

STĂPÂNEȘTE PRESA, TRĂIEȘTE CLIPA: INFLUENȚA MASS-MEDIA AFILIATE POLITIC ÎN ALEGERILE DIN 2016 DIN MOLDOVA

Mihai Mogîldea

Introducere

În Moldova, proprietatea oligarhilor și figurilor politice asupra mass-media a atins în ultimul deceniu cel mai înalt nivel. Potrivit unui raport al Asociației Presei Independente (API)¹, patru din cele cinci canale TV cu acoperire națională sunt controlate de Vladimir Plahotniuc, liderul partidului de guvernământ, Partidul Democrat din Moldova (PDM). Alte companii mass-media sunt conduse de politicieni de opoziție, primari, foști deputați și oameni de afaceri influenți, care tind să adopte o politică restrictivă privind conținutul media și să promoveze anumite partide politice. Concentrarea resurselor mass-media în mâinile câtorva funcționari publici are o influență semnificativă asupra electoratului, ale cărui preferințe de vot pot fi manipulate prin dezinformare și știri false. Acest fapt a fost vizibil în turul doi al alegerilor prezidențiale din 2016 din Moldova, când proprietarii puternici de mass-media au subminat campania candidatului pro-european de centru-dreapta, Maia Sandu, și l-au ajutat pe Igor Dodon, un candidat de stânga și un susținător puternic al Rusiei.

Prezenta sinteză de politici susține că controlul politic asupra instituțiilor mass-media din Moldova are un impact asupra rezultatelor alegerilor. Concentrarea mass-media le permite anumitor candidați să-și promoveze pe larg mesajele, ceea ce duce la un avantaj electoral neonest. Lipsa transparenței printre proprietarii afiliați din punct de vedere politic - mulți dintre ei dețin mijloace de informare cu acoperire națională - alimentează scepticismul puternic referitor la numărul de surse mass-media cu adevărat independente din Moldova.

Pentru o mai bună înțelegere a concentrării proprietății în mass-media din Republica Moldova, prezenta lucrare va elabora un studiu de caz, analizând campania pentru alegerile prezidențiale din 2016. Obiectivul este de a evalua

dacă mass-media afiliate politic au oferit oportunități egale de publicitate pentru candidații din turul doi, Maia Sandu și Igor Dodon, și dacă autoritățile din domeniul audiovizualului au sancționat posibilele încălcări. În cele din urmă, analiza se va încheia cu un set de recomandări pentru depolitizarea, atât *de jure*, cât și *de facto*, a spațiului media privat și public.

Pluralismul mediatic în Moldova: mai mult nu întotdeauna înseamnă mai bine

Libertatea mass-media, pluralismul de opinii și diversitatea proprietății sunt principiile-cheie ale democrației. Pluralismul este esențial pentru concurența politică, permițând

¹ Asociația Presei Independente, Capturarea mass-mediei și a altor mijloace de comunicare publică în Republica Moldova, 2017, http://www.transparency.md/wp-content/uploads/2017/05/TI_Moldova_Capturarea_Mass_Media.pdf

politicienilor să-și prezinte platformele electorale și alegătorilor să-i evalueze în baza diferitor surse de informare. Oferind multiple căi de dialog, critică și confruntare politică între elite, pluralismul mediatic este o condiție *a priori* pentru funcționarea mișcărilor autentice de opoziție și a unei democrații sănătoase.

