluralismul, de a prezenta o varietate posibilă de idei să fie respectată”. În p. 11.6, consacrat corectitudinii știrilor, în mod expres, se cere: „Dacă problema este contradictorie – este necesară examinarea tuturor părerilor relevante”.

Norma dată este ignorată de două ori în materialul analizat. În primul caz este prezentată viziunea PCRМ (insertul spuselor lui V. Țurcan: „Evenimentele de astăzi care s-au desfășurat în Parlamentul Republicii Moldova sunt apreciate din partea grupului de deputați din partea Partidului Comuniștilor, cei 48 de deputați, ca un eveniment, în primul rând, nu pur și simplu ieșit din comun, un eveniment fără precedente în sensul încălcării fragrante, vădite a Constituției Republicii Moldova. Și în cazul dat au fost lezate nu numai drepturile fiecărui din 48 de deputați. Prin această metodă au fost ignorate inclusiv drepturile celor mai mult de 700 de mii alegători pe care noi le prezentăm, cei 48 de deputați”), fiind neglijată opinia părții adverse pe marginea acestui subiect controversat. În rezultat, consumatorul de programe nu are posibilitatea să evalueze liber și conștient cele întâmplate în legislativul țării și să facă propria judecată.

În cel de-al doilea caz, controversa vizează solicitarea liberal-democraților ca radiodifuzorul public să transmită în direct ședințele parlamentului. Cu acest prilej a fost redat punctul de vedere al PCRМ prin spusele deputatului V. Mișin („Transmisiunea în direct a ședințelor parlamentului și, în special, la televiziune va reduce din eficiența activității legislativului. În prim plan vor fi puse calitățile artistice ale fiecărui deputat. Fiecare va încerca să-și demonstreze aptitudinile de om de artă”). Viziunea dată însă nu a fost echilibrată, în mod necondiționat, cu motivația celor care au optat pentru transmisiunile în direct de la ședințele plenare ale parlamentului.

În acest context vom face două precizări. Prima se referă la faptul că autorul și-a depășit competențele afirmând („potrivit Codului audiovizualului, nimeni nu are dreptul să schimbe grila de emisie a posturilor publice tv și radio”), asta pe motiv că, după cum se arată în p. 10.2 al codului de referință, „Compania *Te-leradio-Moldova* și nu angajații săi poate să-și exprime propriile sale considerații privind problemele de emisie”. A doua precizare se referă la inexactitatea citării Codului audiovizualului. Autorul a distorsionat codul afirmând că „nimeni” nu poate schimba grila de emisie. În art. 51 al acestui act legislativ se arată că organele de conducere ale companiei, promovând independența editorială și de creație, sunt în drept să adopte decizii cu privire la „elaborarea politicii editoriale, adoptarea și modificarea grilei de emisie a companiei” (Nu abordăm cadrul normativ al transmisiunilor în direct de la ședințele parlamentului, deoarece problema în cauză depășește cadrul prezentei analize. Vom aminti doar prevederea art. 99 (2) al Legii despre adoptarea Regulamentului Parlamentului din 02.04.96

în care se spune: „Ședințele în plen ale parlamentului, cu excepția celor închise prevăzute la alin. (1), pot fi transmise în direct la posturile publice naționale de radio și televiziune în conformitate cu prevederile Codului audiovizualului al Republicii Moldova, precum și la inițiativa parlamentului, prin decizie adoptată cu votul majorității deputaților prezenți”.

Revenind la prezentarea unilaterală a evenimentelor cu un caracter controversat, vom nota că această manieră (partizană, în opinia noastră) este atestată și într-o serie de cazuri din celelalte materiale. Astfel, în relatarea despre prima ședință a parlamentului executată în linii mari într-o tonalitate potrivită, a fost inserată viziunea deputatului din partea PCRM, V. Țurcan, referitoare la continuarea lucrărilor parlamentului contrar solicitării unei pauze de către PCRM, partea adversă fiind lipsită de acest drept. „Difuzarea doar a unui punct de vedere în orice problemă de interes comun, se menționează în codul citat, este doar o excepție pusă pe post doar după ce va fi coordonată cu conducerea companiei”. Se pare că ceea ce codul califică drept excepție, la *Moldova 1* a devenit normă.

*Moldova 1 a omis părtinitor violența verbală aplicată de liderul PCRM în raport cu liderul PLDM.* „Folosirea scenelor de scandal din parlament, „războiul” replicilor dintre fracțiunile și partidele parlamentare TRM nu le va difuza în alte programe decât în cele informative dacă motivul litigiului este unul de rezonanță largă, socialmente adecvat”. Această prevedere din Codul producătorilor Companiei *Teleradio-Moldova*, probabil l-a îndemnat pe radiodifuzorul public, spre deosebire de alte medii de informare în masă, să treacă sub tăcere agresarea verbală a liderului PLDM din partea liderului PCRM. În context, ni se pare plauzibilă și altă supoziție: omisiunea respectivă relevă nu atât pudoarea postului tv *Moldova 1*, cât selectarea parțială de către acesta a faptelor.

În concluzie constatăm: *Moldova 1* prin difuzarea materialului analizat a prejudiciat dreptul cetățeanului la informarea corectă și imparțială. Radiodifuzorul public a comis derogări multiple de la Codul audiovizualului și Codul de principii, standarde și recomandări al producătorilor Companiei Publice *Teleradio-Moldova* care, în ultima instanță, au redus posibilitatea consumatorului de programe de a-și forma liber opinia asupra primei ședințe a Parlamentului Republicii Moldova – eveniment de importanță publică majoră.

\*\*\*

Studiile de caz prezentate, deși au avut în vizor activitatea doar a patru instituții de televiziune (*Moldova 1, NIT, N4, EuTV*) într-o perioadă restrânsă de timp (iulie-august 2009), totuși, au pus în evidență un set întreg de tehnici comune pentru toate mediile de informare angrenate politic (presa tipărită, audiovizual și în ultimul timp – *new media*) care au activat până și după perioada analizată. Între acestea s-au numărat interpretarea trunchiată a unor idei sau

fapte; substituirea faptelor prin judecăți de valoare; exprimarea opiniei autorului; uzitarea falsei dihotomii când se prezintă două variante ca fiind singurele posibile; pseudoargumentarea prin apelul la majoritate (*argumentum ad populum*) și argumentul repetiției (*argumentum ad nauseam*); prezentarea dezechilibrată a faptelor, opiniilor în cazul știrilor conflictuale; ignorarea cu bună știință a regulii a cel puțin două surse independente și/sau divergente; punerea pe rol a *agendei setting*; transferul de autoritate; omisiunea; semiadevărul; distorsiunea faptelor prin deplasarea accentului de pe esențe pe detaliile auxiliare; etichetarea; trucarea faptelor; spectacularizarea știrii etc. Ansamblul acestor și altor tehnici manipulatorii au deturnat esențialmente vocația socială a jurnalismului, transformându-l în pseudo-jurnalism.

Valabilitatea curentă a acestei aserțiuni este confirmată de mesajul mediatic al exponenților pseudo-jurnalismului din ultima vreme. Astfel, studiul *Elemente de propagandă, manipulare informațională și încălcarea normelor deontologiei jurnalistice în spațiul mediatic autohton* realizat la distanță de 10 ani de analizele noastre (ianuarie-martie 2019) de *CJI* și *Internews*, de exemplu, a constatat că instituțiile media monitorizate au continuat să producă știri cu devieri de la normele jurnalismului de bună calitate. Autorii studiului, în această ordine de idei, au relevat următoarele tehnici: etichetarea; prezentarea trunchiată și selectivă a faptelor, opiniilor și declarațiilor; nerespectarea dreptului la replică; amestecul faptelor și a opiniilor; uzitarea omisiunii și a estompării etc. Analizele efectuate au relevat de asemenea aplicarea mai multor tehnici caracteristice practicilor de propagandă și manipulare informațională, inclusiv tehnica dușmanului (intern și/sau extern); cea privind informația prioritară sau mitul salvatorului național (Mesia) etc.

## **Capitolul II. TEHNICI ALE PSEUDO-JURNALISMULUI AUTOHTON DIN ULTIMUL DECENIU**

Prezentarea distorsionată sau tendențioasă a faptelor, proprie în frecvente cazuri mesajelor jurnalistice din primele două decenii de istorie postsovietică atât în presa tradițională, cât și online, în următorii 10 ani a fost secundată sau substituită de *știrile false (fake news)* și cele *postadevăr*. Totodată, în perioada de referință câmpul mediatic virtual local a fost marcat de un fenomen nou – *trolling*-ul. Ansamblul acestor și altor practici, de regulă comune pseudo-jurnalismului din lume, a prejudiciat esențial comunicarea mediatică autohtonă, conferindu-i valențe pronunțate propagandistice de dezinformare și manipulare a opiniei publice.

*Știrile false (Fake News)*. Fenomenul dat nu este o invenție locală și nici o practică de ultimă oră. Ele au o istorie de secole și o geografie extinsă. Unii cercetători înclină să creadă că acest tip de știri a apărut concomitent cu lansarea mediilor de informare. „Injecția subtilă de fapte inexacte sau parțial exacte, amplificate selectiv, slab verificate sau bazate pe surse anonime, bănuieli, zvonuri, predicții, opinii și toate celelalte informații greșite și interpretări denaturate bine înăbușite în sucul otrăvitor al ideologiilor, religiilor și al celorlalte certitudini culturale sunt tehnici mai vechi decât Matusalem”, nota în această ordine de idei cercetătorul american Peter Gross, director al Școlii de Jurnalism și Media Electronice de la Universitatea din Tennessee. [122]

*Fake News* în definiția *The Ethical Journalism Network (Rețeaua jurnalismului etic)*, rețea ce reunește peste 70 de grupuri de ziariști, redactori și editori de pe mapamond, reprezintă „informații fabricate în mod deliberat și publicate cu intenția de a înșela și de a induce în eroare alte persoane, făcându-le să creadă în minciună sau să se îndoiască de veridicitatea faptelor” [apud: 124]. Deși atare interpretare este împărtășită, cu mici variațiuni, de majoritatea cercetătorilor acestui fenomen, totuși, remarcăm precizările lui Cheryl Iretton și Julie Posetti. Acești cercetători americani au notat în studiul *Journalism, „Fake News” & Disinformation (Știri false și dezinformare)*, [2018] că prezența noțiunii *news* în sintagma *fake news* este într-un fel impropriu. *News*, potrivit lor, presupune implicit și esențialmente posibilitatea verificării autenticității faptelor enunțate în știre, ceea ce este anulat, însă, de cealaltă noțiune – *fake*. Din acest considerent, ei au opinat, pe bună dreptate, că *fake news* reprezintă un „oximoron” [290:11], adică o modalitate de asociere paradoxală a doi termeni contradictorii. Legătura dintre *fake news* și adevăr este remarcată și de cercetătorul Vintilă Mihăilescu de la Școala Națională de Studii Politice și Administrative (București) care în articolul *Autenticitate, post-adevăr și populism* (2017) opi-

nează că *fake news* ca fenomen social urmează să fie corelat cu sistemul din care face parte, acestea venind „la pachet cu ceea ce Charles Taylor a numit cultura (etica) autenticității”. [187]

Știrile false, în funcție de finalitățile scontate, sunt clasificate în mai multe categorii. Unii cercetători, dar și acte emise în acest sens de diferite instituții internaționale, de exemplu, Consiliul Europei, raportează tipologia știrilor false la trei noțiuni legate de dezordinea informațională: *mis-information*, *dis-information* și *mal-information*. În primul caz e vorba de știrile incorecte. Acestea, deși false, nu sunt concepute în scop manipulativ. În cazul al doilea, de *dis-information*, pe rol sunt informațiile false create în mod deliberat pentru a dăuna unei persoane, unui grup social, unei organizații sau unei țări. Cel de-al treilea tip de știri false, *mal-information*, deși au un substrat veridic, prezintă faptele distorsionat/trunchiat pentru a dăuna unei persoane, organizații sau țări. [124]

În ultimul timp, știrile false au căpătat și dimensiunea *deepfake*, aceasta însemnând „conținut falsificat cu ajutorul inteligenței artificiale, adică înregistrări video sau audio care arată și sună ca și cum ar fi reale însă de fapt nu au existat”. Spre deosebire de știrile false care pot fi dărâmate cu efort minim, afirmă specialiștii, un clip *deepfake* poate avea un puternic impact vizual și emoțional, poate influența opinia publică și poate fi folosit pentru răzbunare sau pentru a defăima persoane publice”. Tot ei afirmă că, dacă până de curând această tehnologie era folosită în cercuri restrânse din comunitatea științifică, în prezent există unelte de creat astfel de conținut la liber, „permițând oricui cu acces la un computer să creeze conținut *deepfake*”. [90].

Pentru a ilustra această varietate de știri false, vom invoca un *deepfake* de sorginte locală devenit, la vremea respectivă, viral. El a reprezentat un filmuleț în care, potrivit *ziarulnațional.md* din 4 august 2021 (<https://www.ziarnational.md/ultima-ora-video-adevaratul-motiv-pentru-care-a-fugit-platon-acesta-dorea-s-o-distruga-pe-maia-sandu-cu-un-fake-video-in-care-sor-i-ar-da-sefului-statului-un-plic-cu-bani-sis-a-prevenit-planul-de-deturnarea-alegerilor-parlamentare/> Accesat 23.08.21), liderul unui partid politic, în prezența asistentei acestuia, i-ar fi transmis un plic, presupus cu bani, unui candidat la funcția de președinte al Republicii Moldova. Cunoscut abia după consumarea scrutinului prezidențial, falsul a fost denunțat curând de chiar liderul formațiunii politice vizate. Presa a opinat că autorul falsului a fost de fapt un controversat om de afaceri, interesat în compromiterea candidatului la prezidențiale și deturnarea rezultatelor alegerilor.

Știrile false au capacitatea de a se răspândi și, prin urmare, de a influența opinia publică mult mai repede decât cele autentice. Această trăsătură a fost remarcată, în mod metaforic, încă de Mark Twain (Samuel Langhorne Clemens),

calificat de scriitorul și istoricul american Tracy F. Morris drept regele *Fake News* [194]. A devenit deja proverbială spusa lui Twain: în timp ce minciuna face înconjurul lumii, adevărul abia de reușește să-și pună papucii.

La mulți ani distanță, această calitate a știrilor false a fost relevată și de Uniunea Europeană (UE). Astfel, în temeiul datelor empirice, UE a conchis că știrile false se răspândesc în mod semnificativ „mai rapid, mai profund și mai larg” decât cele adevărate. În context, UE a făcut referință la un studiu realizat de *Massachusetts Institute of Technology (MIT)* care demonstrează că primul procent din cascadele știrilor false a ajuns de la 1000 până la 100000 de oameni, în timp ce cele adevărate rareori au intrat în vizorul la mai mult de 1000 de persoane (a se vedea pagina Web *Fake News&Disinformation*).

O altă cercetare la care pe 3 martie 2018 a făcut referință publicația britanică *The Telegraph* a constatat că între anii 2006 și 2017, știrile false au fost cu 70% mai susceptibile de a fi distribuite public (*retweet*) în raport cu articolele de bună-credință. Potrivit aceleiași analize, pentru a ajunge la 1500 de oameni a fost nevoie de povești adevărate de aproximativ șase ori mai lungi decât cele neadevărate. Aceste date, afirmă Sarah Knapton, editor științific de la *The Telegraph*, au surprins și au uimit echipa de cercetare a lui Deb Roy care a ocupat funcția de om de știință șef la *Twitter* în perioada 2013-2017 (a se vedea: <https://www.disinobservatory.org/twain-was-right-fake-news-spreads-far-more-rapidly-than-the-genuine-article/>).

Studiul elaborat de un grup de cercetători de la universitățile Northeastern, Harvard, Northwestern și Rutgers, invocat de profesorul universitar român Brîndușa Armanca, a avut în vizor 30 de milioane de mesaje despre coronavirus pe *Twitter* în perioada ianuarie-septembrie 2020. Cercetarea a arătat că în „vreme ce persoanele trecute de vârsta de 50 de ani, în special femeii, sunt mai harnice în a distribui știri false, tinerii sunt mai dispuși să le creadă”. Persoanele mai în vârstă, potrivit studiului de referință, sunt mai informate decât cei tineri. Totuși, pe *Twitter* ele se dovedesc în mai mare măsură dezinformate. Minoritățile și tinerii au o vulnerabilitate mai mare la dezinformare pe *Instagram*, *WhatsApp* și *Facebook Messenger*. Sursa celor mai numeroase distribuiri de știri false este *Gateway Pundit* și *Info Wars*. Acest fapt, potrivit estimărilor din studiul de referință, a fost cauzat de „lipsa normelor și a procesului editorial care asigură acuratețea și credibilitatea informațiilor în știri”. [9]

„În România nu există o investigație similară pentru a constata cu mare rigoare științifică parcursul știrilor false, cine le distribuie, ce categorii de public sunt mai vulnerabile. Ceea ce s-a putut stabili până acum, scrie în acest sens Brîndușa Armanca, este identificarea unor surse toxice – televiziuni, site-uri, publicații – fără a găsi încă soluții de limitare a acestui fenomen *infodemic*. Încercarea autorităților de a suspenda unele site-uri care difuzau știri false în

timpul stării de urgență nu a fost un proces suficient de transparent și astfel eficiența s-a dovedit minoră”. [9]

Știrile false și manipulatorii, potrivit Olgăi Guțuțui, autoarea unuia dintre puținele studii de la noi pe acest subiect (*Fenomenul știrilor false în Republica Moldova și (in)acțiunile autorității de reglementare în audiovizual în vederea combaterii acestui fenomen, 2014-2019*), au căpătat proporție și au intoxicat spațiul informațional al Republicii Moldova începând cu anul 2014. [124]

Fenomenul dat a fost de asemenea în vizorul campaniei media împotriva informației false și tendențioase STOP FALS!, desfășurată în perioada noiembrie 2015-octombrie 2017 de Asociația Presei Independente (API) în parteneriat cu Centrul pentru Jurnalism Independent (CJI) și Asociația Televizoristilor Independenți din Republica Moldova (ATVJI). Obiectivul campaniei a fost preluat și dezvoltat ulterior de platforma online *stopfals.md* creată de API.

Știrile false, potrivit datelor platformei de referință, în ultimii ani și-au permanentizat prezențele în spațiul mediatic autohton. Acestea, deși au vizat practic toate segmentele vieții sociale, totuși au dat preferință problemelor „nevralgice”, înscrise pe agendele unor sau altor formațiuni politice. În 2020, anul alegerilor prezidențiale, de exemplu, mass-media afiliate socialiștilor în mare parte au tirajat știrile false care direct sau indirect au favorizat un anumit candidat la prezidențiale și l-au defavorizat pe altul. Potrivit datelor din Buletinul informativ *Stopfals* (ianuarie, 2021) editat de API, nouă dintre cele mai virale 20 de falsuri promovate de mediile de informare locale au lovit direct sau indirect în Maia Sandu. Iată moto-ul a trei știri false directe: „Maia Sandu vrea să le vândă străinilor pământurile moldovenești”; „Maia Sandu a participat la furtul miliardului, a lichidat școlile, spitalele, primăriile și a eliminat limba rusă din școli”; „Maia Sandu cere retragerea pacificatorilor din regiunea transnistreană și se pregătește de război”). Același candidat a fost ținta indirectă a șase știri false, acestea atacându-i viziunile proeuropene sau occidentale ale programului electoral („Șase ani cu UE – doar pierderi pentru Moldova”; „Pe timp de pandemie, forțele americane și NATO au invadat Europa”; „Virusul mortal a venit în Moldova din Occident, iar ajutoarele – din Rusia și China”; „Cele 87 de milioane de euro acordate de UE în contextul crizei Covid-19 se duc la ONG-uri”; „Banca Mondială a finanțat un proiect care prevede închiderea spitalelor”).

Pandemia din anii 2020-2021 provocată de Covid-19 a fost laitmotivul multor știri false, acestea având drept mobil înfricoșarea publicului și provocarea unei panici sociale, precum și a servit drept pretext de propagandă și promovare politică. La acest subiect, potrivit aceluiași buletin *Stopfals*, au fost mediatizate alte nouă din lista celor mai virale 20 de falsuri („Tehnologia 5G a provocat răspândirea noului coronavirus, iar în Moldova sunt instalate antene 5G”; „Termometrul non-contact și termoscanerul „marchează” oamenii”; „Oamenii



sunt plătiți ca să confirme că rudele lor au murit de coronavirus”; „Utilizarea măștilor provoacă hipoxie”; „Mai mulți ucraineni au decedat după ce li s-a administrat un vaccin american împotriva coronavirusului”; „Unei femei i-a curs creierul pe nas după ce a fost testată pentru Covid-19”; „Spitalele din România și Moldova testează medicamentele pe pacienți fără să-i anunțe”; „Vaccinul americano-german Pfizer-BioNTech cauzează moartea”; „Masca favorizează cancerul pulmonar”).

Mediile locale ce au diseminat știri false, de regulă, nu au dat pe față acest lucru și rareori au inserat dezmințirea falsurilor promovate. Aserțiunea are în temei studiile de caz efectuate de *API*. Vom face referință doar la un singur studiu de caz – *Ambasadorul SUA a fost evacuat din Moldova*, efectuat de reporterul *API* Mariana Jacot, în opinia noastră, suficient de concludent în acest context.

În luna martie 2020, mai multe medii de informare apropiate de socialiști au publicat o știre despre așa-zisa „evacuare” din Republica Moldova a diplomaților americani. Pretext a servit anunțul Ambasadei SUA la Chișinău, potrivit căruia „Pe 15 martie, Departamentul de Stat al SUA a emis o hotărâre privind retragerea angajaților care nu dețin funcții cheie în misiunile diplomatice din toate statele afectate de COVID-19. Pe 16 martie 2020, Corpul Păcii din SUA a ordonat personalului său să plece din Moldova spre Statele Unite”. În anunț au fost prezentate informații logistice pentru cetățenii americani, inclusiv date despre cursa avia specială de pe Aeroportul Internațional Chișinău spre aeroportul Dulles din Virginia, SUA. „În aceeași zi, nota Mariana Jacot în studiul său de caz, câteva portaluri care promovează Partidul Socialiștilor (PSRM) au publicat știri în care anunțau despre evacuarea cetățenilor americani din Moldova iar în titluri au accentuat că a plecat și ambasadorul Dereck J. Hogan. Astfel, portalul *kp.md* a scris că „Ambasada SUA și cetățenii Statelor Unite sunt evacuați din Moldova. Ambasadorul a zburat încă luni. Totul este chiar așa de rău?”. Articolul a fost ilustrat cu o fotografie a Ambasadei SUA, cu legenda: „Ambasada SUA în Chișinău e pustie”.

Portalul *bloknot-moldova.md* de asemenea a anunțat în titlu despre plecarea ambasadorului Hogan: „Американское правительство спешно эвакуирует граждан США из Молдовы, в том числе посла” („Guvernul american se grăbește să evacueze cetățenii americani din Moldova, inclusiv pe ambasador”). Articolul însoțit de o imagine avea următoarea legendă: „Потребовался вирус, чтобы они уехали” („A trebuit să apară virusul pentru ca ei să plece”), voind, în remarcă autoarei acestei analize, Mariana Jacot, să se înțeleagă că moldovenii abia așteaptă să plece americanii. La sfârșitul știrii, portalul *bloknot-moldova.md* a plasat și un sondaj cu întrebarea: „Sunteți bucuroși de evacuare?”, cu două opțiuni de răspuns: „da” sau „nu” (peste 80 la sută din cititorii acestui portal ar fi răspuns afirmativ).

Dezmințirea acestor știri care a urmat din partea Ambasadei SUA nu a îndemnat mediile vizate să reacționez pertinent. Astfel, portalul *bloknot-moldova.md* nu a revenit cu informații pentru a elimina eroarea consemnată iar portalul *kp.md* nu a completat articolul prin care a dezinforma că ambasadorul SUA a fost evacuat ci a publicat un alt articol cu un titlu zeflemitor „*Хоган с нами, он с нами навеки: Посольство США заявляет, что глава дипмиссии не уезжал из Молдовы*” („*Hogan este cu noi, el este cu noi pentru totdeauna. Ambasada SUA anunță că șeful misiunii diplomatice nu a plecat din Moldova*”). În articol este prezentată precizarea Ambasadei SUA iar la sfârșitul textului redacția își cere scuze pentru că „s-au gândit urât despre ambasador” [<https://stopfals.md/ro/article/fals-ambasadorul-sua-a-fost-evacuat-din-moldova-180278>. Accesat 15.08.2021].

*Fake news*, ca expresie a pseudo-jurnalismului, au căpătat astfel în ultimul deceniu prezențe frecvente și, în multe cazuri, constante în presa autohtonă scrisă și audiovizuală, tradițională și online. Ele au fortificat substanța partizană și impactul propagandistic al mediilor de informare, îndepărtându-le de valorile jurnalismului liber. E de menționat faptul că o bună parte din falsurile în presă au fost dezmințite public. Astfel, în anul 2019, *stopfals.md* a publicat peste 50 de materiale jurnalistice ce au avut în vizor falsuri și manipulări difuzate de instituții de presă naționale și internaționale dar și de politicieni. Acestea s-au referit la campaniile electorale parlamentare și locale dar și la criza politică. În plan extern, ținta dezinformării, în special în presa de limbă rusă, au fost Uniunea Europeană (UE) și NATO [57].

*Fake news* se află în corelație strânsă cu fenomenul *post-truth* (*post-adevăr*) calificat de *Dicționarul Oxford*, în virtutea intensității utilizării, drept cuvântul anului 2016. În tălmăcirea dicționarului de referință, *post-truth* fixează circumstanțele în care „faptele obiective au o influență mai redusă în formarea opiniei publice decât apelurile bazate pe emoție sau credințe personale”. Fenomenul dat a căpătat interpretări divergente. Astfel, profesorul de filosofie Timothy Williamson de la Universitatea Oxford, constatând că post-adevărul „nu e un fel de alternativă a adevărului”, precizează: „Acest cuvânt este menit să denumească un anumit climat cultural și politic în care există mai puțin respect pentru adevăr, în care oamenilor – mai ales politicienilor – le pasă mai puțin de ceea ce spun și dacă ceea ce spun este adevărat. De asemenea, celor care îi ascultă le pasă mai puțin dacă ce spun ei este adevărat sau nu. Circula, la un moment dat, o anecdotă spusă de fostul majordom al lui Trump: când el le arăta oamenilor unul dintre cluburile sale, îi plăcea să arate spre o faianță pictată și să spună că e opera tânărului Walt Disney. Cineva s-a întrebat dacă este adevărat iar Trump a răspuns: „Cui îi pasă?”. Desigur, există în continuare apelul la emoție și la credință dar constatăm o lipsă de respect și o lipsă de interes față de adevăr.”

văr” (<https://pressone.ro/timothy-williamson-profesor-la-oxford-post-adevarul-este-lipsa-de-respect-fata-de-adevar>. Accesat 15. 08. 21).

Politologul român Vladimir Tișmăneanu, la rândul lui, consideră inoportună utilizarea termenului de post-adevăr. Într-un interviu acordat agenției de presă *news.ro*, Tișmăneanu a afirmat: „Nu înțeleg de ce ne trebuie conceptul de post-adevăr. Orwell a spus limpede că limbajele totalitare (Ingsoc) se întemeiază pe minciună. Relativizarea, plasticizarea până la extincție a adevărului fac parte din situația spirituală contemporană, derutantă și paradoxală. Pledez, prin urmare, pentru desemnarea minciunii ca minciună, nu ca „post-adevăr” (<https://www.news.ro/cultura-media/interviu-vladimir-tismaneanu-pledez-pentru-desemnarea-minciunii-ca-minciuna-nu-ca-post-adevar-protestele-de-la-bucuresti-au-pus-capacul-pest-cosciugul-in-care-zace-sistemul-iliescu-1922401122002017021116662053>. Accesat 15.08.21). În pofida interpretării cel puțin controversate a noțiunii de post-adevăr, fenomenul ca atare se regăsește în spațiul mediatic și, implicit, în textele jurnalistice dar și în discursurile politice, inclusiv de sorginte autohtonă.

