

INSTRUIRI LA DISTANȚĂ ȘI DEZBATERI PENTRU PROFESIONALIZAREA
JURNALIȘTILOR ȘI STIMULAREA JURNALISMULUI ETIC

CAMPANIILE ELECTORALE: SFATURI PENTRU JURNALIȘTI

Îndrumar pentru jurnaliști, realizat în baza consultației online,
oferite pe www.mediaforum.md



de **Artur Corghencea**

În decembrie 2018 s-au făcut exact 10 ani de când jurnalistul **ARTUR CORGHENCEA** conduce departamentul Știri de la PRO TV Chișinău. De altfel, Artur a venit în echipa postului de televiziune în 2001, în calitate de reporter. După doi ani a fost promovat în funcția de editor de texte, ca mai apoi să ajungă „șeful de la știri”.

Artur Corghencea face jurnalism de 20 de ani, iar până a veni la PRO TV Chișinău a mai activat și la două agenții de presă: Flux SRL și Info-prim, în calitate de editor.

Din 2009, jurnalistul a fost instructor TV la Școala de Studii Avansate în Jurnalism.

Artur și-a făcut studiile în jurnalism la Universitatea de Stat din Moldova, inclusiv masteratul, iar mai apoi a beneficiat și de alte cursuri în acest domeniu, în cadrul unor instituții media sau de educație din afara țării. Printre acestea: BBC, Mediacenter sau University of Missouri, Columbia, USA.

În 2005, a publicat o analiză despre Media & Elections pentru revista Mediaonline.ba.

Platforma online pentru profesioniștii media www.MediaForum.md este editată de Consiliul de Presă din Republica Moldova.

Instruirile la distanță pentru jurnaliști se desfășoară în cadrul proiectului „Instruiri la distanță și dezbateri pentru profesionalizarea jurnaliștilor și stimularea jurnalismului etic pe platforma online a profesioniștilor mass-media www.MediaForum.md”, implementat de Asociația Presei Independente (API), cu susținerea Programului Mass-Media al Fundației Soros-Moldova.

Opiniile exprimate în această publicație aparțin autorului și nu implică neapărat poziția finanțatorului.

I. INTRODUCERE

Publicul se așteaptă ca mass-media tot timpul să-l informeze obiectiv și în campaniile electorale – în mod deosebit.

Concurenții ar trebui să aibă acces egal la mass-media, iar alegătorii ar trebui să afle din timp ce au de oferit toți candidații.

De regulă, asta înseamnă 10-15 partide cu programe, promisiuni, idei diferite. Un efort considerabil pentru jurnaliști, dar care merită, deoarece în perioada de dinaintea alegerilor toată atenția este îndreptată spre acest subiect.

Modificarea sistemului electoral a adus schimbări pentru toată lumea, inclusiv pentru presă. Pe lângă manifestațiile și programele electorale ale partidelor, acum urmează să fie reflectate și evenimentele organizate de candidații pe circumscripții. Destul de numeroși – peste 300 în toată țara – ei prezintă interes, la fel ca și concurenții de pe listele formațiunilor politice, și trebuie să beneficieze de aceleași drepturi. Mai ales că, spre deosebire de concurenții de la locale, de exemplu, ei vor ajunge să reprezinte circumscripția în Parlament – instituție care adoptă legi pentru toată țara.

Reflectarea campaniei pe circumscripția națională este, cumva, obișnuită. Evenimentele de lansare oferă presei posibilitatea de a prezenta echilibrat partidele înscrise în cursa electorală (chiar și formațiunile care au organizat manifestațiile pe ascuns, ca să evite întrebările incomode, au avut grijă să le filmeze și să le distribuie public). Celelalte evenimente organizate de formațiunile politice până în ziua alegerilor le selectăm în funcție de gradul de interes pe care considerăm că îl prezintă pentru publicul nostru. Vom încerca să asigurăm egalitate sau, cel puțin, pluralism, dacă nu toți concurenții vor desfășura manifestații.

Tonul neutru al subiectelor și echitatea în ce privește timpul acordat sunt esențiale în toate cazurile. Vom evita calificativele, iar elementele

de reportaj în subiecte electorale vor reda atmosfera, fără să denote atitudini. Pe de altă parte, timp egal nu înseamnă secundă în secundă, ci interviuri de aproximativ aceeași durată.

Ca să asigurăm o reflectare cât mai echilibrată a electoralei în circumscripțiile uninominale, am decis ca la fiecare eveniment organizat de unul dintre concurenți să trecem în revistă toți ceilalți candidați. Facem asta pentru a ne asigura că inclusiv cei care nu au posibilitatea să se promoveze așa cum o fac exponenții partidelor mari, au parte de timp de antenă. Din cauza limitărilor dictate de resursele redacției, nu vom ajunge peste tot. Vom merge în circumscripțiile în care: (1) sunt candidați care atrag atenția publică și (2) ceva (electoral) se întâmplă.