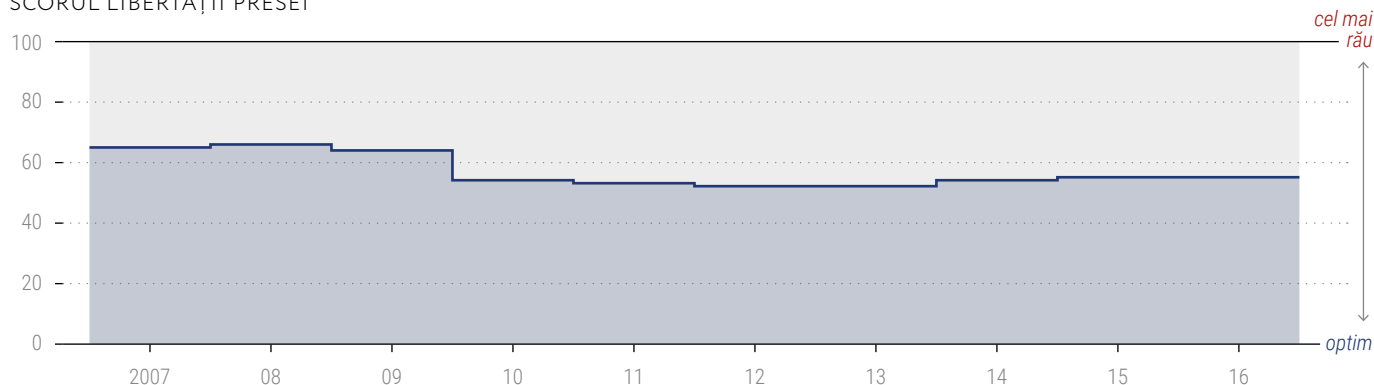
În Moldova, sub președinția lui Vladimir Voronin (2001-2009), mass-media au suferit din cauza lipsei diversității, iar foarte puține instituții independente funcționau sub presiunea constantă din partea autorităților. Potrivit raportului Freedom House privind libertatea presei din 2008², starea mass-media din Moldova a fost clasificată drept "ne-liberă"³. Nivelul înalt de politizare a Consiliului Coordonator al Audiovizualului (CCA), instituția responsabilă de monitorizarea mass-media și acordarea licențelor de televiziune și radio, a condus la monopolizarea pieței mass-media de către posturile de televiziune afiliate guvernării.

După victoria din 2009 a coaliției în mare parte pro-europeană, s-au depus eforturi sporite în vederea diversificării conținutului media. Negocierile privind Acordul de Asociere cu Uniunea Europeană (UE) și armonizarea progresivă a legislației sectoriale în conformitate cu cerințele UE au dat un impuls acestor eforturi. Începând cu anul 2010, toți difuzorii radio și TV au fost obligați să publice numele proprietarilor lor, iar din 2015 ei trebuie de asemenea să publice online orice schimbare de proprietar. În plus, în 2016, Parlamentul a adoptat o nouă lege care a redus de la cinci la două numărul de licențe pe care le poate deține un posesor. Deși, *de jure*, aceste legi au fost prezentate drept un pas major spre reformarea sectorului mass-media, *de facto* reformele pur și simplu au susținut practicile informale de gestionare, unii politicieni-cheie atribuind oficial dreptul de proprietate asupra instituțiilor mass-media subordonaților lor loiali, însă de fapt menținând controlul deplin asupra acestora.

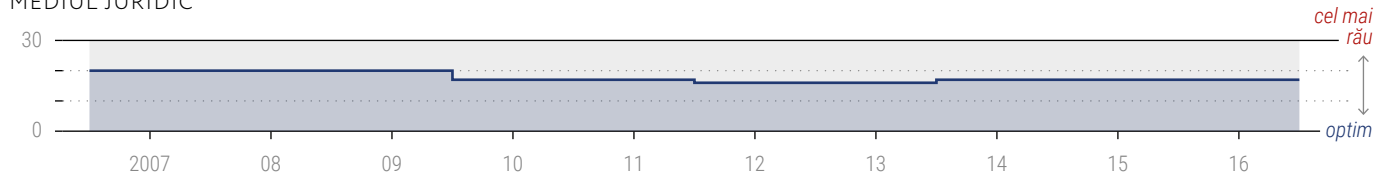
- 2 Freedom House, Freedom of the Press 2009: Further Declines in Global Media Independence (Libertatea presei 2009: Declinul în continuare a independenței mass-media globale), 2009, <https://freedomhouse.org/sites/default/files/FOTP%202009%20Final%20Full%20Report.pdf>.
- 3 Moldova a obținut 67 de puncte din 100, 0 fiind cel mai bun și 100 cel mai rău scor posibil.

Evoluții-cheie în Moldova

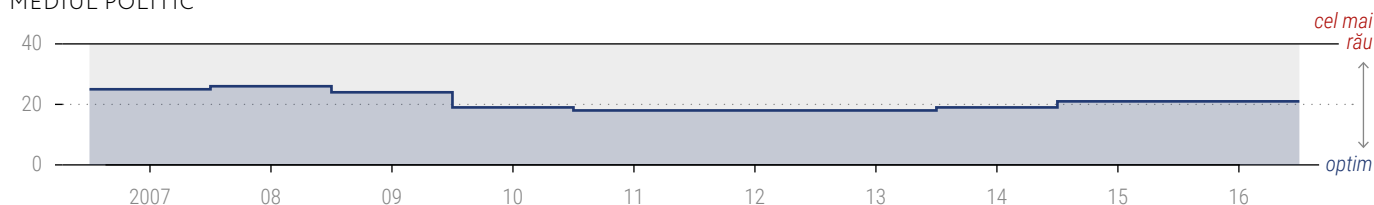
SCORUL LIBERTĂȚII PRESEI



MEDIUL JURIDIC



MEDIUL POLITIC



Sursa: Clasamentul Republicii Moldova privind libertatea presei, realizat de Freedom House, perioada de evaluare 2007-2016