*Trolling-ul*, constituind o anume derivată a știrilor false și celor gen post-adevăr, a afectat de asemenea câmpul comunicațional, în special cel mediatic, conferindu-i dimensiuni propagandistice și de manipulare. *Cambridge Dictionary* a definit acest fenomen drept „actul de a lăsa un mesaj jignitor pe internet pentru a enerva pe cineva” (<https://dictionary.cambridge.org/dictionary/english/trolling>). Conform *Urban Dictionary*, *trolling-ul* reprezintă actul deliberat întreprins de un troll de a face comentarii aleatorii nesolicitate și (sau) controversate pe diferite forumuri de internet, cu intenția de a provoca o reacție emoțională din partea consumatorilor de informație.

Internet troll-ul, la rândul-i, în tratarea *PCMag Enciclopedia*, este „o persoană care postează acuzații false sau observații inflamatorii pe social media pentru a promova o cauză sau pentru a hărțui pe cineva. Anonimatul unor astfel de locuri le permite oamenilor să spună lucruri pe care nu le-ar spune personal și adesea le place să creeze emoții pentru a genera reacții puternice” (<https://www.pcmag.com/encyclopedia/term/internet-troll>). Victor Spînu, creatorul extensiei *Trollless* în Republica Moldova, în această ordine de idei amintind că „troll-ul este un personaj din mitologia greacă”, nota: „Pe culmile internetului (acesta – c.m.) a ajuns pornind de la ideea că este o persoană căreia îi place să ducă cu zăhărelul și să creeze un pic de conflict în chat-uri, în forumuri și el primește plăcere de la acest lucru. Noi astăzi discutăm despre trolli ca fiind postaci: un grup de persoane care lucrează în cumul pentru a distorsiona câmpul informațional, pentru a manipula și a promova anumite interese obscure de cele mai multe ori. Trolling este acțiunea coordonată de persoane care muncesc împreună pentru a distorsiona anumite informații referitoare la

un personaj politic sau public” (<http://mediacritica.md/ro/trollii-trolling-intre-pericole-si-solutii/>. Accesat 15.08.21).

Animatorii acestui tip de activitate sunt clasificați în diverse categorii, în funcție de misiunea și platforma de acțiune. Potrivit unei asemenea clasificări, sunt atestați: A. *Trollii vedete* (aceștia de obicei nu stau în anonimat, ei în cele mai multe cazuri pricepuți la toate, pot fi văzuți la TV, ascultați la radio sau urmăriți în ziare și platforme online); B. *Trollii de comentarii* (cei care postează conținutul gândit de altcineva sau cel puțin acesta este coordonat cu acel „cineva”); C. *Trollii portalurilor de știri* (sunt în cele mai multe cazuri anonimii care comentează știrile de pe platformele online informative); D. *Postacii amenințători sau provocatori* (nu fac altceva decât să polueze spațiul online. [117])

Potrivit altei clasificări propusă de Centrul de Excelență pentru Comunicare Strategică al NATO din Riga și care vizează preponderent trollii ruși care acționează în Letonia și alte state europene, aceștia se împart în patru categorii: *trollii bikini* (cei care se ascund sub profiluri de femei frumoase și adresează întrebări naive sau cer reconsiderarea unor opinii); *trollii agresivi* (cei care încearcă să te elimine din discuțiile de pe forumuri); *trollii Wikipedia* (cei care se ocupă de editarea blogurilor și paginilor de internet favorabile Kremlinului); *trollii cu atașamente* (ale căror misiune e să posteze în mod constant link-uri către articole și înregistrări video de pe platformele de știri din Rusia).

Cercetătorul Radu Cupcea de la Institutul de Științe Politice și Relații Internaționale „Ion I. C. Brătianu” al Academiei Române, invocând ultima clasificare prezentată, nota: „Despre trollii ruși s-a scris foarte mult și s-a vorbit în diverse feluri. Aceștia au fost prezentați și analizați din cele mai variate puncte de vedere... Adunate, seriile de analize despre trollii ruși ne spun că sunt comentatori dirijați în spațiul virtual ce administrează bloguri, site-uri, conturi de socializare false, postează și comentează cu regularitate mesaje anti-occidentale și pro-ruse, în schimbul unei remunerații consistente. S-a mai scris despre ei că sunt organizați într-o structură formată din jurnaliști, bloggeri și comentatori online, numită neoficial „Armata de trollii a Kremlinului” și condusă de serviciile secrete din această țară” ([https://adevarul.ro/moldova/actualitate/trollii-moldoveni-razboiul-absurd-romaniei-1\\_5912cb1d5ab6550cb8f5eec8/index.html](https://adevarul.ro/moldova/actualitate/trollii-moldoveni-razboiul-absurd-romaniei-1_5912cb1d5ab6550cb8f5eec8/index.html). Accesat 15.08.21).

Cercetătorul român a suplimentat lista tipologică respectivă cu încă o categorie de trollii. În articolul *Trollii moldoveni și războiul lor absurd împotriva României* publicat pe 10 mai 2017 pe [adevarul.ro](http://adevarul.ro) el l-a caracterizat astfel: „În primul rând, acesta nu este rus, iar în al doilea rând, împrumută câte un pic din fiecare profil descris mai sus. El este pro-european și antiromân în același timp. E mioritic. Se numește trollul moldovean sau moldovenist”.

Radu Cupcea a oferit radiografia acestui tip de troll, având drept reper comportamentul lui „Ion Sbucium”, pseudonimul trollului care a administrat profilul

unui comentator activ de pe platforma de comentarii a ziarului *Adevărul*. Acesta, a scris cercetătorul român, a activat cu aproximație din anul 2014 și a înregistrat până în prezent 4601 de comentarii. Printre fanii lui se numără alți trolli moldoveni precum Ivan Purchel, Constantin Moldovean, Goicea Nicolae, Vasilica Stroe, Trak, Alex Bun și alții.

„Trollul pe nume „Ion Sbucium” înglobează sau exprimă, practic, mica grupare de comentatori ascunși din Republica Moldova care își dau cu părerea în mediul online din România. Metoda lui de lucru este asemănătoare cu cea a unui atașat de presă dintr-o ambasadă. Parcurge zilnic știrile de pe *adevarul.ro*, accesează doar articolele despre Republica Moldova, cele cu trimitere la R. Moldova sau în care se discută despre personaje politice din acest stat. El comentează articole în mod frecvent, de luni până vineri, foarte rar în weekend, în intervalul orelor 07:00-19:00 iar cea mai productivă perioadă din zi e cuprinsă între orele 12:00-13:00. Titlurile preferate de articole sunt cele legate de politică, istorie, geopolitică, Transnistria, Acordul de Asociere a R.M. cu Uniunea Europeană. Temele preferate sunt moldovenii, discriminarea romilor, unirea, fascismul, românizarea, statalismul, Țara Moldovei, independența, război-hibrid etc. „Ion Sbucium” nu critică niciodată statul R. Moldova, dimpotrivă, îi laudă performanțele – „succesele” din Parteneriatul Estic, de exemplu. Este statalist și ține cu guvernul de la Chișinău (critică doar Partidul Liberal din Republica Moldova pentru unionism și atitudine identitară) (autorul se referă la guvernarea din 2017 – c.m.). Ca atitudine identitară, e anti-român și moldovenist” ([https://adevarul.ro/moldova/actualitate/trollii-moldoveni-razboiul-absurd-romaniei-1\\_5912cb1d5ab6550cb8f5eec8/index.html](https://adevarul.ro/moldova/actualitate/trollii-moldoveni-razboiul-absurd-romaniei-1_5912cb1d5ab6550cb8f5eec8/index.html). Accesat 15.08.21). Calitățile și preocupările lui „Ion Sbucium”, trollul din Republica Moldova, depistat ca fiind activ în spațiul virtual din România, sunt practic comune cu cele ale altor trolli autohtoni, acțiunile cărora sunt prezente pe platformele web 2.0 de origine locală, constată Radu Cupcea.

La ora actuală, în virtutea particularităților activității de trolling, nu dispunem de date agregate ce-ar dezvălui dimensiunile cantitative ale acestui fenomen. Anumite estimări există totuși. În Europa de Est, potrivit sociologului Nicolae Țîbrigan, cercetător în cadrul Laboratorului de Analiză a Războiului Informațional și Comunicare Strategică de la București, ar fi circa 275 de milioane de profiluri de utilizatori clonați iar activitatea de trolling s-ar situa în jur de 16% din totalul posesorilor de conturi. „Dar, asta nu înseamnă că toate conturile sunt active sau că sunt folosite pentru activități de trolling, procesul ar putea să fie mai mic”, a precizat sociologul. Tot el consideră că în Republica Moldova există circa „4500 de conturi false, adică sub 1% (din totalul conturilor pe rețelele sociale – c.m.) și că numărul lor în viitor ar putea crește (a se vedea: <http://mediacritica.md/ro/trollii-trolling-intre-pericole-si-solutii/>. Accesat 15.08.21).

Numeroase studii de caz confirmă tendința ascendentă la scară națională a fenomenului de trolling. Acest fapt a motivat elaborarea în Republica Moldova a extensiei TROLLESS, câștigătoare a ediției din 2016 a Hackathonului de media „Puterea a cincea”, organizată de Centrul pentru Jurnalism Independent. Aplicația permite identificarea și izolarea surselor care au ca scop să manipuleze și să dezinformeze. Ulterior, ea a fost dezvoltată pe platforma *trollless.com* care și-a propus să întocmească profilul fiecărui troll depistat: de la cine a furat identitatea, ce postări și comentarii a făcut pe internet, unde a dat like etc.

Primul efect de rezonanță al aplicației de referință s-a atestat în 2019, când la intervenția echipei TROLLES, *Facebook* a șters circa 200 de conturi și pagini false locale. În această ordine de idei, *Europa Liberă România (ELR)* în data de 14 februarie informa: „Pagini ca „MoldovanDream”, „Times New Moldovan” sau clona proiectului *StopFals* care deconspiră știrile false din media – sunt doar câteva dintre conturile pe care *Facebook* le-a eliminat. În total, anunță un comunicat al rețelei de socializare semnat de șeful departamentului de securitate cibernetică, Nathaniel Gleicher, au fost șterse 168 de conturi, 28 de pagini și opt profiluri pe *Instagram*”.

Dimensiunile trolling-ului autohton pot fi deduse și din analizele publicate pe site-ul *h1.md* al Institutului pentru Prevenirea Amenințărilor Hibride, asociație obștească creată în iulie 2019, unul din scopurile căreia rezidă în combaterea știrilor false. Astfel, în investigația *Trollii Președintelui* (26 iunie 2020) se arată că cel puțin 51% dintre comentariile plasate pe pagina oficială de *Facebook* a lui Igor Dodon în octombrie 2019 au provenit de la utilizatori falși. Acești „utilizatori” plasează exclusiv comentarii elogioase și apreciative în adresa lui Igor Dodon, susținând activitatea și inițiativele acestuia. Același grup de utilizatori falși a generat, în octombrie 2019, aproape 60% dintre comentariile de pe pagina oficială a Zinaidei Grecianâi. Potrivit sursei citate, în top 20 de comentatori fideli de pe pagina oficială a președintelui Republicii Moldova de atunci se regăsesc 16 utilizatori falși și doar patru utilizatori reali. Iar în total, dintre cele 1462 de comentarii publice înregistrate în octombrie 2019 pe pagina de *Facebook* a lui Igor Dodon, 755 au fost postate de utilizatori falși de tip troll. Investigația a făcut referință, cu titlu de exemplu, la Nikolai Tarasov, comentator foarte activ pe pagina oficială a lui Igor Dodon care s-a ascuns sub o identitate falsă, utilizând ca imagine de profil o poză a fotografului rus Valeri Zonov plasată pe contul *Vkontakte* al acestuia. „Paginile din rețelele de socializare ale celui din urmă nu denotă faptul că acesta ar fi preocupat, în general, de Republica Moldova, cu atât mai mult de activitatea lui Igor Dodon în calitate de președinte”, se menționa în investigația dată.

„Trollii președintelui sunt susținători activi și ai Zinaidei Grecianâi, președinta (de atunci – c.m.) a Partidului Socialiștilor din Republica Moldova, se arată în



aceeași investigație. Din totalul de 381 de comentarii plasate în octombrie 2019 pe pagina oficială a acesteia, 225 au fost generate de același grup de utilizatori falși care comentează pe pagina oficială a lui Igor Dodon, ceea ce reprezintă aproape 60% din comentarii” (<https://h1.md/ro/trollii-presedintelui/>. Accesat 15.08.21).

Nocivitatea activității trollilor constă în efectele ei manipulatorii și dezinformarea opiniei publice. Sociologul Nicolae Țîbrigan la care deja m-am referit, în acest sens a relevat varietatea de tehnici utilizate în acest scop de orice troll. „De exemplu, din teribilism, acesta poate posta pe forumuri sfaturi dăunătoare, să trimită insistent linkuri cu site-uri infectate cu viruși ca să-ți provoace daune sau pur și simplu te poate hărțui de pe mai multe conturi false”. Sociologul în acest sens a invocat cazul jurnalistei Jessica Aron care a observat că atacurile constante din partea trollilor la articole scrise de ea i-au determinat pe urmăritorii ei să nu mai comenteze în niciun fel, practic i-a alungat audiența. „Asupra publicului ei fidel, a menționat Țîbrigan, se instalase spirala tăcerii iar trollii păreau că sunt puternici și mulți pentru că aceștia au nevoie de o aparență a majorității legitime că suntem mulți, într-un fel avem dreptate. Aceștia devin mai agresivi atunci când simt că măsurile și comentariile lor sunt eficiente, adică pe măsură ce văd că ei reușesc, devin mai mulți, devin mai agresivi și te pot ataca. Deseori se enervează atunci când nu sunt băgați în seamă, apoi sunt și campaniile de trolling folosite de state pentru a manipula opinia publică care furnizează dezinformări și știri false. Alea sunt campaniile vizibile detectate de comunitatea de pe *Facebook*” <http://mediacritica.md/ro/trolli-trolling-intre-pericole-si-solutii/>. Accesat 15.08.21).

Activitatea trollilor este folosită în frecvente cazuri în confruntările diferitor actori electorali. Astfel, pe 9 iulie 2021, în ajunul alegerilor parlamentare anticipate, *Radio Europa Liberă Moldova* cu referire la site-ul *deschide.md* anunța că ofițerii Serviciului de Informații și Securitate (SIS) au deconspirat „o fermă de trolli” care „de mai mult de două luni promovează imaginea controversatului om de afaceri Veaceslav Platon pe *Facebook* dar și participă activ la denigrarea concurenților electorali” (<https://moldova.europalibera.org/a/sis-deconspirat-troli-platon/31350901.html>). Referințele la trolli, în virtutea imaginii negative ale acestora, deseori erau în topul (pseudo) argumentelor folosite de adversarii electorali. Niciunul dintre ei nu au probat afirmațiile respective (a se vedea: <https://breakingnews.md/ticu-maia-sandu-ar-detine-o-ferma-de-trolli-video/>).

În concluzie vom menționa: trollii în general, inclusiv cei din spațiul virtual de sorginte autohtonă, vin în sprijinul actorilor politici aflați atât la putere, cât și în opoziție. Ei sunt în serviciul tuturor formațiunilor politice, indiferent de coloratura lor doctrinară sau programatică. Într-un sens anume, am putea să-i calificăm mercenari, recrutați în spațiul mediatic de actanții politici pentru a le



lustrui imaginea, a le promova platformele politice și a le facilita accesarea și menținerea la guvernare. Trollii, în cele mai frecvente cazuri, nu sunt jurnaliști profesioniști și nu dezvoltă platforme media (totuși, asemenea cazuri nu sunt excluse). Ei nu se ghidează de coduri de legi sau regulamente deontologice. Ei nu sunt nici exponenții jurnalismului participativ. Mai curând, trollii formează partea lui obscură sau adversă ce acționează în condiții de anonim și conspirație.

\* \* \*

Tehnicile manipulatorii uzitate în textele jurnalistice în tandem cu practicile *fake news* și *trolling* reprezintă, indubitabil, expresii ale pseudo-jurnalismului. Actualmente, în spațiul mediatic autohton se prefigurează pericolele pentru ca acesta să aspire la egalarea sau chiar depășirea jurnalismului autentic ca pondere și impact social. Pentru a contracara această tendință se impun acțiuni energice de sprijinire a jurnalismului liber, neangajat politic.

## ÎN LOC DE ÎNCHEIERE

Mediile de informare în anii de independență a Republicii Moldova au cunoscut afluxuri și refluxuri cantitative remarcabile, progrese și regresii calitative substanțiale. Ele au demonstrat deopotrivă îndepărtări vizibile de la practicile mediatice apuse și reeditări copioase ale acestora. Altfel spus, mass-media de la noi, pe de o parte, au fost luminate de experiențele inedite de valorizare a jurnalismului liber iar pe de alta – au continuat să fie tributare de modelele perimate. Parcursul lor în perioada de tranziție de la comunism la postcomunism și democrație a fost marcat, astfel, de multiple evoluții și de nu mai puține involuții care, în multiple cazuri, s-au desfășurat în lipsa unor strategii, politici sau viziuni coerente privind edificarea sectorului mediatic național contemporan.

Tendențele consemnate, profilate în ultimele trei decenii de istorie post-sovietică, au configurat fenomenul mediatic de la noi în paradigma contrariilor. Aceasta a însemnat îngemănarea practicilor mediatice inovative și ale celor depășite, coexistența diferitor forme de proprietate media. Paradigma contrariilor a mai cuprins existența simultană a politicilor editoriale imparțiale și partizane, a abordării pluraliste și monocoloră a vieții publice etc. Melanjul mediatic obținut a indus, în bună parte, mass-media și consumatorul de informație de la noi într-o stare de debusolare și, în consecință, de a fi la deriva puterii.

Jurnalismul autohton a încheiat parcursul primelor trei decenii de istorie post-sovietică și postcomunistă. Urmează o altă perioadă. Care va fi itinerarul lui în următorii 10, 20, 30 de ani? Se va menține în coordonatele incertitudinilor și eșecurilor profesionale și sociale de până acum sau se va detașa ireversibil de ele pentru a intra în dimensiunile jurnalismului liber? Răspunsul trebuie să fie unul firesc: mass-media, fără ezitare, urmează să migreze rapid și univoc în societatea civilă, adică să fie în serviciul cetățeanului, și să îmbrățișeze noua paradigmă de dezvoltare: cea a comunicării mediatice echidistante și imparțiale. Această lucrare de anvergură revine, întâi de toate, instituțiilor media, breslei jurnalistice dar și cetățenilor, tuturor actorilor sociali și politici, agenților economici.

Numai pe acest făgaș, mass-media naționale își pot recupera și onora vocația socială. Numai în aceste condiții, ele se vor afirma ca „puterea a patra”. Numai procedând astfel, le hărăzim viitor.

## BIBLIOGRAFIE

1. „Adevărul” s-a lansat astăzi în Republica Moldova. Adevărul Moldova, 6 decembrie 2010 [online]. Accesat: 01.10.2019. Disponibil: [https://adevarul.ro/moldova/actualitate/adevarul-s-a-lansat-republica-moldova-1\\_50ae5c837c42d5a6639c0fb9/index.html](https://adevarul.ro/moldova/actualitate/adevarul-s-a-lansat-republica-moldova-1_50ae5c837c42d5a6639c0fb9/index.html)
2. ADIAMOH, Gbola. *Glocal Communication: Communicating Global Ideas with Local Audience* Academia.edu, April 2013 [online]. Accesat: 01.02.2015. Disponibil: [https://www.academia.edu/3812434/Glocal\\_Communication\\_Communicating\\_Global\\_Ideas\\_with\\_Local\\_Audience?login=marinconst@gmail.com&email\\_was\\_taken=true](https://www.academia.edu/3812434/Glocal_Communication_Communicating_Global_Ideas_with_Local_Audience?login=marinconst@gmail.com&email_was_taken=true)
3. *Analitic Media Grup. Consiliul Național al ONG din Moldova, 2006.* Consiliul ONG [online]. Accesat: 28.10.2019. Disponibil: <https://www.consiliuong.md/media/>
4. *Analiza pieței mass-media în Moldova pentru 2017 și prognoza pentru 2018* Asociația agenților de publicitate din Moldova, 2018 [online]. Accesat: 30.10.2019. Disponibil: <http://www.aapm.md/rom/obzori-rinka-reklami-moldovi.html>
5. *Analiza pieței TV (primul trimestru din 2015).* Publicistic media, 12 iunie 2015 [online]. Accesat: 12.06.2019]. Disponibil: <http://publicismedia.md/ro/analiza-datelor/analiza-pietei-tv-primul-trimestru-din-2015/>
6. ARMANCA, Brîndușa. *Jurnalism de dronă, de smartwatch ș. a.* Puterea a cincea, 24 iunie 2016 [online]. Accesat: 22.04.2019. Disponibil: <https://putereaacincea.ro/jurnalism-de-drona-de-smartwatch-s/>
7. ARMANCA, Brîndușa. *Ce doze de fake news înghit americanii. Sursa celor mai numeroase distribuiri de știri false este Gateway Pundit și Info Wars.* Revista 22, 2020, 17 noiembrie octombrie [online]. Accesat: 14.08.21. Disponibil: <https://revista22.ro/media-culpa/brindusa-armedanca/ce-doze-de-fake-news-inghit-americanii>
8. ASMOLOVA, Daria. *Presa transnistreană: propagandist colectiv și agitator.* În: *Mass-Media (din Moldova)*. 2006, iunie, pp. 26-28.
9. *Audiența online în Moldova* [online]. Biroul de Audit al Tirajelor și Internetului, 2021, februarie. [online]. Accesat: 17.08.2021. Disponibil: <http://www.bati.md/news/0019.html>
10. BACALU, Lucia. *Presa scrisă: încotro?* În: *Mass-media în Moldova*. 2019, decembrie, pp. 18-20.
11. BAGRIN, Mariana. *Presa periodică din RSSM în contextul politicii privind mass-media în perioada lui N. Hrusciiov.* În: *Akademios* [online]. 2016, nr. 1, pp. 123-129 [online]. Accesat: 27.05.2019. Disponibil: <http://akademios.asm.md/files/Presa%20periodica%20din%20RSSM%20in%20>

- contextul%20politicii%20privind%20mass-media%20in%20perioada%20lui%20N.%20Hruscirov.pdf
12. *Barometrul opiniei publice-2000*. Institutul de Politici Publice, 01.08.2000 [online]. Accesat: 14.02.2020. Disponibil: <http://ipp.md/old/libview.php?l=ro&idc=156&id=738>
  13. *Barometrul opiniei publice din Moldova*. Institutul de Politici Publice, 23.12.2005 [online]. Accesat: 03.05.2020. Disponibil: <http://ipp.md/old/libview.php?l=ro&idc=156&id=461>
  14. *Barometrul opiniei publice din Moldova*. Institutul de Politici Publice, 06.11.2010 [online]. Accesat: 14.02.2020. Disponibil: <http://ipp.md/old/libview.php?l=ro&idc=156&id=558>
  15. *Barometrul opiniei publice din Moldova*. Noiembrie 2015. Institutul de Politici Publice, 08.12.2015 [online]. Accesat: 03.05.2020. Disponibil: [http://ipp.md/old/public/files/Barometru/Brosura\\_BOP\\_11.2015\\_prima\\_parte\\_final.pdf](http://ipp.md/old/public/files/Barometru/Brosura_BOP_11.2015_prima_parte_final.pdf)
  16. *Barometrul opiniei publice din Republica Moldova*. Institutul de Politici Publice, 2020, octombrie [online]. Accesat: 20.06.2021. Disponibil: <http://ipp.md/wp-content/uploads/2019/12/BOP-FINAL-decembrie-2019.pdf>
  17. *Barometrul socio-politic. IMAS, 2017, decembrie* [online]. Accesat: 15.01.2020. Disponibil: [http://imas.md/pic/archives/6/Barometrul%20Socio-Politic\\_Decembrie%202017.pdf](http://imas.md/pic/archives/6/Barometrul%20Socio-Politic_Decembrie%202017.pdf)
  18. *Barometrul socio-politic. IMAS, 2017, iulie* [online]. Accesat 15.01.2020. Disponibil: [http://imas.md/pic/archives/2/Prezentare%20\[bsp\]%20Iulie%202017\\_Romana.pdf](http://imas.md/pic/archives/2/Prezentare%20[bsp]%20Iulie%202017_Romana.pdf)
  19. BASIUL, Valentina. *2002: proteste împotriva guvernării comuniste. Radio Europa Liberă Moldova*, 12 august 2016 [online]. Accesat: 14.05.2019. Disponibil: <https://moldova.europalibera.org/a/27916128.html>
  20. BATRÂN, George Bogdan. *Sputnik la o nouă altitudine. Narativul din R. Moldova. Asociația de Investigații Media în Balcani – BIRN România*. Sinopsis, 13 mai 2019 [online]. Accesat: 14.02.2020. Disponibil: <https://sinopsis.info.ro/2019/05/13/sputnik-la-o-noua-altitudine-narativul-din-r-moldova/>
  21. BELOSTECINIC, Ala. *Valențele câmpului mediatic din Republica Moldova*. În: *Moldoscopie* 2001, 1(15), pp. 10-16 [online]. Accesat: 03.09.2019. Disponibil: [https://ibn.idsi.md/ro/vizualizare\\_articol/17274](https://ibn.idsi.md/ro/vizualizare_articol/17274)
  22. BENNATO, Davide. *Sociologia dei media digitali*. Roma: Laterza, 2011.
  23. BERGER, P. L. *La revolution capitaliste*. Paris: Litec, 1992.
  24. BIVOL, Andrei. *Jurnalismul dronelor: aspecte legale*. În: *Mass-media în Moldova*. 2015, decembrie, pp. 5-11 [online]. Accesat: 15.05.2019. Disponibil: <http://media-azi.md/sites/default/files/MM-12-2015.pdf>

25. *Blogosfera*. 2007-2021 [online]. Accesat: 18.05.2019. Disponibil: <http://blogosfera.md/despre-p-17-romana.html>
26. BOGATU, Petru. *Actualitatea privită de sus: jurnalismul dronelor*. În: *Valori ale mass-media în epoca contemporană*. Vol. VI. Chișinău: CEP USM, 2016, pp. 126-134.
27. BOLOGAN, Mihai, ATEȘ, Veronica. *Studiul necesităților mass-media din Republica Moldova (inclusiv recensământul surselor mass-media din Republica Moldova)*. Portalul CJI Media-azi, mai 2017 [online]. Accesat: 18.05.2019. Disponibil: <http://media-azi.md/ro/publicatii/studiul-necesit%C4%83%C8%9Bilor-mass-media-din-republica-moldova>
28. BOȚAN, Igor. *Mass-media în Republica Moldova*. Asociația pentru Democrație Participativă „ADEPT”, 13 iunie 2004 [online]. Accesat: 03.09.2019. Disponibil: <http://www.e-democracy.md/monitoring/politics/comments/200406162/>
29. BOWMAN, Shayne, WILLIS, Chris. *We Media. How audiences are shaping the future of news and information*. The Media Center at The American Press Institute, July 2003 [online]. Accesat: 16.03.2020. Disponibil: [https://www.hypergene.net/wemedia/download/we\\_media.pdf](https://www.hypergene.net/wemedia/download/we_media.pdf)
30. BUCATARU, Victoria. *Educația mediatică și provocarea generată de știrile false*. În: *Media Forward (Freedom House) 2018*, nr. 1, ianuarie [online]. Accesat: 16.05.2020. Disponibil: [https://freedomhouse.org/sites/default/files/2020-02/3-Media\\_Literacy\\_Challenge\\_Fake\\_News\\_ROMANIAN.pdf](https://freedomhouse.org/sites/default/files/2020-02/3-Media_Literacy_Challenge_Fake_News_ROMANIAN.pdf)
31. BUNDUCHI, Ion, VIȚU, Liliana, LOZINSCHI, Raisa. *Evaluarea situației mass-media din Republica Moldova: e posibilă reflectarea liberă și corectă a campaniei pentru alegerile parlamentare 2009?* Coaliția 2009, CIJ, 2009 [online]. Accesat: 15.05.2019. Disponibil: [http://alegeliber.md/files/publicatii/studiu\\_evaluare%20\\_massmedia.pdf](http://alegeliber.md/files/publicatii/studiu_evaluare%20_massmedia.pdf)
32. BUNDUCHI, Ion. *Consiliul de Supraveghere: mai altfel decât Consiliul de Observatori?* Portalul CJI Media-azi, 15 mai 2019 [online]. Accesat: 15.05.2019. Disponibil: <http://media-azi.md/ro/stiri/consiliul-de-supraveghere-mai-altfel-dec%C3%A2t-consiliul-de-observatori>
33. BUNDUCHI, Ion. *În jurnalismul de partid rămâne puțin loc pentru jurnalismul responsabil*. Portalul CJI Media-azi, 13 februarie 2019 [online]. Accesat: 13.02.2019. Disponibil: <http://media-azi.md/ro/stiri/%C3%AE-n-jurnalismul-de-partid-r%C4%83m%C3%A2ne-pu%C8%9Bin-loc-pentru-jurnalismul-responsabil>
34. BUNDUCHI, Ion, STATE, Vasile, DOROGAN, Alexandru, RÎBCA, Eugeniu, FURNEMONT, Jean-Francois. *Codul serviciilor media audiovizuale al Republicii Moldova*. Comentariu explicativ. Chișinău, [f. e.], 2021.

