Raport cumulativ privind dezbaterile pe platforma MediaForum la rubrica "Ţinteşte în presă!"

perioada: 25 martie 2015 – 1 martie 2016

Informații generale

În perioada 25 martie 2015 - 1 martie 2016 la compartimentul «Mediacritica», redenumită ulterior «Ţintește în presă!» s-au desfășurat 6 dezbateri. Fiind o temă destinată consumatorilor la depresă, în calitate de moderatori au fost selectați/invitați reprezentanți societății civile, activiști cunoscuți pentru pozițiile lor civice sau lideri de opinie. Temele au vizat diferite evenimente sau subiecte despre care a scis presa în perioada respectivă. Consumatorii au fost invitați să comenteze prestația jurnaliștilor și calitatea materialelor. Temele au fost identificate de Content Managerul platformei, coordonate cu Directorul de proiect, apoi propuse moderatorilor. În unele cazuri, temele au fost sugerate de moderatori.

Temele și mersul dezbaterilor

1. «Criza leului: manipulare informațională ca paravan pentru scumpiri».

Platforma MediaForum a fost lansată în primăvara anului 2015, când piața valutară din Republica Moldova tocmai traversase o serie de oscilații ale cotației monedei euro și dolarului, produse pe fundalul alegerii primului-ministru și votării Guvernului. În presă au existat voci care spuneau că oscilațiile cursului valutar au fost nejustificate, însă au acționat ca factor generator de creșteri de prețuri. Echipa proiectului i-a propus acest subiect moderatorului Doru Petruți. Dezbaterea temei a avut loc odată cu testarea propriu-zisă a funcționării platformei, având în vedere că aceasta a fost prima dezbatere de la categoria «Mediacritica». Discuția a adunat 5 comentarii, numărul mic explicându-se și prin specificul temei - chiar dacă îi afectează direct, puțini consumatori de presă s-au încumetat să comenteze la un

«Este necesară elaborarea recomandărilor metodologice pentru magistrați, avocați și angajați ai organelor de drept privind comunicarea cu presa și a ghidurilor de terminologie juridică, relevante pentru jurnaliști»

- Ana Racu

subiect economic. Cei câțiva care și-au exprimat opiniile au fost de părere că presa, fiind «împărțită politic», iar cea independentă fiind «insuficientă», nu putea face mai mult pentru informarea oamenilor decât a făcut. În opinia unei utilizatoare, s-a produs o manipulare a opiniei publice.

2. «Cât de mult contează sondajele de opinie?».

Fiind sociolog de meserie și conducător al unei Agenții de Sondaje, Content Managerul i-a propus moderatorului Doru Petruți acest subiect, întrucât consumatorilor de presă li se servesc frecvent rezultate ale diverselor sondaje de opinie, atât pe teme politice, cât și economice, sociale. Dezbaterea și-a propus să colecteze opinii ale consumatorilor pentru a vedea câtă încredere au în sondaje, cum le consumă, cum le compară, la ce atrag atenția atunci când citesc astfel de știri. Discuția a adunat 16 comentarii, a fost echilibrată și s-a bucurat de un interes sporit din partea utilizatorilor. Moderatorul a anexat la textul de deschidere un Cod referitor la desfășurarea sondajelor, folosit de agenții europene.

Unul dintre utilizatori și-a exprimat scepticismul față de sondaje și a fost de părere că acestea nu prezintă realitatea, ci tendințele. În plus, el a criticat modul cum folosește și prezintă presa datele din sondaj, exemplificând cu o situație hilară când un post TV care a transformat procentele din sondaj în mandate de deputat, a obținut 105 mandate, în timp ce Parlamentul de la Chișinău are doar 101. Majoritatea utilizatorilor au îndemnat reporterii și editorii care fac știri sau analize pe baza sondajelor să manifeste maximă prudență și să folosească date comparate, inclusiv ca instrument de verificare și evitare a eventualelor erori.

3. «Presa și justiția: amici sau inamici?».

Această temă a fost selectată pe fundalul cazurilor tot mai frecvente la acel moment de apariție în presă a știrilor despre reținerea sau arestarea diferitelor persoane sau despre procese de judecată. Moderatoarea Ana Racu și-a propus să discute împreună cu consumatorii de presă cât de corect se comportă jurnaliștii atunci când reflectă asemenea evenimente, ce înțelege publicul, ce și-ar dori de la presă reprezentanții sistemului Justiției. La discuții au participat atât jurnaliști, consumatori de presă, cât și persoane cu funcții în stat, avocați, vice-ministrul Justiției, angajați ai Curții Supreme de Justiție, CCA, specialiști în comunicare, psihologie, bloggeri, reprezentanți ai ONG-urilor de profil. Utilizatorii au avut o discuție constructivă, moderată echilibrat de către Ana Racu, au făcut referințe la legislația relevantă domeniului discutat și au lansat propuneri care ar contribui la îmbunătățirea dialogului dintre presă și justiție. Concluziile lor au indicat spre faptul că una dintre probleme este lipsa abilităților și cunoștințelor necesare pentru un dialog profesionist, atât în rândul jurnaliștilor, cât și al reprezentanților justiției. O altă problemă invocată este, în opinia participanților la dezbatere, nivelul de pregătire al unităților de comunicare din sistemul de justiție și capacitatea acestora de a face față crizelor de comunicare.

