



Centrul pentru Jurnalism Independent

coalitia 2009



coalitia civică
pentru alegeri libere și corecte

Monitorizarea mass-media în campania electorală pentru alegerile locale generale din 14 iunie 2015

Raport final

1 mai - 14 iunie 2015

Acest raport este realizat de Centrul pentru Jurnalism Independent cu suportul Fundației Est-Europene, din resursele acordate de Guvernul Suediei prin intermediul [Agenției Suedeze pentru Dezvoltare și Cooperare Internațională](#) (Sida) și de [Ministerul Afacerilor Externe al Danemarcei/DANIDA](#). Opiniile exprimate aparțin autorilor și nu reflectă neapărat punctul de vedere al Fundației Est-Europene, Guvernului Suediei, Sida sau al Ministerului Afacerilor Externe al Danemarcei/DANIDA.



1. Date generale

1.1 Obiectivul proiectului: Monitorizarea și informarea publicului cu privire la comportamentul mass-media în campania electorală, inclusiv a accesului concurenților electorali la mass-media și asigurarea pluralismului de opinie. Monitorizarea își propune să analizeze tendințele reportericești care pot afecta performanța mass-media și compromite abilitatea acestora de a oferi publicului informații veridice, echidistante și pluraliste.

1.2 Perioada de monitorizare: 1 mai – 14 iunie 2015

1.3 Criteriile de selectare a instituțiilor mass-media supuse monitorizării:

- Audiența-impactul: național, quasi-național
- Tipul mass-media: audiovizual, online
- Forma de proprietate: publică, privată
- Limba difuzării: română, rusă

1.4 Lista mass-media monitorizate:

Presa audiovizuală

Moldova 1 (Mesager, 21:00) – post public, acoperire națională, difuzează în limba română și rusă;

Prime TV (Primele Știri, 21:00) - post privat, acoperire națională, difuzează în limba română și rusă;

Canal 2 (Reporter, 19:00) – post privat, acoperire națională, difuzează în română;

TV 7 (Știri, 20:30) - post privat, acoperire regională, difuzează în română și rusă;

Accent TV (Accent info, 20:00) - post privat, difuzează în limba română și rusă

Presa online-scrisă:

www.unimedia.info (portal online, limba română)ș

www.omg.md (portal online, limba rusă)ș

www.publika.md (portal online, limba română)ș

www.pan.md (versiunea online a publicației Panorama, limba rusă)ș

www.timpul.md (versiunea online a publicației naționale Timpul de dimineață, limba română)

2. Cadrul metodologic

A fost monitorizat conținutul integral al publicațiilor online și câte un buletin de știri zilnic, fiind analizate materialele cu caracter electoral direct și indirect. Materialele au fost supuse unei evaluări de conținut și de context, pentru a determina dacă sunt favorabile sau defavorabile unui sau altui partid/unei sau altei formațiuni politice. De asemenea, materialele au fost analizate conform următoarelor criterii de reflectare obiectivă:

Imparțialitate/obiectivitate: Potrivit Codului deontologic al jurnalistului, știrile trebuie să fie imparțiale și obiective; să nu favorizeze anumite partide/grupuri/persoane în detrimentul altora. Prezența elementelor discriminatorii în cadrul reportajelor și știrilor reprezintă un prim criteriu de prezentare a realității prin prisma jurnalistului. Iar filtrarea știrilor și analiza

minimă a istoriei și contextului, de asemenea, vorbesc despre apărarea intereselor anumitor actori, dar nu ale publicului larg¹.

Corectitudinea și echilibrul surselor/pluralismul de opinie: Pentru a fi corecte și echilibrate, materialele trebuie să prezinte toate părțile vizate, în special când e vorba de subiecte controversate, și să trateze în mod egal oponentii.² De asemenea, mass-media trebuie să asigure accesul la o multitudine de păreri diverse care ar ajuta auditoriul să-și creeze propria opinie asupra celor întâmplate.

Limbajul și imaginile utilizate: Exagerările și limbajul licențios utilizat în mod deliberat, cum ar fi limbajul peiorativ sau etichetele atribuite anumitor persoane sau organizații, precum și imaginile manipulate astfel încât anumite părți să apară în lumină negativă ridică grave semne de întrebare cu privire la respectarea standardelor etice și profesionale. Comportamentul etic al jurnaliștilor este pus la îndoială de cele mai multe ori atunci când imaginile prezintă aspecte ce nu corespund realității, când acestea sunt trucate, dar și atunci când anumite știri sunt ilustrate cu imagini ce nu au legătură cu textul.

3. Datele monitorizării



Implicare în campania electorală

În perioada 1 mai - 14 iunie 2015, postul public de televiziune Moldova 1 a reflectat activ campania electorală, inserând în principalele buletine de știri 185 de materiale cu caracter electoral direct sau tangențial. O parte din acestea s-au referit direct la desfășurarea campaniei electorale, inclusiv activitatea Comisiei Electorale Centrale (CEC), și la acțiuni de campanie desfășurate de concurenți, iar altă parte au abordat probleme ce țineau de activitatea Primăriei capitalei sau ale unor ministere, funcționari publici. Printre subiectele cu impact electoral indirect s-au numărat cele privind indemnizațiile acordate veteranilor celui de-al doilea război mondial, troleibuzele noi care urmează să fie puse pe linie până la finele anului curent, mai multe drumuri naționale renovate, negocierile cu fermierii și soluțiile din partea Parlamentului etc.

Imparțialitate și obiectivitate. Partizanat politic

Pe parcursul perioadei monitorizate, în știrile puse pe post de Moldova 1 nu au fost înregistrate abateri de la normele deontologice capabile să deformeze informația pusă la dispoziția publicului. Din totalul de 175 de știri cu caracter electoral direct sau indirect analizate în perioada de referință, majoritatea au prezentat informațiile obiectiv și nepărtinitor. Nu au fost identificate probleme majore ce țin de separarea opiniilor de fapte, precum și discriminarea vreunui candidat electoral. Șase materiale sau 3% din numărul total au fost problematice, de cele mai dese ori fiind vorba de nesepararea faptelor de opinie. Printre aceste se numără: subiectul ce a vizat altercațiile dintre primarul Dorin Chirtoacă și reprezentanții Partidului Socialiștilor (PSRM) și ai „Partidului Nostru” (PN) la ultima

¹ Simona Ștefănescu, Riscurile comunicării mediatice în timpul conflictelor

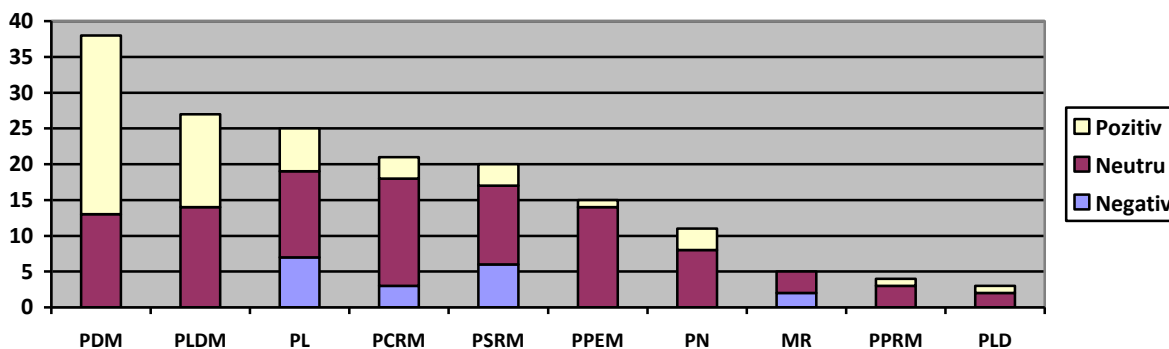
² Fico, Sofin, and Dragger, 2007. Fairness and defamation in the reporting of local issues.

ședință a Consiliului Municipal Chișinău (CMC) (14 mai) în care reporterul lasă să se întrevadă opinia personală față de protagoniștii materialului de conflict prin afirmația reprezentanții Partidului Nostru și cei ai PSRM au făcut front comun și au dat peste cap începerea ultimei ședințe a consiliului municipal Chișinău. Ei au sărit la bătaie ca la ușa cortului, uitând că se află într-o instituție publică, știrea despre „un nou scandal cu implicarea deputaților socialiști care au ales să facă legea cu pumnul” (15 mai), știrile despre intenția consilierilor municipali Bălți de a organiza un referendum consultativ în vederea obținerii unei autonomii financiare mai mari (26 mai, 31 mai).

De-a lungul campaniei electorale, postul public Moldova 1 a oferit acces în știri unui număr de 13 concurenți electorali, inclusiv candidați la funcția de consilier municipal în Chișinău. De cele mai multe ori a fost mediatizat PDM, ai cărui reprezentanți au avut apariții în 33 de știri și au fost menționați de 5 ori, de cele mai multe ori în context pozitiv (25) și neutru (13). Numărul mai mare de apariții, în comparație cu alți concurenți electorali, se explică prin prezența subiectelor cu caracter electoral indirect, în care protagoniștii au fost exponenți ai PDM (de exemplu, ministrul Transporturilor și Infrastructurii Drumurilor, președintele Parlamentului, ministra Culturii).

Ceilalți concurenți au apărut mai rar, în contexte diferite: Partidul Liberal Democrat (PLDM) a avut apariții în 14 materiale și mențiuni în altele 13 (contextul fiind în egală măsură pozitiv și neutru), Partidul Liberal (PL) – apariții și mențiuni în câte 13 materiale, contextul fiind mai mult neutru (12), dar și pozitiv, și negativ, Partidul Comuniștilor (PCR) – 12 apariții și 10 mențiuni (în context mai mult neutru - 16, dar și negativ, și pozitiv), Partidul Socialiștilor (PSRM) – apariții directe în 9 știri și mențiuni în altele 10 (contextul fiind mai mult neutru - 11 ori, dar și negativ și pozitiv), Blocul electoral Partidul Popular European din Moldova-Iurie Leancă (PPEM) – a fost mediatizat în 16 materiale - 10 apariții și 6 mențiuni (preponderent neutru - 15). Au mai fost mediatizați reprezentanții „Partidului Nostru” (PN), ai Partidului Popular din Moldova (PPRM), Partidului Democrația Acasă (PDA), Mișcării Ravnopravie (MR), Partidului Legii și Dreptății (PLD) și mai mulți candidați independenți la funcția de consilier municipal Chișinău (CMC).

Diagrama 1. Top 10 al celor mai mediatizați concurenți electorali. Frecvența și contextul aparițiilor și mențiunilor acestora în știri. Moldova 1



Pluralismul de opinie. Corectitudinea și echilibrul surselor.

La reflectarea campaniei electorale, postul public de televiziune a asigurat într-o anumită măsură pluralismul și diversitatea opiniilor în știri. La documentarea acestora, Moldova 1 a recurs la mai multe surse, pe primul loc fiind cele din categoria politicieni, care au fost citați de 116 ori în știrile relevante. Funcționarii de stat au fost intervievați de 57 ori, experții - de 29 ori, cetățenii - de 28 ori. De asemenea, Moldova 1 a recurs la surse din alte categorii în 35 de cazuri. De notat că din numărul total de 265 surse, 41 au fost de sex feminin, ceea ce constituie aproximativ 16%. Acest indicator, care relevă un evident dezechilibru al surselor pe criteriul de gen, a oscilat pe parcursul campaniei, ceea ce indică asupra faptului că reporterii nu țin cont de criteriul respectiv, atunci când selectează sursele pentru interviu.

În perioada 1 mai - 14 iunie 2015, postul public de televiziune Moldova 1 a difuzat 22 materiale de conflict, dintre care 14 (63%) au fost echilibrate, iar opt au omis să prezinte ambele părți implicate în conflict. Printre materialele dezechilibrate se numără știrea privind declarațiile liderului PN Renato Usatîi, potrivit căruia, la ședința CMC urmau să fie înstrăinate mai multe terenuri din proprietatea municipală la prețuri mai mici decât valoarea lor reală (13 mai), despre protestele membrilor PSRM și PN și simpatizanților acestor partide față de intenția CMC de a vota un pachet de legi (14 mai), materialul despre discuțiile din Parlament cu referire la această situație (14 mai), știrea din 15 mai, despre altercațiile dintre deputații PSRM și angajații unei companii de construcții; știrea despre intenția consilierilor PCRM din Bălți de a organiza un referendum consultativ cu privire la extinderea autonomiei financiare a municipiului (26 mai), materialul despre acuzațiile de corupere a alegătorilor lansate la adresa lui Ilan Shor, candidat pentru primăria Orheiului MR (9 iunie).

Limbaajul și imaginile video utilizate

Pe durata perioadei 1 mai - 14 iunie 2015 nu au fost înregistrate cazuri de utilizare a limbajului discriminatoriu la adresa concurenților electorali și nici imagini capabile să deformeze realitățile și să creeze premise pentru a pune la îndoială respectarea standardelor etice și profesionale de către jurnaliștii de la postul public Moldova 1.

În concluzie, în perioada 1 mai -14 iunie 2015 postul public de televiziune a reflectat relativ corect și echidistant campania electorală, asigurând parțial echilibrul surselor și pluralismul de opinie. Judecând după frecvența și contextul aparițiilor concurenților electorali în știri, Moldova 1 a asigurat cea mai mare vizibilitate Partidului Democrat, datorită numărului mare de materiale cu caracter electoral indirect în care au fost mediatizați exponenții acestui partid, majoritatea fiind în context pozitiv.



Implicarea în campania electorală

Postul de televiziune cu acoperire națională Prime TV a reflectat activ campania electorală atât pentru postul de primar Chișinău, cât și pentru primăriile din multe alte localități ale republicii. În principalele buletine de știri ale zilei, difuzate în perioada 1 mai -14 iunie

2015, Prime TV a avut în total 134 de materiale cu caracter electoral direct sau indirect. Majoritatea materialelor ce au avut tangență directă cu campania electorală s-au referit în mare parte la activitatea Comisiei Electorale Centrale și la evenimentele de campanie ale concurenților în cursa electorală. Printre materialele cu caracter electoral indirect se numără știrile a căror încărcătură informațională este în măsură să influențeze percepția electoratului despre anumiți concurenți, cum ar fi, de exemplu, știri despre construcția *drumurilor europene* cu participarea ministrului Transportului și Infrastructurii Drumurilor (exponent PDM), materiale despre soluții pentru problemele agricultorilor, cu citarea președintelui Parlamentului (exponent PDM), lansarea proiectului de construcție a locuințelor pentru familiile social-vulnerabile din Ialoveni, cu participarea ministrului Dezvoltării Regionale și Construcțiilor (exponent PDM), dar și reportaje despre diverse acte de caritate făcute de Fundația Edelweiss, evenimente culturale cu participarea ministrei Culturii Monica Babuc, care a fost și candidata PDM la Primăria Chișinău. De notat că postul respectiv a omis să reflecte rezultatele sondajelor de opinie potrivit cărora PDM, PLDM și PCRM ar fi în cădere dramatică, iar PSRM - în ascensiune.

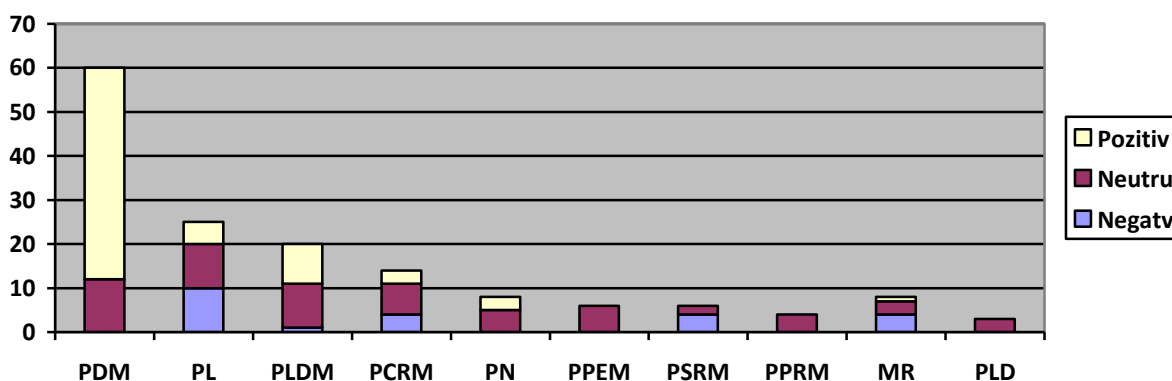
Marea majoritate a reportajelor electorale din teritoriu au prezentat, de regulă, diverse probleme cu care se confruntă anumite localități după care li se oferea cuvânt persoanelor care aveau soluții la aceste probleme, candidații fiind, de regulă, din partea PDM. De notat că numărul materialelor de acest gen s-a redus substanțial în ultimele 2 săptămâni de campanie (31 mai – 14 iunie).

Obiectivitate și imparțialitate. Partizanat politic

În perioada de monitorizare, Prime TV a pus pe post mai multe materiale părtinitoare – 23 (17%), în care fie nu au fost separate faptele de opinie, fie a fost sesizată tendențiozitatea autorului. Numărul acestora a fost în creștere la mijloc de campanie (15-30 mai), după care s-a redus: De cele mai multe ori a fost vorba de știri privind lansarea în campanie a diferiților candidați la primăriile din localitățile republicii, în materiale fiind inserate informații laudative la adresa candidaților, iar titlurile, burtierele, lead-urile au inclus adjective menite să prezinte în roz acțiunile acestora. Drept exemple relevante servesc: materialul despre *drumurile reparate, casa de cultură funcțională și străzile iluminate* din Nisporeni (31 mai), materialul despre proiectele realizate de-a lungul anilor de primarul din Molovata Nouă, Dubăsari, *care a reparat grădinița, a restaurat Casa de cultură, a asigurat iluminarea stradală, a amenajat muzeul satului, a deschis un Centru al Medicilor de Familie* (3 iunie), știrea despre promisiunile lui Urechean de a digitaliza primăria (9 iunie), materialul despre atmosfera incendiară la Bălți în timpul unui concert organizat de PDM (11 iunie). De asemenea, reporterii nu întotdeauna au separat faptele de opinie, cum ar fi de exemplu în știrea despre lansarea echipei PN în alegeri (26 mai) în care autorul trage anumite concluzii privind lista PN și vine cu contraargumentele proprii privind lipsa de integritate a unor candidați de pe listă. La 7 iunie, postul a informat despre protestele din Piața Marii Adunări Naționale deplasând accentele de pe mesajele anti-guvernare și anti-PD pe cele privind disensiunile dintre reprezentanții PL și ai Platformei Civice Demnitate și Adevăr. Filtrarea informației cu scopul de a proteja anumiți actori indică asupra manipulării și dezinformării cu privire la acest subiect. Mai multe detalii privind părtinirea postului sunt incluse în Studiul de caz nr. 4 din Anexă.

În total, Prime TV a mediatizat activitățile și declarațiile a 13 concurenți electorali. Frecvența apariției anumitor concurenți electorali și unghiul de abordare a evenimentelor denotă clar simpatia editorială a acestui post de televiziune față de PD, de liderii și candidații acestei formațiuni politice. Astfel, în 48 din cele 60 de materiale în care a fost vorba de reprezentanții PDM tonalitatea reflectării a fost pozitivă, în celelalte cazuri fiind vorba de context neutru. De notat că în partea a doua a campaniei electorale s-a remarcat scăderea numărului de materiale pozitive pentru PDM și creșterea ușoară a numărului de știri care mediatizează alți concurenți. Urmează, la mare distanță PL, care a avut apariții în 12 știri și mențiuni în 12 materiale, mai mult neutru și negativ (câte 10 cazuri) și PLDM, cu citate în 17 știri și mențiuni în 3, preponderent neutru și pozitiv (10 și 9, respectiv). De cele mai multe ori, materialele care s-au referit la alți concurenți au conținut mai multe acuzații la adresa contracandidaților și mai puține informații despre platformele lor electorale sau activități de campanie. Astfel, de exemplu, concurenții electorali PL, PLD, PPEM, PCR, MR, PPRM, Blocul electoral Lista Poporului (BeLP), Partidul Verde Ecologist (PVE) au apărut de cele mai dese ori în materiale de conflict. Contextul aparițiilor și mențiunilor acestora a fost mai mult neutru și, uneori, negativ.

Diagrama 2. Top 10 al celor mai mediatizați concurenți electorali. Frecvența și contextul aparițiilor și mențiunilor acestora în știri. Prime TV



Pluralismul de opinie. Corectitudinea și echilibrul surselor.

O mare parte a materialelor electorale difuzate de Prime TV în perioada de monitorizare au prezentat informația dintr-o singură perspectivă, fără informații de context, opinii de-ale experților care ar fi oferit informații complexe despre procesul electoral. La documentarea materialelor au fost citați preponderent politicieni - 119, dintre care o mare parte au fost din PDM. Astfel, nu a fost respectat principiul diversității surselor. Funcționarii de stat au fost citați de 45 ori, cetățenii de 75 ori, experții - de 7 ori. La alte surse s-a apelat de 14 ori. De notat prezența mare a numărului de surse din categoria cetățeni, care au fost citați întru susținerea acțiunilor candidaților din teritoriu.

Din punctul de vedere al asigurării echilibrului de gen al surselor și protagoniștilor, pe parcursul campaniei s-a remarcat o creștere a numărului de surse de sex feminin. Postul a citat 78 de surse femei sau 27% din numărul total de 288. Procentajul a crescut datorită numărului mare de surse cetățeni intervievați.

Prime TV a pus pe post în perioada de referință 21 de materiale controversate. Dintre aceste, 14 sau 66% au oferit drept la replică persoanelor vizate în controversă. Printre materialele ce nu au asigurat echilibrul surselor se numără: știrea din 15 mai privind altercațiile de pe un șantier de construcție la care au participat câțiva deputați socialiști, la fel ca și materialul din 19 mai despre solicitarea consilierilor municipali comuniști din Chișinău de a retrage imunitatea parlamentară a cinci deputați socialiști pentru altercațiile de la Consiliul Municipal Chișinău și pe un șantier de construcție din capitală. În știrea din 19 mai, în finalul știrii se menționează că *socialiștii nu au comentat deocamdată acuzațiile*, fără a se specifica dacă reporterul a făcut vreo tentativă de a-i contacta.

Limbajul și imaginile video utilizate

În perioada de raport, la Prime TV nu au fost înregistrate cazuri de utilizare a limbajului discriminatoriu la adresa concurenților electorali, precum și a imaginilor capabile să deformeze realitatea.

În concluzie, în perioada de raport Prime TV a reflectat campania tendențios, asigurând parțial pluralismul de opinie și echilibrul, dar nu și diversitatea surselor. Postul a asigurat parțial echilibrul surselor în materialele de conflict și echilibrul de gen, acest indicator fiind printre cele mai bune în rândul posturilor monitorizate. Postul a favorizat evident concurentul electoral PDM, prin frecvența mai mare și contextul pozitiv al aparițiilor reprezentanților și exponenților acestui concurent electoral, dar și prin știrile părtinitoare care au scos în prim plan succesele și realizările candidaților acestui partid.



