Raport cumulativ privind mersul dezbaterilor pe platforma MediaForum.md. Management

Martie 2016 - Martie 2017

Informații generale

În intervalul martie 2016 - martie 2017 la compartimentul “Management” s-au desfășurat 7 dezbateri. Temele s-au axat pe viabilitatea proiectelor jurnalistice, monetizarea conținutului, finanțarea redacțiilor, dar și pe respectarea de către redacții a normelor deontologice. O temă care a apărut în premieră absolută pe MediaForum - nu a fost discutată până acum nici tangențial - este ideea licențierii activității de jurnalism, care, în opinia unuia dintre moderatori, ar face diferența între onestitate și profesionalism și manipulare și non-jurnalism. De asemenea, pentru prima dată au fost abordate aspecte ale monetizării conținutului web, fiind avansate mai multe idei de către manageri ai unor proiecte media independente.

Temele și mersul dezbaterilor

1. **„Ce trebuie să știe cineva care vrea să lanseze un site informațional?”.** Pentru a realiza această dezbatere, administratorii platformei MediaForum l-au invitat pe fondatorul și managerul portalului de știri pentru tineri Diez, Alexandru Lebedev, să facă o scurtă analiză a activității portalului său de la creare și până în actualitate. Moderatorul urma să vorbească, prin exemplul propriu, despre problemele care pot apărea la lansarea și menținerea unor noi proiecte jurnalistice sub toate aspectele: conținut, finanțare, publicitate, public. Scopul dezbaterii a fost de a colecta de la administratorii de portaluri informații care i-ar putea ajuta pe viitorii administratori. S-a dorit eventual, identificarea problemelor care stau în fața producătorilor de conținut online. Cât costă, care sunt provocările, problemele și eventualele soluții la dificultățile apărute - la aceste întrebări au fost invitați să răspundă participanții la discuție. A fost abordat, de asemenea, ceea ce moderatorul a numit „paradoxul” faptului că în Republica Moldova există multe portaluri, în

timp ce piața de publicitate este mică. La fel ca moderatorul, managerii de proiecte media care s-au implicat în discuție, au subliniat că anume conținutul e cel care face diferența, însă acesta trebuie împachetat corespunzător și plasat pe platforme (se poate cât mai multe) vizibile.

S-au adunat în total 7 comentarii de la 6 utilizatori, reprezentanți ai portalurilor stirilocale.md, moldova.org, bancamea.md sau expresul.com. Majoritatea au fost de părere că anume conținutul de calitate face ca site-urile să câștige pe termen lung și nu titlurile scandaloase sau imagini compromițătoare. În urma acestei dezbateri, care a oferite, în opinia sa, sfaturi utile pentru potențialii administratori de site-uri, Alexandru Lebedev a recomandat elaborarea unui mecanism care ar asigura prezența discuțiilor de pe MediaForum pe agregatoarele de știri și extinderea listei moderatorilor „pentru a ajunge la cât mai multe persoane interesate, atât începători din domeniul media, cât și profesioniști".

2. **„Ce trebuie să-i dai consumatorului ca să-l fidelizezi?"** este a doua dezbatere la rubrica „Management" moderată de Alexandru Lebedev, de data aceasta axată exclusiv pe conținutul media. Moderatorul a abordat tema titlurilor „scandaloase" și înșelătoare, dar fără substanță, a selectării subiectelor după caracterul de „senzaționalitate" și nu al utilității sau interesului public etc. El a oferit câteva sfaturi jurnaliștilor, care reprezintă, de fapt, reguli de care s-ar conduce în activitatea sa echipa Diez: 1. Nu e suficient să scrii o istorie interesantă, trebuie să scrii o serie de istorii interesante, și mai ales să le faci follow-up; 2. Reporterul trebuie să răspundă la întrebările cititorilor noștri înainte ca întrebările să apară; 3. Dacă ai o întrebare, ca jurnalist, fii sigur că și mii de alți cititori au aceeași întrebare.

