

Studiu de caz nr. 1:

Sondaje electorale în principalele ediții informative ale televiziunilor

Tv Moldova 1, Prime TV, Tv Canal 2, Tv Canal 3, Publika TV, Jurnal TV, Pro TV, TV7, NTV Moldova, Realitatea TV, Tv N4, RTR Moldova, Euro TV.

Prezentul studiu de caz se întemeiază pe cadrul normativ existent de reglementare a reflectării de către mass-media a alegerilor prezidențiale din 30 octombrie 2016, și pe analiza modului în care televiziunile monitorizate au comunicat audienței în principalele lor ediții informative despre rezultatele primului sondaj electoral realizat de Asociația sociologilor și demografilor (ASDM), prezentate pe 15 septembrie, și despre rezultatele sondajului al doilea, realizat de Centrul CBS-AXA la comanda IDIS „Viitorul”, prezentate pe 28 septembrie.

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; art. 64¹(10). În perioada electorală, orice sondaje de opinie privind preferințele politice ale alegătorilor pot fi efectuate numai cu condiția înștiințării prealabile a Comisiei Electorale Centrale. Rezultatele acestor sondaje pot fi date publicității cel târziu cu 5 zile înainte de ziua alegerilor.

Regulamentul privind reflectarea campaniei electorale la alegerile prezidențiale din 30 octombrie 2016 în mijloacele de informare în masă din Republica Moldova, aprobat prin hotărârea Comisiei Electorale Centrale (CEC) nr.181 din 6 septembrie 2016:

2. Radiodifuzorii aflați sub jurisdicția Republicii Moldova reflectă campania electorală pentru alegerile prezidențiale în conformitate cu prevederile Constituției Republicii Moldova, Codului electoral, Codului audiovizualului, Legii presei, Legii cu privire la libertatea de exprimare, Legii cu privire la asigurarea egalității de șanse între femei și bărbați, Regulamentului privind reflectarea campaniei electorale în mijloacele de informare în masă și a actelor internaționale la care Republica Moldova este parte, respectând drepturile categoriilor de alegători cu nevoi speciale.

55. Radiodifuzorii au dreptul să difuzeze rezultatele sondajelor de opinie cu tematică electorală, cu cel târziu 5 zile înainte de ziua alegerilor, doar în cazul în care acestea sînt însoțite de următoarele informații:

- denumirea organizației care a efectuat sondajul;
- data sau intervalul de timp în care s-a desfășurat sondajul și metoda utilizată;
- dimensiunea eșantionului și marja maximă de eroare;
- comanditarul sondajului și sursa de finanțare;
- dovada privind înștiințarea CEC despre desfășurarea sondajului de opinie cu tematică electorală în conformitate cu art. 64¹ alin. (10) din Codul electoral.

Remarcă: deși Regulamentul CEC se referă la ”reflectarea campaniei electorale”, p. 55 prevede ”înștiințarea CEC despre desfășurarea sondajului de opinie cu tematică electorală în conformitate cu art. 64¹ alin. (10) din Codul electoral”, care obligă autorii de sondaje cu tematică electorală să înștiințeze CEC nu doar pe durata *campaniei electorale*, ci a *perioadei electorale*. Altfel spus, deși titlul regulamentului sugerează reguli pentru campania electorală, iar conținutul lui, cel puțin, în p. 55, extinde cadrul temporal până la perioada electorală. Faptul creează confuzii, de aceea ne vom ghida de prevederile Codului electoral, art. 64¹ (10).

Din **Declarațiile privind politica editorială pentru campania electorală**, aprobate de Consiliul Coordonator al Audiovizualului (CCA):

Nr.	Televiziuni	Angajamente asumate (extras)	notă
1.	Tv Moldova 1	2.3. Compania va informa telespectatorii și ascultătorii despre rezultatele sondajelor de opinie cu tematică electorală cu cel târziu 5 zile înainte de ziua alegerilor, doar în cazul când acestea vor fi însoțite de următoarele informații: - denumirea organizației care a efectuat sondajul; - data sau intervalul de timp în care s-a desfășurat sondajul și metoda utilizată; - dimensiunea eșantionului și marja maximă de eroare; - comanditarul sondajului și sursa de finanțare;	Angajament conform legislației