Știrile electorale sunt, până la urmă, știri. Adică atunci când decidem ce vom filma și unde va fi plasat subiectul în jurnal, ținem cont de aceleași criterii ca și în cazul unui material obișnuit – gradul de interes și importanța pentru audiența noastră.

În plus, din dezbaterile electorale pe care le organizăm pentru circumscripțiile uninominale din municipiul Chișinău, am decis să facem subiecte de știri. Scopul este același – de a da posibilitate alegătorilor să cunoască toți candidații.

În toate situațiile de conflict, obligatoriu vom cita două surse, regulă valabilă, desigur, și în afara campaniilor electorale, dar deosebit de importantă în electorală.

O altă recomandare care se referă, mai degrabă, la site-uri este că în campanie de multe ori ar fi bine să renunțăm să fim primii, în favoarea corectitudinii. Mai bine să așteptăm confirmarea unor informații decât să le publicăm neverificate.

Legislația reglementează modul în care trebuie reflectată campania electorală, pentru ca mass-media să nu favorizeze anumiți candidați. Codul serviciilor media audiovizuale prevede că media ar trebui tot timpul să fie corectă și echidistanță, iar Codul electoral stabilește reguli generale pentru campania electorală. În preajma alegerilor, Comisia Electorală Centrală adoptă un regulament privind reflectarea campaniei electorale (<https://cec.md/ro/pentru-aprobarea-regulamentului-privind-reflec->

[tarea-campaniei-electorale-la-aleg-2751_91698.html](https://cec.md/ro/pentru-aproba-rea-regulamentului-privind-reflectarea-campaniei-electorale-la-aleg-2751_91698.html)), iar Consiliul Audiovizualului – o concepție (https://cec.md/ro/pentru-aproba-rea-regulamentului-privind-reflectarea-campaniei-electorale-la-aleg-2751_91698.html). Ideile de bază, promovate de aceste documente sunt aceleași – campania trebuie reflectată echilibrat și echidistant, materialele trebuie să fie obiective, concurenții – tratați egal.

În plus, Comisia Electorală Centrală îndeamnă concurenții și redacțiile care au decis să reflecte campania electorală să semneze un cod de conduita (<http://alegeri.md/images/3/36/Codul-conduita-2019.pdf>). Acest document nu este lege, iar normele pe care le conține constituie “obligație morală”. Reprezintă o compilație din toate documentele referitoare la deontologia în electorală, atât a candidaților, cât și a presei. Totuși, după cum au remarcat autorii, poate ajuta observatorii și jurnaliștii să identifice mai ușor eventuale încălcări comise de oricare dintre actori.

Sunt suficiente documente din care reiese clar că în campanie, mai mult ca niciodată, este important ca ziariștii să prezinte realitatea obiectiv și echilibrat, pentru ca alegătorii să-și poată forma propriile opinii despre candidați și să voteze așa cum vor decide.

Au fost, însă, cazuri în care redacțiile au anunțat că nu reflectă campania electorală – adică au depus un act la CEC ca să nu fie monitorizate, iar între timp au făcut deschis agitație pentru un singur partid și nu au pățit nimic. În schimb alte posturi, care au încercat să prezinte cât mai multe puncte de vedere, puteau fi penalizate că au acordat cu câteva secunde mai mult unui concurent în raport cu alții.

Prin asta vreau să spun că buna-credință este esențială pentru reflectarea corectă a campaniei electorale, iar dacă lipsește, nici cele mai detaliate reglementări din lume nu vor putea garanta echilibrul și pluralismul.

II. ÎNTREBĂRI ȘI RĂSPUNSURI

ÎNTREBARE: *În perioada electorală unii politicieni fac, intenționat, și pseudo-evenimente, doar ca să se mențină în atenția publicului. Ce să facă în acest caz reporterii/redacțiile? Dacă îi neglijează, pot fi acuzați de lipsă de imparțialitate. Dacă fac știri din toate nimicurile – invers, li se poate reproșa că promovează acești politicieni. Cum găsim, la modul practic, mijlocul de aur?*

RĂSPUNS: Pseudo-evenimentul tot este un eveniment, care merită reflectat, dacă există resurse. Soluția pentru astfel de situații, când singura știre este faptul că politicianul/partidul a organizat manifestația fără conținut, este ca reporterul să adreseze întrebări legate de substanță, astfel încât publicul să înțeleagă de ce a avut loc evenimentul și, implicit, intențiile organizatorului.

