

STUDIU

**Fenomenul știrilor false
în Republica Moldova
și (in)acțiunile autorității
de reglementare
în audiovizual
în vederea combaterii
acestui fenomen**

(2014 – 2019)



Studiu

Fenomenul știrilor false în Republica Moldova și (in)acțiunile autorității de reglementare în audiovizual în vederea combaterii acestui fenomen (2014 – 2019)

Autoare: **Olga Guțuțui**

Design și machetare: **Angela Ivanesi**

Studiul este editat de **Asociația Presei Independente (API)**
în cadrul **Campaniei împotriva informației false și tendențioase STOP FALS!**

www.stopfals.md

Chișinău, 2020

CUPRINS

INTRODUCERE	4
CAPITOLUL I.	
Aspecte teoretice privind fenomenul știrilor false	7
1.1. Generalități	7
1.2. Aspecte teoretice. Dezordinea informațională	9
CAPITOLUL II.	
Știrile false în R. Moldova și acțiunile autorității de reglementare în audiovizual pentru contracararea fenomenului	12
2.1. Fenomenul știrilor false în mass-media tradițională (2014-2019)	12
2.2. Acțiunile Consiliului Audiovizualului în combaterea fenomenului știrilor false	18
2.3. Acțiunile structurii naționale de autoreglementare jurnalistică - Consiliul de Presă și aportul ONG-urilor de media în combaterea fenomenului știrilor false	28
CAPITOLUL III:	
Politici UE și experiența internațională relevantă	29
3.1. Politici UE	29
3.2. Acțiuni la nivel de state	32
CONCLUZII	35
RECOMANDĂRI	36

INTRODUCERE

În ultimul deceniu, dar în special după anul 2014, omenirea se află sub presiunea continuă a fenomenului știrilor false, utilizate masiv ca instrumente de atac în „războaiele informaționale” nedeclarate. Campaniile de dezinformare și intoxicare a opiniei publice cu scopul de destabilizare și atac asupra statului de drept au fost organizate în mai multe țări, ceea ce a demonstrat că „războiul informațional” poate fi proiectat oricând și oriunde în lume. La nivel european, s-au întreprins unele acțiuni în vederea combaterii și consolidării rezilienței în fața acestui fenomen, considerat în **Raportul Parlamentului European referitor la comunicarea strategică a UE pentru a contracara propaganda părților terțe împotriva sa (2016/2030(INI))** drept o „componentă intrinsecă a războiului hibrid modern care este o combinație de măsuri militare și nemilitare de natură deschisă și mascată, desfășurată pentru a destabiliza situația politică, economică și socială a unei țări atacate, fără nicio declarație oficială de război [...]”.

Odată cu anexarea Crimeei de către Federația Rusă, s-a făcut simțită intervenția puternică a mass-mediei ruse, utilizată în scop de atac informațional, în peisajul mediatic regional, european, dar și internațional. Astfel de atacuri informaționale s-au produs fie la nivel de state, fie direct asupra instituțiilor europene pentru a submina coerența politicilor UE. Evident, acest fenomen a afectat și spațiul informațional al Republicii Moldova. Din 2014, dezinformarea și manipularea opiniei publice din exterior continuă să meargă într-un pas cu populismul politic intern, unele discursuri publice și mediatice fiind marcate tot mai puternic de știri false și adevăruri alternative, iar alegerile prezidențiale din 2016 au fost profund marcate de dezinformare și manipulare.

În prezentul studiu, ne-am propus o analiză a evoluției acestui fenomen în Republica Moldova, din două perspective:

1. Fenomenul știrilor false în mass-media tradițională în perioada 2014 – 2019;
2. Acțiunile întreprinse de către autoritatea de reglementare în audiovizual, Consiliul Audiovizualului, în vederea combaterii propagandei externe și interne, la TV și radio, în perioada 2014 – 2019.

Până la 31 decembrie 2018, actualul Consiliul al Audiovizualului (CA) se numea Consiliul Coordonator al Audiovizualului (CCA), atribuțiile privind protejarea spațiului informațional național fiind stabilite în **Codul audiovizualului nr. 260-XVI din 27.07.2006**, iar de la 1 ianuarie 2019 – prin noua lege, **Codul serviciilor media audio-**

vizuale nr. 174 din 08.11.2018. Astfel, în vechea redacție a Codului (articolul 41) era stipulat că: „(1) În calitatea sa de garant al apărării interesului public în domeniul comunicării audiovizuale pe principii democratice și a drepturilor consumatorului de programe, Consiliul Coordonator al Audiovizualului este obligat să asigure: [...] e) protejarea spațiului informațional [...]”.

În noul Cod, la capitolul 17, intitulat „Protejarea spațiului audiovizual național”, au fost incluse, între altele, și următoarele norme:

(4) În vederea protejării spațiului audiovizual național și asigurării securității informaționale, se permite furnizorilor de servicii media și distribuitorilor de servicii media transmisiunea programelor de televiziune și de radio cu conținut informativ, informativ-analitic, militar și politic care sînt produse în statele membre ale Uniunii Europene, în SUA și Canada, precum și în statele care au ratificat Convenția europeană cu privire la televiziunea transfrontalieră.¹

(5) Consiliul Audiovizualului monitorizează și supraveghează respectarea de către furnizorii de servicii media și distribuitori de servicii media a prevederilor prezentului cod privind protejarea spațiului audiovizual național și asigurarea securității informaționale, precum și poate institui reglementări și întreprinde măsurile necesare, în limita competențelor, pentru atingerea scopului respectiv.

Codul serviciilor media audiovizuale a definit noțiunile de „protejare a spațiului audiovizual național”² și de „securitate informațională”³, statuând la articol 75, alineatul (3) litera g) că în vederea exercitării atribuțiilor sale, Consiliul Audiovizualului elaborează și supraveghează punerea în aplicare a reglementărilor privind protejarea spațiului audiovizual național.

1 Prevederi preluate din vechea redacție a Codului, unde au fost introduse prin **legea nr. 257 din 22.12.2017**

2 **Din Codul serviciilor media audiovizuale:** „Protejarea spațiului audiovizual național – ansamblu de măsuri avînd ca scop atît eliminarea factorilor interni sau externi, intenționali sau involuntari, ce prejudiciază ori pot afecta integritatea instituțională, cea funcțională, cea structurală, cea de conținut, cea tehnologică sau de altă natură a spațiului de referinșă, cît și crearea ambianței sociale propice pentru funcționarea spațiului audiovizual național în condiții de securitate legală, politică, economică, culturală sau de altă natură;”

3 **Din Codul serviciilor media audiovizuale al Republicii Moldova:** „securitate informațională – stare de protecție a resurselor informaționale, a persoanei, a societății și a statului, inclusiv prezența unui ansamblu de măsuri pentru asigurarea protecției persoanei, a societății și a statului de eventuale tentative de dezinformare și/sau de informare manipulatorie din exterior și pentru neadmiterea agresiunii mediatică îndreptate împotriva a Republicii Moldova.”

În prezentul studiu au fost analizate deciziile Consiliului Audiovizualului din perioada 2014 – 2019 relevante subiectului cercetat și rapoartele de monitorizare tematică ale autorității de reglementare din perioada 2014 – 2015, care se referă la posturile de televiziune ce retransmit produs audiovizual din Federația Rusă. Studiul vizează în mare parte aceste posturi de televiziune întrucât **Rezoluția Parlamentului European din 10 octombrie 2019 referitoare la ingerințele electorale externe și dezinformarea în procesele democratice naționale și europene (2019/2810(RSP))** califică campaniile de dezinformare ale Rusiei drept principala sursă de dezinformare în Europa, accentuându-se existența și a altor actori statali și nestatali din țări terțe, altele decât Rusia, implicați în intervenții rău intenționate în dezbaterile publice europene.

CAPITOLUL I

Aspecte teoretice privind fenomenul știrilor false

1.1 Generalități

Fenomenul știrilor false nu este nici pe departe unul nou. Sunt cunoscute mai multe exemple de știri false, care demonstrează că: (1) uneori acestea sunt tirajate din greșeală, neintenționat; (2) alteori intenționat, urmărindu-se anumite scopuri. Spre exemplu, la 1 iunie 1897, victimă a unei știri false a fost celebrul scriitor Mark Twain (Samuel Langhorne Clemens). În acea zi, mai multe publicații newyorkeze au publicat o știre precum că Mark Twain „trage să moară, în sărăcie, la Londra”. A doua zi, în data de 2 iunie 1897, știrea a fost infirmată chiar de către Mark Twain care zicea „**știrea despre moartea mea a fost o exagerare**”. De fapt, scriitorul avea un verișor pe nume James Ross Clemens, care era foarte bolnav și care se afla la Londra. Iar în redacție a fost făcută o confuzie între numele adevărat al scriitorului cu cea a verișorului său. Un alt **exemplu** de știre falsă datează din anul 1903, când publicația americană *Clarksburg Daily Telegram* a publicat intenționat o știre falsă pentru a demonstra că ziarul rival, *Clarksburg Daily News*, îi fură materialele. Știrea relatează că un om de afaceri pe nume Mejk Swenekafew a fost împușcat lângă minele din Columbia. De fapt, acesta nu era decât un personaj inventat de către redacție, iar numele așa-zisei victime citit invers era „**we fake news**” (Swenekafew), ceea ce în traducere din engleză înseamnă „noi falsificăm știri”. Cei de la redacția *Clarksburg Daily News* au preluat informația fără a o verifica și, în cele din urmă, au aflat că aceasta a fost o știre falsă. Drept urmare, redacția a recunoscut că își asuma texte care nu-i aparțin. În următorul an, *Clarksburg Daily News* a falimentat.

Deși știm că știrile false nu sunt un fenomen nou, dezvoltarea tehnologiilor informaționale a dus la schimbări fundamentale în modul în care acestea sunt produse, difuzate și distribuite în secolul XXI. Caracteristicile mediului informațional modern includ:

- Tehnologia de editare și publicare ieftină, care permite oricui să creeze și să distribuie conținut informațional;

- Consumul de informații care odinioară a fost privat, dar prin intermediul rețelelor de socializare a devenit public;
- Rata de răspândire a informațiilor s-a mărit prin folosirea la scară largă a tuturor tipurilor de dispozitive electronice;
- Informațiile sunt transmise în timp real din orice colț al lumii.