		- dovada privind înștiințarea CEC despre desfășurarea sondajului de opinie cu tematică electorală în conformitate cu art. 64' alin. (10) din Codul electoral.	
2.	Prime TV	<p>II (7). Sondajele de opinie vor fi prezentate în condițiile articolului 64' alin. (10) din Codul electoral. Rezultatele sondajelor de opinie cu tematică electorală vor fi însoțite de următoarele informații:</p> <ul style="list-style-type: none"> - denumirea organizației care a efectuat sondajul; - data sau intervalul de timp în care s-a desfășurat sondajul și metoda utilizată; - dimensiunea eșantionului și marja maximă de eroare; - comanditarul sondajului și sursa de finanțare; - dovada privind înștiințarea CEC despre desfășurarea sondajului de opinie cu tematică electorală. <p>VII (2) Sondajele de opinii cu tematică electorală vor fi prezentate în condițiile articolului 64' alin. (10) din Codul electoral. Rezultatele sondajelor de opinie cu tematică electorală vor fi însoțite de următoarele informații:</p> <ul style="list-style-type: none"> - denumirea organizației care a efectuat sondajul; - data sau intervalul de timp în care s-a desfășurat sondajul și metoda utilizată; - dimensiunea eșantionului și marja maximă de eroare; - solicitantul și sursa de finanțare a sondajului 	<p>Angajament ambiguu.</p> <p>Și radiodifuzorul, și CCA au demonstrat lipsă de atenție</p>
3.	Tv Canal 2	<p>II (7). Sondajele de opinie vor fi prezentate în condițiile articolului 64' alin. (10) din Codul electoral. Rezultatele sondajelor de opinie cu tematică electorală vor fi însoțite de următoarele informații:</p> <ul style="list-style-type: none"> - denumirea organizației care a efectuat sondajul; - data sau intervalul de timp în care s-a desfășurat sondajul și metoda utilizată; - dimensiunea eșantionului și marja maximă de eroare; - comanditarul sondajului și sursa de finanțare; - dovada privind înștiințarea CEC despre desfășurarea sondajului de opinie cu tematică electorală. <p>VII (2) Sondajele de opinii cu tematică electorală vor fi prezentate în condițiile articolului 64' alin. (10) din Codul electoral. Rezultatele sondajelor de opinie cu tematică electorală vor fi însoțite de următoarele informații:</p> <ul style="list-style-type: none"> - denumirea organizației care a efectuat sondajul; - data sau intervalul de timp în care s-a desfășurat sondajul și metoda utilizată; - dimensiunea eșantionului și marja maximă de eroare; - solicitantul și sursa de finanțare a sondajului 	<p>Angajament ambiguu.</p> <p>Și radiodifuzorul, și CCA au demonstrat lipsă de atenție</p>
4.	Tv Canal 3	<p>II (7). Sondajele de opinie vor fi prezentate în condițiile articolului 64' alin. (10) din Codul electoral. Rezultatele sondajelor de opinie cu tematică electorală vor fi însoțite de următoarele informații:</p> <ul style="list-style-type: none"> - denumirea organizației care a efectuat sondajul; - data sau intervalul de timp în care s-a desfășurat sondajul și metoda utilizată; - dimensiunea eșantionului și marja maximă de eroare; - comanditarul sondajului și sursa de finanțare; - dovada privind înștiințarea CEC despre desfășurarea sondajului de opinie cu tematică electorală. <p>VII (2) Sondajele de opinii cu tematică electorală vor fi prezentate în condițiile articolului 64' alin. (10) din Codul electoral. Rezultatele sondajelor de opinie cu tematică electorală vor fi însoțite de următoarele informații:</p> <ul style="list-style-type: none"> - denumirea organizației care a efectuat sondajul; - data sau intervalul de timp în care s-a desfășurat sondajul și metoda utilizată; - dimensiunea eșantionului și marja maximă de eroare; - solicitantul și sursa de finanțare a sondajului 	<p>Angajament ambiguu.</p> <p>Și radiodifuzorul, și CCA au demonstrat lipsă de atenție</p>
5.	Publika TV	<p>II (7). Sondajele de opinie vor fi prezentate în condițiile articolului 64' alin. (10) din Codul electoral. Rezultatele sondajelor de opinie cu tematică electorală vor fi însoțite de următoarele informații:</p> <ul style="list-style-type: none"> - denumirea organizației care a efectuat sondajul; - data sau intervalul de timp în care s-a desfășurat sondajul și metoda utilizată; - dimensiunea eșantionului și marja maximă de eroare; - comanditarul sondajului și sursa de finanțare; - dovada privind înștiințarea CEC despre desfășurarea sondajului de opinie cu tematică electorală. 	<p>Angajament ambiguu.</p> <p>Și radiodifuzorul, și</p>

