

# Monitorizarea mass-media în campania electorală pentru alegerile parlamentare 2014

Raport nr. 1  
1 – 17 octombrie 2014<sup>1</sup>

## **I. Date generale**

**1.1 Obiectivul proiectului:** monitorizarea și informarea opiniei publice privind comportamentul editorial al instituțiilor mass-media în perioada electorală pentru alegerile parlamentare din Republica Moldova.

**1.2 Perioada de monitorizare:** 1 octombrie 2014 – 30 noiembrie 2014.

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

Instituțiile mass-media au fost selectate în baza următoarelor criterii obiective: a) forma de proprietate; b) geografie; c) limba de difuzare. Astfel, sunt monitorizate instituții mass-media publice și private, cu acoperire națională, cvasi-națională și regională, în limba română și în limba rusă.

### **1.4 Mass-media monitorizate<sup>1</sup>:**

#### **TV**

Accent TV, Canal 2, Canal 3, Canal Regional, GRT, Jurnal TV, Moldova 1, N4, Prime TV, ProTV Chișinău, TV7, Publika TV

#### **Radio**

Radio Moldova, Radio Noroc, Radio Plai, Russkoie Radio, Vocea Basarabiei

#### **Presa scrisă**

Jurnal de Chișinău, Komsomolskaia pravda v Moldove, Moldova Suverană, Nezavisimaia Moldova, Panorama, Timpul, Vesti Gagauzii, Ziarul Național

#### **Portaluri online**

Deschide.md, Jurnal.md, Moldova24.info, Moldova.org, Newsmaker.md, Noi.md, Omg.md, Politik.md, Realitatea.md, Unimedia.info

### **1.5 Obiectul monitorizării**

#### **TV**

- A. Știrile cu caracter electoral din principala ediție informativă a zilei;
- B. Emisiunile cu caracter electoral (câte una la fiecare TV);
- C. Publicitatea electorală cu plată;
- D. Dezbaterile electorale.

#### **Radio**

Toate buletinele de știri, emisiunile de dezbateri și publicitatea din prime-time. Intervalul monitorizării: de la 6.00 până la 13.00 și de la 17.00 până la 20.00, zilnic.

#### **Presa scrisă**

Întreg conținutul editorial al publicațiilor periodice monitorizate, inclusiv publicitatea.

#### **Portaluri online**

Întreg conținutul editorial al site-urilor, inclusiv publicitatea. În cazul plasării pe site a unor materiale video, acestea sunt doar menționate, fără a fi monitorizat conținutul lor.

---

<sup>1</sup> În ordine alfabetică

## 1.6. Echipa

Proiectul este realizat în cadrul Coaliției pentru Alegeri Libere și Corecte de Asociația Presei Electronice (monitorizare TV), Asociația Presei Independente (monitorizare presă scrisă și presă online), Centrul pentru Jurnalism Independent (monitorizare radio și presă online).

## 2. Cadrul metodologic

Analiza de conținut a instituțiilor mediatice s-a făcut în baza unor indicatori care permit cuantificarea și calificarea știrilor/emisiunilor cu caracter electoral, a prezenței protagoniștilor de diferite categorii, a respectării normelor profesionale de către jurnaliști.

### *Categorii de protagoniști:*

- Funcționari de stat;
- Politicieni;
- Experți;
- Cetățeni de rând;
- Alții.

### *Categorii de instituții:*

- Președinția;
- Parlamentul;
- Guvernul;
- Administrația publică locală;
- Partidele politice.

### *Analiza cantitativă:*

- Frecvența aparițiilor actorilor politici: a) intervenții directe; b) mențiuni/apariții;
- Durata aparițiilor actorilor politici: a) intervenții directe; b) mențiuni/apariții;
- Numărul știrilor/emisiunilor cu caracter electoral;
- Numărul știrilor conflictuale cu caracter electoral;
- Numărul protagoniștilor în știrile/emisiunile cu caracter electoral;
- Paritatea sexelor în rândul protagoniștilor.

### *Analiza calitativă:*

- Contextul prezentării actorilor politici în știri : a) pozitiv; b) negativ; c) neutru.
- Atitudinea jurnalistului față de actorii politici în emisiuni: a) favorizantă b) defavorizantă, b) imparțială;
- Numărul surselor în știrile conflictuale: a) o sursă; b) două și mai multe surse;
- Respectarea principiului imparțialității în știri: a) părtinire; b) nepărtinire.

## 3. Concluzii generale 1-17 octombrie 2014

- În perioada 1-17 octombrie 2014 cele 12 televiziuni monitorizate au difuzat în principalele ediții informative între 27 și 83 de știri cu referire la desfășurarea procesului electoral. Din numărul total de știri electorale, 27,3% au avut caracter conflictual. Cinci televiziuni (Accent TV, N4, Canal2, Jurnal TV, Canal3) au admis derogări vizibile, inclusiv două (Accent TV și N4) – derogări grave de la norma profesională de a reflecta știrile conflictuale în temeiul mai multor surse de informație.

- Două televiziuni (Moldova 1, GRT) au respectat în totalitate principiul imparțialității în știri; trei (Canal Regional, TV7, Publika TV) - au admis derogări minore (între 1% și 7%); trei (N4, Prime TV, Pro TV) – derogări de gravitate medie (între 13% și 21%); patru (Canal 3, Canal 2, Accent TV, Jurnal TV) – derogări grave (între 30% și 44%).

- În știrile electorale de la toate tipurile de media monitorizate, femeile au fost subreprezentate.
- În știrile electorale de la TV au fost vizate 24 de partide și formațiuni politice, iar cel mai des – PDM, urmat, la distanță, de PLDM și PCRM.
- Din 141 de politicieni, mediatizați de televiziunile monitorizate, în top 10 pe primele două poziții se situează liderul PDM, M.Lupu și liderul PLDM, V.Filat.
- În cadrul celor 53 de emisiuni TV cu caracter electoral, 33 de persoane au avut intervenții directe, fiind invitate în platou. În cazul Publika TV, din 10 invitați la emisiunea Fabrika, 9 au fost parte a echipei PDM;
- În mare, moderatorii emisiunilor au avut o atitudine imparțială față de protagoniști. Totuși, semnalăm 8 cazuri de favorizare și 18 de defavorizare a protagoniștilor;
- În perioada 1-17 octombrie, cele cinci posturi de radio monitorizate au difuzat în total 315 materiale cu caracter electoral direct sau indirect. Marea majoritate dintre acestea au fost știri – 274, inclusiv 9 cu caracter conflictual, dar au fost difuzate și 41 de materiale de educație electorală. Cele mai active la reflectarea subiectelor electorale au fost radiodifuzorul public Radio Moldova, Russkoe Radio și Vocea Basarabiei. Cele mai puține știri electorale au fost difuzate de postul de radio cu acoperire națională Noroc;
- În majoritatea știrilor de la Radio Moldova și Vocea Basarabiei a fost asigurat pluralismul de opinie și diversitatea de surse, materialele de la Vocea Basarabiei evidențiind-se prin prezenta cetățenilor și experților ca surse majoritare. Radio Noroc, Radio Plai și Russkoe Radio au avut carențe la acest capitol, recurgând preponderent la politicieni și funcționari de stat în calitate de surse;
- În topul celor mai mediatizați protagoniști la cele 5 posturi de radio se numără reprezentanții PDM și PLDM, care au avut cele mai multe intervenții și mențiuni în context pozitiv și neutru. Bazat pe frecvența și contextul apariției acestora în știri constatăm o ușoară tendință de favorizare a PDM și PLDM la Radio Moldova, și favorizarea masivă a PLDM la Vocea Basarabiei. Postul de radio Plai a favorizat PDM prin numărul mare de mențiuni, preponderent în context pozitiv;
- Marea majoritate a posturilor de radio monitorizate au avut probleme la capitolul echilibrului știrilor controversate.
- În perioada 1-17 octombrie 2014, cele opt ziare monitorizate au publicat în total 203 articole de diferite genuri jurnalistice. Cele mai multe materiale jurnalistice la aceste teme a publicat *Nezavisimaia Moldova*, urmat de *Panorama* și *Timpul*;
- Ziarele care au abordat subiecte conflictuale cu caracter electoral în diferite genuri de articole nu au reușit să asigure prezentarea tuturor părților relevante pentru conflictul mediatizat sau opinia părții acuzate, în special, fiind vorba de editoriale sau alte articole de opinie. *Nezavisimaia Moldova* este ziarul care nu a prezentat opinia părții acuzate în nici unul din materialele jurnalistice conflictuale;
- Nici unul din ziarele monitorizate nu a asigurat cel puțin o aparentă egalitate de gen a surselor de informație, iar publicațiile *Moldova Suverană* și *Jurnal de Chișinău* au avut ca surse de informație în textele care vizează direct sau indirect campania electorală doar bărbați;
- Ziarele mediatizează campania selectiv, prezentând concurenții electorali prin prisma simpatiiilor/antipatiiilor sale politice. Astfel, *Nezavisimaia Moldova* favorizează direct sau preferă să prezinte în special în context pozitiv PCRM, *Panorama* și *Vesti Gagauzii* – PSRM și PPP (Renato Usatii), *Moldova Suverană* și *Ziarul Național* – PLDM, *Timpul* – PDM, *Komsomolskaia pravda v Moldove* – PPP (Renato Usatii), *Jurnal de Chișinău* – PLR.
- Portalul Newsmaker.md este unicul care a reflectat toate subiectele electorale corect și fără a favoriza vreunul dintre concurenții electorali.
- Portalul Moldova24.info s-a remarcat printr-un partizanat evident în favoarea Partidului Politic „Patria” și a lui Renato Usatii. Acest concurent electoral a fost mediatizat masiv în materiale scrise, dar și video, preponderent în context pozitiv.

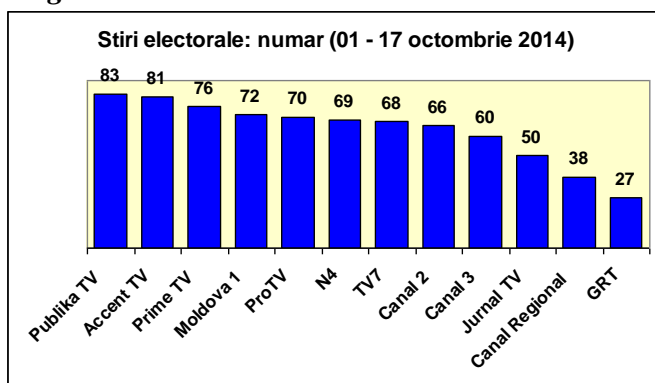
- Majoritatea portalurilor au avut carențe în sensul respectării principiilor profesionale ce țin de asigurarea pluralismului și echilibrului surselor, dar și de imparțialitate și obiectivitate. Cele mai multe probleme de acest gen au fost atestate la Moldova24.info.
- Portalul Jurnal.md defavorizează Partidul Democrat, acest actor politic fiind prezentat aproape în toate cazurile în context negativ. Preponderent în context negativ au fost prezentați Partidul Comuniștilor și Partidul Liberal Democrat, dar și Partidul „Patria” și Renato Usatfi.
- Portalul Omg.md defavorizează PDM și PLDM. PCRM a fost prezentat preponderent în context neutru, iar Partidul „Patria” și Renato Usatfi a apărut de cele mai multe ori în context pozitiv și/sau neutru.

## II. Rezultatele monitorizării televiziunilor

### 2.1. Știri electorale

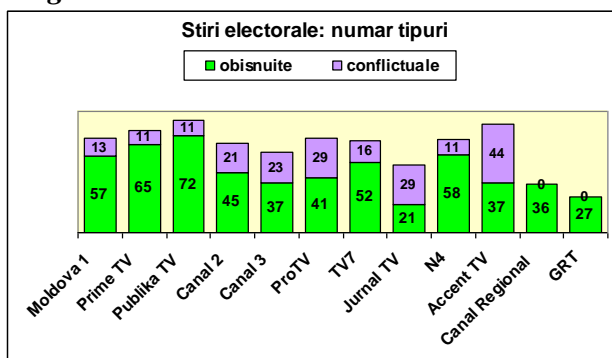
În perioada 1-17 octombrie 2014 au fost monitorizate 760 de știri care au vizat diverse aspecte ale procesului electoral, difuzate în principalele ediții informative ale celor 12 televiziuni (Diagrama 1). Cele mai multe știri electorale au difuzat Publika Tv și Accent Tv – 83 și, respectiv, 81; cele mai puține – televiziunea publică din Gagauz-Yeri și Canal Regional – 27 și, respectiv, 38. Numărul știrilor electorale la celelalte televiziuni a oscilat între 76, la Prime Tv, și 50, la Jurnal Tv.

**Diagrama 1**



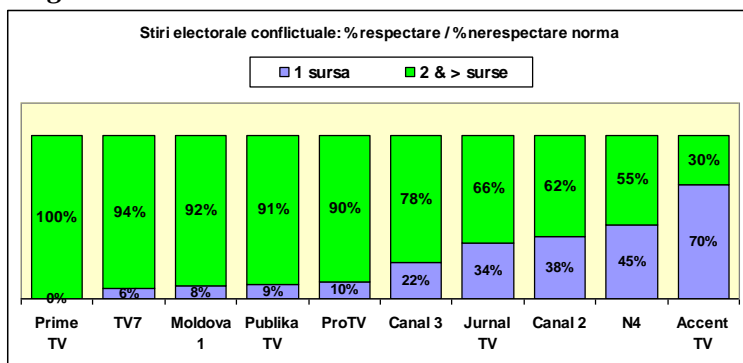
Cumulat, știrile electorale obișnuite de la televiziunile monitorizate au constituit un număr de 2,6 ori mai mare decât cel al știrilor cu caracter conflictual (552 / 208). În cazul Accent Tv și Jurnal Tv numărul știrilor electorale cu caracter conflictual l-a depășit pe cel al știrilor obișnuite (Diagrama 2). În principalele ediții informative ale altor două televiziuni – cea de la Comrat și Canal Regional, nu au fost incluse știri electorale conflictuale. Cota acestora a fost insignifiantă la Publika Tv, Prime Tv, N 4, Tv 7 și Tv Moldova 1.