Codul deontologic al jurnalistului din Republica Moldova spune că „jurnalismul responsabil este obligația primordială a profesiei care asigură dreptul publicului de a primi informații veridice, verificate și depline”. Astfel, din perspectiva jurnalistică, orice informație este dată publicității numai după ce a fost bine documentată și verificată din mai multe surse. Urmând acest deziderat, nu ar trebui să ne confruntăm cu știri false care distorsionează realitatea. Mai mult decât atât, substantivul „știre” alături de adjectivul „fals”, din punct de vedere jurnalistic, se exclud reciproc, iar fenomenul știrilor false nu poate fi explicat prin simpla definire a sintagmei – „**știri false**”. Rețeaua Jurnaliștilor pentru Etică (The Ethical Journalism Network) **definește** știrile false ca fiind: „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”. Cercetătorii americani Hunt Allcott și Matthew Gentzkow, care au analizat influența știrilor false prin prisma unui articol, în care se afirma că Papa de la Roma a susținut candidatura lui Donald Trump în alegerile prezidențiale din SUA în 2016, definesc știrile false ca fiind „articole de știri care sunt în mod intenționat și verificabil false și care ar putea induce în eroare cititorii”.

În concluzie, pe de o parte, știrile false includ informații care pot fi verificate pentru a demonstra caracterul lor fals; pe de altă parte, știrile false sunt create pentru a induce în eroare consumatorul de informație. În articolul **Adevărul, între democratizare și cenzură**, publicat de revista *Intelligence* în 2017, știrile false sunt definite drept „prezentarea de informații neadevărate sau a unui amalgam de minciună și adevăr sub forma unei știri legitime. Modul de manifestare al acestora evoluează rapid, de la satiră către dezinformare intenționată (propagandă) – adică informație profund părtinitoare sau neadevărată.”

Atunci când vorbim despre **propagandă**, avem în vedere promovarea sistematică a unei doctrine, ideologii, idei, concepții, opinii etc. cu scopul de a determina auditoriul să adopte un nou fel de a gândi. Propaganda nu este un act singular, ci unul repetat și de durată. Propaganda are ca principal scop obținerea de sprijin emoțional.

1.2 Aspecte teoretice. Dezordinea informației

Ceea ce generează știrile false în societate, teoreticienii numesc „dezordinea informației”. Potrivit **raportului Consiliului Europei cu privire la dezordinile informației**, din octombrie 2017, există trei tipuri de dezordini informaționale. Este vorba despre cele trei noțiuni folosite în discursul despre „știrile false”: **mis-information**, **dis-information** și **mal-information**. De cele mai dese ori, noțiunile *mis-information* și *dis-information* sunt traduse și folosite în limba română cu același înțeles – dezinformare. Ele însă au conotații diferite și este important să facem distincție clară între aceste noțiuni. (Tabel nr. 1)

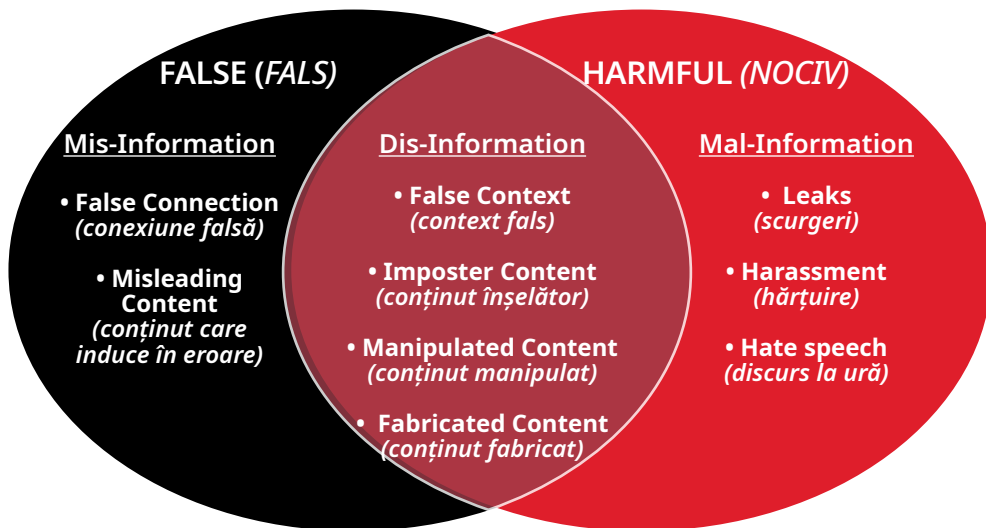
Tabelul nr. 1. TIPURILE DE DEZORDINE INFORMAȚIONALĂ

MIS-INFORMATION	DIS-INFORMATION	MAL-INFORMATION
<p>Informații incorecte. Informații care sunt false, dar nu sunt create cu intenția de a face rău</p>	<p>Dezinformare. Informații false, create în mod deliberat pentru a dăuna unei persoane, unui grup social, unei organizații sau unei țări</p>	<p>Informații bazate pe realitate și care sunt folosite pentru a dăuna unei persoane, organizații sau țări</p>

Potrivit aceluiași raport, cele trei tipuri de dezordini informaționale au elementele sale distinctive. Atunci când vorbim despre *mis-information* ne referim la conexiune falsă și conținut care induce în eroare; în cazul *dis-information* este vorba despre conținut fals, fabricat și manipulator; *mal-information* – scurgeri informaționale, hărțuire și discurs la ură. (Tabel nr. 2)

Tabelul nr. 2. SPECIFICUL TIPURILOR DE DEZORDINE INFORMAȚIONALĂ

INFORMATION DISORDER (DEZORDINEA INFORMAȚIEI)



De aici identificăm:

- știri false în totalitate, care pornesc de la informații inventate;
- știri care induc în eroare, pornind de la informații scoase intenționat din context;
- știri manipulatorii care pornesc de la interpretările unor date reale, manipulate în mod intenționat pentru a corespunde unei anume agende;
- știri click-bait care pornesc de la titluri șocante și/sau senzaționaliste, îndemnând cititorul să le acceseze.

Și pentru că știrile false nu vin de nicăieri, experții identifică trei elemente definitorii ale acestora. Este vorba despre:

- **Agenti** – adică cei care generează și creează falsul; cei care urmăresc un anume scop. Pot fi persoane oficiale și neoficiale, politicieni, organizații de difuzare tipuri, simpli cetățeni;
- **Mesaj** – poate fi comunicat prin intermediul mass-mediei afiliate, prin lansarea de zvonuri care ulterior sunt preluate. Mesajul poate fi adresat unei anume audiențe, poate avea impact de lungă sau de scurtă durată. Poate pro-

moza discurs la ură, xenofobie, dezordine publică etc. Mesajele pot fi comunicate prin text sau imagini;

- **Auditoriu** – este vorba despre consumatorul final, cel care recepționează și ulterior distribuie mesajul.

Totodată, identificăm și trei faze în „viața” știrilor false: crearea, producerea și distribuirea/difuzarea. Este important să înțelegem că agentul care creează un mesaj fals, poate fi diferit de agentul care ulterior produce conținutul fals și, în același timp, diferit de cel care contribuie la distribuirea sau difuzarea știrii false.

Ce este un deepfake?

În contextul progresului tehnologiilor informaționale, comunicarea mesajelor prin imagini video capătă noi valențe. Prin folosirea inteligenței artificiale, tot mai des sunt trucate și distribuite imagini video false. Experții numesc acest fenomen - **Deepfake**. Într-o traducere exactă din limba engleză, în română „deepfake” ar însemna „fals profund”. Fenomenul a apărut în anul 2017, iar experții în securitate vorbesc despre deepfake ca o combinație între termenii „deep learning”, o caracteristică a inteligenței artificiale și „fake”, iar tehnologia are la bază conceptul numit Generative Adversarial Network (rețea generativă adversarială), folosit pentru a reproduce imagini video și sunet artificial ce seamănă a fi autentice. Analistul în securitate informatică din cadrul companiei Bitdefender, Filip Truță, **definește** deepfake-ul drept un 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, 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”, susține analistul în securitate. Primul politician care a devenit „victimă” acestei tehnologii a fost ex-președintele SUA, Barack Obama, căruia i s-a atribuit un mesaj pe care nu l-a transmis. Într-o contracarare a acestui fenomen, în septembrie 2019, Facebook a lansat inițiativa **Deepfake Detection Challenge**, pentru a crea instrumente de detectare a imaginilor trucate.

CAPITOLUL II

Știrile false în R. Moldova și acțiunile autorității de reglementare în audiovizual pentru contracararea fenomenului

2.1. Fenomenul știrilor false în mass-media tradițională (2014 – 2019)

Începând cu anul 2014, știrile false și manipulatorii au căpătat proporția unui fenomen și au intoxicat spațiul informațional al Republicii Moldova.

Pe de o parte, în contextul războiului informațional declanșat de Federația Rusă după anexarea ilegală a Crimeei (nerecunoscută de majoritatea absolută a țărilor lumii), dezinformările au penetrat spațiul informațional național, prin intermediul diferitor platforme, în special a posturilor de televiziune rusești, retransmise în Republica Moldova. Pe de altă parte, acutizarea luptei politice interne din Republica Moldova și extinderea controlului politic asupra multor instituții media autohtone, au cauzat utilizarea tot mai frecventă a instituțiilor mass-media în calitate de instrument de reglare a conturilor dintre politicieni, de discreditare a oponentilor politici și de agitație electorală directă și indirectă. Astfel, consumatorii de media din Moldova au devenit ostatici atât ai fenomenului de propagandă externă, cât și internă.