		VII (2) Sondajele de opinii cu tematică electorală vor fi prezentate în condițiile articolului 64' alin. (10) din Codul electoral. Rezultatele sondajelor de opinie cu tematică electorală vor fi însoțite de următoarele informații: - denumirea organizației care a efectuat sondajul; - data sau intervalul de timp în care s-a desfășurat sondajul și metoda utilizată; - dimensiunea eșantionului și marja maximă de eroare; - solicitantul și sursa de finanțare a sondajului	CCA au demonstrat lipsă de atenție
6.	Jurnal TV	Postul de televiziune Jurnal Tv va: - Asigura reflectarea echitabilă, imparțială și echilibrată a alegerilor prezidențiale.	Angajament general
7.	Pro TV	Campania electorală pentru alegerile prezidențiale se va desfășura în conformitate cu Codul electoral... "PROdigital" S.R.L. va reflecta campania electorală pentru alegerile parlamentare în conformitate cu Codul electoral...	Angajament general. Și radiodifuzorul, și CCA au demonstrat lipsă de atenție.
8.	TV 7	2. (b) În perioada electorală Postul de televiziune "Tv 7" va desfășura sondajele de opinie în condițiile articolului 64' alin. (10) din Codul electoral. Rezultatele sondajelor de opinie cu tematică electorală vor fi însoțite de următoarele informații: - denumirea organizației care a efectuat sondajul; - data sau intervalul de timp în care s-a desfășurat sondajul și metoda utilizată; - dimensiunea eșantionului și marja maximă de eroare; - comanditarul sondajului și sursa de finanțare; - dovada privind înștiințarea CEC despre desfășurarea sondajului de opinie cu tematică electorală. 6. (b) Publicitatea electorală se va amplasa în emisie exclusiv în următoarele condiții: (b) prezentarea certificatului eliberat de consiliul electoral de circumscripție privind înregistrarea concurentului...	Angajament conform legislației Și radiodifuzorul, și CCA au demonstrat lipsă de atenție
9.	NTV Moldova	4. (2). La organizarea talk-show-urilor și a altor emisiuni din grila de emisie a postului "NTV Moldova" se vor asigura respectarea principiului echilibrului, imparțialității, responsabilității și pluralismului de opinii în cadrul luărilor de cuvânt.	Angajament general
10.	Realitatea TV	Campania electorală pentru alegerile Președintelui RM se va desfășura la Realitatea Tv în conformitate cu Codul electoral...	Angajament general
11.	Tv N4	În perioada de referință, Postul de televiziune "N4" va reflecta procesul electoral conducându-se de Regulamentul...(CEC – n.n.), respectînd Codul electoral...	Angajament general
12.			

Notă: mai mulți radiodifuzori se obligă, prin Declarații, să respecte Legea presei, deși aceasta nu are vreo relevanță nici pentru radiodifuzori, nici pentru presa scrisă, de rând ce art. 64 din Codul electoral conține suficiente prevederi, inclusiv pentru mass-media scrisă, ca să răspundă cerințelor p.40. din Regulamentul CEC. ("40. Publicitatea electorală și spoturile electorale distribuite în rețeaua internet, inclusiv cea plasată pe paginile web administrate de radiodifuzori, publicitatea electorală distribuită prin intermediul telefoniei mobile se asimilează publicității electorale în presa scrisă").

Constatări

În urma analizei modului în care televiziunile monitorizate au reflectat rezultatele sondajului „Președintele Republicii Moldova în viziunea cetățenilor: abordare sociologică”, prezentat public pe 15 septembrie 2016 de către ASDM, și a sondajului „Calitatea guvernării evaluată prin prisma serviciilor acordate de stat”, prezentat public pe 28 septembrie 2016 de către CBS AXA și IDIS "Viitorul".

Notă: dat fiind faptul că sondajul al doilea (CBS AXA și IDIS "Viitorul") nu este unul în totalitate electoral, nu am considerat că televiziunile monitorizate trebuiau să răspundă rigorii legale de a anunța dacă CEC a fost înștiințată despre desfășurarea sondajului de opinie cu tematică electorală.