Implicarea în campania electorală

De la 1 mai până la 14 iunie, postul de televiziune Canal 2 a difuzat 103 subiecte cu caracter electoral direct sau indirect. Majoritatea materialelor legate direct de campania electorală s-au referit fie la evenimentele de presă organizate de unii candidați în alegeri, fie la reacțiile acestora față de anumite declarații sau acuzații din partea contracandidaților. Canal 2 a avut relativ puține materiale despre activitatea CEC. De notat că postul respectiv a omis să reflecte rezultatele sondajelor de opinie potrivit cărora PDM, PLDM și PCRM ar fi în cădere dramatică față de PSRM. Totodată, Canal 2 a avut mai multe reportaje cu un caracter voalat sau deschis de campanie, cum ar fi cele ce țin de activitatea PDM (lansarea Campaniei PDM Luna Familiei, întâlnirea lui Marian Lupu cu cetățenii de la Orhei, participarea liderului PDM la inaugurarea unui monument în satul Cuniccea, reportaje despre darea în exploatare a unor porțiuni de drum cu participarea ministrului Transporturilor Vasile Botnari, acțiuni culturale cu participarea ministrei Culturii Babuc etc.). Cu mici excepții, subiectele au fost realizate în aceeași cheie ca și la postul Prime TV, recurgându-se la același unghi de abordare și la aceleași surse. De asemenea, s-a aplicat aceeași tactică de a vorbi inițial despre problemele anumitor localități, ca ulterior să fie prezentați candidații care pot soluționa aceste probleme. De notat că în ultimele două săptămâni de campanie electorală s-a diminuat numărul de știri în care se face agitație electorală și a crescut prezența altor candidați electorali, de regulă în știri controversate.

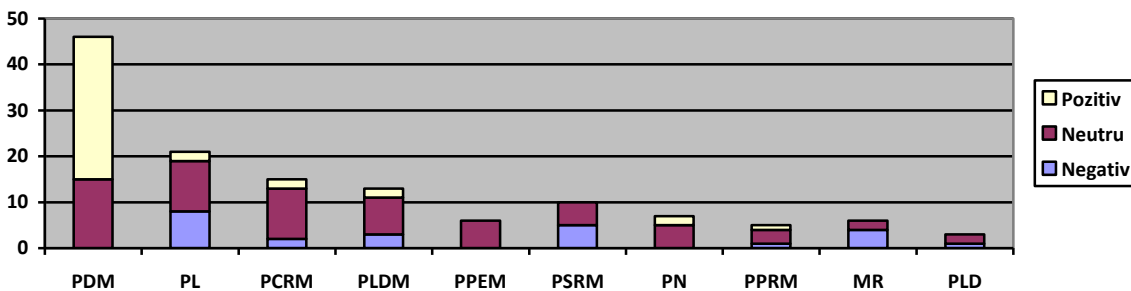
Obiectivitate și imparțialitate. Partizanat politic

Din cele 103 subiecte cu caracter direct sau implicit electoral, 30 sau aproximativ 30 au avut probleme la capitolul obiectivitate și imparțialitate. Printre știrile în care poate fi remarcat caracterul mai mult sau mai puțin subiectiv se numără o parte din materialele despre problemele și soluțiile candidaților susținuți de PDM, cum ar fi știrea despre candidații la funcția de primar din satul Șofrâncani, raionul Edineț, și la funcția de primar al orașului Edineț (17 mai), materialul intitulat *Proiecte de succes în Ialoveni*, despre succesele candidatului la funcția de primar din Ialoveni și prioritățile candidatului din satul Costești, Ialoveni; materialul despre realizările de 16 ani ale primarului din satul Rublenița, Soroca (19 mai) etc.

Au fost înregistrate și câteva cazuri în care reporterul nu a separat faptele de opinie. Drept exemple în acest sens pot servi: știrea despre declarația pe venit a lui Ilan Shor, candidat la funcția de primar al orașului Orhei din partea MR (26 mai), știrea despre lansarea PN în campania pentru scrutinul din 14 iunie 2015 (26 mai), știrea despre lansarea lui Vasili Chirtoca, PCRM, în campania electorală la funcția de primar al capitalei (12 mai), materialul ce vizează acuzațiile de corupție lansate de un reprezentant PCRM la adresa PSRM (2 iunie) etc. Știrea din 7 iunie, despre protestele din Piața Marii Adunări Naționale, s-a axat pe situația din conflict dintre reprezentanții PL și ai Platformei Civice Demnitate și Adevăr, lăsând în umbră mesajele anti-guvernare și anti-PD. Astfel, Canal 2 a manipulat informația, prin filtrare. Mai multe exemple sunt incluse în studiul de caz nr.4 din Anexă.

Materialele relevante de la Canal 2 s-au referit la 13 concurenți electorali, dintre care întâietatea îi revine PDM-ului, cu apariții directe în 44 de materiale și mențiuni în 2, majoritatea (31) în context pozitiv, iar restul - neutru. PL a avut apariții în 12 știri și a fost menționat în altele 9, mai mult în context neutru și negativ, PCRM a fost citat în 11 știri și menționat în altele 4, contextul fiind preponderent neutru. Reprezentanții PLDM au fost citați în 8 știri și menționați în 5, mai mult în context neutru, PPEM – a avut apariții în 6 știri, toate în context neutru, PN - apariții în 5 știri și o mențiune, contextul fiind preponderent neutru (5). PSRM a fost citat și a fost menționat în câte 5 știri, în număr egal neutru și negativ. Ceilalți candidați și evenimentele electorale organizate de aceștia împart restul spațiului informațional de la Canal 2 fără mari deosebiri în ceea ce privește parametrii cantitativi și calitativi ai monitorizării.

Diagrama 3. Top 10 al celor mai mediatizați concurenți electorali. Frecvența și contextul aparițiilor și mențiunilor acestora în știri. Canal 2



Corectitudinea și echilibrul surselor. Pluralismul de opinie

Știrile relevante difuzate de Canal 2 în perioada de raport au avut probleme la capitolul diversitate și pluralism de opinii. De cele mai multe ori, la documentarea materialelor, jurnaliștii de la acest post tv au recurs la cetățeni - 127 de ori, în special în reportajele despre candidații PDM la primăriile locale, urmași de politicieni - 97, marea majoritate a acestora fiind din PD. Funcționarii de stat au fost citați de 39 ori, experții – 2 ori, iar la alte surse s-a apelat de 27 ori. Sursele de sex feminin au constituit 35%, dintre care marea majoritate au fost din rândul cetățenilor. De remarcat creșterea numărului de cetățeni citați ca surse, dar și numărul foarte mic de experți, deși opiniile acestora au fost necesare în mai multe cazuri. Or, în multe cazuri informația necesită echilibrare prin detalii oferite de experți, comentatori sau analiști politici, astfel încât perspectiva oferită telespectatorilor să-i ajute să înțeleagă mai bine subiectul pus în discuție.

Din cele 22 știri de conflict, 13 sau 59% au fost echilibrate, iar în 8 cazuri reporterii au eșuat să asigure echilibrul surselor. Este vorba, între altele, de știrea din 4 mai despre decizia CEC de a exclude Partidul Comunist Reformator de pe lista partidelor ce pot concura în scrutin, în care nu este inclusă și părerea reprezentanților PCR, știrea din 15 mai despre implicarea deputaților socialiști în altercații pe un șantier de construcție și în Consiliul municipal Chișinău, știrea din 19 mai despre solicitarea PCR de a retrage imunitatea deputaților socialiști care ar fi fost implicați în aceste altercații, știrea din 22 mai despre acuzațiile aduse de candidatul PPEM Oazu Nantoi la adresa PCR și PSRM cu privire la inițiativa consilierilor municipali din Bălți de a iniția un referendum, materialul din 2 iunie despre protestul organizat de Marcel Darie, PLD, împreună cu alți susținători, în fața casei secretarului CMC, flash mob-ul organizat de același candidat la 8 iunie etc.

Limbaajul și imaginile video utilizate

Pe durata perioadei monitorizate, postul de televiziune Canal 2 nu a admis exagerări la capitolul limbajului admisibil pentru știri. Reporterii nu au atribuit etichete candidaților electorali, constatarea fiind valabilă și pentru utilizarea imaginilor, dar și a elementelor de montaj care au respectat standardele etice și profesionale.

În concluzie, la reflectarea campaniei electorale Canal 2 a avut un comportament tendențios, asigurând parțial echilibrul surselor în știrile controversate, dar nu și pluralismul de opinie și diversitatea surselor. În același timp, Canal 2 a asigurat parțial echilibrul de gen, acest indicator fiind cel mai bun în rândul posturilor monitorizate. După frecvența și contextul aparițiilor concurenților electorali, Canal 2 a favorizat evident PDM, care a avut cele mai multe apariții, contextul fiind întotdeauna pozitiv.



TV 7

Implicarea în campania electorală

Postul de televiziune cu acoperire regională TV 7 s-a implicat activ în campania electorală, reflectând atât evenimentele care vizează direct desfășurarea campaniei, cât și evenimentele/situațiile care se referă tangențial la alegeri. În total, TV 7 a inclus în principalele sale buletine de știri 126 de știri relevante. Au fost mediatizate subiecte privind

lansarea în campania pentru Primăria Chișinău a candidaților mai multor partide, activități de campanie, declarații și acuzații ale unor concurenți la adresa contracandidaților, sondaje de opinie privind dispoziția electoratului în campanie etc. Activitatea Comisiei Electorale Centrale (CEC) a fost reflectată cu regularitate în această perioadă, la fel ca și activitatea organizațiilor neguvernamentale implicate în monitorizarea campaniei electorale.

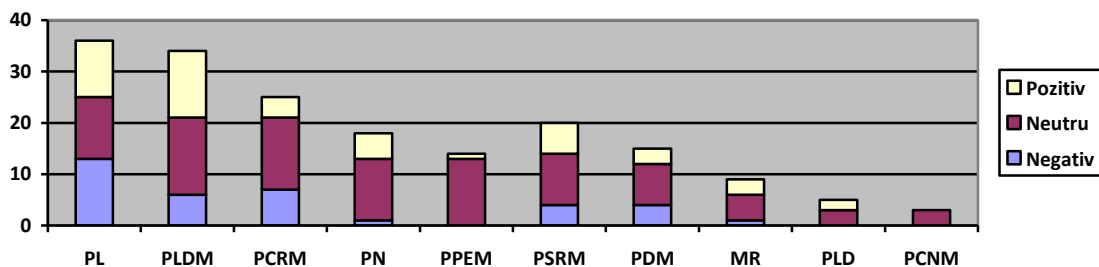
Alte subiecte incluse în programele de știri de la TV 7 au avut conotație electorală indirectă și au vizat, printre altele, activitatea Primăriei și Consiliului municipal Chișinău, activitatea parlamentarilor în contextul protestelor anunțate de fermieri, mersul anchetei în cazul dosarului Băncii de Economii etc.

Imparțialitate și obiectivitate. Partizanat politic

Majoritatea reportajelor difuzate de TV 7 în perioada de monitorizare au fost produse într-o manieră corectă, fără ca să fie înregistrate abateri de la normele deontologice care să distorsioneze mesajele transmise de concurenții electorali. Monitorizarea nu a scos la iveală probleme majore ce țin de separarea faptelor de opinie, și nici trunchieri ale informațiilor care ar modifica anumite înțelesuri ale contextului în care au fost făcute declarațiile ori s-au produs anumite evenimente. Printre cele șapte materiale (5%) în care poate fi sesizată opinia reporterului față de protagoniști se numără știrea despre altercațiile de la CMC, vocea de după cadru afirmând că *reprezentanții PN și PSRM au dat buzna* în localul Primăriei, că *de la glume la bătaie nu era decât un pas* și că *socialiștii au continuat atacurile și după ce conflictul s-a potolit* (14 mai), la ședința de judecată în cazul dosarului BEM, în care figurează Ilan Shor, MR (18 mai), la inițiativa comuniștilor din Consiliul municipal Bălți de a iniția un referendum (26 mai) pentru a obține drepturi largite.

În total, în perioada de monitorizare, cei mai mediatizați concurenți electorali au fost PL și PLDM. Reprezentanții PL au avut apariții în 11 și au fost menționați în 25 de știri, într-un număr relativ egal de contexte – pozitiv, negativ și neutru, iar ai PLDM au apărut direct în 18 materiale și au fost menționați în altele 16. Contextul a fost diferit – de 13 ori pozitiv, 6 negativ și 15 neutru. PCRМ a fost citat în 10 știri și menționat în 25, contextul fiind mai mult neutru (14), dar și negativ (7) și pozitiv (4). PN a avut 11 apariții și 7 mențiuni, majoritatea în context neutru (12), PPEM - 9 apariții și 5 mențiuni, preponderent neutru (12). PSRM a fost citat în 8 materiale și menționat în 12, mai mult neutru (10 ori), PDM - 4 apariții și 11 mențiuni, preponderent neutru (8 ori). Ceilalți concurenți au apărut mai rar în diferite contexte. În total, au fost mediatizați 16 concurenți, inclusiv candidați la funcția de consilieri municipali Chișinău (CMC).

Diagrama 4. Top 10 al celor mai mediatizați concurenți electorali. Frecvența și contextul aparițiilor și mențiunilor acestora în știri. TV 7



Pluralismul de opinie. Corectitudinea și echilibrul surselor.

În materialele relevante puse pe post de TV 7 au fost citate diverse surse. Cea mai mare cotă revine politicianilor, citați de 105 ori, urmați de funcționari de stat, la care s-a recurs de 48 ori. Experții au fost citați de 13 ori, iar cetățenii - de 43 ori. La surse din alte categorii s-a apelat de 27 ori. 54 din numărul total de 236 surse au fost de sex feminin, acest indicator constituind 23%, dezechilibru în defavoarea surselor de sex feminin.

TV7 nu a respectat întotdeauna principiul diversității și al echilibrului surselor/pozițiilor/opiniilor, în special în materiale ce relatau despre conflicte, acuzații sau subiecte controversate în care sunt implicați concurenții electorali. Astfel, din cele 35 materiale de conflict, doar în 20 (57%) a fost oferit dreptul la replică, iar într-un caz echilibrul a fost asigurat parțial. Drept exemple de materiale care au omis să prezinte a doua parte din conflict se numără: materialul din 3 iunie privind pichetarea de către candidatul PLD Marcel Darie a casei secretarului CMC, știrea din 4 iunie intitulată *Voronin: Miniștrii nu se supun cabinetului de miniștri*, materialul din 5 iunie cu titlul *Membrii Partidului Verde Ecologist sunt alarmați de problema gunoiștii Bubuieci*, știrea din 8 iunie despre flash-mob-ul, organizat de Marcel Darie, PLD, pentru a protesta împotriva chioșcurilor de tutungerie, materialul din 9 iunie despre acuzațiile lui Igor Dodon potrivit căruia reprezentanții IS Registru ar intenționa să fraudeze alegerile, știrea din 11 iunie în care Grigore Petrenco, PCNM, acuză reprezentanții poliției că ar intimida activiștii partidului.

Limbajul și imaginile video utilizate

Limbajul utilizat de TV 7 în materialele puse pe post în perioada de referință a fost fără abateri de la regulile deontologice. Nu au fost înregistrate cazuri de manipulare a imaginilor video.

În concluzie, TV 7 a avut un comportament echilibrat, obiectiv și nepărtinitor, asigurând parțial pluralismul de opinie. Totuși, postul nu a reușit întotdeauna să asigure diversitatea surselor, inclusiv pe criteriul de egalitate a genului. De asemenea, o parte din materialele controversate nu au asigurat echilibrul surselor. Postul a mediatizat cei mai mulți concurenți electorali, dintre care PL și PLDM au avut cele mai multe apariții directe și mențiuni, în diferite contexte, fără să se evidențieze favorizarea sau defavorizarea clară a vreunui concurent electoral.



Implicarea în campania electorală

În perioada 1 mai - 14 iunie 2015, postul de televiziune Accent TV s-a implicat foarte activ în reflectarea subiectelor cu caracter electoral direct și indirect, difuzând în total 162 de știri relevante prezentei monitorizării. Accent TV a informat preponderent despre diverse evenimente organizate de PSRM, atât în Chișinău cât și în afara capitalei, diferite acțiuni de-ale PN, conferințe de presă de-ale reprezentanților PCNM, dar și despre lansarea în campanie sau viziunile unor concurenți asupra soluționării anumitor probleme din municipiul Chișinău (Dorin Chirtoacă, PL, Oazu Nantoi, PPEM, Serafim Urechean, PLDM, Oleg Brega, Partidul Democrația Acasă (PDA), Marcel Darie, Partidul Lege și Dreptate

(PLD), Vasili Chirtoca, PCRM. Radiodifuzorul a ținut în vizor mai mulți actori electorali, care fie au organizat activități electorale, fie au făcut declarații în cadrul mai multor emisiuni televizate, în baza lor fiind produse știri scurte. Alte subiecte abordate au vizat controversile din jurul adoptării de către CMC a unui pachet de legi, încercările PSRM de a opri adoptarea acestora, implicarea deputaților socialiști în disputele privind construcția unui bloc de locuit, evoluțiile în cazul dosarului Băncii de Economii etc.

Imparțialitate și obiectivitate. Partizanat politic

Din totalul de 162 de știri relevante prezentei monitorizări, 36 sau aproximativ 23% au fost părtinitoare, fiind vizibilă poziția autorilor față de protagoniștii materialelor.

Tendențiozitatea a fost evidentă atât din modul de selectare a subiectelor incluse în buletine, cât și din atitudinea reporterului, jurnaliștii recurgând uneori la comentarii și opinii neseperate de fapte. Drept exemple pot servi: știrea despre protestul unui grup de părinți ai copiilor ce studiază la un liceu din capitală în care reporterul afirmă că Dorin Chirtoacă *nu s-a arătat deranjat de faptul că părinții au plătit pentru reparații și nu a pierdut ocazia să facă campanie electorală, promițând că copiii vor rămâne încă patru ani (11 mai)*, știrea despre Campania PDM Luna Familiei (11 mai) care perpetuează mesaje în măsură să regenereze animozitatea și tratamentul ofensator, discriminatoriu la adresa unui grup minoritar. Alte știri din care transpare atitudinea reporterului față de protagonist au vizat lansarea în campanie a lui Vasili Chirtoca, candidatul PCRM (15 mai), declarațiile lui Ilan Cașu, PN, care îl vizează pe contracandidatul Dorin Chirtoacă, reporterul făcând trimitere la experți în general pentru a-l pune pe Chirtoacă în lumină negativă (22 mai), acuzațiile lansate de candidatul independent la postul de consilier municipal Oleg Cernei (27 mai), care îl acuză pe Dorin Chirtoacă că ar fi provocat haos în transportul public. În informația de context, reporterul reamintește deciziile primarului Chirtoacă cu privire la schimbările de itinerar în transportul public și menționează că *edilul nu s-a satisfăcut cu asta și a mai modificat de câteva ori, peste noapte, fără avertizare, itinerarele microbuzelor de rută, provocând astfel multe incomodități locuitorilor capitalei*.

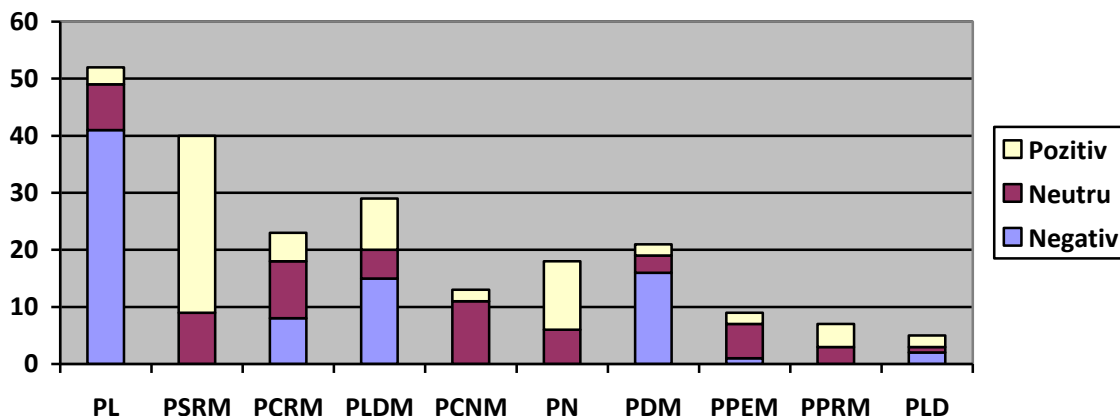
Părtinirea este evidentă și din modul în care sunt selectate pasaje din declarațiile concurenților electorali, astfel încât informația de substanță despre platformele electorale e lăsată în afară, iar în știri sunt incluse afirmații/acuzații de corupție (vezi, de exemplu, declarațiile făcute de Oazu Nantoi, candidat PPEM, în cadrul unei emisiuni televizate (22 mai), acuzațiile la adresa lui Chirtoacă, lansate de Mihai Cârlig, candidat PPRM (26 mai). În unele cazuri, știrile prezintă informații pe baza celor declarate de candidați în cadrul emisiunilor televizate (de la Accent TV sau de la alte posturi), pe care reporterii le combat în aceeași știre cu citarea indirectă a experților anonimi. Astfel, de exemplu, în știrea ce prezintă opinia lui Marcel Darie, candidatul PLD la șefia capitalei (26 mai), cu privire la problema mansardelor, în final reporterul face trimitere la experți anonimi care ar fi împotriva mansardelor. În știrea despre promisiunile lui Serafim Urechean de a construi locuințe dacă va câștiga alegerile (2 iunie), reporterul recurge la date statistice pentru a demonstra cât de scumpă e această promisiune electorală și cu cât va afecta ea bugetul municipal. O astfel de abordare se remarcă nu în toate știrile, altele prezentând detaliat promisiuni electorale, fără ca acestea să fie analizate de reporter. Astfel, de exemplu, în cazul reprezentanților PSRM, din emisiuni sunt selectate detalii despre viziunile acestora privind rezolvarea problemelor stringente pentru capitală (exemplu din buletinul din 4 și 5

unie), iar în cazul celorlalți candidați sunt scoase în evidență diferite acuzații la adresa altor concurenți electorali. Mai multe exemple sunt incluse în studiul de caz nr. 3 din Anexă.

În ultima săptămână de campanie au fost inserate și materiale în care se face agitație electorală directă, alegătorii fiind îndemnați să voteze PSRM, și nu PL (vezi, de exemplu, știrea din 8 iunie în care Igor Dodon se referă la solicitarea premierului privind demisia conducătorii mai multor instituții de stat, inclusiv a Procurorului General, materialul din 10 iunie despre întâlnirea lui Igor Dodon cu comercianții din Piața centrală).

În total, Accent TV a mediatizat 14 concurenți electorali, inclusiv candidați la postul de consilier municipal Chișinău. Cele mai multe mențiuni și apariții directe au revenit candidatului PL la funcția de primar de Chișinău, Dorin Chirtoacă. Acesta a fost menționat de cele mai multe ori în context negativ – 41 ori, iar aparițiile directe au avut de cele mai multe ori conotație neutră. Urmează PSRM, care a fost vizat direct în 40 de știri, dintre care 31 ori în context pozitiv, iar restul - neutru. PN a fost citat în 16 materiale și menționat în 3, dintre care în 12 cazuri a apărut în lumină pozitivă, iar restul - neutru. Partidul Casa Noastră Moldova (PCNM) a avut apariții în 11 materiale și mențiuni în două în context preponderent neutru (11), PCR - a fost citat în 15 materiale și a fost menționat în altele 9, mai mult în context neutru (10) și negativ (8), PLDM - a avut 11 apariții și 18 mențiuni, majoritatea în context negativ (15), dar și pozitiv, și neutru. Reprezentanții PDM au fost citați în 3 știri și menționați în altele 18, majoritatea fiind în context negativ (16). Ceilalți concurenți electorali au apărut fie neutru, fie negativ, rareori pozitiv.