În raportul final, moderatoarea a punctat câteva concluzii și recomandări. Una dintre ele se referă la necesitatea elaborării, de către organizațiile de media, a unui proiect în cadrul căruia să fie realizate activități care vor contribui la îmbunătățirea dialogului dintre justiție și presă. De asemenea, Ana Racu vede drept foarte necesară elaborarea recomandărilor metodologice pentru magistrați, avocați și alți angajați ai organelor de drept privind comunicarea cu presa și a recomandărilor/ghidurilor de terminologie juridică, proceduri judiciare relevante pentru jurnaliști. Alte propuneri se referă la efectuarea unei analize a legislației care împiedică accesul la informația relevantă din cadrul instituțiilor de drept; analizarea cadrului normativ și legislativ care reglementează activitatea unităților de comunicare din cadrul instituțiilor de drept și elaborarea propunerilor de îmbunătățire a activității acestora. Moderatoarea a mai propus organizarea unor întâlniri periodice sau a unui club de presă cu invitați din ambele bresle, în care ar putea fi dezbătute subiecte de actualitate, care se referă la comunicarea dintre presă și justiție; realizarea întrunirilor periodice la inițiativa Asociației Presei Independente sau a Consiliului de Presă cu purtătorii de cuvânt și angajații unităților de comunicare din cadrul instituțiilor de drept (sistem judecătoresc, sistem penitenciar, procuratură, uniunea avocaților, CNA, MAI etc.).

4. «Cine sunt experții invitați la TV-uri și cât valorează opinia lor?».

Această temă, propusă de Content Manager, a fost acceptată de către moderatoarea Ana Racu drept una actuală și necesară. Consumatorii de presă au fost invitați să-și spună părerea despre comentatorii pe care îi văd la emisiunile de

dezbateri de la televiziuni. În discuție s-au inclus atât jurnaliști, care au pornit o polemică la subiectul «cine și cum poate dobândi titlul de «expert» », dar și consumatori de presă. Unii participanți au adus exemple din practica altor state în care dreptul convențional de a comenta public un subiect îl au exlusiv persoanele care au o pregătire corespunzatoare și o experiență de ani buni munciti într-un anumit domeniu. Aspectele abordate au fost dintre cele mai diferite, fiind tratat și aspectul egalității de gen în platourile emisiunilor, dar și cel al valorii mesajelor exprimate de către comentatori pe diferite teme, de cele mai multe ori străine de pregătirea lor profesională și de experiența lor. Majoritatea participanților au avansat ideea că folosirea pseudo-experților pentru comentarea diferitelor evenimente sau fenomene decredibilizează instituția media și descurajează consumatorul să mai urmărească astfel de emisiuni.

În raportul final, Ana Racu a recomandat echipelor de producere a emisiunilor să formeze baze de date a experților care să conțină oameni cu experiență diversă, iar prezența lor în emisiune să fie reprezentativă pentru subiectul discutat; crearea unei baze de date a experților străini, reprezentanților organizațiilor internaționalecare care ar putea fi invitați în emisiuni; valorificarea expertizei persoanelor care au ocupat anterior funcții sau au realizat anumite acțiuni, studii, cercetări relevante domeniului de discuție, care pot prezenta opinii și informații mai obiective.

5. **«Au jurnaliștii dreptul să protesteze sau își pierd credibilitatea dacă o fac?»**.

Dezbaterea s-a desfășurat într-o perioadă în care la Chișinău aveau loc periodic proteste masive ale Platformei Demnitate și Adevăr, iar în fața manifestanților apăreau și numeroși jurnaliști sau manageri de presă. Astfel, a apărut necesitatea discutării subiectului, pentru a vedea ce părere au consumatorii despre o asemenea implicare a jurnaliștilor. Drept moderator a fost invitat un jurnalist cu experiență, care, în cariera sa, a traversat mai multe perioade marcate de proteste - Adrian Petcu, redactor-șef al Departamentului Actualități al postului public de Radio Moldova. Numărul semnificativ de comentarii - 33 - a arătat că tema a fost de interes real pentru consumatori. Majoritatea au fost de părere că jurnaliștii au dreptul să își manifeste poziția civică în afara orelor de muncă, întrucât sunt și ei parte a societății.

La final, moderatorul a concluzionat că o parte dintre opinii au indicat expres drept o problemă cunoasterea slabă (sau deloc) a drepturilor și obligatiilor unui jurnalist și a propus elaborarea recomandărilor metodologice pentru profesorii de la facultatile de jurnalism in vederea implementarii practice a prevederilor din Codul Deontologic al Jurnalistului; analiza posibilitatilor de penalizare (taxare) atat a jurnalistilor care incalca prevederile Codului Deontologic, cat și a institutiilor la care sunt angajati (inclusiv CCA).