Participanții la discuție au pus și ei accent pe conținutul de calitate, menționând că titlurile înșelătoare nu aduc câștig pe termen lung, dimpotrivă, alungă cititorii care caută seriozitate. „Preferăm să verificăm totul atent şi să ne fidelizăm cititorii prin seriozitate în loc să-i atragem prin înşelăciune", a notat un editor al Agenției de Presă InfoPrim-Neo.

3. **„Salariu deplin sau contract de autor? Cum sunt plătiți jurnaliștii modloveni?"**. Este o temă actuală pentru redacțiile din Republica Moldova ai căror manageri, uneori din lipsă de finanțare, recurg la aplicarea unei scheme de salarizare deloc convenabile angajaților: încheie contracte potrivit cărora salariul de bază, adică cel din care se plătesc impozite și contribuțiile sociale este foarte mic, de o mie se sau două de lei, restul plătindu-l sub formă de onorariu, sumă din care nu se percep taxe. Jurista Tatiana Puiu a explicat concret avantajele și riscurile unei astfel de scheme, care, totuși, este acceptată,

din necesitate, de o bună parte a jurnaliștilor din Republica Moldova. „Contractul de autor aduce beneficii pentru că „reduce” mult din contribuțiile sociale plătite şi impozitul pe venit, dar utilizarea unui asemenea contract în raporturile de muncă este deosebit de riscantă. În realitate, prin încheierea exclusivă a contractelor de cesiune a drepturilor de autor jurnalistul nu va beneficia de drepturile legale esențiale ale unui salariat: vechime în muncă, protecție socială (nu sunt plătite asigurările sociale şi de sănătate), posibilitatea contactării unui credit bancar etc.”, a explicat tatiana Puiu.

A răspuns invitației de a participa la discuție un alt jurist, manager de presă, Eugeniu Râbca, care a vorbit despre concurența neloială pe care o fac redacțiile ce practică astfel de scheme cu cele care sunt plătitori de bună credință a impozitelor: „Credeți că mă întreb dacă asemenea mass-media vor fi verificate de instituțiile statului pentru evaziune fiscală? Nu e cazul, deoarece ele nu sunt verificate (poate, deocamdată). Poate, în acest caz, par cinic. Totuși, mă deranjează mai mult concurența neloială (puteți să numiți altfel această situație): „proștii” (a se citi „instituțiile media care respectă legislația”) achită impozitele, iar „privilegiații” „utilizează chibzuit” resursele financiare”. În concluzie, moderatoarea a notat că astfel de scheme de salarizare sunt riscante nu doar pentru jurnaliști, dar și pentru alte categorii de angajați, întrucât reduc la maximum obligațiile patronilor, în schimb, relațiile acestora cu jurnaliștii sunt relații de muncă, ceea ce nu ar trebui să existe în condițiile unui contract de autor.

4. **„Sursele anonime și protecția lor: între credibilitate și rea voință”**. Moderatoarea Cornelia Cozonac a explicat situațiile în care jurnaliștii pot face trimitere la surse anonime și în ce condiții acestea sunt protejate fie de lege, fie de practicile Curții Europene a Drepturilor Omului, fie de normele și uzanțele profesiei. Cu toate acestea, în ultimul timp, în Republica Moldova, trimiterea la surse anonime se face pentru răspândirea falsurilor sau a informației denigratoare la adresa unor persoane sau grupuri indezirabile. Scopul dezbaterii a fost explicarea situațiilor în care trimiterea la anonimi este justificată și descurajarea jurnaliștilor să folosească astfel de surse.

Moderatoarea a fost susținută în acest demers de unii colegi, care au subliniat că în prezent sunt foarte rare situațiile, poate chiar inexistente, în care jurnaliștii să fie nevoiți să-și protejeze sursele. „Putem recurge și la surse anonime, dar ar fi preferabil ca un reporter să întreprindă toate demersurile jurnalistice ca să obțină aceeași informație de la o sursă deschisă, care poate fi citată. Păcat să ne plângem - în prezent avem atâtea și atâtea instrumente pentru a face materiale calitative și bine documentate”, a notat Anastasia Nani.