35. *Cartea albă a mass-media din Republica Moldova*. Portalul *CJI Media-azi*, 2020 [online]. Accesat: 05.05.2020. Disponibil: <http://media-azi.md/ro/publicatii/cartea-alba-mass-mediei-din-republica-moldova-0>
36. *Cartea neagră a mass-media moldovenești*. *IDIS Viitorul*, 2011 [online]. Accesat: 05.03.2020. Disponibil: <http://www.viitorul.org/files/19.pdf>
37. CASTELLS, Manuel. *Comunicazione, Potere e Contropotere nella network society* În: *International Journal of Communication* 2007, nr. 1, pp. 238-266 [online]. Accesat: 22.02.2015. Disponibil: <https://ijoc.org/index.php/ijoc/article/view/46>
38. CASTELLS, Manuel. *Galassia Internet*. Milano: Feltrinelli, 2002. 272 p.
39. CĂLUGĂREANU, Vitalie. *Eșecul demonopolizării mass-media*. În: *Mass-media din Moldova*. 2019, decembrie, pp. 1-2.
40. CĂRĂUȘ, Tamara. *Republica Moldova [Mass-media]*. *CJI România*, 2007, pp. 56-80 [online]. Accesat: 28.02.2020. Disponibil: [http://www.cji.ro/wp-content/uploads/2007/07/Ownership\\_Moldova\\_rou.pdf](http://www.cji.ro/wp-content/uploads/2007/07/Ownership_Moldova_rou.pdf)
41. CCA și APEL: *Teleradio-Moldova nu a făcut partizanat politic*. În: *Timpul* 2011, 16 iunie [online]. Accesat: 15.05.2019. Disponibil: <https://www.timpul.md/articol/cca-si-apel-teleradio-moldova-nu-a-facut-partizanat-politic-24345.html>
42. CCA: *Multiplexul a fost suplinit cu 15 posturi de televiziune*. Consiliul Audiovizualului, 2018. [online]. Accesat: 23.04.2019. Disponibil: <http://www.audiovizual.md/news/cca-multiplexului-fost-suplinit-cu-15-posturi-de-televiziune>
43. Central European Media Enterprises. [online]. Accesat: 13.06.2021. Disponibil: <https://www.cetv-net.com/>
44. Centrul de Investigații Jurnalistice din Moldova. *Raportul de activitate pentru 2017* Centrul de Investigații Jurnalistice, 18 iunie 2018 [online]. Accesat: 06.03.2020. Disponibil: <https://www.investigatii.md/ro/rapoarte-de-activitate/raportul-de-activitate-pentru-2017>
45. Centrul de Jurnalism Independent. *Raport asupra situației presei în Republica Moldova în 2005*. *CJI*, 2006. [online]. Accesat: 31.05.2019. Disponibil: <http://media-azi.md/ro/publicatii/raport-asupra-situa%C8%9Biei-presei-%C3%AEn-republica-moldova-%C3%AEn-2005>
46. Centrul de Jurnalism Independent. *Raport asupra situației presei în Republica Moldova în 2006*. *CJI*, 2007 [online]. Accesat: 24.09.2019. Disponibil: <http://media-azi.md/ro/publicatii/raport-asupra-situa%C8%9Biei-presei-%C3%AEn-republica-moldova-%C3%AEn-2006>
47. Centrul de Jurnalism Independent. *Raport asupra situației presei în Republica Moldova în 2008*. *CJI*, 2009 [online]. Accesat: 24.09.2019. Disponibil: <http://www.lhr.md/wp-content/uploads/files/rapoarte/mass-media/cij.situatia.presei.2008.rom.pdf>

48. Centrul de Jurnalism Independent. *Raport asupra situației presei în Republica Moldova în 2009. CJI, 2010* [online]. Accesat: 24.09.2019. Disponibil: <http://www.lhr.md/wp-content/uploads/files/rapoarte/mass-media/cij.situatia.presei.2009.rom.pdf>
49. Centrul de Jurnalism Independent. *Raport asupra situației presei în Republica Moldova în 2011. CJI, 2012* [online]. Accesat: 24.09.2019. Disponibil: [http://www.ijc.md/Publicatii/mlu/RAPORT\\_FOP\\_2011\\_rom\\_final.pdf](http://www.ijc.md/Publicatii/mlu/RAPORT_FOP_2011_rom_final.pdf)
50. Centrul de Jurnalism Independent. *Raport asupra situației presei din Republica Moldova în anul 2015. CJI, 2016* [online]. Accesat: 05.06.2019. Disponibil: <http://media-azi.md/ro/publicatii/raport-asupra-situa%C8%9Biei-presei-din-republica-moldova-%C3%AEn-anul-2015>
51. CERNENCU, Mihai, BOȚAN, Igor. *Evoluția pluripartidismului pe teritoriul Republicii Moldova. Adept, 2009* [online]. Accesat: 27.05.2019. Disponibil: <http://www.e-democracy.md/files/evolutia-pluripartitismului-2009.pdf>
52. *Chișinău: Enciclopedie*. Chișinău: Muzeum, 1997.
53. *Cine citește presa scrisă în Moldova: Infografic* Magenta Consulting, 2019, 10 februarie [online]. Accesat: 23.04.2019. Disponibil: <http://consulting.md/rom/statistici-si-publicatii/infografic-cine-citeste-presa-scrisa-in-moldova>
54. *Cine controlează piața publicității de televiziune din Moldova*. Moldstreet, 9 noiembrie 2019 [online]. Accesat: 30.10.2019. Disponibil: <https://www.mold-street.com/?go=news&n=9644&fbclid=IwAR24iCq1kO8tfGlotDfUsMciifP2AVu9WmkbRltyAm5QMv1gp5muOPGOnW4>
55. *Cine este noul beneficiar al trustului de presă Jurnal Trust Media?* Moldstreet, 12 iunie 2019 [online]. Accesat: 30.10.2019. Disponibil: <https://www.mold-street.com/?go=news&n=9016>
56. *Cine sunt proprietarii principalelor grupuri media din Moldova*. Publika TV, 13 noiembrie 2015 [online]. Accesat: 17.10.2019. Disponibil: [https://www.publika.md/cine-sunt-proprietarii-principalelor-grupuri-media-din-moldova-foto-document\\_2448531.html](https://www.publika.md/cine-sunt-proprietarii-principalelor-grupuri-media-din-moldova-foto-document_2448531.html)
57. CIOBANU, Cornel. *Falsuri și manipulări dezmințite: retrospectiva anului 2019*. Stopfals.md, 9 ianuarie 2020 [online]. Accesat: 10.01.2020. Disponibil: <https://stopfals.md/ro/article/falsuri-si-manipulari-dezmințite-retrospectiva-anului-2019-180249?fbclid=IwAR1Q9HFJMiQ0nw2T6XbbmOiVeNVHtzE-4QMPwRh0BM2kEysGkGaVZUCmpTc>
58. CIOBANU, Vlada. *Mass-media din Republica Moldova: pluralism fără libertate (partea I)*. Portalul PLATZFORMA – Revistă de critică socială



- (PZF), 24 septembrie 2014 [online]. Accesat: 13.06.2019. Disponibil: <http://www.platzforma.md/ahive/3028>
59. CIOCHINĂ, Simion. *Despre jurnalismul pe cont propriu în Moldova: „Un freelancer poate avea peste 2000 de euro lunar, dar poate și să nu câștige nimic”*. TV8, 27.12.2018. [online]. Accesat: 13.10.2021. Disponibil: <https://tv8.md/2018/12/27/simion-ciochina-un-freelancer-poate-avea-pest-2000-de-euro-lunar-dar-poate-si-sa-nu-castige-nimic/>
60. CIOCHINĂ, Simion. *Propaganda rusă în spațiul Parteneriatului Estic ca la ea acasă*. DW, 23 martie 2018 [online]. Accesat: 23.01.2020. Disponibil: <https://www.dw.com/ro/propaganda-rus%C4%83-%C3%AEnspa%C8%9Biul-parteneriatului-estic-ca-la-aea-acas%C4%83/a-43101190>
61. CIOCHINĂ, Simion. *Știrile televiziunilor rusești interzise la Chișinău*. DW, 18 ianuarie 2018 [online]. Accesat: 23.01.2020. Disponibil: <https://www.dw.com/ro/%C8%99tirile-televiziunilor-ruse%C8%99ti-interzise-la-chi%C8%99in%C4%83u/a-42197518>
62. *Clasement mondial de la liberté de la presse 2020*. Reporters sans Frontieres, 2020 [online]. Accesat: 28.04.2020. Disponibil: <https://rsf.org/fr/clasement>
63. *Clasement mondial de la liberté de la presse depuis 2013/Moldavie*. Reporters sans Frontieres, 2019 [online]. Accesat: 28.04.2020. Disponibil: <https://rsf.org/fr/moldavie>
64. COCEA, Mădălina. Jurnalismul cetățenesc. Informația la persoana I. În: *Suplimentul de cultură*, 2007, 5-11 mai, nr. 126 [online]. Accesat: 10.09.2020. Disponibil: <http://suplimentuldecultura.ro/1507/jurnalismul-cetatenesc-informatia-la-persoana-i/>
65. *Codul audiovizualului al Republicii Moldova nr. 260 din 27.07.2006*. În: *Monitorul Oficial al Republicii Moldova*, 2006, Nr. 131-133 [online]. Accesat: 29.07.2021. Disponibil: [https://www.legis.md/cautare/getResults?doc\\_id=83539&lang=ro](https://www.legis.md/cautare/getResults?doc_id=83539&lang=ro)
66. *Codul serviciilor media audiovizuale al Republicii Moldova nr. 174 din 08.11.2018* În: *Monitorul Oficial al Republicii Moldova*, 2018, Nr. 462-466 [online]. Accesat: 13.06.2021. Disponibil: [https://www.legis.md/cautare/getResults?doc\\_id=125226&lang=ro](https://www.legis.md/cautare/getResults?doc_id=125226&lang=ro)
67. COJOCARI, Vitalie. *Drama site-urilor de știri*. În: *Mass-media în Moldova* 2015, iunie, pp. 22-24 [online]. Accesat: 27.09.2019. Disponibil: [http://media-azi.md/sites/default/files/MM-Iunie-2015\\_0.pdf](http://media-azi.md/sites/default/files/MM-Iunie-2015_0.pdf)
68. *Concepția națională de dezvoltare a mass-media din R. Moldova bate pasul pe loc* Radio Chișinău, 18 februarie 2020 [online]. Accesat: 17.02.2020. Disponibil: <https://radiochisinau.md/sdfe---103999.html>

69. *Conexiunile la internet fix prin fibră optică sunt cele mai solicitate de către utilizatori*. ANRCETI, 2019 [online]. Accesat: 17.05.2019. Disponibil: <https://anrceti.md/news28032019> date din 28.03.2019
70. Consiliul Coordonator al Audiovizualului. *Strategia de acoperire a teritoriului național cu servicii de programe audiovizuale (2016-2018)*. Consiliul Coordonator al Audiovizualului, 2016. [online]. Accesat: 20.05.2019. Disponibil: <http://www.audiovizual.md/files/Strategia%202016-2018.pdf>
71. Consiliului Coordonator al Audiovizualului. *Raport cu privire la activitatea Consiliului Coordonator al Audiovizualului din Republica Moldova în anul 2017*. CCA, 2018 [online]. Accesat: 24.04.2019. Disponibil: <http://www.audiovizual.md/files/RAPORT%202017%20CCA.pdf>
72. Consiliului Coordonator al Audiovizualului. *Raport cu privire la activitatea Consiliului Coordonator al Audiovizualului al Republicii Moldova în anul 2018*. CCA, 2018 [online]. Accesat: 24.04.2019. Disponibil: <http://www.audiovizual.md/files/RAPORT%20CCA%202018.pdf>
73. *Constituția Republicii Moldova*. Chișinău: Moldpres, 2000.
74. CORGHENCEA, Artur. *Presa străină în Moldova sau ceea ce nu citim*. În: *Mass-media (în Moldova)*. 2000, decembrie, pp. 17-19.
75. COSTIN, Doina, ANDGULADZE, Mamuka. *Transparența proprietății mass-media în Republica Moldova*. *CJI*, 2012 [online]. Accesat: 29.06.2019. Disponibil: [http://www.ijc.md/Publicatii/studii\\_mlu/Transparenta%20proprietatii%20mass%20media%20in%20Republica%20Moldova.pdf](http://www.ijc.md/Publicatii/studii_mlu/Transparenta%20proprietatii%20mass%20media%20in%20Republica%20Moldova.pdf)
76. COVAL, Dumitru. *Din istoria jurnalisticii românești*. Chișinău: Știința, 1992.
77. COVAL, Dumitru. *Jurnalism de investigație*. Chișinău: USM, 1998.
78. COVAL, Dumitru. *Problematika presei scrise*. Chișinău: USM, 1997.
79. COZONAC, Cornelia. *Cazul „Accente” – o încercare de a cuminti presa independentă*. Centrul de Investigații Jurnalistice, 13 decembrie 2002 [online]. Accesat: 07.06.2019. Disponibil: <https://www.investigatii.md/ro/investigatii/coruptie/cazul-accente-o-incercare-de-a-cuminti-presa-independenta>
80. COZONAC, Cornelia. *Presa pro-moscovită din Republica Moldova*. Centrul Român pentru Jurnalism de Investigație, 28 august 2018 [online]. Accesat: 19.01.2021. Disponibil: <https://anticoruptie.md/ro/investigatii/social/presa-pro-moscovita-din-republica-moldova>
81. CROWTHER, William. *Moldova*. În: *Nations in Transit 2011: democratization from Central Europe to Eurasia*. New York; Washington: Freedom House, 2011, pp. 370-388 [online]. Accesat: 15.06.2019. Dispo-

- nibil: [https://freedomhouse.org/sites/default/files/inline\\_images/NIT-2011-Moldova.pdf](https://freedomhouse.org/sites/default/files/inline_images/NIT-2011-Moldova.pdf)
82. *Cum funcționează cartelul pe piața publicității, înființat de Plahotniuc în tandem cu socialiștii; Unul dintre principalele scopuri – să țină agenții economici departe de Jurnal TV.* Jurnal de Chișinău, 18 ianuarie 2018 [online]. Accesat: 12.06.2019. Disponibil: <http://jurnal.md/ro/social/2018/1/18/cum-functioneaza-cartelul-pe-piata-publicitatii-infiintat-de-plahotniuc-in-tandem-cu-socialistii-unul-dintre-principalele-scopuri-sa-tina-agentii-economici-departe-de-jurnal-tv/>
  83. *Cum ne informăm?* Sondaj al Centrului de Analiză și Investigații Sociologice, Politologice și Psihologice Civis. În: *Mass-media în Republica Moldova*, 2001, decembrie, pp. 21-26.
  84. DANILOV, Maria. *Cenzura sinodală și cartea religioasă în Basarabia. 1812-1918 (între tradiție și politica țaristă)*. Chișinău: Bons Offices 2007.
  85. *Declarația PCRM privind atacul fără precedent asupra libertății de exprimare și atacul de raider față de publicațiile periodice „Moldova Suvėrană” și „Nezavisimaia Moldova”, 18 aprilie 2011.* Partidul Comuniștilor din Republica Moldova: Portal informațional analitic, 14 aprilie 2011 [online]. Accesat: 23.09.2019. Disponibil: [http://www.pcrm.md/main/index\\_md.php?action=news&id=6146](http://www.pcrm.md/main/index_md.php?action=news&id=6146)
  86. *Declarație Organizațiile semnatare condamnă acțiunile de manipulare ale opiniei publice cu privire la activitatea ONG-urilor, exprimate în sondajele IMAS realizate la comanda Partidului Democrat.* Centrul de Resurse Juridice din Moldova, 17 decembrie 2017 [online]. Accesat: 15.01.2020. Disponibil: <http://crjm.org/wp-content/uploads/2017/12/2017-12-18-Declaratie-sondaj-IMAS.pdf>
  87. *Demisia echipei de ziarisți de la publicația moldoveană Accente.* Radio Europa Liberă Moldova, 3 februarie 2004 [online]. Accesat: 28.02.2020. Disponibil <https://moldova.europalibera.org/a/1402821.html>
  88. *Direcții strategice de dezvoltare a IPNA Teleradio-Moldova. Anii 2010-2015.* Portalul web al IPNA Compania „Teleradio-Moldova”, 2010, iulie [online]. Accesat: 17.05.2019]. Disponibil: [http://trm.md/files/docs/Strategie\\_2010\\_2015.doc](http://trm.md/files/docs/Strategie_2010_2015.doc)
  89. *Direcții strategice de dezvoltare a IPNA Teleradio-Moldova. Anii 2017-2022.* Portalul web al IPNA Compania „Teleradio-Moldova”, 2017, februarie [online]. Accesat: 17.05.2019. Disponibil: <http://trm.md/files/documente/Direc%C8%9Bii%20Strategice%20de%20Dezvoltare%202017%20-%202022.pdf>
  90. DOBREANU, Cristina. *Ce e fenomenul deepfake și cum ar putea afecta România.* *Europa Liberă România*, 2019, 5 octombrie [online]. Accesat:

- 14.08.21. Disponibil: <https://romania.europalibera.org/a/ce-e-fenomenul-deepfake-si-cum-ar-putea-afecta-romania/30199564.html>
91. DUMBRAVA, Marina, MOCANU, Ghenadie. *Cartea albă a mass-media moldovenești* Chișinău: IDIS „Viitorul”, 2011 [online]. Accesat: 23.04.2019. Disponibil: <http://www.viitorul.org/files/18.pdf>
92. *Electoratul din Moldova este format de televiziunile rusești*. Argumentul, 2020, 24 februarie [online]. Accesat: 24.02.2020. Disponibil: <https://argumentul.info/2020/02/22/electoratul-din-moldova-este-format-de-televiziunile-rusesti-opinie/>
93. ENACHE, Ion. *Accente și incidente deontologice*. În: *Mass-media în Republica Moldova*. 2001, decembrie, pp. 30-31.
94. *Evaluarea situației mass-media din Republica Moldova – e posibilă reflectarea liberă și corectă a campaniei pentru alegerile parlamentare 2009?* Centrul pentru Jurnalism Independent, Coaliția pentru alegeri libere și corecte 2009, 2009 [online]. Accesat: 07.06.2019. Disponibil: [http://alegeliber.md/files/publicatii/studiu\\_evaluare%20\\_massmedia.pdf](http://alegeliber.md/files/publicatii/studiu_evaluare%20_massmedia.pdf)
95. *Evoluția presei locale din Moldova în perioada 1990-2010*. Asociația Presei Independente, 2011 [on-line]. Accesat: 19.09.2019. Disponibil: <http://api.md/upload/files/evolutie.pdf>
96. *Freedom and the Media 2019 Methodology*. Freedom House, 2019 [online]. Accesat: 16.05.2020. Disponibil: <https://freedomhouse.org/freedom-and-media-research-methodology>
97. *Freedom House – Moldova Country report 2015*. Freedom House, 2015, March [online]. Accesat: 13.05.2020. Disponibil: <https://www.rcmediafreedom.eu/Publications/Reports/Freedom-House-Moldova-Country-report-2015>
98. *Freedom of the Press: FOTP Excel Data: Editions 1980-2017*. Freedom House, 2017 [online]. Accesat: 17.05.2020. Disponibil: [https://freedomhouse.org/sites/default/files/2020-02/FOTP1980-FOTP2017\\_Public-Data.xlsx](https://freedomhouse.org/sites/default/files/2020-02/FOTP1980-FOTP2017_Public-Data.xlsx)
99. *Fundația Soros Moldova. 10 ani de activitate (1992-2001)*. Fundația Soros Moldova: ARC, 2002 [online]. Accesat: 31.05.2019. Disponibil: [http://soros.md/files/FSM\\_Raport%20anual\\_10%20ani.pdf](http://soros.md/files/FSM_Raport%20anual_10%20ani.pdf)
100. GANCEV, Vasile, MARIANU, Manuel. *Care este viitorul „legii anti-propagandă” din Republica Moldova?* Stichting Global Voices, Olanda, 25 ianuarie 2020 [online]. Accesat: 20.02.2020. Disponibil: <https://ro.globalvoices.org/2020/01/2327>
101. GATES, Bill. *La strada che porta a domani*. Milano: A.Mondadori Ed.S.p.A., 1998.

102. *Ghid mass-media*. 1999. Chișinău: CIJ, 1999.
103. *Ghid mass-media*. 2008. Chișinău: CIJ, 2008.
104. GHIȚIU, Lilia. *Piața publicitară a Republicii Moldova în contextul standardelor europene: Monografie*. Chișinău: IEFS, 2012.
105. GOGU, Nadine. *Pluralismul mediatic și concentrarea proprietății în mass-media din Moldova*. În: *Media Forward (Freedom House)* 2018, nr. 3, martie [online]. Accesat: 11.06.2019. Disponibil: [https://freedomhouse.org/sites/default/files/03\\_Media-Pluralism-RO.pdf](https://freedomhouse.org/sites/default/files/03_Media-Pluralism-RO.pdf)
106. GONȚA, Ana. *Pluralismul: abordări conceptual-teoretice*. În: *Akados* 2016, nr. 4, pp. 90-93 [online]. Accesat: 17.06.2019. Disponibil: [http://www.akados.asm.md/files/90\\_93\\_Notiunea%20de%20pluralism\\_reflectii%20conceptual-teoretice.pdf](http://www.akados.asm.md/files/90_93_Notiunea%20de%20pluralism_reflectii%20conceptual-teoretice.pdf)
107. GONȚA, Aneta, RUSNAC, Corneliu, MACOVEI, Petru, STATE, Vasile. *Pluralismul intern al mass-media din Republica Moldova: oportunitate și realitate* Fundația Soros-Moldova, 2014 [online]. Accesat: 27.05.2019. Disponibil: [https://www.soros.md/files/publications/documents/Pluralismul\\_intern\\_al\\_mass-media\\_din\\_RM\\_2014.pdf](https://www.soros.md/files/publications/documents/Pluralismul_intern_al_mass-media_din_RM_2014.pdf)
108. GONȚA, Aneta. *Interesele politice ale proprietarilor impun regulile de joc în sectorul mediatic*. În: *Mass-media în Moldova* 2019, iunie, pp. 3-5 [online]. Accesat: 17.01.2020. Disponibil: [http://media-azi.md/sites/default/files/MMM\\_Iunie\\_2019\\_RO\\_Web\\_0.pdf](http://media-azi.md/sites/default/files/MMM_Iunie_2019_RO_Web_0.pdf)
109. GORINCIOI, Gheorghe. *La izvoarele presei de partid și sovietice (1901-1924)*. Chișinău: Cartea moldovenească, 1982.
110. GORINCIOI, Gheorghe. *Sistemul mass-media în Republica Moldova*. Chișinău: USM, 1997.
111. GOTISAN, Victor, DOGARU, Vitalie, PÎRTAC, Olivia et. al. *Harta Mediilor Digitale: Republica Moldova: Un raport al Fundației pentru o societate deschisă* Open Society Foundation, 2012 [online]. Accesat: 17.05.2019. Disponibil: <https://www.opensocietyfoundations.org/uploads/7abfc67f-e722-403a-8b43-fcba3aa2a2cb/mapping-digital-media-moldova-romanian-20120927.pdf>
112. GOTISAN, Victor. *Mass-media digitală în Moldova: evoluții și perspective*. În: *Mass-media în Moldova* 2012, iunie, pp. 8-11 [online]. Accesat: 30.05.2019. Disponibil: [http://media-azi.md/sites/default/files/Mass\\_Media\\_iunie\\_2012\\_ro\\_0.pdf](http://media-azi.md/sites/default/files/Mass_Media_iunie_2012_ro_0.pdf)
113. GOTIȘAN, Victor. *Nation in Transit 2018: Moldova* [online]. Accesat: 26.09.2019. Disponibil: <https://freedomhouse.org/country/moldova/nations-transit/2018>
114. GOTIȘAN, Victor. *Nations in Transition 2020: Moldova* [online]. Accesat: 05.05.2020. Disponibil: <https://freedomhouse.org/country/moldova/nations-transit/2020>

115. GOTIȘAN, Victor. *Studiu de caz. Întreprinderea Guvernului condus de Maia Sandu, un eveniment „ciudat” după unele instituții media, o „victorie” după altele*. *Mediacritica*, 25 iunie 2019 [online]. Accesat: 11.11.2019. Disponibil: [http://mediacritica.md/ro/studiu-de-caz-inceputa-guvernului-condus-de-maia-sandu-un-eveniment-ciudat-dupa-unele-instituti-media-o-victorie-dupa-altele/?fbclid=IwAR3pkoT7Vzuv0A92tcl-tYnT0sW9eVSpUfw2O3slldaa9\\_F28gJeX25IOEKQ](http://mediacritica.md/ro/studiu-de-caz-inceputa-guvernului-condus-de-maia-sandu-un-eveniment-ciudat-dupa-unele-instituti-media-o-victorie-dupa-altele/?fbclid=IwAR3pkoT7Vzuv0A92tcl-tYnT0sW9eVSpUfw2O3slldaa9_F28gJeX25IOEKQ)
116. GOTIȘAN, Victor. *The long way to trully ‘independent media’ in Moldova. Policy brief*. Fundația Soros-Moldova, aprilie 2018 [online]. Accesat: 15.01.2020. Disponibil: <https://www.soros.md/files/publications/documents/Media.%20Gotisan.pdf>
117. GOTIȘAN, Victor. *Trollii în serviciul politicienilor*. În: *Mass-media în Moldova*, 2016, decembrie. pp. 8-9 [online]. Accesat: 30.05.2019. Disponibil: [http://media-azi.md/sites/default/files/Revista%20Mass-Media%20in%20Moldova-decembrie\\_2016.pdf](http://media-azi.md/sites/default/files/Revista%20Mass-Media%20in%20Moldova-decembrie_2016.pdf)
118. *Gradul de realizare a obiectivelor din Direcțiile strategice de dezvoltare a IPNA Compania „Teleradio-Moldova” pentru anii 2010-2016*. IP Teleradio-Moldova [online]. Accesat: 17.05.2019. Disponibil: <https://www.trm.md/ro/cadrul-legislativ>
119. *Gramatic Social Media Report 2019: Cel mai amplu eBook despre rețelele de socializare în Moldova*. [online]. Accesat: 13.09.2019. Disponibil: [https://gallery.mailchimp.com/3b23f363248206ce95682f791/files/7e20263b-5bcf-4bf8-8e9c-c72619649177/Gramatic\\_Social\\_Media\\_Report\\_2019.pdf](https://gallery.mailchimp.com/3b23f363248206ce95682f791/files/7e20263b-5bcf-4bf8-8e9c-c72619649177/Gramatic_Social_Media_Report_2019.pdf)
120. GRĂU, Lina. *Deputații comuniști resping moțiunea simplă „Libertatea presei și libertatea de expresie sunt sugrumate”*. Radio Europa Liberă Moldova, 6 iulie 2007 [online]. Accesat: 24.06.2019. Disponibil: <https://moldova.europalibera.org/a/1444722.html>
121. GRIGORAȘ, Maria. *Evoluția pieței de publicitate din Republica Moldova*. În: *Economica* 2018, nr. 4, pp. 20-40 [online]. Accesat: 11.11.2019. Disponibil: <http://oaji.net/articles/2019/1425-1549533083.pdf>
122. GROSS, Peter. *Mass media și democrația în țările Europei de Est*. Iași: Polirom, 2004.
123. GROSSU, Silvia. *Presa din Basarabia în contextul sociocultural al anilor 1906-1941*. Chișinău: Editura Tehnică, 2003.
124. GUȚUȚUI, Olga. *Fenomenul știrilor false în Republica Moldova și (in) acțiunile autorității de reglementare în audiovizual în vederea combaterii acestui fenomen (2014-2019)*. API, 2020. [on-line]. Accesat: 09.02.2021. Disponibil: <https://stopfals.md/ro/article/studiu-fenomenul-stirilor-false-in-republica-moldova-si-in-actiunile-autoritatii-de-re>