Nr.	Tv	15 septembrie: sondaj ASDM	28 septembrie: sondaj CBS AXA / IDIS "Viitorul"
1.	Moldova 1	Primul subiect în ediția informativă. În ziua respectivă mass-media a fost preocupată și de alte teme, precum: - un copil de 5 ani a ingerat otravă pentru șobolani, - un copil a fost lovit de o mașină,	Moldova 1 comunică la mijlocul ediției despre rezultatele sondajului, dând prioritate unor teme de interes public mai mare. Subiectul pune accent pe preferințele de vot la prezidențiale, deși era de așteptat ca radiodifuzorul public să scoată în prim-plan încrederea în instituțiile statului sau îngrijorările cele mai mari

		<ul style="list-style-type: none"> - droguri vândute fără piedici la discoteci, - probleme cu creditul polonez de 100 de milioane de Euro pentru agricultură, - primul raport de monitorizare a alegerilor, prezentat de ONG-ul PromoLEX... <p>Ca relevanță și impact real, fiecare dintre temele enumerate puteau sta în fața rezultatelor sondajului. În context: corporația britanică BBC, din proprie inițiativă, și-a asumat niște reguli, între care:</p> <ul style="list-style-type: none"> - emisiunea nu trebuie să înceapă cu rezultate ale sondajelor de opinie; - BBC va evita expresii ce pot fortifica credibilitatea în rezultatele sondajelor și, de exemplu, în loc de „arată” va utiliza „presupun” datele cercetării; - să fie furnizate informații suplimentare: autorul sondajului, perioada în care a fost efectuat, eșantionul, geografia, metodologia, chestionarul etc. <p>În Olanda ziarele serioase nu publică rezultatele sondajelor de opinie pe prima pagină.</p> <p>Tv Moldova 1 încheie subiectul astfel:” Sondajul a fost efectuat în perioada 2-10 septembrie 2016 pe un eșantion de 1179 de respondenți din 77 de localități ale RM cu excetția regiunii transnistrene”. Dacă acest final îl confruntăm cu angajamentul luat prin Declarația privind politica editorială pentru campania electorală, aprobat de CCA, atunci atestăm lipsa câtorva elemente și anume:</p> <ul style="list-style-type: none"> - metoda utilizată; - dimensiunea eșantionului și marja maximă de eroare; - comanditarul sondajului și sursa de finanțare; - dovada privind înștiințarea CEC despre desfășurarea sondajului de opinie cu tematică electorală în conformitate cu art. 64' alin. (10) din Codul electoral. 	<p>ale cetățenilor. Însăși sondajul nu a fost unul electoral, având genericul ”Calitatea guvernării evaluată prin prisma serviciilor acordate de stat”.</p> <p>În rest, subiectul este prezentat cu respectarea normelor profesionale, exceptând finalul: ”Sondajul a fost realizat în perioada 14-25 septembrie, pe un eșantion de peste 1100 de persoane”. Astfel, în text nu este amintit comanditarul sondajului și sursa de finanțare, precum și marja de eroare.</p>