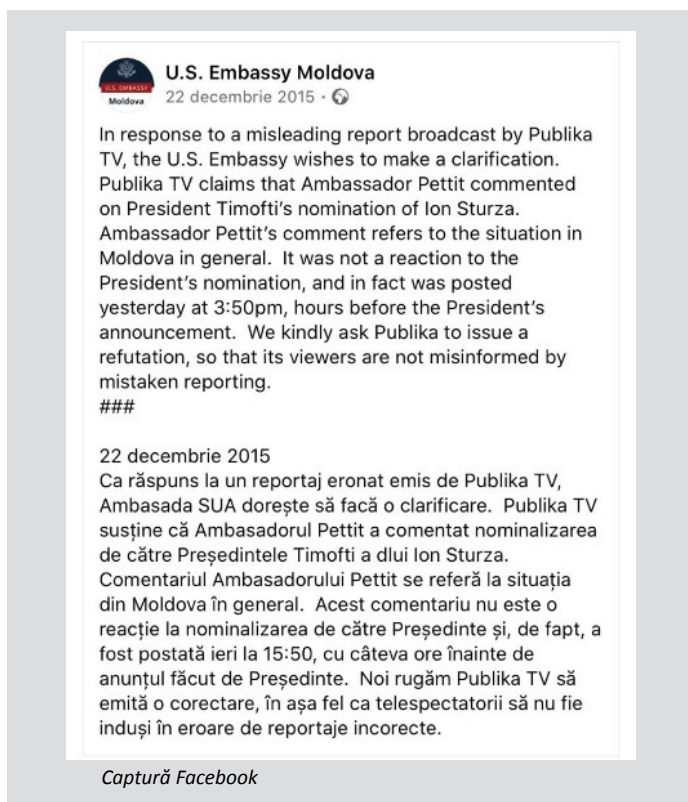
Mesajele promovate în buletinele informative și emisiunile retransmise din Rusia pornesc de la neadevăruri cu privire la situația din Ucraina, dar și din Republica Moldova, sau speculează și exagerează unele fapte reale, cu intenția de a dezinforma. Multiple exemple de acest fel sunt prezentate în **raportul** de monitorizare a buletinelor informative ale posturilor din Federația Rusă, retransmise pe teritoriul Republicii Moldova, elaborat de CCA în martie 2015. Astfel, „reportajul «Меж двух огней» („Între două focuri)”, difuzat de postul de televiziune „Rossia 24”, are un caracter propagandist, prin care este denigrată imaginea Republicii Moldova și a Ucrainei, prezentându-le drept state ostile și războinice. Pe de o parte, Republica Moldova ține cursul „sinucigaș” spre Europa, iar pe de altă parte, Ucraina își întărește forțele la hotar cu Transnistria, folosind mijloace de autoapărare precum „săparea unui șanț”. De aceea, intervenția armatei ruse în conflictul armat de la Nistru este prezentată ca misiune pacificatoare ce continuă a fi necesară.”

În **rapoartele de monitorizare a posturilor de televiziune din Federația Rusă, retransmise în Republica Moldova**, realizate de Asociația Presei Independente (API) în anul 2017, se constată că posturile de televiziune rusești manipulează constant opinia publică prin „prezentarea exclusivă a subiectelor sensibile din perspectiva vinovăției Occidentului, în primul rând a SUA, NATO și UE, pentru escaladarea conflictelor militare și a tot ce se întâmplă negativ în regiune sau în lume; prin specularea ideii izbucnirii iminente a unui război nuclear din vina SUA; Ucraina este declarată de fiecare dată unică responsabilă de conflictul militar din regiunile estice, ca un stat falimentar, condus de persoane corupte, apropiate de ideologia nazistă; Federația Rusă și președintele rus Vladimir Putin sunt prezentați ca unici luptători adevărați pentru pace și pentru autodeterminarea popoarelor lumii, împotriva terorismului, apărători fideli ai valorilor democratice și al creștinătății etc.”. „Postul STS [...] în emisiunea de divertisment «6 кадров», care constă din diverse sketch-uri, **include secvențe** care transmit subtil mesaje anti-Europa, cum ar fi de exemplu mesajul că Uniunea Europeană ar fi o structură amorfă, statele membre pierzându-și identitatea, că Germania ar fi un inamic al Rusiei, iar Olanda ar fi o pepinieră pentru persoane cu orientare sexuală netraditională”.

Pe plan intern, utilizarea mass-mediei în scopul diseminării unor informații false și manipulatorii pentru a induce în eroare și/sau a influența opinia publică în scopuri politice sau electorale, s-a amplificat după acapararea masivă a proprietăților media de către politicieni și unele forțe politice, prin persoane fizice sau juridice interpușe, dar și după acutizarea luptei politice interne și antagonizarea decidenților politici cu proprietăți și influență mediatică. Iar după criza politică din a doua jumătate a anului 2015 și în anii următori, instituțiile media afiliate politic au început să fie utilizate tot mai des în scop de manipulare informațională, iar în unele cazuri și a falsurilor intenționate. Iată câteva din cazurile de rezonanță.

- La 21 decembrie 2015, ora 15:49, ambasadorul de atunci al SUA în Republica Moldova, James Pettit, a postat pe pagina de Facebook a Ambasadei un mesaj cu referire la situația politică din Republica Moldova, întrebându-se retoric: „O mulțime de evenimente s-au produs astăzi. Mă întreb dacă cineva se gândește la ceea ce-și dorește poporul moldovean? Democrația înseamnă să prezinți cu adevărat voința și dorința poporului. Într-o democrație, cetățenii sunt reprezentanți cu adevărat; liderii trebuie să servească țării lor și cetățenilor lor, și nu invers. Să sperăm că spiritul sărbătorilor va prevala și în acțiunile lor”. În aceeași zi, dar la 17:00, președintele Republicii Moldova (în perioada 2012-2016), Nicolae Timofti, a făcut anunțul oficial privind desemnarea lui Ion Sturza în calitate de candidat la funcția de prim-ministru. Ulterior, postul de televiziune Publika TV și câteva portaluri au publicat articole în care **au interpretat** mesajul ambasadorului SUA. De exemplu, la ora 21:53, Publika.md, site-ul oficial al postului de televiziune, scria: „După decizia lui Timofti, ambasadorul

SUA se întrebă dacă cineva se mai gândește la popor”, afirmând astfel că mesajul ambasadorului american a fost publicat ca reacție la anunțul făcut de către președintele Timofti. A doua zi, într-un comentariu, Ambasada SUA atrăgea atenție asupra faptului că ambasadorul Pettit s-a referit la situația din Moldova în general, și nu a fost o reacție la nominalizarea lui Ion Sturza. Ca urmare a acestei postări, Publika a corectat știrea, venind cu o precizare că greșeala a fost comisă din neatenție. Însă pe pagina de Facebook a instituției media și în articolele preluate, corectarea nu a fost făcută.



În mod clar, a avut loc denaturarea intenționată a mesajului ambasadorului american, în interesele politice ale proprietarului beneficiar al postului de televiziune Publika TV, Vladimir Plahotniuc, candidatura căruia în acea perioadă era intens promovată de Partidul Democrat pentru funcția de prim-ministru.

În anii următori, campaniile de dezinformare regizate și controlate de politicienii proprietari de media au continuat, iar campaniile electorale pentru alegeri prezidențiale din 2016, alegerile locale din 2018, alegerile parlamentare din 2019 și criza politică care

a urmat după aceste alegeri, au fost perioadele de „înflorire” a dezinformării la posturile de televiziune controlate politic.

- În campania electorală pentru alegerile prezidențiale 2016 au fost lansate cele mai multe falsuri mediatice cu scopul de a o denigra pe candidata la alegerile prezidențiale Maia Sandu. **„Marioneta Păpușarului și a Occidentului”** titra postul de televiziune NTV Moldova⁴, în noiembrie 2016, cu referire directă la M. Sandu, acuzată de înțelegeri ascunse cu liderul de atunci al Partidului Democrat, Vladimir Plahotniuc. Postul îl citează pe politicianul Iurie Roșca care declara că **„Sandu este proiectul clanurilor oligarhice prooccidentale”** și că „...Poate nu-i o coincidență faptul că în spatele lui Hillary Clinton și în spatele Maiei Sandu stă George Soros, una dintre figurile malefice. Amintesc faptul că finanțează campaniile de promovare a homosexualității în toată lumea”. Reamintim că în aceeași perioadă, unii reprezentanți ai bisericii au făcut **declarații** denigratoare la adresa Maiei Sandu care au fost tirajate pe larg de către posturile de televiziune afiliate politicului.

În aceste cazuri este vorba nu doar de informații false, create în mod deliberat pentru a dăuna unei persoane (dis-information), ci și de specularea în scop de denigrare a unor informații bazate pe realitate, cu promovarea discursului la ură și imixtiune în viața privată pentru a dăuna unei persoane (mal-information).

Falsul mediatic care a marcat campania electorală din 2016 și, într-o anumită măsură, a influențat rezultatul alegerilor, o vizează tot pe Maia Sandu. Este vorba despre știrea falsă că **„Maia Sandu le-a promis europenilor că va accepta 30 de mii de imigranți sirieni dacă va câștiga alegerile prezidențiale”**, tirajată pe larg în mediul online, dar și la unele posturi TV, inclusiv la televiziunea cu acoperire națională Prime TV, post deținut la fel de Vladimir Plahotniuc. Chiar dacă **falsul a fost demontat** la scurt timp, majoritatea instituțiilor media care l-au tirajat au ignorat dezmințirea. În concluzie, a fost tirajată cu bună știință o informație falsă, miza fiind „frica” moldovenilor - alimentată și de posturile rusești retransmise la noi, despre presupusele daune provocate de migranți în țările europene – de un eventual val de imigranți. Astfel, scopul acestor știri a fost să-i convingă pe moldovenii care au o opinie negativă față de migranți să nu o voteze pe Maia Sandu.

Și de data aceasta este vorba de o dezinformare, creată și difuzată în mod deliberat, fiind regizată din culisele politicului.

4 Postul de televiziune NTV Moldova aparține actualului deputat al Partidului Socialiștilor din Republica Moldova, Corneliu Furculiță, iar Igor Dodon a fost candidatul acestei formațiuni politice la funcția de președinte al R. Moldova.