**Diagrama 2**



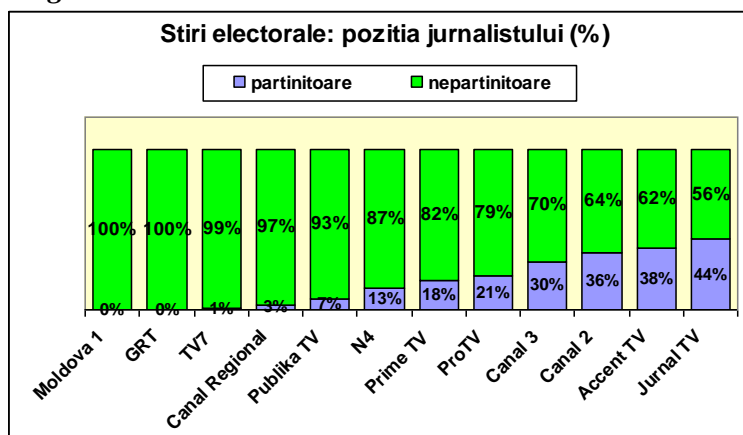
O singură televiziune dintre cele monitorizate – Prime Tv, a realizat toate știrile, deși puține numeric, în temeiul a două și mai multor surse de informație (Diagrama 3). Tv 7, Moldova 1 și Publika Tv, au admis câte o derogare de la normă, iar ProTv - trei. În acest context, cel mai des au ignorat rigorile jurnalistice Accent Tv – în 70% din cazuri, și N 4 – în 45%.

**Diagrama 3**



Alt principiu jurnalistice – cel al imparțialității în știri, a fost respectat în totalitate de două televiziuni, cele publice – Moldova 1 și Tv din Gagauz Yeri. Trei televiziuni – Tv 7, Canal Regional și Publika Tv, s-au apropiat cel mai mult de acest obiectiv. Celelalte televiziuni, în măsură mai mare ori mai mică, au admis derogări, iar cel mai des – Jurnal Tv, Accent Tv, Canal 2 și Canal 3 – între 44% și 30% din cazuri (Diagrama 4).

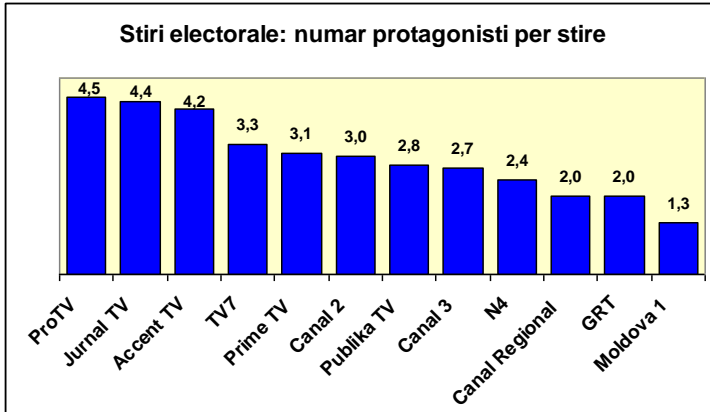
**Diagrama 4**



În știrile electorale difuzate de televiziunile monitorizate în perioada de referință s-au regăsit în total 2626 de protagoniști, inclusiv 2424 – făcând parte din patru categorii: funcționari de stat, politicieni, experți și cetățeni de rând.

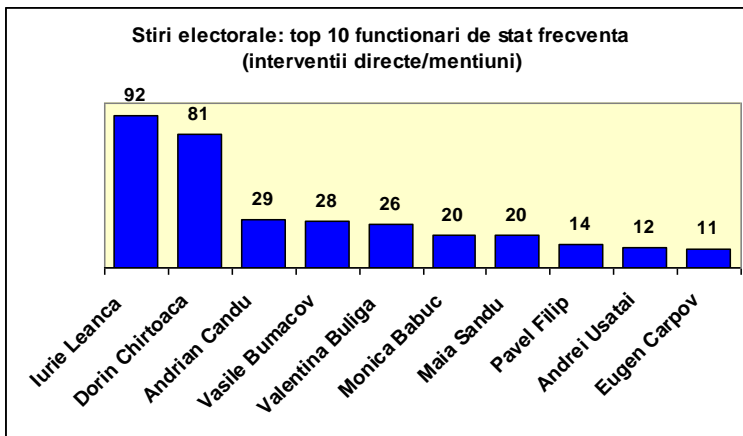
Pro Tv, Jurnal Tv și Accent Tv au înregistrat cei mai mulți protagoniști în medie într-o știre – între 4,2 și 4,5. Cel mai mic număr de protagoniști per știre a fost atestat la televiziunea publică – 1,3. Respectivul indicator la celelalte televiziuni variază între 2,0 și 3,3 (Diagrama 5).

**Diagrama 5**



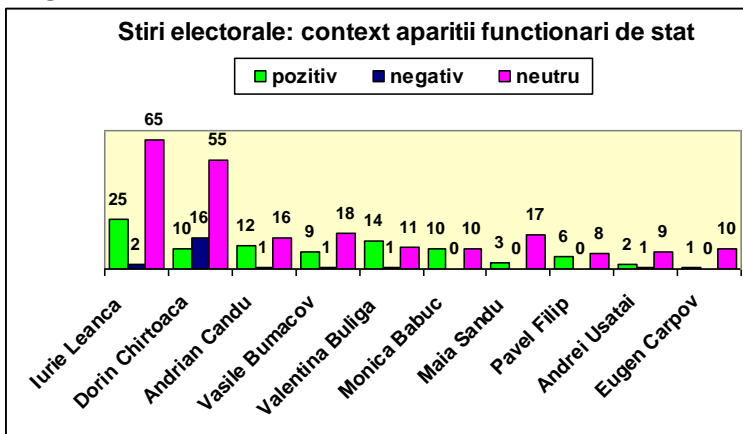
În perioada de referință în știrile electorale de la televiziunile monitorizate au fost mediatizați 26 de funcționari de stat. Aceștia fie că au avut intervenții directe, fie că au fost menționați. Un top 10 al frecvenței apariției funcționarilor de stat în știrile electorale este prezentat în Diagrama 6. Astfel, ocupanții primelor două poziții, ca număr de apariții (173), depășesc numărul de apariții a următorilor opt clasași, luați împreună (160)

**Diagrama 6**



În majoritatea cazurilor funcționarii de stat au fost prezentați în știri electorale în context neutru (Diagrama 7). Parte dintre funcționari, însă, au fost prezentați atât în context pozitiv, cât și negativ. Cel mai des în context pozitiv au apărut Iurie Leanca, Valentina Buliga și Andrian Candu. În context negativ cel mai des a fost prezentat Dorin Chirtoacă.

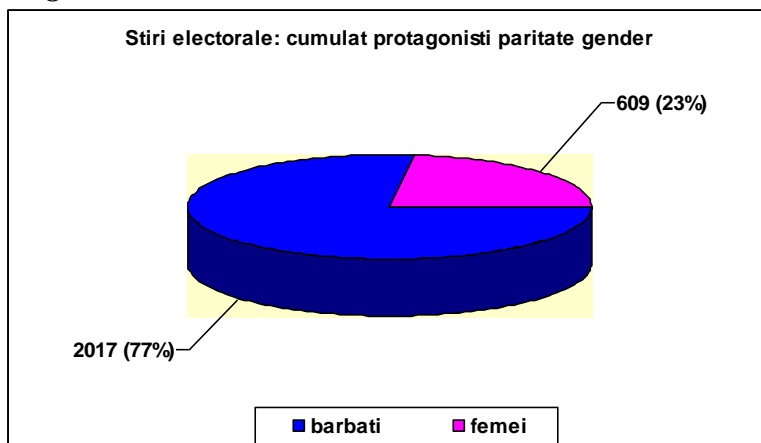
**Diagrama 7**



Nici una dintre televiziunile monitorizate nu s-a preocupat de paritatea gender în știrile electorale, deși cel mai mult s-a apropiat de acest deziderat Canal Regional.

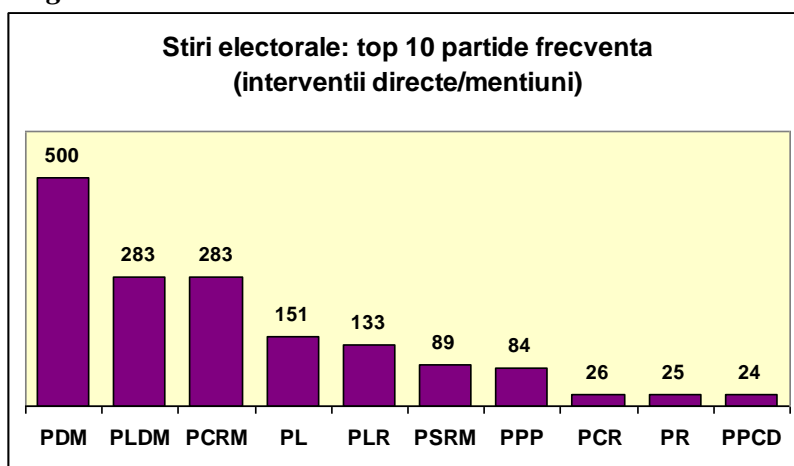
Cumulat, în știrile electorale de la televiziunile monitorizate cota bărbaților constituie mai mult de trei sferturi din numărul total de protagoniști (Diagrama 8)

**Diagrama 8**



În știrile electorale de la televiziunile monitorizate au fost mediatizate 24 de partide și formațiuni politice. Cea mai mare vizibilitate, cumulat, a avut-o Partidul Democrat, atât prin intervenții directe ale reprezentanților lui, cât și prin mențiuni, urmat de Partidul Liberal-Democrat și de Partidul Comuniștilor (Diagrama 9). Aceste 3 partide, ca frecvență în știri electorale, depășesc de două ori frecvența aparițiilor celorlalte șapte formațiuni din top, luate împreună (1066 de ori și 532 de ori). PL, PLR și PSRM este urmat de PPP (Partidul Politic "Patria"). Încheie topul PCR (Partidul Comunist Reformator), PR (Partidul "Renaștere") și PPCD.

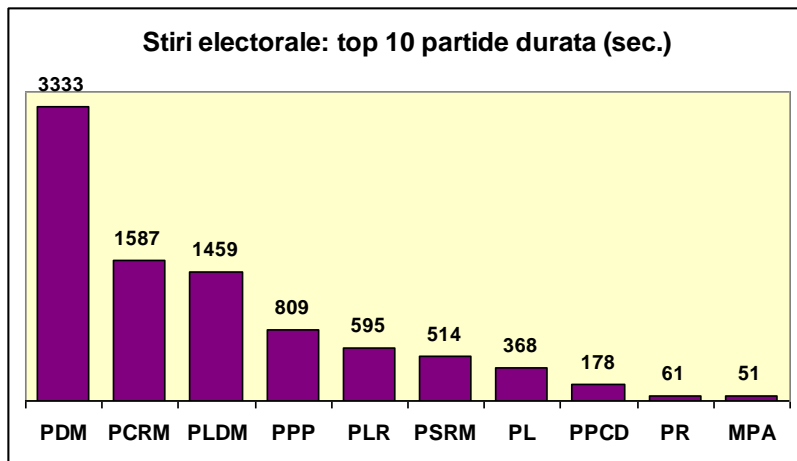
**Diagrama 9**



Ca durată (intervenții directe ale reprezentanților partidelor) PDM, PLR și PSRM rămân pe aceleași poziții (prima a 5-a și a 6-a), în rest – tabloul se schimbă. PPP (Partidul Politic "Patria") trece pe poziția a 4-a; PL – pe a 7-a, iar PPCD – pe a 8-a; nu se regăsește în top PCR (Partidul Comunist Reformator), în schimb apare MPA (Mișcarea Populară Antimafie) (Diagrama 10). Durata aparițiilor în știri electorale a reprezentanților primelor trei partide din top depășește de 2,5 ori durata cumulată a celorlalte partide (6379 de sec. și 2576 de sec.).

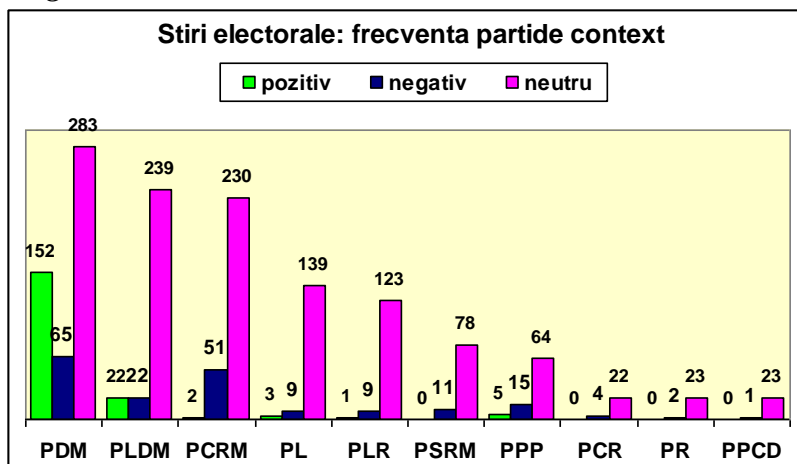


**Diagrama 10**



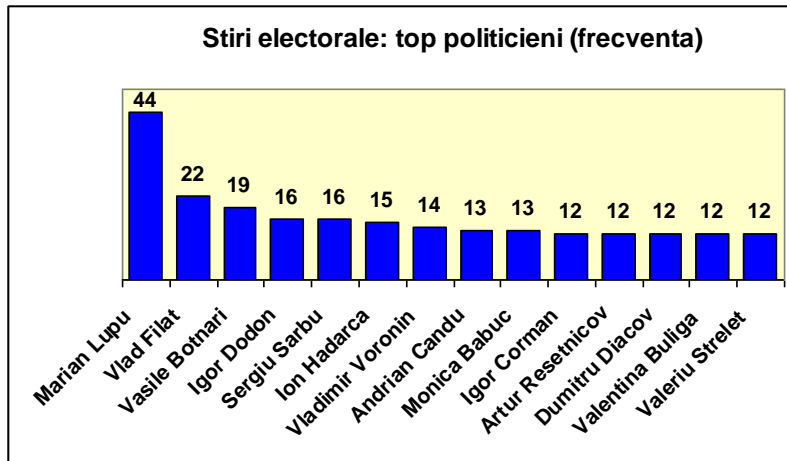
În majoritatea cazurilor partidele au apărut în știri electorale în context neutru (Diagrama 11). PDM, în 152 de rânduri a fost plasat în context pozitiv, iar în 65 de rânduri în context negativ. PLDM de 22 de ori a apărut în context pozitiv și tot de atâtea ori - în context negativ. În context negativ au mai apărut PCRM – de 51 de ori, PPP – de 15 ori, PSRM - de 11 ori, PL și PLR – de câte 9 ori. Toate partidele din top au apărut în context negativ, cel puțin, o dată. PSRM, PCR, PR și PPCD n-au apărut în context pozitiv.