2.	Prime Tv	<p>Subiectul, al doilea în ediție, este anunțat astfel:”Salt impresionant în favoarea PD. Acest lucru reiese din rezultatele unui sondaj de opinie publică, prezentat astăzi de ASDM. Studiul mai arată și o scădere pronunțată pentru intențiile de vot pentru formațiunea lui Renato Usatâi și pentru partidul Demnitate și Adevăr al mafioților Țopa”. În continuare autorii subiectului vorbesc despre faptul, că ”timp de jumătate de an numărul moldovenilor care au declarat că ar vota pentru PD a crescut cu aproape o treime”. În imagine apar datele sondajului: pe primul loc PSRM (20,7%) cu o creștere de 2,8%, pe locul doi - PAS (10,4%), cu o creștere cu 2,9% și pe locul trei – PD (8,9%), cu o creștere de 2,5%. Alte rezultate, cităm: ”Partidul lui Renato Usatâi a pierdut aproape 4 puncte procentuale. Cea mai mare prăbușire, însă, a înregistrat-o Partidul Platforma DA a mafioților Țopa. Dacă acum 6 luni pentru această formațiune și-ar fi dat votul aproape 12 la sută dinte alegători, în prezent, numărul celor care ar mai susține partidul DA la alegeri, este de doar 7,7%”. Din finalul subiectului aflăm că: ” Sondajul a fost realizat în perioada 2-10 septembrie, pe un eșantion de 1.179 de persoane, din 77 de localități. Marja de eroare este de +/- trei la sută”.</p>	<p>Subiectul, al doilea în ediție, este intitulat: ”Lupu, Năstase și Sandu se duelează în sondaje”. De fapt, în sondaj, și nu ”în sondaje”, se duelează Sandu, Năstase și Lupu. Prime Tv, însă, îl scoate în prim-plan pe candidatul PDM la prezidențiale. În subiect se pune accentul pe creșterea puternică în sondaje a candidatului PDM și pe creșterea importantă a PDM, ajuns pe locul doi. Prime Tv precizează că ”Potrivit sondajului, candidatul PSRM, Igor Dodon, s-ar clasa primul în preferințele de vot, dacă duminica viitoare s-ar alege președintele. Pentru el ar vota puțin peste 23 la sută dintre alegători. Maia Sandu a scăzut cu cinci puncte procentuale, comparativ cu sondajul din aprilie al CBS-AXA, realizat la comanda IPP. În pofida eforturilor de promovare agresivă a finului de cununie al mafiotului Victor Țopa prin intermediul trustului Jurnal TV, intenția de vot pentru Andrei Năstase rămâne neschimbată. Altfel stau lucrurile în cazul liderului PDM, Marian Lupu, pentru care s-a triplat intenția de vot”. De observat că în cazul liderului PSRM Prime Tv nu amintește că intențiile de vot au crescut de la 18,5% la 23,3%, precum o face în cazul celorlalți candidați la prezidențiale. Prime Tv nu face referire la alte rezultate ale sondajului, cum ar fi, bunăoară, răspunsurile la întrebarea ”Dacă duminica viitoare ar avea loc alegeri pentru Parlamentul Republicii Moldova, pentru care partide / formațiuni politice nu veti vota în nici un caz?”, de altfel, relevante. Cei</p>