O știre falsă care a zguduit întreaga societate moldovenească a fost difuzată la 7 septembrie 2018 de postul de televiziune Publika TV, o zi mai târziu după „îndepărtarea” (expulzarea) din țară a șapte profesori de origine turcă, cu încălcarea gravă a drepturilor omului (în 2019, **CtEDO a condamnat Republica Moldova** în acest caz). Publika TV a difuzat un „breaking news” de circa 24 minute, în timpul căruia moderatoarea anunța că angajații Ambasadei și ai Consulatului Republicii Moldova de la Berlin au fost amenințați cu moartea de membrii unei grupări islamiste, din care ar face parte și profesorii expulzați din R. Moldova. Moderatoarea emisiunii insista că sunt în pericol inclusiv copiii angajaților și diplomaților moldoveni, deoarece islamiștii ar fi amenințat „că li se vor tăia capetele”. Deși la momentul difuzării emisiunii nu se cunoștea nici poziția oficială a Ministerului Afacerilor Externe și Integrării Europene, nici reacția Ambasadei Republicii Moldova de la Berlin, ea a afirmat în câteva rânduri, cu o tonalitate ridicată care inducea panică, că „sunt în pericol de moarte copiii angajaților și diplomaților moldoveni de la Berlin, deoarece islamiștii amenință că li se vor tăia capetele”. În cadrul aceluși program, Publika TV a solicitat opinia unor experți care au comentat cât de periculoase sunt acțiunile nominalizate. În emisiune s-a accentuat de câteva ori că amenințările au fost lansate de membrii unei grupări islamiste, din care ar face parte și profesorii turci care au fost expulzați din Moldova cu o zi înainte. Mai târziu, atât Ministerul Afacerilor Externe și Integrării Europene, cât și Ambasada Germaniei la Chișinău au **dezmințit** informația privind așa-zisele amenințări. Totodată, pentru „Ziarul de Gardă”, reprezentantul Poliției Germane, comisarul Kerstin Ismer, a confirmat că nu cunoaște informații despre amenințările cu moartea. Totuși, postul de televiziune Publika TV nu a dezmințit falsul.

Și de această dată, sesizăm o motivare politică a știrii false, or, este foarte clar că ea a fost lansată cu scopul de a justifica acțiunile autorităților de expulzare a profesorilor turci.

În timp, numărul știrilor false în mass-media autohtonă a crescut vertiginos, atât la televiziuni cât și, în mod special, în presa online.

TOP 5 ȘTIRI FALSE ÎN ANII 2016-2017⁵

- 1 Acordul de Asociere cu UE a deteriorat relațiile comerciale ale Republicii Moldova cu Rusia
- 2 Maia Sandu va aduce 30.000 refugiați în Moldova
- 3 Maia Sandu îl va grația pe fostul Prim Ministru Filat
- 4 Limba rusă este interzisă în farmaciile din Moldova
- 5 400 de adolescenți s-au sinucis în perioada 2012-2015 din cauza examenelor de absolvire dificile

TOP 5 ȘTIRI FALSE ÎN ANUL 2018⁶

- 1 Numărul cetățenilor moldoveni care solicită cetățenia română este în continuă scădere
- 2 UE și SUA sunt gata să „dăruiască” 160 de miliarde de dolari pentru unirea Republicii Moldova cu România
- 3 Românii „fură” ploaia din Moldova pentru ca moldovenii să cumpere legume și fructe din UE
- 4 Chișinăul va fi concesionat arabilor pe 50 de ani
- 5 Diplomații și angajații Ambasadei Moldovei în Germania au fost amenințați cu moartea de membrii unei grupări islamiste

TOP 5 ȘTIRI FALSE ÎN ANUL 2019⁷

- 1 SUA construiesc obiective militare, laboratoare secrete și testează arme biologice în Republica Moldova
- 2 Europa este atacată de sifilis
- 3 Colaborarea R. Moldova cu NATO pune bugetul țării „pe brânci”
- 4 Maia Sandu a lăsat bugetarii fără salarii
- 5 Parlamentul European cere lichidarea statului Republica Moldova

5 Sursă: <http://east-center.org/top-10-fake-news-moldovan-media-2016-2017/>

6 Sursă: www.stopfals.md

7 Sursă: www.stopfals.md

2.2. Acțiunile Consiliului Audiovizualului în combaterea fenomenului știrilor false

Conform legii, una din atribuțiile Consiliului audiovizualului (CA) este supravegherea punerii în aplicare a reglementărilor privind protejarea spațiului audiovizual național. Pentru aceasta, CA are obligația să monitorizeze respectarea de către furnizorii de servicii media și distribuitorii de servicii media a prevederilor Codului serviciilor media audiovizuale privind protejarea spațiului audiovizual național și asigurarea securității informaționale, precum și poate institui reglementări și întreprinde măsurile necesare, în limita competențelor, pentru atingerea scopului.

Cu diferite ocazii, membrii CA au vorbit și vorbesc despre influența propagandei asupra spațiului informațional național. „Într-adevăr, turațiile acestei propagande [propaganda rusească] devin din ce în ce mai nocive, conțin un caracter coroziv, un caracter acid, se intensifică în fiecare zi, mai ales în contextele evenimentelor de la granița noastră cu Ucraina. Din acest punct de vedere, este imperios necesar să se intervină pe această dimensiune, fiindcă manipularea și propaganda în Republica Moldova încep să posede niște proporții amenințătoare”, declara Dragoș Vicol, președintele Consiliului Audiovizualului (ales la 12 mai 2017, după demisia lui Dinu Ciocan), într-un **interviu** pentru Radio Europa Liberă, la data de 27 iunie 2017. Un an mai târziu, în noiembrie 2018, autoritatea națională de reglementare în audiovizual **a semnat** un Acord de Cooperare cu Comisia pentru Radio și Televiziune din Lituania. În cadrul evenimentului, președintele CA, a menționat importanța semnării acordului respectiv, având în vedere faptul că astfel Consiliul Audiovizualului va beneficia de bunele practici ale Lituaniei în combaterea știrilor false, a discursului instigator la ură, dezinformării și propagandei. „Suntem în pragul unei campanii electorale, a unui referendum și vom avea nevoie de o asemenea experiență și expertiză pe dimensiunea audiovizualului”, declara D. Vicol.

Din păcate, fenomenul fost abordat mai mult la nivel de declarații, decât acțiuni propriu-zise. Despre asta vorbesc (in)acțiunile Consiliului Audiovizualului în combaterea fenomenului dezinformării în Republica Moldova în ultimii șase ani.

2014 - 2015

În martie 2014, Federația Rusă a anexat Crimeea, iar ulterior a început conflictul armat în regiunile de Est ale Ucrainei cu implicarea directă a forțelor militare ruse; în iunie, Republica Moldova, alături de Ucraina și Georgia, a semnat Acordul de Asociere cu Uniunea Europeană. În contextul acestor evenimente, propaganda pro-Kremlin s-a intensificat, iar spațiul nostru informațional a devenit un focar al dezinformării și știrilor false cu referire la evenimentele tragice din Ucraina, situația din comunitatea europeană privind migrații sirieni, dar și situația politică din Republica Moldova, în special referitor la rezultatele semnării Acordului de Asociere cu Uniunea Europeană etc. Consiliul Audiovizualului a făcut prea puțin pentru a combate acest fenomen și pentru a nu admite ca spațiul informațional național să fie intoxicat cu informații false.

În perioada 2014-2015, Consiliul Audiovizualului a realizat trei monitorizări tematiche care au vizat respectarea principiului echilibrului social-politic, echidistanței și obiectivității în cadrul emisiunilor informative retransmise din Federația Rusă: „Время” (Prime TV), „Сегодня” (TV7), „Вести” (RTR Moldova), „Новости 24” (Ren Moldova) și „Вести” (Rossia 24), inclusiv două monitorizări în anul 2014 (în perioadele **18-24 aprilie** și **14-20 iulie**) și una în 2015 (**9-15 martie**). Toate cele trei rapoarte de monitorizare au atestat încălcări ale legislației naționale în domeniul audiovizualului, în construcția știrilor fiind folosite elemente de falsificare. Însă Consiliul s-a limitat la aplicarea unor sancțiuni companiilor moldovenești care retransmit posturile TV rusești și doar postul Rossia 24 a fost sistat spre difuzare în Republica Moldova, inițial pentru o perioadă de șase luni, ulterior pentru o perioadă nedeterminată.

Tabelul nr. 3. SANCTIUNILE APLICATE ÎN PERIOADA 2014-2015

Postul TV	Programul monitorizat	Sanctiuni aplicate după examinarea Raportului de monitorizare din 18-24 aprilie 2014 (Decizia 94 din 04.07.2014)	Sanctiuni aplicate după examinarea Raportului de monitorizare din 14-20 iulie 2014 (Decizia nr. 135 din 07.10.2014)	Sanctiuni aplicate după examinarea Raportului de monitorizare din 9-15 martie 2015 (Decizia nr. 18/86 din 27.05.2015)
Prime TV (Первый канал)	Время	Avertizare publică	Amendă – 5400 lei	Amendă – 5400 lei
TV7 (НТВ)	Сегодня	Avertizare publică	Amendă – 5400 lei	Amendă – 1800 lei
RTR Moldova (Россия РТР)	Вести	Amendă – 5400 lei	Amendă – 5400 lei	Amendă – 5400 lei
Ren Moldova (Рен ТВ)	Новости 24	Amendă – 5400 lei	A fost retras dreptul de a difuza anunțuri publicitare pentru o perioadă de 72 de ore	Amendă – 5400 lei
Rossia 24	Вести	A fost sistată retransmisia postului TV pe teritoriul R. Moldova pe o perioadă de 6 luni (04.04.2014 – 01.01.2015)		A fost sistată retransmisia postului TV pe teritoriul R. Moldova pentru o perioadă nedeterminată.

Chiar dacă la ședința de examinare a celui de-al treilea raport de monitorizare (Decizia nr. 18/86 din 27 mai 2015), Consiliul a constatat că, prin difuzarea buletinelor informative și a emisiunilor informativ-analitice transmise/retransmise din Federația Rusă de către posturile TV autohtone, are loc intoxicarea spațiului mediatic public național și a propus transmiterea raportului de monitorizare instituțiilor care garantează securitatea națională, alte acțiuni ale autorității de reglementare în domeniul audiovizualului pentru combaterea dezinformării nu au urmat.