Difuzorii mass-media din Moldova sunt în mare parte afiliați din punct de vedere politic. Liderul Partidului Democrat (PDM), Vladimir Plahotniuc, și partenerii săi apropiați dețin șapte posturi de radio și televiziune⁴ – cea mai mare pondere pe piață. Alte două posturi, NTV Moldova și Accent TV, sunt asociate la Partidul Socialiștilor al Președintelui Igor Dodon (PSRM). Primarul orașului Orhei, Ilan Șor, un milionar în prezent supus urmăririi pentru fraudă bancară, deține, după cum se spune, alte două posturi de televiziune⁵. Aceste exemple denotă o rețea foarte complexă de proprietate asupra mass-media pe întreg spectrul politic, care, la prima vedere, ar putea da impresia unei piețe media pluraliste. Totodată, faptul că aceste instituții nu sunt doar afiliate politicienilor și oligarhilor prin intermediul unor canale obscure, dar și promovează interesele lor, spulberă orice îndoială privind natura acestor achiziții și efectele lor asupra libertății mass-media.

Dezinformarea și știrile false: cazul alegerilor prezidențiale

Cele mai recente alegeri prezidențiale din Republica Moldova s-au desfășurat în două tururi în perioada octombrie-noiembrie 2016. Turul întâi a avut loc pe 30 octombrie, candidatul socialist și pro-rus, Igor Dodon, fiind în frunte cu 47,91% din voturi, iar candidata pro-europeană de centru-dreapta, Maia Sandu, clasându-se pe locul doi cu 38,71%. Cei doi candidați cu cele mai bune performanțe, Igor Dodon și Maia Sandu, au concurat în turul doi al scrutinului, pe 13 noiembrie. Dodon a câștigat președinția cu un scor electoral de 52,11% și o marjă de 67 488 de voturi⁶.

Trei factori interconectați l-au ajutat pe Igor Dodon să câștige alegerile: *manevrele politice, o amplă campanie de dezinformare și lipsa unor măsuri punitive pentru instituțiile mass-media implicate în această campanie.*

Manevrele politice efectuate chiar înainte de alegeri au jucat un rol important pentru alegătorii confuzi și, în cele din urmă, i-au adus lui Igor Dodon un avantaj în cursă. Pe 26 octombrie, cu patru zile înainte de primul tur, candidatul PDM, Marian Lupu, a decis să-și retragă candidatura, declarând deschis suportul său pentru Maia Sandu și indemnând

susținătorii săi să voteze pentru ea. Liderul PDM, Vlad Plahotniuc, a reiterat, la rândul său, intenția partidului de a o sprijini pe Maia Sandu, ea fiind candidatul pro-european cu cele mai mari șanse de a învinge. În același timp, toate cele patru posturi de televiziune controlate de Vlad Plahotniuc au continuat să o defăimeze pe Maia Sandu și să difuzeze știri false despre ea.

Prin această strategie, PDM a urmărit un scop dublu. Pe de o parte, prin declarațiile de susținere a Maiei Sandu, partidul intenționa să păstreze iluzia unei forțe cu adevărat pro-europene și o imagine de actor bun în ochii UE. Pe de altă parte, a direcționat toate mijloacele sale de informare și resursele regionale spre facilitarea succesului lui Igor Dodon. În cele din urmă, scopul său era de a menține divizările existente de-a lungul liniilor de fisuri geopolitice⁷ și de a o împiedica pe Maia Sandu să dețină pârgii sigure asupra centru-dreptei. Având în vedere faptul că între cei doi candidați a existat o diferență de doar câteva zeci de mii de voturi, posturile TV ale lui Vlad Plahotniuc (Prime, Canal 2, Canal 3, Publika) au jucat un rol decisiv pentru rezultatul alegerilor.