		<p>Prime Tv, în acest caz:</p> <ul style="list-style-type: none"> - a excelat în favorizarea unui partid politic, cu candidat desemnat la prezidențiale; - a neglijat principiul veridicității, prezentând rezultatele sondajului drept adevăr curat, iar acest lucru lasă loc pentru o eventuală manipulare a telespectatorilor; - a neglijat principiul imparțialității/neutralității, făcând abuz de adjective și dând aprecierii când s-a referit la subiecții sondajului; - a încălcat propriile angajamente din Declarația privind politica editorială pentru campania electorală, aprobat de CCA, când nu a prezentat, în final, date vizând - metoda utilizată; comanditarul sondajului și sursa de finanțare; dovada privind înștiințarea CEC despre desfășurarea sondajului de opinie cu tematică electorală în conformitate cu art. 64' alin. (10) din Codul electoral. <p>Prime Tv mai are un subiect la temă, în care afirmă: "Prezidenții la fotoliul de președinte din partea opoziției pierd simpatia alegătorilor, arată rezultatele unui nou studiu de opinie... În doar câteva luni Igor Dodon, Maia Sandu și Andrei Năstase au coborât în sondaje cu câteva puncte procentuale. În schimb, s-a dublat numărul celor care spun că și-ar da votul pentru liderul PDM M.Lupu. Candidatul formațiunii lui Renato Usatîi, D. Ciubașenco, însă, ar acumula doar 2,9 la sută dintre sufragii". Și-n acest subiect atestăm aceleași lacune regretabile, ca și în cel anterior.</p>	<p>mai mulți respondenți, 42,3 la sută nu ar vota penru PDM. Prime Tv nu prezintă nici câtă încredere au cetățenii în guvernare sau care-s temerile lor cele mai mari. Prin urmare, rezultatele sondajului sunt reflectate în mod selectiv și părtinitor, scoțând în relief date ce-l favorizează pe candidatul PDM la prezidențiale. Pe final aflăm că "Sondajul a fost efectuat în perioada 14-25 septembrie, pe un eșantion de 1108 persoane, cu o marjă de eroare de trei la sută".</p>
3.	Canal 2	<p>Tv Canal 2 dedică două subiecte rezultatelor sondajului. Primul este intitulat "Prezidențialele în opinia moldovenilor", iar al doilea - "PDM, salt important în intenția de vot". Subiectul al doilea, practic, este identic celui de la Prime Tv, punând accentul pe evoluția cea mai spectaculoasă a PDM, chiar dacă e pe locul trei, și pe prăbușirea cea mai mare a partidului "mafioților Țopa". Derogările admise de Canal 2 sunt aceleași ca și în cazul Prime Tv.</p>	<p>Subiectul despre rezultatele sondajului este intitulat "Lupu a crescut puternic în sondaje" și-i al 4-lea în ediție.</p>
4.	Canal 3	<p>Tv Canal 3 difuzează același subiect ca și Prime Tv și Tv Canal 2, doar că modifică titlul - "Usatîi și Năstase, în cădere liberă", și unele calificative ("Creștere puternică pentru intenția de vot în favoarea Partidului Democrat.", "scădere mare a intenției de vot pentru formațiunea lui Renato Usatîi și Partidul Demnitate și Adevăr al mafioților Țopa" etc). Sunt atestate, prin urmare, aceleași derogări, ca și-n cazul Prime Tv și Tv Canal 2.</p>	<p>Subiectul, plasat primul în ediție, este intitulat ca și la Tv Canal 2 - "Lupu a crescut puternic în sondaje". Conținutul subiectului este similar celor difuzate de Prime Tv și de Tv Canal 2.</p>
5.	Publika	<p>Publika Tv intitulează subiectul "PDM, creștere puternică în sondaje" și, de asemenea, pune accentul pe "creșterea puternică pentru intenția de vot în favoarea Partidului Democrat" și pe "scăderea mare a intenției de vot pentru formațiunea lui Renato Usatîi și față de Partidul Demnitate și Adevăr al mafioților Țopa". În final Publika Tv amintește că "Sondajul a fost realizat în perioada 2-10 septembrie, pe un eșantion de 1179 de persoane, din 77 de localități", dar uită să prezinte restul informației relevante, inclusiv marja de eroare pentru rezultate.</p>	<p>Subiectul are titlu identic cu cele difuzate de Canal 2 și Canal 3: "Lupu a crescut puternic în sondaje" . Conținutul subiectului este similar celor difuzate de Prime Tv, de Canal 2 și Canal 3.</p>
6.	Jurnal Tv	<p>N-a reflectat sondajul</p>	<p>Subiectul este plasat al treilea în ediție, purtând titlul "Năstase, în top trei la prezidențiale". Subiectul conține datele relevante despre sondaj. Titlul și primele fraze îi confer o anumită doză de părtinire.</p>
7.	Pro Tv	<p>Este primul subiect în ediție și-i intitulat "Dodon și Sandu, pe val". Titlul corespunde rezultatelor sondajului, dat fiind că indică cele mai mari șanse la prezidențiale pentru liderul PSRM și pentru lidera PAS. Subiectul</p>	<p>Subiectul, al doilea din ediție, este intitulat "Bătălie pentru locul 2". Subiectul este complex, conținând, inclusiv explicațiile lui Vi. Plahotniuc postate pe Facebook (FB) privitor la creșterea PD, informație echilibrată cu răspunsul respondenților</p>