Diagrama 5. Top 10 al celor mai mediatizați concurenți electorali. Frecvența și contextul aparițiilor și mențiunilor acestora în știri. Accent TV



Corectitudinea și echilibrul știrilor. Pluralismul de opinie

De cele mai multe ori, materialele relevante au prezentat realitatea dintr-o singură perspectivă, Accent TV eșuând să asigure diversitatea surselor. Știrile relevante difuzate de Accent TV în perioada de referință au citat preponderent politicieni - 167 în total. Funcționarii au fost citați de 13 ori, experții de 14 ori, iar cetățenii de 40 ori. La surse din

alte categorii s-a apelat de 13 ori. Din cele 257 de surse citate, 51 au fost femei sau 20 la sută.

Din cele 74 știri controversate de la Accent TV în care ar fi fost necesară o a doua opinie, doar 27 (36%) au prezentat părerea părților vizate, restul prezentând o singură parte, de regulă a reprezentanților PSRM și PCNM. Drept exemple pot servi știrile cu acuzații de corupție la adresa lui Dorin Chirtoacă (12 mai), acuzațiile lui Igor Dodon la adresa membrilor coaliției de guvernare (12 mai), protestele de la Primărie organizate de PSRM (14 mai), știrile despre acțiunile PSRM împotriva construcțiilor neautorizate (15 mai), despre acuzațiile de corupție lansate de PSRM la adresa Primăriei (19 mai), despre ședința CMC (19 mai), acuzațiile lui Mihai Cârliș, PPRM, la adresa lui Chirtoacă (20 mai), materialele despre menținerea în arest a candidaților PCNM (18, 22 și 29 mai), știrea despre acuzațiile la adresa lui Chirtoacă că ar fi provocat haos în transportul public (27 mai), știrile ce prezintă opinii cu privire la protestele din 7 iunie (8 iunie), opinia lui Igor Dodon despre demisia premierului Gaburici (12 iunie) etc. În știrea din 3 iunie despre acuzațiile de corupție lansate de Marcel Darie, PLD, la adresa secretarului CMC și a lui Dorin Chirtoacă, jurnalistul afirmă că, *din spusele lui Marcel Darie, Didenco era acasă, dar nu a ieșit afară ca să facă comentarii (!)* Astfel, autorul nu a depus niciun efort să afle părerea celor vizați. De notat că în unele cazuri în finalul știrilor se menționează că *la momentul de față cei vizați nu au comentat nici într-un fel cele întâmplate sau că Accent TV nu a reușit să-i găsească pe cei vizați pentru a le solicita un comentariu și a le oferi astfel dreptul la replică*. Este o formulă vagă, din care nu e clar dacă jurnaliștii au făcut vreun efort sau nu pentru a asigura echilibrul surselor. Mai multe detalii în studiul de caz nr. 6 din Anexă.

Limbajul și imaginile video utilizate

În materialele cu caracter electoral direct sau indirect difuzate de Accent TV nu au fost înregistrate probleme ce țin de utilizarea imaginilor sau sunetului în măsură să deturneze mesajele etc.

În concluzie, postul de televiziune Accent TV nu a asigurat imparțialitatea știrilor, pluralismul de opinie, diversitatea și echilibrul surselor. Totodată, din punctul de vedere al echilibrului de gen, materialele au fost dezechilibrate, citând mai mult surse de sex masculin. Judecând după frecvența și contextul aparițiilor și mențiunilor în știri, Accent TV a defavorizat masiv Partidul Liberal, reprezentanții acestui partid fiind prezentați de cele mai dese ori în lumină negativă, și a favorizat Partidul Socialiștilor, în ultima săptămână de campanie fiind difuzate mai multe știri de agitație electorală în favoarea acestui concurent.

www.omg.md

Implicarea în campania electorală

Omg.md a fost cel mai activ din cele 5 site-uri monitorizate, publicând în perioada 1 mai – 14 iunie 2015 în total 315 texte care au vizat direct sau indirect campania electorală pentru alegerile locale generale. Aproape două treimi din articole (206) au fost știri scurte sau detaliate, 105 materiale au vizat o situație de conflict sau au lansat/mediatizat anumite acuzații, iar 4 texte au fost de educație electorală. Subiectele selectate pentru publicare pe

site au vizat diferite aspecte critice ale activității actualei guvernări și a candidatului PL la funcția de primar general al municipiului Chișinău; intențiile electorale și înregistrarea candidaților la funcția de primar, în principal pentru municipiile Chișinău și Bălți, din partea formațiunilor politice „Partidul Nostru” și „Casa noastră – Moldova” („Blocul Roșu”); mediatizarea acțiunilor omului de afaceri și politicianului Renato Usatîi, a declarațiilor și acuzațiilor lansate de acesta; protestele și alte acțiuni stradale desfășurate în această perioadă ș.a.

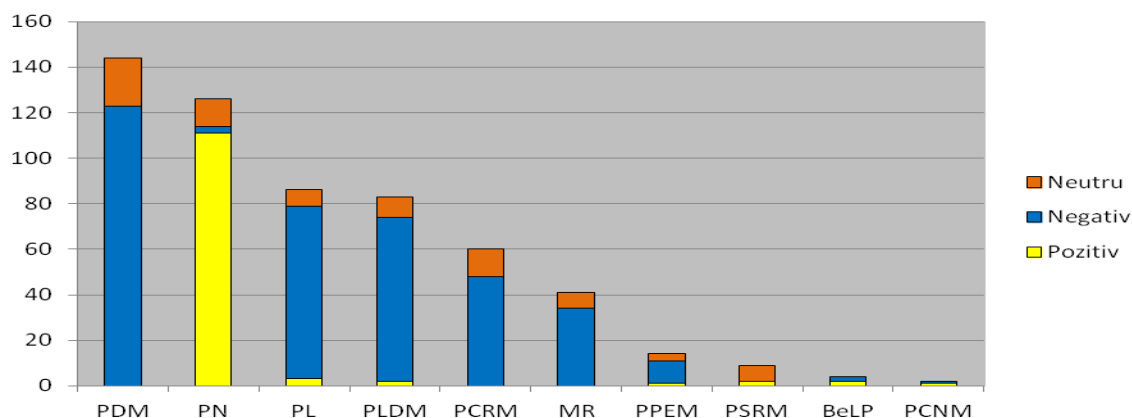
Imparțialitate și obiectivitate

Selecția știrilor pentru mediatizare, unghiul de abordare a temelor, frecvența prezentării unor concurenți electorali exclusiv în lumină pozitivă, iar a altora doar în lumină proastă indică asupra faptului că politica editorială a portalul Omg.md nu a fost îndreptată spre informarea complexă și obiectivă despre campania electorală, ci spre promovarea unor concurenți electorali și discreditarea altora. Fiecare al treilea text care a vizat campania și concurenții electorali a fost părtinitor prin titluri tendențioase, utilizarea etichetelor, speculații și interpretarea faptelor de către autori. Deseori, în știri au fost inserate judecăți de valoare ale autorilor, ceea ce contravine normelor deontologice și bunelor practici jurnalistice. Când a amintit de Vladimir Plahotniuc, Omg.md aproape de fiecare dată a accentuat, deseori fără o legătură directă cu subiectul propriu-zis, că acesta este un „businessman cu o reputație dubioasă” și „proprietarul Partidului Democrat”, despre Vlad Filat nu a ezitat să amintească că este „fost prim-ministru demis pentru corupție”, angajații instituțiilor publice la fel au fost etichetați în unele cazuri ca „marionete” și „oameni ai lui Plahotniuc” (în limba rusă – *ставленник*). Iată câteva exemple din ziua de 8 iunie 2015, când site-ul a reflectat pe larg acțiunea de protest a angajaților de la Calea Ferată a Moldovei: „Marioneta lui Plahotniuc consideră că este normal să existe restanțe la salarizarea lucrătorilor căilor ferate”, „Întreprinderea controlată de Plahotniuc nu le plătește salarii angajaților”, cu subtitlul „Funcționarii lui Plahotniuc i-au adus pe feroviari la grevă”. În articolul din 14 iunie 2015 despre incidentul la secția de votare din satul Topala, raionul Cimișlia, autorii au menționat de fiecare dată că ar fi vorba despre un candidat PDM, partidul lui Plahotniuc: „Primarul din partidul lui Plahotniuc a provocat o bătaie”, „Acuzat de ilegalitate, primarul PDM...”, „Revoltați de faptul că nu este pedepsit candidatul partidului lui Plahotniuc...”, „Ilegalitatea provocată de candidatul partidului care-i aparține lui Vladimir Plahotniuc...”. La fel, președintele Parlamentului este „ruda lui Plahotniuc” (8 iunie 2015 – știrea „Ruda lui Plahotniuc l-a învinuit pe Gaburici de încălcarea Constituției”) etc. În schimb, Renato Usatîi și PN au fost apreciați și elogiați (exemplu: 1 iunie 2015, în știrea „Locuitorii din Bălți îi arată o atenție fără precedent lui Renato Usatîi” se spune despre „o întâlnire cu alegătorii fără precedent”, și se afirmă, făcându-se trimitere la unii observatori anonimi, că „la nici una din întâlnirile cu alegătorii, organizate vreodată de politicienii moldoveni nu au fost atâția oameni”).

Pe toată durata perioadei de monitorizare, site-ul a vizat, în total, 11 concurenți electorali, cu o periodicitate diferită, câteva partide și exponenții acestora fiind mediatizați de câteva ori pe zi, altele – de câte 1-4 ori pe toată durata campaniei, iar unii concurenți electorali fiind neglijați în totalitate. Cel mai mediatizat concurent electoral a fost PDM, vizat de 144 de ori, inclusiv de 123 de ori în context negativ (85,4% din totalul aparițiilor și a mențiunilor), în alte 21 de cazuri contextul prezentării a fost neutru. În topul vizibilității urmează PN și liderul acestui partid Renato Usatîi, cu 126 de apariții și mențiuni, dintre care

111 (88,1%) în context pozitiv, 12 în context neutru și 3 în context negativ. PN a beneficiat și de un număr foarte mare de apariții directe, în total 61 de citate. PL și candidatul acestui partid la funcția de primar general Dorin Chirtoacă au fost vizați, în total, de 86 de ori, preponderent în context negativ (de 76 de ori sau 88,4% din total), la fel și PLDM (83 de apariții și mențiuni, inclusiv de 72 de ori (86,7%) în context negativ), PCRM (60 de apariții și mențiuni, inclusiv de 48 de ori (80%) în context negativ), dar și MR (41 de apariții și mențiuni, inclusiv de 34 de ori (82,9%) în context negativ). Ceilalți concurenți electorali au fost vizați mult mai rar, iar unii în general nu au apărut în știrile Omg.md.

Diagrama 6. Top 10 al celor mai mediatizați concurenți electorali. Frecvența și contextul aparițiilor și mențiunilor acestora în știri. Omg.md



Corectitudinea și echilibrul surselor. Pluralismul de opinie

Majoritatea covârșitoare a articolelor publicate de Omg.md, inclusiv 81,9% din cele 105 materiale controversate, care au mediatizat acuzații sau conflicte, au fost documentate dintr-o singură sursă, fiind astfel dezechilibrate.

În total, Omg.md a citat 303 surse în cele 315 materiale relevante, fiind vorba, în special, de politicieni și candidați în alegerile locale (172 surse sau 56,8% din total) și experți (78 sau 25,8% din total). Mai rar au fost citați funcționarii de stat, iar cetățenii simpli aproape că nu au apărut în calitate de surse de informație. Principiul echilibrului de gen al surselor a fost neglijat aproape în totalitate, doar 8% din surse au fost femei, acesta fiind cel mai scăzut indicator de gen din toate site-urile monitorizate. Cea mai mare discrepanță a fost înregistrată la categoria desurse „politicieni”: 169 bărbați și 3 femei.

Deseori, știrile s-au bazat pe fapte sau supoziții care îi dezavantajează pe unii concurenți electorali, însă portalul nu a făcut demersuri pentru a verifica faptele și a asigura pluralismul de opinii obligatoriu în cazul știrilor cu subiect controversat. Astfel, la 8 mai 2015, portalul a publicat o știre bazată pe declarațiile lui Renato Usatîi în emisie directă la o emisiune TV, inclusiv afirmațiile că el este conștient de faptul că va fi arestat, „doar că acum Filat și-a luat o pauză și îl lasă să se plimbe prin țară”. Opinia lui Vlad Filat, a PLDM sau a Ministerului de Interne nu a fost solicitată. În știrea „Ursachi: Autoritățile intenționează să discrediteze mișcarea de protest” (1 iunie 2015), cu trimitere la declarațiile avocatei Ana Ursachi, se vorbește despre “trucurile ieftine” ale lui Cavcaliuc (șeful Inspectoratului general de

poliție), prin care se dorește discreditarea protestelor pașnice. O reacție la aceste învinuiri a IGP sau a altor structuri de ordine nu a fost inclusă în text. La 5 iunie 2015, site-ul a publicat știrea “Renato Usatîi a aflat despre o nouă provocare împotriva “Partidului Nostru”, în care se face trimitere la un comentariu în rețeaua de socializare Facebook, unde Usatîi afirmă că se pregătește scoaterea din cursa electorală a PN și lasă să se înțeleagă că în spatele acestei presupuse acțiuni ar sta liderul PLDM Vlad Filat (“ex-premierul demis pentru corupție”) și Octavian Mahu, candidatul PCRM la funcția de primar de Bălți, contracandidatul principal al lui Usatîi. Opiniile celor vizați direct nu au fost prezentate. Aceleași abordări speculative au fost înregistrate și în alte texte publicate de Omg.md. În informațiile publicate s-a afirmat că autoritățile au majorat artificial numărul alegătorilor pentru a falsifica rezultatele alegerilor (știrea “Structurile lui Plahotniuc pregătesc falsificarea listelor alegătorilor”, 5 iunie 2015), însă lipsește replica Ministerului comunicațiilor și tehnologiei informației (“controlat de businessmanul cu reputație dubioasă Vladimir Plahotniuc”), acuzat direct că ar pregăti falsificarea rezultatelor alegerilor. Acuzațiile de falsificare a alegerilor au fost lansate și în ziua alegerilor locale (14 iunie 2015: știrile “Partidul lui Filat transportă și cumpără alegătorii în toată țara”, “Carouselul” din Bălți: două autobuze cu studenți moldoveni din România circulă pe la secțiile de votare” (preluată de pe site-ul ru1.md), “Pacienții de la internatul psihoneurologic din Bălți sunt obligați să voteze pentru partidul lui Plahotniuc”), însă replica celor acuzați direct nu a fost prezentată, astfel aceste articole au fost dezechilibrate și manipulatorii.

Limbajul și imaginile utilizate

Limbajul utilizat de autorii articolelor de pe Omg.md deseori a încălcat principiile deontologice care prevăd inclusiv un limbaj îngrijit și evitarea etichetărilor în adresa protagoniștilor. Multe din articolele publicate de Omg.md au conținut expresii peiorative și etichete, cu intenția clară de a-i defavoriza pe unii concurenți electorali. Deseori autorii articolelor au lansat acuzații generalizatoare, insinuând complicitatea și conspirația generală a guvernanților împotriva cetățenilor. În unele cazuri, textele au conținut atacuri la persoană. Astfel, la 14 mai 2015, Omg.md a preluat un articol publicat de site-ul Pan.md, text despre care se poate presupune că reprezintă opinia lui Dmitri Ciubașenco despre primarul general de Chișinău Dorin Chirtoacă. În articol sunt utilizate multe expresii peiorative, atacuri la persoană și asociații defavorizante pentru Dorin Chirtoacă, pe care îl compară cu un cățel care latră la un elefant, în poziția „elefantului” fiind președintele rus Putin, pe care Ciubașenco îl admiră («Киртоакэ выступает в роли *Моськи, лающей на слона*. Но Киртоакэ для Путина даже не Моська, а *мелкая мошка*. Зря она *пыжится, пукнет и лопнет*»).

În concluzie, portalul Omg.md nu a reflectat campania electorală de o manieră onestă, majoritatea textelor au fost părtinitoare, iar pluralismul de opinii a fost viciat deseori prin prezentarea unilaterală a acuzațiilor fără oferirea dreptului la replică. Politica editorială a portalului a fost orientată, pe de o parte, spre critica dură a partidelor de la guvernare, în special, a PDM, dar și a PL și a candidatului la funcția de primar general Dorin Chirtoacă, iar pe de altă parte, spre promovarea intensă a candidaților PN și a liderului acestui partid Renato Usatîi.

Implicarea în campania electorală

În perioada 1 mai – 14 iunie 2015, Pan.md a publicat în total 173 de materiale cu caracter electoral direct sau indirect, inclusiv 132 de știri simple sau detaliate (76,7% din total), 40 de articole cu subiect conflictual și un material de educație electorală a cititorilor. Temele predilecte pentru administratorii site-ului au fost: activitățile și declarațiile PSRM și ale liderului PN Renato Usatîi, lansarea în campanie și declarațiile lui Grigore Petrenco, PCNM, acțiunile de protest organizate de partidele de stânga, informații despre candidații la funcția de primar general al Capitalei ș.a.

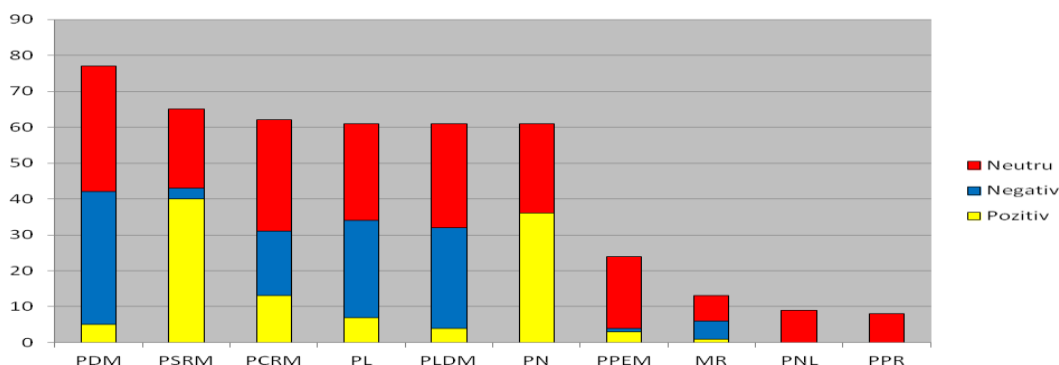
Imparțialitate și obiectivitate

Majoritatea absolută a știrilor publicate de Pan.md au fost nepărtinitoare (90%), ceea ce nu se poate spune despre articolele de analiză și diferite comentarii de autor care au fost aproape de fiecare dată tendențioase. Unghiul de abordare a fost, în general, partizan prin selectarea pentru mediatizare a unor anumite evenimente desfășurate de anumiți concurenți electorali, la fel și prin interpretarea părtinitoare a acțiunilor concurenților electorali care nu sunt simpatizați de redacția site-ului. Deseori au fost tirajate unele informații neconfirmate, în special privind concurentul electoral PN, autorii preferând să nu se documenteze suplimentar pentru a informa obiectiv cititorii, ci să alimenteze anumite speculații. Astfel, în știrea „Îl întâmpinăm pe Renato Usatîi la aeroport” (4 mai 2015), însoțită de fotografia unui avion pe care este scris sloganul lui Usatîi – «Сила в правде!» („Puterea este în adevăr”), se face trimitere la o declarație a acestuia în rețelele de socializare că se așteaptă ca autoritățile „să-l aresteze direct la aeroport în baza unor dosare fabricate”, iar susținătorii săi au declarat că sunt gata să-l susțină. Poziția organelor de anchetă lipsește, iar unghiul de prezentare a informației seamănă mai mult a îndemn către cetățeni să-l apere pe Usatîi. Pe 28 mai, titlul știrii „Conservele moldovenești se vor întoarce pe piața rusească” a indus în eroare cititorii, iar leadul l-a promovat pe Igor Dodon și concurentul electoral PSRM prin afirmațiile: „Cu participarea activă a lui Igor Dodon în cadrul Comisiei interguvernamentale privind colaborarea economică dintre Republica Moldova și Federația Rusă, a fost stabilită concluzia în ce privește restabilirea livrărilor în Rusia a producției de conserve din Moldova”. Din text, însă, devine clar că serviciul rus „Rospotrebnadzor” doar studiază documentația depusă de câteva companii moldovenești în vederea reluării exportului. De cele mai multe ori, articolele de opinie și comentariile scrise de Dmitri Ciubașenco pe site-ul Pan.md se bazează pe interpretarea părtinitoare și speculativă a realității. Un exemplu în acest sens îl reprezintă textul din 8 iunie 2015, intitulat „Mâine – război?”, în care se fac speculații privind un posibil război în regiunea transnistreană care ar fi, după cum afirmă autorul, în beneficiul „partidului de război” din Moldova, Ucraina, România, SUA, lui Plahotniuc și lui Filat, dar nu și UE, Rusiei și poporului moldovenesc. Partidele de la guvernare sunt acuzate că și-ar dori, de fapt, să anuleze alegerile și să scoată opoziția în afara legii, să instaureze dictatura prin lovitură de stat, ceea ce va duce la război. Acest scenariu, descris de autor, se încheie cu soluția de a crea „cât nu este târziu”, o mișcare populară împotriva războiului, inițiativa fiind lansată anterior de fostul deputat PCRМ Mark Tkaciuk, la care ar trebui să adere PSRM, PN și PCRМ. De asemenea, autorul avertizează încă o dată că „Totul este foarte serios. Războiul în jurul Transnistriei este foarte posibil. Partidul războiului, și în Chișinău, și în Washington, și în Kiev, și la București, este foarte puternic. Poporul Moldovei trebuie să-i spună un „Nu!” hotărât”. Întreg textul reprezintă de

fapt, agitație electorală ascunsă pentru PSRM și PN, prin încercarea de a speria cititorii inducându-le ideea că partidele de dreapta reprezintă un pericol pentru țară.

În textele publicate de site-ul Pan.md în perioada 1 mai – 14 iunie 2015, au fost vizați 25 de concurenți electorali, acesta fiind cel mai mare număr dintre site-urile monitorizate. Partidele și candidații acestora au fost prezentați selectiv, de cea mai mare vizibilitate beneficiind PDM, PSRM, PCR, PL, PLDM și PN, iar raportul dintre știrile care vizează concurenții electorali în context neutru și știrile pozitive sau negative despre același concurent indică asupra simpatiei sau antipatiei site-ului față de concurenții electorali respectivi. Astfel, PSRM și PN, liderii și candidații acestor partide au fost favorizați evident de Pan.md prin prezentarea masivă în context pozitiv (PSRM: din totalul de 65 de apariții și mențiuni, 40 au fost în context pozitiv și 22 în context neutru; PN: din 61 de apariții și mențiuni, 36 au fost în context pozitiv și 25 în context neutru). Aceleași partide au beneficiat și de un număr mare de apariții directe/citate: PN – 23 apariții directe, PSRM – 21, în timp ce reprezentanții altor partide au fost citați mult mai rar sau doar menționați. Totodată, partidele de la guvernare și PCR au fost vizate în contexte diferite: PDM și PLDM – mai des negativ, dar și neutru, iar PCR – mai des neutru, dar și negativ sau pozitiv. Partidul Liberal și candidatul Dorin Chirtoacă au fost vizați de Pan.md de 61 de ori în această perioadă, cel mai des în context negativ sau neutru. Ceilalți concurenți electorali au fost vizați rar, preponderent în context neutru.