- gumentare-in-audiovizual-in-vederea-combaterii-acestui-fenomen-2014-2019-180313
125. HAJEK, Roman, STEFANIKOVA, Sandra. *Jurnalism cetățenesc ori cetățeni martori?* European Journalism Observatory (EJO), 29 iunie 2015 [online]. Accesat: 16.03.2020. Disponibil: <https://ro.ejo-online.eu/etica-si-deontologie/libertatea-presei2/jurnalism-cetatenesc-ori-cetateni-martori>
  126. HANGANU, Janeta, POSTICA, Alexandru. *Impactul Legii cu privire la Libertatea de Exprimare: Octombrie 2010-Iulie 2012*. Chișinău: CJI, 2012 [online]. Accesat: 17.05.2019. Disponibil: <http://media-azi.md/sites/default/files/Impactul%20legii%20cu%20privire%20la%20libertatea%20de%20exprimare.pdf>
  127. IASCENCO, Tudor. *Comunicarea ONG cu mass-media*. Portalul Civic.md, 3 noiembrie 2009 [online]. Accesat: 17.01.2020. Disponibil: <https://www.civic.md/util/5065-specificul-comunicarii-ong-mass-media.html>
  128. *Independent Study on Indicators for Media Pluralism in the Member States – Towards a Risk-Based Approach: Preliminary Final Report* K.U.Leuven – ICRI, Jönköping International Business School – MMTTC, Central European University – CMCS, Ernst & Young Consultancy Belgium, 2009. [online]. Accesat: 18.06.2019. Disponibil: [http://ec.europa.eu/information\\_society/media\\_taskforce/doc/pluralism/pfr\\_report.pdf](http://ec.europa.eu/information_society/media_taskforce/doc/pluralism/pfr_report.pdf)
  129. *Indexul sustenabilității organizațiilor societății civile 2014 – Republica Moldova*. Centrul pentru Resurse Juridice din Moldova, 2015, iunie. [online]. Accesat: 16.01.2020. Disponibil: <https://crjm.org/wp-content/uploads/2015/06/Index-OSC-2014-MD.pdf>
  130. *Indicele privind situația presei (ISPM) din Republica Moldova în anul 2020* CJI, Internews, UKaid, USAID, 2021 [online]. Accesat: 12.06.2021. Disponibil: <http://media-azi.md/ro/publicatii/indicele-privind-situa%C8%9Bia-presei-din-republica-moldova-%C3%AEn-anul-2020>.
  131. *Indicele privind situația presei (ISPM) din Republica Moldova în anul 2019*. CJI, Internews, UKaid, USAID, 2020. [online]. Accesat: 05.05.2020]. Disponibil: <http://media-azi.md/ro/publicatii/indicele-privind-situa%C8%9Bia-presei-din-republica-moldova-%C3%AEn-anul-2019>
  132. *Indicele privind situația presei din Republica Moldova în anul 2018: Raport anual* CJI, Internews, UKaid, USAID, 2019 [online]. Accesat: 26.02.2020. Disponibil: <http://media-azi.md/ro/publicatii/indicele-privind-situa%C8%9Bia-presei-ispm-din-republica-moldova-%C3%AEn-2018>



133. *Indicele privind Starea Presei din Republica Moldova: Raport 2017*. CJI și Internews, 2017 [online]. Accesat: 06.05.2020. Disponibil: <http://www.media-azi.md/sites/default/files/ISPM%202017.pdf>
134. *Indicele situației mass-media (ISMM) din Republica Moldova în 2016: Raport anual* Centrul de Jurnalism Independent, 2017 [online]. Accesat: 06.05.2020. Disponibil: [http://media-azi.md/sites/default/files/Indicele%20situației%20mass-media%20%28ISMM%29%20din%20Republica%20Moldova%20in%202016\\_0.pdf](http://media-azi.md/sites/default/files/Indicele%20situației%20mass-media%20%28ISMM%29%20din%20Republica%20Moldova%20in%202016_0.pdf)
135. *Infografic: Cum se ascultă radio în Moldova?* Magenta Consulting, 18 ianuarie 2019 [online]. Accesat: 24.04.2019. Disponibil: <http://consulting.md/rom/statistici-si-publicatii/infografic-cum-se-asculta-radio-in-moldova>
136. *În anul 2019, numărul utilizatorilor de Internet mobil 4G a depășit 1,5 milioane (Comunicat de presă)* Agenția Națională pentru Reglementare în Comunicații Electronice și Tehnologia Informației a Republicii Moldova, 6 aprilie 2020. [online]. Accesat: 25.04.2020. Disponibil: [https://www.anrceti.md/news\\_060420](https://www.anrceti.md/news_060420)
137. *Joint staff working document. Association Implementation Report on Moldova* European Commission, Brussels, 11 September 2019 [online]. Accesat: 12.09.2019. Disponibil: [https://eeas.europa.eu/sites/eeas/files/swd\\_2019\\_325\\_f1\\_joint\\_staff\\_working\\_paper\\_en\\_v10\\_p1\\_1045191.pdf](https://eeas.europa.eu/sites/eeas/files/swd_2019_325_f1_joint_staff_working_paper_en_v10_p1_1045191.pdf)
138. *Jurnalism de investigație: manual* / Petru Bogatu, Ion Bunduchi, Arca die Gherasim [et. al.]. Transparency Intern. Moldova, Chișinău: Bons Office SRL., 2008.
139. *Jurnalismul de investigație. Context și practică* / coord. F. de Burgh. Cluj: Limes, 2006.
140. KALAK, Dmitrii. *Afacerea Logos-Press: antreprenoriat forțat*. În: *Mass-media în Republica Moldova 2011*, decembrie [online]. Accesat: 26.04.2019. Disponibil: [http://media-azi.md/sites/default/files/Mass\\_Media\\_decembrie\\_2011\\_ro.pdf](http://media-azi.md/sites/default/files/Mass_Media_decembrie_2011_ro.pdf)
141. LANCUZOV, Alex. *Radiofonie românească: Radio Basarabia*. Radio România, 23 noiembrie 2011 [online]. Accesat: 26.04.2019. Disponibil: [http://www.romania-actualitati.ro/radiofonie\\_romaneasca\\_radio\\_basarabia-35596](http://www.romania-actualitati.ro/radiofonie_romaneasca_radio_basarabia-35596)
142. LAZUR, Dumitru. *Privatizarea ziarelor guvernamentale: schimbări de formă, nu de conținut*. În: *Mass-Media (din Moldova)*. 2006, iunie, pp. 22-23.
143. LEBEDEV, Alexandru. *Lista site-urilor de știri din Moldova cu cei mai mulți cititori tineri*. diez.md, 22 februarie 2019 [online]. Accesat:

- 26.04.2020. Disponibil: <https://diez.md/2019/02/22/grafic-lista-site-urilor-de-stiri-din-moldova-cu-cei-mai-multi-cititori-tineri/>
144. *Legea audiovizualului, nr. 603 din 3 mai 1995* În: *Monitorul Oficial al Republicii Moldova*. 2000, 14 decembrie, nr. 70, art.798, abrogată prin LP260-XVI din 27.07.06, MO131-133/18.08.06 art. 679 [online]. Accesat: 27.09.2019. Disponibil: <http://lex.justice.md/index.php?action=view&view=doc&lang=1&id=311698>
145. *Legea cu privire la instituția publică națională a audiovizualului Compania „Teleradio-Moldova”*, nr. 1320 din 26 iulie 2002 În: *Monitorul Oficial al Republicii Moldova*. 2002, 15 august, nr. 117, art. 972, abrogată prin LP260-XVI din 27.07.06, MO131-133/18.08.06 art. 679 [online]. Accesat: 25.09.2019. Disponibil: [https://www.legis.md/cautare/getResults?doc\\_id=29730&lang=ro](https://www.legis.md/cautare/getResults?doc_id=29730&lang=ro)
146. *Legea cu privire la libertatea de exprimare*, nr. 64 din 23 aprilie 2010 În: *Monitorul Oficial al Republicii Moldova*. 2010, 9 iunie, nr. 90-117-118, art. 355, modificat LP78 din 23.04.21, MO146/14.06.21 art. 174; în vigoare 14.06.21 [online]. Accesat: 18.09.2019. Disponibil: [https://www.legis.md/cautare/getResults?doc\\_id=126675&lang=ro](https://www.legis.md/cautare/getResults?doc_id=126675&lang=ro)
147. *Legea presei*, nr. 243 din 26 octombrie 1994 În: *Monitorul Oficial al Republicii Moldova*. 1995, 12 ianuarie, nr. 2, art.12, Versiune în vigoare 15.06.2018 în baza modificărilor prin LP79 din 24.05.18, MO195-209/15.06.18 art. 338 [online]. Accesat: 27.09.2019. Disponibil: [https://www.legis.md/cautare/getResults?doc\\_id=109428&lang=ro](https://www.legis.md/cautare/getResults?doc_id=109428&lang=ro)
148. *Legea privind accesul la informație*, nr. 982 din 11 mai 2000 În: *Monitorul Oficial al Republicii Moldova*. 2000, 28 iunie, nr. 88-90, art. 664, modificat LP143 din 19.07.18, MO309-320/17.08.18 art. 482 [online]. Accesat: 27.09.2019. Disponibil: [https://www.legis.md/cautare/getResults?doc\\_id=108552&lang=ro](https://www.legis.md/cautare/getResults?doc_id=108552&lang=ro)
149. *Legea privind administrarea și f7 proprietății publice*, nr. 121 din 04.05.2007 În: *Monitorul Oficial al Republicii Moldova*. 2007, 29 iunie, nr. 90-93, art. 401, modificat LP215 din 27.11.20, MO360-371/25.12.20 art.297; în vigoare 25.01.21 [online]. Accesat: 18.09.2019]. Disponibil: [https://www.legis.md/cautare/getResults?doc\\_id=125104&lang=ro](https://www.legis.md/cautare/getResults?doc_id=125104&lang=ro)
150. *Legea privind concepția națională de dezvoltare a mass-media în Republica Moldova*, nr. 67 din 26.07.2018. În: *Monitorul Oficial al Republicii Moldova*. 2018, nr. 321-332, art. nr. 509 [online]. Accesat: 23.04.2019. Disponibil: [https://www.legis.md/cautare/getResults?doc\\_id=105449&lang=ro](https://www.legis.md/cautare/getResults?doc_id=105449&lang=ro)
151. *Legea privind deetimizarea publicațiilor periodice publice*, nr. 221 din 17 septembrie 2010 În: *Monitorul Oficial al Republicii Moldova*. 2010, 12 no-

- iembrie, nr. 223-225, art. 720, modificat: LP31 din 16.03.18, MO126-132 /20.04.18 art. 247 [online]. Accesat: 22.05.2019. Disponibil: <http://lex.justice.md/viewdoc.php?action=view&view=doc&id=336636&lang=1>
152. LEVITSKY, Steven, WAY, Lucan A. *The rise of competitive authoritarianism*. În: *Journal of Democracy*, 2002, vol. 13, nr. 2, pp. 51-65 [online]. Accesat: 28.06.2019. Disponibil: [https://scholar.harvard.edu/levitsky/files/SL\\_elections.pdf](https://scholar.harvard.edu/levitsky/files/SL_elections.pdf)
153. *Libertatea de exprimare și informare în Republica Moldova: Raport anual 2007* Centrul Independent de Jurnalism [online]. Accesat: 15.05.2019. Disponibil: <https://www.lhr.md/wp-content/uploads/files/rapoarte/mass.media/cij.raport.anual.2007.pdf>
154. *Libertatea presei 2017: Moldova*. Freedom House. [online]. Accesat: 11.05.2020. Disponibil: [https://freedomhouse.org/sites/default/files/Romanian\\_translation\\_Moldova.pdf](https://freedomhouse.org/sites/default/files/Romanian_translation_Moldova.pdf)
155. LISIȚA, Radu. *Mass-media din Moldova: Cine e mai interactiv pe Facebook?* Gramatic Digital Communication, 9 august 2019 [online]. Accesat: 13.09.2019. Disponibil: <https://gramatic.md/blog/mass-media-moldova-facebook/>
156. *Lista actualizată a organizațiilor necomerciale care au obținut statut de utilitate publică*. Ministerul Justiției, 2019 [online]. Accesat: 16.01.2020. Disponibil: [http://www.justice.gov.md/public/files/dir\\_prof\\_si\\_serv\\_jurid/img20200103\\_09064915.pdf](http://www.justice.gov.md/public/files/dir_prof_si_serv_jurid/img20200103_09064915.pdf)
157. MACOVEI, Petru et. al. *Capturarea mass-media și a altor mijloace de comunicare publică în Republica Moldova*. Asociația Presei Independente, Transparency International, 2017. [online]. Accesat: 20.05.2019. Disponibil: [http://www.api.md/upload/files/Capturarea\\_mass-media\\_rom.pdf](http://www.api.md/upload/files/Capturarea_mass-media_rom.pdf)
158. MACRINICI, Sorina. *Organizațiile necomerciale din Republica Moldova în cifre*. Centrul de Resurse Juridice din Moldova, 2020 [online]. Accesat: 05.08.2021. Disponibil: <https://www.crjm.org/category/publications>
159. MAFTEI, Svetlana. *Care sunt cele mai preferate posturi TV în R. Moldova: Sondaj IMAS 2018*. deschide.md, 19 martie 2018 [online]. Accesat: 13.02.2020. Disponibil: <https://deschide.md/ro/stiri/social/28058/SONDAJ--Care-sunt-cele-mai-preferate-posturi-TV-%C3%AEn-RMoldova.htm>
160. MALCOCI, Ludmila. *Mass-media și opinia public în societatea de tranziție: interferențe*. Chișinău: AȘM, 2000.
161. MARIN, Constantin, MORARU, Victor. *Avatarurile mass-media din Moldova*. În: *Ghid Mass Media din Republica Moldova*. Chișinău: CIJ, 1999.

162. MARIN, Constantin. „Unii spun că Angela Sîrbu încearcă să-și camufleze eșecul managerial” [Interviu pentru Svetlana Corobceanu]. Jurnal de Chișinău, 30 martie 2012 [online]. Accesat 26.04.2019. Disponibil <http://www.jc.md/constantin-marin-unii-spun-ca-angela-sirbu-incearca-sa-si-camufleze-esecul-managerial/>
163. MARIN, Constantin. *Audiovizualul autohton: oportunitatea strategiei naționale de dezvoltare*. În: *Mass Media din Moldova*. 2006, iunie, pp. 6-7.
164. MARIN, Constantin. *Audiovizualul din Moldova: oportunitatea lobby-ului public*. În: *Mass Media din Moldova*. 2000, decembrie, pp. 11-12.
165. MARIN, Constantin. *Audiovizualul public în dimensiunile legislative*. În: *Comunicarea publică: concepte și interpretări*. Vol. 4. Chișinău: USM, 2007. pp. 4-20.
166. MARIN, Constantin. *Comunicarea internațională*. Chișinău: CEP USM, 2017.
167. MARIN, Constantin. *Disfonie mediatică sau pluripartidismul presei și recuperarea societății civile în Republica Moldova*. În: *Pluripartidismul în Moldova: esența și specificul formării*. Chișinău: CAPTES, USM, ISRI, 2000.
168. MARIN, Constantin. *Informarea politică audiovizuală: între sondajul de opinie și monitorizare*. În: *Mass-Media din Moldova*. 2004, decembrie, pp. 1-3.
169. MARIN, Constantin. *Jurnalism de bună calitate*. În: *Mass Media din Moldova*. 1998, decembrie, pp. 4-5.
170. MARIN, Constantin. *Jurnalismul de investigație – instrument de asanare socială: prolegomene*. În: *Jurnalism de investigație*. Chișinău: Bons Office SRL, 2008, pp. 5-8.
171. MARIN, Constantin. *Mass-media din Moldova: între partizanatul politic și jurnalismul liber*. În: *Vocea Civică*. 1997, vol. 3, nr. 1, pp. 10-11.
172. MARIN, Constantin. *Mass-media din Republica Moldova în an electoral*. În: *Mass Media din Moldova*. 2000, iunie, pp. 4-5.
173. MARIN, Constantin. *Mass-media din Republica Moldova: implicații politice*. În: *Mass Media din Moldova*. 2001, decembrie, pp. 2-4.
174. MARIN, Constantin. *Mass-media și organizațiile neguvernamentale*. În: *Mass Media în Moldova*. 1999, decembrie, pp. 21-22.
175. MARIN, Constantin. *Noi dimensiuni ale mass-media din Moldova*. În: *Mass Media din Moldova*. 1995, august, pp. 2-4.
176. MARIN, Constantin. *Practici mediatice falimentare. Cazul Republicii Moldova*. În: *Mass-media în societățile în tranziție: realități și perspective*. Chișinău: CE USM, 2001. pp. 82-89.

177. MARIN, Constantin. *Presa de partid și valorizarea societății civile*. În: *Mass-Media în Republica Moldova*. 1999, iunie, pp. 21-22.
178. MARIN, Constantin. *Radiodifuziunea internațională*. Chișinău: USM, 1996.
179. MARIN, Constantin. *Securitatea spațiului mediatic: provocări și oportunități*. În: *Securitatea informațională din perspectivă mediatică*. Chișinău: Fundația Soros-Moldova, 2016. pp. 14-26.
180. MARIN, Constantin. *Societatea civilă: între mit politic și pledoarie socială*. Chișinău: Epigraf, 2002.
181. MARIN, Constantin. *Spațiul public și comunicarea mediatică în Moldova*. În: *Psihosociologia & Mass Media* (București). 2000, nr. 3, pp. 45-50.
182. *Mass-media în societățile în tranziție: realități și perspective* / coord. Valeriu Moșneaga. Chișinău: CE USM-„CAPTES”, 2001.
183. *Mass-media și legislația. Analiză. Opinii. Propuneri* / Coord. Vasile Spinei. Chișinău: Universul, 2003.
184. MCPHAIL, Thomas L. *Global Communication: Theories, Stakeholders and Trends*. 3<sup>rd</sup> edition. Chichester: Wiley, 2010.
185. *Media Sustainability Index (MSI)* IREX, 2001-2019 [online]. Accesat: 08.05.2020. Disponibil: <https://www.irex.org/resource/media-sustainability-index-msi>
186. „*Médias: les oligarques font leur shopping*”: *la nouvelle enquête de RSF*. Reportes sans Frontières, 20 juillet 2016, Mis à jour le 24 avril 2019 [online]. Accesat: 15.10.2019. Disponibil: <https://rsf.org/fr/rapports/medias-les-oligarques-font-leur-shopping-la-nouvelle-enquete-de-rsf>
187. MIHĂILESCU, Vintilă. *Autenticitate, post-adevăr și populism*. Sfera Politicii; Bucharest, 2017, Vol. 25, Iss. 1/2, (Jan-Jun 2017): [online]. Accesat: 14.08.21. Disponibil: (<https://www.proquest.com/docview/1963102163>).
188. MIRON, Elena. *O privire generală asupra mass-media din Găgăuz-Yeri*. În: *Mass-Media (din Moldova)*, 2006, iunie, p. 25.
189. *Moldova Suverană și Nezașisimaia Moldova revin în proprietatea statului*. În: *Timpul* 2010, 24 februarie [online]. Accesat: 14.09.2019. Disponibil: <https://www.timpul.md/articol/moldova-suverana-si-nezavisimaia-moldova-revin-in-proprietatea-statului-6859.html>
190. *Moldova: Sustenabilitatea organizațiilor societății civile*. Centrul de Resurse Juridice din Moldova, 2018 [online]. Accesat: 16.01.202. Disponibil: <https://crjm.org/wp-content/uploads/2019/10/Indexul-Sustenabilitatii-OSC-2018.pdf>
191. MORARU, Victor, STEPANOV, Georgeta. *Mass-media din Republica Moldova*. 2004. Chișinău: CCRE Presa, 2005.

192. MORARU, Victor. *Dezvoltarea mass-media ca factor al bunei guvernări: Studiu elaborat în cadrul proiectului „Raportul național al dezvoltării umane”*. Institutul de Politici Publice, 2002 [online]. Accesat: 06.06.2019. Disponibil: [http://ipp.md/old/public/files/Publicatii/2001/dezvoltarea\\_umana/Mass%20media.pdf](http://ipp.md/old/public/files/Publicatii/2001/dezvoltarea_umana/Mass%20media.pdf)
193. MORARU, Victor. *Mass-media vs. politica*. Chișinău: CE USM, 2001.
194. MORRIS, Tracy F. *I am not Making his Up : When Marl Twain Was The Fake News King*. Tracy S. Morris Blog, 15 April 2019 [online]. Accesat: 29.04.2020. Disponibil: <https://tracysmorris.com/2019/04/15/i-am-not-making-this-up-when-mark-twain-was-the-fake-news-king/>
195. MOȘNEAG, Victor. Beneficiarii televiziunilor. În: *Ziarul de Gardă* [online]. 2016, 1 octombrie [accesat 08.05.2019]. Disponibil: <https://www.zdg.md/editia-print/politic/stop-fals/beneficiarii-televiziunilor>
196. MOȘNEAG, Victor. *Cine a inventat Ziarul de Gardă? Detalii picante și necenzurate despre apariția primului ziar de investigații din R. Moldova*: [Interviu din 29 iulie 2019 cu Alina Radu, directoarea ZdG, și Aneta Grosu, redactora-șefă]. În: *Ziarul de Gardă*, 2019, 29 iulie [online]. Accesat: 28.02.2020. Disponibil: <https://www.zdg.md/importante/cine-a-inventat-ziarul-de-garda-detalii-picante-si-necenzurate-despre-aparitia-primului-ziar-de-investigatii-din-r-moldova/>
197. MOȘNEAG, Victor. *Stăpânii televiziunilor*. În: *Ziarul de Gardă* 2015, 22 noiembrie [online]. Accesat: 08.05.2019. Disponibil: <https://www.zdg.md/editia-print/investigatii/stapanii-televiziunilor>
198. MOȚPAN, Chiril. *Postare pe Facebook privind finanțarea media*. Facebook, 24 septembrie 2019 [online]. Accesat: 19.11.2019. Disponibil: <https://www.facebook.com/chiril.motpan/posts/2654176921299549>
199. MUNTEANU, Igor. *Partidele politice din Republica Moldova: legi, practici și reforme*. Chișinău: Cartier, 2010. [online]. Accesat: 05.02.2020. Disponibil: <http://www.viitorul.org/files/31.pdf>
200. NANI, Anastasia, RAȚĂ, Mariana, DODON, Victoria. *Proprietarii site-urilor de știri și interesele pe care le promovează*. Centrul de Investigații Jurnalistice, 23 mai 2017 [online]. Accesat: 03.10.2019. Disponibil: <https://anticoruptie.md/ro/investigatii/social/proprietarii-site-urilor-de-stiri-si-interesele-pe-care-le-promoveaza>
201. NANI, Anastasia. *Televiziunile de partid, companii de PR și laboratoare de dezinformare*. În: *Mass-Media în Republica Moldova* 2018, decembrie, pp. 7-9 [online]. Accesat: 30.05.2019. Disponibil: [http://media-azi.md/sites/default/files/MMM\\_Decembrie-2018\\_0.pdf](http://media-azi.md/sites/default/files/MMM_Decembrie-2018_0.pdf)
202. *Nations in Transit 2021 Methodology*. Freedom House, 2021 [online]. Accesat: 20.06.2021. Disponibil: <https://freedomhouse.org/reports/nations-transit/nations-transit-methodology>



203. NEGRU, Elena, NEGRU, Gheorghe. *Autoritățile sovietice în război cu presa și literatura din Republica Socialistă România*. În: *Limba Română* 2019, anul 29, nr. 1 [online]. Accesat: 27.05.2019. Disponibil: <http://www.limbaromana.md/index.php?go=articole&n=3679>
204. NEUBERGER, David. *Cea de-a treia și cea de-a patra putere: judecătoria, jurnaliștii și justiția deschisă* Curtea Constituțională, 29 septembrie 2014 [online]. Accesat: 04.09.2019. Disponibil: <http://www.constcourt.md/libview.php?l=ro&idc=9&id=577&t=/Media/Publicatii/Cea-de-a-treia-i-cea-de-a-patra-putere-judecatorii-jurnalitii-justitia-deschisa>
205. NISTIRIUC, Irina. *Instituționalizarea și evoluția audiovizualului în Republica Moldova: aspecte politico-juridice și mediatice*. În: *Revista de Filozofie, Sociologie și Științe Politice* 2012, nr. 1(158), pp. 199-208 [online]. Accesat: 20.05.2019. Disponibil: [https://ibn.idsi.md/sites/default/files/imag\\_file/22.Instituționalizarea%20și%20evoluția%20audiovizualului%20în%20RM.pdf](https://ibn.idsi.md/sites/default/files/imag_file/22.Instituționalizarea%20și%20evoluția%20audiovizualului%20în%20RM.pdf)
206. NOFIT, Ludmila. *Cu cât mai mult lucrurile se schimbă, cu atât mai mult ele rămân aceleași: Provocările cu care se confruntă mass-media din Moldova în 2019 și tendințele de la alegerile din 2019*. În: *Media Forward (Freedom House)* 2019, nr. 6, ianuarie [online]. Accesat: 20.05.2019. Disponibil: <https://freedomhouse.org/sites/default/files/Nofit-RO-final.pdf>
207. *Nouă concepție formativă* / coord.: Constantin Marin, Victor Moraru. Chișinău: USM, 1998.
208. *Noul acționar majoritar al „Analitic Media Grup”, Chiril Lucinschi, a anunțat prioritățile companiei pentru următorii ani*. Moldova.org, 9 septembrie 2005 [online]. Accesat: 27.10.2019. Disponibil: <https://www.moldova.org/noul-actionar-majoritar-al-analitic-media-grup-chiril-lucinschi-a-anunțat-prioritatile-companiei-pentru-urmatorii-ani-4388-rom/>
209. NYMAN-METCALF, Katrin. *Expertiza Statutului instituției publice naționale a audiovizualului – Compania „Teleradio-Moldova”*. OSCE, iulie 2007 [online]. Accesat: 26.09.2019. Disponibil: <https://www.osce.org/ro/moldova/29173?download=true>
210. OSIPOV, Victor. *Cine desparte publicul de propriile lui antene?* În: *Mass-Media (din Moldova)*. 2001, decembrie, pp. 5-7.
211. *Parlamentarii, cu ochii pe holdingul de presă al lui Plahotniuc. Slusari: Am primit raport de la BNM despre Prime și Publika*. Agora md., 20 septembrie 2019 [online]. Accesat: 20.09.2019. Disponibil: <https://agora.md/stiri/61834/parlamentarii--cu-ochii-pe-holdingul-de-presa-al-lui-plahotniuc--slusari-am-primit-raport-de-la-bnm-despre-prime-si-pu>