		corespunde normelor profesionale, cu excepția finalului ("Sondajul a fost realizat de Asociația sociologilor și demografilor în perioada 2-10 septembrie, pe un eșantion de 1179 de persoane din 77 de localități. Marja de eroare este de 3 la sută"), în care nu se regăsește întreaga informație despre sondaj, cerută de legislație (metoda utilizată; comanditarul sondajului și sursa de finanțare; dovada privind înștiințarea CEC despre desfășurarea sondajului de opinie cu tematică electorală în conformitate cu art. 64 alin. (10) din Codul electoral).	referitor la ce partid nu ar vota în nici un caz la alegeri parlamentare.
8.	Tv 7	Tv 7 plasează subiectul cu rezultatele sondajului al treilea în ediție, după ce comunică despre raportul de monitorizare a procesului electoral prezentat de ONG-ul PromoLEX. Subiectul este intitulat „Primul sondaj electoral” și scoate în relief prezența la vot, scăzută, conform sondajului. Subiectul este realizat în corespundere cu normele profesionale, exceptând finalul, din care lipsesc elemente, precum: metoda utilizată; comanditarul sondajului și sursa de finanțare; dovada privind înștiințarea CEC despre desfășurarea sondajului de opinie cu tematică electorală.	Subiectul, plasat primul în ediție, este intitulat "Un nou sondaj". Ca și ProTv, Tv 7 face trimitere la opinia vicepreședintelui PDM VI. Plahotniuc, de pe FB, ca reacție la sondaj. Spre deosebire de ProTv, însă, autorul subiectului spune: "Cealți candidați vizați nu au răspuns la telefon pentru a comenta datele". Este o frază de serviciu, cu încărcătură speculativă, pe motiv că veridicitatea enunțului nu poate fi verificată.
9.	NTV	Este primul subiect din ediție și-i intitulat: "Igor Dodon, tot mai popular în sondaje". Să observăm în titlu pluralul "sondaje", deși motiv pentru subiect a fost un singur sondaj. Autorul subiectului afirmă că "Diferența dintre scorul înregistrat în sondaje dintre Igor Dodon și următorii clasați crește rapid", dar nu prezintă dovezi nici pentru a confirma enunțul din titlu, nici pentru a demonstra "creșterea rapidă". Final: Studiul sociologic a fost realizat de către ASDM în perioada 2-10 septembrie 2016, pe un eșantion de 1179 de oameni din 77 de localități. Studiul reprezintă o parte componentă a proiectului internațional "Instituția referendumului în Republica Moldova și alegerile prezidențiale din 30 octombrie 2016". Marja de eroare este de trei la sută". Pe site-ul NTV găsim un alt subiect cu referire la datele sondajului, intitulat "PSRM, votat masiv la alegerile parlamentare anticipate". NTV, în acest caz: <ul style="list-style-type: none"> - a excelat în favorizarea unui candidat desemnat la prezidențiale și a unui partid politic; - a neglijat principiul veridicității, prezentând eronat rezultatele sondajului, astfel, lăsând loc pentru manipularea telespectatorilor; - a neglijat principiul imparțialității/neutralității, făcând abuz de adjective; - a încălcat propriile angajamente din Declarația privind politica editorială pentru campania electorală, aprobat de CCA, când nu a prezentat, în final, date vizând metoda utilizată și dovada privind înștiințarea CEC despre desfășurarea sondajului de opinie cu tematică electorală. 	Titlul subiectului este "Dodon, lider în cursa prezidențială" și corespunde rezultatelor sondajului. Deși se referă și la alți candidați la prezidențiale, autorul subiectului demonstrează părtinire vădită față de un singur candidat și față de un singur partid. Exemplu: "Candidatul Partidului Socialiștilor pentru funcția de președinte al țării se distanțează rapid și evident față de contracandidații săi, iar încrederea cetățenilor în Igor Dodon crește pe măsură ce ziua scrutinului se apropie". Din prezentarea publică a rezultatelor sondajului, unul complex, este selectat următorul crâmpeu: "Este evident că domnul Dodon are certe șanse sau este un favorit cert al trecerii în turul doi, atunci al doilea candidat care ar merge în turul doi nu prea este clar. Avem acești trei candidați cu șanse relativ egale", a declarat Ion Tăbărbă, expert IDIS "Viitorul". Atestăm, prin urmare, aceeași atitudine favorizantă față de candidatul PSRM la prezidențiale și față de PSRM, ca și în cazul anterior.
10.	Realitatea	Subiectul este intitulat "SONDAJ! Favoriții la alegerile prezidențiale nu se schimbă: Igor Dodon și Maia Sandu rămân în top", și-i scris în conformitate cu normele profesionale, exceptând finalul, din care lipsesc elemente, precum: marja de eroare comanditarul și sursa de finanțare, dovada privind înștiințarea CEC despre desfășurarea sondajului de opinie cu tematică electorală.	Subiectul este intitulat " SONDAJ: Igor Dodon, favoritul la prezidențiale. Maia Sandu, Andrei Năstase și Marian Lupu, la diferență de 0,5%", și-i scris în conformitate cu normele profesionale
11.	N 4	Subiectul cu titlul – "Dodon și Sandu, în turul II", corespunde rezultatelor sondajului și-i realizat în conformitate cu normele profesionale. Finalul subiectului: "Sondajul a fost efectuat de ASDM din propriile resurse financiare, în perioada 2-10 septembrie, pe un eșantion de 1.179 de	Subiectul cu titlul – "Dodon, Sandu și Năstase, pe podium", corespunde rezultatelor sondajului și-i realizat în conformitate cu normele profesionale.