6. «Numirea noului premier: cine și cum a reflectat? Cine a manipulat?».

Această dezbatere este prima desfășurată după redenumirea rubricii «Mediacritica» în «Ținteşte în presă!». Drept moderator a fost selectat activistul civic Oleg Brega, iar subiectul discutat a fost unul reflectat în presă la acel moment - procesul de selectare și numire a noului prim-ministru al Republicii Moldova.

În pofida numărului mic de comentarii, dezbaterea și-a atins parțial scopul: consumatorii și-au exprimat liber opiniile argumentate referitoare la activitatea presei și la modul cum reflectă anumite subiecte. Unul dintre utilizatori a fost de părere că anume mass-media este vinovată pentru «haosul care se petrece în țara noastră», a susținut că jurnaliștii, pentru onorarii mai mari, scriu falsuri și dezinformează, și a propus realizarea diferitelor acțiuni pentru a «depista și a arăta public acele știri cu caracter manipulatoriu și fals». «Trebuie lansat un proiect aparte in mediul online in care sa chemam specialisti care sa analizeze stirile dubioase si sa se expuna daca stirea nu este fake sau incalca alte reguli de care trebuie sa se conduca un jurnalist adevarat», a scris unul dintre consumatori, Petru Anton. În opinia sa, astfel, simplii cetățeni ar putea fi educați să depisteze falsurile, iar jurnaliștii ar fi mult mai atenția dacă vor ști că sunt monitorizați. Utilizatorul s-a oferit să ofere sprijin pentru dezvoltarea unei aplicații în acest scop.

Un alt utilizator a făcut un adevărat studiu de caz, aducând exemple, cu linkuri, în care a demonstrat că cititorilor li s-a servit o informație distorsionată, iar o participantă la discuție a fost de părere că descoperirea manipulărilor este dificilă, întrucât nu toți consumatorii au capacități analitice, preferând să dea crezare presei.

În raportul de final, moderatorul Oleg Brega, a concluzionat că jurnaliștii ar trebui să fie obișnuiți să vorbească deschis despre problemele proprii, la cluburi profesionale, mese rotunde, la care să se discute despre starea media, ca să se obișnuiască cu analiza activității personale și a instituției la care lucrează prin prisma legii și a normelor etice. De asemenea, moderatorul a propus realizarea unor acțiuni de încurajare a interacțiunii jurnaliștilor cu consumatorii produselor lor.

Concluzii și Recomandări

În baza analizei comentariilor din fiecare dezbatere, moderatorii au făcut următoarele recomandări:

- Jurnaliștii ar trebui să analizeze critic rezultatele sondajelor de opinie și, atunci când realizează articole sau știri, să le compare și să le contrapună cu alte date, pentru a evita erorile și dezinformarea;
- Elaborarea unui proiect în cadrul căruia să fie realizate activități care vor contribui la îmbunătățirea dialogului dintre justiție și presă;

- Elaborarea recomandărilor metodologice pentru magistrați, avocați și alți angajați ai organelor de drept privind comunicarea cu presa și a recomandărilor/ghidurilor de terminologie juridică, proceduri judiciare relevante pentru jurnaliști;
- Efectuarea unei analize a legislației care împiedică accesul la informația relevantă din cadrul instituțiilor de drept;
- Analizarea cadrului normativ și legislativ care reglementează activitatea unităților de comunicare din cadrul instituțiilor de drept și elaborarea propunerilor de îmbunătățire a activității acestora;
- Organizarea unor întâlniri periodice sau a unui club de presă cu invitați din sistemul justiției și din breasla jurnaliștilor, în care ar putea fi dezbătute subiecte de actualitate, care se referă la comunicarea dintre presă și justiție;
- Realizarea întrunirilor periodice cu purtătorii de cuvânt și angajații unităților de comunicare din cadrul instituțiilor de drept (sistem judecătoresc, sistem penitenciar, procuratură, uniunea avocaților, CNA, MAI etc.);
- Echipelor de producere a emisiunilor li s-a recomandat să formeze baze de date a experților care să conțină oameni cu experiență diversă, iar prezența lor în emisiune să fie reprezentativă pentru subiectul discutat;
- Crearea unei baze de date cu a experților străini, reprezentanților organizațiilor internaționalecare ar putea fi invitați în emisiuni; valorificarea expertizei persoanelor care au ocupat anterior funcții sau au realizat anumite acțiuni, studii, cercetări relevante domeniului de discuție, care pot prezenta opinii și informații mai obiective;
- Analiza posibilitatilor de penalizare (taxare) atat a jurnalistilor care incalca prevederile Codului Deontologic, cat și a instituțiilor la care sunt angajati (inclusiv CCA);
- Realizarea unor acțiuni de încurajare a interacțiunii jurnaliștilor cu consumatorii produselor lor;
- Eventuala elaborare a unor aplicații online care i-ar ajuta pe consumatori să descopere falsurile media sau știrile distorsionate, care nu reflectă realitatea.