**Diagrama 11**



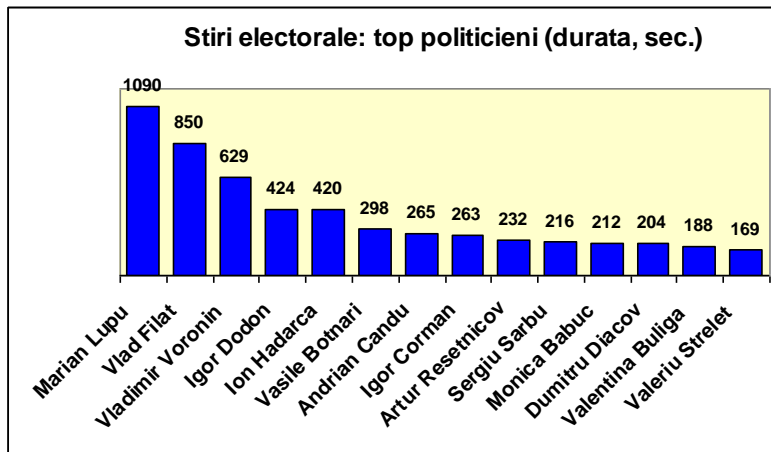
Televiziunile monitorizate au mediatizat în știrile electorale în perioada de referință 141 de politicieni. Dintre ei, cei care au avut, cumulativ, 12 intervenții directe și mai mult, sunt prezentați în Diagrama 12. Prima poziție, de departe, este ocupată de liderul PDM Marian Lupu. Poziția a doua este deținută de liderul PLDM Vlad Filat. În top, cu frecvență comparabilă, se mai regăsesc liderul PSRM Igor Dodon, liderul PLR Ion Hadârcă și liderul PCRM Vladimir Voronin; președintele Parlamentului, un vicepremier și 3 miniștri (toți reprezentând PDM). Din respectivul top al politicienilor (14) 8 reprezintă PDM, iar câte 2 – PLDM și PCRM.

**Diagrama 12**



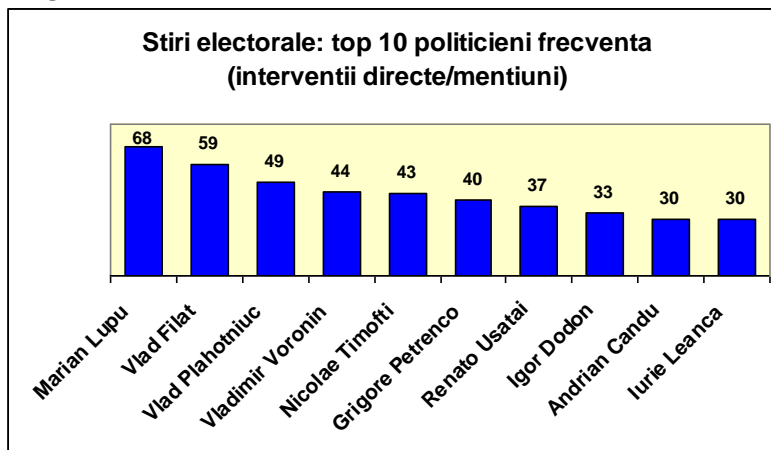
Ca durată a intervențiilor directe primele 5 poziții din top sunt ocupate de lideri de partid, întâietatea revenind, din nou, președintelui PDM, Marian Lupu (Diagrama 13).

**Diagrama 13**



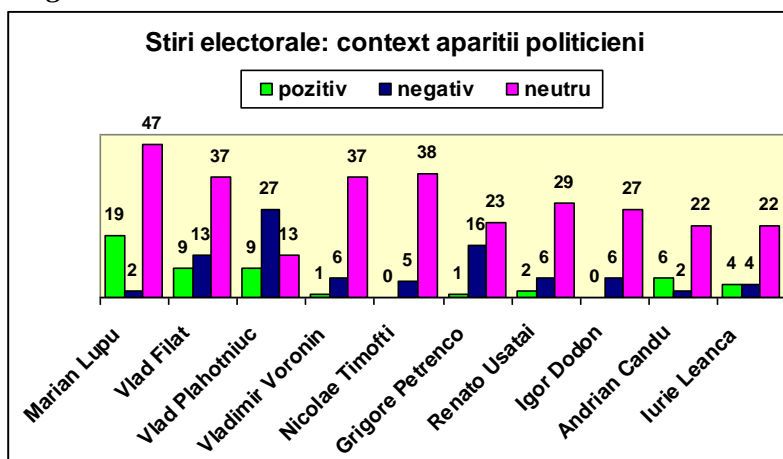
Cumulat, top 10 al politicienilor cu cea mai mare vizibilitate (intervenții directe plus mențiuni) în știrile electorale este prezentat în Diagrama 14. Liderii PDM și PLDM rămân pe primele poziții, ca și în topul precedent (doar intervenții directe), dar apar nume noi: Vlad Plahotniuc, Nicolae Timofti, Grigore Petrenco, Renato Usatâi, Iurie Leancă.

**Diagrama 14**



9 din 10 politicieni din top (excepție V.Plahotniuc) apar în știri electorale cel mai des în context neutru (Diagrama 15). Toți politicienii din top apar în context negativ, iar cel mai des – V.Plahotniuc, în 27 de rânduri; Grigore Petrenco, în 16 rânduri și Vlad Filat, în 13 rânduri. În context pozitiv cel mai des a fost plasat M.Lupu, de 19 ori; V. Filat și V. Plahotniuc, de câte 9 ori. Președintele țării și liderul PSRM nu apar în context pozitiv în știrile electorale de la televiziunile monitorizate.

**Diagrama 15**



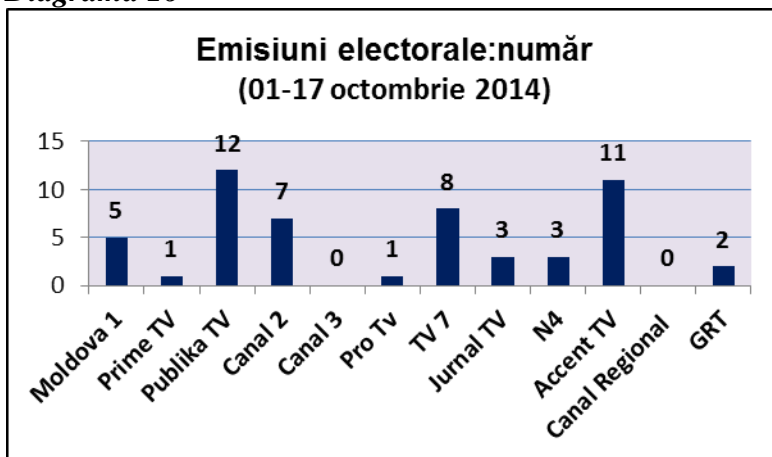
**Concluzii:**

- În perioada 1-17 octombrie 2014 cele 12 televiziuni monitorizate au difuzat în principalele ediții informative între 27 și 83 de știri cu referire la desfășurarea procesului electoral.
- Din numărul total de știri electorale, 27,3% au avut caracter conflictual.
- Cinci televiziuni au admis derogări vizibile (inclusiv două – derogări grave) de la norma profesională de a scrie știrile conflictuale în temeiul mai multor surse de informație.
- Două televiziuni au respectat în totalitate principiul imparțialității în știri; trei - au admis derogări minore (între 1% și 7%); trei – derogări de gravitate medie (între 13% și 21%); patru – derogări grave (între 30% și 44%).
- Cu excepția Tv Moldova 1, televiziunile au apelat în știri electorale la un număr suficient de protagoniști – între 2 și 4,5 per știre.
- În știrile electorale, în majoritatea cazurilor, au prevalat categoriile de protagoniști *politicieni* și *funcționari de stat*. Televiziunile, în mod neîndreptățit, au apelat cel mai rar la categoria *experți*.
- În majoritatea cazurilor protagoniștii au apărut în știri electorale în context neutru.
- În știrile electorale, femeile au fost subreprezentate: 73% protagoniști bărbați; 23% - femei.
- În știrile electorale au fost mediatizați 26 de funcționari de stat, cea mai mare vizibilitate având-o prim-ministrul și primarul general al municipiului Chișinău.
- Dintre actorii instituționalizați cea mai mare vizibilitate în știri electorale au avut-o *partidele*.
- În știrile electorale au fost vizate 24 de partide și formațiuni politice, iar cel mai des – PDM, urmat, la distanță, de PLDM și PCRM.
- Partidele apar în știri electorale cel mai des în context neutru.
- Din 141 de politicieni, mediatizați de televiziunile monitorizate, în top 10 pe primele două poziții se situează liderul PDM, M.Lupu și liderul PLDM, V.Filat.
- Cu o excepție, politicienii din top 10 au apărut în știri electorale de cele mai dese ori în context neutru.

## 2.2. Emisiuni cu caracter electoral

În perioada 1-17 octombrie 2014, 10 din 12 posturi tv monitorizate au difuzat împreună 53 de emisiuni cu caracter electoral. Cumulat, acestea au avut o durată de peste 50 de ore. Cele mai multe emisiuni de acest fel au fost difuzate de **Publika TV** (12), iar cele mai puține – de **Prime TV** și **ProTV Chișinău** (câte o emisiune). **Canal 3** și **Canal Regional** nu au pus pe post nicio emisiune cu caracter electoral în perioada monitorizată (Diagrama 16).

Diagrama 16



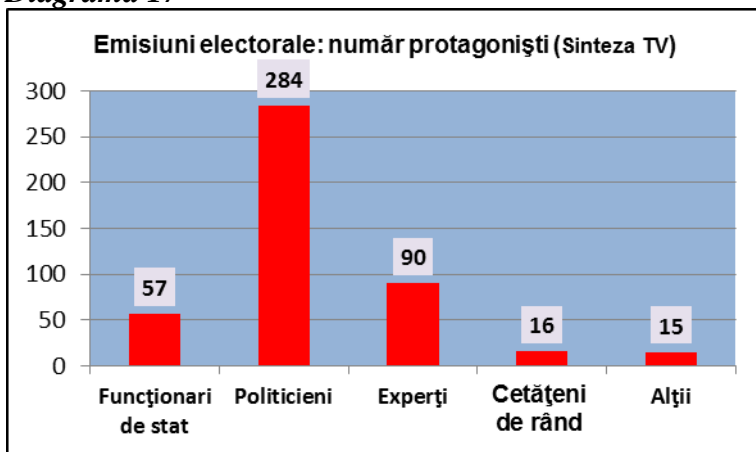
Ca durată, emisiunile de la **Publika TV** le depășesc pe toate celelalte, dat fiind numărul mai mare de emisiuni (Tabelul 1).

Tabelul 1

Postul TV	Titlul emisiunii	Durata (ore/min/sec)
Moldova 1	Moldova în direct	4:35:06
Prime TV	Replica	0:49:05
Publika TV	Fabrika	13:17:54
Canal 2	Tema zilei	5:07:26
Pro TV Chișinău	În Profunzime	1:06:19
TV7	Politica	9:08:14
Jurnal TV	Cabinetul din umbră	4:34:00
N4	Puterea a patra	2:58:00
Accent TV	1-1	7:06:29
GRT	Лицом к региону	1:31:00
<b>Total</b>		<b>50:13:33</b>

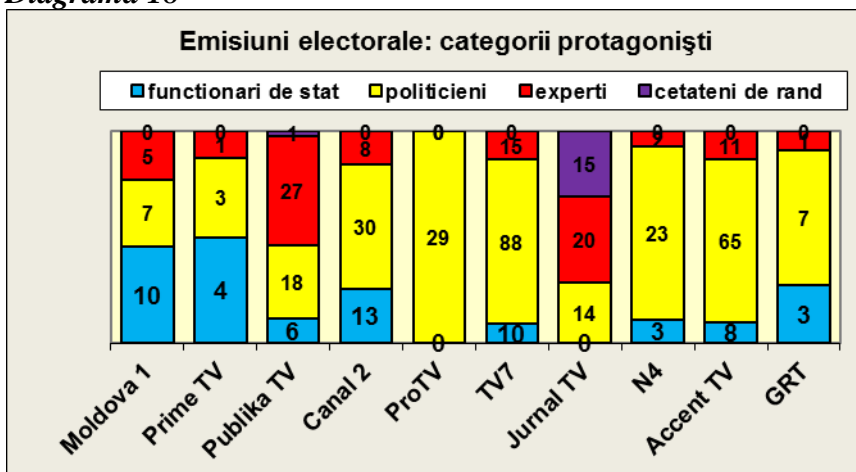
În cele 53 de emisiuni electorale de la cele 10 posturi tv au apărut, cumulat, 462 de protagoniști (apariții directe și mențiuni), 447 dintre care făcând parte din categoriile: *funcționari de stat, politicieni, experți și cetățeni de rând*. Per ansamblu, cei mai mulți protagoniști au fost din categoria *politicieni* (284), iar cei mai puțini-din cea a *cetățenilor de rând* (16) (Diagrama 17). Mai mult, 8 din 10 televiziuni au ignorat în totalitate categoria *cetățeni de rând*, dând preferință *politicienilor*.

**Diagrama 17**



Referindu-ne la fiecare post de televiziune în parte, **Moldova 1** a prezentat în cadrul celor 5 emisiuni de **Moldova în direct** 10 funcționari de stat, 7 politicieni, și 5 experți, cetățenii de rând lipsind cu desăvârșire. Aceeași tendință a înregistrat-o și **Prime TV**, prezentând în cadrul singurei emisiuni **Replica** din perioada monitorizată 4 funcționari de stat, 3 politicieni și un expert. **Publika TV** este singura televiziune din cele 10 care a invitat la 12 emisiuni **Fabrika** mai mulți experți (27) în raport cu funcționarii de stat (6), politicienii (18) și cetățenii de rând (1). De asemenea, **Pro TV Chișinău** este singura televiziune care a prezentat în cadrul singurei ediții **În Profunzime** din această perioadă doar politicieni (29), celelalte categorii fiind lipsă. Politicienii au prevalat și la **TV7**, (88 de persoane atribuite acestei categorii, față de 10 funcționari de stat și 15 experți), **Canal 2** (30, în raport cu 13 funcționari de stat și 8 experți), **Jurnal TV** (14, în raport cu 20 de experți și 15 cetățeni de rând), **N4** (23, în raport cu 3 funcționari de stat și 2 experți), **Accent TV** (65, față de 8 funcționari de stat și 11 experți) și **televiziunea publică din Comrat** (7, față de 3 funcționari de stat și un expert) (Diagrama 18). În total, în cele 53 de emisiuni electorale difuzate de cele 10 posturi de televiziune în perioada 1-17 octombrie 2014, au apărut, în calitate de invitați, în mențiuni directe și indirecte – 108 protagoniști din categoriile funcționari, politicieni și experți.