Reporterii sunt liberi să-și folosească rețeaua de surse cum consideră de cuviință, însă nu ar trebui să uite de acuratețe, normele de conduită și de faptul că trimiterile sistematice la sursele anonime decredibilizează jurnalistul. Publicul se poate întreba dacă aceste surse în general există - sunt recomandările de la finalul dezbaterii.

5. **„Corupția în presă. De ce jurnaliștii participă la campanii de denigrare?”**. Scopul lansării acestei dezbateri a fost forumlat foarte clar de moderatorul Vasile State, redactor la postul de Radio Chișinău: „Prin dezbaterea pe care o lansăm, încercăm să răspundem la o întrebare simplă: de ce jurnaliștii acceptă să fie folosiți în ”războiul” pe care politicienii îl duc împotriva oponenților lor? E clar că în această luptă numai de jurnalism nu putem vorbi, ci de o adevărată propagandă ca în vremurile care au apus. Numai că atunci fațeta principala era glorificarea ”realizărilor” și lustruirea imaginii conducătorilor ”iubiți”, acum însă predominante sunt campaniile de denigrare a adversarilor politici”.
Dezbaterea a arătat că există atât în rândul consumatorilor de presă, cât și al jurnaliștilor, destulă respingere față de practicile nonjurnalistice, care urmăresc denigrarea cuiva și în niciun caz informarea corectă a publicului. Un utilizator a propus acționarea în judecată a jurnaliștilor care execută astfel de comenzi: „Ceea ce m-am gândit mai demult e că trebuie deschisă odată și odată Cutia Pandorei cu procesele în instanță de judecată, de către cei care sunt vizați de materialele în care se manipulează și se denigrează. Jurnaliștii buni, cred eu, au destul discernământ și bun simț ca să nu se bage în așa chestii. Cei fără de mari scrupule, să fie buni să își apere ”judecățile de valoare””.
Moderatorul a propus drept soluție discutarea și „taxarea” în public a devierilor de la normele deontologice și cele ale bunului simț, inclusiv prin intermediul organizațiilor de media credibile și al Consiliului de Presă.

6. „**Merită să facem jurnalismul o activitate licențiată?**” - această temă a venit ca o continuare firească a discuțiilor din dezbaterea precedentă, moderată de Vasile State. Participanții și-au pus la un moment dat problema cine poate fi considerat jurnalist. Jurnalistul Ion Terguță, director al Companiei TV MIR-Moldova, a avansat ideea vehiculată uneori în culisele breslei de a transforma activitatea jurnalistică în una licențiată. Ideea are destui adversari, însă în condițiile actuale nu doar ale Republicii Moldova, ea apare ca o posibilă soluție pentru desolidarizarea jurnaliștilor independenți de grupurile care aplică practici neoneste, dar și ca un indiciu de credibilitate pentru public.
Ion Terguță a argumentat o eventuală introducere a obligației de a obține licență prin faptul că astfel de practici există în numeroase țări eropene: „O să vă întrebați dacă mai există o

asemenea practică undeva. Există. Licența de activitate e legitimația de jurnalist, care îți oferă o groază de posibilități în Europa şi nu doar. Şi se oferă de organizațiile profesionale. E timpul să revenim la normalitate şi să curățim breasla de oportunişti”.