- blika-video?fbclid=IwAR13o09YX7Vnomh3gEs2UQ0FUVSTq983tm9V-SmfssVQN3\_x2VjCBH7S4Gw8
212. *Parlamentul a adoptat amendamentul la Codul audiovizualului împotriva propagandei ruse prin TV*. Radio Europa Liberă Moldova, 7 decembrie 2017 [online]. Accesat: 20.05.2019. Disponibil: <https://moldova.europalibera.org/a/28902940.html>
  213. PARMELEE, John H. *Media pluralism by default: The case of Moldova*. În: *Central European Journal of Communication* 2009, nr. 2, pp. 279-293 [online]. Accesat: 13.06.2019. Disponibil: <http://cejsh.icm.edu.pl/cejsh/element/bwmeta1.element.desklight-c599e8bd-2558-41ac-be09-8ba5797cc037>
  214. PĂDURARU, Pavel. „Înmormântarea presei românești din R. Moldova are loc la București, pe ploaie, departe de văzul lumii”. În: *Timpul* 2019, 31 mai [online]. Accesat: 05.06.2019. Disponibil: <https://www.timpul.md/articol/pavel-paduraru-ultimul-redactor-ef-al-ziarului-timpul--in-mormantarea-presei-romaneti-din-r--moldova-are-loc-la-bucureti-pe-ploaie-departe-de-vazul-lumii-142244.html>
  215. *PDM ȘI PSRM și-au „împrietenit” casele de vânzări pentru a deveni lideri pe piața de publicitate TV*. TV8, 19 ianuarie 2018 [online]. Accesat: 30.10.2019. Disponibil: <http://tv8.md/2018/01/19/pdm-si-psrm-si-au-imprietenit-casele-de-vanzari-pentru-deveni-lideri-pe-piata-de-publicitate-tv/>
  216. *Percepția populației despre mass-media în Republica Moldova: studiu național* Magenta Consulting, 2018 [online]. Accesat: 10.04.2019. Disponibil: [http://api.md/upload/PDF/03\\_INTERNEWS\\_Final\\_report\\_25.10.18\\_RO.pdf](http://api.md/upload/PDF/03_INTERNEWS_Final_report_25.10.18_RO.pdf)
  217. PETRUȚI, Doru, ZAHARCO, Viorelia, CRIVIȚCHI, Alexandru. *Evoluție și preferințe privind mass media din Republica Moldova: Raport IMAS* IMAS, 2018, martie [online]. Accesat: 12.02.2019. Disponibil: [http://imas.md/pic/archives/10/imas\\_evolutie\\_si\\_preferinte\\_mass\\_media.pdf](http://imas.md/pic/archives/10/imas_evolutie_si_preferinte_mass_media.pdf)
  218. *Piața publicității în Moldova rămâne a fi dominată de imperiul lui Plahotniuc*. Mold-Street, 11 noiembrie 2016 [online] Accesat: 05.11.2019. Disponibil: <https://www.mold-street.com/?go=news&n=5293>
  219. PÎRȚAC, Olivia, RÎBCA, Eugeniu. *Evoluția libertăților mass-media în contextul implementării planului de acțiuni UE-Moldova* [online]. Asociația Adept, 2008 [accesat 19.06.2019]. Disponibil: <http://www.e-democracy.md/files/studiu-mass-media.pdf>
  220. PÎRȚAC, Olivia. *Concentrarea proprietății în mass-media – o problemă globală*. Portalul CJI Media-azi, 16 noiembrie 2016 [online]. Accesat: 15.10.2019. Disponibil <http://media-azi.md/ro/stiri/concentrarea->

- propriet%C4%83%C5%A3ii-%C3%AEen-mass-media-%E2%80%93-o-problem%C4%83-global%C4%83
221. *Pluralismul extern al mass-media în Republica Moldova: între oportunitate și realitate*. Fundația Soros-Moldova, 2014. [online]. Accesat: 27.05.2019. Disponibil: <https://www.soros.md/files/publications/documents/Pluralismul%20extern%20al%20mass-mediei%20din%20RM.pdf>
  222. *Postul Accent TV devine „Primul în Moldova” și va retransmite Per-vyi Kanal; Ce se întâmplă cu Prime?* Jurnal TV, 21 octombrie 2019 [online]. Accesat: 25.10.2019. Disponibil: <http://jurnal.md/ro/news/6c378649ed7f1998/postul-accent-tv-devine-primul-in-moldova-si-va-retransmite-pervyi-kanal-ce-se-intampla-cu-prime.html>
  223. PREAȘCĂ, Ion. *Cea mai mare casă de publicitate din Republica Moldova pierde teren în fața concurenților de la Gazprom-media*. Adevărul Moldova, 18 aprilie 2014 [online]. Accesat: 17.10.2019. Disponibil: [https://adevarul.ro/moldova/economie/cea-mai-mare-casa-publicitate-republica-moldova-pierde-teren-fata-concurentilor-gazprom-media-1\\_5350be490d133766a8e3eded/index.html](https://adevarul.ro/moldova/economie/cea-mai-mare-casa-publicitate-republica-moldova-pierde-teren-fata-concurentilor-gazprom-media-1_5350be490d133766a8e3eded/index.html)
  224. PREAȘCĂ, Ion. *Cum Moldtelecom a rearanjat lista canalelor TV: Posturile din holdingul lui Plahotniuc au primele patru poziții*. Adevărul Moldova, 26 august 2014 [online]. Accesat: 17.10.2019. Disponibil: [https://adevarul.ro/moldova/actualitate/cum-moldtelecom-rearanjat-lista-canalelor-tv-posturile-holdingul-plahotniuc-primele-patru-pozitii-1\\_53fc2f770d133766a8970943/index.html](https://adevarul.ro/moldova/actualitate/cum-moldtelecom-rearanjat-lista-canalelor-tv-posturile-holdingul-plahotniuc-primele-patru-pozitii-1_53fc2f770d133766a8970943/index.html)
  225. PREAȘCĂ, Ion. *Tranzacție în familie cu postul de televiziune TV7* [online]. Rise Moldova, 16 septembrie 2016 [accesat 27.10.2019]. Disponibil: <https://www.rise.md/tranzactie-in-familie-cu-postul-de-televiziune-tv7/>
  226. *Presa basarabeană de la începuturi până în anul 1957: Catalog / alc.* Margarita Șcelcicova. Chișinău: Epigraf, 2002.
  227. *Primul multiplex național*. Radiocom.md, 16 mai 2016 [online]. Accesat: 23.04.2019. Disponibil: <https://www.radiocom.md/primul-multiplex-digital-1-17>
  228. *Primul sau Prime? Accent TV luptă pe piața publicitară pentru a rupe din „plăcinta” holdingului lui Plahotniuc*. Portalul CJI Media-azi, 22 octombrie 2019 [online]. Accesat: 23.04.2019. Disponibil: <http://media-azi.md/ro/stiri/primul-sau-prime-accent-tv-lupt%C4%83-pe-pia%C8%9Ba-publicitar%C4%83-pentru-rupe-din-%E2%80%9Epl%C4%83cinta%E2%80%9D-holdingului>
  229. *Pro 2* [online]. Accesat: 05.11.2019. Disponibil: [https://howlingpixel.com/i-ro/Pro\\_2](https://howlingpixel.com/i-ro/Pro_2)

230. *Proprietarii instituțiilor media*. Canal 3, 2015, 14 noiembrie [online]. Accesat: 17.08.21. Disponibil: [https://www.canal3.md/ro/proprietarii-instituțiilor-media\\_19563.html](https://www.canal3.md/ro/proprietarii-instituțiilor-media_19563.html)
231. *Publika TV: profil de proprietate*. API, 2012 [online]. Accesat: 22.10.2019. Disponibil: <http://api.md/upload/editor/PDFuri/profilpublika.pdf>
232. RADU, Alina. *Jurnalismul de investigație: cui îi trebuie? La ce folosește?* În: *Mass-media în Moldova*, 2015, iunie, pp. 13-14 [online]. Accesat: 24.04.2020. Disponibil: [http://media-azi.md/sites/default/files/MM-lunie-2015\\_0.pdf](http://media-azi.md/sites/default/files/MM-lunie-2015_0.pdf)
233. *Raportul Departamentului de Stat al SUA despre situația din mass-media autohtonă: control politic, concurență neloială și intimidare a jurnaliștilor*. Portalul CJI Media-azi, 15 martie 2019 [online]. Accesat: 29.06.2019. Disponibil: <http://media-azi.md/ro/stiri/raportul-departamentului-de-stat-al-sua-despre-situa%C8%9Bia-din-mass-media-autohton%C4%83-control>
234. *Rata de penetrare a serviciilor de acces la internet mobil în bandă largă a depășit pragul de 70 la sută*. ANRCETI, 25 mai 2018 [online]. Accesat: 17.05.2019. Disponibil: <https://www.anrceti.md/news25052018>
235. RĂILEANU, Diana. *Filmarea cu drona ar putea fi limitată în R. Moldova*. Actualizat pe 26 mai 2021. [online]. Accesat: 27.01.2021. Disponibil: <https://moldova.europalibera.org/a/filmarea-cu-drona-ar-putea-fi-limitat%C4%83-%C3%AEn-r-moldova/29461632.html>
236. *Registrul furnizorilor de servicii media de radiodifuziune sonoră*. CA, 26 mai 2021. [online]. Accesat: 21.06.2021. Disponibil: [http://www.audiovizual.md/files/Registrul%20Radio%20Etalon\\_0.pdf](http://www.audiovizual.md/files/Registrul%20Radio%20Etalon_0.pdf)
237. *Reorganizarea TV7 în TV8: A rămas pe vechi în proprietatea Analytic Media Grup*. Agora.md, 19 septembrie 2017 [online]. Accesat: 12.09.2019. Disponibil: <https://agora.md/stiri/37185/reorganizarea-tv7-in-tv8-a-ramas-pe-vechi-in-proprietatea-analitic-media-grup--morari-pare-un-scenariu-regizat>
238. *Reporters sans Frontières publie le premier classement de la liberté de la presse (octobre 2002)* [online]. Reporters sans Frontières [accesat 18.05.2020]. Disponibil: <https://rsf.org/fr/reporters-sans-frontieres-publie-le-premier-classement-mondial-de-la-liberte-de-la-presse-octobre>
239. REPORTERS SANS FRONTIÈRES. *Deuxième classement mondial de la liberté de la presse (octobre 2003)* [online]. Accesat: 18.05.2020. Disponibil: <https://rsf.org/fr/deuxieme-classement-mondial-de-la-liberte-de-la-presse-octobre-2003>
240. REPORTERS SANS FRONTIÈRES, 2015 [online]. Accesat: 18.05.2020. Disponibil: <https://rsf.org/fr/classement-mondial-2015>

241. *Republica Moldova, pe locul trei în lume la rata populației cu acces la internet de un gigabit*: [Studiu Viavi Solutions]. Agora.md, 19 mai 2017 A [online]. Accesat: 17.05.2019. Disponibil: <http://agora.md/stiri/32494/studiu-republica-moldova--pe-locul-trei-in-lume-la-rata-populatiei-cu-acces-la-internet-de-un-gigabit>
242. REPUCCI, Sarah. *Freedom in the World 2020: A Leaderless Struggle for Democracy* [online]. Accesat: 05.05.2020. Disponibil: [https://freedomhouse.org/sites/default/files/2020-02/FIW\\_2020\\_REPORT\\_BOOKLET\\_Final.pdf](https://freedomhouse.org/sites/default/files/2020-02/FIW_2020_REPORT_BOOKLET_Final.pdf)
243. *Rezoluția Parlamentului European din 25 septembrie 2008 privind concentrarea și pluralismul mass-media în Uniunea Europeană (2007/2253(INI))*. Parlamentul European, 25 septembrie 2008 [online]. Accesat: 18.06.2019. Disponibil: [https://www.europarl.europa.eu/doceo/document/TA-6-2008-0459\\_RO.html](https://www.europarl.europa.eu/doceo/document/TA-6-2008-0459_RO.html)
244. RISE MOLDOVA. *Raport anual 2017*. [online]. Accesat: 06.03.2020. Disponibil: <https://www.rise.md/wp-content/uploads/2019/02/RISE-Moldova-Raport-Anual-2017.pdf>
245. ROMAN, Stela. *Cum și de ce folosim Instagram pentru mass-media*. Mediacritica.md, 12 septembrie 2019 [online]. Accesat: 12.09.2019. Disponibil: <http://mediacritica.md/ro/cum-si-de-ce-folosim-instagram-pentru-mass-media/>
246. RUSANOVSCI, Sergiu. *Aspecte instituționale și de reglementare a finanțării mass-media în Republica Moldova. Focus pe Teleradio-Moldova Chișinău*: IDIS „Viitorul”, 2010 [on-line]. Accesat: 05.02.2020. Disponibil: <http://www.viitorul.org/files/21.pdf>
247. *Russian Influence in the Media Sectors of the Black Sea Countries. Tools, Narratives and Policy options for Building resilience*. Center for the Study of Democracy, 2018 [online]. Accesat: 18.05.2019. Disponibil: <http://old.csd.bg/artShow.php?id=18294>
248. SĂNDUȚĂ, Iurie, MUNTEANU, Mihai. *Afacerile puterii și ale opoziției. Plahotniucleacs*. Rise Moldova, 18 mai 2015 [online]. Accesat: 17.10.2019. Disponibil: <https://www.rise.md/articol/plahotniucleacs/>
249. SCOBIOALĂ, Dorin. *Mimăm reformele sau reducem concentrarea? În: Mass-media în Moldova, 2016, iunie* [online]. Accesat: 12.06.2019. Disponibil: <http://media-azi.md/sites/default/files/MM-06-2016.pdf>
250. *Securitatea informațională din perspectiva mediatică: Studiu național* [online]. Fundația Soros-Moldova, 2016 [accesat 25.02.2020]. Disponibil: [https://soros.md/files/publications/documents/Studiu\\_Securitatea%20informatiionala%20din%20perspectiva%20mediatica\\_2016.pdf](https://soros.md/files/publications/documents/Studiu_Securitatea%20informatiionala%20din%20perspectiva%20mediatica_2016.pdf)
251. SERGHEEV, Natalia. *Cum ocolesc televiziunile moldovene noua lege anti-propagandă*. Radio Europa Liberă Moldova, 18 februarie 2018

- [online]. Accesat: 20.02.2020. Disponibil: <https://moldova.europalibera.org/a/cum-ocollesc-televiziunile-moldovene-legea-anti-propaganda/29043951.html>
252. SETOHY, Ali. *Mobile journalism (MoJo)*. MAP Academy, Cairo, 2019 [online]. Accesat: 23.04.2020. Disponibil: <http://www.map-academy.com/courses/mobile-journalism-mojo/>
253. *Socialiștii își extind imperiul mediatic: Au devenit coproprietarii unei case de publicitate*. Jurnal.md, 5 aprilie 2017 [online]. Accesat: 12.06.2019. Disponibil: <http://jurnal.md/ro/politic/2017/4/5/socialistii-isi-extind-imperiul-mediatic-au-devenit-coproprietarii-unei-case-de-publicitate>
254. *Sondaj la nivel național privind consumatorii de știri*: [Sondajul a fost realizat de IMAS la comanda CJI]. Portalul CJI Media-azi, noiembrie 2015 [online]. Accesat: 20.02.2020. Disponibil: <http://media-azi.md/ro/publicatii/sondaj-la-nivel-na%C8%9Bional-privind-consumatorii-de-%C8%99tir>
255. STATE, Vasile. *Pluralismul mediatic și realitatea moldovenească*. Portalul CJI Media-azi, 22 octombrie 2014 [online]. Accesat: 03.06.2019. Disponibil: <http://www.media-azi.md/ro/stiri/pluralismul-mediatic-%C8%99i-realitatea-moldoveneasc%C4%83>
256. STEPANOV, Georgeta, TOACĂ Mariana. *Presa locală: funcționalitate și discursivitate*. Chișinău: CEP USM, 2017.
257. STOIANOV, Dumitru. *Mobile Journalism – o mică revoluție media*. În: *Mass-media în Moldova*, 2018, decembrie, pp. 24-25 [online]. Accesat: 30.05.2019. Disponibil: [http://media-azi.md/sites/default/files/MMM\\_Decembrie-2018\\_0.pdf](http://media-azi.md/sites/default/files/MMM_Decembrie-2018_0.pdf)
258. *Studiu asupra audienței tv, radio, internet și presa scrisă*: [realizat pentru Centrul pentru Journalism Independent]. Magenta Consulting, 2018 [online]. Accesat 29.05.2019]. Disponibil: <http://www.media-azi.md/ro/publicatii/%E2%80%9Estudiul-na%C8%9Bional-de-audien%C8%9B%C4%83-mass-media%E2%80%9D>
259. *SunCommunications – 15 ani de excelență în R. Moldova*. Unimedia.md, 26 septembrie 2008 [online]. Accesat: 31.01.2020. Disponibil: <https://unimedia.info/stiri/suncommunications---15-ani-de-excelenta-in-r--moldova-7584.html>
260. ȘARAN, Vladislav. *Anul 2018: încă un an de succes pentru propaganda mediatică în Moldova?* Centrul analitic independent, 28 decembrie 2018 [online]. Accesat: 17.02.2020. Disponibil: <https://spiritcritic1.blogspot.com/2018/12/anul-2018-inca-un-de-succes-pentru.html>
261. ȘARAN, Vladislav. *External propaganda in the Republic of Moldova: Lessons for the Moldovan Government and the International Communi-*

- ty. Kremlin Watch Program, 2018 [online]. Accesat: 14.02.2020. Disponibil: <https://www.kremlinwatch.eu/userfiles/external-propaganda-in-the-republic-of-moldova.pdf>
262. ȘVEȚ, Maria. *Înțelegeri „politice” pe piața publicității televizate. Patru posturi TV au depus plângere la Consiliul Concurenței*. În: *Ziarul de Gardă* 2018, 24 ianuarie [online]. Accesat: 11.11.2019. Disponibil: <https://www.zdg.md/stiri/stiri-sociale/intelegeri-politice-pe-piata-publicitatii-televizate-din-r-moldova-patru-posturi-tv-au-depus-o-plangere-comuna-la-consiliul-concurenței>
263. TACU, Mariana. *New Media: de la web 1.0 la web 4.0*. În: *Valori ale mass-media în epoca contemporană*. Vol. VI. Chișinău: CEP USM, 2016, pp. 64-74.
264. TĂNASE, Constantin. *De ce au fost lichidate ziarele ȚARA și FLUX?* În: *Timpul* 2010, 16 martie [online]. Accesat: 17.06.2019. Disponibil: <https://www.timpul.md/articol/de-ce-au-fost-lichidate-ziarele-tara-si-flux-7353.html>
265. TĂNASE, Constantin. *Pluralism de opinii sau scuipat împotriva vântului?* În: *Timpul* 2014, 17 februarie [online]. Accesat: 17.06.2019. Disponibil: <https://www.timpul.md/articol/pluralism-de-opinii-sau-scuipat-impotriva-vantului-55181.html>
266. *The concept of pluralism: media diversity*. MediaMonitor, Olanda, 2016 [online]. Accesat: 18.06.2019. Disponibil: <https://www.mediamonitor.nl/english/the-concept-of-pluralism-media-diversity/>
267. *The functioning of democratic institutions in Moldova*. Parliamentary Assembly of Council of Europe. Doc. 11878, 28 April 2009 [online]. Accesat: 15.05.2019. Disponibil: <http://old.lhr.md/rapoarte/general/apce/doc.11878.eng.pdf>
268. *The rise of mobile journalism: Publishing’s new frontier?* WNIP, 2018 [online]. Accesat: 22.04.2020. Disponibil: <https://whatsnewinpublishing.com/the-rise-of-mobile-journalism-publishings-new-frontier/>
269. THORIC, Vladimir, SILIȚCAIA, Natalia. *Șerifii presei din Transnistria*. Rise Moldova, Panorama, 3 mai 2016. [online]. Accesat: 23.01.2020. Disponibil: <https://www.rise.md/articol/serifii-presei-din-transnistria-2/>
270. TOACĂ, Mariana. *Presa locală din Republica Moldova: condiții de afirmare, repere funcționale, discurs sociocultural*: Teza de doctor în ști. ale comunicării Chișinău, 2017 [online]. Accesat: 21.04.2019. Disponibil: [http://dspace.usm.md:8080/xmlui/bitstream/handle/123456789/1343/toaca\\_mariana\\_thesis.pdf?sequence=1&isAllowed=y](http://dspace.usm.md:8080/xmlui/bitstream/handle/123456789/1343/toaca_mariana_thesis.pdf?sequence=1&isAllowed=y)
271. *TOP-10 ziare de partid care au marcat politica moldovenească*. Curentul.md, 10 august [online]. Accesat: 14.05.2019. Disponibil: <http://>



- curentul.md/it-media/top-10-ziare-de-partid-care-au-marcata-politica-moldoveneasca.html
272. ȚURCAN, Alina. „Rușii au știut întotdeauna ce caută în Basarabia, în timp ce românii au avut o oarecare sfială inexplicabilă”: [Interviu cu Marian Voicu, directorul Radio Chișinău]. *Adevărul Moldova*, 15 decembrie 2011 [online]. Accesat: 07.02.2020. Disponibil: [https://adevarul.ro/moldova/actualitate/marian-voicu-directorul-radio-chisinau-rusii-stiut-intotdeauna-cauta-basarabia-timp-romanii-avut-oarecare-sfiala-inexplicabila-1\\_50aca3d67c42d5a66387664f/index.html](https://adevarul.ro/moldova/actualitate/marian-voicu-directorul-radio-chisinau-rusii-stiut-intotdeauna-cauta-basarabia-timp-romanii-avut-oarecare-sfiala-inexplicabila-1_50aca3d67c42d5a66387664f/index.html)
273. *Umberto Eco: Rețelele de socializare, invazia imbecililor. Drama internetului este că l-a promovat pe idiotul satului ca purtător de adevăr*. B1 TV, 25 iulie 2015 [online]. Accesat: 27.05.2016. Disponibil: <http://m.b1.ro/stiri/externe/umberto-eco-retelele-de-socializare-invazia-imbecililor-drama-internetului-este-ca-l-a-promovat-pe-idiotul-satului-ca-purtator-de-adevar-118531.html>
274. *Un fost membru al CCA a dezvăluit în ce circumstanțe TVR a fost privată de frecvența națională: „Jocurile fuseseră făcute, iar decizia fusese transmisă la CCA, pentru a fi pusă în aplicare”*. În: *Ziarul National* 2019, 31 decembrie [online]. Accesat: 31.12.2019. Disponibil: <https://www.ziarulnational.md/un-fost-membru-al-cca-a-dezvalui-in-ce-circumstante-tvr-a-fost-privata-frecventa-na-ionala-dupa-o-prima-sedinta-comuna-ai-nostri-nu-m-au-mai-chemat-la-negocieri-pentru-a-nule-strica-socotelile/>
275. *Unele probleme de teorie și practică ale presei și comunicării*. Chișinău: USM, 1999.
276. VARTA, Ion. *Cenzura sovietică din R.S.S. Moldovenească în anii '70 ai secolului al XX-lea*. În: *Limba Română*, 2011, anul 21, nr. 3-6 [online]. Accesat: 27.05.2019. Disponibil: <http://limbaromana.md/index.php?go=articole&n=1230>
277. VIȚU, Valeria. *Moldovenii vor citi ziare românești*. Radio France Internationale, 4 februarie 2010 [online]. Accesat: 23.01.2020. Disponibil: <https://www.rfi.ro/articol/stiri/politica/moldovenii-vor-citi-ziare-romanesti>
278. *Vlad Plahotniuc a cedat două posturi de televiziune unui jurnalist*. Anticorupție.md, 12 mai 2017 [online]. Accesat: 23.10.2019. Disponibil: <https://anticoruptie.md/ro/stiri/doc-vlad-plahotniuc-a-cedat-do-ua-posturi-de-televiziune-unui-jurnalist>
279. *Vlad Plahotniuc, oficial, proprietar a patru televiziuni și trei posturi de radio din Republica Moldova*. ProTV Chișinău, 12 noiembrie 2015 [online]. Accesat: 17.10.2019. Disponibil: [313](http://protv.md/stiri/actu-</a></p></div><div data-bbox=)

- alitate/vlad-plahotniuc-oficial-proprietar-a-patru-televiziuni-si-trei---1235371.html
280. Vox-uri „diverse” fără pluralism de opinii. Portalul CJI Media azi, 23 ianuarie 2017 [online]. Accesat: 25.06.2019. Disponibil: <http://media-azi.md/ru/gafe/vox-uri-%E2%80%9Ediverse%E2%80%9D-f%C4%83r%C4%83-pluralism-de-opinii>
281. WAY, Lucan A. *Weak States and Pluralism: The Case of Moldova*. În: *East European Politics and Societies*. 2003, 17(3), pp. 454–482. [online]. Accesat: 25.06.2019. Disponibil: <https://doi.org/10.1177/0888325403255309>
282. WAY, Lucan. *Pluralism by Default: Weak Autocrats and the Rise of Competitive Politics*. Johns Hopkins University Press, 2015 [online]. Accesat: 27.06.2019. Disponibil: <https://www.amazon.com/Pluralism-Default-Lucan-Way-ebook/dp/B019WRKG10>
283. YAGÜEZ, Alvarez Jorge. *Notas para un nuevo concepto de infrapolítica*. Blog Infrapolitical Deconstrucion, 26 septembrie 2014 [online]. Accesat: 27.11.2019. Disponibil: <https://infrapolitica.com/2014/09/26/notas-para-un-nuevo-concepto-de-infrapolitica/>
284. ZGHEREA, Natalia. *Posturile de televiziune deținute de Plahotniuc pierd primele poziții*. InfoPrut, 1 noiembrie 2019 [online]. Accesat: 4.11.2019. Disponibil: <http://infoprut.ro/53795-posturile-de-televiziune-detinute-de-plahotniuc-pierd-primele-pozitii.html>
285. ZGHIBARȚA, Laura. *Puterea a patra în devenire: reglementarea și reforma mass-media în Republica Moldova*. În: *Media Forward (Freedom House)*, 2020, nr. 11, martie [online]. Accesat: 06.05.2020. Disponibil: [https://freedomhouse.org/sites/default/files/2020-04/Zghibarta\\_final\\_RO.pdf](https://freedomhouse.org/sites/default/files/2020-04/Zghibarta_final_RO.pdf)
286. Ziarul „Moldova Suverană”: *profil de proprietate*. Asociația Presei Independente, 2012 [online] Accesat: 16.09.2019. Disponibil: <http://api.md/upload/editor/PDFuri/profilms.pdf>
287. ZIARUL DE GARDĂ. *Raport de activitate: Povestea anului 2018*. ZdG, 13 ianuarie 2019. [online]. Accesat: 06.03.2020. Disponibil: [https://docs.google.com/presentation/d/1-RgUfz5IU6tqRKhkwsTkGLbpruy-DaY-H2K\\_YYn2afQo/edit#slide=id.g4dd0a03906\\_0\\_1](https://docs.google.com/presentation/d/1-RgUfz5IU6tqRKhkwsTkGLbpruy-DaY-H2K_YYn2afQo/edit#slide=id.g4dd0a03906_0_1)
288. ZVEAGHINȚEV, Serghei. *Mass-media din Transnistria în vremuri ale schimbărilor*. Media Forward, 2018 [online]. Accesat: 20.06.2021. Disponibil: [https://freedomhouse.org/sites/default/files/2020-02/7-Transnistria\\_Media\\_Change\\_ROMANIAN.pdf](https://freedomhouse.org/sites/default/files/2020-02/7-Transnistria_Media_Change_ROMANIAN.pdf)
289. *Атаки на журналистов, блогеров и работников СМИ в Армении, Грузии и Молдове: 2017-2019* Justice for Journalists. Foundation for International Investigations of Crime against Media, 12.05.2020 [onli-

- ne]. Accesat: 06.05.2020. Disponibil: <https://jfj.fund/ru/ataki-na-zhurnalistov-blogerov-i-rabotnikov-smi-v-armenii-gruzii-i-moldove-2017-2019/>
290. *ЖУРНАЛИСТИКА, «фейковые новости» и ДЕЗИНФОРМАЦИЯ. Руководство по академической и профессиональной подготовке журналистов*, UNESCO, 2019. [online]. Accesat: 14.08.2021. Disponibil: <file:///C:/Users/User/Downloads/371785rus.pdf>
291. КЛОБУЦКИЙ, В.С. *Роль печати МАССР в формировании молдавской социалистической нации*. Кишинев: Штиинца, 1976.
292. КРУЛИЦКИЙ, Ф. *Радиовещание Советской Молдавии*. Кишинев: Картя молдовеняскэ, 1979.
293. МИХАЛЕВСКИЙ, Руслан. *Бельцкий телеканал БТВ приостанавливает вещание* [online]. Accesat: 12.06.2019. Disponibil: <https://esp.md/sobytiya/2019/06/10/belckiy-telekanal-btv-priostanavlivaet-veshchanie?fbclid=IwAR3a58DjHELa7DMFbF5ZVwCE6SHQIAAiDKPnrwblt7LP6vnCdJOvEYMBv34>
294. *Плахотнюк сокращает вещание. Канал 2 отказывается от аналога*. NewsMaker, 2019 [online]. Accesat: 16.09.2019. Disponibil: [https://newsmaker.md/rus/novosti/plahotnjuk-sokrashhaet-veshhanie-canal-2-otkazyvaetsja-ot-analoga/?fbclid=IwAR3By1\\_YJaLiQIHvm20o1-s7gvAi\\_pRxSkpYDBDMwtqNrBswel\\_muM2XAdU](https://newsmaker.md/rus/novosti/plahotnjuk-sokrashhaet-veshhanie-canal-2-otkazyvaetsja-ot-analoga/?fbclid=IwAR3By1_YJaLiQIHvm20o1-s7gvAi_pRxSkpYDBDMwtqNrBswel_muM2XAdU)
295. РЕВУЦКИЙ, Всеволод. *Как это было... (к 50-летию Молдавского телевидения)*. Кишинев, 2008.
296. РЕВУЦКИЙ, Всеволод. *Страницы пройденного пути (к 80-летию Молдавского радиовещания)*. Кишинев, 2010.
297. *Социалисты стали совладельцами сейлз-хауса Nova TV Grup*. NewsMaker, 4 апреля 2017 [online]. Accesat: 13.11.2019. Disponibil: <https://newsmaker.md/rus/novosti/sotsialisty-stali-sovladeltsami-sey-lz-hausa-nova-tv-grup-30686/>
298. ТРУБЕЦКОЙ, Борис. *Из истории периодической печати Бессарабии (1854-1916)*. Кишинёв, 1968.
299. ЧАГЛЕЙ, Олга. *Бенефициары предвыборных обещаний*. Rise Moldova, 27 octombrie 2016 [online]. Accesat: 22.10.2019. Disponibil: <https://www.rise.md/rusa/выгодоприобретатели-предвыборных-об/>

## Anexe

**Anexa 1<sup>2</sup>** Electorala 2009. *Studiu de caz: postul de televiziune NIT, programul Curier, 4 iulie 2009, ora 21:30*

Beta: Pentru patriotism și menținerea independenței țării – pentru asta își vor da votul pe 29 iulie locuitorii raionului Taraclia. În scrutinul din 5 aprilie, circa 70 la sută din populația acestei regiuni au votat pentru Partidul Comunist. Oamenii spun că vor proceda la fel și în alegerile parlamentare anticipate care vor avea loc la sfârșitul acestei luni. Chiar dacă din comunitatea din Taraclia fac parte bulgari, găgăuzi, ucraineni și moldoveni, toți deopotrivă pledează pentru integritatea și prosperarea Moldovei. Oamenii spun că în cadrul actualei campanii electorale lupta acerbă se duce nu pentru victoria PCRM, nu pentru partid, dar pentru existența Moldovei ca stat. Poziția ei și-au exprimat-o printr-o rezoluție adoptată în cadrul unei adunări generale.