Diagrama 7. Top 10 al celor mai mediatizați concurenți electorali. Frecvența și contextul aparițiilor și mențiunilor acestora în știri. Pan.md



Corectitudinea și echilibrul surselor. Pluralismul de opinie

Cele 173 de materiale relevante prezentei monitorizări s-au bazat pe declarațiile/afirmațiile a 198 de surse, majoritatea fiind politicieni (92 sau 46,5% din total). De două ori mai rar au fost citați funcționarii (45) și experții (41), iar numărul surselor din categoria cetățenilor simpli a fost destul de mic (15). Principiul echilibrului de gen al surselor a fost neglijat, doar 12% din totalul surselor fiind femei. Cea mai mare discrepanță a fost înregistrată la categoria de surse „politicieni”: 88 de bărbați și 4 femei.

Majoritatea știrilor care au reflectat un subiect controversat (26 din totalul de 40 sau 65% din total) au fost documentate dintr-o singură sursă sau din câteva surse care se află „de aceeași parte a baricadei”, fiind astfel dezechilibrate. Unele știri s-au bazat exclusiv pe

declarațiile care îi dezavantajează pe anumiți concurenți electorali, însă opinia/reacția acestora nu a fost prezentată, fapt care diminuează obiectivitatea informației și denotă lipsa pluralismului de opinii. Iată câteva exemple de știri dezechilibrate: „Usatfi: Chirtoacă vinde centrul istoric al Chișinăului pe bani mărunți” (13 mai 2015), declarațiile lui Renato Usatfi și ale lui Aleksandr Petkov, în care Dorin Chirtoacă și o parte din consilierii comuniști sunt acuzați de jaf – opiniile persoanelor vizate direct nu au fost solicitate; „Dodon: Chirtoacă este pionul oligarhilor” (4 iunie 2015), cu subtitlul luat între ghilimele „PL a primit ordin să acționeze”, bazată pe un comentariu al liderului PSRM Igor Dodon în blogul său, în care se fac speculații privind „panica oligarhilor în legătură cu mitingul cetățenilor, planificat la 7 iunie” și ordinul pe care aceștia i l-ar fi dat PL, lui Ghimpu și Chirtoacă, să împiedice acțiunea de protest și să creeze confuzie în societate prin provocarea unui „conflict ideologic cu Platforma DA, pentru a o compromite” – replica celor acuzați lipsește; „Dodon: prin naționalizarea BEM, vor să fure încă 15-20 miliarde de lei” (10 iunie 2015), declarațiile liderului PSRM că Filat, Lupu și Ghimpu ar intenționa să fure banii publici – din nou, fără replica celor acuzați; „Pistrinciuc: Ghimpu lucrează pentru socialiști și pentru „Prietenii Rusiei” (11 iunie 2015), acuzații în acest sens fiind lansate de reprezentantul PLDM, însă fără replica liderului PL.

La 9 iunie 2015, Pan.md a publicat o informație, în care se conține apelul lui Igor Dodon către alegători să nu voteze pentru candidații PDM, PLDM, PL și PCRM. Apelurile similare ale altor concurenți electorali nu au fost publicate de site.

Limbajul și imaginile utilizate

De cele mai multe ori, limbajul autorilor articolelor de pe Pan.md se înscrie în normele deontologice, însă au fost înregistrate mai multe cazuri de utilizare a unor expresii peiorative și ofensatoare în adresa unor protagoniști, iar în unele cazuri putem vorbi despre includerea în limbajul jurnalistic a unor termeni discriminatorii.

Astfel, la 7 mai 2015 site-ul a publicat știrea cu titlul «Лицам с психическими расстройствами разрешат заниматься политикой» („Persoanelor cu dereglări psihice li se va permite să se ocupe de politică”), preluată de la Agenția Infotag, despre intenția de a modifica legislația pentru a le permite persoanelor cu dizabilități mintale să participe la alegeri și să poată candida la funcții publice. Titlul este discriminatoriu în raport cu aceste persoane, în plus este însoțit de o caricatură care îi ia în derâdere, iar în lead se indică greșit că vor putea participa la alegeri și vor putea candida persoanele cu dizabilități fizice și psihice (*în realitate, persoanele cu dizabilități fizice nu au fost limitate în drepturile lor electorale nici până acum, inițiativa referindu-se doar la persoanele cu dizabilități mintale*).

Articolul lui Dmitri Ciubașenco «Бэтмэн из Колоницы» и «пупсики Путина» („Batmanul din Colonița” și „pupsicii lui Putin”), publicat la 14 mai 2015, conține jigniri și atacuri la persoană. Dorin Chirtoacă este comparat cu un câțel care latră la un elefant, în poziția „elefantului” fiind președintele rus Putin («Киртоакэ выступает в роли *Моськи, лающей на слона*. Но Киртоакэ для Путина даже не Моська, а *мелкая мошка*. Зря она *пыжится, пукнет и лопнет*»), i se reproșează că la 36 de ani nu are soție și copii, că seamănă cu „ochelariștii coșuroși” din filme (Harry Potter) etc.

În concluzie, site-ul Pan.md a reflectat campania electorală selectiv, iar politica editorială a fost direcționată spre defavorizarea partidelor de la guvernare, dar și a PL și concurentului la funcția de primar general Dorin Chirtoacă. În același timp, pe toată durata campaniei electorale, site-ul a promovat PSRM și PN, pe liderii și reprezentanții acestor partide.

www.publika.md

Implicare în campania electorală

Publika.md a reflectat activ campania electorală, publicând în perioada monitorizării 268 de texte relevante, majoritatea absolută (240 sau 89,6% din total) fiind știri simple sau detaliate; un număr relativ mic de materiale au abordat o situație de conflict sau acuzații în context electoral (24), iar 4 materiale au avut caracter de educație electorală. Temele cel mai des abordate pe Publika.md au vizat activitatea Comisiei Electorale Centrale și acțiunile de campanie electorală ale PDM și ale candidaților susținuți de acest partid. Ceilalți concurenți electorali au fost mediatizați mai rar în știrile de pe Publika.md.

Imparțialitate și obiectivitate

În majoritatea știrilor plasate pe Publika.md (182 știri sau 67,9% din total) a fost respectat principiul imparțialității jurnalistice. Totodată, frecvența publicării unor materiale care au scos în evidență conducerea PDM, acțiunile și planurile candidaților acestui partid, utilizarea unor adjective de apreciere în cazul prezentării candidaților PDM la funcțiile electivă, demonstrează că politica editorială a Publika.md a fost orientată spre promovarea intensă a unui concurent electoral, ceea ce contravine principiului reflectării obiective a realității. 86 de articole (32,1% din total), inclusiv multe din materialele care i-au prezentat pe candidații susținuți de PDM în alegerile locale, au fost părtinitoare și au lăsat să se înțeleagă care sunt preferințele autorului și site-ului.

Candidații democraților la funcțiile de primar au fost mediatizați intens, deseori fără să fie menționată apartenența lor politică. Totodată, s-a urmărit diminuarea șanselor altor concurenți electorali, deoarece aceștia, de regulă, nu au fost menționați în știri, iar candidații care și-au putut prezenta prioritățile electorale în știrile Publika.md au fost doar cei susținuți de PDM. De asemenea, site-ul a mediatizat zilnic activitatea și aparițiile publice ale candidatului PDM la funcția de primar general al mun. Chișinău Monica Babuc, în care ea a fost prezentată în context exclusiv favorabil și laudativ. În esență, aceste materiale reprezintă publicitate electorală mascată pentru PDM și candidații acestui partid, făcute după același scenariu: au fost prezentate cele mai actuale probleme ale comunității și soluțiile pe care le propune un singur candidat la funcția de primar, de obicei fără a se menționa că acest candidat este susținut de PDM. Iată câteva din multiplele exemple de prezentare partizană a candidaților PDM:

5 mai 2015 – „Cum intenționează să ajungă Monica Babuc în fruntea Primăriei. Ce spune candidatul PDM”, despre participarea Monicăi Babuc la emisiunea Fabrika din 4 mai. De menționat, că niciun alt candidat la funcția de primar general nu a fost prezent la emisiunea Fabrika care este principala emisiune de dezbateri de la Publika TV;

10 mai 2015 – „Democrații din raionul Ialoveni s-au lansat în campania pentru funcțiile de aleși locali”, în care au fost prezentați candidații la funcția de primar din unele localități ale raionului Ialoveni, iar aceștia au vorbit despre realizările, obiectivele și planurile lor;

16 mai 2015 – „Grădinițele și infrastructura rămân problemele MAJORE ale orașului Ocnița. Care sunt soluțiile” despre problemele locuitorilor orașului Ocnița, dar și despre „soluțiile eficiente”, pe care le propune candidatul la funcția de primar, Igor Voleac;

17 mai 2015 – „E PRĂPĂD”. Locuitorii unui sat din Edineț n-au acces la servicii elementare, în schimb aud PROMISIUNI” despre problema aprovizionării cu apă în satul Șofrâncani, raionul Edineț și soluțiile candidatului PDM la funcția de primar Valeriu Șipitca, despre care autorul materialului afirmă că „De zece ani, el administrează cu succes o afacere în agricultură și își dorește ca și problemele din satul de baștină să fie rezolvate la fel de repede și eficient ca și în activitatea pe care o desfășoară”;

17 mai 2015 – „SOLUȚII înainte de alegeri. Oamenii din Cimișlia mai speră la eliminarea unei rampe de gunoi”, despre problema extinderii rampei de gunoi din orașul Cimișlia și soluțiile candidatei Olga Coptu care „intenționează să dezvolte un parteneriat cu organizațiile neguvernamentale”;

2 iunie 2015 – „Un candidat la șefia municipiului Bălți promite că va deschide mii de locuri de muncă” despre promisiunile electorale ale candidatului PDM Serghei Chiseliov, inclusiv „prioritatea” de a deschide 20 mii locuri de muncă în următorii patru ani;

4 iunie 2015 – „Proiectul minune care a schimbat viața a 70 de familii din Criuleni”, „Problemele locuitorilor din Cojușna vor fi rezolvate! Ce soluție are unul dintre candidații la Primărie”;

12 iunie 2015 – „Sat lăsat de izbeliște! Locuitorii din Stepsoci așteaptă soluții pentru o viață mai bună” despre strategia de soluționare a problemelor comunității, propusă de Iulia Coșneanu, candidată la funcția de primar, susținută de PDM.

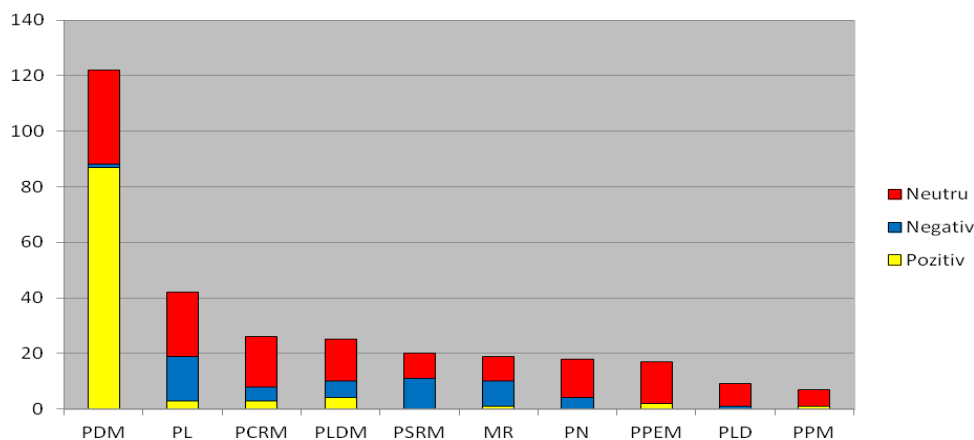
Pe toată durata campaniei electorale au fost publicate multe alte materiale în aceeași cheie editorială de favorizare a candidaților PDM. În același timp, contracandidații acestora deseori au fost vizați în ipostaze mai puțin plăcute: 8 iunie 2015 – în știrea „Serafim Urechean revine la proiectele nefinalizate de pe timpul când era primar” se menționează: „întrebat de jurnaliști de ce nu a dus la bun sfârșit proiectele pe vremea când era primar, Urechean s-a încurcat în declarații”; materialul „PARODIE la spotul electoral al lui Chirtoacă. Vezi cine este eroul principal al filmulețului” și fotografia atașată materialului video îl dezavantajează pe candidatul PL la funcția de primar general. Au fost publicate materiale care îi prezintă în context dezavantajos și pe candidații altor partide, nu și pe cei susținuți de PDM.

Acțiunea de protest din Piața Marii Adunări Naționale, care a avut loc la 7 iunie 2015, a fost reflectată unilateral de Publika.md, reportajul concentrându-se exclusiv pe conflictul dintre protestatarii Platformei ”Demnitate și Adevăr” și susținătorii PL, fiind mediatizate doar lozincile și scandările împotriva PL, nu și cele împotriva PDM, PLDM și a liderilor acestor partide.

În perioada monitorizării, Publika.md a vizat în total 18 concurenți electorali, însă majoritatea absolută au fost doar menționați. Concurantul electoral PDM, liderii și candidații acestuia au fost mediatizați intens și promovați deschis sau voalat. Astfel, PDM și candidații partidului au fost vizați de 122 de ori, inclusiv de 87 de ori în context pozitiv,

totodată, au avut un număr foarte mare de intervenții directe/citate – 111 (pentru comparație: următorul clasat după numărul de apariții directe este PL cu 18 citate). Concurenții electorali PL și PSRM au fost prezentați deseori în context negativ (PL: de 16 ori din totalul de 42 de apariții și mențiuni, PSRM: de 11 ori din totalul de 20 de apariții și mențiuni).

Diagrama 8. Top 10 al celor mai mediatizați concurenți electorali. Frecvența și contextul aparițiilor și mențiunilor acestora în știri. Publika.md



Corectitudinea și echilibrul surselor. Pluralismul de opinie

În cele 268 de materiale care au avut conotație electorală, Publika.md a citat 602 surse, peste 45% din surse (273) fiind cetățeni simpli, acesta fiind cel mai bun indicator din site-urile monitorizate. În topul surselor urmează politicienii (172), funcționarii de stat (68), experții (21) și 68 de surse din alte categorii. Publika.md a înregistrat cel mai bun indicator al echilibrului de gen din toate site-urile monitorizate: 39,4% din sursele citate au fost femei. De cele mai multe ori, sursele de sex feminin au fost citate în materialele de promovare a candidaților PDM.

Articolele/reportajele care au abordat un conflict sau au lansat anumite acuzații în context electoral nu au fost foarte multe (24), în general fiind prezentate echilibrat, prin citarea tuturor părților implicate (70% din totalul știrilor de conflict). Au existat însă câteva cazuri când știrile au fost dezechilibrate deoarece nu au oferit dreptul la replică după acuzații lansate de alte persoane.

Limbajul și imaginile utilizate

Limbajul știrilor electorale plasate pe Publika.md în perioada de monitorizate a fost corect, fără exagerări lingvistice, etichetări sau expresii ofensatoare în adresa protagoniștilor și/sau a concurenților electorali.

În concluzie, Publika.md a fost portavoce a PDM în campania electorală, promovând intens candidații acestui partid și demonstrând o susținere masivă regizată pe care ar avea-o

candidații PDM în comunități, prin selectarea doar a opiniilor pozitive. Multe din aceste materiale au reprezentat, în esență, agitație electorală ascunsă și/sau publicitate electorală mascată. Ceilalți concurenți electotari au fost vizați mai rar, iar PL și PSRM au fost vizați deseori în context negativ.

www.timpul.md

Implicare în campania electorală

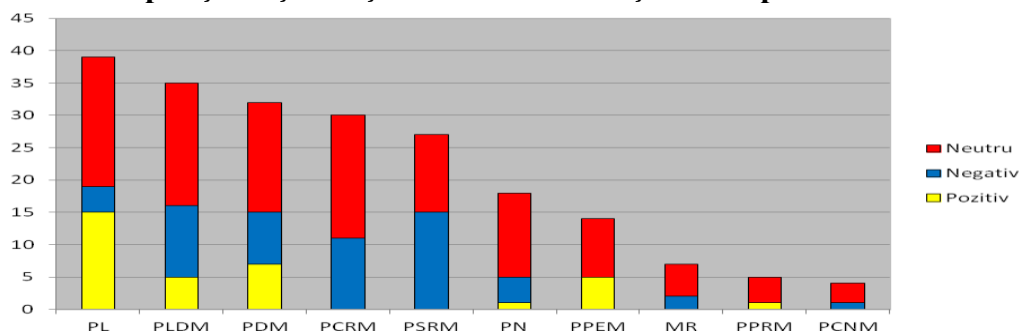
Timpul.md a mediatizat campania electorală în 122 de articole, majoritatea (88 sau 72,1% din total) fiind știri simple sau detaliate, 32 articole au abordat o temă de conflict sau au publicat acuzații în context electoral, iar alte două materiale au fost de educație electorală a cititorilor. Din punct de vedere tematic, articolele s-au axat pe înregistrarea candidaților la funcția de primar general al Chișinăului; intențiile lui Renato Usatîi de a reveni în Moldova și de a candida la funcția de primar al municipiului Bălți; candidatura la primăria Chișinău a lui Vasili Chirtoca, președintele companiei „DAAC-Hermes”, care acum zece ani a acționat în judecată ziarul „Timpul” după publicarea unei investigații jurnalistice, dorindu-și să ducă publicația la faliment, iar autoarea investigației a fost atacată în stradă; alte subiecte politice și electorale.

Imparțialitate și obiectivitate

Cele mai multe din textele cu conotație electorală publicate pe Timpul.md (100 sau 82%) au întrunit criteriile prezentării nepărtinitoare a subiectului, celelalte 22 materiale au fost părtinitoare și au transmis mai mult opinii și judecăți de valoare decât fapte. Unul din materialele părtinitoare a fost cel publicat pe 13 mai 2015, intitulat „Teroriștii din Donețk și Lugansk, în același gând cu Voronin și Dodon”, în care Timpul.md îi asociază pe comuniștii și socialiștii din Moldova cu teroriștii din estul Ucrainei care propun să fie prevăzută în constituția țării vecine neapartenența la vreun bloc militar, așa cum cer PCRM și PSRM în cazul Moldovei. De notat că în textul propriu-zis al știrii, despre concurenții electorali vizați în titlu nu se spune nimic.

În perioada monitorizării, Timpul.md a vizat 17 concurenți electorali, de cea mai mare vizibilitate beneficiind PL, PLDM, PDM, PCRM și PSRM, mai rar fiind vizați PN și PPEM. După numărul și contextul aparițiilor și mențiunilor, se poate constata că Timpul.md a defavorizat PSRM (15 ori în context negativ din totalul de 27 de apariții și mențiuni), PLDM și PDM au fost prezentați în context diferit, preponderent neutru, dar și negativ sau pozitiv, PCRM a fost vizat mai mult în context neutru, însă deseori și în context negativ, iar PL a fost favorizat prin prezentarea frecventă în context pozitiv (15 ori din totalul de 39 de apariții și mențiuni) și cel mai mare număr de apariții directe/citate (18) în comparație cu alți concurenți electorali. Concurentul electoral PPEM a fost prezentat rar de Timpul.md (14 apariții și mențiuni), preponderent în context neutru, dar și pozitiv.

Diagrama 9. Top 10 al celor mai mediatizați concurenți electorali. Frecvența și contextul aparițiilor și mențiunilor acestora în știri. Timpul.md



Corectitudinea și echilibrul surselor. Pluralismul de opinie

Numărul total al surselor pentru cele 122 de materiale electorale a fost de 142, în 47,2% din cazuri fiind vorba de surse din domeniul politicului (67). Au mai fost citați 29 de cetățeni simpli, 24 de experți și 22 de funcționari de stat. Principiul echilibrului de gen al surselor nu a fost respectat: doar 14% din sursele citate au fost femei. Cea mai mare discrepanță a fost înregistrată la categoria de surse „politicieni”: 65 de bărbați și 2 femei.

Doar o treime din subiectele conflictuale (10 din 32) au fost prezentate relativ echilibrat, prin citarea tuturor părților implicate, celelalte au fost dezechilibrate. De exemplu, la 3 iunie 2015, în știrea „Primarul din Băcioi luat pe sus de cei de la CNA: Ar fi cerut de la un localnic mai multe terenuri” (preluare de la Publika.md) se relatează despre perchezițiile la domiciliul primarului de Băcioi în cadrul unui dosar de corupție. Opinia primarului sau a avocatului său în legătură cu aceste acuzații grave lipsește. La 9 iunie 2015, în articolul intitulat „PL atacă frontal: PLDM și PDM au renunțat la coaliția proeuropeană din lipsa dorinței de a lupta cu corupția”, preluat de la agenția Infotag, se face trimitere la liderul PL Mihai Ghimpu care ar fi lansat acuzații în adresa PLDM și PDM că nu au dorit constituirea unei alianțe de guvernare cu PL după alegerile parlamentare din noiembrie 2014. În știre se menționează că „partidele vizate nu au comentat acuzațiile liderului PL”, în același timp este clar că reporterii Timpul.md nici nu i-au contactat pentru a obține un comentariu la aceste acuzații. La 12 iunie, site-ul a publicat un text, despre care afirmă că ar fi o scrisoare semnată de 120 de locuitori din satul Horodiște, raionul Călărași (nu este indicat niciun nume și nici imaginea scrisorii nu este prezentată), în care sătenii se plâng că primarul lor, reprezentant PLDM, le-a transformat satul în gunoiște. În pretinsa scrisoare se afirmă că „Ei își bat joc de consăteni definitiv. Toată clica aceasta face parte din PLDM-ul lui Filat, sprijinită de Liliana Palihovici (consăteanca noastră)”, de asemenea „suntem nevoiți să apelăm la dvs., poate dăm jos PLDM-ul. Ne-am săturat de așa conducere, care ne-a adus la sapă de lemn”. Textul publicat de Timpul.md cu titlul „Scrisoarea săptămânii: La umbra „Stejarului” reprezintă un exemplu de anti-reclamă unui concurent electoral, mascată sub forma unei scrisori, pe care redacția a publicat-o fără o oferi dreptul la replică celor vizați direct.

Limbajul și imaginile utilizate

Limbajul știrilor electorale plasate pe Timpul.md în perioada de monitorizate a fost relativ corect, fără abateri de la normele lingvistice acceptate în jurnalism.

În concluzie, site-ul Timpul.md a reflectat campania electorală selectiv, în știri care au fost, în general, nepărtinitoare, dar și în articole cu subiect controversat care deseori au neglijat principiul echilibrului surselor. PSRM și PCRM au fost defavorizați editorial prin numărul relativ mare de articole critice, PL a fost favorizat prin numărul de materiale în context pozitiv și cel mai mare număr de apariții directe în comparație cu alți concurenți electorali, PLDM și PDM au fost prezentați preponderent în context neutru, dar și pozitiv (mai des PDM) sau negativ (mai des PLDM).

www.unimedia.info

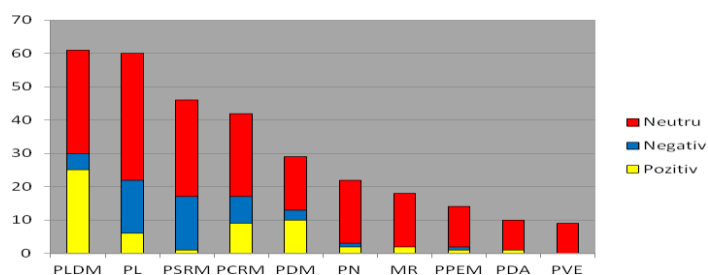
Implicarea în campania electorală

Unimedia.info a fost unul din cele mai active site-uri în mediatizarea campaniei electorale, publicând în total 253 de articole, majoritatea (201 sau 79,5% din total) fiind știri simple sau detaliate, 46 de articole au abordat un conflict sau au transmis acuzații în context electoral, iar 6 materiale au fost de educație electorală a cititorilor. Spectrul tematic al știrilor publicate a fost cel mai variat din toate site-urile monitorizate, incluzând înregistrarea candidaților la funcțiile de primar de Chișinău și de consilier municipal, atât din partea partidelor, cât și independenți; declarațiile concurenților electorali din această perioadă; activitățile partidelor și acțiunile de protest, candidații la funcția de primar general al mun. Chișinău au fost invitați la emisiunea „Alb și Negru”, realizată de echipa Unimedia etc.