**Diagrama 18**



Datele monitorizării arată că 33 de persoane au fost invitate în studiourile celor 10 posturi tv, participând în mod direct la discuții și/sau dezbateri (Tabelul 2). Dintre aceștia, 5 protagoniști au fost invitați de câte două ori (**Andrian Candu** și **Pavel Filip** la **Fabrika** de la **Publika TV**; **Dorin Chirtoacă** la **Tema zilei** de la **Canal 2** și la **Politica** de la **TV7**; **Iurie Roșca** la **Politica** de la **TV7** și **I+I** de la **Accent TV**; **Vladimir Voronin** la **Fabrika** de la **Publika TV** și **Politica** de la **TV7**). Important ni se pare să remarcăm faptul că, la **Publika TV**, postul cu cele mai multe emisiuni

electorale difuzate în perioada monitorizată, din 10 invitați în platou, 9 au fost parte a echipei PDM, excepție făcând doar unul (Vladimir Voronin). De asemenea, *Politica* de la **TV7** a avut cel mai mare număr de protagoniști cu intervenții directe (10 în 8 emisiuni).

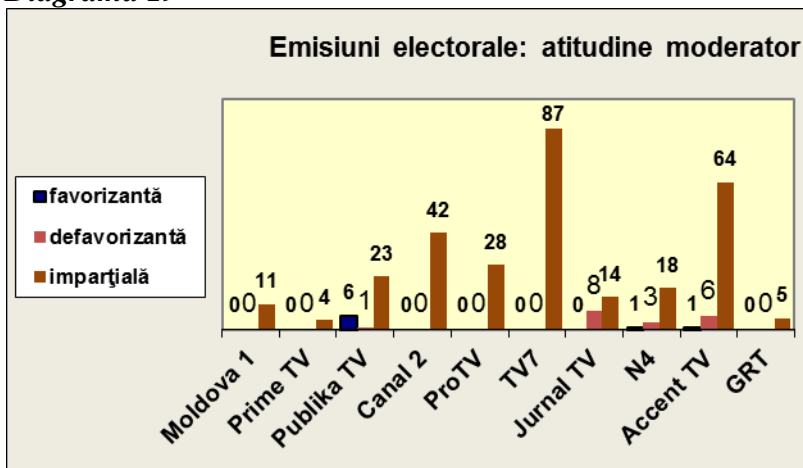
**Tabelul 2**

Nume protagonist	Număr apariții directe	Durata (sec)	Post TV	Emisiune
Andrian Candu	2	4140	Publika TV	Fabrika
Pavel Filip	2	3360	Publika TV	Fabrika
Dorin Chirtoacă	2	1200/2700	Canal2/TV7	Tema zilei/Politica
Iurie Roșca	2	900/2400	TV7/Accent TV	Politica/1+1
Vladimir Voronin	2	4440	Publika TV	Fabrika
Iurie Leancă	1	1260	Moldova 1	Moldova în direct
Iulian Groza	1	780	Prime TV	Replica
Marcel Răducan	1	2160	Publika TV	Fabrika
Monica Babuc	1	2160	Publika TV	Fabrika
Octavian Calmîc	1	1200	Publika TV	Fabrika
Valentina Buliga	1	1920	Publika TV	Fabrika
Vasile Botnari	1	2160	Publika TV	Fabrika
Dorin Dușceac	1	1140	Canal 2	Tema zilei
Oleg Țulea	1	1200	Canal 2	Tema zilei
Artur Reșetnicov	1	1320	Pro TV Chișinău	În Profunzime
Dumitru Diacov	1	1320	Pro TV Chișinău	În Profunzime
Valeriu Streleț	1	1320	Pro TV Chișinău	În Profunzime
Mihai Godea	1	900	TV7	Politica
Mihai Petrache	1	900	TV7	Politica
Nicolae Chirtoacă	1	900	TV7	Politica
Renato Usatîi	1	3600	TV7	Politica
Ruslan Popa	1	900	TV7	Politica
Valeriu Pleșca	1	900	TV7	Politica
Victor Stepaniuc	1	900	TV7	Politica
Ion Varanița	1	780	Jurnal TV	Cabinetul din umbră
Iurie Bolboceanu	1	360	Jurnal TV	Cabinetul din umbră
Oleg Brega	1	780	Jurnal TV	Cabinetul din umbră
Oleg Cernei	1	780	Jurnal TV	Cabinetul din umbră
Mihai Ghimpu	1	3180	N4	Puterea a patra
Vlad Filat	1	3520	N4	Puterea a patra
Anatol Plugaru	1	2100	Accent TV	1+1
Sergiu Stati	1	2220	Accent TV	1+1
Valentin Vizant	1	2400	Accent TV	1+1

În cele 53 de emisiuni electorale analizate, prestația moderatorilor a fost, în mare parte, conformă normelor deontologice. În cele mai multe cazuri, atitudinea moderatorului față de invitatul din platou sau față de cel/cei menționați a fost una imparțială. Totuși, s-au înregistrat și 8 cazuri în care moderatorul emisiunii a avut o atitudine mai degrabă favorizantă față de un protagonist, și 18 cazuri de defavorizare a protagonistului/protagoniștilor (Diagrama 19). În primul caz este vorba de posturile **Publika TV**, **N4** și **Accent TV**, iar în al doilea- de **Jurnal TV**, **Publika TV**, **N4** și **Accent TV**. În 6 din 8 cazuri, moderatorul emisiunii *Fabrika* de la **Publika TV** a favorizat 6 exponenți ai PDM (Andrian Candu, Marcel Răducan, Monica Babuc, Pavel Filip, Valentina Buliga, Vasile Botnari), în unul moderatorul emisiunii *I+I* de la **Accent TV** l-a favorizat pe Iurie Roșca, și în unul – moderatorul emisiunii *Puterea a patra* de la **N4** a avut o atitudine favorizantă față de Vlad Filat. De cealaltă parte, în 4 din 18 cazuri de defavorizare, protagonistul a fost Vladimir Plahotniuc (de 2

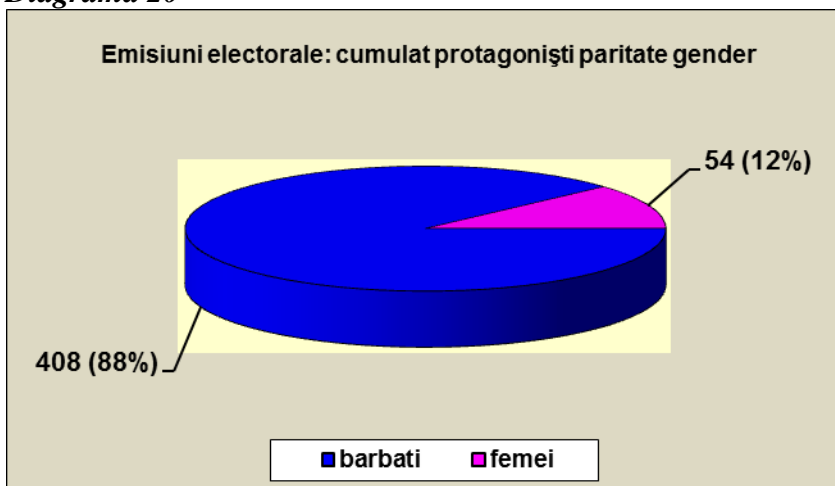
ori la *Cabinetul din umbră* de la **Jurnal TV** și de 2 la *I+I* de la **Accent TV**); în 3 cazuri protagonistul a fost Dorin Chirtoacă (de 2 ori la *Puterea a patra* de la **N4** și o dată la *I+I* de la **Accent TV**); în câte 2 cazuri au fost vizajați Igor Dodon (**Jurnal TV**) și Vladimir Voronin (o dată la **Jurnal TV** și o dată la **Publika TV**), precum și câte o dată: Iurie Leancă (**Accent TV**), Marian Lupu (**Jurnal TV**), Mihai Ghimpu (**N4**), Nicolae Timofti (**Accent TV**), Renato Usatîi (**Jurnal TV**), Vlad Filat (**Accent TV**) și Zinaida Grecianii (**Jurnal TV**).

**Diagrama 19**



În cazul tuturor celor 10 posturi tv atestăm preponderența netă a invitaților-bărbați în platoul emisiunilor electorale, în raport cu invitații-femei. O singură televiziune (**Publika TV**) a invitat două femei (Valentina Buliga și Monica Babuc) la *Fabrika*, ambele reprezentând Partidul Democrat. Cumulat, în emisiunile televiziunilor monitorizate, din totalul de 462 de apariții, 408, sau 88% au fost bărbați, față de 54 sau 12% de protagoniști-femei (Diagrama 20).

**Diagrama 20**



**Concluzii:**

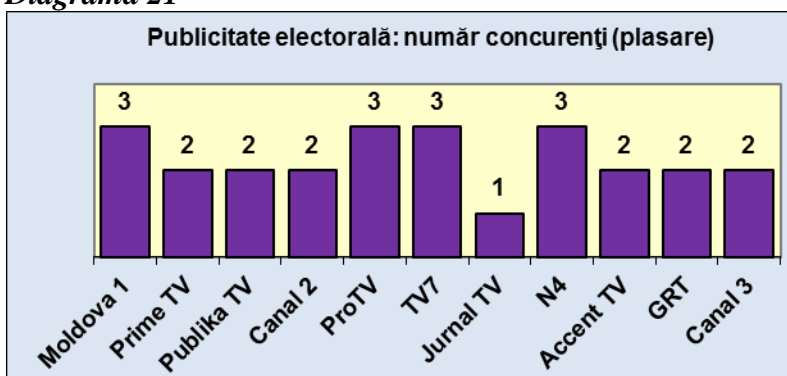
- În perioada 1-17 octombrie 2014, 10 din 12 posturi tv monitorizate au difuzat împreună 53 de emisiuni cu caracter electoral, numărul acestora variind de la o emisiune la 12. Două posturi tv (Canal 3 și Canal Regional) nu au difuzat astfel de emisiuni;
- Cel mai mare număr de emisiuni cu caracter electoral l-a difuzat Publika TV (12 emisiuni), iar cel mai mic – Prime TV și Pro TV Chișinău (câte o emisiune);
- Dintre protagoniști, cea mai mare pondere au avut-o în emisiunile monitorizate politicienii, iar cea mai mică – cetățenii de rând;

- În cadrul celor 53 de emisiuni cu caracter electoral, 33 de persoane au avut intervenții directe, fiind invitate în platou. În cazul **Publika TV**, din 10 invitați la emisiunea Fabrika, 9 au fost parte a echipei PDM. Emisiunea **Politica** de la **TV7** a avut cel mai mare număr de protagoniști cu intervenții directe (10 în 8 emisiuni);
- În mare, moderatorii emisiunilor au avut o atitudine imparțială față de protagoniști. Totuși, semnalăm 8 cazuri de favorizare și 18 de defavorizare a protagoniștilor;
- În rândul protagoniștilor ponderea bărbaților a fost net superioară față de cea a femeilor.

### 2.3. Publicitatea electorală

În perioada 1-17 octombrie 2014, 11 din 12 posturi de televiziune monitorizate au difuzat publicitate electorală. Excepție, în acest sens, a făcut **Canal Regional**, care va difuza, conform *Declarației privind politica editorială în campania electorală pentru alegerile parlamentare din 30 noiembrie 2014*, doar spoturi de educație civică și electorală. În perioada monitorizată, 3 concurenți (PLDM, PDM, PSRM) au plasat publicitate electorală la 4 televiziuni (**Moldova 1, Pro TV Chișinău, TV7, N4**). 6 posturi (**Prime TV, Publika TV, Canal 2, Canal 3, Accent TV, GRT**) au difuzat publicitatea a 2 concurenți electorali (PLDM și PDM, iar în cazul **Accent TV** și **GRT** – PLDM și PSRM) și un post (**Jurnal TV**) a difuzat publicitatea unui singur concurent electoral (PLDM) (Diagrama 21).

**Diagrama 21**



Monitorizarea arată că 2 posturi de televiziune din cele 11 care au difuzat publicitate electorală, au admis derogări de la normele de plasare a acestui tip de publicitate. Astfel, **Accent TV** a difuzat pe 10 octombrie, între orele 20.00. și 22.00. în două rânduri, un spot electoral al PSRM, fără însemnele prevăzute de cadrul normativ (inclusiv p.16 din Regulamentul CEC). În ziua respectivă PSRM fusese înregistrat ca și concurent electoral de către CEC. De asemenea, **Jurnal TV** a difuzat pe data de 13.10 (ora 18.55) un reportaj comercial (la rubrica *Electorală. Achitat din fond electoral*) de la lansarea unui concurent electoral (PLDM) cu o durată de 130 sec. În aceeași zi postul a mai difuzat și două spoturi electorale ale aceluiași concurent cu durata de 120 sec. Cumulat, cele 3 spoturi întrunesc 250 sec. și depășesc plafonul admis legal pentru plasarea publicității electorale din partea unui concurent pe parcursul unei zile.

#### Concluzii:

- În perioada 1-17 octombrie 2014, 11 din 12 posturi tv monitorizate au difuzat publicitate electorală;
- Numărul concurenților electorali care au plasat publicitate electorală la cele 11 posturi variază între 1 și 3;
- Două posturi tv au încălcat regulamentul cu privire la difuzarea publicității electorale, fapt ce nu contribuie în niciun fel la crearea unui climat favorabil desfășurării unei campanii electorale.