Urmare a sancțiunilor aplicate, mari schimbări în grilele și politicile editoriale ale posturilor autohtone care retransmit televiziuni din Federația Rusă nu s-au înregistrat. Doar postul TV7, care la acel moment difuza producție audiovizuală de la postul rusesc NTV, inclusiv știri, **a renunțat**, cu începere de la 1 mai 2015, la retransmisia buletinelor de știri și a emisiunilor informativ-analitice, acoperindu-le cu produs autohton. Autoritatea de reglementare în audiovizual nu a reacționat în niciun fel la această decizie, în schimb la ședința din 8 decembrie 2015, cu votul majorității membrilor, a acordat licență de emisie postului de televiziune NTV Moldova (**Decizia nr. 41/209 din 08.12.2015**) care a readus pe micile ecrane, de la 1 ianuarie 2016, producția informativ-analitică la care renunțase anterior postul

de televiziune TV7. Astfel, știrile NTV-ului rusesc (știri care, conform propriilor aprecieri ale Consiliului din Raportul de monitorizare din martie 2015 „*promovează consecvent și continuu un discurs la ură*”, mai mult decât atât, „*postul de televiziune NTV joacă rolul de tribună de pe care se face într-un mod agresiv propaganda politică împotriva altui stat [...]*”), au revenit pe piața audiovizuală din Republica Moldova, cu aprobarea directă a Consiliului Audiovizualului. Proprietar beneficiar al NTV Moldova este actualul deputat al Partidului Socialiștilor (PSRM) Corneliu Furculiță care a obținut, un an mai târziu, și licența de emisie pentru postul de televiziune Exclusiv TV și retransmite postul TNT din Rusia.

În anii următori, monitorizări ale posturilor TV rusești retransmise în R. Moldova nu s-au mai făcut, chiar dacă au existat sesizări din partea unor membri ai Consiliului și a ONG-urilor de media. Putem presupune că ar fi vorba de influența și interesele politice ale proprietarilor de media. Astfel, după ce a sancționat de două ori consecutiv cu câte o amendă în valoare de 5400 lei postul Prime TV care la acea vreme retransmitea Первый канал din Federația Rusă, Consiliul Audiovizualului s-a oprit din a-l monitoriza. Reamintim că postul Prime TV era afiliat Partidului Democrat din Moldova (PDM), iar de la sfârșitul anului 2015 PDM a devenit partid de guvernământ. Astfel, Prime TV a continuat să retransmită un post TV din Federația Rusă, cunoscut ca fiind principala portavoce propagandistică pro-Kremlin, folosind frecvențe care fac parte din patrimoniul național al Republicii Moldova. Codul audiovizualului nr. 260-XVI din 27.07.2006, la articolul 12 (*Protejarea spațiului informațional național*) prevedea: „Spectrul de frecvențe radio sau unde radioelectrice terestre este patrimoniul național al statului care nu poate fi utilizat decât în condițiile legii”. Iar „condițiile legii” înseamnă inclusiv respectarea principiilor de comunicare audiovizuală, principii care erau încălcate, potrivit celor trei rapoarte de monitorizare ale Consiliului Audiovizualului.

În contextul situației politice din țară de la sfârșitul anului 2015 – începutul anului 2016, atât Prime TV, cât și Publika TV, deținute de același proprietar Vladimir Plahotniuc, au lansat mai multe mesaje care au distorsionat intenționat realitatea pentru a manipula opinia publică în interesele proprietarului. A doua zi după denunțarea de către Publika TV a mesajului ambasadorului SUA din 21 decembrie 2015 (*a se vedea mai sus*), același post de televiziune, dar și Prime TV, au difuzat reportajul „**Macaroane și galoși în loc de salarii și pensii. Ion STURZA, criticat de consătenii din Pârjolteni**”. În reportaj se afirma că pământeni (din localitatea Pârjolteni) ai lui Ion Sturza, la acea etapă candidat la funcția de prim-ministru, pun la îndoială capacitatea acestuia de a depăși criza din țară. În realitate, autorii **au manipulat** opinia publică, deoarece persoanele intervievate care îl criticau pe Ion Sturza, erau din altă localitate, și anume din satul Pânășești, raionul Strășeni.

În context, Consiliului Coordonator al Audiovizualului a examinat două **sesizări**

ale AO „Asociația pentru Dezvoltarea Culturii și Protecției Drepturilor de Autor și Conexe „APOLLO”, însă posturile TV nu au fost sancționate, pe motiv că „astfel de derapaje persistă și la alte posturi de televiziune, aceasta fiind o problemă care trebuie combătută”, se arată în decizia CCA nr. 4/20 din 26.02.2016. Nu a urmat nicio acțiune concretă a Consiliului de combatere a derapajelor de acest fel.

2016 - 2017

Anul 2016 a fost un an electoral, când au fost lansate cele mai grave știri false în scop electoral (inclusiv falsul cu „cei 30 de mii de sirieni”), unele fiind diseminate și în programele audiovizuale, însă autoritatea de reglementare nu a făcut nicio monitorizare tematică și, corespunzător, nu a aplicat sancțiuni. Rapoartele de monitorizare au vizat strict respectarea principiilor de reflectare a alegerilor. Abia la 10 februarie 2017, Consiliul a examinat sesizarea membrei Mariana Onceanu-Hadîrcă care se referea și la reportajul despre cei 30 mii de sirieni, difuzat de mai multe instituții media în campania electorală din noiembrie 2016. Subiect al sesizării au fost doar două posturi de televiziune: NTV Moldova și Accent TV, ambele afiliate editorial Partidului Socialiștilor. Raportul a atestat că televiziunile nominalizate au difuzat „subiecte cu multiple abateri de la standardele normative: prezentarea opiniilor drept fapte, propagarea unui singur punct de vedere asupra unor probleme controversate și de conflict, difuzarea informației trunchiate și scoasă din context, dezinformare prin afirmarea unor fapte care nu s-au produs și prin diseminarea unor informații false, cât și instigarea la ură și intoleranță pe criteriile de naționalitate, religie și sex.” Totuși, discuțiile la ședința Consiliului s-au axat mai mult pe instigarea la ură și intoleranță pe criteriile de naționalitate și religie și mai puțin pe falsul propriu-zis care a fost difuzat în programele audiovizuale. În consecință, prin Decizia 3/11 din 10 februarie 2017, posturile de televiziune monitorizate s-au ales doar cu câte o avertizare publică.

2018 - 2019

În februarie 2018 au intrat în vigoare modificările la Codul audiovizualului nr. 260-XVI din 27.07.2006, adoptate de Parlament prin Legea nr. 257 din 22 decembrie 2017, cunoscute drept „legea anti-propagandă”. Astfel, Articolul 9 din Codul audiovizualului a fost completat cu alineatul (21), potrivit căruia: „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”. Astfel, programele informativ-analitice și politice din Federația Rusă, țară care nu a ratificat Convenția europeană cu privire la televiziunea transfrontalieră, nu pot fi retransmise pe teritoriul Republicii Moldova. După intrarea în vigoare a acestor prevederi, autoritatea de reglementare a sancționat (**Decizia nr. 5/28 din 26.02.2018**) câțiva distribuitori de servicii media audiovizuale, care nu se conformaseră noilor prevederi legale. Conform **raportului** de activitate pentru anul 2018, la acest capitol, au fost aplicate 9 sancțiuni distribuitorilor de servicii.

În ceea ce privește posturile TV, conform legii, amenziile pentru nerespectarea prevederilor cu privire la asigurarea securității informaționale se aplică gradual și variază de la 40000 până la 100000 de lei, iar retragerea licenței de emisie poate avea loc doar după aplicarea graduală a celorlalte sancțiuni. În acest sens, în 2018, au fost aplicate câteva sancțiuni: (1) urmare a autosesizării membrei Consiliului, Olga Barbălată, RTR Moldova a fost sancționată cu amendă în valoare de 50000 de lei (**Decizia nr. 5/21 din 26.02.2018**); (2) urmare a sesizării Asociației Obștești Comunitatea pentru advocacy și politici publice „WatchDog.md”, Prime TV a fost sancționat cu amendă în valoare de 70000 de lei (**Decizia nr. 9/53 din 05.04.2018**); (3) urmare a monitorizării postului TV RTR Moldova, acesta a fost sancționat cu amendă în valoare de 85000 de lei (**Decizia nr. 17/106 din 8.06.2018**).

La ședința în plen a Parlamentului Republicii Moldova din 1 noiembrie 2018, deputata PCRM Inna Șupac a adresat o interpelare Consiliului Audiovizualului pentru a fi informată cu privire la măsurile întreprinse de autoritatea de reglementare față de postul de televiziune Publika TV pentru răspândirea, la 7 septembrie 2018, a dezinformării că diplomații și angajații Ambasadei Moldovei în Germania au fost amenințați cu moartea de membrii unei grupări islamiste. În rezultatul monitorizării și a discuțiilor la acest subiect, majoritatea membrilor Consiliului au respins sesizarea Innei Șupac ca fiind nefondată. Drept motivație (**Decizia nr. 32/199 din 03.12.2018**), s-a invocat protecția surselor: „breaking news-ul necesită prezentarea informației într-un mod exhaustiv și rapid, iar protecția surselor pe care le are oricare post de televiziune sau radio este utilizată în beneficiul respectivei surse”.

Membrii Consiliului au făcut abstracție de declarațiile Ambasadei Germaniei la Chișinău și ale poliției de la Berlin, prin care au fost dezmințite pretensele amenințări.

În anul 2019, conform **raportului** de activitate, CA a aplicat o singură sancțiune la capitolul securizării spațiului informațional. Este vorba despre distribuitorul de servicii „Space Media” SRL, care a fost sancționat cu amendă în valoare de 40000 de lei pentru retransmiterea posturilor TV cu conținut infomativ, informativ-analitic, militar și politic care nu sunt permise spre difuzare pe teritoriul Republicii Moldova.


Radio Sputnik Moldova – un post de radio care emite, dar nu există din punct de vedere legal

Sputnik se prezintă drept o „agenție internațională de știri”, parte a holdingului de stat rusesc *Rossia Segodnia*, creată în noiembrie 2014 cu scopul „prezentării unui punct de vedere alternativ asupra evenimentelor internaționale”. În Republica Moldova, această agenție funcționează din 2015. Sputnik este cunoscută ca una din portavocile propagandei pro-Kremlin, fapt menționat și în **raportul Parlamentului European** din octombrie 2016. În R. Moldova, Sputnik se declară nu doar ca agenție de știri, ci și ca post de radio – Radio Sputnik Moldova, cu toate că nu deține o licență de emisie, obligatorie pentru orice post de radio. Pe site-ul Sputnik.md este **indicat** că Radio Sputnik Moldova poate fi recepționat pe mai multe frecvențe radio (*foto*). În realitate, aceste frecvențe aparțin altor posturi de radio, oferite anterior prin deciziile Consiliului Audiovizualului.