ÎNTREBARE: *În redacția Dvs. există niște norme/reguli deontologice sau de comportament general puse pe hârtie, de care trebuie să se conducă reporterii în campaniile electorale? Credeți că ar fi nevoie de așa ceva?*

RĂSPUNS: Nu există seturi de reguli scrise referitoare anume la alegeri. Avem însă un regulament general, primit de fiecare angajat atunci când vine în echipă, care stabilește clar principiile pe care le respectăm când ne scriem materialele. Imparțialitatea, obiectivitatea și echidistanța sunt cele de bază. Tot astea trebuie aplicate atunci când vorbim despre reflectarea campaniilor. Din cauză că subiectele electorale sunt extrem de sensibile, fiecare în parte este discutat în redacție

pentru a stabili unghiurile de abordare și a ne asigura că toți candidații beneficiază de tratament egal.

Cred că ar fi bine să avem un document special pentru alegeri, care să conțină și trimiteri la legi și regulamente, dar în Moldova actele oficiale se schimbă atât de des (și chiar sistemul electoral este schimbat în funcție de necesitățile guvernării), încât n-am reuși să-l adaptăm de fiecare dată, în timp util.

ÎNTREBARE: *În perioada electorală se scriu multe investigații jurnalistice credibile, adică le scriu instituții cu reputație și expertiză în așa ceva, despre unii candidați. Întrucât unele fapte pot fi interesante și relevante pentru public, ele pot fi preluate și la știri. Cum procedăm? Facem știri din astfel de investigații sau le evităm ca să nu fim acuzați că atacăm un anume partid sau politician?*

RĂSPUNS: Investigațiile credibile sunt subiecte de știri. Iar pentru a evita acuzațiile, trebuie obligatoriu solicitată opinia celui vizat, atât în ce privește obiectul investigației (dacă jurnalistul care a realizat-o nu a reușit să-l contacteze, de exemplu), cât și în privința materialului propriu zis. Astfel, dacă politicianul se simte atacat, o să spună acest lucru. Știrea va continua, bineînțeles, cu reacțiile tuturor celor implicați. Cred că asta va arăta că intenția redacției este de a prezenta o dispută, dar nu de a ataca o persoană.

ÎNTREBARE: *De multe ori, în special în campanie, unii politicieni cărora li se pun întrebări incomode nu răspund, dar pot ataca verbal jurnaliștii sau redacția în general. Ce să facă reporterul în acest caz? Să răspundă, să se justifice, să tacă? Puteți da și un exemplu de ieșire onorabilă dintr-o astfel de situație. Ne-ar fi util. Mulțumesc.*

RĂSPUNS: Din punctul meu de vedere, politicienii sunt cei care răspund la întrebările jurnalistului (a se citi publicului). Ziaristul n-ar trebui să intre în polemici, pentru că misiunea lui este alta. Nu are de ce să se justifice sau să justifice redacția din care face parte.

Am ascultat înregistrarea discuției dintre un ziarist de la Jurnal TV și liderul PD, când jurnalistul nici n-a reușit să adreseze întrebarea și s-a pomenit atacat. Apreciez calmul său, dar părerea mea este că nu avea de ce să continue subiectul pus în discuție de Vlad Plahotniuc, ci trebuia să insiste pe propria sa întrebare. Dacă democratul vroia neapărat să afle detalii despre postul de televiziune, putea să sune el primul.

La fel, cred, ar trebui să se întâmple și în cadrul evenimentelor publice. Reporterul atacat va înregistra acuzația politicianului – ulterior postul pe care îl reprezintă va decide cum și dacă să răspundă – și, fără să continue subiectul, va insista să obțină răspuns la întrebările sale. Modul în care candidatul răspunde sau evită întrebarea atacând, va fi parte din știre.

ÎNTREBARE: *De regulă, riscul la producerea știrilor în campania electorală e ca reporterii să tîrajeze declarațiile politicienilor – ceea ce acești își doresc -, întrucât practic nu există timp să le și verifice sau poate, chiar să le echilibreze cumva. Ce soluții aveți pentru ca reporterii să evite, pe cât e posibil, răspândirea populismului politicienilor? Sau poate aveți soluții chiar pentru combaterea lui?*

RĂSPUNS: În primul rând, nu știu dacă misiunea jurnaliștilor este să combată populismul politicienilor. Mă gândesc că oamenii trebuie să-i cunoască așa cum sunt, unii dintre ei – populiști.