Campania de dezinformare desfășurată de aceste posturi de televiziune, împreună cu posturile NTV Moldova și Accent TV afiliate lui Igor Dodon, s-a bazat pe câteva caracteristici ușor de identificat. În primul rând, unul dintre cele mai dezbinătoare subiecte discutate a fost afirmația, precum că Europa va fi "inundată" de un val de neoprit de refugiați și că toate țările vor trebui să acorde un loc de trai zecilor, dacă nu chiar sutelor de mii de refugiați - un "import" al știrilor falsificate răspândite în întreaga UE. Pe 5 noiembrie, Prime TV, cel mai vizionat canal de televiziune din Moldova⁸, a comunicat că 30 000 de refugiați sirieni se vor stabili în Moldova, dacă Maia Sandu va câștiga alegerile⁹. Sursa originală a acestei informații false a fost un portal obscur, fapt pe care jurnaliștii l-au ignorat în mod intenționat și care a generat întrebări legate de etica jurnalistică. În al doilea rând, mass-media afiliate din punct de vedere politic au distribuit o serie de declarații eronate, fără a confirma faptele sau a întreprinde acțiuni de verificare prealabilă. De exemplu, mass-media au difuzat fără scrupule afirmațiile neîntemeiate ale lui Igor Dodon, precum că reformele realizate de Maia Sandu în timpul mandatului său de ministru al educației au condus la 400 de

4 Cine sunt proprietarii posturilor de radio și televiziune din Moldova, 2015, <https://anticoruptie.md/ro/stiri/cine-sunt-proprietarii-posturilor-de-radio-si-televiziune-din-moldova>.

5 Centrul pentru Jurnalism Independent, Raportul privind libertatea presei în Republica Moldova 2015, 2016, <http://media-azi.md/en/press-freedom-report-republic-moldova-2015>.

6 Alegerile Președintelui Republicii Moldova din 30 octombrie și 13 noiembrie 2016, <http://www.e-democracy.md/elections/presidential/2016/>.

7 Potrivit "Barometrului Opiniei Publice" realizat de Institutul de Politici Publice în aprilie 2017, în cazul unui referendum, 39% din respondenți ar vota pentru integrarea Republicii Moldova în Uniunea Europeană și 40% ar vota pentru integrarea în Uniunea Economică Eurasiană. <http://ipp.md/old/libview.php?l=ro&idc=156&id=820>.

8 Rezultatele BOP arată că 44% din respondenți au menționat Prime TV ca sursa lor principală de informații printre toate posturile TV, <http://ipp.md/old/libview.php?l=ro&idc=156&id=820>.

9 Cum a evoluat minciuna cu sirienii: de la un site de pamflete, la cea mai urmărită televiziune din țară, <https://www.zdg.md/stiri/stiri-politice/cum-a-evoluat-minciuna-cu-sirienii-de-la-un-site-de-pamflete-la-cea-mai-urmarita-televiziune-din-tara>.



Foto de Pexels

sinucideri printre tineri¹⁰, o afirmație ușor de infirmat în baza statisticilor oficiale. În al treilea rând, instituțiile de informare în masă au difuzat mesaje - susținute de unii episcopi ai Bisericii Ortodoxe - care au constituit discursuri de instigare la ură împotriva comunității LGBT. Titlurile referitoare la aceste declarații au încercat să o prezinte pe Maia Sandu drept un candidat pro-LGBT, înfățișând-o într-o lumină negativă în societatea moldovenească tradițional conservatoare. Mai mult ca atât, aceste instituții mass-media nu au informat despre implicarea Bisericii ortodoxe în campania electorală și partizanatul politic al reprezentanților săi. Acest spectru

de știri false a derutat o parte considerabilă a electoratului, pentru care canalele TV din Moldova sunt sursa principală de informații¹¹.

Potrivit unei evaluări a Asociației Presei Independente (API), posturile de televiziune controlate de Vlad Plahotniuc au defăimat-o în mod evident pe Maia Sandu, ceea ce a dus la o reflectare dezechilibrată în timpul campaniei electorale¹². Aceeași analiză a concluzionat că mass-media afiliate lui Igor Dodon l-au promovat masiv, însă nu au oferit oportunități egale de publicitate pentru Maia Sandu¹³. De rând cu aceasta,

10 Victoria Bucataru, Stagnation on the Road to Europe: Moldova after the Presidential Elections, Nations in Transit brief (Stagnarea în calea spre Europa: Moldova după alegerile prezidențiale, sinteza Nations in Transit), Freedom House, 2016, <https://freedomhouse.org/report/special-reports/stagnation-road-europe-moldova-after-presidential-election#WjA9kEpLIU>.