		respondenți din 77 localități, exclusiv regiunea transnistreană, cu o eroare de +- 3%, iar CEC nu a fost notificată de către asociație despre desfășurarea acestui sondaj, așa cum prevede legislația națională în perioada electorală”. Finalul corespunde rigorilor legislației în vigoare și angajamentelor televiziunii în alegerile prezidențiale.	
12.			

Concluzii:

- Toate televiziunile monitorizate, prin Declarațiile depuse la CCA și aprobate de către acesta, s-au angajat să reflecte alegerile prezidențiale din 30 octombrie 2016, inclusiv prin prezentarea rezultatelor sondajelor electorale, în conformitate cu legislația în vigoare.
- Tv Moldova 1, Jurnal Tv, TV 7, NTV Moldova, în Declarații, se obligă să respecte și Legea presei, deși aceasta nu are nicio relevanță, iar CCA nu a avut reacție.
- Prime TV, Canal 2, Canal 3, Publika TV, Pro TV și Tv 7, în Declarații, au admis inexactități, ușor de eliminat, dar faptul scoate în vileag o atitudine formală atât a respectivilor radiodifuzori, cât și a autorității de reglementare a domeniului.
- Deși toate televiziunile monitorizate au site-uri, cu excepția câtorva (Tv Moldova 1, Pro TV, Realitatea TV), în Declarații, nu au prezentat angajamente, fapt ce ar putea conduce la abuzuri.
- Nici o televiziune, cu excepția Tv N4, nu a reflectat rezultatele primului sondaj electoral (ASDM) în conformitate cu legislația în vigoare și cu propriile angajamente. Până la momentul lansării publice a prezentului studiu de caz sunt lipsă reacția CCA și a CEC asupra acestui fapt.
- Modul în care Tv Moldova 1 a reflectat rezultatele sondajelor nu poate fi calificat drept unul de referință, lucru așteptat din partea unui radiodifuzor public în raport cu televiziunile private.
- Prime TV, Canal 2, Canal 3 și Publika TV, prin tonalitatea exaltată și prin limbajul adjectivat, au prezentat rezultatele sondajelor cu grave derogări de la normele profesionale, favorizând vădit candidatul la prezidențiale din partea PDM și PDM, și defavorizând vădit contracandidații din partea PPDA și PAS. Autorii și prezentatorii subiectelor au demonstrat, mai degrabă, calități de propagandiști de partid, decât de jurnaliști.
- NTV Moldova a prezentat rezultatele sondajelor într-o manieră, prin care a favorizat candidatul PSRM la prezidențiale și PSRM.
- Jurnal Tv, în prezentarea rezultatelor sondajului făcute publice pe 28 septembrie, a favorizat, într-o măsură oarecare, liderul PPDA.
- Tv Moldova 1, Pro Tv, Tv 7, Realitatea Tv, Tv N4 au reflectat rezultatele celor două sondaje, într-o măsură mai mare ori mai mică, neutru și echilibrat.

Recomandări:

Pentru CEC: să monitorizeze cu toată atenția procesul electoral, inclusiv pe segmentul mass-media, și să reacționeze prompt și eficient în cazurile, în care constată derogări de la cadrul normativ, parte a căruia este și Regulamentul privind reflectarea campaniei electorale la alegerile prezidențiale din 30 octombrie 2016 în mijloacele de informare în masă din Republica Moldova, aprobat prin propria-i decizie.

Pentru CCA: să-și schimbe atitudinea față de conținutul Declarațiilor privind politica editorială pentru campania electorală, prezentate de către radiodifuzori; să aprobe Declarațiile fără a admite derogări de la legislație; să supravegheze onorarea angajamentelor asumate de către radiodifuzori și, la necesitate, să reacționeze adecvat.

Pentru radiodifuzorii monitorizați:

- Tv Moldova 1 să reflecte procesul electoral, inclusiv rezultatele eventualelor sondaje electorale, într-un mod în care să-i confirme și să-i fortifice calitate de radiodifuzor public.
- Prime TV, Canal 2, Canal 3, Publika TV, NTV Moldova, și, parțial, Jurnal Tv, să reflecte rezultatele eventualelor sondaje electorale cu respectarea rigorilor legislației în vigoare, a propriilor angajamente și a normelor profesionale, pentru a evita manipularea electoratului.
- Tv Moldova 1, Pro TV, TV 7, Realitatea TV, Tv N4 să mențină aceeași modalitate de prezentare a rezultatelor eventualelor sondaje electorale, dar cu oferirea informației depline despre sondaje.