Sincron (V. Berechelea): Acum, sarcina fiecărui cetățean care gândește limpede, care nu este indiferent de soarta țării este să meargă la alegeri și să demonstreze tuturor că avem o republică, statalitate, suveranitate.

Beta: Oamenii din Taraclia, de la simpli săteni și până la întreprinzători, sunt împotriva celor care împing țara spre instabilitate și dezbinare. Ei pledează pentru menținerea integrității Moldovei.

Sincron (I. Dodon). Atât agenții economici, cât și persoanele fizice, locuitori ai satelor speră foarte mult că pe data de 29 iulie va fi pus punct în toate dezbaterile, debatele acestea politice. Toți doresc stabilite politică. Agenții economici se plâng pe faptul că din considerentele, din cauza instabilității politice își pierd clienții atât pe exterior, cât și pe intern.

Beta: În prezent, în Taraclia locuiesc 30 de mii de reprezentanți ai etniei bulgare. Reprezentanții acestei minorități naționale au fost indignați de intenția liberal-democraților de a elabora o strategie de stat privind integrarea minorităților naționale în societate. Potrivit viitorului document, de drepturi depline se vor putea bucura doar reprezentanții etniilor din Moldova care vor cunoaște limba română la nivelul limbii materne.

Sincron (F. Sabii). Important e să menținem statalitatea Republicii Moldova și să le spunem liberalilor că nu vor obține ceea ce-și doresc. Cel puțin nu în regiunile unde locuiesc bulgarii. Cred că ei se vor convinge o dată în plus provocând alegeri anticipate. După evenimentele din 5 aprilie, mulți s-au dezmeticit. Pentru mulți dintre ei, aceste alegeri vor fi ultimele și nu vor accede în Parlament. Și acest lucru va fi pe bună dreptate, deoarece asta va fi dorința poporului.

---

<sup>2</sup> Titlurile relatărilor reproduse aparțin autorului prezentei lucrări

Beta: Potrivit rezultatelor scrutinului din 5 aprilie, în raionul Taraclia partidele de opoziție au acumulat doar patru la sută din sufragii, fapt ce denotă neîncrederea populației în politica și valorile promovate de liberali.

Sursa: <http://apel.md/libview.php?l=ro&idc=159&id=351> [Accesat 04.02.2019].

**Anexa 2.** Conferința de presă a PCRМ. *Studiu de caz. Postul de televiziune Moldova 1, programul Mesager, 6 iulie 2009, ora 21:00*

Beta: Reprezentanții partidelor liberale speculează pe marginea situației economice din țară fără să propună soluții realizabile. Declarația aparține candidatului la funcția de deputat din partea PCRМ, Igor Dodon. Potrivit lui, PCRМ este unica formațiune care a propus măsuri anticriză spre deosebire de oponenții politici.

Sincron (I. Dodon): Mihai Eminescu spunea: e ușor a scrie versuri când nimic nu ai a spune. O parte din oponenții noștri politici vin doar cu declarații: vom asigura asta, însă cum? De ce nu ne explică tuturor, să înțelegem și noi – cum? Foarte simplu de ce nu explică, deoarece nu știu cum. Este foarte simplu să declari că vor fi 700 de euro sau 800, sau 900 sau vom tripla bugetul ș. a. m.d., însă cum? Nimeni din acești colegi nu vin cu aceste detalii.

Beta: Potrivit lui Igor Dodon, PCRМ este unica formațiune care a propus măsuri anticriză spre deosebire de oponenții săi politici care lansează doar mesaje politice și nu au propuneri concrete de relansare a economiei naționale în condiții de criză. Tot azi, Dodon a declarat că prețurile la motorină nu se vor schimba în viitorul apropiat.

Sincron (I. Dodon): Prețurile la motorină nu au crescut. Asta deja înseamnă că pentru producătorii agricoli este un ajutor substanțial. Guvernul repartizează deja câte 10 litri la hectar pentru producătorii agricoli. Declar că prețurile la această etapă nu au crescut și sper că nu vor crește în viitorul apropiat.

Beta: Dodon s-a referit și la prețul pentru gazul importat pe care îl va achita Moldova de la 1 iulie. Potrivit lui Dodon, acesta va fi mai mic și urmează să fie precizat în următoarele 10 zile.

Sincron (I. Dodon): La sigur va fi un preț în scădere. Eu consider că scăderea prețului de la 1 iulie ar fi un motiv pentru regulatorul independent – este vorba de ANRE, pentru a revedea politica tarifară internă vis-a-vis, mă refer la tariful către consumatorul final.

Sursa: <http://apel.md/libview.php?l=ro&idc=159&id=352> [Accesat 04.02.2019].

**Anexa 3.** Cetățeni străini și evenimentele din 7 aprilie 2009. *Studiu de caz.*  
*Postul de televiziune*

Secretarul general al Consiliului Europei, Terry Davis, se declară îngrijorat de afirmațiile difuzate de postul nostru, potrivit cărora unele persoane angajate de Consiliul Europei au participat la tulburările postelectorale din aprilie. Amintim că într-un material preluat din ziarul *Moldova Suverană* sunt dezvăluite numele celor doi cetățeni străini care, potrivit unor date, au fost implicați în evenimentele din 7 aprilie.

Beta: Într-un comunicat plasat pe site-ul Consiliului Europei, Secretarul general al forului European, Terry Davis, susține că aceste acuzații sunt foarte serioase și au fost făcute fără să fie prezentată nicio dovadă concretă și fără ca organizației europene sau persoanelor respective să le fi dat oportunitatea de a răspunde. Dacă cei de la televiziunea moldoveană de stat ar fi contactat Consiliul Europei înainte de a face aceste afirmații, li s-ar fi spus că s-au făcut șapte săptămâni de când am scris guvernului moldovean și i-am cerut să explice de ce unul dintre experții noștri nu a fost lăsat să se întoarcă în Moldova, în pofida faptului că are o viză valabilă. Dacă ar fi întrebat, televiziunea de stat moldoveană ar fi aflat că încă mai aștept răspuns la scrisoarea mea”, afirmă Terry Davis.

Amintim că în articolul *Șofer sârb de TIR devenit peste noapte expert European importator de revoluții* publicat miercuri 8 iulie în *Moldova Suverană* este menționat că cetățeanul Serbiei, Rady Boegrujeci, a obținut viza de intrare pe teritoriul Republicii Moldova la Kiev, prezentându-se în calitate de șofer de TIR. Apoi, acesta s-a adresat angajatului oficiului Consiliului Europei, Rony Pateze, în scopul legalizării șederii sale pe teritoriul Moldovei sub reprezentarea acestei organizații. Astfel, oficiul Consiliului Europei de la Chișinău a solicitat pentru cetățeanul Serbiei Rady Boegrujeci eliberarea vizei de serviciu cu numărul 0062312.

Articolul a fost preluat din cotidianul *Moldova Suverană* – practică acceptată în jurnalistică. Menționăm pe această cale că postul *TV Moldova 1* nu este televiziune de stat ci o instituție publică. Știrile difuzate nu sunt realizate pentru a plăcea demnitarilor de orice rang. Datoria noastră este de a informa.

*Sursa:* <http://apel.md/libview.php?l=ro&idc=159&id=355> [Accesat 04.02.2019].



**Anexa 4.** Ședința Consiliului municipal. *Studiu de caz. Postul de televiziune N4, programul Obiectiv, 14 iulie, ora 19:30*

Beta: Show-ul politic din Consiliul municipal Chișinău va fi organizat și în viitorul parlament de către liberali, susțin consilierii municipali. Astăzi, activitatea consiliului a fost din nou paralizată de către consilierii Partidului Liberal, PLDM și Alianței Moldova Noastră. Astfel, președintele fracțiunii PL, Ion Ciobanu, a propus ca toate chestiunile de pe ordinea de zi, printre care problema câinilor vagabonzi, a transportului public și multe alte probleme, să fie transmise spre reexaminare iar ședința să fie contramandată.

Sincron (I. Ciobanu): Toate punctele la reexaminare și să încheiem ședința de astăzi.

Beta: Potrivit președintelui consiliului municipal Chișinău, Alexandru Corduneanu, CEC a informat printr-o scrisoare că 14 iulie este data limită pentru aprobarea componentei birourilor electorale din municipiu. Astfel el, la insistența fracțiunii PCRM, membrii consiliului au reușit să aprobe componenta acestora. Totodată, fracțiunile liberale au insistat din nou asupra contramandării ședinței. Astfel, după o pauză care a durat mai mult de o oră, consilierii Partidului Liberal, PLDM și Alianței Moldova Noastră nu s-au mai întors în sală.

Sincron (A. Corduneanu): Dl secretar a anunțat că fracțiunile Partidului Liberal, Alianței Moldova Noastră și PLDM nu vor intra în sală. Voi continua ședința de astăzi.

Sincron (O. Onișcenco): În loc să vină să lucreze aici în sală, să adoptăm deciziile care asteaptă oamenii. Iată, mâine-poimâine poate să fie paralizat transportul electric. Cine o să sufere din cauza asta? Chișinăuienii/ cetățenii de rând. Și anume, din cauza atârării acestea iresponsabile care ei o demonstrează acum, ei vor paraliza și activitatea întregii țări. De aceea, aceste partide nu merită să fie votate de către alegători.

Beta: Muncitorii de la Regia Transport Electric care de aproape o lună cer Consiliului municipal Chișinău ca actualul director al întreprinderii, Gheorghe Morgoci, care este membru al PL să fie demis, au amenințat din nou că vor intra în grevă generală.

Sincron (reprezentant Regia Transport Electric): Noi nu putem în așa situație să lucrăm. Vă rog frumos să ne înțelegeți, cu multă stimă ne adresăm Dvs. ca voi să soluționați întrebarea asta

Beta: Spiritele s-au încins după ce purtătorul de cuvânt al liberalilor, amnistul Oleg Cernei le-a cerut muncitorilor să se întoarcă la muncă.

Sincron (O. Cernei): De trei luni stai aici pe lângă primărie (replicile de dezacord ale muncitorilor prezenți).

Beta: Muncitorii i-au spus lui Cernei că liberalii se ocupă doar de politică, amintindu-l acestuia de prezența la protestele din 7 aprilie unde incita tinerii să

dea foc (imagini de la protest, Cernei strigă „Foc”, MUNCITORII: Cum ați strigat la parlament, așa strigați și aici... Foc primăria!). Astfel fracțiunile PL, PLDM și Alianței Moldova noastră au boicotat deja a opta ședință a Consiliului municipal Chișinău, iar problemele capitalei rămân din nou în voia sorții. Mai ales că și primarul municipiului, Dorin Chirtoacă, este degrevat din funcție pentru a se ocupa de campania electorală (urmează pe final frânturi dintr-o piesă muzicală cu refrenul „Suntem cu toții bolnavi...”).

*Sursa:* <http://apel.md/libview.php?l=ro&idc=159&id=356> [accesat 04.02.2019].

**Anexa 5.** Spot electoral al PCRM. *Studiu de caz. Postul de televiziune NIT, programul Curier, 13 iulie, ora 21:30*

Beta: Partidul Democrat a atacat la CEC Partidul Comuniștilor privind difuzarea unui spot electoral în care apare fostul membru al PCRM, actualul lider al PD Marian Lupu. CEC a interzis difuzarea spotului, iar reprezentanții comuniștilor spun că vor contesta decizia comisiei întrucât corespunde tuturor rigorilor electorale.

Sincron (M. Lupu): Toate forțele politice sunt divizate în două mari grupuri: partidele politice și politicienii care se gândesc la viitoarele alegeri și partidele politice în cazul nostru este PCRM care se gândește la viitoarele generații, la viitorul acestei țări. (apare spusa lui Plutarh: Trădătorii se trădează în primul rând pe sine înșiși).

Sincron (S. Sârbu): Noi am înaintat această decizie în instanța de judecată și vom demonstra prin intermediul tuturor acestor instanțe că acest spot corespunde tuturor rigorilor, legii și că acest spot nu va fi scos din grila de emisie a mijloacelor de informare în masă. Dacă reprezentanților PD le este rușine de declarațiile liderului său, fost membru al PCRM, este o problemă de imagine a PD și nicidecum a PCRM.

*Sursa:* <http://apel.md/libview.php?l=ro&idc=159&id=359> [accesat 04.02.2019].

**Anexa 6.** PLDM reclamă nereguli în campania electorală. *Studiu de caz. Postul de televiziune N4, programul Obiectiv, 17 iulie, 19:30; Postul de televiziune NIT, programul Curier, 21 iulie, ora 21:30*

Beta: PLDM din nou refuză să facă publice fraudele care, potrivit lor, au avut loc la alegerile parlamentare din 5 aprilie. Azi, în cadrul unei conferințe de presă, liderul PLDM, Vladimir Filat, din nou a fost rugat de jurnaliști să prezinte măcar un nume al unui mort care, potrivit liberalilor, sunt sute de mii care ar fi votat la data de 5 aprilie. Ca de obicei în stilul său inconfundabil Filat a declarat:

Sincron (V. Filat): Zaelo, zaelo, zaelo (repetat la montare).

Beta: Au trecut deja mai mult de trei luni de la alegerile parlamentare din 5 aprilie, dar până în prezent Filat nu și-a onorat promisiunile făcute jurnaliștilor că în curând va prezenta numele morților care potrivit lui ar fi votat la data de 5 aprilie.

Sincron (V. Filat): Deci, aveți puțin răbdare, fiindcă zilele următoare vor fi publicate pe site-ul oficial al partidului date care reies din analizele și verificările pe care le-am efectuat noi în urma alegerilor din 5 aprilie. Și o să aveți posibilitatea să găsiți mai multe nume decât trei. Eu din câte am observat, jurnalistul pe care l-am rugat să aibă un pic de răbdare a avut această răbdare. Mă folosesc de același drept și vă rog foarte mult, dle Gonța, să aveți și Dvs. un pic de răbdare și o să fie prezentate toate probele despre care am vorbit până în prezent. Și nu aveți răbdare? Noi vom publica pe site-ul partidului parțial ce s-a întâmplat într-un raion sau altul. Aveți de răbdat nu opt ani de zile, ci un pic. Să nu credeți că noi în ziua alegerilor nu vom veni cu toate probele ca oamenii să aibă argumente și mai puternice decât au fost până în prezent.

Sincron (V. Filat): Zaelo, zaelo, zaelo (repetat la montare).

*Beta: În pofda declarațiilor și promisiunilor, niciuna dintre acele formațiuni liberale nu au prezentat cel puțin o dovadă în acest sens.*

*Sursa: <http://apel.md/libview.php?l=ro&idc=159&id=362> [accesat 04.02.2019].*

**Anexa 7.** Partidele liberale în electorală. *Studiu de caz. Postul de televiziune N4, programul Obiectiv, 27 iulie, 19:30*

Beta (pe acorduri de cântec unionist): Pe aceste note unioniste a luat sfârșit campania electorală pentru partidele liberale. Cu melodii ce cheamă la distrugerea Moldovei ca stat și unirea lui cu o țară vecină, PL și PLDM au organizat astăzi o conferință de presă privind totalurile electorale. La conferința de presă a fost prezentă și Alianța Moldova Noastră, chiar dacă nu mai are nicio șansă să accedă în parlament, acumulând doar 2,6% din votul alegătorilor.

(pe fundal răsună cântecul „Trei culori”, interpretat de Doina și Ion Aldea-Teodorovici)

În întreaga activitate a liberalilor de la constituirea acestor partide s-a pus accentul pe mesajele de unire a țării noastre cu România. Și anul trecut, cu exact șapte luni înainte de 7 aprilie, liderul partidului liberal, Dorin Chirtoacă, chema lumea în Piața Marii Adunări Naționale la distrugerea statalității moldovenești și alipirea țării noastre la alt stat.

(pasaj din discursul lui D. Chirtoacă de la acel eveniment, în care scanda „Trăiască și înflorească Moldova, Ardealul și Țara Românească”).

Beta: La șapte luni de la acest eveniment pe 7 aprilie 2009 în Piața Marii Adunări Naționale, în fața clădirilor președinției și parlamentului, sub privirile

satisfăcute ale liderilor liberali (în imagine Filat, Ghimpu...) se scandau mesaje similare (imagini cu scandări unioniste din 7 aprilie.

*Sursa:* <http://apel.md/libview.php?l=ro&idc=159&id=364> [accesat 04.02.2019].

**Anexa 8.** Negocierile coaliției. *Studiu de caz, postul de televiziune NIT, programul Obiectiv, 6 august, 21:30*

Cele mai secrete negocieri politice de la formarea Republicii Moldova. Deși liderii celor patru partide au promis presei la începutul dialogului că discuțiile vor purta un caracter transparent și civilizată, acest lucru nu se prea respectă. Atât presa, cât și întreaga societate nu sunt informate ce pun la cale cele patru partide.

Beta: Pornind de la propria lor convingere că au obținut victoria în alegeri, liderii celor patru mici partide au decis să lanseze negocieri de formare a coaliției. Procesul a început ieri după două luni de discuție. Dialogul a fost marcat de o secretomanie condamnată de toți jurnaliștii. După ce au apărut primele semne de disensiuni și de bătălii pentru funcții, partenerii liberali se străduie să nu dezvăluie cu orice preț ceea ce pun la cale. Jurnaliștii consideră că acestea sunt cele mai secrete negocieri de la formarea Republicii Moldova. Asta în pofida promisiunilor că dialogul va fi unul transparent.

Sincron (M. Lupu): Aceste negocieri nu trebuie să fie purtate într-un format îngust, într-un format închis, unul de secretomanie. Trebuie să fie un proces civilizată, un proces european de negocieri politice. Cu atât mai mult că societatea manifestă un viu interes pentru acest proces și în această situație, clasa politică trebuie să dea dovadă de înțelegere și de propria cultură politică pentru a merge pe această cale.

Beta: Or, totul se întâmplă invers. Liberalii împart fotoliile și se implică în soarta țării prin restaurante, prin periferiile Chișinăului, ascunși de ochii lumii și ignorând opinia publică. Pentru a mima transparența la negocieri au acces doar reporterii aleși, restul presei nu are ce căuta la dialog.

Sincron (M. Ghimpu): Eu vreau să vă spun să nu vă supărați pe aceasta. Eu aș fi de acord să vă anunțăm: să spunem, la ora cutare să ne așteptați acolo, dar informația pe care Dvs. trebuie s-o cunoașteți încă nu există. Când are să fie, atunci o să vă anunțăm.

Beta: Unica informație accesibilă astăzi societății, spune Ghimpu, este că cei patru au botezat coaliția lor – Alianța pentru Integrare Europeană. Unii analiști se tem că această alianță ar putea repeta experiența nereușită a Alianței pentru Democrație și Reforme din 1998 care a trăit doar nouă luni, murind pe masa de naștere, cum iubesc să spună unii publiciști.

Între timp, Partidul Comuniștilor așteaptă să vadă ce se va alege din aceste negocieri secrete între liberali și democrați. În așteptare sunt și misiunile diplomatice de la Chișinău. Ambasadorul Federației Ruse spune că ecuațiile de forță în viitoarea guvernare sunt neclare. Nu se știe încă cine va governa: cele patru mici partide sau partidul susținut de jumătate din populația țării.

Sincron (V. Kuzmin): Moscova manifestă un respect deosebit față de opțiunea poporului moldovenesc, manifestată de două ori în ultima vreme, în timpul a două scrutine. Din câte eu înțeleg, astăzi parlamentul încă nu este format și să vorbim cine va fi în opoziție și cine la guvernare este prea devreme.

*Sursa:* <http://apel.md/libview.php?l=ro&idc=159&id=366> [accesat 04.02.2019].

**Anexa 9.** Alianța pentru integrare europeană. *Studiu de caz. Postul de televiziune Moldova 1, Mesager, 8 august, ora 21:00*

Cele trei partide liberale și PDM au semnat astăzi în prezența mass-media o declarație privind constituirea coaliției de guvernare Alianța pentru Integrare Europeană. Declarația are la bază cinci obiective. După formarea coaliției este necesar un dialog cu PCRM în contextul alegerii șefului statului, spun liderii cvartetului. Aceștia mai declară că negocierile propriu-zise în cadrul coaliției vor demara abia după semnarea declarației comune privind crearea alianței. Liderii celor patru partide spun că deocamdată nu au discutat departajarea funcțiilor în stat.

Beta: Liberalii și Partidul Democrat s-au ținut de cuvânt și au constituit alianța parlamentară. Însă, acest eveniment s-a produs mult mai repede de cum anunțau liderii AMN și PL. Accelerarea procesului s-a produs probabil și în urma întâlnirii de acum două zile a celor patru lideri cu reprezentanții organizațiilor internaționale. Cel puțin Marian Lupu este de părere că evenimentul respectiv a contribuit la impulsivitatea procesului de negocieri în interiorul cvartetului. Acest eveniment a fost precedat de un ultimatum înaintat de Vladimir Filat, liderul PLDM, care spunea că la negocieri nu se va trece dacă cele patru partide nu vor spune clar că nu vor o conlucrare cu PCRM. După aceste declarații, cei patru nu s-au întâlnit câteva zile. Ieri seara, după negocieri care au durat circa două ore la sediul AMN a fost luată decizia despre constituirea coaliției, lucru care a și fost făcut astăzi în prezența jurnaliștilor.

(imagini de la semnarea declarației din 29 iulie)

Coaliția de guvernare – Alianța pentru Integrare Europeană – are la bază cinci principii. Liderii celor patru partide s-au angajat în fața societății să realizeze mai multe obiective, cele mai importante fiind depășirea crizei social-economice, reintegrarea teritorială a țării, integrarea europeană a Republicii Moldova și promovarea unei politici externe echilibrate, consecvente și responsabile. În

fond după formarea coaliției trebuie inițiat un dialog cu Partidul Comuniștilor pentru alegerea șefului statului, susține Marian Lupu, liderul PDM.

Sincron (M. Lupu): Este foarte important că acest dialog va fi purtat într-un spirit cumpătat, calm, civilizată, unul în spiritul unui nivel de cultură politică europeană.

Beta: În același timp, liderii PL și AMN sunt de părere că negocieri cu Partidul Comuniștilor nu trebuie să aibă loc în contextul departajării funcțiilor în stat.

Sincron (S. Urecheanu): Eu cred că nu vom purta niciun fel de negocieri la capitolul funcțiilor cu Partidul Comuniștilor.

Sincron (M. Ghimpu): Toate problemele ce țin de guvernarea Republicii Moldova le hotărâm noi, în patru.

Beta: Despre departajarea funcțiilor încă nu s-a discutat în cadrul coaliției, susține Vladimir Filat. Anterior, liderul PLDM declara că liberal-democrații ar trebui să dețină în viitorul parlament funcția de speaker. Jurnaliștii i-au întrebat pe liderii coaliției și despre viitorul program de guvernare. Liderul PL, Mihai Ghimpu, spune că acesta este gata.

Sincron (M. Ghimpu): 99,9 este gata.

Beta: Marian Lupu nu împărtășește optimismul colegului său de coaliție.

Sincron (M. Lupu): Este o întrebare importantă. Noi nu putem afirma acum că deja există un program al guvernului, având în vedere că noul executiv încă nu a fost format.

Sincron (V. Filat): Acum va fi elaborat un program comun care va sta la baza activității noastre. El va fi pe patru ani (Urecheanu – opt ani).

Beta: Cooperarea cu Alianța Nord-Atlantică – încă un subiect pe care l-au abordat liderii coaliției.

Sincron (S. Urecheanu): Noi vom acționa în conformitate cu Constituția Republicii Moldova și interesele poporului nostru. Dacă se vor schimba interesele, sunt posibile schimbări de situație, dar există Constituția țării.