Imparțialitate și obiectivitate

În general, știrile Unimedia.info au respectat normele imparțialității și au prezentat obiectiv evenimentele. Astfel, în 95,7% din materiale (242 de texte din 253) autorii au fost nepărtinitori și nu au inclus propriile opinii sau judecăți de valoare în textele publicate. În 11 articole a putut fi percepută, totuși, opinia jurnalistului în raport cu subiectul sau sursa citată.

În perioada monitorizării, Unimedia.info a vizat 24 de concurenți electorali, acesta fiind unul din cei mai buni indicatori dintre site-urile monitorizate, contextul prezentării concurenților fiind de cele mai dese ori neutru. Cea mai mare vizibilitate a fost asigurată concurenților electorali PLDM și PL. Numărul mare de articole care au prezentat PLDM în context pozitiv (25 de ori din totalul de 61 de apariții și mențiuni), dar și aparițiile directe/citatele frecvente (30) indică asupra faptului că Unimedia.info a favorizat editorial acest partid. Concurenții electorali vizați mai des în context negativ au fost PSRM și PL, dar nu se poate afirma că aceste partide au fost defavorizate, deoarece numărul aparițiilor în context neutru este mult mai mare, iar în unele cazuri contextul prezentării în alte știri a fost și pozitiv (în special, la PL).



Corectitudinea și echilibrul surselor. Pluralismul de opinie

Surse de informație pentru cele 253 de materiale cu temă electorală, publicate de Unimedia.info, au fost 249 de persoane, marea majoritate (173 sau 69,5%) fiind politicieni. Au mai fost citați 39 de funcționari, 23 de experți, 9 cetățeni și 5 persoane din categoria „Alte surse”. Principiul echilibrului de gen al surselor nu a fost respectat: doar 12,9% din sursele citate au fost femei. Cea mai mare discrepanță a fost înregistrată la categoria de surse „politicieni”: 156 bărbați și 17 femei.

Majoritatea subiectelor conflictuale (65% din total de 46 astfel de materiale) au fost prezentate dezechilibrat, deoarece au citat o singură parte și nu au oferit dreptul la replică în aceeași știre. Astfel, la 1 mai 2015, Unimedia.info a publicat știrea „Vladimir Voronin: Renato Usatîi este o „bulă de săpun”, cu trimitere la declarația președintelui PCRM, Vladimir Voronin. Portalul nu a solicitat însă și opinia celui vizat în această știre. În știrea „Candidatul Partidului Renaștere la funcția de primar general recunoaște că a mințit la 7 aprilie 2009”, bazată pe un interviu oferit de Elizaveta Moscalciuc, ea recunoaște că a mințit la 7 aprilie 2009 când s-a prezentat drept liceană care ar fi fost impusă de profesori să iasă la protest, susținând că a fost obligată să mintă de președintele de atunci Vladimir Voronin și de fostul consilier prezidențial MarkTkaciuk. Opinia persoanelor vizate direct nu a fost prezentată în această știre. La 4 iunie 2015, Unimedia.info a realizat câteva știri de la conferința de presă a liderului PCRM Vladimir Voronin, în cadrul căreia el a lansat acuzații în adresa mai multor persoane, inclusiv la adresa candidatului PLDM la funcția de primar general al Chișinăului Serafim Urechean, a liderului PDM Marian Lupu. Dreptul la replică al celor acuzați sau ridiculizați de Voronin nu a fost asigurat. Alte știri rămase fără replica celor acuzați: „PLR condamnă acțiunile liberalilor de ieri” (8 iunie 2015), „Partidul Liberal, acuzat că a permis organizarea concertului de Ziua Rusiei în PMAN” (9 iunie 2015), „Apartamente de lux pentru copiii Zinaidei Greceanîi, din banii de la BEM” (10 iunie 2015), „Cârlig îl acuză pe Chirtoacă: Ai introdus în lista de consilieri oameni compromiși” (11 iunie 2015), „Vadim Pistrinciuc: PL lucrează mai mult pentru socialiști decât pentru proprii alegători” (11 iunie 2015) ș.a. În unele din aceste știri, autorii se rezumă să indice că persoana/concurentul vizat „nu a comentat deocamdată acuzațiile”, formulă care nu justifică publicarea unor articole dezechilibrate în situația în care redacția nu a luat legătură cu cei vizați pentru a obține un comentariu.

Limbajul și imaginile utilizate

Limbajul știrilor electorale plasate pe Unimedia.info în perioada de monitorizate a fost corect, nu au fost înregistrate exagerări la nivel de limbaj sau imagini trucate.

În concluzie, Unimedia.info a reflectat campania în toată complexitatea ei, în știri care au fost, de cele mai multe ori, nepărtinitoare. Totodată, majoritatea subiectelor conflictuale care au inclus acuzații lansate de concurenții electorali, au fost prezentate dezechilibrat, fără a oferi dreptul la replică în aceeași știre. Concurenții electorali au fost prezentați, în general, în context neutru. Numărul mare de articole care au prezentat PLDM în context pozitiv, dar și aparițiile directe frecvente indică asupra faptului că Unimedia.info a favorizat editorial acest partid.

4. Concluzii generale

Pe parcursul perioadei 1 mai - 14 iunie 2015, majoritatea mass-media monitorizate au reflectat tendențios campania electorală pentru alegerile locale din 14 iunie 2015 și nu au asigurat pluralismul de opinie în măsura necesară. O mare parte din acestea s-au axat fie pe promovarea intensă a unor concurenți electorali, fie pe defavorizarea/discreditarea oponentilor politici ai candidaților favoriți.

O parte din materialele care au tratat subiecte controversate au eșuat să asigure echilibrul surselor și nu au oferit dreptul la replică părților acuzate. Totodată, în materiale nu a fost asigurat echilibrul pe criterii de gen, predominând tendința de a cita preponderent surse de sex masculin.

În urma analizei în profunzime a materialelor cu caracter electoral direct și indirect experții au constatat că:

- Postul de televiziune Moldova 1 a avut un comportament relativ echilibrat și nepărtinitor, asigurând parțial pluralismul de opinie, diversitatea și echilibrul surselor. Totodată, în materiale nu s-a ținut cont de principiul asigurării echilibrului de gen, acestea citând preponderent surse de sex masculin. Judecând după frecvența și contextul aparițiilor concurenților electorali în știri, Moldova 1 a asigurat cea mai mare vizibilitate Partidului Democrat, datorită numărului mare de materiale cu caracter electoral indirect în care au fost mediatizați exponenții acestui partid.
- Posturile cu acoperire națională Prime TV și Canal 2 au reflectat campania tendențios, eșuând să asigure pluralismul de opinie și diversitatea surselor. Totodată, posturile au asigurat parțial echilibrul surselor în materialele de conflict și echilibrul de gen, acest indicator fiind cel mai bun în rândul posturilor monitorizate. După frecvența și contextul aparițiilor concurenților electorali, Prime TV și Canal 2 au favorizat masiv Partidul Democrat, care a fost prezentat în lumină pozitivă în marea majoritate a materialelor. În multe cazuri reportajele au fost catalogate drept agitație electorală directă în favoarea unui concurent electoral.
- Postul cu acoperire regională TV 7 a mediatizat subiectele ce țin de campania electorală relativ corect și echidistant, asigurând parțial pluralismul de opinie, diversitatea și echilibrul surselor. Postul a mediatizat cei mai mulți concurenți electorali, dintre care PL și PLDM au avut cele mai multe apariții directe și mențiuni, în diferite contexte, fără a se evidenția favorizarea sau defavorizarea clară a vreunui concurent electoral.
- Postul local Accent TV nu a asigurat imparțialitatea știrilor, pluralismul de opinie, diversitate și echilibrul surselor. Totodată, din punctul de vedere al echilibrului de gen, materialele au fost dezechilibrate, citând mai mult surse de sex masculin. Analiza frecvenței și contextului aparițiilor și mențiunilor în știri relevă că Accent TV a defavorizat masiv Partidul Liberal, reprezentanții acestui partid fiind prezentați de cele mai dese ori în lumină negativă, și a favorizat Partidul Socialiștilor, în ultima săptămână de campanie fiind difuzate mai multe știri de agitație electorală în favoarea acestui concurent.
- Portalul Omg.md a adoptat un comportament părtinitor, publicând mai multe materiale tendențioase în care au fost utilizate etichete, s-a recurs la speculații și interpretarea faptelor. Marea majoritate a materialelor controversate au prezentat subiectele dezechilibrat și unilateral. Sursele au fost multe, dar mai puțin diverse, iar

principiul echilibrului de gen al surselor a fost neglijat aproape în totalitate. Pe toată durata campaniei electorale, politica editorială a portalului a fost orientată, pe de o parte, spre critica dură a partidelor de la guvernare, în special, a PDM, și spre defavorizarea PL și PCRM, iar pe de altă parte, spre promovarea candidaților „Partidului Nostru” și a liderului Renato Usatîi, care a beneficiat și de un număr foarte mare de apariții directe.

- Pan.md a asigurat imparțialitatea știrilor, dar nu și a articolele de analiză care au fost aproape de fiecare dată tendențioase și partizane. Marea majoritate a materialelor controversate nu au întrunit principiul prezentării echilibrate a tuturor părților implicate. Portalul a asigurat parțial pluralismul de opinie, iar principiul echilibrului de gen al surselor a fost neglijat. Pan.md a defavorizat concurentul electoral PDM, care a fost mediatizat de cele mai multe ori, în majoritatea cazurilor contextul prezentării fiind negativ. În același timp, portalul a promovat PSRM și PN pe toată durata campaniei electorale, reprezentanții acestor partide beneficiind de cele mai multe apariții directe/citate.
- Publika.md a avut un comportament părtinitor, exprimat prin utilizarea unor adjective de apreciere și accentuarea cu litere majuscule și font bold a realizărilor și soluțiilor pentru problemele comunităților ale candidaților susținuți de PDM în campania electorală, lăsând astfel să se înțeleagă care sunt preferințele autorului. Majoritatea subiectelor de conflict au fost prezentate echilibrat, prin citarea tuturor părților implicate. Postul a asigurat parțial pluralismul de opinie și diversitatea surselor, înregistrând cel mai bun indicator al echilibrului de gen din toate site-urile monitorizate. Din punctul de vedere al prezenței concurenților electorali în materialele relevante, publika.md a favorizat PDM, liderii și candidații acestui partid fiind mediatizați intens și promovați deschis sau voalat. Concurenții electorali PL și PSRM au fost prezentați deseori în context negativ.
- Timpul.md a asigurat parțial obiectivitatea și imparțialitatea în știri, la fel ca și pluralismul de opinie și diversitatea surselor. În același timp, majoritatea subiectelor conflictuale au fost dezechilibrate, iar principiul echilibrului de gen al surselor nu a fost respectat. După numărul și contextul aparițiilor și mențiunilor, se poate constata că Timpul.md a defavorizat PSRM și a favorizat PL prin numărul mare de apariții directe în context pozitiv.
- Unimedia.info a reflectat campania în materiale nepărtinitoare, asigurând parțial pluralismul și diversitatea surselor. Totodată, o mare parte din știrile controversate au citat o singură parte și nu au oferit dreptul la replică în aceeași știre. Nu a fost respectat nici principiul echilibrului de gen al surselor, balanța fiind înclinată puternic spre sursele de sex masculin. Cea mai mare vizibilitate a fost asigurată concurenților electorali PLDM și PL. Numărul mare de articole care au prezentat PLDM în context pozitiv, dar și aparițiile directe/citatele frecvente indică asupra faptului că Unimedia.info a favorizat editorial acest partid.

ANEXĂ

Studiu de caz nr.1. Televiziunile monitorizate nu respectă în totalitate principiile de echitate și echilibru în reflectarea alegerilor.

Prezentul studiu de caz se întemeiază pe cadrul normativ existent de reglementare a reflectării de către mass-media a campaniei electorale pentru alegerile generale locale din 14 iunie 2015, și pe analiza cantitativă/calitativă a conținuturilor principalelor ediții informative a zilei de la cinci televiziuni - TV 7, Prime TV, TV Canal 2, TV Moldova 1 și Accent TV, în perioada 1 – 14 mai, curent.

Cadrul normativ

Codul electoral, art. 64 (1): Radiodifuzorii, în cadrul tuturor programelor lor, și mijloacele de informare în masă scrise fondate de autorități publice au obligația de a respecta principiile de echitate, responsabilitate, echilibru și imparțialitate în reflectarea alegerilor.

Regulamentul privind reflectarea campaniei electorale la alegerile locale generale din 14 iunie 2015 în mijloacele de informare în masă din Republica Moldova, p. 10: Concurenții electorali participă în campania electorală pe bază de egalitate și beneficiază de un tratament nediscriminatoriu în ceea ce privește acordarea timpilor de antenă și a spațiului în mijloacele de informare în masă.

p. 19: În programele de știri ale instituțiilor audiovizuale, evenimentele din campania electorală vor fi reflectate cu respectarea prevederilor art. 47, 64 și 641 din Codul electoral și art. 7 din Codul audiovizualului.

p. 21: Reflectarea evenimentelor electorale în programele de știri și în presa scrisă se va efectua fără a fi însoțite de comentarii, într-un mod ce evită denaturarea mesajelor concurenților electorali și ale Comisiei Electorale Centrale.

Din **Declarațiile privind politica editorială pentru campania electorală**, aprobate de CCA:

TV 7: În emisiunile informative și de actualități, evenimentele din campania electorală vor fi reflectate cu respectarea prevederilor art. 47, art. 64 și art. 64 prim din Codul Electoral și art. 7 din Codul Audiovizualului.

Prime TV: 4. Postul de televiziune „Prime” va reflecta desfășurata campaniei electorale la alegerile locale generale din 14 iunie 2015, asigurând o reflectare echitabilă, echilibrată și imparțială, va respecta cu strictețe Regulamentul Privind reflectarea campaniei electorale la alegerile locale generale din 14 iunie 2015 în mijloacele de informare în masă aprobat prin hotărârea Comisei Electorale Centrale nr.3266 din 17 aprilie 2015 și Concepția privind reflectarea campaniei electorale la alegerile locale generale din 14 iunie 2015 de către instituțiile audiovizualului din Republica Moldova, aprobată prin Decizia CCA.

TV Canal 2: 4. Postul de televiziune „Canal 2” va reflecta desfășurarea campaniei electorale la alegerile locale generale din 14 iunie 2015 asigurând o reflectare echitabilă, echilibrată și imparțială, va respecta cu strictețe Regulamentul Privind reflectarea campaniei electorale la alegerile locale generale din 14 iunie 2015 în mijloacele de informare în masă aprobat prin hotărârea Comisei Electorale Centrale nr.3266 din 17 aprilie 2015 și Concepția

Privind reflectarea campaniei electorale la alegerile locale generale din 14 iunie 2015 de către instituțiile audiovizualului din Republica Moldova, aprobată prin Decizia CCA.

TV Moldova 1: 1.1. Compania va reflecta alegerile locale generale din 14 iunie 2015 în condițiile prevăzute de art.47 și art.64-64 prim din Codul Electoral, art.7 din Codul audiovizualului și Regulamentul CEC, respectând: - principiul echității, aplicat în limitele atribuțiilor și posibilităților Companiei; - principiul responsabilității aplicat în conformitate cu prevederile Codului Audiovizualului și Statutului IPNA; - principiul echilibrului – prezentarea echilibrată a concurenților electorali; - principiul imparțialității – tratarea obiectivă și echidistantă a concurenților electorali; - principiul libertății de exprimare și al pluralismului politic.

1.2. Evenimentele electorale ale concurenților în alegerile locale vor fi reflectate în programele de știri de la TV „Moldova 1” și Radio Moldova în cadrul rubricilor „Electorală 2015” și „Alegeri locale 2015”. Relatările respective vor avea durata de până la 40 de secunde la TV „Moldova 1” și până la 120 de secunde la Radio Moldova. Știrile conflictuale vor avea durata de până la 120 de secunde la TV „Moldova 1” și până la 180 de secunde la Radio Moldova.

Accent TV: 21. Evenimentele campaniei electorale pot fi reflectate în edițiile informative (buletinele de știri), numai cu respectarea prevederilor legale și într-un mod ce evită denaturarea mesajelor concurenților electorali.

Constatări în urma analizei conținuturilor:

TV 7, ediția integrată ”Cotidian”, ora 22.30.:

- Difuzează grupări de știri și subiecte cu caracter electoral, dar fără a fi inserate la o rubrică specială.
- Atât durata totală a știrilor/subiectelor cu caracter electoral, cât și intervențiile directe, la ecran a protagoniștilor din rândul concurenților electorali, sunt diferite. Exemplu: în ediția din 14 mai, subiectul ce s-a referit la candidații la funcția de primar general al Chișinăului D. Chirtoacă și M. Babuc are o durată de 1 min. și 44 de sec. Intervenția directă a lui D. Chirtoacă durează 16 sec., iar a M. Babuc – 11 sec. Subiectul al doilea, despre renunțarea Partidului Societății Progresiste de a intra în alegeri, durează 48 de sec., inclusiv intervenția directă a liderului partidului, Marin Livădaru – 22 de sec. Subiectul al treilea, cu referire la intenția lui I. Shor de a participa la alegeri, durează 1 min.02 sec. Exemple similare atestăm în toate edițiile care includ știri/subiecte cu caracter electoral.

Prime TV, ediția ”Primele știri”, ora 21.00:

- Difuzează grupări de știri și subiecte cu caracter electoral la rubrica specială ”Alegeri locale 2015”
- Atât durata totală a știrilor/subiectelor cu caracter electoral, cât și intervențiile directe, la ecran a protagoniștilor din rândul concurenților electorali, sunt diferite. Exemplu: în ediția din 6 mai, în subiectul ”Chirtoacă, agățat de Cârlig”, cu durata de 1 min.16 sec., la ecran apare doar M. Cârlig, timp de 32 sec. Despre faptul că D. Chirtoacă respinge acuzațiile spune în text reporterul. Al doilea subiect cu caracter electoral, intitulat ”Renato Usafii s-a întors și vrea să fie primar de Bălți”, durează 58 de sec., inclusiv 23 de sec. – intervenția directă a lui R. Usafii. Alte exemple: în ediția din 12 mai rubrica ”Alegeri locale 2015” inserează un subiect despre prioritățile candidatului V. Chirtoca. Durata – 2 min. 55 sec. Candidatul, la ecran,

vorbește 40 de sec. În ediția din 14 mai, la rubrica specială, candidații la funcția de primar general sau de consilier municipal au intervenții directe, după cum urmează: Dorin Chirtoacă – 17 sec., Monica Babuc – 28 sec., Eugen Brad – 23 de sec., Marin Chersac – 12 sec., John Onoje – 13 sec., Sergiu Barcari – 5 sec. Întrebarea ce se impune: cât echilibru și echitate există în subiecte ce durează 58 de sec., 1 min. și 16 sec., 2 min. și 55 de sec., sau în intervenții directe cu o durată cuprinsă între 5 și 40 de secunde?!

TV Canal 2, ediția ”Reporter”, ora 19.00:

- Difuzează grupări de știri și subiecte cu caracter electoral la rubrica specială ”Alegeri locale 2015”
- Atât durata totală a știrilor/subiectelor cu caracter electoral, cât și intervențiile directe, la ecran a protagoniștilor din rândul concurenților electorali, sunt diferite. Exemplu: în ediția din 12 mai rubrica specială inserează două subiecte. Primul, cu referire la candidatul PCRМ V. Chirtoca, durează 1 min. 57 de sec., iar V. Chirtoca are intervenții directe cu durata de 52 de sec. Subiectul al doilea îl vizează pe candidatul M. Cârlig și durează 1 min. 25 de sec., iar candidatul vorbește la ecran 12 sec. În comparație cu primul subiect, acesta are caracter conflictual, dar durează mai puțin, iar partea vizată – D. Chirtoacă, nu apare la ecran, ci reporterul/moderatorul face trimitere scurtă la reacția lui. De remarcat faptul că, spre deosebire de Prime TV, Canal 2, pe 14 mai, vorbind despre depunerea dosarelor lui D. Chirtoacă și M. Babuc la Consiliul de circumscripție, acordă fiecărui candidat câte 17 secunde intervenție directă. Posibil, a fost mai mult o întâmplare, decât o acțiune premeditată, de rând ce în următorul subiect cu caracter electoral din rubrica specială a ediției, ce vizează 4 candidați la funcția de consilieri, timpul pentru intervențiile directe ale ultimilor variază între 5 și 27 de secunde.

TV Moldova 1, ediția ”Mesager”, ora 19.00.:

- Difuzează grupări de știri și subiecte cu caracter electoral la rubrica specială ”Electorală 2015”
- Atât durata totală a știrilor/subiectelor cu caracter electoral, cât și intervențiile directe ale protagoniștilor din rândul concurenților electorali, sunt diferite. Exemplu: în ediția din 6 mai rubrica specială inserează un subiect în care candidatul Mihai Cârlig îl acuză pe primarul general de fraude cu loturi de pământ. Subiectul este conflictual și durează 1 min. 40 de sec. Spre deosebire de alte televiziuni, în subiectul de la TV Moldova 1 apar cu intervenții directe ambele părți – M. Cârlig și D. Chirtoacă, a câte 19 sec. fiecare. Pe 12 mai rubrica specială inserează un subiect despre lansarea în campanie a lui V. Chirtoca. Subiectul, neconflictual, durează 1 min. și 18 sec., inclusiv o intervenție directă de 10 sec., deși angajamentele din Declarația politicii editoriale prevăd pentru asemenea gen de materiale o durată de până la 40 de sec., bunăoară, cum e cazul următorului subiect din rubrică, de 23 de sec., despre candidatul O. Brega. În plus, subiectul cu lansarea în campanie a lui V. Chirtoca este precedat de cuvintele moderatorului: ”...*Chirtoca are planuri mari (?) pentru dezvoltarea municipiului. El își propune să deschidă mai multe locuri de muncă prin dezvoltarea businessului mic și mijlociu, să îmbunătățească infrastructura rutieră, să atragă investitori străini și să ofere tinerilor credite avantajoase la procurarea unei locuințe*”.

- Precizarea, pe lângă izul părțitor, este de prisos, de rând ce candidatul apare la ecran și poate singur să spună ce planuri are, chiar dacă vorbește greu în română. Dar nu-i obligațiunea moderatorului să vorbească în locul candidatului.