Orele și frecvențele difuzării:

Radio Sputnik Moldova acoperă practic întreg teritoriul Republicii Moldova. Emisiunile pe frecvența FM sunt accesibile:

- Chișinău (96.7MHz);
- Bălți (102.1 MHz);
- Cahul (105.2 MHz);
- Leova (89.9 MHz);
- Ocnița (107.3 MHz);
- Tighina (101.1 MHz);
- Ungheni (104.5 MHz);
- Hâncești (104.9 MHz);
- Cimișlia (93.5 MHz);
- Comrat (106.6 MHz).



Transmisiunile radio Sputnik Moldova sunt realizate în emisie directă, fapt ce permite să fie prezentată ascultătorilor cea mai operativă și exclusivă informație pe teme actuale naționale și internaționale. Știrile, reportajele speciale și interviurile, comentariile experților și materialele analitice pregătite de jurnaliștii Sputnik Moldova pot fi audiate la radio și pe rețelele internet între orele **08.00 — 12.00** și **17.00 — 21.00** (versiunea în limba moldovenească: 08.00 — 08.30, 09.00 — 12.00, 18.00 — 21.00; versiunea în limba rusă: 08.30 — 9.00, 17.00 — 18.00).

Emisiunile radio Sputnik Moldova pot fi audiate și online pe adresa:
<https://sputnik.md/popup/radio/>

Captură de pe site-ul Sputnik.md

Unii membri ai Consiliului au încercat de câteva ori să abordeze această problemă. S-a efectuat o monitorizare a posturilor de radio, pe frecvențele cărora sunt difuzate emisiunile Radio Sputnik Moldova. La **25 august 2016**, Consiliul Audiovizualului a examinat un raport de monitorizare care a arătat că posturile de radio preiau produsele de la Sputnik în temeiul unor contracte de colaborare. În cele din urmă, Consiliul doar a luat act de rezultatele monitorizării. Tot atunci, s-a decis monitorizarea serviciului de programe „Radio Alla” și „Hit FM” la capitolul respectării prevederilor articolului 7 din Codul audiovizualului la difuzarea emisiunilor informativ-analitice sub genericul „Sputnik – Moldova”, însă alte acțiuni din partea Consiliului nu au urmat, chiar dacă respectivele posturi de radio încalcă un alt articol din lege, difuzând emisiunile cu emblema sonoră Sputnik, pe când posturile de radio au propriile elemente sonore de identificare a serviciului media, aprobate prin deciziile Consiliului.

În 2019, urmare a unei autosesizări cu privire la faptul că pe o porțiune de aproape 60 km de la vama Albița, în interiorul României poate fi recepționat un post de radio moldovenesc, inexistent din punct de vedere legal, Consiliul nu a atestat abateri (**Decizia nr. 41/131 din 11 septembrie 2019**) și nu a întreprins nicio acțiune, iar Radio Sputnik Moldova continuă să activeze nestingherit.

De la 7 la 10 posturi care retransmit produse audiovizuale rusești

Un alt indicator al atitudinii și implicării autorității de reglementare în protejarea spațiului audiovizual național de influențele propagandistice externe îl reprezintă datele despre posturile de televiziune rusești retransmise pe teritoriul R. Moldova prin intermediul posturilor TV licențiate în țara noastră. Astfel, dacă în 2014 erau 7 posturi TV din Republica Moldova care difuzau content din Federația Rusă, atunci până în februarie 2020, numărul acestora a crescut la 10 (fără distribuitorii de servicii).

Posturi TV din Federația Rusă, retransmise prin intermediul posturilor TV licențiate din R. Moldova			
Post TV din Rusia	Retransmis prin...	Programe (post TV) difuzate din Rusia	Retransmis prin...
2014		2020 (februarie)	
Первый Канал	Prime TV	Первый Канал	Primul în Moldova
НТВ	TV7	НТВ	NTV Moldova
РТР	RTR Moldova	РТР	RTR Moldova
Рен ТВ	Ren Moldova	Рен ТВ	Ren Moldova
ТНТ	Bravo TV	ТНТ	Exclusiv TV
СТС	CTC Mega	СТС	CTC Mega
Россия 24	(sistat în 2015 pentru o perioadă nedeterminată)	ТВЦ	Televiziunea Centrală
		Пятый Канал - Петербург	Canal 5
		ТВЦ	Orhei TV
		Programe de la СТС și alți producători din Federația Rusă	Familia Domashniy

În ultimii ani, volumul producției audiovizuale rusești retransmise prin intermediul furnizorilor de servicii media audiovizuale din R. Moldova a crescut în rezultatul:

- acordării de noi licențe de emisie;
- modificării structurii serviciilor de programe;
- schimbarea denumirii unor posturi deținătoare de licență de emisie și modificarea ulterioară a structurii serviciilor de programe.

Astfel, la ședința din 21 octombrie 2019, Consiliul Audiovizualului a **aprobat** redenumirea postului de televiziune **Accent TV**, afiliat Partidului Socialiștilor (PSRM), în **Primul în Moldova** și noua grilă de emisiuni, care prevede difuzarea programelor postului de televiziune rusesc **Первый канал**. Ulterior, la 30 decembrie 2019, acest

post de televiziune **s-a ales** cu a III-a frecvență statală, care a aparținut anterior **Prime TV** însă **a renunțat** la ea. Cu o zi înianțe, la 29 decembrie 2019, au fost **publicate** informații că Igor Chaika, fiul procurorului general de atunci al Federației Ruse, a intrat în posesia a 51% din compania „Media Invest Service”, astfel preluând de la Vadim Ciubara cota majoritară din firma care deține posturile **Accent TV și Primul în Moldova**. În acest mod, s-a ajuns la situația când o persoană străină controlează instituții media în R. Moldova și folosește un bun al statului – frecvențele naționale care reprezintă patrimoniu național.

După aceeași formulă a apărut pe piața audiovizuală și postul de televiziune rusec RTR Internațional.



La 30 decembrie 2019, Con-

siliul Audiovizualului **a aprobat** schimbarea denumirii postului de televiziune **A Film în RTR Internațional**. „Structura serviciului media audiovizual și grila de emisie rămân neschimbate” se menționează în decizia Consiliului. Este curios faptul că, în cadrul aceleiași ședințe, Consiliul Audiovizualului **a aprobat** structura serviciilor unor furnizori de servicii media în baza formularelor noi, iar în ceea ce privește postul de televiziune **A Film (actualul RTR Internațional)** în decizie se menționează că acesta va prezenta suplimentar structura serviciilor de programe, de rând cu alți furnizori de servicii media de televiziune și de radiodifuziune sonoră. Astfel, structura și grila de emisie al postului RTR Internațional încă nu sunt cunoscute. Însă logotipul noului post de televiziune este foarte asemănător cu cel al postului RTR Moldova.

Din informațiile și datele prezentate mai sus, putem trage concluzia că în perioada 2014-2019, autoritatea de reglementare în domeniul audiovizualului nu a avut o abordare strategică de protecție a spațiului audiovizual și de consolidare a securității informaționale a țării. În această perioadă, Consiliul Audiovizualului s-a manifestat mai mult ca un actor pasiv și nu a contribuit în niciun fel la combaterea fenomenului știrilor false și la sporirea rezilienței consumatorilor de produse media în fața dezinformărilor externe și interne. Mai mult decât atât, CA a contribuit direct la fortificarea pozițiilor mass-mediei rusești pe piața media autohtonă.

2.3 Acțiunile structurii naționale de autoreglementare jurnalistică – Consiliul de Presă și aportul ONG-urilor de media în combaterea fenomenului știrilor false

În 2017-2019, autoritatea națională de autoreglementare jurnalistică – Consiliul de Presă din Republica Moldova, a organizat mai multe întâlniri cu consumatorii de produse mass-media, în cadrul cărora s-a discutat despre obligațiile profesionale ale jurnaliștilor și drepturile consumatorilor de a primi informații obiective și bine documentate, inclusiv modalitatea de reclamare a știrilor false. După consultări cu comunitatea jurnalistică, a fost completat **Codul deontologic al jurnalistului din Republica Moldova**, în preambulul căruia a fost indicat expres că „*dezinformarea, știrile false și mesajele manipulatorii diseminate prin intermediul mass-media sunt fenomene nocive și periculoase pentru informarea publicului și pentru democrație*”, fiind formulate obligații deontologice concrete în acest domeniu.

Organizațiile neguvernamentale de media, alte asociații obștești și unele instituții mass-media au desfășurat și continuă să desfășoare diferite acțiuni de combatere a dezinformării.

O campanie amplă împotriva informațiilor false și tendențioase cu denumirea relevantă STOP FALS! desfășoară în ultimii ani Asociația Presei Independente (API). În cadrul acestei campanii, în perioada martie 2016 – noiembrie 2019, **au fost organizate** 689 de întâlniri cu consumatorii de produse mass-media din toate regiunile țării, cu participarea totală a 16876 de persoane. API a lansat și gestionează portalul **Stopfals.md** care a devenit o resursă de referință despre fenomenul știrilor false în R. Moldova. În 2017, API a realizat monitorizarea de conținut a posturilor de televiziune retransmise din Federația Rusă, iar în ianuarie 2019, Campania STOP FALS! a organizat la Chișinău **conferința regională „Dezinformarea, ca instrument de propagandă – tendințe și impact regional”**, cu participarea experților din SUA, Polonia, Ucraina, Armenia, Georgia, Țările Baltice și Republica Moldova.

Centrul pentru Jurnalism Independent (CJI) desfășoară multiple activități de educație mediatică, a promovat introducerea în școli a disciplinei opționale de educație media, instruieste cadrele didactice, a elaborat și tipărit **manuale de educație mediatică**. Totodată, CJI monitorizează mass-media din perspectiva manipulării informaționale, a susținut inițiative de combatere a știrilor false în cadrul unor hackathoane media și gestionează portalul de educație mediatică **Mediacritica.md**.

Alte asociații și grupuri civice de asemenea au desfășurat diverse proiecte în acest sens.