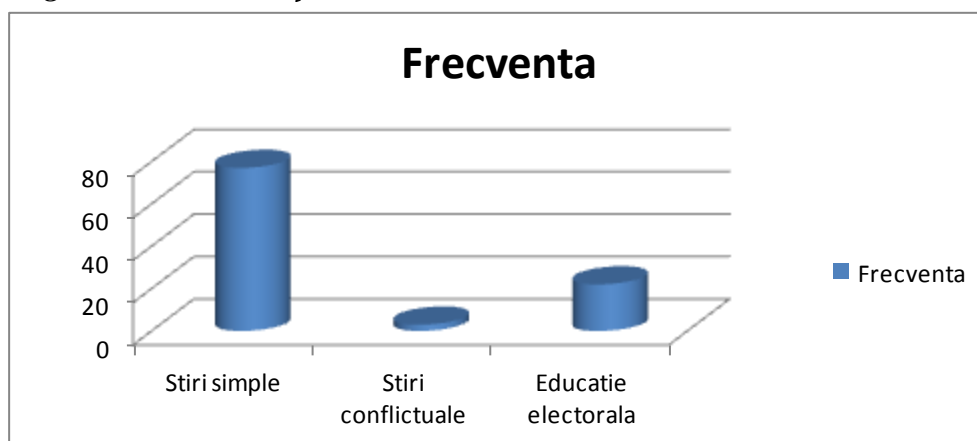


### III. Rezultatele monitorizării posturilor de radio

#### 3.1 Radio Moldova

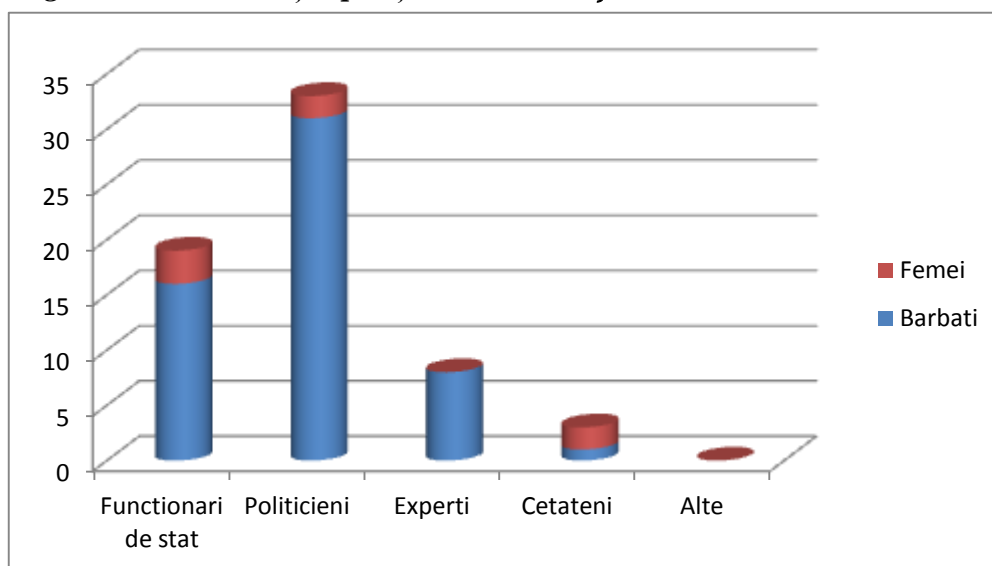
Radiodifuzorul public a difuzat în perioada de raport 102 știri relevante prezentei monitorizării, cu durata totală de 8462 secunde sau 2,35 ore. 22 din materiale au fost materiale de educație electorală. Trei din cele 80 de știri au avut caracter conflictual, iar două din ele au fost dezechilibrate, prezentând doar o parte din conflict. Poziția jurnalistului nu a fost sesizată în nici unul din materialele monitorizate.

*Diagrama 22. Frecvența abordării subiectelor cu caracter electoral direct sau indirect*



Ca surse, Radio Moldova a dat prioritate politicianilor, la care s-a apelat de 33 de ori (31 bărbați și 2 femei). La funcționarii de stat s-a recurs de 19 ori (16 bărbați și 3 femei), la experți – de 8 ori (8 bărbați) iar la cetățeni de rând - de 3 ori (2 femei și un bărbat).

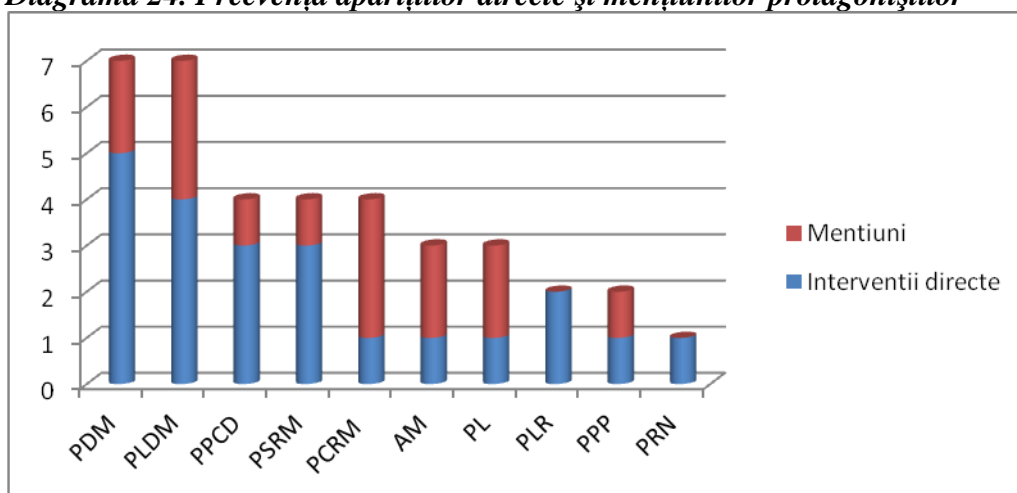
*Diagrama 23. Frecvența apariției surselor în știrile cu caracter electoral direct și indirect*



Printre primii cinci cei mai mediatizați concurenți electorali figurează PDM, care a avut cel mai mare număr de intervenții directe – 5, fiind totodată menționat de 2 ori. Reprezentanților PLDM-ului le-a fost oferită voce de 4 ori, fiind menționați de 3 ori, iar PPCD a avut 3 intervenții directe și

o mențiune. PSRM a avut trei intervenții directe și o mențiune, iar PCRM - o intervenție și 3 mențiuni.

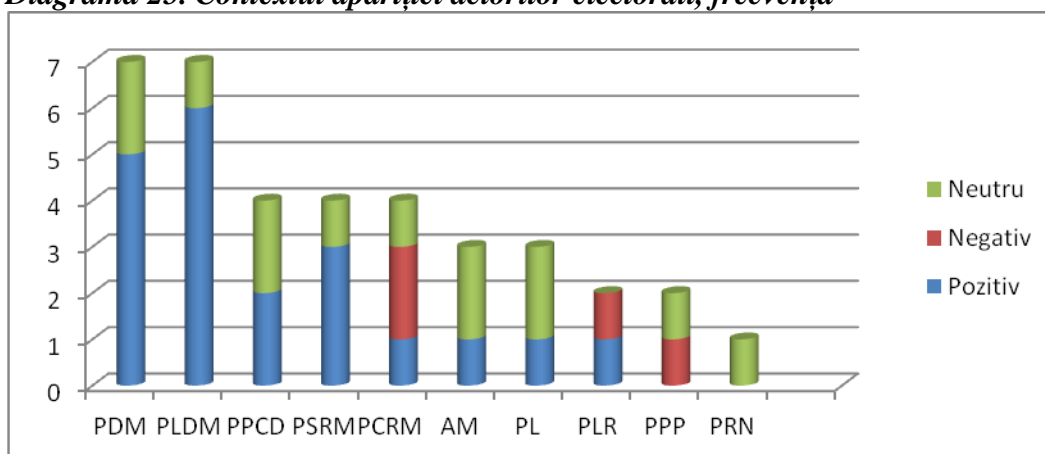
**Diagrama 24. Frecvența aparițiilor directe și mențiunilor protagoniștilor**



Dintre concurenții electorali, de cel mai mare volum a beneficiat PDM, care a intervenit direct timp de 234 de secunde, urmat de PPCD cu 165 de secunde și PLDM cu 158 de secunde. PSRM a beneficiat de 136 secunde, iar PPP (Partidul „Patria” și Renato Usatîi) - de 97 de secunde.

Contextul apariției protagoniștilor principali din cadrul PDM a fost preponderent pozitiv - 5 ori și neutru - 2 ori. PLDM a apărut de 6 ori în lumină pozitivă și o dată neutru, iar PPCD - de câte 2 ori pozitiv și neutru. Reprezentanții PSRM au fost prezentați de 3 ori în context pozitiv și o dată neutru, iar ai PCRМ - câte o dată pozitiv și neutru și 2 ori negativ.

**Diagrama 25. Contextul apariției actorilor electorali, frecvența**



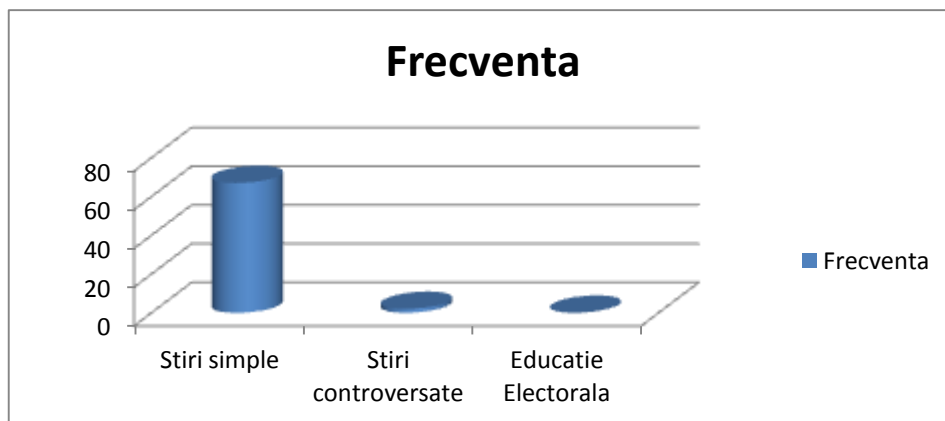
Reprezentanții de rang înalt ai administrației publice centrale au avut intervenții directe pe parcursul a 51 de secunde (2 intervenții directe), fiind menționați și de 4 ori, toate în context neutru. Dintre acestea, premierului Leancă îi revin 41 de secunde, acesta intervenind direct de 2 ori și fiind menționat de 4 ori, toate în context neutru.

Radio Moldova a difuzat în perioada de raport publicitatea concurenților electorali PCRМ - 80 secunde, PDM - 120 secunde, PLDM - 120 secunde, PPRM - 80 secunde și PSRM - 210 secunde.

### 3.2 Vocea Basarabiei

Postul de radio privat cu acoperire națională Vocea Basarabiei a reflectat activ campania, difuzând în total 69 de materiale jurnalistice cu caracter electoral direct sau indirect, cu durată totală de 2,8 ore. Marea majoritate a știrilor – 67 - au fost simple, iar două au tratat subiecte controversate. Postul nu a avut materiale de educație electorală.

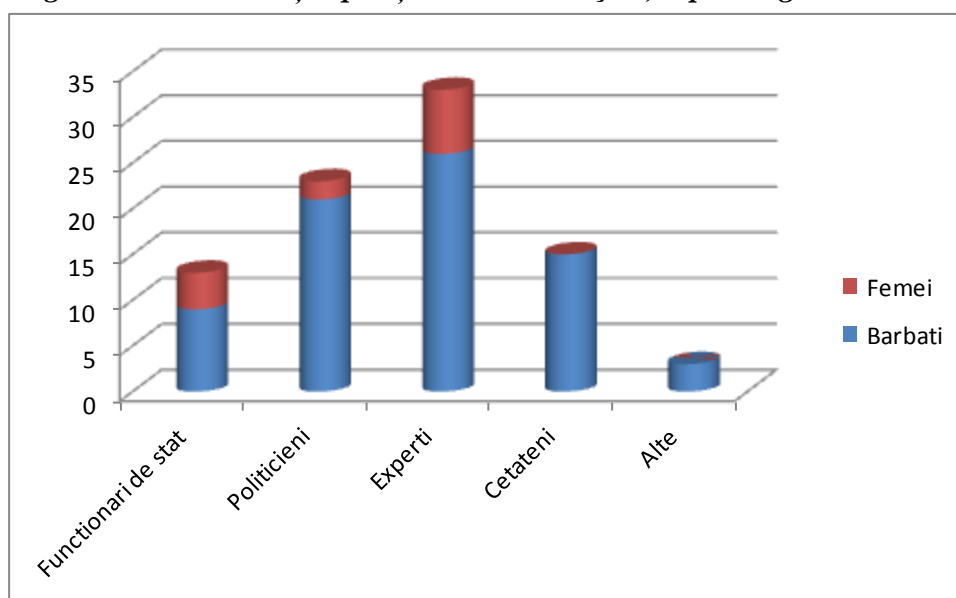
**Diagrama 26. Frecvența abordării subiectelor cu caracter electoral direct sau indirect**



Cele două materiale cu caracter controversat au fost dezechilibrate, prezentând o singură parte din conflict. Absoluta majoritate a materialelor relevante au fost nepărtinitoare, doar într-un singur caz fiind constatată poziția subiectivă a autorului.

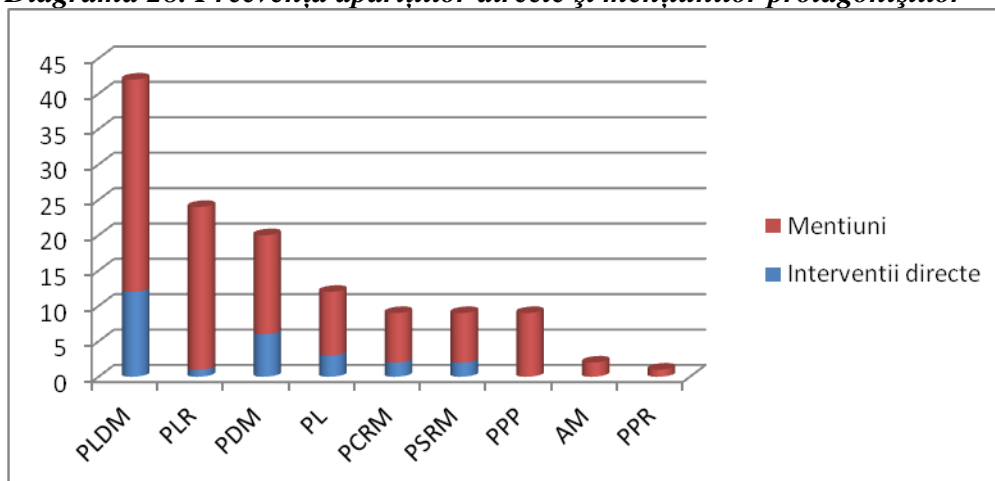
La documentarea știrilor, postul de radio Vocea Basarabiei a apelat la diverse surse, marea majoritate fiind experți – 33, dintre care 26 bărbați și 7 femei. Politicienii au fost citați ca surse în 22 de cazuri (21 bărbați și o femeie) iar funcționarii de stat – în 13 cazuri (9 bărbați și 4 femei, respectiv). Și cetățenilor de rând le-a fost oferit cuvânt, aceștia fiind citați de 15 ori (15 bărbați).

**Diagrama 27. Frecvența apariției surselor în știri, raportul gender**



După frecvența aparițiilor directe și mențiunilor, pe primul loc în top se situează PLDM cu 12 intervenții directe și 30 de mențiuni. Acesta este urmat de PLR – cu o intervenție și 23 de mențiuni, PDM cu 6 intervenții directe și 14 mențiuni, PL - cu 3 intervenții și 9 mențiuni, PCRM și PSRM – cu câte 2 intervenții și 7 mențiuni fiecare. PPP a fost doar menționat de 8 ori.