11 În cadrul Barometrului Opiniei Publice din aprilie 2017, realizat de Institutul pentru Politici Publice, 72% din respondenți au menționat canalele TV drept sursa lor principală de informare: <http://ipp.md/old/libview.php?l=ro&idc=156&id=820>.

12 Asociația Presei Independente, Centrul pentru Jurnalism Independent, Monitorizarea mass-media în campania electorală pentru alegerile prezidențiale 2016, 2016, <http://www.e-democracy.md/files/elections/presidential2016/final-report-api-cji-elections-2016-ro.pdf>.

13 Ibid.

jurnaliștii au evidențiat lipsa profesionalismului și a integrității jurnalistice, de care au dat dovadă posturile TV afiliate politic.

Finalmente, măsurile punitive aplicate împotriva mass-media afiliate politic pentru reflectarea neechilibrată a campaniei electorale au fost ușoare. După primul tur al alegerilor, CCA a sancționat toate posturile TV menționate mai sus cu o amendă de 5 400 lei (307 dolari) fiecare. După cel de-al doilea tur de scrutin, CCA a sancționat patru posturi TV (Publika TV, NTV Moldova, Accent TV și Jurnal TV) prin interdicția de a difuza publicitate timp de trei zile¹⁴; a aplicat amenzi de 5 400 de lei pentru două posturi, Prime TV și Ren TV Moldova și sancțiuni mai mici pentru TV7¹⁵. Aceste măsuri au scos la iveală lacune serioase în Codul Audiovizualului și în regulamentele CCA referitoare la campaniile electorale, inclusiv categorizarea vagă a sancțiunilor, pedepse nesemnificative pentru posibilele abuzuri și lipsa unor prevederi specifice privind campaniile electorale.

Astfel, mass-media ar putea fi considerate drept veritabili "arbitri" ai votului la alegerile din 2016 din Republica Moldova. Valorificând stereotipurile și discursurile de incitare la ură și profitând de lipsa de interes și de indiferența din partea alegătorilor, acestea au contribuit la sporirea procentajului de voturi pentru Igor Dodon și au subminat campania desfășurată de Maia Sandu. Instrumentele de dezinformare utilizate de aceste mijloace de informare în masă - similare cu cele pe care le-am văzut în Statele Unite și în țările europene - au denaturat problemele sensibile și au prezentat o interpretare unilaterală a acestora, ca fapte de necontestat, unui electorat religios-conservator.

Concluzii

Instituțiile mass-media controlate de diverse grupuri politice au jucat un rol-cheie pentru rezultatul alegerilor din 2016 din Moldova. Aliniate la interesele și la afilierea politică a proprietarilor lor, aceste instituții s-au angajat la un nou nivel cu electoratul, aruncându-l în mijlocul unui maraton propagandistic, care conținea elemente considerabile de dezinformare și știri falsificate. Aceste instituții mass-media au dezvoltat, de asemenea, o nouă versiune locală a știrilor false, care au fost apoi răspândite pe larg de către imperiul mediatic al lui Vlad Plahotniuc. În plus, cele patru canale TV afiliate lui Vlad Plahotniuc, împreună cu posturile loiale lui Igor Dodon, au urmărit în mod deschis același obiectiv de a submina candidatura Maiei Sandu. Împărțind resursele administrative și profitând de influența considerabilă a Bisericii ortodoxe din Moldova în timpul campaniei, Vlad Plahotniuc și Igor Dodon au devenit indirect aliați strategici, lucrând ambii împotriva Maiei Sandu.

Lipsa pluralismului mediatic în Moldova este rezultatul capturării statului și al nivelului înalt de corupție în administrația publică. Resursele instituționale destinate monitorizării și

sancționării instituțiilor de media sunt limitate și nu permit de a restricționa activitatea mass-media propagandiste. În plus, există îndoeli cu privire la integritatea membrilor CCA. Sferei audiovizualului îi lipsește un control instituțional puternic, precum și un sector civil activ, care i-ar monitoriza performanța, în special când se analizează cazuri critice, cum ar fi mediatizarea campaniilor electorale. Toți acești factori semnaleză probleme simptomatice, care rezultă într-o capacitate slabă a cetățenilor de a filtra și analiza informațiile, fapt care afectează rezultatul alegerilor și, în ultimă instanță, viitorul țării în ansamblu.