CAPITOLUL III

Politici UE și experiența internațională relevantă

3.1. **Politicile UE**

Fenomenul știrilor false și al dezinformării a intrat pe agenda Comunității Europene în anul 2015. Așa cum **se arată** în concluziile Consiliului European din 19-20 martie 2015, la acel moment, liderii europeni „au subliniat necesitatea de a contesta campaniile de dezinformare ale Rusiei și au invitat Înaltul Reprezentant, în cooperare cu statele membre și instituțiile UE să pregătească [...] un plan de acțiuni privind comunicarea strategică.” Ulterior, la inițiativa Consiliului UE, în septembrie 2015 a fost înființat **Grupul Operativ EastStratCom** în cadrul Serviciului European de Acțiune Externă, pentru a comunica în mod eficient politicile UE față de vecinătatea sa estică. EastStratCom este o platformă care urmărește identificarea și combaterea campaniilor de propagandă și dezinformare. Din toamna anului 2017 și-a început activitatea și unitatea StratCom Western Balkans care **și-a propus** să promoveze Uniunea Europeană, politica și valorile sale în regiune.

În **Rezoluția Parlamentului European din 23 noiembrie 2016**, deputații europeni au atras atenția asupra propagandei anti-UE pe care o promovează Federația Rusă: „Parlamentul European recunoaște să Guvernul Rusiei folosește o gamă largă de mijloace și instrumente, cum ar fi grupuri de reflecție și fundații speciale (cum ar fi Ruskiy Mir), autorități speciale (Rossotrudnichestvo), posturi de televiziune în mai multe limbi (cum ar fi Russia Today), false agenții de știri și servicii multimedia (Sputnik), grupuri sociale și religioase și structuri transfrontaliere, deoarece regimul vrea să se prezinte drept unic apărător al valorilor creștine tradiționale, media sociale și „trolli” de pe Internet pentru a contesta valorile democratice, a dezbină Europa, a dobândi sprijin pe plan intern și a da impresia că statele din vecinătatea estică a UE sunt state eșuate; subliniază că Rusia investește resurse financiare semnificative în instrumentele sale de dezinformare și de propagandă utilizate în mod direct de stat sau prin intermediul societăților și organizațiilor controlate de Kremlin; subliniază, pe de o parte, că Kremlinul finanțează partide politice și alte organizații din cadrul UE pentru a submina coeziunea politică și, pe de altă parte,

că propaganda Kremlinului vizează în mod direct anumiți jurnaliști, politicieni și anumite persoane din UE.”

În ianuarie 2018, Comisia Europeană, urmare a unei selecții publice, a numit un grup independent de 39 de experți în fenomenul știrilor false și al dezinformării online care oferă consultanță Comisiei Europene pentru inițierea politicilor de combatere a știrilor false și dezinformării în spațiul online. În martie 2018, grupul de experți a publicat Raportul final **„O abordare multidisciplinară a dezinformării”**, în care atenționează asupra faptului că dezinformarea poate dăuna în sens larg cetățenilor și societății, și recomandă o abordare multidimensională, bazată pe răspunsuri și reacții interconectate cu cinci obiective:

- Îmbunătățirea transparenței știrilor online, care să includă o partajare adecvată și compatibilă cu protecția datelor confidențiale a informațiilor despre sistemul care a permis circulația online a acestor informații;
- Promovarea alfabetizării media pentru a contracara dezinformarea și pentru a ajuta utilizatorii să navigheze în mediul digital;
- Dezvoltarea de instrumente care să responsabilizeze utilizatorii și jurnaliștii pentru a lupta cu dezinformarea și pentru a promova un angajament pozitiv față de dezvoltarea rapidă a tehnologiilor informației;
- Protejarea diversității și sustenabilității sistemului media european;
- Promovarea cercetărilor continue asupra impactului dezinformării în Europa pentru a se evalua măsurile luate de diferiți actori și pentru a se ajusta permanent răspunsurile necesare.

Ca o primă măsură de combatere a dezinformării online, UE a elaborat **Codul de bune practici privind dezinformarea**. În octombrie 2018, înainte de alegerile europene, Codul a fost semnat de companiile Facebook, Google, Twitter și Mozilla, iar în 2019 - de Microsoft. Astfel, marile companii au convenit asupra unor standarde de autoreglementare pentru combaterea dezinformării. În decembrie 2018, Comisia Europeană a publicat și **un plan de acțiuni** împotriva dezinformării. În acest document se menționează: *„combaterea dezinformării necesită voință politică, acțiune unitară și o mobilizare a tuturor componentelor guvernamentale (inclusiv a autorităților responsabile cu contracararea amenințărilor hibride, securitatea cibernetică, comunicarea strategică, protecția datelor, procesele electorale, aplicarea legii și mass-media). Acest lucru ar trebui să se realizeze în strânsă cooperare cu partenerii din întreaga lume care împărtășesc aceeași viziune. În acest scop, este necesară o cooperare strânsă între instituțiile Uniunii, statele membre, societatea*

civilă și sectorul privat, în special platformele online.” În acest sens, planul de acțiuni vizează:

- (i) îmbunătățirea capacității instituțiilor Uniunii de a detecta, analiza și denunța dezinformarea;
- (ii) consolidarea acțiunilor coordonate și comune de combatere a dezinformării;
- (iii) mobilizarea sectorului privat pentru combaterea dezinformării;
- (iv) informarea cetățenilor și îmbunătățirea rezilienței la nivelul societății.

Primele **rapoarte anuale de autoevaluare** a semnatarilor Codului de bune practici privind dezinformarea, au fost publicate în octombrie 2019, iar **principalele concluzii** sunt următoarele:

- Comparativ cu situația din octombrie 2018, semnatarii Codului indică o îmbunătățire a nivelului de transparență. Există un dialog mai strâns cu platformele pe tema combaterii dezinformării;
- S-au înregistrat progrese în ceea ce privește angajamentele monitorizate de Comisie în perioada ianuarie-mai, înainte de alegerile pentru Parlamentul European din 2019. Progresul raportat este mai limitat însă în ceea ce privește punerea în aplicare a angajamentelor de a pune la dispoziția consumatorilor și a comunității de cercetare a unor instrumente adecvate de acțiune. Comunicarea de date și punerea la dispoziție a unor instrumente de căutare sunt în continuare sporadice și arbitrare și nu răspund nevoii de evaluare independentă a cercetătorilor;
- Domeniul de aplicare al acțiunilor întreprinse în vederea respectării angajamentelor pe care și le-au asumat variază mult de la o platformă la alta. În mod similar, există în continuare diferențe între statele membre în ceea ce privește punerea în aplicare a politicii privind platformele, cooperarea cu părțile interesate și sensibilitatea la contextele electorale;
- Rapoartele furnizează informații cu privire la politicile de punere în aplicare a Codului, inclusiv cu privire la indicatorii specifici UE. Diferă însă coerența și nivelul de detaliu. Indicatorii furnizați sunt în principal indicatori de realizare, de exemplu, numărul de conturi eliminate.

În **Rezoluția Parlamentului European din octombrie 2019** se arată că propaganda rusă rămâne a fi principala sursă de dezinformare în Europa, în perioada ianuarie-octombrie 2019 fiind înregistrate 998 de cazuri. Comparativ cu anul 2018 (434 de cazuri), numărul cazurilor s-a dublat. Întrucât până la sfârșitul anului 2020 urmează să aibă loc procese electorale în mai multe state, iar imixtiunea în procesul electoral constituie o provocare majoră, deoarece prezintă riscuri grave pentru statul de drept, drepturile și libertățile fundamentale, securitate etc., deputații europeni „subliniază că libertatea de exprimare, protecția vieții private și a datelor cu caracter personal și pluralismul mijloacelor de informare în masă se află în centrul societăților democratice reziliente și oferă cele mai bune garanții împotriva campaniilor de dezinformare și a propagandei ostile”.

La nivel european funcționează și **EU vs. Disinformation** – platforma online creată de experții în comunicare strategică ai Serviciului European de Acțiune Externă al UE, prin intermediul căreia are loc monitorizarea continuă a narativelor propagandistice.

3.2. **Acțiuni la nivel de state**

Din 2014, țara cea mai afectată de fenomenul dezinformării a fost **Ucraina**. Pentru a-și proteja spațiul informațional, autoritățile ucrainene au luat mai multe măsuri pentru interzicerea mass-mediei rusești pe teritoriul său. Astfel, autoritatea ucraineană de reglementare în audiovizual a adoptat mai multe decizii, prin care este interzisă difuzarea posturilor de televiziune rusești, inclusiv: Первый Канал, РТР-Планета, Rossia-24, НТВ-Мир, ТВЦ, Россия 1, НТВ, ТНТ, Петербург 5, Звезда, Рен-ТВ, Life News, Russia Today, РБК-ТВ. Ulterior, au fost adoptate **norme legale** care interzic difuzarea filmelor și a serialelor create de persoane private din Federația Rusă în care este prezentă propaganda autorităților ruse. Un alt act normativ prevede excluderea conținutului original din Federația Rusă din cuantumul creat în Europa, SUA și Canada, ceea ce a dus la scăderea produselor informaționale de origine rusă din peisajul ucrainean. În 2017 au intrat în vigoare **prevederi** care restricționează accesul pe piața ucraineană a producției editoriale străine cu conținut anti-ucrainean. Astfel, în Ucraina nu poate fi introdusă producția editorială orientată spre lichidarea independenței Ucrainei, schimbarea prin violență a ordinii constituționale, subminarea securității etc.

Totodată, unele organizații ale societății civile din Ucraina monitorizează permanent peisajul media ucrainean pentru a detecta materiale de propagandă rusă, iar platforma online **www.Stopfake.org** se preocupă de demascarea mesajelor false create de media rusă.

Cea mai rezistentă țară europeană în fața fenomenului știrilor false este considerată **Finlanda** (tabel). După ce în anul 2014 țara a fost ținta unei campanii de știri false, lansată din Federația Rusă, Guvernul de la Helsinki a conceput o amplă strategie care are ca obiectiv creșterea capacității cetățenilor de a identifica informația falsă. Programul este condus de o comisie formată din reprezentanții a 20 de instituții: ministere, poliție, servicii de informații și securitate. Parte a acestei strategii este și programa școlară, iar educația media pornește chiar **din clasele primare**. În gimnaziile de asemenea se pune accent pe dezvoltarea gândirii critice: la orele de istorie se analizează cele mai cunoscute campanii de propagandă, la cele de matematică elevii învață cât de ușor pot fi manipulate statisticile, iar la cele de artă – cât de ușor poate fi distorsionat mesajul unei imagini.