Unii participanți la discuție au salutat ideea: „Consider că licența trebuie să fie obligatorie pentru jurnaliştii din R. Moldova. Toți jurnaliştii trebuie să depindă, în primul rând, de o organizație (uniune) a jurnaliştilor profesionişti, dar nu de tipul Consiliului Coordonator al Audiovizual. La Prima încălcare a Codului deontologic să fie retrasă licența”, a scris Corneliu Namolovan. Alt utilizator a sugerat că ideea ar fi de neimplementat din cauză că una stfel de jurnalism nu ar fi rentabil, respectiv, patronii nu ar ave avenituri și nu ar finanța, în consecință, instituții de presă. În una din intervențiile sale, moderatorul a argumentat cu avantajele de care, în opinia sa, ar beneficia jurnalistul în urma licențierii. „Ce s-ar intimpla daca jurnalismul ar deveni o activitate licentiata? Raporturile contractuale angajat angajator s-ar schimba instant. Jurnalistul va capata automonie, va deveni factor de productie, si generator de valoare adaugata. Pericolul pierderii licentei de activitate (ca si sursa de existenta) il va face imun la „comenzile” angajatorului. Ultimul, la rindul lui, va trebui sa fie atent la oferta pietei de munca, si in mod special la calitatea ei. Licentierea activitatii va schimba in primul rind raporturile de munca. Jurnalistul va deveni o resursa cautata de angajator pentru a produce valoare (vinzari) si nu o sursa de manipulare”, a scris Ion Terguță.

7. „**Care dintre proiectele jurnalistice moderne sunt mai viabile astăzi?**”. Este o întrebare la care a încercat să răspundă fondatorul mai multor proiecte media Sergiu Jaman, manager al portalurilor Agrobusiness.md și Știrilocale.md. Pentru dezbatere, el a studiat proiecte comerciale-model realizate la nivel global și le-a descris, făcând concluziile de rigoare, dar a dat și exemplul propriei companii la capitolul comercializarea conținutului produs. „Așadar, noi am înțeles că pentru a ne dezvolta în continuare trebuie să schimbăm modelul de business. Crearea unei rețele locale de corespondenți implică cheltuieli. Așa am ajuns în ultimul timp să ne interesăm tot mai mult de crowdfunding, în care ne punem speranțe datorită comunității pe care o avem formată în jurul moldovenilor aflați peste hotarele țării”, a notat Sergiu Jaman.

Dintre ideile propuse în cadrul dezbaterii referitoare la obținerea profitului pentru menținerea site-urilor informative, notăm „vânzarea nu doar a articolelor, ci a campaniilor media întregi”, avansată de Alexandru Lebedev, manager Diez; obținerea de granturi și vânzarea abonamentelor, avansată de Aurel Stratan, manager la Mold-street.md.

Moderatorul a propus organizarea unor training-uri pentru managerii de presă la subiectul scrierii proiectelor pentru obținerea finanțărilor de la donatorii externi, dar și a unor training-uri pe monetizarea conținutului web.

Concluzii și Recomandări

Principalele recomandări făcute de moderatori la rubrica Management sunt:

- Titlurile „senzaționale” și înșelătoare nu fac parte din elementele presei quality și nu asigură audiență pe termen lung;
- Jurnaliștii și managerii de presă ar trebui să elaboreze content de calitate, în serie, și să-l prezinte atractiv, ca să-și fidelizeze cititorii;
- Managerii de presă ar trebui să evite salarizarea „în plic” a jurnaliștilor sau cea pe bază de drepturi de autor, întrucât aceasta reduce la minimum mecanismele de protecție a drepturilor angajaților și reprezintă o formă de eschivare de la plata impozitelor;
- Jurnalișilor li se recomandă să nu utilizeze surse anonime decât în cazurile prevăzute de Codul Deontologic și legislație - atunci când divulgarea sursei reprezintă un pericol pentru viața acesteia sau a altor persoane;
- Jurnaliștii, Consiliul de Presă și organizațiile de media ar trebui să taxeze mai dur fiecare derapaj deontologic al persoanelor care se pretind a fi jurnaliști dar produc și răspândesc conținut nociv;
- ONG-urile de media și jurnaliștii în general ar trebui să inițieze discuții reale asupra modalităților de responsabilizare - una fiind licențierea - a persoanelor ce fac parte din profesie, dar îi încalcă normele;
- Managerii de presă ar avea nevoie de instruiri în privința scrierii granturilor pentru obținerea finanțărilor de la donatorii străini, dar și de cursuri referitoare la modalitățile de monetizare a conținutului jurnalistic.