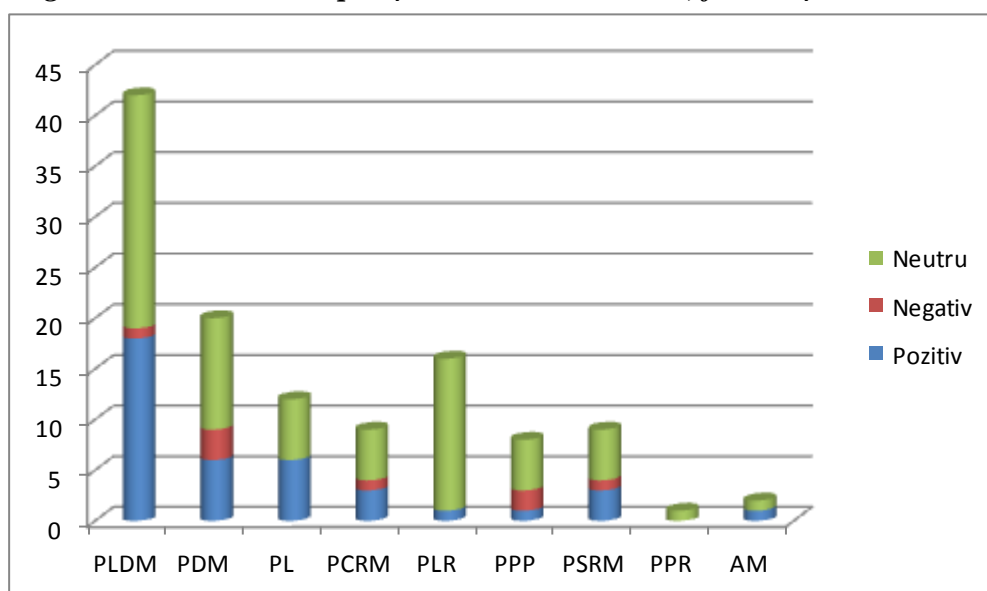
**Diagrama 28. Frecvența aparițiilor directe și mențiunilor protagoniștilor**



Primul în top 10 al celor mai mediatizați protagoniști care au avut intervenții directe la Vocea Basarabiei este PLDM, reprezentanții acestui partid intervenind direct pe parcursul a 591 de secunde sau 9,85 minute. La mare distanță urmează PDM cu 99 secunde, PLR - cu 85 secunde, PCRM cu 54 de secunde, și PSRM cu 40 de secunde.

Contextul în care au apărut protagoniștii din categoria politicianilor a fost diferit. PLDM a fost prezentat de cele mai multe ori în context neutru și pozitiv – 23 și 18, respectiv, și o dată – negativ. Contextul apariției și menționării PDM a fost pozitiv (6 ori), negativ (3 ori) și neutru (11 ori). PL a apărut de câte 6 ori pozitiv și neutru, PCRM – de 3 ori pozitiv, o dată negativ și 5 ori neutru. PPP a fost menționat de 2 ori negativ, 1 dată pozitiv și de 5 ori neutru, iar PLR - o dată pozitiv și de 15 ori neutru.

**Diagrama 29. Contextul apariției actorilor electorali, frecvența**



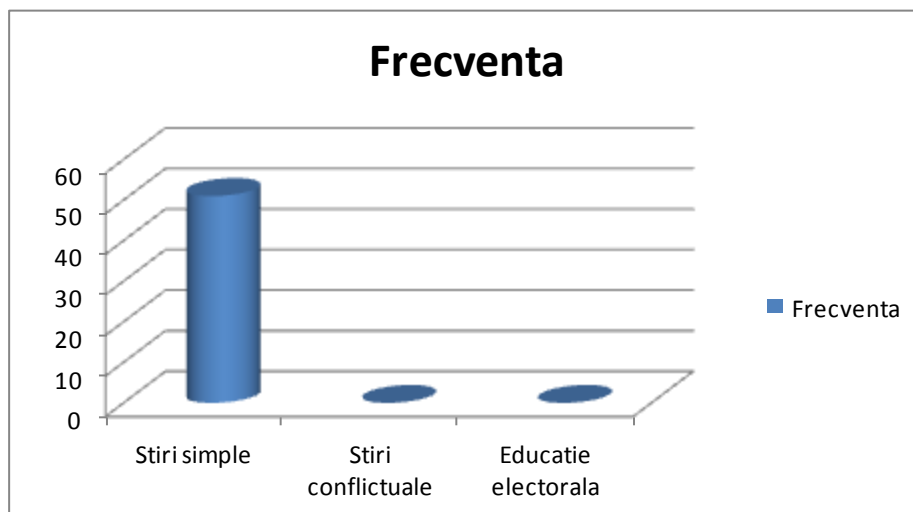
De notat că reprezentanții de rang înalt din cadrul Guvernului au fost citați direct pe durata a 130 de secunde, având 3 intervenții directe. Aceștia au fost de asemenea menționați de 11 ori, preponderent în context neutru. Intervenția de 130 de secunde a fost a premierului Leancă, care a intervenit direct de 3 ori și a fost menționat de 5 ori, toate în context neutru. Ministrul Agriculturii Vasile Bumacov a fost menționat de 2 ori pozitiv.

În perioada de raport, Vocea Basarabiei a difuzat publicitate electorală a PLDM cu durata de 4032 de secunde în total.

### 3.3 Radio Plai

Postul de radio cu acoperire națională Plai a difuzat în perioada de raport 51 de știri cu caracter electoral direct sau indirect, toate simple, cu durata totală de 36,6 minute. Patru materiale au avut un caracter părtinitor, fiind evidentă poziția jurnalistului față de protagoniști.

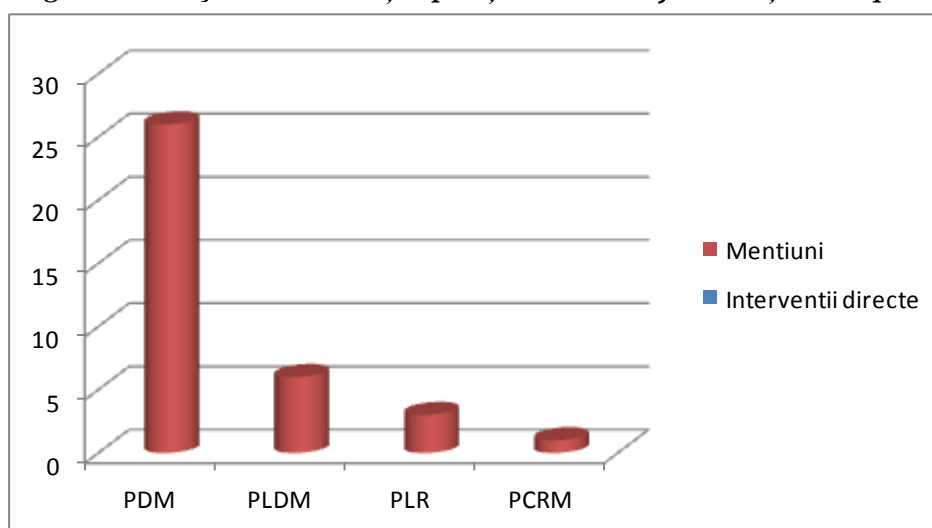
**Diagrama 30. Frecvența abordării subiectelor cu caracter electoral direct sau indirect**

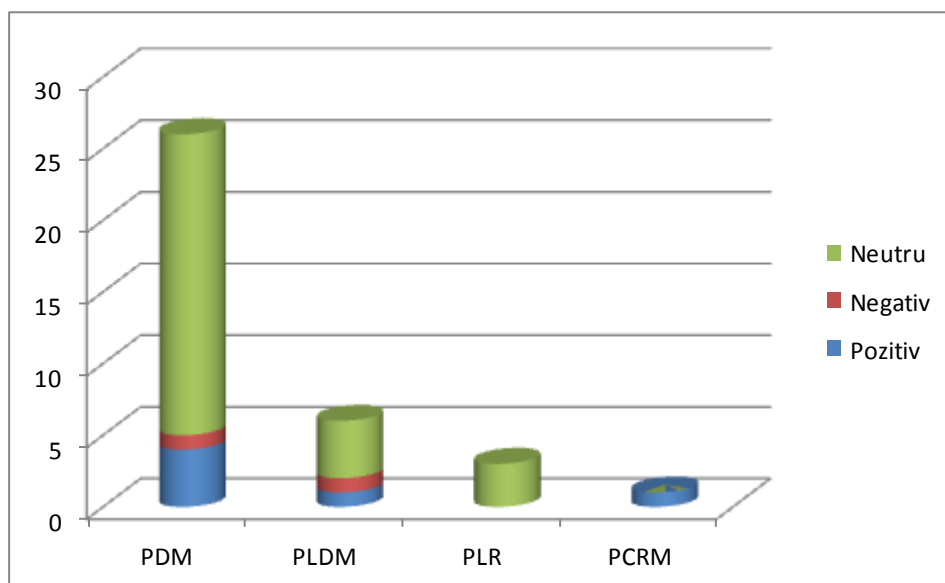


În materiale au fost citați ca surse funcționari de stat - 19 ori (16 bărbați și 3 femei) și politicieni - 33 de ori (29 bărbați și 4 femei).

Actorii politici mediatizați cel mai des în știrile de la Radio Plai au fost reprezentanții PDM (26 de mențiuni, dintre care de 4 ori în context pozitiv, o dată - negativ și de 21 de ori - neutru). PLDM a avut 6 mențiuni, câte o dată negativ și pozitiv, și de 4 ori - neutru, iar PLR a fost menționat de 3 ori în context neutru. PCRM menționat o singură dată, în context pozitiv.

**Diagramele 31 și 32. Frecvența aparițiilor directe și a mențiunilor protagoniștilor, context**





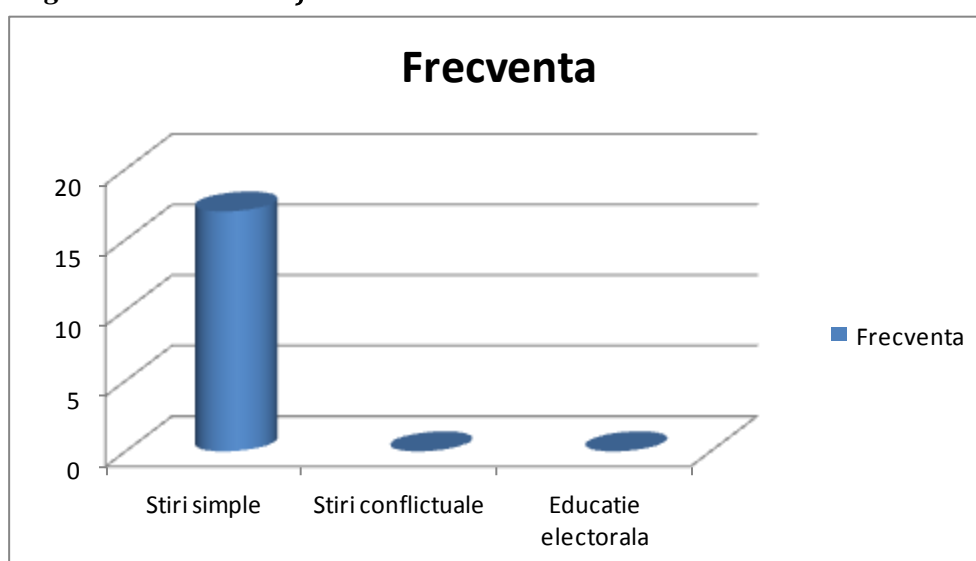
Reprezentanții guvernului au fost menționați de 2 ori în context pozitiv și de 5 ori - neutru, iar ai APL - de 3 ori în context neutru. De cele mai dese ori au fost menționați premierul Leancă (3 mențiuni, toate în context neutru), ministra Muncii, Protecției Sociale și Familiei Valentina Buliga – 2 mențiuni (1 pozitivă și 1 neutră) și Ministra Afacerilor Externe și Integrării Europene Natalia Gherman – o mențiune în context neutru.

Radio Plai a difuzat publicitatea electorală a concurenților electorali PLDM (270 secunde) și PDM (120 secunde)

### 3.4 Radio Noroc

În primele 17 zile de campanie electorală, postul de radio cu acoperire națională Noroc s-a implicat sumar în reflectarea acesteia, difuzând în total doar 17 știri! Volumul de emisie alocat subiectelor cu caracter electoral direct sau indirect a fost de 822 de secunde sau 13,7 minute.

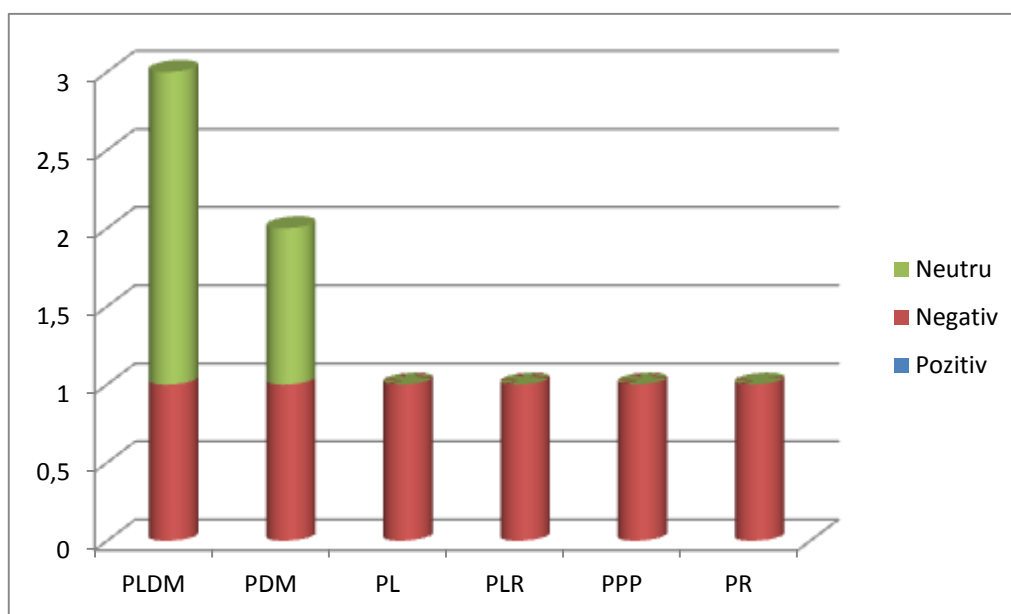
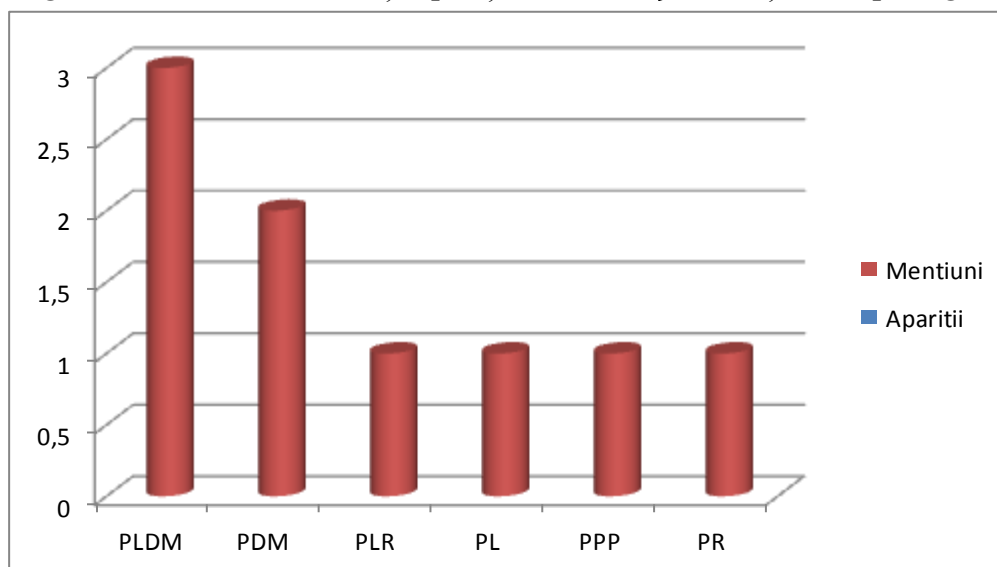
**Diagrama 33. Frecvența abordării subiectelor cu caracter electoral direct sau indirect**



Ca si surse, de cele mai multe ori în știrile de la Radio Noroc au apărut doar funcționari de stat - de 4 ori, toți bărbați. De regulă știrile s-au bazat pe comunicate de presă ale instituțiilor sau au făcut trimitere la alte media, fără a cita direct sau indirect surse din diferite categorii.