Accent TV, ediția ”Accent info”, ora 21.00.:

- Difuzează grupări de știri și subiecte cu caracter electoral la rubrica specială ”Electorală 2015”, începând cu 7 mai, deși știri/subiecte similare a difuzat și anterior.
- Atât durata totală a știrilor/subiectelor cu caracter electoral, cât și intervențiile directe, la ecran a protagoniștilor din rândul concurenților electorali, sunt diferite. Exemplu: în ediția din 11 mai rubrica specială inserează trei subiecte cu referire la redenumirea în ”Blocul roșu” a Partidului ”Casa noastră – Moldova”, la candidații din partea PSRM în trei orașe din UTA Gagauz Yeri și la lista de candidați ai [Blocului electoral “Platforma Populară Europeană din Moldova — Iurie Leancă”](#). Primul subiect durează 2 min., inclusiv 1 min. și 12 sec. – intervenția directă a lui Gr. Petrenco, liderul formațiunii. Subiectul al doilea durează 3 min. și 13 sec., inclusiv 1 min. și 20 de sec. – intervenția directă a lui I. Dodon, liderul PSRM. Subiectul al treilea este de 1 min. și 13 sec., inclusiv 20 de sec. - intervenția directă a lui Iu. Leancă, liderul [Blocului](#). De notat, că genericul ”Electorală 2015” apare la deschiderea rubricii și între subiectele din interiorul acesteia, dar nu și la finalul ei. De exemplu, pe 8 mai, ”Accent info” a difuzat la rubrica specială două subiecte, despre Renato Usatîi și despre Sergiu Barcari, cu o durată aproximativ egală (1 min. 44 de sec. și, respectiv, 1 min. 36 de sec.).

Concluzii:

- Toate televiziunile monitorizate reflectă în principalele ediții informative campania electorală pentru alegerile generale locale din 14 iunie 2015;
- Patru din cele 5 televiziuni monitorizate (excepție TV7) difuzează știri și subiecte cu caracter electoral la o rubrică specială, în conformitate cu prevederile legale;
- În principalele ediții informative televiziunile monitorizate nu respectă în totalitate nici normele legale, nici propriile angajamente luate prin declarațiile politicilor editoriale în campania electorală;
- Televiziunile monitorizate reflectă campania electorală de o manieră ce poate favoriza sau defavoriza anumiți concurenți electorali și, implicit, poate afecta informarea adecvată a alegătorilor;
- Trebuie să existe un anumit echilibru în durata aparițiilor la ecran a concurenților electorali, el fiind impus de cadrul normativ și solicitat de cultura profesională.

Recomandări:

- TV 7 să difuzeze știrile și subiectele electorale în cadrul unei rubrici speciale pentru a răspunde rigorilor legale și pentru a orienta mai bine telespectatorii în structura tematică a edițiilor informative;
- Accent TV să încheie blocul de știri și subiectele electorale cu reluarea genericului rubricii ”Electorală 2015”;
- Televiziunile monitorizate să respecte principiile de echitate și echilibru în realizarea știrilor și subiectelor cu caracter electoral.

Studiu de caz nr.2. Prime TV și TV Canal 2: jurnalism sau propagandă

Prezentul studiu de caz se întemeiază pe cadrul normativ existent de reglementare a reflectării de către mass-media a campaniei electorale pentru alegerile generale locale din 14 iunie 2015, și pe analiza cantitativă/calitativă a conținuturilor principalelor ediții informative a zilei de la două televiziuni - Prime TV și TV Canal 2, în perioada 01 – 14 mai, curent.

Cadrul normativ:

Codul electoral, art. 64 (4) Mijloacele de informare în masă nu vor adopta tratamente privilegiate față de concurenții electorali în virtutea statutului social și/sau a funcțiilor pe care le dețin candidații acestora.

(5) În perioada electorală, radiodifuzorii și mijloacele de informare în masă scrise vor face distincție clară în materialele lor jurnalistice între exercitarea funcțiilor oficiale și activitatea electorală a persoanelor care nu cad sub incidența art. 13 alin. (3).

Regulamentul privind reflectarea campaniei electorale la alegerile locale generale din 14 iunie 2015 în mijloacele de informare în masă din Republica Moldova, p. 20. Activitatea autorităților administrației publice centrale și ale administrației publice locale, inclusiv activitatea primăriei/primarului, consiliului sătesc/comunal/orășenesc și a consiliului raional/municipal va fi reflectată separat, în alte programe decât cele de dezbateri și publicitate electorală, cu respectarea prevederilor Codului electoral, Codului audiovizualului și prezentului Regulament. Nici un candidat la alegeri nu va avea prioritate în virtutea funcției pe care o ocupă.

p. 21. Reflectarea evenimentelor electorale în programele de știri și în presa scrisă se va efectua fără a fi însoțite de comentarii, într-un mod ce evită denaturarea mesajelor concurenților electorali și ale Comisiei Electorale Centrale.

Constatări în urma analizei conținuturilor:

Prime TV, 1 mai, ediția ”Primele știri”, ora 21.00.

Subiectul ”Democrației, față în față cu oamenii din Orhei” (22.32 – 23.55., durata – 1 min.23 sec.) se referă la întâlnirea liderului PDM M. Lupu cu primari, consilieri, simpatizanți din raion, într-un cadru neformal, la Ivancea, în pădure. M. Lupu are două intervenții directe (22.49. – 23.04ș 23.08.-23.24.) cu un total de 27 de sec. Pe tot parcursul subiectului liderul PDM fie vorbește, fie este filmat în prim-plan, fie în plan general, iar pe final apare cu un copil în brațe. Nedumerirea este de ce TV Prime a mers acolo, unde a mers și liderul PDM?!

Prime TV, 2 mai, ”Primele știri”, ora 21.00. Subiectul ”Veteranii și politicienii își aduc aminte de război (?)”. În subiect, cu intervenții directe apar:

- Un veteran – 26 de sec.,
- Alt veteran – 10 sec.,
- M. Lupu, lider PDM - 21 sec.,
- Vl. Vitiuc, vicepreședintele Parlamentului - 16 sec.,
- I. Vlah, bașcanul UTA Gagauz Yeri - 11 sec.

TV Canal 2, 2 mai, ediția ”Reporter”, ora 19.00. Același subiect, cu aceeași durată a intervențiilor directe ale protagoniștilor, dar intitulat ”70 de ani de Victorie”. Probabil, pentru mass-media, în general, ar fi mai indicat să promoveze ideea instaurării păcii, care

este o valoare universală, și nu a victoriei, care, parcă în sine conține gândul revanșei. Dar, până la urmă rămâne la latitudinea mass-mediei – să urmeze orbește decizia politicianilor sau să privească mai departe decât aceștia.

Prime TV, 7 mai, ”Primele știri”, ora 21.00. În subiectul ”Apartamente noi pentru sinistrații din Cantemir”, cu o durată de 50 de sec., este omniprezent în cadru ministrul PD a construcțiilor și dezvoltării regionale Vasile Bîțca, inclusiv cu o intervenție directă de 20 de sec.

Canal 2, 7 mai, ediția ”Reporter”, ora 19.00., un subiect identic, inclusiv titlul.

Prime TV, 8 mai, ”Primele știri”, ora 21.00. O știre desfășurată, cu același titlu – ”Apartamente noi pentru sinistrații din Cantemir”, de 38 de sec., în care se face trimitere la ministrul V. Bîțca, iar imaginile acestuia apar la ecran pe finalul știrii.

Prime TV, 9 mai, ”Primele știri”, ora 21.00. Un subiect cu două adrese intitulat ”Și-au pomenit eroii la monumentul restaurat”. Durata – 3 min. 20 de sec. Subiectul se referă la manifestații de 9 mai la Stăuceni, cu cașă ostășească, și la Cunică, Florești, unde, de fapt, e monumentul restaurat, amintit în titlu. Printre mulții protagoniști este și liderul PDM, M. Lupu, în prim-plan, inclusiv cu o intervenție directă de 25 de sec., în care, între altele, amintește că e al 15-lea monument restaurat și prin contribuția echipei pe care o conduce. Ceilalți protagoniști apar la ecran cu durate cuprinse între 3 și 10 secunde.

TV Canal 2, 9 mai, ediția ”Reporter” ora 19.00. Canal 2 separă subiectele – unul de la Cunică, Florești, și altul de la Stăuceni. Titlul subiectului de la Cunică este ”Și-au pomenit eroii satului”. Și aici apare liderul PDM, M. Lupu, cu o intervenție directă de 25 de secunde. Alți 5 protagoniști apar cu intervenții directe de până la 10 secunde. De menționat, că în respectivul sat a mai rămas în viață un singur veteran, de 91 de ani. Acesta nu spune în subiect, decât un cuvânt – ”Mulțumesc”. Și aici M. Lupu amintește că-i al 15-lea monument restaurat. Pe final, însă, aflăm că *”Monumentul a fost restaurat cu suportul administrației regiunii Tiumeni, dar și cu sprijinul autorităților locale (?)”*.

Să amintim că regiunea Tiumeni e-n Rusia și, dacă nu sunt aduse detalii relevante, subiectul trezește nedumeriri: ce are regiunea în cauză cu restaurarea monumentului din Cunică? De ce a mai fost necesară și contribuția echipei M. Lupu la restaurarea monumentului? E adevărat că 15 monumente au fost restaurate de PDM? De câți bani și în câți ani? E mult ori e puțin, dacă ne gândim că avem peste o mie de localități în țară și 43 de partide? De ce monumentele trebuie restaurate de partide? Și dacă-s restaurate de partide, de ce trebuie afișat acest lucru în așa măsură? De ce liderii de partid trebuie să adumbrească pe cei mai potriviți și relevanți protagoniști pentru știri și subiecte în ziua de 9 mai – veteranii de război?! Doar pentru că suntem în alegeri?

În aceeași ediție de la TV Canal 2 din 9 mai, în subiectul ”Ziua comemorării”, apare din nou liderul PDM, după ce reporterul afirmă că *”În marea de oameni s-au regăsit și membrii partidelor politice”*, iar unicul membru, care să sprijine enunțul reporterului, a fost găsit M. Lupu. De remarcat, că președintele țării, în subiect, are o intervenție directă de 9 sec., iar liderul PDM - de 20 de sec., exact cât are și un veteran de război.

Prime TV, 11 mai, ”Primele știri”, ora 21.00.

Ediția cuprinde subiectul ”Drumuri mai bune la Strășeni”, cu apariția în două rânduri, la cameră, pe durata a 22 de sec., a ministrului PD al transporturilor și gospodăriei drumurilor Vasile Botnari. Durata subiectului – 2 min. 10 sec.

Un alt subiect este intitulat ”Proiect de susținere a familiilor din Moldova”. Durata – 1 min. 40 de sec. Protagonist unic – M. Lupu, lider PDM, care, mai întâi, preț de 11 sec., strânge mâna unui grup de oameni, sărută pe creștet mai mulți copii, apoi vorbește în cameră 33 de sec. Nu-i la rubrica ”Electorală – 2015”, dar are un pronunțat caracter electoral.

TV Canal 2, 11 mai, ediția ”Reporter”, ora 19.00. – un subiect identic celui de la Prime TV cu titlul ”Drumuri mai bune la Strășeni”. La fel, este difuzat și subiectul despre proiectul PDM, dar cu titlul un pic modificat - ”Campanie de susținere a familiei”. Aflăm astfel, din subiect și de la singurul protagonist, cât de important e să avem familii unite, puternice etc., câte proiecte de legi în sprijinul familiei va înainta PDM în Parlament și că proiectul de susținere a familiilor din Moldova va dura o lună. Lăudabilă inițiativă, dar nu dispăre nedumerirea cu referire la oportunitatea lansării proiectului în plină campanie electorală și, mai ales, la eficiența lui. Televiziunile, din nou, n-au avut îndoieli înainte de a realiza subiectul. Îndoielile, însă, ar fi putut apărea la telespectatori care, bineînțeles, au familii și care cunosc nu din auzite de câtă grijă au parte și cât timp au partidele, în alegeri, să se gândească/preocupe de nevoile familiei.

Prime TV, 14 mai, ”Primele știri”, ora 21.00.

În ediție este plasat și subiectul ”Transporturi liberalizate la Marea Neagră”. Motivul – reuniunea miniștrilor transporturilor din țările Organizației de cooperare economică la Marea Neagră (OCEMN), desfășurată la Chișinău timp de două zile. Temă bună și importantă. La reuniune participă delegații din 12 țări, dar în subiect apar, cu intervenții directe, doar ministrul Vasile Botnari și secretarul general OCEMN Victor Țvircun. Nu este abordat nici măcar ministrul din Armenia (așa cum au procedat alte televiziuni), singura țară din cele 12, cu care Moldova are încheiat un acord de liberalizare a transporturilor. În asemenea situație apare suspiciunea rezonabilă că scopul televiziunii nu a fost să comunice publicului despre beneficiile economice ale cooperării la Marea Neagră ci altul – să apară la ecran, o dată în plus, un ministru PDM.

Canal 2, 14 mai, ediția ”Reporter”, ora 19.00. Este difuzat un subiect similar, dar intitulat ”Reuniunea miniștrilor transportului, în capitală”.

Concluzii:

- În pofida propriilor angajamente asumate prin declarațiile politicii editoriale, Prime TV și TV Canal 2 abuzează de prezența în principalele ediții informative a unor importanți exponenți ai PDM, distorsionând astfel mesajul mediatic transmis publicului;
- Subiectele cu prezența liderului PDM în edițiile informative din perioada de referință pot fi calificate, mai degrabă, ca propagandă electorală decât produse jurnalistice;
- Prin abordarea partinică a unor teme sunt erodate valențele unor valori, cum ar fi memoria socială sau familia.

Recomandări:

- Prime TV și TV Canal 2 să renunțe la practicarea propagandei de partid prin respectarea rigorilor jurnalistice în reflectarea oricărei tematici;
- Prime TV și TV Canal 2 să diversifice produsele mediatiche transmise publicului prin renunțarea preluării fidele și reciproce de subiecte;
- Prime TV și TV Canal 2 să utilizeze frecvențele care constituie patrimoniu național și nu de partid pentru a servi națiunea, și nu partidul.

Studiu de caz nr. 3. Accent TV realizează rubrica specială ”Electorală 2015” cu derogări grave de la normele juridice și deontologice.

Prezentul studiu de caz se întemeiază pe cadrul normativ existent de reglementare a reflectării de către mass-media a campaniei electorale pentru alegerile generale locale din 14 iunie 2015 (Codul electoral, art. 64 (1), **Regulamentul** privind reflectarea campaniei electorale la alegerile locale generale din 14 iunie 2015 în mijloacele de informare în masă din Republica Moldova, p. 10, p.19, p.21) și pe analiza cantitativă/calitativă a conținuturilor principalelor ediții informative a zilei de la Accent TV, în perioada 15 – 30 mai, curent.

Constatări în urma analizei conținuturilor:

Accent TV, în perioada de referință în principala ediție informativă a zilei ”Accent info”, a difuzat o multitudine de știri și subiecte la rubrica specială ”Electorală 2015”, care, cu mici excepții, au vizat candidații la funcția de primar general al municipiului Chișinău. Analiza modului în care este realizată respectiva rubrică, dar și ediția informativă în general, permite a constata următoarele:

- Accent TV are o atitudine selectivă față de protagoniști, probată prin formularea titlurilor, prin durata subiectelor, prin comentarea declarațiilor unor protagoniști, lipsa surselor relevante în subiectele conflictuale, prin utilizarea unor procedee, mai degrabă, din arta dezinformării și propagandei, decât din cea jurnalistică etc.

Câteva exemple:

- a) în ediția din 18 mai Accent TV difuzează subiectul ”PSRM lansează campania: Moldova fără oligarhi, Moldova fără unioniști”, cu o durată de 2 min. și 07 sec., dar nu în cadrul rubricii electorale, chiar dacă PSRM este concurent electoral;
- b) în aceeași ediție, la rubrica specială este inserat subiectul – ”Urechean promite concedierea tuturor colaboratorilor din primărie”, cu o durată de 1 min și 18 sec. Din subiect, însă, aflăm că Urechean are de gând să concedieze funcționarii incompetenți, nu pe toți. Întrebarea ce se impune: autorul subiectului a dorit să informeze sau să dezinformeze telespectatorul?! În propagandă există asemenea procedee – trișarea titlurilor. Cei care îl utilizează cunosc foarte bine faptul că oamenii, în graba lor, foarte des citesc doar titlurile;
- c) între cele 5 subiecte din rubrica specială este și cel intitulat ”Chirtoacă este mândru de drumurile din capitală”, cu o durată de 2 min. și 18 sec. Pe final reporterul consideră necesar să amintească de scandalul ”de proporții” la cumpărarea troleibuzelor noi, făcând trimitere, pentru mai multă pondere și credibilitate, probabil, la experți... anonimi care ar fi fost de părere că s-a comis o fraudă. Reporterul nu apelează la organele abilitate care să confirme sau să infirme

- presupusa fraudă. Evident, reporterul este în drept să îmbogățească subiectul cu informație suplimentară, doar că ar fi corect să procedeze similar în toate cazurile. Or, în ediția din 18 mai sunt vizați și alți candidați – Gr. Petrenco, Z. Greceanîi, V. Chirtoca – toți, în anumite perioade, implicați în scandaluri;
- d) în ediția informativă din 20 mai rubrica inserează 5 subiecte, dintre care 2 – cu imagini preluate din emisiunea ”Glavnoe” de la TV 21. Pentru Accent TV asemenea practici sunt frecvente. Nu știm în ce condiții sunt ”împrumutate”, imaginile, dar se creează impresia că televiziunea dorește cu tot dinadinsul să ”înghesuie” în rubrica specială cât mai multe subiecte. Și deseori o face stângaci. Bunăoară, titlul unuia dintre subiecte este ”Cernei: primăria are nevoie de unul ca Oleg Cernei”, când, de fapt, protagonistul candidează pentru consiliul municipal. Sau ”Bugetul depinde de nivelul de fericire a (l) chișinăuienilor – Chirtoca”. Autorii subiectelor, cu siguranță, sunt certați rău cu gramatica limbii române, dar și cu deontologia profesională, pentru că, în finalul subiectului cu pricina, reporterul consideră necesar să repete angajamentele, cităm, ”ambicioase” ale candidatului;
- e) în ediția din 21 mai primul subiect din cadrul rubricii speciale este intitulat ”Urechean promite noi școli și grădinițe”, iar reporterul, pe final, amintește de promisiunile din 2009 ale protagonistului de a mări salariile și pensiile. Nu ar fi incorect, dacă același procedeu ar fi utilizat în raport cu toți protagoniștii, mai ales, în situația în care promisiunile, de fiecare dată, în alegeri, au curs gârlă;
- f) în ediția din 22 mai sunt 9! subiecte electorale. Ediția este relevantă studiului de caz din multiple considerente. Cităm câteva titluri: ”Cine va ieși primul din arest: Shor sau Amerberg și Grigorciuc?”, ”Greceanîi: mândria noastră este o echipă profesionistă”, ”PL a încălcat prevederile Codului electoral”. Autorii subiectelor ”contribuie” la îmbogățirea limbii române scrise. Reproducem câteva mostre: ”Victor Cebotari, candidat la *f-ția* (?), *al cărui echipă* este una demnă..”, ”necesită lucrări ample de solubrizare (?)”, ”ca candidatul”, ”s-a majorat *simțibil*”, ”blocurile au fost ridicate pe *trenurile* de joacă pentru copii *și parcuri*.., iar *ridicare* (?) lor...”. În plus, mai aflăm dintr-un subiect că redacția l-a contactat pe președintele ”CE de *circumscripție*” Iurie Ciocan”. În altă ediție vom afla că avem ”*Consiliu* Național Anticorupție” și nu Centru etc. Capac la toate, în ediția amintită, pune subiectul ”Nantoi îndeamnă populația să nu voteze pentru partidele de la putere”, realizat pe baza imaginilor de la emisiunea canalului ”1+1”, și, în timp ce protagonistul vorbește în rusă, subtitrarea nu ne oferă traducerea în română, ca în alte situații similare, ci – o știre despre îngrijorările liderului ”Partidului Casa Noastră Moldova”, Gr. Petrenco referitor la soarta lui Amerberg și Grigorciuc, care încă nu au fost eliberați din arest, pentru a candida la funcția de consilieri municipali;
- g) din cele 7 subiecte la rubrica ”Electorală 2015” din ediția din 27 mai se fac remarcate câteva. Bunăoară, primul subiect începe cu afirmația reporterului: ”În toiul campaniei electorale la adresa PSRM a început lansarea unui val amplu de provocări”, astfel că pui la îndoială, dacă nu cumva cuvintele aparțin avocatului partidului. În alt subiect, pe final, reporterul zice: ”Chiar dacă planurile de viitor ale lui Urechean par a readuce prosperitatea capitalei, cert este că politicianul a evitat să declare de unde va lua sursele financiare suficiente pentru a demara proiectele vizate anterior”. Să precizăm, că în aceeași ediție într-un subiect electoral, realizat în baza unei compilări din emisiunea ”1+1”, un alt candidat la funcția de primar (M. Darie), de asemenea, vorbește de planuri de viitor, dar de unde va lua bani pentru stații,

pentru transport mare, rapid și comod, pentru despăgubirea celor săraci, când tarifele vor crește, nu este întrebare deși, în cadrul unei emisiuni ar fi fost indicat acest lucru. În alt subiect electoral cu participarea candidatului la funcția de consilier municipal O. Cernei, sunt învinuite trei persoane: un angajat al primăriei (V. Butucel), un consilier (Iu. Topal) și ex-primarul (D. Chirtoacă). Reporterul, însă, zice: "Postul Accent TV nu a reușit să ia legătura cu D. Chirtoacă (numai?) pentru a comenta acuzațiile". În schimb, reporterul amintește o dată în plus cum primarul, fără avertisment, a schimbat mai multe rute, creând o mulțime de neplăceri locuitorilor capitalei, lucru invocat, în subiect, și de Cernei. Iar ultima perlă din ediție vizează subiectul "Transportul public gratuit va rezolva problema ambuteiajelor – Brega". Subiectul prezintă un fragment preluat din emisiunea "Glavnoe", de la TV 21. Protagonistul, în incursiunile directe, vorbește despre transport, dar reporterul completează spațiile dintre intervenții cu informație despre... necesitatea ca primarul municipiului să fie membru al Guvernului din oficiu (???). O. Brega - despre transport, iar reporterul – despre cine actualmente sunt membri din oficiu ai Guvernului (bașcanul și șeful AȘ). Este o eroare sau un lucru făcut intenționat?

Practic, fiecare ediție de la Accent TV care inserează rubrica specială "Electorală 2015" abundă în exemple de reflectare inadecvată a alegerilor, dar vom stăruii, în continuare, asupra unui caz, după noi, ieșit din comun și pe care îl considerăm departe de orice rigori jurnalistice. Cazul se referă la două subiecte electorale difuzate în programul "Accent info" din 29 mai.

Primul subiect, intitulat "A răsunat ultimul clopoțel în gimnaziul "Sadova" are o durată de 5 min și 16 sec. (cel mai lung de până acum) și reflectă, în bună parte, participarea liderului PSRM I. Dodon la sărbătoarea ultimului sunet în satul de baștină. Să remarcăm faptul că în subiect directoarea gimnaziului, Ludmila Dodon, are o intervenție directă de 1 min., iar I. Dodon – de 1 min. și 30 de sec. Liderul PSRM nu doar felicită prezența cu finele anului de învățământ, dar înmânează și diplome "Igor Dodon" celor mai buni elevi. Ce trezește îngrijorări? Televiziunile trebuie să reflecte evenimente de genul acesta, dar nu-i bine să meargă din urma politicianilor și, mai cu seamă, să-i aducă masiv la ecran, în perioada campaniei electorale. O abordare corectă ar însemna prezența sau lipsa de pe ecranul Accent TV a tuturor liderilor de partide intrate în competiție, în caz contrar televiziunea demonstrează partizanat politic și, deci, comportament contrar rigorilor legale și contrar propriei politici editoriale asumate pentru respectiva perioadă.