Obiectivul jurnaliștilor este să prezinte realitatea, iar pentru asta este vitală verificarea declarațiilor făcute de orice actor politic. Deci, dacă redacția decide să publice afirmația unui politician, reporterul trebuie

să ceară comentariul celor vizați sau, dacă e vorba de cifre și fapte, trebuie să le verifice. Publicul va fi cel care va decide dacă e populist sau nu candidatul.

ÎNTREBARE: *În campanie, vor fi o sumedenie de știri despre partidele politice și candidații electorali. După ce principii ar fi cazul să le aranjăm într-un buletin de știri TV? Dacă dăm prima știre despre PSRM (să zicem) nu riscăm să fim acuzați că îl favorizăm?*

Răspuns: Noi aranjăm subiectele în funcție de interesul publicului – care credem că este mai interesant pentru telespectatorul/cititorul nostru, va fi plasat mai sus în sumarul jurnalului. De exemplu, o știre despre faptul că un concurent electoral cere scoaterea din cursă a altui concurent va fi peste un subiect despre faptul că un al treilea candidat și-a depus actele la CEC. Nu cred că putem fi acuzați că favorizăm pe cineva, pentru că dacă ne conducem în fiecare zi de același principiu, ordinea știrilor va varia și subiectele despre același concurent electoral se vor afla pe diferite poziții în jurnal. Adică într-o zi știrea despre PSRM va fi prima, în altă zi – a 11-a.

ÎNTREBARE: *În acest context, crezi că înregistrarea cu primarul de Hâncești, candidat electoral, este subiect de știre?*

RĂSPUNS: În legătură cu filmulețul publicat de primarul de Hâncești – am discutat în mod deosebit acest subiect în redacție, au fost diferite păreri, Până la urmă am decis că este știre deoarece el l-a făcut ca să se promoveze. L-am telefonat și ne-a povestit despre evenimentul la care a cântat, dar a recunoscut, totodată, că a montat clipul cu imagini din Hâncești pentru că se mândrește cu realizările sale în calitate de primar. Deoarece candidează acum pe o circumscripție uninominală, credem că a fost o mișcare de PR electoral. În plus, este interesant și

faptul că a postat clipul după ce șeful său de partid, Vlad Plahotniuc, a permis să fie publicat un filmuleț în care apare cântând.

ÎNTREBARE: *Despre incidentele electorale – huiduieli, înjurături – de care au parte unii candidați (organizat) la întâlnirile electorale, iar de multe ori acestea sunt filmate de amatori și imaginile ajung la televiziuni. Cum tratați astfel de cazuri? Cum le reflectați, astfel ca să nu fiți acuzați de părtinire?*

RĂSPUNS: Dacă filmăm noi incidentul, îi vom întreba pe cei care scandează despre motivele lor și cine i-a organizat. Dacă nu filmăm noi, dar considerăm subiectul relevant, precizăm sursa imaginilor și scoatem în evidență semnele care arată apartenența politică a manifestanților (dacă astfel de semne există). Obligatoriu – întrebam candidații vizați ce cred ei despre incidentele respective, deoarece cu siguranță știu ce se întâmplă. Ulterior vom lua reacții de la presupușii organizatori ai manifestației cu huiduieli. Astfel, vom prezenta echidistant o situație de conflict între doi actori, fără să punem pe cineva în lumina proastă.

ÎNTREBARE: *În special, în perioada electorală, unii politicieni cărora li se pun întrebări incomode, preferă să atace verbal jurnalistul sau postul/redacția. Cum să procedeze reporterul pe teren? Să răspundă, să tacă, să se justifice?*

RĂSPUNS: Din punctul meu de vedere, politicienii sunt cei care răspund la întrebările jurnalistului (a se citi publicului). Ziaristul n-ar trebui să intre în polemici, pentru că misiunea lui este alta. Nu are de ce să se justifice sau să justifice redacția din care face parte.

ÎNTREBARE: *Am ascultat înregistrarea discuției dintre un ziarist de la Jurnal TV și liderul PD, când jurnalistul nici n-a reușit să adreseze întrebarea și s-a pomenit atacat. Apreciez calmul său, dar părerea mea este că nu avea de ce să continue subiectul pus în discuție de Vlad Plahotniuc, ci trebuia să insiste pe propria sa întrebare. Dacă democratul voia neapărat să afle detalii despre postul de televiziune, putea să sune el primul.*

RĂSPUNS: La fel, cred, ar trebui să se întâmple și în cadrul evenimentelor publice. Reporterul atacat va înregistra acuzația politicianului – ulterior postul pe care îl reprezintă va decide cum și dacă să răspundă – și, fără să continue subiectul, va insista să obțină răspuns la întrebările sale. Modul în care candidatul răspunde sau evită întrebarea atacând, va fi parte din știre.