Proprietatea politică asupra instituțiilor mass-media constituie o amenințare majoră pentru dezvoltarea și funcționarea unei democrații sănătoase în Moldova. Întrucât regimul de proprietate și achiziție a mass-media nu poate fi restricționat în baza criteriilor de integritate, actorii instituționali, inclusiv CCA și Comisia Electorală Centrală (CEC), trebuie să aplice mecanisme eficiente de supraveghere pentru a preveni încălcarea sistematică a legii de către radiodifuzori. Scopul lor final ar trebui să fie garantarea unei mai bune reglementări a pieței mass-media și prezentarea faptică de către mass-media a fenomenelor și evenimentelor politice, economice și sociale.

14 CCA a sancționat patru posturi TV, <http://www.e-democracy.md/elections/presidential/2016/electoral-news/20161125/>

15 Ibid.

Recomandări specifice pentru actorii instituționali din Republica Moldova

- **Alegerea membrilor CCA de către o comisie mixtă, compusă atât din reprezentanți ai Parlamentului, cât și ai societății civile.** Membrii CCA sunt în prezent desemnați de către Parlament și se supun doar legislativului. O reformă a sistemului de numire a membrilor CCA ar elimina toate preocupările legate de interferențele politice și ar spori încrederea publică în această instituție.
- **Aplicarea unor sancțiuni mai severe și mai clar definite.** Fiecare caz de încălcare a regulilor necesită o abordare individuală. Ar trebui examinată oportunitatea aplicării măsurilor restrictive, inclusiv retragerea licenței, pentru răspândirea intenționată a știrilor false. Deciziile recent adoptate de UE pentru a combate dezinformarea ar putea reprezenta un exemplu valoros pentru autoritățile moldovenești.
- **Denunțarea publică a neregulilor în activitatea mass-media în timpul campaniilor electorale.** O campanie de verificare a faptelor, implementată de CCA în colaborare cu societatea civilă, ar permite o mai bună monitorizare a campaniilor electorale și ar contribui la o mai bună înțelegere a problemelor existente de către alegători.
- **Instituirea obligației proprietarilor de bloguri și portaluri web de a publica numele și apartenența instituțională a proprietarilor.** Adesea, posturile de televiziune cu afiliere sau proprietate politică citează articole de pe bloguri și portaluri web drept sursă primară a știrilor. Întrucât mass-media online nu au în prezent obligația de a publica informații despre proprietatea sau afilierea lor, mai există dubii cu privire la independența și exactitatea acestor surse.
- **Organizarea campaniilor publice și dezbaterilor în cadrul comunităților locale pentru a spori gradul de sensibilizare cu privire la importanța pluralismului mediatic.** În timpul alegerilor, spoturile video distribuite pe larg, prelegerile publice în școli și universități și alte materiale informative ar trebui să ajute electoratului. Sunt necesare eforturi sporite pentru a instrui cetățenii cum să acceseze diferite surse mass-media și să analizeze critic conținutul acestora.



Mihai Mogîldea

Mihai Mogîldea este cercetător asistent la Collegium Civitas (Varșovia) în cadrul unui proiect privind barierele interne în calea transformării europene a Republicii Moldova. Este, de asemenea, cercetător al Asociației Experți pentru Securitate și Afaceri Globale și cercetător asociat al Institutului pentru Politici și Reforme Europene. Mihai deține o diplomă de master în Studii Politice și Administrative Europene a Colegiului Europei (Bruges)

Ciclul de sinteze de politici Media Forward este posibil datorită suportului generos acordat de poporul american prin intermediul Agenției Statelor Unite pentru Dezvoltare Internațională (USAID). Responsabilitatea pentru conținut le revine autorilor și conținutul nu reflectă neapărat punctele de vedere ale Freedom House, Internews, USAID sau ale Guvernului Statelor Unite.



Freedom House este o organizație nonprofit, nepartizantă, care susține schimbările democratice, monitorizează libertatea și promovează democrația și drepturile omului.

1850 M Street NW, 11th Floor
Washington, DC 20036

120 Wall Street, 26th Floor
New York, NY 10005

www.freedomhouse.org
[@FreedomHouseDC](https://www.facebook.com/FreedomHouseDC)
202.296.5101
info@freedomhouse.org