Un alt subiect este intitulat "Agitație electorală chiar și la ultimul sunet?" cu o durată de 2 min. și 30 de sec. Subiectul, aparent, ar fi despre ultimul sunet la Liceul "Gh. Asachi" din Chișinău. Autorii lui, însă, în mod ciudat și stângaci, îl "șes" cu imagini ale directorului B. Volosatâi, filmate o săptămână în urmă și prezentat drept un susținător "înrațit" al PLDM, care a participat la lansarea campaniei electorale a lui Urechean cu un discurs de laudă. Este încorporat și discursul. Apoi, autorii subiectului revin, totuși, la liceu și ne spun, că același director, la careu, "s-a adresat cu un discurs mai mult sau mai puțin politic". Ce-i drept, directorul a citit un catren "pașnic" și nevinovat. La ultimul sunet, de fapt, a fost prezent ex-primarul D. Chirtoacă și a ținut un discurs apolitic.

Modul în care a fost realizat subiectul ridică mari întrebări, la care există un singur răspuns: autorii lui dezorientează și dezinformează telespectatorii. Subiectul, mai degrabă, reprezintă o comandă politică, executată "ca din topor", și în nici un fel o probă de jurnalism. Iar titlul vine să inverseze două situații: agitație electorală a fost făcută masiv la

gimnaziul din Sadova și nu la Liceul “Gh. Asachi”. Nouă, însă, ni se prezintă realitățile ca într-o oglindă strâmbă.

Concluzii:

- Accent TV, prin modul în care realizează o bună parte din subiectele difuzate în cadrul rubricii ”Electorală 2015”, creează impresia de televiziune înregimentată politic, menită, contrar vocației jurnalistice, să-i favorizeze pe unii concurenți electorali și să-i defavorizeze pe alții, prejudiciind astfel informarea adecvată a alegătorilor, contrar propriilor angajamente, contrar normelor profesionale și rigorilor cadrului normativ;
- Deși stângaci, Accent TV, în realizarea unor subiecte electorale difuzate în perioada de referință, a utilizat tehnici din arta dezinformării care, posibil, au adus dividende unor concurenți electorali, dar în nici un caz nu au servit alegătorul în eventuala străduință de a se orienta în ofertele electorale;
- Modul în care a acționat Accent TV demonstrează eficiența joasă a practicii de a prezenta CCA, CEC, dar și publicului, o declarație de proprii angajamente în campania electorală. Acest mecanism, foarte bun în sine, este compromis, de rând ce nu responsabilizează autorii respectivelor declarații.

Recomandare: Accent TV să revină la propriile angajamente asumate prin declarația politicii editoriale pentru Electorală 2015 și să le urmeze fidel ca să demonstreze, astfel, respect pentru lege, pentru meserie și pentru telespectatori.

Studiu de caz nr. 4. În campania electorală Prime TV și TV Canal 2 continuă să fie porta-voce a PDM

Prezentul studiu de caz se întemeiază pe cadrul normativ existent de reglementare a reflectării de către mass-media a campaniei electorale pentru alegerile generale locale din 14 iunie 2015 (Codul electoral, art. 64 (4) și (5), și **Regulamentul** privind reflectarea campaniei electorale la alegerile locale generale din 14 iunie 2015 în mijloacele de informare în masă din Republica Moldova, pp. 20, 21) și pe analiza cantitativă/calitativă a conținuturilor principalelor ediții informative a zilei de la două televiziuni - Prime TV și TV Canal 2, în perioada 15 – 30 mai, curent.

Cadrul normativ:

Codul electoral, art. 64 (4) Mijloacele de informare în masă nu vor adopta tratamente privilegiate față de concurenții electorali în virtutea statutului social și/sau a funcțiilor pe care le dețin candidații acestora.

(5) În perioada electorală, radiodifuzorii și mijloacele de informare în masă scrise vor face distincție clară în materialele lor jurnalistice între exercitarea funcțiilor oficiale și activitatea electorală a persoanelor care nu cad sub incidența art. 13 alin. (3).

Constatări în urma analizei conținuturilor:

Prime TV, 22 mai, ”Primele știri”, ora 21.00.

Rubrica ”Alegeri locale 2015” conține:

- Un subiect despre candidatul PCRМ la funcția de primar general al municipiului Chișinău V. Chirtoca, intitulat "Hai dă-i bătaie... DJ Vasili", cu durata de 1 min. 56 de sec., în care protagonistul este prezentat doar ca iubitor și interpret de cântece.
- Un subiect despre candidatul PPEM la funcția de primar general al municipiului Chișinău cu titlul "Nantoi se ia de consilierii comuniști din Bălți", cu durata de 54 de sec., în care protagonistul atacă inițiativa de a obține prin referendum autonomia municipiului Bălți.
- Un subiect despre inițiativa femeilor democratе de a desfășura un târg al cozonacilor de Ispas, cu titlul "Târg de caritate la Chișinău", cu o durată de 2 min. și 05 sec. Prima protagonistă – o participantă tânără, beneficiară de acțiunea caritativă, căreia i se subtitrează doar numele. Candidata PDM, M. Babuc, la funcția de primar general al municipiului Chișinău apare de două ori în aceeași imagine, mângâind înduioșător prima protagonistă din subiect. Urmează o intervenție directă a M. Babuc, dar și a liderului PDM, M. Lupu.
- Un subiect intitulat "Condiții europene într-un sat din Moldova". E vorba de Fundurii Vechi, Glodeni. Durata subiectului – 1 min. 38 de sec. Intro-ul la subiect: "Un Centru comunitar, instituții de învățământ moderne și locuri de agrement. Pare o descriere a unei localități dintr-o țară europeană. Însă este vorba despre Fundurii Vechi din raionul Glodeni. Localnicii spun, că aici poți trăi decent, îți poți găsi un loc de muncă și ai unde-ți petrece timpul liber". Urmează intervenții directe a trei protagoniste – de la casa de cultură, grădiniță și centrul comunitar, fără a fi prezentate în subtitre sau verbal. Și doar ultima protagonistă este prezentată, în textul reportericeii – Emilia Vieru, care a preluat conducerea satului de opt ani, timp în care au fost duse la bun sfârșit peste 20 de proiecte de infrastructură cu un buget total de 16 mln de lei. Nimic despre candidata PD la primărie pentru al treilea termen și doar simbolul stilizat al partidului pe pieptul protagonistei vorbește în locul autorilor subiectului.

Deci, din 4 subiecte 2 sunt dedicate candidaților PDM, dintre care unul poate fi catalogat drept agitație electorală mascată. Modul în care sunt formulate titlurile conferă anumită coloratură și conținuturilor subiectelor.

TV Canal 2, 22 mai, "Reporter", ora 19.00., rubrica "Alegeri locale 2015":

Subiect 1- "Nantoi îi critică pe consilierii comuniști din Bălți", durata – 52 de sec.

Subiect 2 – "Talentul muzical al lui Vasile Chirtoca", durata – 2 min. 03 sec.

Subiect 3 – "Târg de caritate de la femeile democratе", durata – 2 min. 41 sec. Până aici, practic, sunt reluate subiectele de la Prime TV, doar că în altă ordine, cu alte titluri și, pe alocuri, cu modificări în conținut. Bunăoară, în subiectul 3, pe lângă candidata PDM, M. Babuc, liderul PDM, M. Lupu, între alți protagoniști apare și Dm. Parfentiev, vice-ministrul TIC.

Subiect 4 – "Proiecte pentru Talmază" (r-nul Ștefan-Vodă), durata – 2 min. 31 sec.

În subiectul 4, deși este plasat la rubrica "Alegeri locale 2015", nu se precizează că Vl. Pleșca, primar al satului în ultimii 6 ani, din partea PL, candidează din nou. Nici din partea cui candidează nu este specificat. În schimb, în aceeași zi, de la Publika TV, din subiectul "Un sat din Ștefan Vodă, plin de probleme. Copiii îngheață în școli, iar drumurile sunt foarte proaste", aflăm că "Reparația liceului este una dintre prioritățile candidatului pentru funcția de primar Vladimir Pleșca", dar nici un cuvânt din partea cui candidează în localitatea, unde în liceul, construit 30 de ani în urmă, nu au fost schimbate geamurile,

drumurile-s proaste, iar candidatul, în 6 ani, a reușit să repare două grădinițe. Prin urmare, mesajul deconspirat ar fi: la Fundurii Vechi, unde primarul e democrat, sunt condiții europene de viață, iar la Talmază, unde primarul-i liberal, sunt probleme cu carul. Și, pentru că subiectele, chiar de-s difuzate la canale naționale, au relevanță cu precădere pentru localitățile vizate, suntem în drept să credem, că scopul urmărit a fost de a influența locuitorii celor două comune să voteze ”cum trebuie”.

Prime TV, 25 mai, ”Primele știri”, ora 21.00., rubrica ”Alegeri locale 2015”:

Subiect 1 și unicul – ”Educația – o prioritate a democraților”, durata 1 min. 55 sec., despre candidata PDM la funcția de primar general al municipiului Chișinău Monica Babuc la întâlnire cu profesorii Institutului de Științe ale Educației.

Canal 2, 25 mai, ”Reporter”, ora 19.00., rubrica ”Alegeri locale 2015”:

Subiect 1 – ”Verificări înaintea alegerilor”, durata 35 sec., știre de la CEC.

Subiect 2 – ”Se vor odihni într-o tabără modernă”, durata 2 min. 08 sec. Este un subiect de paradă, ca și titlul, despre satul Bobeica, Hâncești, unde primarul Lilian Musteață e din partea PDM.

Să precizăm, că un an în urmă, pe 1 iunie 2014, TV Publika ne anunța că ”Locuitorii din comuna Bobeica din raionul Hâncești vor avea apă la robinet deja la sfârșitul anului. Astăzi a fost lansat un proiect de construcție a apeductului și canalizării pentru această localitate.” și că ”Demararea lucrărilor a fost posibilă cu ajutorul parlamentarilor din Partidul Democrat”. Tot atunci era citat deputatul PDM Mihail Solcan, care spunea: ”Din bugetul republican cu suportul nostru, deputaților din Partidul Democrat, au fost alocate 2 milioane 700 de mii de lei pentru acest proiect. Am obținut și suportul financiar de la Fondul ecologic. Sunt mulți primari care îi ajutăm și nu doar pe ai noștri”.

http://www.publika.md/motiv-de-bucurie-pentru-locuitorii-comunei-bobeica--raionul-hancesti-in-curand--oamenii-vor-avea-apa-potabila-la-robinet_1952651.html

Mai precizăm că pe 17 ianuarie 2015 publicația ”Ziarul Național” într-un articol scria, între altele, că ”Cele mai mari profituri din contractele semnate cu instituțiile de stat le-a ridicat în 2014 deputatul democrat Mihail Solcan” și că ”Cel mai profitabil contract a fost încheiat în aprilie 2014 cu primăria satului Bobeica, raionul Hâncești”, pentru implementarea unui proiect de alimentare cu apă, evacuarea și epurarea apelor uzate. Publicația constata, că, deși lucrările urmau a fi încheiate în toamnă, ”sătenii din comuna Bobeica nu au încă apă în case, iar sistem de canalizare - nici atât”.

<http://ziarulnational.md/interese-licitatii-de-125-de-milioane-de-lei-castigate-de-deputati-si-ministri/>

Pe 3 aprilie 2015 președintele unui ONG din satul vizat semnala pe platforma anticorupție.md ”Scheme dubioase cu terenuri la primăria Bobeica, Hâncești” cu implicarea ”SRL Mirconcord din Bobeica (care este în relații foarte bune cu primarul de Bobeica, Lilian Musteață)”. (<http://anticoruptie.md/sesizare/scheme-dubioase-cu-terenuri-la-primaria-bobeica-hancesti/>)

Cu precizările de rigoare, vom întreba retoric: cum alegem adresele și protagoniștii, cum ne documentăm și dacă produsul mediatic respectiv este rezultatul unui efort jurnalistic sau a unei comenzi de partid?!

Prime TV, 26 mai, ”Primele știri”, ora 21.00., rubrica ”Alegeri locale 2015”:

Subiect 1 – ”Soluții *esențiale* pentru problemele din Bălți”, durata – 1 min. 15 sec., despre candidatul PDM la funcția de primar de Bălți Serghei Chiseliov. Titlul adjectivat vine să ne sugereze că protagonistul deține cele mai bune soluții pentru toate problemele orașului (dacă-i la forma hotărâtă). Și ca protagonistul să nu fie prea mult în cadru moderatorul completează șirul faptelor mărețe, pe care și le propune candidatul.

Subiect 2 – ”Partidul nostru” s-a lansat în campanie”, durata – 1 min. 06 sec. Subiectul se încheie cu spusele candidatului la funcția de primar general al municipiului Chișinău I. Cașu despre echipa sa, pe care o consideră integră. Moderatoarea pune la îndoială spusele candidatului și amintește că membrul echipei, Al. Petcov, bunăoară, a fost amendat pentru ofensarea unui procuror și agresarea unor polițiști.

TV Canal 2, 26 mai, ”Reporter”, ora 19.00., rubrica ”Alegeri locale 2015”:

Subiect 1- ”Milionarul Shor cu venit anual de 25 de mii de lei”, durata 1 min 08 sec.

Subiect 2 – ”Candidați integri și nu prea”, durata 1 min. 12 sec., subiect intitulat la Prime TV ”Partidul nostru” s-a lansat în campanie”.

Subiect 3 – ”Soluții pentru problemele orașului Bălți”, durata 1 min. 18 sec., subiect intitulat la Prime TV ”Soluții *esențiale* pentru problemele din Bălți”.

Subiect 4 – ”Proiecte de succes în Ialoveni”, durata 2 min. 47 sec., subiect elogios despre primarul degrevat Gh. Caracuian, care a ajuns ca în fiecare an pentru localitate să se cheltuiască 8 – 10 mln de lei și ”rezultatele se văd”. Nu se precizează că Gh. Caracuian a candidat independent în 2011.

Analizând titlurile, sesizăm că în cazul PN candidații sunt ”integri și nu prea”, iar în cazul Ialoveniului proiectele sunt ”de succes”.

Să facem lucrul televiziunii și să amintim că anul trecut platforma moldovacurata.md publica articolul [„Pâine de la firma ginereului”](#) în care menționa că, ”la sfârșitul anului 2013, primăria orașului Ialoveni a organizat o singură licitație publică, în urma căreia au fost selectați agenții economici care vor aproviziona cu produse alimentare, timp de jumătate de an, cele trei grădinițe din oraș. Doar un singur agent economic a prezentat la concurs oferta de pâine, acesta fiind SRL „Ialpanis”, administrată de ginerele primarului”. Mai mult, cu referire la acest caz s-a autosesizat și CNI, care a constatat că primarul ”a admis o situație de conflict de interese în cazul semnării contractului de achiziții”. (<http://www.moldovacurata.md/interese-avere-la-vedere/integritatea-persoanelor/contractele-de-achizitionare-a-painii-semnate-de-primarul-orasului-ialoveni-cu-ginerele-sau-ar-putea-fi-anulate>)

Televiziunea, se vede, nu este interesată de toată informația și urmărește altă țintă. De aceea, de la Ialoveni, merge în altă localitate din apropiere, la Costești unde, în ultimii 4 ani, investițiile au ajuns la 37 de mln de lei, iar primarul degrevat V. Bortă, care candidează pentru un nou mandat, din partea nu se știe cărui partid, bineînțeles, ”nu se va opri aici”. Concretizăm noi: primarul de Costești a fost ales pe listele PL. În 2013 Curtea de Conturi îl învinuia că și-a achiziționat un automobil de serviciu în valoare de 250 mii lei, bani destinați Centrului de plasament de zi a copiilor cu nevoi speciale. De ce atâta reverență pentru un primar PL? Poate, pentru că procurarea automobilului ”Școda” au decis-o atunci consilierii PL și PDM?! (<http://www.jc.md/s-a-pricopsit-cu-skoda-din-banii-destinati-copiilor/comment-page-1/>) Rămâne doar să facem presupuneri, dacă televizorul nu ne furnizează toată informația.

Concluzii:

- Prime TV și TV Canal 2, contrar normelor juridice și deontologice, tratează în mod selectiv protagoniștii subiecților electorale;
- Prime TV și TV Canal 2, în cadrul rubricii ”Alegeri locale 2015”, continuă să ofere timp concurenților electorali în mod disproporționat, favorizând candidații PDM;
- În realizarea rubricii ”Alegeri locale 2015”, Prime TV și TV Canal 2 recurge deseori, în mod conștient, la jumătăți de adevăr, fapt ce echivalează, în definitiv, cu un neadevăr tirajat pe plan național, astfel prejudiciind grav informarea adecvată a votanților.

Recomandare repetată: Prime TV și TV Canal 2 să utilizeze frecvențele terestre pe care emit și care constituie patrimoniu național în beneficiul alegătorilor și nu în beneficiul partidului .

Studiu de caz nr. 5: Titluri jurnalistice ca mijloc de manipulare a telespectatorilor

Prezentul studiu de caz se întemeiază pe cadrul normativ existent de reglementare a reflectării de către mass-media a campaniei electorale pentru alegerile generale locale din 14 iunie 2015 (**Codul electoral**, art. 64 (1) și **Regulamentul** privind reflectarea campaniei electorale la alegerile locale generale din 14 iunie 2015 în mijloacele de informare în masă din Republica Moldova, pp. 10, 19, 21) și pe analiza titlurilor de subiecte electorale în raport cu conținutul lor, plasate de televiziunile TV Canal 2, Prime TV, Accent TV și TV 7 (TV Moldova 1 plasează subiectele fără titluri) la rubrica specială din principalele ediții informative ale zilei în perioada 31 mai – 07 iunie 2015

Titlu: repere teoretice

”Titlul constituie partea cea mai grea a meseriei de jurnalist. Un titlu bun îndeplinește 5 cerințe:

1. să aibă un mesaj foarte clar;
2. mesajul să fie excerptat din informația principală a articolului, și nu din cea colaterală;
3. să existe o coeziune strânsă între text și titlu;
4. să fie formulat corect și comprehensibil;
5. să fie incitant, să dea cititorului un imbold de lectură.

Un articol, redactat chiar conform principiilor stilului bun ale lui Aristotel (claritate, concizie, originalitate, dicție) nu e un produs finit, apt de a fi publicat. El mai are nevoie de o serie întreagă de alte elemente, care, deși nu fac parte propriu-zis din corpul articolului, îl întregesc, îl completează și-l definitivează. Aceste elemente sunt: titlul, chapeaul (lead-ul), intertitlul, ilustrațiile, legenda, ferestrele”.

(<http://www.usefs.md/PDF/Cursuri%20electronice/Jurnalismul.pdf>)

”Rolul titlului în economia textului jurnalistic nu este unul decorativ. Titlul, alături de ilustrație, constituie primul nivel de lectură: consumatorul produselor media poate decide să continue sau nu parcurgerea unui articol/vizionarea unei emisiuni în funcție de titlu. Așadar, titlul este cel care atrage atenția, cel ce degajă mesajul.

Definiția conceptului de titlu este dată aproape întotdeauna în relație cu conținutul, pe care îl individualizează. Leo H. Hoek notează că titlul reprezintă “un ansamblu de grafeme desemnând elemente lingvistice care servesc la indicarea contextului și care funcționează ca nume propriu al textului”³ Titlul funcționează ca o carte de vizită, de la care Schneider și Esslinger, citați în volumul coordonat de M. Coman, așteaptă:

- 1) să aibă un mesaj foarte clar;
- 2) mesajul să fie extras din informația principală a textului și nu din cea auxiliară;
- 3) să existe o strânsă legătură între text și titlul purtat de acesta;
- 4) titlul să fie corect formulat, ușor de înțeles și fără echivoc;
- 5) titlul trebuie să incite la consum.

Un titlul bun este scurt și unic, original, nu conține decât abrevieri foarte cunoscute și nu începe niciodată cu un articol nehotărât. Autorii *Manualului pentru ziariști din Europa Centrală și de Est* identifică patru funcții ale titlului: “rezumă știrile; marchează importanța articolelor; sunt elemente care atrag atenția în design-ul unei pagini; îl determină pe cititor să citească ziarul”⁴.

Constatări în urma analizei titlurilor:

În perioada 31 mai – 7 iunie au fost analizate 76 de titluri de subiecte și conținutul subiectelor incluse la rubrica electorală de la 4 televiziuni din cele 5 monitorizate (TV Moldova 1 nu intitulează subiectele), (*Anexa I*).

Analiza permite a constata următoarele:

TV Canal 2 și Prime TV au ”valorificat” Ziua Internațională a Copilului prin a face agitație electorală pentru candidatul PDM la funcția de primar general al municipiului Chișinău. Astfel, prin titluri atrăgătoare (“Surprize de ziua copiilor”, Show magic...) televiziunile amintite au adus un plus de imagine candidatului PDM, dar și Fundației Edelweiss, aparținând unui lider al PDM.

Televiziunile monitorizate, prin titluri de subiecte ce reflectă același eveniment electoral, transmit în mod diferit informația către telespectatori. Bunăoară, un eveniment organizat de candidatul PLDM, S. Urechean, a fost reflectat de cele 4 televiziuni în subiecte intitulate, după cum urmează:

- TV Canal 2 – ”Planurile lui Urechean” – un titlu ce, de fapt, nu conține informație și, dacă telespectatorul nu vizionează subiectul, nu află nimic despre oferta electorală a candidatului, or, rostul rubricilor speciale este tocmai să familiarizeze votanții cu programele concurenților electorali;
- Prime TV – ”Urechean vrea să demoleze piața centrală”. Titlul deja ne comunică mai multă informație, dar, dacă nu privim subiectul, ne creează impresia că Urechean este un distrugător. Probabil, acesta a fost scopul autorilor, de rând ce titlul ”acoperă” doar jumătate din conținutul subiectului. Judecând titlul, nu putem învinui autorii de neadevăr (posibil, pe asta au mizat), ci doar de adevăr spus pe jumătate;
- Accent TV – ”Urechean: vom demola autogara centrală și vom face parcări”;

³

Manual de jurnalism, coordonat de M i h a i C o m a n, Iași, Editura Polirom, vol. II, 1999

⁴

Manual pentru ziariștii din Europa Centrală și de Est, editat de World Press Freedom Committee, 1992, p. 100

- TV 7 - Serafim Urechean: ”Vom construi parcări supraetajate în locul gării centrale”. Ultimele două titluri răspund rigorilor jurnalistice, ele semnificând conținutul subiectelor concentrate la maximum.