Nici un protagonist din rândul funcționarilor de rang înalt sau a politicienilor nu a avut intervenții directe în știri. Dintre concurenții electorali PLDM a fost menționat de 3 ori, o dată negativ și de două ori neutru, iar PDM a fost menționat de 2 ori, o dată în context negativ și altă dată în context neutru. PL, PLR, PP și Partidul Regiunilor au fost menționați câte o dată în context negativ.

**Diagramele 34 și 35. Frecvența aparițiilor directe și a mențiunilor protagoniștilor, context**

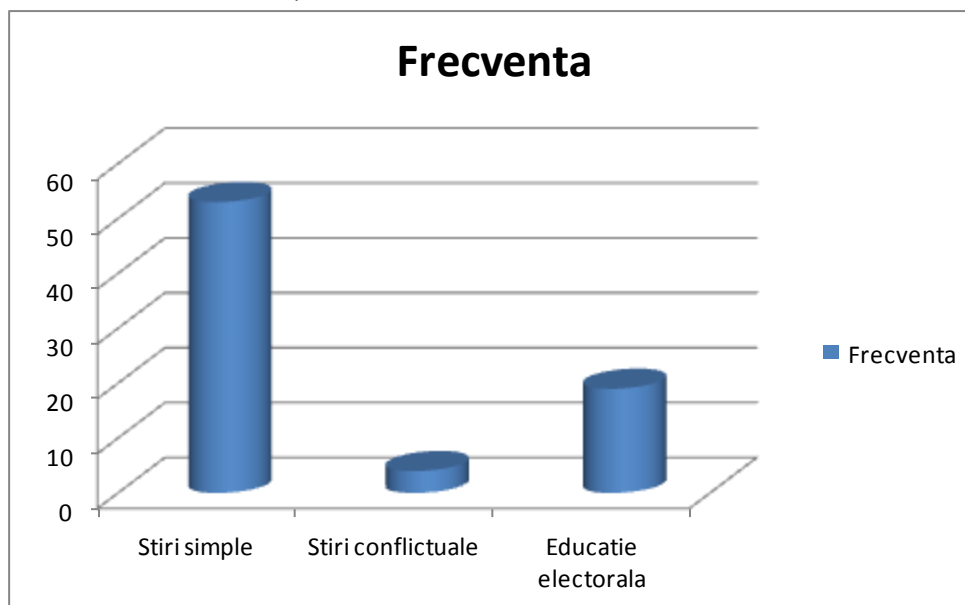


Postul de radio Noroc a difuzat în perioada de referință publicitatea politică “cu caracter comercial” a PDM (270 secunde), PSRM (320 secunde) și PLDM (330 secunde).

### 3.5 Russkoe radio

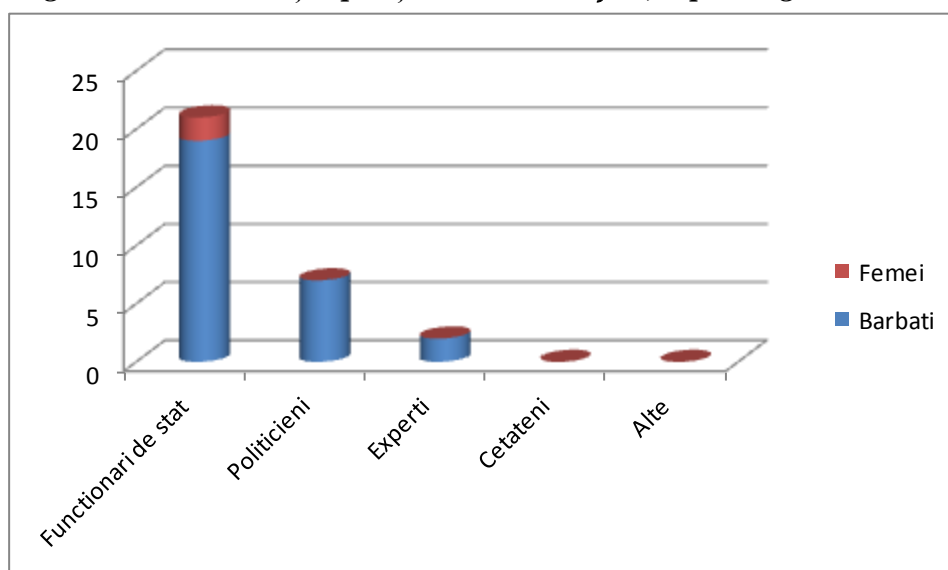
Radiodifuzorul cu acoperire regională Russkoe radio a difuzat în total 76 de material relevante prezentei monitorizării, cu durata totală de 2923 secunde sau 48,7 minute. 19 materiale au fost de educație electorală, iar 57 – știri, inclusiv 4 controversate. În toate materiale conflictuale postul a oferit cuvânt doar unei părți din conflict, respectiv știrile au fost dezechilibrate.

**Diagrama 36. Frecvența abordării subiectelor cu caracter electoral direct sau indirect**



De cele mai dese ori, Russkoe radio a apelat la funcționari de stat în calitate de surse – 21, dintre care 19 bărbați și 2 femei. La politicieni s-a recurs de 7 ori, toți de sex masculin, iar la experți - de 2 ori.

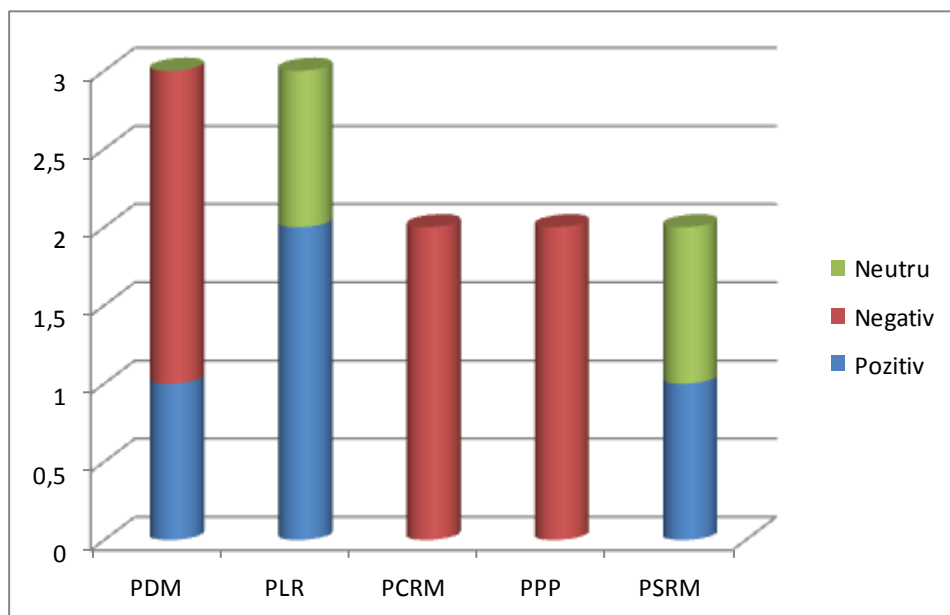
**Diagrama 37. Frecvența apariției surselor în știri, raportul gender**



Protagonistii mediatizați în știrile de la Russkoe Radio nu au avut intervenții directe. PDM și PLR au fost menționați de câte 3 ori, iar PCRM, PPP și PSRM de câte 2 ori. Contextul aparițiilor pentru PDM a fost o dată pozitiv și 2 ori negativ, pentru PLR – 2 ori pozitiv și o dată neutru, pentru PCRM și PPP de câte 2 ori neutru, iar pentru PSRM - o dată pozitiv și o dată neutru.



**Diagrama 38. Contextul apariției actorilor electorali, frecvența**



Reprezentanții Guvernului au fost menționați în 7 știri, de 4 ori pozitiv și de 3 ori neutru. Este vorba de premierul Leancă, menționat de 4 ori în context pozitiv și ministra Muncii, Protecției Sociale și Familiei Valentina Buliga, menționată de 3 ori, o dată pozitiv și două ori neutru.

În perioada de referință, Russkoe Radio a difuzat publicitate electorală a concurentului PDM (180 secunde) și PLDM (330 secunde).

### Concluzii

- În perioada 1-17 octombrie cele cinci posturi de radio monitorizate au difuzat în total 315 materiale cu caracter electoral direct sau indirect. Marea majoritate dintre acestea au fost știri – 274, inclusiv 9 cu caracter conflictual, dar au fost difuzate și 41 de materiale de educație electorală;
- Cele mai active la reflectarea subiectelor electorale au fost radiodifuzorul public Radio Moldova cu 102 materiale, Russkoe Radio și Vocea Basarabiei – cu 76 și, respectiv, 69 de știri relevante. Cele mai puține știri electorale au fost difuzate de postul de radio cu acoperire națională Noroc - 17 în total;
- În majoritatea știrilor de la Radio Moldova și Vocea Basarabiei a fost asigurat pluralismul de opinie și diversitatea de surse, materialele de la Vocea Basarabiei evidențiindu-se prin prezenta cetățenilor și experților ca surse majoritare. Radio Noroc, Radio Plai și Russkoe Radio au avut carențe la acest capitol, recurgând preponderent la politicieni și funcționari de stat în calitate de surse;
- În topul celor mai mediatizați protagoniști la cele 5 posturi de radio se numără reprezentanții PDM și PLDM, care au avut cele mai multe intervenții și mențiuni în context pozitiv și neutru. Bazat pe frecvența și contextul apariției acestora în știri constatăm o ușoară tendință de favorizare a PDM și PLDM la Radio Moldova, și favorizarea masivă a PLDM la Vocea Basarabiei. Postul de radio Plai a favorizat PDM prin numărul mare de mențiuni, preponderent în context pozitiv;
- Marea majoritate a posturilor de radio monitorizate au avut probleme la capitolul echilibrului știrilor controversate.

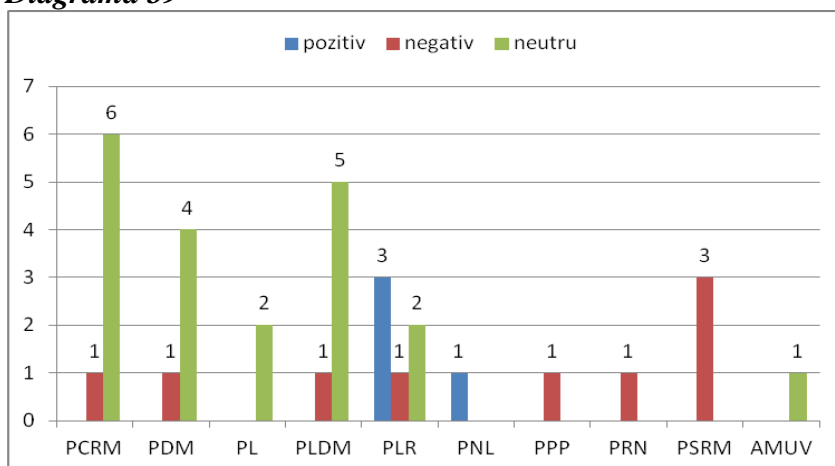
## IV. Rezultatele monitorizării ziareor

### 4.1 Jurnal de Chișinău

În cele cinci ediții ale ziarului *Jurnal de Chișinău* care au fost editate în perioada de raportare, au fost publicate 15 articole care au vizat direct sau indirect campania electorală, alegerile și actorii politici concurenți, inclusiv trei materiale de educație electorală a tinerilor sau care au vizat activitatea CEC. Suprafața totală afectată acestor materiale a fost de 5284 cm.p. Sursele de informație au fost persoane din diferite categorii: funcționari de stat, experți, politicieni, mai puțin cetățenii simpli. În opt articole, subiectul a fost prezentat nepărtinitor, în alte patru materiale opinia subiectivă a autorului/redacției a putut fi remarcată de cititori.

În total, zece actori politici au fost vizați în articolele publicate de Jurnal de Chișinău, unii dintre ei fiind citați direct în materialele jurnalistice (reprezentanți ai PLR, PLDM și ai PCR), alții fiind doar menționați. Contextul prezentării actorilor politici a fost de cele mai multe ori neutru, dar au existat și cazuri de prezentare a unor partide exclusiv în context negativ (PSRM - Partidul Socialiștilor, PRN – Partidul “Renaștere”, PPP – Partidul “Patria” și Renato Usatfi) - Diagrama 39.

**Diagrama 39**



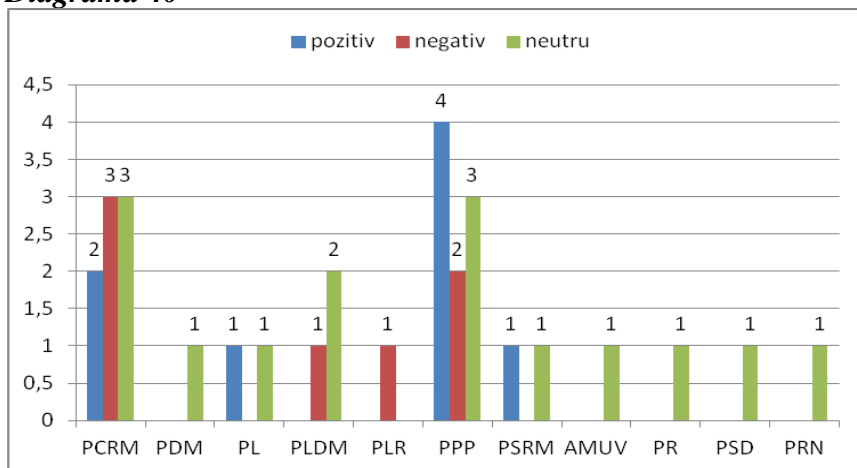
În perioada de raportare, în *Jurnal de Chișinău* PLDM a publicat câteva machete publicitare marcate corespunzător cu suprafața totală de 1377 cm.p. și un articol publicitar cu suprafața de 1850 cm.p.