Beta: După ce vor fi stabilite principiile în baza cărora va activa coaliția, cvarțetul va purcede la departajarea funcțiilor în stat. În total, cele patru formațiuni politice au obținut 53 de mandate de deputat. Acest număr însă nu este suficient pentru alegerea președintelui țării. Pentru asta este nevoie de 61 de voturi. Comuniștii care au acumulat 48 de mandate declarau anterior ca sunt gata să treacă în opoziție responsabilă. Comentând constituirea Alianței pentru Integrare Europeană, Grigore Petrenco, unul din funcționarii de frunte ai Partidului Comuniștilor, deputat în noul parlament, a declarat că această coaliție de guvernare este de fapt reeditarea vechii Alianțe pentru Democrație și Reforme care a încercat să guverneze țara fără succes, fiind constituită în 1998 și care a durat numai nouă luni. Alianța s-a destrămat din cauza neînțelegerilor și antagonismului dintre componentele acesteia.

Sursa: <http://apel.md/libview.php?l=ro&idc=159&id=371> [accesat 04.02.2019].



**Anexa 10.** Demersul PPCD. *Studiu de caz. Postul de televiziune EuTV, programul Monitor, 11 august, ora 21:00*

Curtea Constituțională a acceptat demersul Partidului Popular Creștin-Democrat care cere renumărarea voturilor din 29 iulie. PPCD vine cu probe concludente care relevă că alegerile anticipate s-au desfășurat cu încălcări serioase ale legislației în vigoare. Una dintre ele este că la scrutinul din 29 iulie au dispărut misterios peste trei mii de buletine de vot. Chestiunea urmează să fie discutată vineri într-o ședință publică la Curtea Constituțională.

Beta: Neregulile și încălcările semnalate de PPCD în cadrul scrutinului din 29 iulie sunt cele mai grave înregistrate vreodată, susțin creștin-democrații. PPCD vine cu probe în acest sens și a depus un demers în acest sens pe 6 august la Curtea Constituțională. Ieri, ei au primit un răspuns.

Sincron (R. Bușilă): Demersul PPCD a fost acceptat de către Curtea Constituțională și aceasta ne-a informat printr-un demers special că pe data de 14 august la orele 10 va fi audiat dosarul nostru. Noi desigur vom depune toate diligențele și vom motiva, vom aduce probatoriul necesar privind cererea aceasta absolut democratică de renumărare a voturilor.

Beta: Până în prezent, la Curtea Constituțională nu au fost înregistrate sesizări de acest gen și de la alte partide politice.

Sincron (R. Bușilă): Pe noi ne miră această politică duplicitară și, de fapt, amorală a celor care au sesizat încălcările în alegerile din 5 aprilie și iată în alegerile din 29 iulie la care la fel sunt constatate foarte multe încălcări ale legislației electorale, aduse argumente foarte clare, și ei tac.

Beta: Curtea Constituțională trebuie să se pronunțe în acest sens timp de 10 zile de la depunerea demersului. Dacă hotărârea Curții nu va fi în avantajul PPCD, creștin-democrații spun că vor merge mai departe și vor apela la instituțiile internaționale.

Sursa: <http://apel.md/libview.php?l=ro&idc=159&id=372> [accesat 04.02.2019].

**Anexa 11.** Noua guvernare. *Studiu de caz. Postul de televiziune NIT, programul Curier, 14 și 17 august, ora 21:30*  
14 august 2009

Ion Sturza a demisionat din funcția de vice-director al grupului Rompetrol. Asta după ce presa a scris că fostul premier este un posibil candidat al coaliției liberal-democrate la președinția statului. Sturza s-a întâlnit săptămâna aceasta cu liberal-democratul Vlad Filat, în timp ce un alt pretendent la șefia statului, democratul Marian Lupu, se afla într-o vizită privată în Europa.

Beta: Despre fostul premier moldovean în perioada 1999-2000 care a demisionat deja de la Rompetrol presa a scris că ar fi o posibilă candidatură a Alianței pentru Integrare Europeană la președinția Moldovei. Presupunerile jurnaliștilor au fost alimentate și de întâlnirea din săptămâna aceasta dintre fostul premier și președintele PLDM la numai câteva zile după ce Filat a declarat public că Sturza are toate calitățile pentru un șef de stat. Presa scrie că Filat și Sturza încearcă să reanimeze vechea lor prietenie. În martie 1999, Filat a devenit ministru în Guvernul Sturza, perioadă marcată de un șir de scandaluri economice. Numele actualului lider al liberal-democrațiilor a figurat în tranzacția de vânzare a unui imobil în centrul capitalei, în altă vânzare, la fel de dubioasă, la un preț redus a șase avioane TU 154, dar și în legătură cu vânzarea fabricii de ciment de la Rezi-na la un preț de 200 mii de dolari, deși pentru ea se propuneau 15 milioane de dolari. Presa a scris că toate aceste cazuri au fost mușamalizate grație numirii lui Filat ministru de stat în Guvernul Sturza. Tot în acea perioadă, sub umbrela monopolistă a SA ICON au fost grupate majoritatea fabricilor de conserve – fundamentul industriei prelucrătoare din republică. Firma se afla sub conducerea lui Ion Sturza, până la numirea acestuia în funcția de prim-ministru. Întreprinderile subordonate de acesta au primit numeroase credite din partea instituțiilor financiare internaționale. Odată cu încheierea privatizării cea mai mare parte a acestor întreprinderi au părăsit, se pare, concernul împotmolit în datorii, dar deja ca structuri comerciale libere și scutite de datorii.

Între timp, negocierile de câteva săptămâni între liderii PD, PLDM, PL și AMN sunt acoperite de mister. Nimeni din ei nu poate spune clar ce au decis: cine și ce post va ocupa în stat. Analistii cred că disensiunile dintre PD, PLDM, PL și AMN apar din cauza că pentru cele trei funcții importante în stat – premier, speaker și președinte al țării – aspiră tocmai patru lideri cărora le vine greu să cedeze din ambiții.

Întâlnirea dintre Vlad Filat și Ion Sturza s-a produs în ziua când un alt pretendent la șefia statului a plecat din țară. Este vorba despre democratul Marian Lupu care efectuează o vizită privată în Europa și care nu a comentat în niciun fel posibila promovare a lui Ion Sturza la cârma țării (Victoria Filip).

17 august 2009, ora 21.30

Candidatul liberal-democrat care a fost surprins pe internet în timp ce își promova partidul în rândul lumii interlope a ajuns în parlament. Mandatul lui Ion Butmalai a fost recunoscut după ce Curtea Constituțională a validat rezultatele alegerilor anticipate. Imaginile din campania electorală au demonstrat că Butmalai le-a solicitat sprijin la alegeri mai multor autorități criminale pe care le-a plătit asigurându-le că ulterior vor avea susținere din partea PLDM.

Beta: În imaginile plasate pe internet înainte de alegeri liderul organizației teritoriale a PLDM Cahul și candidatul cu nr. 18 al formațiunii apărea la o întrunire a interlopilor de la sudul țării. Din discuțiile purtate de Butmalai cu autoritățile criminale se înțelege că ultimii au fost instruiți de liberal-democrat să lupte contra comuniștilor, asigurându-i că dacă PLDM vine la putere le va acorda tot sprijinul.

(urmează secvențe de pe internet de la întâlnirea menționată)

Tot pe imaginile de pe internet, candidatul liberal-democraților Ion Butmalai împarte literatură cu agitație electorală și-i îndeamnă pe reprezentanții lumii criminale să voteze pe liberali, făcând referință și la partidul condus de Urechean care ar avea legături cu un oarecare Grișa. Se pare că Butmalai s-a referit la liderul interlop refugiat la Moscova Grigore Caramalac, alias Bulgaru.

(urmează secvențe de pe internet de la întâlnirea menționată)

Beta: Cei care nu stau la pușcărie sunt oameni ai Moldovei, a răspuns liderul liberal-democraților, fiind solicitat de presă să comenteze materialele video de la întrevvedere șefului organizației teritoriale PLDM Cahul cu reprezentanții lumii interlope. După validarea scrutinului de Curtea Constituțională, Ion Butmalai a devenit deputat din partea PLDM, având imunitatea diplomatică și parlamentară.

Sursa: <http://apel.md/libview.php?l=ro&idc=159&id=373> [accesat 04.02.2019].

**Anexa 12.** Despre coaliția PCRM. *Studiu de caz. Postul de televiziune Moldova 1, programul Mesager, 22 august, ora 21:00*

*Partidul comuniștilor va crea propria coaliție. Aceasta va fi una de centru-stânga și va fi formată în baza celor cinci principii avansate de liderul formațiunii, Vladimir Voronin, în perioada campaniei electorale. Inițiativa a fost lansată astăzi la plenara CC al PCRM. După cum a declarat Vladimir Voronin, desfășurarea unor noi alegeri ar fi cea mai nefastă cale pentru Republica Moldova care ar duce la destabilizarea situației în continuare, în urma căreia va pierde întreaga societate moldovenească. Anume din acest motiv, în opinia lui Voronin, PC trebuie să se concentreze asupra altei direcții.*

Beta: La plenara de astăzi a PCRM a fost examinată situația politică ce s-a creat în țară după alegerile parlamentare din 29 iulie. Președintele PCRM, Vladimir Voronin, i-a felicitat pe cei prezenți cu victoria în alegerile parlamentare.

Sincron (V. Voronin): Conform tuturor criteriilor indiscutabile ale actualei lupte politice, noi suntem adevărații învingători, chiar dacă rezultatul spre care am năzuit s-a dovedit a fi mai prost decât planurile și așteptările noastre. Unde, în ce țară democratică contemporană ați mai văzut așa ceva ca practic o jumătate din toți alegătorii să-și dea voturile unei singure forțe politice, unui singur partid? Unde ați mai văzut ca un partid care se află la putere timp de mai mult de opt ani să aibă o astfel de popularitate și încă în condițiile unei recesiuni economice și a unei crize globale?

Beta: Atrăgând atenția asupra particularității situației politice interne create V. Voronin a menționat că PCRM este pregătit pentru cele mai diverse scenarii de luptă politică în continuare, inclusiv posibila trecere în opoziție.

Sincron (V. Voronin): Dacă un partid politic nu este capabil în orice moment din raționamente ideologice și principiale să treacă în opoziție, un astfel de partid pur și simplu nu merită puterea. Dacă un comunist se teme de povara trecerii în opoziție, dacă în fața pericolului și a celor mai crunte represii își pierde demnitatea și noblețea umană, locul său într-adevăr este printre clanurile politice care se întitulează drept centriste și alt soi de liberali.

Beta: În același timp, Vladimir Voronin a supus unei critici dure ideile privind necesitatea desfășurării unor noi alegeri.

Sincron (V. Voronin): Aceasta ar fi cea mai nefastă cale pentru țara noastră care duce la destabilizarea situației în continuare, în urma căreia va pierde întreaga societate moldovenească.

Beta: Anume din acest motiv, în opinia președintelui PCRM, eforturile trebuie concentrate pe o altă direcție. Vladimir Voronin a prezentat în detalii această variantă de acțiuni.

Sincron (V. Voronin): Noi vedem că această coaliție de dreaptă se află în impas cronic. Nici încolo, nici înapoi. Iar aceasta înseamnă că partidul nostru este obligat să lanseze constituirea propriei coaliții de stânga-centru, o coaliție anticriză întemeiată pe cele cinci principii pe care le-am avansat eu și care au fost sonorizate în campania electorală. Prioritatea noastră strategică rezidă în faptul că fracțiunea majoritară a PCRM nu a fost formată prin unirea artificială a câtorva partide cu valori și programe care se contrazic reciproc. Fracțiunea noastră a fost formată de către alegători. De aceea, sarcina noastră constă în a intra în dialog cu acele forțe politice care sunt dispuse totuși să depășească propriul egoism politic și să se situeze pe o poziție patriotică fermă.

Beta: Poziția președintelui PCRM a fost susținută de cei prezenți.

Sincron (V. Vitiuc): Pentru a câta oară apare întrebarea: ce-i de făcut? Cred că răspunsul la această întrebare l-am primit astăzi de la președintele partidului. Deja în următoarele zile preconizez să convoc biroul organizației teritoriale Bălți pentru a aduce la cunoștință tezele expuse astăzi de Vladimir Voronin. Pot să

afirm cu toată responsabilitatea că biroul comitetului municipal Bălți va susține întru totul această poziție.

Beta: Partidul Comuniștilor s-a angajat să facă totul ce-i stă în puteri ca dialogul tuturor forțelor politice interesate să conducă la o adevărată coaliție anticriză stabilă a partidelor politice care se situează ferm pe pozițiile statalității moldovenești, ale echității sociale și ale democrației.

*Conducerea Partidului Comuniștilor și a fracțiunii parlamentare a PCRМ va desfășura în timpul apropiat negocieri concentrate în parte cu formațiunile politice care au intrat în parlament. Despre aceasta se vorbește într-o declarație special adoptată astăzi la plenara PCRМ. În declarație se menționează că doar Partidul Comuniștilor în actuala componență a parlamentului deține adevărata majoritate parlamentară care a fost formată conform voinței alegătorilor și nu în urma intrigilor țesute de anumiți lideri politici care au înjghebat din formațiuni liliputane oarecare coaliție provizorie și instabilă.*

Beta (carton): Alegerile parlamentare anticipate din R. Moldova nu au stabilit, spre marele nostru regret, acea singura forță politică ce este capabilă să-și asume întreaga responsabilitate pentru dezvoltarea în continuare a statului moldovenesc. În același timp, precum au arătat rezultatele alegerilor, jumătate din societatea moldovenească tinde spre continuarea cursului de schimbări și de făturire social eficientă pe care l-au promovat comuniștii în toți cei opt ani anteriori.

Dar este o realitate și faptul că o altă parte a societății și-au văzut viitorul în promisiunile și programele altor partide, crezând în sinceritatea declarațiilor și a inițiativelor liderilor acestora. Timpul va da apreciere acestor opțiuni. Însă, chiar astăzi este limpede că doar Partidul Comuniștilor în actuala componență a parlamentului deține adevărata fracțiune majoritară care a fost formată conform voinței alegătorilor, ci nu în urma intrigilor țesute în culise de anumiți lideri politici care au înjghebat din formațiuni liliputane oarecare coaliție provizorie și instabilă.

Un astfel de statut al fracțiunii majoritare impune Partidului Comuniștilor o responsabilitate politică deosebită privind stabilizarea situației în Moldova, formarea puterii capabile să reziste în fața crizei economice, să continue reformele sociale, să avanseze pe calea modernizării europene continue a țării. Pornind de la prioritățile evoluției democratice stabile, de la interesele supreme ale societății și statului, CC al PCRМ consideră drept inadmisibilă zădărnicierea procesului de formare de către parlamentul nou-ales a organelor supreme ale puterii țării și ca o necesitate forțată a desfășurării unor noi alegeri parlamentare anticipate. Partidul Comuniștilor va întreprinde toți pașii necesari pentru a nu admite o astfel de evoluție periculoasă a situației. CC al PCRМ a însărcinat conducerea partidului și a fracțiunii parlamentare a PCRМ să desfășoare în timpul apropiat

negocieri concentrate în parte cu formațiunile politice care au intrat în parlament. Totodată, poziția PC va fi dictată de obiectivele ei strategice constante în dezvoltarea social-economică și spirituală a țării, precum și de cele cinci principii de participare a PCRМ la o eventuală coaliție parlamentară care au fost lansate public de președintele partidului, V. Voronin, nemijlocit în preajma alegerilor parlamentare anticipate, se arată în declarația CC al PCRМ.

*Reprezentanții Alianței pentru Integrare Europeană consideră că intenția PCRМ de a crea o coaliție de centru-stânga nu va avea sorți de izbândă. Liderii PL și PLDM declară că nu vor merge la un asemenea dialog cu PCRМ.*

Beta: Formarea unei coaliții anticriză și desfășurarea unei negocieri cu formațiunile politice care au intrat în parlament nu este salutăată de către reprezentanții formațiunilor liberale parlamentare.

Sincron (A. Tănase): Noi considerăm că este o decizie greșită a Partidului Comuniștilor și care nu urmărește ca scop instalarea stabilității și a unei guvernări funcționale, adecvate acelei situații de criză economic în care ne aflăm noi. La acest moment nu există nicio premisă și nicio posibilitate ca o formațiune politică care ar fi membră a acestei alianțe să negocieze cu PCRМ.

Sincron (M. Ghimpu): Este constituită Alianța pentru Integrare Europeană și comuniștii sunt invitați la dialog marți la ora 11 la Palatul republicii. Nu au să vină, înseamnă că își asumă răspunderea pentru sărăcia care se aprofundează în Republica Moldova.

Beta: Liderii PD și AMN nu au fost de găsit astăzi pentru a comenta inițiativa PCRМ.

*Locuitorii capitalei susțin inițiativa PCRМ de a forma o coaliție de centru-stânga și de a desfășura negocieri în parte cu formațiunile care au intrat în parlament. În opinia lor, PC este unica formațiune capabilă să pună capăt crizei din țară.*

Beta: Inițiativa comuniștilor de a lansa un dialog separat cu partidele parlamentare este o idee bună și putea fi lansată, doar de PCRМ, consideră locuitorii capitalei. În opinia lor doar PCRМ este formațiunea capabilă să soluționeze criza politică.

Vox 1 (rus): Dacă Partidul Comuniștilor tinde spre dialog cu celelalte partide politice, atunci acest lucru este doar în beneficiul societății, deoarece înțelegerea reciprocă este benefică.

Vox 2 (rus): Desigur că este binevenită dacă tot Partidul Comuniștilor se orientează spre acest lucru.

Vox 3 (rus): Sunt sigur că doar PCRМ este capabil să ne soluționeze toate problemele țării.

Vox 4 (rus): Desigur că un singur partid este mult mai bine, deoarece poate fi obținută stabilitatea în țară decât neînțelegerile între formațiunile mici.

Vox 1 (rus): Inițiativa lor va avea un impact pozitiv asupra vieții din țara noastră, deoarece partidele mici nu se vor putea înțelege între ele iar PCRM ca reprezentant al majorității mai ușor va putea obține acest lucru.

Vox 5 (rom): Eu cred că aceste patru partide din Alianța pentru Integrare Europeană niciunul nu se va duce în coaliție cu PCRM.

Vox 6 (rus): Eu nu mă implic și nu mă interesez de politică însă vreau ca tânăra generație să fie fericită, să aibă un viitor.

Vox 7 (rus): Coaliția de stânga-centru răspunde mai mult intereselor cetățenilor Republicii Moldova decât cea de centru-dreapta, deoarece formațiunile de centru-dreapta s-au discreditat în fața oamenilor în timpul evenimentelor din aprilie. La moment, la guvernare în lumea întreagă acced partidele de stânga și noi trebuie să susținem această tendință. Apreciez această inițiativă lansată de Partidul Comuniștilor.

Sursa: <http://apel.md/libview.php?l=ro&idc=159&id=375> [accesat 04.02.2019].

**Anexa 13.** Președintele parlamentului. *Studiu de caz. Postul de televiziune Moldova 1, programul Mesager, 28 august, ora 21:00*

*Fracțiunile liberal-democrate au ignorat decizia președintelui ședinței parlamentului nou ales, Ivan Calin, de amânare a acesteia până la 4 septembrie pentru a finisa procesul de constituire a fracțiunii PCRM și au decis continuarea ședinței cu încălcarea regulamentului legislativului. PL, PLDM, PD și AMN l-au ales în funcție de președinte al parlamentului pe liderul PL, Mihai Ghimpu. Comentând acțiunile liberal-democraților, deputatul PCRM, Vadim Mișin, a menționat că dacă parlamentul își începe activitatea cu încălcări grave ale legislației, atunci nu are nici un viitor.*

Beta: După ieșirea din sală a Partidului Comuniștilor, liberal-democrații au purces la alegerea președintelui parlamentului, pe alocuri dând dovadă de necunoașterea temeinică a procedurii respective. Liderul PLDM Vladimir Filat a menționat că Alianța pentru Integrare Europeană propune candidatura liderului PL Mihai Ghimpu la această funcție. După procedura de vot au fost anunțate rezultatele. Mihai Ghimpu a acumulat 53 de voturi.

Sincron (M. Ghimpu): Vă mulțumesc foarte mult și sper că noi anume, acești colegi deputați din Alianța pentru Integrare Europeană vom construi ceea ce așteptăm de ani de zile cetățenii și chiar instituțiile europene.

Beta: După alegerea lui Ghimpu în funcția de speaker, liderii celor patru formațiuni liberal-democrate au făcut declarații.

Sincron (D. Chirtoacă, PL): Parlamentul este organul reprezentativ suprem al cetățenilor Republicii Moldova și unica autoritate legislativă a statului. Astăzi, 28 august 2009, parlamentul a fost legal constituit și și-a ales președintele.



Sincron (M. Lupu, PD): În speranța că deputații acestei legislaturi vor ști să lase la o parte supărările și vor decide colaborarea într-un format extins, să contribuim la asigurarea stabilității politice, la asigurarea supremației legii.

Sincron (V. Filat, PLDM): Ne va reuși acest lucru prin consolidarea forțelor democratice, prin atragerea potențialului uman necesar întru realizarea acestui deziderat, prin depășirea ambițiilor personale, ambițiilor de grup.

Sincron (S. Urecheanu, AMN): Politica se face prin alegeri și prin alianțe. De la prima și până la ultima ședință a acestui legislativ suntem obligați să îndeplinim voința și așteptările poporului.

Beta: După aceste declarații, Mihai Ghimpu a anunțat încheierea ședinței de astăzi, anunțând că următoarea ședință va avea loc pe 2 septembrie. Reamintim că președintele ședinței de astăzi, deputatul PCRM, Ivan Calin, a anunțat o pauză până la 4 septembrie – termen prevăzut de legislație însă ignorat de liberal-democrați.

De asemenea, deputații fracțiunilor PL, PLDM, PD și AMN au solicitat ca ședințele parlamentului să fie transmise în direct de către Compania Publică *Teleradio-Moldova*. Potrivit Codului audiovizualului, nimeni nu are dreptul să schimbe grila de emisie a posturilor publice tv și radio. În opinia deputatului PCRM, Vadim Mișin, dacă acest lucru va fi realizat, ședințele parlamentului se vor transforma într-un adevărat show.

Sincron (V. Mișin, PCRM): Transmisiunile în direct ale ședințelor parlamentului și, în special, la televiziune, va reduce din eficiența activității legislativului. În prim plan vor fi puse calitățile artistice ale fiecărui deputat. Fiecare va încerca să-și demonstreze aptitudinile de om de artă.

Beta: Continuarea ședinței de astăzi care de fapt a fost amânată de către președintele acesteia este considerată de liberal-democrați ca fiind legală. În timp ce PCRM este de părere că deciziile adoptate în cadrul acesteia nu au suport juridic, deoarece ședința s-a petrecut cu încălcarea flagrantă a legislației.

Sincron (V. Țurcan, PCRM): Evenimentele de astăzi care s-au desfășurat în Parlamentul Republicii Moldova sunt apreciate de grupul deputaților din partea Partidului Comuniștilor, cei 48 de deputați, ca un eveniment nu pur și simplu ieșit din comun, eveniment fără precedent, în sensul încălcării flagrante, vădite a Constituției Republicii Moldova. Și în cazul dat au fost lezate nu numai drepturile fiecărui din cei 48 de deputați. Prin această metodă au fost ignorate inclusiv și drepturile celor mai mult de 700 de mii de alegători pe care noi le reprezentăm, cei 48 de deputați.

Beta: Partidul Comuniștilor va ataca la Curtea Constituțională decizia partidelor parlamentare PL, PLDM, PD și AMN de a continua ședința parlamentului și alegerea conducerii organului legislativ, după ce aceasta a fost amânată de președintele ședinței pentru data de 4 septembrie. Dacă Curtea Constituțională

va da aviz pozitiv la sesizarea PCRМ, Mihai Ghimpu va fi nevoit să părăsească fotoliul de președinte al parlamentului.

Sursa: <http://apel.md/libview.php?l=ro&idc=159&id=376> [accesat 04.02.2019].

**Anexa 14.** Editarea ziarelor în Republica Moldova (anii 1995-2020)

Tip publicație	Anul	Număr total/ în limba română	Tiraj anual (mln ex.) / în română
Ziare, în total /în română	1995	200/77	282/91
	2000	176/83	43/20
	2005	210/106	44/19
	2010	207/100	50/17
	2015	153/74	34/15
	2016	130/62	25/10
	2017	131/66	32/14
	2018	126/68	40/19
	2019	122/64	24/10
	2020	113/60	19/7

Sursa: elaborat de autor în baza: [https://statbank.statistica.md/PxWeb/pxweb/ro/30%20Statistica%20sociala/30%20Statistica%20sociala\\_\\_10%20CUL\\_\\_CUL010/CUL010300.px](https://statbank.statistica.md/PxWeb/pxweb/ro/30%20Statistica%20sociala/30%20Statistica%20sociala__10%20CUL__CUL010/CUL010300.px) / [Accesat: 04.01/14.08.2021].

**Anexa 15.** Editarea revistelor în Republica Moldova (anii 1995-2020)

Tip publicație	Anul	Număr total/ în limba română	Tiraj anual (mln ex.) /în română
Reviste și alte publicații perio- dice, în total/în română	1995	87/43	0,7/0,3
	2000	99/46	3,7/1,2
	2005	191/97	7,0/3,4
	2010	245/107	2,9/1,4
	2015	216/94	2,7/1,6
	2016	208/91	2,1/1,0
	2017	176/69	1,0/0,5
	2018	205/76	1,5/0,6
	2019	189/66	1,3/0,6
	2020	195/63	1,5/0,6

Sursa: elaborat de autor în baza: [https://statbank.statistica.md/PxWeb/pxweb/ro/30%20Statistica%20sociala/30%20Statistica%20sociala\\_\\_10%20CUL\\_\\_CUL010/CUL010200.px](https://statbank.statistica.md/PxWeb/pxweb/ro/30%20Statistica%20sociala/30%20Statistica%20sociala__10%20CUL__CUL010/CUL010200.px) / [Accesat: 04.01/15.08.2021]

**Anexa 16.** Bugetul IPNA Compania *Teleradio-Moldova* (2016-2020)

Anul	Buget (mii lei)	Bani pu- blici (mii lei)	Venituri proprie (mii lei)	Deficit bugetar (mii lei)	Cost oră emisie (lei)	
					RD	tv
2016	104.001,5	83.354,6	20.646,9	84.516,3	1169,9	5958,5
2017	109.363,5	89.498,6	19.864,9	119.615,2	1431,3	3324,7
2018	133.975,1	113.583,0	20.392,1	105.708,3	1538,8	4279,8
2019	132.002,0	122.583,0	9.419,0	70.649,8	1639,0	5136,0
2020	136.680,5	126.260,5	10.420,0	...	...	...

Sursa: www.trm.md

**Anexa 17.** Emisia IPNA Compania *Teleradio-Moldova* (anii 2016-2020)

An	Număr ore de emisie				
	Radio Actualități	Radio Muzical	Radio Tineret	Tv Moldova 1	Tv Moldova 2
2016	8736	8784	8784	8784	-
2017	8712	8760	8760	8668	8668
2018	8711	8760	8760	8668	8440
2019	8712	8760	8760	8665	8665
2020	8740	8784	8784	8705	8665

Sursa: www.trm.md

**Anexa 18.** Interviu președintelui IPNA Compania *Teleradio-Moldova* acordat ziarului *Jurnal de Chișinău*

Svetlana Corobceanu

30 martie 2012

Constantin Marin: „Unii spun că Angela Sîrbu încearcă să-și camufleze eșecul managerial”

Ultimele „cutremure” din Dealul Schinoasei au scos la iveală detalii necunoscute publicului care reies din acuzațiile aduse de fostul director al postului „Moldova 1”, Angela Sîrbu, pe de o parte, și președintele Companiei „Teleradio-Moldova”, Constantin Marin, pe de altă parte. După ce Angela Sîrbu ne-a explicat de ce, în viziunea ei, reformele promise nu sunt sesizate încă pe sticlă într-un interviu acordat JURNALULUI, Constantin Marin ne spune astăzi cum stau lucrurile la „Teleradio-Moldova” văzute din postura de președinte al instituției.