Un alt eveniment electoral – proiectul ”Primăria familiei tale” al candidatei PDM, M. Babuc, a fost reflectat doar de TV Canal 2 și de Prime TV. Prima televiziune intitulează subiectul ”Abia lansat, dar cu rezultate”, iar a doua – ”Primăria familiei tale”, tot mai solicitată”. Primul titlu, ermetic, apelează la curiozitatea telespectatorului, pentru că nu spune nimic, spre deosebire de al doilea. În esență, însă, ele manipulează audiența. Dacă vizionăm subiectele, aflăm că proiectul ”Primăria familiei tale” este unul binevenit și de mare succes, dat fiind că, în câteva zile de la lansare, lumea dă buzna încoace cu probleme care mai de care. Unele probleme sunt soluționate ”chiar pe loc”. Pentru lustruirea imaginii candidatei subiectele fac bine. Până la urmă, însă, dacă jurnaliștii au dorit să facă jurnalism, fie ignorau evenimentul, cum au procedat celelalte televiziuni, fie se întrebau: de ce atâtea probleme au familiile? De ce PDM vrea să le soluționeze în campania electorală? De când familiile au atâtea probleme? Cine a avut grijă de familii până acum, ministrul cărui partid? Autorii subiectelor, cu siguranță, n-au dorit să facă jurnalism, pentru că, în asemenea caz, ar fi constatat un lucru de suprafață: dacă-i atât de solicitată ”Primăria familiei tale”, înseamnă că până acum lucrurile pe acest segment au mers prost și autorii proiectului nu că trebuie elogiați, dar fie criticați, fie neglijați. Astfel, un procedeu din arta manipulării inversează lucrurile și poate face din negru alb, mizând pe capacitatea redusă a potențialilor votanți de a privi critic televizorul.

În subiectele electorale atestăm titluri care, prin formule lingvistice, favorizează sau defavorizează protagoniștii. De exemplu, TV Canal 2 și Prime TV, dacă realizează subiecte despre concurenți electorali, alții decât ai PDM, utilizează în titluri cuvinte și sintagme ce provoacă emoții și sentimente negative, dorite de autori. Exemplificăm: ”Socialiștii, învinuiți de îmbogățiri ilicite”, ”Protest în fața casei unui demnitar”, ”Presiuni din partea concurenților electorali”, ”Protestul mamelor cu cărucioare”, ”Protest cu cărucioare în Chișinău”, ”Didenco, acuzat de corupție”, ”Panouri electorale ilegale”, ”Blocul lui Iurie Leancă acuză” etc.

Accent TV, dacă relatează despre candidații PSRM, intitulează subiectele astfel, încât să aducă un plus de imagine protagoniștilor: ”Greceanii este lider în alegerile din Chișinău – sondaj”, ”Greceanii: microbuzele trebuie păstrate. Oamenii așteaptă stabilitate”, ”Sondaj: Zinaida Greceanii – lider în alegerile generale locale”, ”Bătrâncea: PSRM va reveni la majoritatea programelor sociale” etc.

Pentru comparație – câteva titluri de subiecte de la Accent TV care vizează alți concurenți: ”PPE acuză PL de exercitarea presiunilor asupra candidaților săi”, ”Darie: funcționarii corupți din primărie sunt protejați de Chirtoacă”, ”PP acuză pe Chirtoacă de construcția gheretelor ilegale (?)” etc.

Bineînțeles, fiecărui concurent în alegeri i se aduc suficiente învinuiri și, dacă televiziunea ia apărarea cuiva, devine protectoarea acestuia, încetează să-și mai exercite misiunea de informare adecvată a alegătorilor și își pierde calitatea de instituție mediatică.

Între titlurile de subiecte electorale atestăm unele cu o pronunțată încărcătură zeflemitoare la adresa protagoniștilor. Exemple: ”Bătălia clonelor la Ialoveni”, ”De la Voronin cetire...”, ”Protest și agitație electorală, printre gunoaie”, ”Și Chirtoca vrea bărci

pe Bâc” (TV Canal 2), ”Lupta tizilor, la Ialoveni”, ”Perle marca Voronin”, ”Gospodarul” cu barca pe Bâc”, ”Protest printre gunoaie”, ”Doi candidați cu același vis” (Prime TV), ”PCRM s-a apucat să numere banii socialiștilor”, ”Voronin a criticat guvernul, votat de el” (Accent TV).

Pentru comparație, TV 7 a intitulat propriile subiecte de la aceleași evenimente electorale astfel: ”Serafim Urechean promite să amenajeze râul Bâc”, ”Voronin a pregătit varianta alternativă a primelor 100 de zile ale guvernului Gaburici”, ”Membrii Partidului Verde Ecologist sunt alarmați de problema gunoiștii de la Bubuieci”, ”Serafim Urechean: bomba ecologică de la Bubuieci ar putea fi lichidată”. Singura, dar esențială diferență între cele două moduri de a formula titluri rezidă în scopul urmărit de televiziuni – de a informa sau de a manipula telespectatorii.

Concluzii:

- Patru din cele cinci televiziuni monitorizate (excepție TV Moldova 1) își întitulează subiectele cu caracter electoral.
- TV Canal 2 și Prime TV deseori recurg la tehnici reprobabile de formulare a titlurilor pentru subiecte electorale pe măsură să genereze efecte manipulatorii asupra telespectatorilor. O atare practică blamabilă, deși întâlnită mai rar, este atestată și la Accent TV.
- TV Canal 2 și Prime TV, prin titluri de subiecte ce vizează concurenții electorali din partea PDM, și Accent TV, prin titluri de subiecte ce vizează concurenții electorali din partea PSRM, influențează perceperea evenimentelor ca fiind pozitive. Celelalte evenimente reflectate, prin titluri, influențează perceperea lor ca fiind fie neutre, fie negative.
- TV Canal 2 și Prime TV, mai des, și Accent TV, mai rar, prin titluri de subiecte electorale, urmăresc, mai degrabă, un efect ideologic decât unul informativ.
- Titlurile de subiecte electorale de la TV 7 corespund rigorilor jurnalistice, dacă facem abstracție de 4 prezențe a unui concurent electoral (S. Urechean) în 5 ediții informative.

Recomandări:

- Accent TV și, mai ales, TV Canal 2 și Prime TV, să renunțe la practicile de manipulare a telespectatorilor-votanți prin intermediul titlurilor de subiecte electorale manipulatorii;
- TV 7 să continue practica de formulare a titlurilor de subiecte electorale, titluri ce conțin suficientă informație veridică.

Anexa 1

Titluri de subiecte electorale televizate

Data	Televiziuni / Titluri			
	TV Canal 2	Prime TV	Accent TV	TV 7
31 mai	Strategii de dezvoltare a satelor Moldovei (candidat PDM la primăria din s. Pelinia, Drochia)			
	Un nou show la circul din capitala. (candidatul PDM M. Babuc, la circ)			
1 iunie	O rază de speranță de ziua copiilor (A. Candu, cu daruri, la mici pacienți din Chișinău)	Surprize de ziua copiilor	Chirtoca vrea să reînvie agricultura în oraș	Ilan Shor s-a lansat în campania electorală pentru primăria Orhei
	Bătălia clonelor la Ialoveni (doi candidați cu nume Cheorghe Caracuian)	Lupta tizilor, la Ialoveni	Urechean: bugetul municipal va fi cheltuit pentru apartamentele nevoiașilor	Serafim Urechean promite locuințe accesibile tinerelor familii
	Surprize de ziua copiilor (M. Babuc în cadrul acțiunii "Orașul copiilor" cu 3 intervenții directe)	Au sărbătorit ziua copiilor la spital (A. Candu)	Iurie Toma – candidat independent pentru funcția de primar Ungheni (1 sursă)	
		Show magic la gimnaziul-internat din capitală ("oferit de Fundația Edelweiss")	Căldare: consiliul de activiști civici, va combate corupția	
			Ecologiștii își doresc teste poligraf	
			Petrenco: presiunile asupra "Casa Noastră - Moldova" continuă	
2 iunie	Planurile lui Urechean	Acoperiș pentru cei nevoiași din Ialoveni (cu prezența min. PD)	Piața de desfacere rusă a fost întredeschisă, producătorii sunt	Serafim Urechean: "Vom construi parcări supraetajate în locul gării

			nemulțumiți (R.Usatîi)	centrale”
	Abia lansat, dar cu rezultate (M. Babuc adună solicitări de la cetățeni...)	Urechean vrea să demoleze piața centrală	Greceanii propune modificarea activității consilierilor municipali (părtinitor)	PPE: actuala guvernare are frică de ședințele plenare ale Parlamentului
		PPEM: Legea privind orașele Chișinău și Bălți, din 2019	Urechean: vom demola autogara centrală și vom face parcări	Încă două companii din Moldova ar putea exporta vin în Rusia – R.Usatîi
		”Primăria familiei tale”, tot mai solicitată	Cernei: juriștii primăriei, implicați în vinderea terenurilor	Oleg Cernei: funcționari de la primărie au contribuit la înstrăinarea ilicită de terenuri
			Parlamentul a luat o pauză din cauza incapacității sale – Carpov.	
3 iunie	Socialiștii, învinuiți de îmbogățiri ilicite (V.Gurău)	Didenco, acuzat de corupție	Greceanii este lider în alegerile din Chișinău – sondaj	Nantoi: asupra candidaților noștri se exercită presiuni (la Băcioi)
	Protest în fața casei unui demnitar (V.Didenco)	Presiuni din partea concurenților electorali (Băcioi)	PCRM s-a apucat să numere banii socialiștilor (Gurău)	Secretarul CNC, acuzat că și-ar fi construit casă pe banii publici
	Blocul lui Iurie Leancă acuză PL (Băcioi)	Panouri electorale ilegale (ale PCRM)	PPE acuză PL de exercitarea presiunilor asupra candidaților săi (Băcioi)	Serafim Urechean promite să amenajeze râul Bâc
		Fără titlu (?), despre Valeriu Sandul, primar PDM degrevat de la Molovata Nouă	Darie: funcționarii corupți din primărie sunt protejați de Chirtoacă	Voronin a pregătit varianta alternativă a primelor 100 de zile ale guvernului Gaburici
			Petrenco: suspendarea postului Russia-24, este ilegală.	
			Brega: microbuzele creează o gaură neagră în bugetul	

			municipal	
4 iunie	Protestul mamelor cu cărucioare	Perle marca Voronin	Voronin a criticat guvernul, votat de el	Serafim Urechean: bomba ecologică de la Bubuieci ar putea fi lichidată
	De la Voronin cetire...	Protest cu cărucioare în Chișinău	Greceanii: microbuzele trebuie păstrate. Oamenii așteaptă stabilitate	Vasili Chirtoca vrea să soluționeze problemele capitalei on-line
		”Gospodarul” cu barca pe Bâc	Urechean: râul Bâc - navigabil și cu zonă de odihnă	Renato Usatîi susține că autoritățile vor să excludă formațiunea din cura electorală
		Cojușna va avea apă potabilă la robinete	Nantoi și Chirtoca nu vor trece testul cu detectorul de minciuni	Membrii Partidului Verde Ecologist sunt alarmați de problema gunoștii de la Bubuieci
				Iurie Leancă face apel să fie refăcută Alianța pro-europeană
5 iunie	Protest și agitație electorală, printre gunoaie	Protest printre gunoaie (mina Purcel)	Sondaj: Zinaida Greceanii – lider în alegerile generale locale	
	Și Chirtoca vrea bărci pe Bâc	Doi candidați cu același vis (Urechean și Chirtoca)	Bătrâncea: PSRM va reveni la majoritatea programelor sociale	
		Drumuri europene la Carahasani	Iurie Leancă: raportul premierului Gaburici - lipsit de consens (?)	
			Cernei: candidații independenți sunt discriminați de presă	
			Chirtoca își acuză oponentii de plagiat	
			Urechean promite construirea unei uzine de reciclare a deșeurilor	

			”Verzii” cer lichidarea carierei Purcel	
			PP acuză pe Chirtoacă de construcția gheretelor ilegale (?)	
6 iunie	A început tipărirea buletinelor	PMAN, motiv de dispută		Partidul Nostru a sesizat instituțiile de drept despre provocările ce se pregătesc împotriva formațiunii
	Spotul lui Chirtoacă	Campanie electorală pe 2 roți		V. Iaroțchi candidează la funcția de consilier municipal pentru a schimba orașul în bine
	PL și platforma ”DA” nu pot împărți PMAN			Organizația municipală Chișinău a PDM s-a reunit în cadrul unui forum
	Campanie electorală pe roți			

Studiu de caz nr. 6: Practici defectuoase de asigurare a echilibrului surselor de informație în subiecte cu caracter conflictual la Accent TV

Prezentul studiu de caz se întemeiază pe analiza subiectelor electorale cu caracter conflictual difuzate de Accent Tv în principala ediție informativă a zilei în perioada 01 – 12 iunie 2015. Analiza urmărește prezența/lipsa surselor de informație relevante din perspectiva rigorilor cadrului normativ existent de reglementare și de auto-reglementare în domeniu.

Cadrul normativ de reglementare:

Codul electoral, art. 64 (1): Radiodifuzorii, în cadrul tuturor programelor lor, și mijloacele de informare în masă scrise fondate de autorități publice au obligația de a respecta principiile de echitate, responsabilitate, echilibru și imparțialitate în reflectarea alegerilor.

Codul audiovizualului, art. 7 (4) c): În cazul subiectelor ce vizează situații de conflict, să se respecte principiul de informare din mai multe surse.

Regulamentul privind reflectarea campaniei electorale la alegerile locale generale din 14 iunie 2015 în mijloacele de informare în masă din Republica Moldova, p. 19: În programele de știri ale instituțiilor audiovizuale, evenimentele din campania electorală vor fi reflectate cu respectarea prevederilor art. 47, 64 și 641 din Codul electoral și art. 7 din Codul audiovizualului.

p. 21: Reflectarea evenimentelor electorale în programele de știri și în presa scrisă se va efectua fără a fi însoțite de comentarii, într-un mod ce evită denaturarea mesajelor concurenților electorali și ale Comisiei Electorale Centrale.

Din **Declarațiile privind politica editorială pentru campania electorală**, aprobate de CCA:

Accent TV: 21. Evenimentele campaniei electorale pot fi reflectate în edițiile informative (buletinele de știri), numai cu respectarea prevederilor legale și într-un mod ce evită denaturarea mesajelor concurenților electorali.

Cadrul normativ de auto-reglementare:

Codul deontologic al jurnalistului din Republica Moldova (redacție nouă)

2.1 Jurnalistul prezintă informațiile într-o manieră onestă, echilibrată și numai după ce a făcut demersuri pentru verificarea lor.

2.2 Jurnalistul solicită opinia tuturor părților relevante pentru subiect.

2.5 Jurnalistul verifică, de regulă, informațiile din două surse independente una de alta.

Jurnalistul publică doar informațiile despre care, în urma verificărilor, are convingerea că sunt veridice.

2.6 Jurnalistul indică, de regulă, sursa informațiilor sale și întreprinde demersuri pentru a obține informații din surse citabile.

Codul de conduită al radiodifuzorilor

Capitolul I. Informarea justă, completă, adecvată și pluralismul politico-social

Art.1. Radiodifuzorii au datoria primordială de a relata adevărul, indiferent de consecințele ce le-ar putea avea asupra lor, obligație ce decurge din dreptul constituțional al publicului de a fi informat just, complet și adecvat. În virtutea acestui drept radiodifuzorii sunt datori să comunice doar fapte deplin verificate.

Art.3. Informațiile prezentate în cadrul programelor de știri și de actualități trebuie să se bazeze pe fapte și date ale căror veridicitate poate fi stabilită prin metode corespunzătoare de verificare.

Art.4. Informarea în probleme de interes public, de natură politică, economică, socială și culturală, trebuie să urmărească asigurarea imparțialității, echilibrului și favorizarea liberei formări a opiniilor, prin prezentarea punctelor de vedere ale tuturor părților implicate și, după caz, a principalelor puncte de vedere aflate în opoziție.

Art.6. Radiodifuzorii sunt obligați să ofere dreptul la replică și rectificare oricărei persoane fizice sau juridice ale cărei drepturi sau interese legitime au fost lezate prin prezentarea în cadrul unui program audiovizual a unor fapte neadevărate sau inexacte.

Art.7. Radiodifuzorul care distorsionează intenționat informația, face acuzații nefondate, folosește neautorizat fotografii, imagini video și alte surse, ori calomniază, săvârșește abateri profesionale de maximă gravitate.

Constatări în urma analizei subiectelor cu caracter conflictual:

În perioada 01 – 12 iunie au fost analizate subiectele cu caracter conflictual difuzate la rubrica electorală din principala ediție informativă a zilei de la Accent TV. Din numărul total de subiecte am selectat 16, incluse în 7 din cele 10 ediții informative. Subiectele respective sunt relevante pentru scopul prezentului studiu de caz din motiv că au un final similar.

Data	Subiectul conflictual	Finalul subiectului
1.06	Iurie Toma – candidat independent pentru funcția de primar Ungheni	Redacția Accent TV nu a reușit să ia legătura cu serviciul de presă PLDM pentru a comenta declarațiile făcute de Iurie Toma
2.06	Unioniștii își doresc instaurarea haosului în Chișinău?	Pentru a primi o replică în legătură cu cele anunțate postul Accent TV a încercat de nenumărate ori să ia legătura cu MAI, însă fără niciun rezultat
3.06	Parlamentul a luat o pauză din cauza incapacității sale – Carpov	Până în momentul de față PLDM, PDM și PCRM nu au comentat declarațiile făcute de deputatul independent Eugen Carpov
	Darie: funcționarii corupți din primărie sunt protejați de Chirtoacă	Atât V. Didencu, cât și cele două fiice ale sale, care se aflau în curtea casei în timpul protestului, nu au ieșit în fața presei pentru a comenta situația... Pentru a primi o reacție la acuzațiile de către Marcel Darie la adresa fostului edil, postul Accent TV l-a contactat pe candidatul liberal pentru fotoliul de primar general D. Chirtoacă, însă acesta nu a fost de găsit.
	Petrenco: suspendarea postului Russia-24 este ilegală	Pentru a primi o replică în urma celor opiniate de Grigore Petrenco, postul Accent TV a încercat să ia legătura cu liderul PCRM, însă fără niciun rezultat
	Brega: microbuzele creează o gaură neagră în bugetul municipal	În acest moment candidatul la funcția de primar al PL nu a comentat declarația făcută de Oleg Brega
5.06	Iurie Leancă: raportul premierului Gaburici - lipsit de consens	La momentul de față serviciul de presă al prim-ministrului Chiril Gaburici nu a comentat declarațiile făcute de deputatul neafiliat Iurie Leancă
	Urechean promite construirea unei uzine de reciclare a deșeurilor	În ciuda faptului că S.Urechean vorbește despre realizarea proiectului de a construi o uzină de reciclare de deșeurilor, despre costul proiectului și de unde vor fi luate fondurile pentru realizarea acestuia candidatul PLDM nu a oferit informații

	PP acuză pe Chirtoacă de construcția gheretelor ilegale	Pentru a primi o replică la cele menționate anterior, postul Accent TV a încercat să ia legătura cu candidatul PL la funcția de primar general D.Chirtoacă, însă acesta nu a fost de găsit
9.06	Veteranii din Orhei: Shor îi cumpără pe orheeni cu săpunuri și detergenți	Pentru a primi o replică în legătură cu acuzațiile aduse la adresa lui Ilan Shor, am încercat să luăm legătura cu purtătorul său de cuvânt, însă fără nici un rezultat
11.06	Petrenco: poliția intimidează candidații "Casa Noastră – Moldova"	Serviciul de presă al Inspectoratului general de poliție nu a răspuns apelurilor redacției Accent TV pentru a oferi un comentariu referitor la declarațiile liderului "Casa Noastră – Moldova"
	Partidul Popular cere arestarea lui Dorin Chirtoacă	Până în prezent fostul edil nu a comentat învinuirile aduse la adresa sa de către tinerii PP din Moldova
	Cîrlig: PL înaintează la vot candidaturile unor infractori	Postul Accent TV a încercat de nenumărate ori să ia legătura cu vicepreședintele PL în privința la cele susținute de către M. Cîrlig. Apelurile noastre telefonice, însă, au fost ignorate.
12.06	Usafii: Gaburici a plecat de la "stăpânii" săi	Până în prezent președintele PLDM nu a comentat cele susținute de Renato Usafii
	Usafii a anunțat despre pregătirea unor provocări la adresa "Partidului Nostru"	Postul Accent TV nu a reușit să ia legătura cu serviciul de presă al Centrului resurselor informaționale "Registru" pentru a obține un comentariu corespunzător
	Locuitorii satului Ulmu boicotează alegerile locale	Redacția Accent TV nu a reușit să ia legătura cu serviciul de presă din cadrul Ministerului Justiției pentru a obține un comentariu

Accent TV a difuzat deseori câte trei sau chiar patru subiecte (03 iunie) conflictuale într-o ediție informativă cu final identic ca esență, deși exprimat în formule verbale diferite. În loc să exceleze în asigurarea prezenței efective a tuturor opiniilor relevante pentru subiectele conflictuale, televiziunea utilizează un procedeu-clîșeu speculativ ce demonstrează, mai degrabă, incapacitatea profesională sau lipsa dorinței sincere de a echilibra sursele de informație. Simplista și frecventa comunicare a faptului că sursa "nu a fost de găsit" nu poate fi percepută de către telespectator altfel decât capitularea televiziunii în fața sarcinilor profesionale.

Este adevărat că uneori sursele nu sunt de găsit până la difuzarea subiectelor conflictuale. Tocmai în asemenea cazuri telespectatorul trebuie informat că redacția a dorit să-l informeze până la capăt, dar nu a reușit, căci nu totul depinde de redacție. Și vor fi aduse imagini doveditoare: cum bate la poartă ori la ușă și nu i se deschide; cum telefonează și nu i se răspunde etc., etc. În caz contrar, apare întrebarea de ce telespectatorul ar trebui să creadă televiziunii care se limitează la a include pe final unul dintre clișeele "de serviciu"? Telespectatorul poate rămâne nedumerit, dacă i se spune, în 3-4 subiecte la rând, că nu a fost de găsit "candidatul liberal pentru fotoliul de primar general D. Chirtoacă" sau că redacția "nu a reușit să ia legătura cu serviciul de presă PLDM", sau că "Accent TV a încercat să ia legătura cu liderul PCRM, însă fără niciun rezultat", sau că apelurile telefonice ale postului Accent TV "au fost ignorate" etc.

În șase cazuri Accent TV ”îndreptățește” lipsa surselor relevante din subiectele cu caracter conflictual prin precizarea că până la momentul difuzării ediției cei vizați în respectivele subiecte nu au comentat învinuirile ce li se aduc, fie că-i vorba de partide parlamentare (03 iunie), de serviciul de presă al prim-ministrului (05 iunie) sau de concurenți electorali (03 iunie, 11 iunie, 12 iunie). Astfel, televiziunea nu-și atribuie vina pentru lipsa echilibrului de surse în propriile produse mediatice, ci o ”delegă” către cei care nu fac comentarii (la timpul comod redacției). Or, este obligațiunea directă a jurnalistului să obțină toate opiniile relevante pentru un subiect conflictual, și nu să le aștepte.

Concluzii:

- Prin știrile conflictuale difuzate în perioada de referință Accent TV a demonstrat o incapacitate profesională de a asigura toate opiniile relevante pentru a-i crea telespectatorului o imagine completă a evenimentului despre care comunică.
- În locul surselor de informație relevante, Accent TV utilizează substitute speculative pe măsură să-i dinamiteze credibilitatea în fața telespectatorilor.

Recomandare:

- Accent TV, în realizarea subiectelor cu caracter conflictual, să renunțe la utilizarea practicilor ce nu se soldează cu echilibrarea efectivă a surselor de informație.
- În fiecare caz, când o sursă de informație relevantă ”nu este de găsit”, să facă dovada acestui fapt pentru telespectator.