Clusters in Media Literacy Index 2019			
Country	Score 2019 (100-0)	Rank 2019 (1-35)	Cluster
Finland	78	1	1
Denmark	72	2	
Netherlands	71	3	
Sweden	71	4	
Estonia	70	5	
Ireland	69	6	
Belgium	66	7	
Germany	64	8	
Iceland	62	9	
Luxembourg	62	10	2
Portugal	62	11	
United Kingdom	60	12	
Austria	59	13	
Slovenia	59	14	
France	59	15	
Spain	57	16	
Latvia	54	17	
Poland	53	18	
Lithuania	52	19	
Italy	51	20	
Czech Republic	51	21	
Slovakia	44	22	3
Malta	44	23	
Cyprus	43	24	
Croatia	43	25	
Hungary	41	26	
Greece	40	27	
Romania	36	28	4
Bulgaria	32	29	
Serbia	31	30	
Montenegro	29	31	
Bosnia and Herzegovina	24	32	5
Albania	22	33	
Turkey	19	34	
North Macedonia	12	35	

Tabelul alăturat – **Media Literacy Index 2019** prezintă clasificarea a 35 de țări europene în funcție de gradul de dezvoltare a educației media. Scorurile standardizate sunt de la 100 la 0, în ordine descrescătoare, iar pozițiile de clasament – de la cele mai mari până la cele mai mici.

În 2015, președintele finlandez Sauli Niinisto a recunoscut că războiul informațional este real în Finlanda și este de datoria fiecărui cetățean să-l combată. În ianuarie 2016, prim-ministrul țării a înscris 100 de funcționari într-un program pentru dezvoltarea unui mecanism util de identificare a informațiilor false care ajung în mediul online. Tot în 2016, filiala finlandeză a agenției rusești Sputnik s-a închis pentru că nu a reușit să atragă cititori. Mai mult decât atât, finlandezii au pus mare accent pe dezvoltarea unei narațiuni naționale puternice, răspunzând minciunilor cu propria poveste adevărată.

În perioada 2014-2019, și **Letonia** a întreprins mai multe acțiuni în vederea combaterii fenomenului știrilor false și a propagandei externe. În ianuarie 2019, a fost suspendată pentru 3 luni difuzarea postului de televiziune **Rossia RTR**, după de ce postul TV a mai fost suspendat anterior în 2016. Motivele au fost aceleași – „promovarea limbajului urii și incitare la război”. Membrii autorității de reglementare din Letonia au motivat decizia prin faptul că moderatorul Vladimir Soloviov „a folosit în mod explicit și de mai multe ori limbajul urii împotriva mai multor grupuri de cetățeni ucraineni, afirmând că aceștia ar trebui „spânzurați și împușcați” pentru convingerile lor politice”. Totodată, a fost menționată emisiunea „60 de minute”, în cadrul căreia parlamentarul rus Vladimir Jirinovski a afirmat că ucrainenii nu au dreptul să aibă propriul stat și a îndemnat de mai multe ori la un atac armat asupra Ucrainei. Membrul autorității de reglementare Patriks Griva **a declarat** pentru jurnaliști că „nici nu contează ce țară sau ce națiune sau grup de oameni sunt ținta limbajului urii: orice limbaj al urii este ilegal”. Câteva luni mai târziu, în noiembrie 2019, Consiliul Național pentru Media Electronică din Letonia **a decis** sistarea difuzării deja a nouă posturi de televiziune de limbă rusă, parte a unui grup media al cărui beneficiar este miliardarul rus Iurii Kovalchiuc, această persoană fiind inclusă în lista persoanelor care fac obiectul sancțiunilor Uniunii Europene împotriva Federației Ruse după încălcarea integrității teritoriale a Ucrainei. Printre cele nouă canale se numără **Пятый Канал – Петербург**, Дом Кино și altele. Interdicția va fi valabilă până în momentul când beneficiarul posturilor TV va fi exclus din lista sancțiunilor UE.

Lituania la fel a aplicat periodic sancțiunea de suspendare a difuzării unor posturi de televiziune rusești, iar mass-media și societatea civilă lituaniană sunt active în combaterea fenomenului știrilor false. Astfel, portalul de știri Delfi, în colaborare cu Google, a lansat portalul **Demaskuok.lt**, bazat pe inteligență artificială, pentru a aborda noutățile false. Cu dezinformările lansate pe rețelele de socializare luptă „elfii” lituanieni (așa sunt numite persoanele implicate în identificarea în mediul online a celor care răspândesc informații false (trolii)).

Cu câteva luni până la alegerile prezidențiale din **Italia** din 2018, poliția italiană **a anunțat** lansarea unui site pentru ca cetățenii să poată semnală posibilele știri false, dar și să obțină verificări sigure. Verificarea informațiilor era făcută de către serviciile de poliție specializate în supravegherea Internetului și a rețelelor de telecomunicații, așa-numita „poliție poștală”. Dacă informația era falsă, dezmințirea se publică pe site-ul poliției poștale și pe rețelele de socializare, iar în cazul unei știri false defăimătoare și delictuoase, erau sesizate instituțiile de drept.

CONCLUZII

- În perioada 2014-2019, autoritatea de reglementare în audiovizual – Consiliul Audiovizualului, a picat examenul de capacitate în protejarea spațiului informațional și combaterea dezinformării externe și interne;
- În lupta cu fenomenul știrilor false, Consiliul Audiovizualului nu s-a manifestat ca garant al interesului public, ci ca un actor pasiv, în special în cazul furnizorilor de servicii media audiovizuale afiliați politic, pe care îi protejează instituțional;
- În timp ce unele state interzic retransmiterea posturilor de televiziune rusești, proprietarii cărora sunt în lista de sancțiuni împotriva Federației Ruse urmare a anexării ilegale a Crimeei, iar Parlamentul European atenționează că propaganda rusă este principala sursă de dezinformare în Europa, Consiliul Audiovizualului din Republica Moldova continuă să acorde licențe de emisie unor furnizori de servicii media pentru retransmiterea produselor informaționale rusești. Numărul posturilor de televiziune care retransmit content din Federația Rusă pe teritoriul Republicii Moldova a crescut de la 7 în 2014 până la 10 în februarie 2020 (fără distribuitorii de servicii);
- Consiliul Audiovizualului tolerează ani la rând activitatea unui post de radio autodeclarat – Radio Sputnik Moldova, care nu deține o licență de emisie pentru activitate de servicii de radiodifuziune sonoră și care, conform Rezoluției Parlamentului European din 23 noiembrie 2016 (2016/2030(INI)) este recunoscut drept un instrument al propagandei pro-Kremlin;
- În perioada 2014-2019, ONG-urile de media și structura națională de autoreglementare jurnalistică au manifestat un grad mai mare de implicare în combaterea fenomenului știrilor false decât autoritatea publică de reglementare – Consiliul Audiovizualului;
- Republica Moldova va putea să-și protejeze procesele democratice în fața amenințărilor informaționale numai atunci când instituțiile de resort ale statului își vor îndeplini atribuțiile ce le revin în conformitate cu prevederile legale și vor manifesta o atitudine pro-activă, independentă de influențele politice interne și externe.

RECOMANDĂRI

Consiliului Audiovizualului:

- Să-și îndeplinească integral misiunea stabilită de Codul serviciilor media audiovizuale, asigurând protecția reală a spațiului informațional național și contribuind efectiv și eficient la asigurarea securității informaționale a țării;
- Să treacă de la declarații la acțiuni concrete, să studieze experiența și practicile europene și ale țărilor din regiune care se confruntă cu aceleași provocări și să asigure aplicarea instrumentarului și a mecanismelor legale pentru protecția spațiului informațional autohton de influențe propagandistice din Federația Rusă;
- Să monitorizeze permanent respectarea de către furnizorii de servicii media audiovizuale și distribuitorii de servicii media a prevederilor legale de protecție a spațiului audiovizual național și să aplice sancțiunile prevăzute de lege fără abordare selectivă în funcție de numele proprietarilor beneficiari ai acestora, reali sau „din umbră”;
- Înainte de acordarea licenței de emisie pentru furnizorii de servicii media audiovizuale care intenționează să difuzeze/retransmită programe audiovizuale ale posturilor de televiziune și radio din Federația Rusă, să asigure monitorizarea corespunderii programelor audiovizuale prevederilor legislației naționale și să ia decizia privind acordarea sau neacordarea licenței în funcție de rezultatele acestor monitorizări;
- Să preia experiența Țărilor Baltice pe segmentul regimului juridic al proprietății furnizorilor de servicii media și să nu admită ca persoanele incluse în lista sancțiunilor Uniunii Europene împotriva Federației Ruse după încălcarea integrității teritoriale a Ucrainei să dețină proprietăți de media în Republica Moldova;
- În contextul alegerilor prezidențiale care vor avea loc în toamna anului 2020, să inițieze, imediat după anunțarea datei alegerilor, monitorizarea furnizorilor de servicii media audiovizuale naționali și regionali, și să sancționeze prompt încălcările pentru a nu admite desfășurarea unor campanii de dezinformare a opiniei publice în scop electoral;

- În perioada campaniei electorale pentru alegerile prezidențiale, să realizeze și să examineze săptămânal rapoarte de monitorizare a respectării prevederilor legislației privind reflectarea campaniilor electorale și să sancționeze posturile TV care nu respectă legea, manifestând o atitudine egală față de toți furnizorii de servicii media audiovizuale;

Consiliul de Presă, ONG-urile și instituțiile mass-media:

- Să condamne și să combată ferm orice imixtiune de dezinformare atât din interior, cât și din exterior;
- Să continue acțiunile și campaniile de informare a populației în scopul dezvoltării gândirii critice și combaterii știrilor false;
- Să promoveze educația mediatică a persoanelor de diferite vârste și ocupații.

Versiunea online a studiului poate fi accesată pe portalul **Stopfals.md** (rubrica Studii, comentarii) și pe pagina web **Api.md** (rubrica Publicații API/Broșuri).