- Dle Marin, reforma instituțională care ar fi trebuit să fie deja pe sfârșite și care trebuia să se soldeze cu o televiziune și un radio mai sobre, mai eficiente – abia dacă a început, care sunt problemele care au frânat acest proces?

*Constantin Marin:* Îmi permit să nu fiu de acord cu afirmația cuprinsă în această întrebare, pe motiv că ea denotă parțialitate și anumite angajamente. Refacerea companiei în coordonatele radiodifuzorului public este un proces de lungă durată. O primă tentativă a fost făcută în anul 2002, în urma grevelor și protestelor publice împotriva cenzurii, și s-a soldat cu adoptarea Legii privind instituția publică a audiovizualului. Reforma de atunci a fost folosită drept prilej de a epura persoanele indezirabile ideologic. La distanță de aproape 10 ani, protestatarii au obținut câștig de cauză la CEDO. Refacerea TRM a fost reluată ulterior după adoptarea Codului audiovizualului, în 2006. Observatorii naționali și cei internaționali, între care directorul actual al Radio Moldova, Alexandru Dorogan, fosta deja directoare a TV Moldova 1, Angela Sîrbu, și subsemnatul, au remarcat în repetate rânduri că TRM era menținută în continuare în spațiul politic, deservind guvernarea din acea perioadă.

În 2010, în condițiile în care la putere au venit partidele democratice care s-au angajat să modernizeze statul și societatea pe principiile europene, la cărma companiei a venit o nouă conducere care a declarat solidar intenția de a reda societății TRM. În mai puțin de jumătate de an, multiplele rapoarte de monitorizare au semnalat primele evoluții pozitive. Meritul nu a fost al unei persoane sau al unui departament. Ele au fost generate de libertatea de creație redată salariaților, de înlăturarea cenzurii. Drept urmare, programele de radio și televiziune au fost deschise pentru teme tabu, pentru ideile și persoanele interzise anterior, pentru opiniile divergente și multiple, pentru întregul spectru politic și social.

Schimbările consemnate, trebuie să recunosc, au provocat o anume euforie că uite, reforma o avem pe palmă. Curând însă, pe măsură ce pătrundeam în esențele funcționale ale companiei, în problemele ei, în urma consultărilor cu partenerii internaționali, am conștientizat că, de fapt, reforma abia urmează să fie efectuată. Asta din cauza că TRM continua să rămână o instituție ineficientă: structural, funcțional, managerial, tehnologic, împovărată de datorii către prestatorii de servicii etc. În consecință, în iulie 2010 a apărut primul proiect de reformare – *Directiile strategice de dezvoltare pe anii 2010-2015*. Documentul de referință a fost elaborat în parteneriat cu experții Uniunii Europene de Radio și Televiziune, sprijiniți financiar de PNUD Moldova.

Realizarea schimbărilor de ordin structural-instituțional, prevăzute de acest document, s-a fructificat în elaborarea noilor organigrame pentru TRM, Radio Moldova și TV Moldova 1. Pe durata unui an și jumătate au fost restructurate, în spiritul convergenței mediatice, serviciile de știri de la televiziune și radio, au fost create Departamentul Multimedia și Departamentul programe și planificare tv, nucleele serviciilor de programe Radio Moldova Actualități, Radio Moldova Tineret, Radio Moldova Muzical. De menționat că, în mod solidar, am convenit

să mergem pe reformele sectoriale pentru a testa noua organigramă, noua modalitate de normare și de remunerare a muncii.

Activitatea de reformare, într-un fel, a fost afectată de lipsa sau insuficiența experienței manageriale din partea noii conduceri de a gestiona o entitate de asemenea proporții precum este *TRM*. În plus, unii dintre manageri au ignorat comunicarea sau au adoptat o atitudine preconcepută față de salariații companiei. Astfel, realizarea clauzelor din primul proiect de reformare a *TRM* a decurs anevoios, pe alocuri în contradictoriu, fără discernământul necesar. Responsabilitatea în acest sens revine, în primul rând, întregii conduceri noi. Niciunul nu-și poate declina această răspundere.

Sunt convins că nu poți realiza o reformă tratând cu dispreț, desconsiderare și chiar ură oamenii pe care, în mod firesc, trebuie să-i ai aliați sau, în cel mai rău caz, participanți pasivi la actul de schimbare. Reforma nu se face de unul (una) singur(ă). Unii dintre noi au ignorat apelul colegilor de la DW Akademie privind recrutarea grupului de schimbare și a susținătorilor reformei. Atare comportament era cu atât mai necesar, cu cât salariații *TRM*, diferiți ca potențial și consacrare profesională, au avut de beneficiat sau de suferit, pe dreptate sau nu, în urma multiplelor schimbări, reale sau pretinse, de la companie. Ca rezultat, memoria lor instituțională îi face, uneori sau deseori, refractari față de orice reformă. Iată de ce, în opinia mea, noii manageri erau obligați să conjuge exigența și intoleranța față de lipsa de profesionalism cu respectarea demnității profesionale și umane a salariaților. Anume astfel s-a procedat la Radio Moldova. Altfel s-a întâmplat la TV Moldova 1, unde relațiile dintre management și salariați s-au dezvoltat în albia confruntării. Îndemnurile mele de a substitui confruntarea prin cooperare au fost percepute ca tentative ale președintelui de a bloca reformele. Firește, pe acest fundal, reformele nu aveau cum să progreseze rapid. Ritmurile lor încetinite au fost cauzate de factori diferiți. Cu certitudine însă pot afirma că nimeni nu a tergiversat în mod premeditat acest proces.

Către toamna anului 2011 a fost elaborată o nouă viziune de reformare a companiei. Ea prevede transformări structurale, instituționale, tehnologice și logistice profunde ale *TRM*. Planul respectiv de reformare a fost prezentat la o conferință internațională. El a fost susținut în mod solidar de conducerea *TRM*, inclusiv de Consiliul de Observatori. OSCE, sub egida căruia s-a desfășurat conferința, a chemat autoritățile să sprijine politic și financiar reforma cuprinzătoare a companiei. Acum ne revine sarcina să manifestăm multă insistență ca reforma cuprinzătoare să fie pusă în aplicare în totalitate.

În decembrie 2011, nemulțumiți de ritmul reformei, am convenit să accelerăm procesul de reforme structurale, astfel încât acesta să fie finalizat spre luna iunie. În ianuarie-februarie 2012 au fost adoptate statele de personal pentru subdiviziunile nereformate ale *TRM*, a fost aprobat noul sistem de salarizare, de stimulare a per-

formanței profesionale și a muncii calitativ Credeam că reforma a căpătat coerența și viteza dorită. Dar, în momentul când urma să trecem la etapa a doua, cea mai complexă și responsabilă, de reformă, directorul TV a depus cererea de demisie.

- Dându-și demisia, directorul TVM, Angela Sîrbu, precum și directorul departamentului știri de la Moldova 1, Liliana Vițu, au declarat că le-a lipsit sprijinul conducerii TRM pentru a îmbunătăți starea de lucruri la televiziunea publică. Dvs. ce părere aveți?

C.M.: Managerii vizați au avut întreaga libertate de a-și onora atribuțiile fixate atât în Codul audiovizualului, cât și în fișa de post. Am sprijinit toate inițiativele lor de creație și de gestionare a resurselor din dotare. Păcat că acestea au fost puține. Unicul sprijin pe care l-am refuzat a fost acela de a încuraja contrapunerea noilor și vechilor salariați ai companiei, de a stimula tentativele de epurări pe criterii departe de a fi de natură profesională, de a pune în aplicare exclusivă, indiferent de gravitatea încălcării, instrumentele manageriale de sancționare. Totodată, am fost alături când a fost nevoie de sprijin profesionalismul sau când a fost adecvată sancționarea neprofesionalismului.

- De ce, totuși, Moldova 1, în afară de Departamentul Știri, rămâne un post provincial, perimat și nu găsește profesioniști în timp ce alte televiziuni îi găsesc?

C.M.: Și la știri este loc de mai bine! Contează ce înțelegem prin noțiunea de provincial. TV Moldova 1, în mod tradițional, se adresează publicului din arealul rural. Din acest punct de vedere avem o misiune extrem de importantă și responsabilă. Presupun însă că vă referiți la altceva. La calitatea nesatisfăcătoare a programelor tv, la formatul lor depășit etc. Reforma lansată tocmai are în vizor sporirea competitivității TV Moldova 1, chiar dacă unii consideră că ideea de competitivitate nu ține de domeniul radiodifuzorului public. TRM acționează azi pe o piață mediatică suficient de densă, mediul concurențial implică investiții importante în tehnologii, formate, oameni. Televiziunile private le fac iar TRM – nu. În acești doi ani am avut parte de susținere când a fost vorba de stingerea datoriilor istorice ale companiei (din cele circa 18 milioane au fost achitate 14, restul sunt eșalonate până în iulie 2012). Iar când e vorba de dezvoltarea TRM, ni se spune – din contul resurselor interne, din contul reducerii de personal... De altfel, în acești doi ani, TRM a beneficiat de sprijinul generos exclusiv din partea donatorilor externi. Grație lor am investit în digitalizarea producției audiovizuale circa 12 milioane de lei. Întreaga conducere a TRM a fost antrenată în accesarea granturilor, totuși remarc, în acest sens, meritul deosebit al Angelei Sîrbu.

- Reformarea televiziunii presupune concedieri masive, Angela Sîrbu spune că directorii TV și radio nu pot lua de sine stătător decizii de gestionare a resurselor umane. În cadrul reformei sunt prevăzute schimbări în acest sens?

C.M.: Reformarea programată implică un set întreg de acțiuni. Finalitatea lor principală rezidă în diversificarea ofertelor audiovizuale și multimedia ale *TRM*. În rândul lor se înscrie și optimizarea, cantitativă și calitativă, a resurselor umane. Iar aceasta presupune și instruire, și stagii în instituțiile media de peste hotare, și consultări cu experți străini, și monitorizare internă și externă. Disponibilizarea e și ea un instrument al reformei. În acest caz, poziția mea este una fermă – criteriul de selectare este probitatea profesională care nu face referință la vârstă, vechime în muncă, simpatie sau antipatie. Angajarea sau reangajarea personalului se efectuează la *TRM* în bază de concurs și pe termen determinat, chiar dacă aceste condiții au mai trezit și trezesc încă o anumită rezistență (înainte, angajarea pe termen nelimitat era o practică curentă la companie). Gestionarea resurselor umane este în competența atât a directorilor, cât și a președintelui. La *TRM* sunt formate trei comisii de concurs, dintre care două sunt dirijate de directorii radio și tv. Niciun contract de angajare la radio sau televiziune nu este semnat de președinte fără a avea acordul directorilor. Este o prevedere legală, de altfel, pe care eu în calitate de președinte o respect cu strictețe.

- E adevărat că la această instituție nu e posibil să concediezi pe cineva pe temeiul incompetenței și că există un sabotaj din partea găzii vechi împotriva tentativei de a reforma audiovizualul public?

C.M.: Concedierea personalului *TRM* se efectuează în conformitate cu prevederile Codului Muncii și, după caz, cu acordul consiliului sindical. Dacă nu sunt întrunite (demonstrate) toate condițiile legale, disponibilizarea persoanei este cu neputință. Pentru a ne conforma prevederilor legale întocmim dosare întregi, efectuăm anchete de serviciu, colectăm explicații, antrenăm serviciul audit etc.

Nu cred că putem vorbi despre o sabotare a procesului de reforme. Mai curând este vorba despre o expectativă sau reticență cauzate de lipsa de comunicare. La *TRM* avem două situații. Una e la Radio Moldova – am mai menționat acest lucru mai sus unde salariații sunt informați despre cursul reformei, despre schimbările din grilă, de personal etc. Nu vreau să afirm că nu se confruntă cu anumite temeri, dar se atestă un climat psihologic ce favorizează reforma. Alta e situația la televiziune. Deși în repetate rânduri vorbeam despre transparența procesului decizional, oamenii nu au fost informați. Mai mult, am aflat cu stupeoare că nici directorul-adjunct al televiziunii nu era la curent cu reformele preconizate. Situația dată trebuie să fie pentru noi o lecție din care trebuie să tragem învățămintele necesare.

- În cadrul ședinței parlamentului când ați fost audiat, ați fost acuzat că ați făcut angajări ale unor cadre compromise în perioada guvernării comuniste și



a fost adus exemplul lui Dumitru Țurcanu care a limitat accesul la informații în perioada protestelor din 7 aprilie. De ce au loc astfel de reangajări?

C.M.: În cazul invocat nu am avut motive legale ca persoana dată să fie demisă. În contextul reformei și în urma lichidării departamentului pe care îl conducea, dlui Turcanu, în conformitate cu prevederile Codului Muncii, i s-a propus o funcție executivă pe care acesta a acceptat-o.

- Mai mulți experți recomandă bugete separate pentru televiziune și pentru radio. Reforma prevede schimbări în acest sens?

C.M.: Caietele de sarcini pentru ultimii trei ani cuprind bugetul general al TRM și derivatele lui – bugetele pentru televiziune și radio. Vă invit să intrați pe site-ul companiei și să vă convingeți. Bugetele sunt elaborate de către serviciul economic cu participarea directă a managerilor de radio și televiziune. Ele sunt aprobate de către Consiliul de Observatori. Președintele este obligat, în virtutea obligațiilor atribuite de Codul audiovizualului, să le respecte. Președintele, în calitate de responsabil de activitatea financiară a companiei, aprobă, la propunerea directorului radiodifuziunii și a directorului televiziunii, ordine cu privire la buna funcționare a utilajului tehnic al companiei, efectuarea operațiunilor economice, comerciale și financiare.

Ultimele regulamente privind sistemul de salarizare și sistemul de bonusuri prevăd descentralizarea mecanismelor economice de încurajare a performanței profesionale a salariaților. Și în acest caz directorii au de spus un cuvânt greu. Niciun contract de publicitate, de coproducție, de locație nu este semnat fără avizele directorilor. Modelul fișei de costuri ale emisiunilor radio și tv, aprobat recent prin ordinul președintelui, de asemenea sporesc gradul de participare a personalului în gestiunea economică a companiei.

- Anterior, opinia publică a criticat dur salariile de peste 16 mii de lei ale fostei conduceri a TRM. Venitul Dvs. pentru 2011, dacă nu greșim, depășește suma de 238 mii de lei. Cum se explică diferența atât de mare între salariile conducătorilor TRM și cele ale reporterilor de rând?

C.M.: În presă se vehiculează cifre diferite. Datele referitoare la salariile președintelui și directorilor sunt prezentate pe site-ul companiei. La acest capitol voi repeta ceea ce am spus și în plenul parlamentului. Salariile președintelui și ale directorilor sunt stabilite de CO în condițiile stipulate de Codul audiovizualului. Președintele în acest sens nu are nicio prerogativă.

Eu am venit la companie nu după salariu. Până a deveni președinte veniturile mele lunare erau comparabile cu cele actuale. Ele proveneau în exclusivitate din munca intelectuală. Nu am pretins nici la un statut special social – l-am avut și până a veni la TRM. Dorința mea sinceră a fost de a pune umărul la afirmarea TRM în calitate de radiodifuzor public.

- Care sunt garanțiile că noul director de la TVM va continua ce a început fostul director Angela Sîrbu?

C.M.: Pe durata a aproape doi ani de zile am format o echipă. Deși suntem diferiți, am dat dovadă de viziuni comune, am împărtășit valori comune chiar dacă am avut multiple discuții aprinse. Fisura a apărut în ultimele luni. Unii spun că în atare mod, Angela Sîrbu încearcă să-și justifice evadarea din echipă și chiar să-și camufleze eșecul managerial. Nu cred. Ar fi o insinuaare.

Sper că noul director se va solidariza cu programul de reformare cuprinzătoare a TRM și se va angaja în fructificarea lui, va stăruia asupra unei culturi instituționale bazată pe spirit de echipă și creație profesională. Totodată, noi suntem suficient de flexibili pentru a fi receptivi la proiectele eficiente. Orice intervenție ce va impulsiona și va perfecționa procesul de reformare va fi susținută.

- Impresia din afară e că niciodată Compania „Teleradio-Moldova” nu va fi lăsată din mâini de politicieni, indiferent de culoarea acestora. Ați simțit ca-reva presiuni din partea politicienilor în cei doi ani de când conduceți această instituție?

C.M.: IPNA Compania „Teleradio-Moldova” este o instituție publică, se află în vizorul întregii societăți, inclusiv a forțelor politice. Statutul nostru revendică să dăm dovadă de deschidere. Iată de ce ne întâlnim, fără a aduce prejudicii autonomiei noastre instituționale, independenței editoriale cu orice solicitant, indiferent că vine din societatea politică, din societatea civilă sau din lumea de afaceri. Pe parcursul acestor doi ani, TRM nu a făcut partizanat politic, fapt confirmat de numeroasele monitorizări. Asta e dovada că presiunile reale sau eventuale nu au efect.

- Așa cum ați reușit să cunoașteți lucrurile din interior, ce viitor îi „preziceți” Companiei „Teleradio-Moldova”? Are șanse să fie „scoasă la liman”?

C.M.: Sunt optimist. IPNA Compania „Teleradio-Moldova” nu are alternativă decât să se reformeze și să devină un actor audiovizual competitiv pe piața mediatică din Republica Moldova. Iată de ce, obiectivul nostru magistral este reformarea cuprinzătoare a TRM. Experiența acumulată pe parcursul acestor doi ani, sunt convins, ne va ajuta să depășim cu mai multă abilitate și operativitate dificultățile inerente ce ne așteaptă pe această cale. Judecătorul nostru suprem este publicul telespectator și radioascultător.

- Vă mulțumim și vă dorim succese.

Sursa: <http://www.jc.md/constantin-marin-unii-spun-ca-angela-sirbu-incearca-sa-si-camufleze-esecul-managerial/> [Accesat: 20.05.2019]

**Anexa 19.** Cifra de afaceri a radiodifuzorilor. 2014-2018 (calculată în baza datelor CCA privind acumularea 1% din cifra de afaceri)

Anul	1% alocat CCA (mii lei)	Cifra de afaceri a tuturor radiodifuzorilor (mii lei)	Cota cifrei de afaceri General Media Grup (GMG) (mii lei)	% GMG în raport cu restul radiodifuzorilor
2014	2438,2	243820,0	121000,0	37,93
2015	3163,4	316340,0	124000,0	39,24
2016	2030,3	203030,0	94000,0	39,83
2017	2141,8	214180,0	75603,0	35,29
2018	2384,1	238410,0	67360,0	28,25

*Surse:* Datele pentru anii 2014-2016 au fost calculate de autorii studiului *Capturarea mass-media...* (2017) în baza 1% din cifra de afaceri, alocat CCA. Folosind această metodă, autorul prezentei lucrări a dedus datele pentru anii 2017-2018 (Raport CCA privind activitatea 2015 <http://www.parliament.md/LinkClick.aspx?fileticket=2LVkKHfgREE%3D&tabid=202&language=ro-RO>;

Raport CCA privind activitatea 2017 ;<http://www.parliament.md/LinkClick.aspx?fileticket=F8G%2Fd03%2FBFQ%3D&tabid=202&language=ro-RO>; Raport CCA privind activitatea 2018 <http://www.audiovizual.md/files/RAPORT%20CCA%202018.pdf>) [Accesat 23.08.21]

**Anexa 20.** Libertatea presei în Republica Moldova în viziunea *FREEDOM HOUSE* (2002-2020)

Ediția	Anul de referință	A - Legal	B - Politic	C - Economic	Total puncte	Status
2020	2019	-	-	-	61	PL
2019	2018	-	-	-	58	PL
2018	2017	-	-	-	61	PL
2017	2016	17	21	18	56	PL
2016	2015	17	21	18	56	PL
2015	2014	17	19	19	55	PL
2014	2013	16	18	19	53	PL
2013	2012	16	18	19	53	PL
2012	2011	17	18	19	54	PL
2011	2010	17	19	19	55	PL
2010	2009	20	24	21	65	NL

2009	2008	20	26	21	67	NL
2008	2007	20	25	21	66	NL
2007	2006	20	25	20	65	NL
2006	2005	20	25	20	65	NL
2005	2004	20	26	19	65	NL
2004	2003	22	23	18	63	NL
2003	2002	20	22	17	59	PL
2002	2001	22	20	17	59	PL

Legenda: Starea libertății mass-media L – liberă; PL – parțial liberă; NL – neliberă)

Scorul libertății presei (0 = cel mai bun, 100 = cel mai rău)

Mediul legal (0 = cel mai bun, 30 = cel mai rău)

Mediul politic (0 = cel mai bun, 40 = cel mai rău)

Mediul economic (0 = cel mai bun, 30 = cel mai rău)

Surse: <https://www.refworld.org>; <https://freedomhouse.org/country/moldova/freedom-world/2020>; <https://freedomhouse.org/reports/publication-archive> [Accesat 20.08.21]

**Anexa 21.** Libertatea presei în Republica Moldova în viziunea *FREEDOM HOUSE* (2001-1993)

Ediția	anul	A-RadioTV	A-pre-sa	B-RadioTV	B-Pre-sa	C-RadioTV	C-Pre-sa	D-RadioTV	D-Pre-sa	Total scor	Starea mass-media
2001	2000	12	13	9	7	7	9	1	1	59	PL
2000	1999	12	13	8	7	7	9	0	2	58	PL
1999	1998	12	13	8	7	7	9	0	0	56	PL
1998	1997	12	13	8	7	7	9	1	1	58	PL
1997	1996	12	13	8	7	7	9	1	1	58	PL
1996	1995	10	10	10	9	0	9	4	10	62	NL
1995	1994	5	7	10	9	6	7	1	2	47	PL
1994	1993	5	5	10	9	4	4	2	2	41	PL

Legenda: Starea libertății mass-media L – liberă; PL – parțial liberă ; NL – neliberă)

Scorul libertății presei (0 = cel mai bun, 100 = cel mai rău)

Mediul legal (0 = cel mai bun, 30 = cel mai rău)

Mediul politic (0 = cel mai bun, 40 = cel mai rău)

Mediul economic (0 = cel mai bun, 30 = cel mai rău)

Surse: <https://www.refworld.org>; <https://freedomhouse.org/country/moldova/freedom-world/2020>; <https://freedomhouse.org/reports/publication-ar>

chive [Accesat 20.08.21]

**Anexa 22.** Estimările nivelului democrației în Republica Moldova în cadrul proiectului *Nations in Transition* (2005-2020)

Anul	Guverna-re democ-ratică	Proces electo-ral	Societate civilă	Media indepen-dente	APL	Justiție	Corupție	Scor	Regim	% democrație
2005	2.25	4.00	4.00	<b>3.00</b>	2.25	3.25	1.75	2.93	SCA	32.14
2006	2.25	4.25	4.00	<b>3.00</b>	2.25	3.50	2.00	3.04	T/H	33.93
2007	2.25	4.25	4.25	<b>2.75</b>	2.25	3.50	2.00	3.04	T/H	33.93
2008	2.25	4.25	4.25	<b>2.50</b>	2.25	3.50	2.00	3.00	SCA	33.33
2009	2.25	4.00	4.25	<b>2.25</b>	2.25	3.50	2.00	2.93	SCA	32.14
2010	2.00	3.75	4.50	<b>2.25</b>	2.25	3.25	2.00	2.86	SCA	30.95
2011	2.25	4.00	4.75	<b>2.50</b>	2.25	3.50	2.00	3.04	T/H	33.93
2012	2.25	4.00	4.75	<b>3.00</b>	2.25	3.50	2.00	3.11	T/H	35.12
2013	2.50	4.00	4.75	<b>3.00</b>	2.25	3.50	2.25	3.18	T/H	36.31
2014	2.50	4.00	4.75	<b>3.00</b>	2.25	3.25	2.25	3.14	T/H	35.71
2015	2.50	4.00	4.75	<b>3.00</b>	2.25	3.25	2.25	3.14	T/H	35.71
2016	2.25	4.00	4.75	<b>3.00</b>	2.50	3.25	2.00	3.11	T/H	35.12
2017	2.25	4.00	4.75	<b>3.00</b>	2.50	3.00	2.00	3.07	T/H	34.52
2018	2.25	4.00	4.75	<b>3.00</b>	2.50	3.00	2.00	3.07	T/H	34.52
2019	2.25	4.00	4.75	<b>3.00</b>	2.50	2.75	2.00	3.04	T/H	33.93
2020	2.50	4.00	4.75	<b>3.00</b>	2.50	2.75	2.25	3.11	T/H	35.12

Legenda: Până în anul 2020, Freedom House a aplicat pentru cercetarea dată o scală de la 1 la 7 (1 – cel mai mic rezultat, 7 – cel mai mare), țările fiind clasificate în următoarele categorii: 1. Consolidated Democracy (democrația consolidată) (CD) (scor al democrației: între 5.01-7.00); 2. Semiconsolidated Democracy (democrație semiconsolidată) (SCD) (scor: 4.01-5.00); 3. Transitional / Hybrid Regime (regim hibrid în tranziție (T/H) (scor: 3.01-4.00); 4. Semiconsolidated Authoritarian Regime (regim autoritar semiconsolidat) (SCA) (scor: 2.01-3.00); 5. Consolidated Authoritarian Regime (regim autoritar consolidat) (CA) (scor: 1.00-2.00).

Sursa: <https://freedomhouse.org/report/nations-transit> [Accesat 17.05.2020]

**Anexa 23.** Indicele IREX de sustenabilitate media (*Media Sustainability Index - MSI*) pentru mijloacele de informare din Republica Moldova (2001-2019)

Anul	MSI	Anul	MSI	Anul	MSI
2001	1,72	2008	1,75	2015	2,38
2002	1,57	2009	1,81	2016	2,38
2003	1,65	2010	1,61	2017	2,37

2004	1,56	2011	2,1	2018	2,38
2005	1,51	2012	2,26	2019	2,31
2006	1,48	2013	2,42		
2007	1,48	2014	2,38		

Sursa: <https://www.irex.org/resource/media-sustainability-index-msi> [Accesat 15.05.2020]

**Anexa 24.** Moldova în clasamentul mondial al libertății presei realizat de *Reporters sans Frontieres* (2003-2021)

Anul	Scor global	Locul/țări	Anul	Scor global	Locul/țări
<b>2003 Prima monitorizare</b>	27,00	94/166	<b>2013</b>	26,01	55/179
<b>2004</b>	20,50	78/167	<b>2014</b>	25,35	56/180
<b>2005</b>	17,50	74/167	<b>2015</b>	27,85	72/180
<b>2006</b>	19,17	85/168	<b>2016</b>	28	76/180
<b>2007</b>	24,75	81/169	<b>2017</b>	30,01	80/180
<b>2008</b>	21,38	98/173	<b>2018</b>	30,41	81/180
<b>2009</b>	33,75	114/175	<b>2019</b>	31,21	91/180
<b>2010</b>	19,13	75/178	<b>2020</b>	31,16	91/180
<b>2011/2012</b>	16	53/179	<b>2021</b>	31,6	89/180

Surse: <https://rsf.org/fr/reporters-sans-frontieres-publie-le-premier-classement-mondial-de-la-liberte-de-la-presse-octobre>; <https://rsf.org/fr/deuxieme-classement-mondial-de-la-liberte-de-la-presse-octobre-2003>; <https://rsf.org/fr/troisieme-classement-mondial-de-la-liberte-de-la-presse-octobre-2004>; <https://rsf.org/fr/classement-mondial-2005>; <https://www.moldova.org/en/2018-world-press-freedom-index-moldova-position-81/>; <https://rsf.org/fr/donnees-classement-2021> [Accesat 18.05.2020, 20.04.2021]

**Constantin MARIN**

**MASS-MEDIA ÎN POSTCOMUNISM**

*Cazul Republicii Moldova*

---

Asistență computerizată – *Maria Bondari*

Bun de tipar 2021. Formatul 70x100 <sup>1</sup>/<sub>12</sub>.

Coli de tipar 29,0. Coli editoriale 25,0.

Comanda . Tirajul ex.

Centrul Editorial-Poligrafic al USM  
str. Al. Mateevici, 60, Chișinău, MD 2009