### 4.2 Komsomolskaia pravda v Moldove

Publicația *Komsomolskaia pravda v Moldove* a publicat 21 de texte care cad sub incidența prezentei monitorizării cu o suprafață totală de 9966 cm.p. De cele mai multe ori, sursele de informație pentru articolele relevante au fost diferiți experți și politicieni, dar și funcționari de stat. În 13 articole subiectul a fost prezentat părtinitor și în 8 texte autorul/redacția s-a putut detașa de propria opinie pentru a le prezenta cititorilor informația nepărtinitor. Șapte articole au abordat subiecte conflictuale, însă în doar două cazuri autorii au prezentat pozițiile tuturor părților implicate.

Cei 11 actori politici care au apărut în paginile ziarului în perioada de raportare au fost prezentați în contexte diferite, însă PPP (Renato Usatfi) a fost favorizat editorial după contextul prezentării în știri - (Diagrama 40), dar și după suprafața afectată citatelor directe ale liderilor/reprezentanților acestui concurent electoral.

**Diagrama 40**



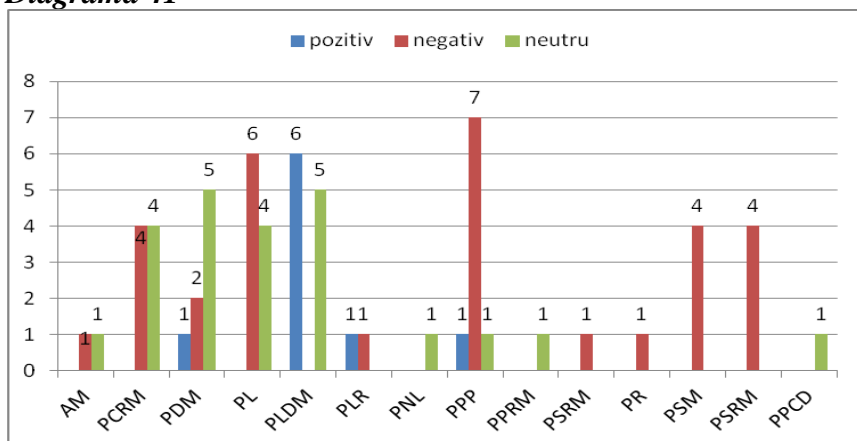
În perioada de raportare, în ziarul *Komsomolskaia pravda v Moldova* a fost publicată reclama următorilor concurenți electorali: PLDM – machete publicitare cu suprafața totală de 1305 cm.p. și articole publicitare pe suprafața totală de 900 cm.p.; PSRM – machete de 935 cm.p.; PDM – articole publicitare de 400 cm.p. De remarcat că articole publicitare au apărut la rubrici întitulate «Люди дела» („Oamenii faptelor”), «Это полезно знать» („E bine să știi”), «Открытая трибуна» („Tribuna liberă”), indicate în caseta tehnică a ziarului ca rubrici comerciale, astfel publicitatea a fost de fapt mascată.

### 4.3 Moldova Suverană

Ziarul *Moldova Suverană* a publicat în prima perioadă de monitorizare 18 articole care au vizat, direct sau indirect, alegerile parlamentare, inclusiv un material de educație electorală (un comunicat CEC). Suprafața totală a materialelor relevante a fost de 11183 cm.p. Sursele de informație pentru articole au fost mai des din rândul politicienilor, dar și a funcționarilor de stat și a experților. În doar patru articole subiectul a fost prezentat nepărtinitor, în alte 13 cazuri materialele a fost mai mult sau mai puțin părtinitoare. Subiecte conflictuale au fost abordate în două articole, însă ambele au oferit o singură perspectivă asupra problemei/situației.

14 actori politici din rândul partidelor politice (unele înregistrate în calitate de concurent electoral, altele pe cale de a se lansa în campanie) au fost vizați în articolele publicate în *Moldova Suverană*. Contextul prezentării a fost diferit, în funcție de simpatiile politice ale ziarului. Astfel, PPP, PSRM, PSM – Partidul socialist, au fost prezentate aproape exclusiv în context negativ, PL – în context mai mult negativ, dar și neutru, PCRM – negativ și neutru. În contrast, PLDM a apărut mai mult în context pozitiv, dar și neutru (Diagrama 41).

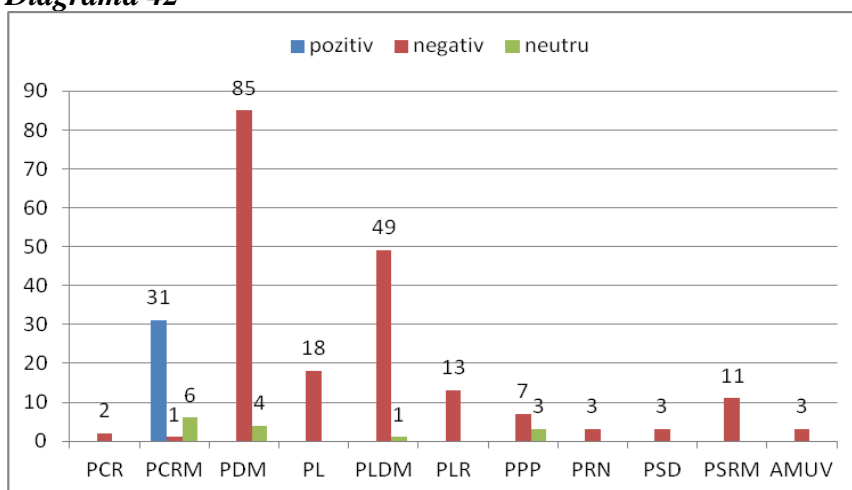
**Diagrama 41**



#### 4.4 Nezaavisimaia Moldova

Ziarul *Nezaavisimaia Moldova* a publicat în perioada 1-17 octombrie 2014 un număr de 49 de articole relevante prezentei monitorizării, 29 abordând un subiect conflictual, inclusiv acuzații la adresa unor persoane și/sau instituții sau organizații. De notat, că toate cele 29 de articole conflictuale au reflectat o singură părere. Au fost părtinitoare și alte articole publicate în acest ziar, în doar șase cazuri autorul/redacția reușind să respecte principiul profesional al atitudinii nepărtinitoare față de persoanele vizate. Suprafață totală a materialelor care au vizat direct sau indirect campania electorală a fost de 38341 cm.p. Sursele de informație pentru articole au fost mai des din rândul politicienilor din opoziție, unii experți, dar și cetățenii care critică actuala guvernare. Politica editorială a ziarului *Nezaavisimaia Moldova* este îndreptată spre critica și prezentarea în context negativ a actualei guvernări și a partidelor de stânga care fac competiție Partidului comunistilor, simpatizat de acest ziar. Astfel, în această perioadă au fost ținta materialelor negative atât PDM și PLDM, PL și PLR, cât și PSRM, PPP, PSD, PRN – Partidul “Renaștere”, AMUV – Alianța “Moldova – Uniunea Vamală”. În schimb, PCRM este prezentat în context pozitiv și neutru (Diagrama 42).

**Diagrama 42**

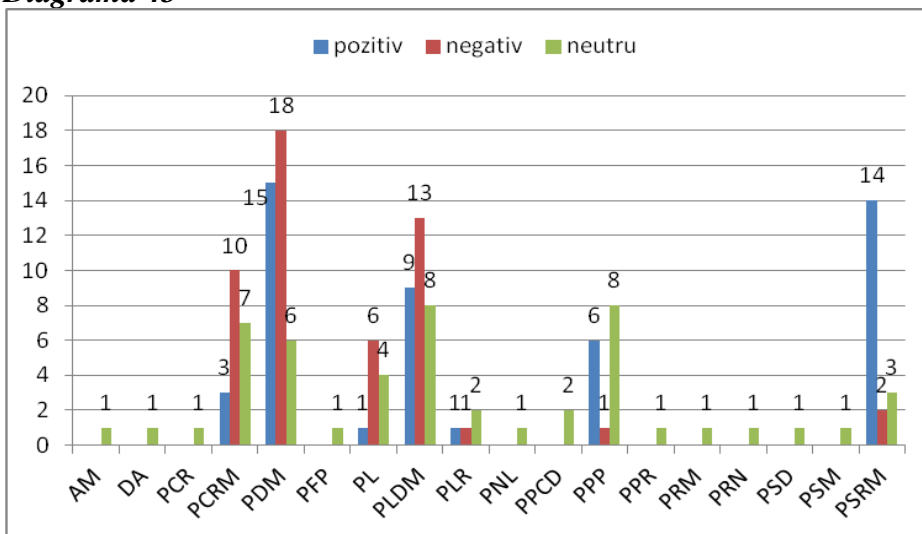


#### 4.5 Panorama

Ziarul *Panorama* a publicat în perioada de raportare 43 de articole relevante prezentei monitorizării, inclusiv un material de educație electorală (interviul cu Ștefan Urătu, vicepreședintele CEC, despre procesul electoral). Aproape jumătate din articole (15) au fost nepărtinitoare, în 27 cazuri însă în articol a fost nuanțată opinia autorului/redacției. Suprafață totală a materialelor care au vizat direct sau indirect campania electorală a fost de 26285 cm.p. Sursele de informație pentru articole au fost mai ales politicieni, dar și unii experți sau funcționari.

Partidele politice din coaliția de guvernare, dar și PCRM ca principal partid de opoziție au fost prezentate de *Panorama* atât în context negativ, cât și neutru sau pozitiv. Totodată, ziarul favorizează PSRM și PPP care apar în ziar în context preponderent pozitiv dar și neutru (Diagrama 43), iar după suprafața intervențiilor/citadelor directe îi depășesc cu mult pe ceilalți politicieni.

**Diagrama 43**



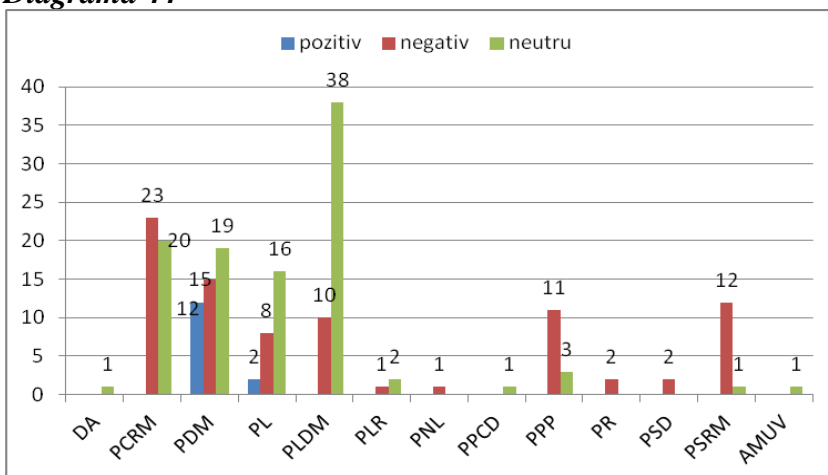
În perioada de raportare, de publicitate în *Panorama* au beneficiat: PDM – în total, 266 cm.p. (machetă), PLDM – 623 cm.p. (machetă), PPP și Renato Usatîi – 2000 cm.p. (articole), PSRM – 2351 cm.p. (articole). Alte articole cu conținut evident publicitar nu au fost marcate corespunzător, fiind publicitate mascată.

#### 4.6 Timpul

*Timpul* a publicat în perioada de raportare 39 de articole care au vizat direct sau indirect campania electorală cu suprafață totală de 19430 cm.p. În calitate de surse de informație pentru articole au fost politicienii, dar și a funcționarii de stat, experții, cetățenii. Caracterul nepărtinitor al articolelor a fost asigurat în numai 10 din cele 39 de articole relevante prezentei monitorizări. Din cele 12 articole care s-au referit la subiecte de conflict sau care au lansat unele acuzații, în doar două cazuri cititorului i-a fost prezentată și opinia sau poziția părții acuzate.

Unii actorii politici au fost prezentați de *Timpul* preponderent în context negativ (PSRM, PPP), alții – în context negativ, dar și neutru (PCRM, PLDM, PDM). În același timp, PDM este favorizat de *Timpul*, fiind partidul despre care ziarul a scris cel mai des în context pozitiv (Diagrama 44), iar reprezentanții acestuia fiind cel mai des citați sau menționați în context pozitiv în articole.

**Diagrama 44**



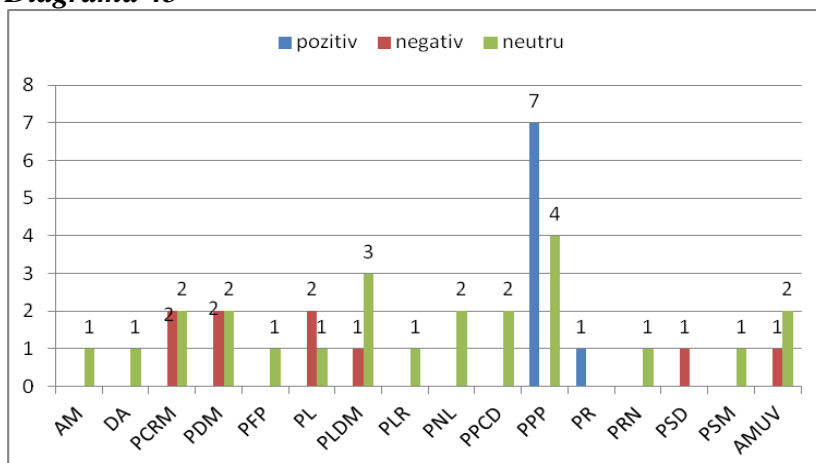
De spațiu publicitar în *Timpul* a beneficiat: PDM – 240 cm.p. (machetă).

#### 4.7 Vesti Gagauzii

Publicația Adunării Populare a UTA Gagauz Yeri *Vesti Gagauzii* a publicat în perioada de raportare 12 articole despre campania electorală cu suprafață totală de 4007 cm.p. În calitate de surse de informație pentru articole au fost politicienii, funcționarii de stat și experții. Doar jumătate din articolele publicate au asigurat informarea nepărtinitoare a cititorilor.

Ziarul favorizează PPP care este, alături de PR – Partidul Regiunilor, unica formațiune prezentată în ziar în context pozitiv, parțial neutru. Ceilalți actori politici au apărut în paginile ziarului în context neutru, iar unii – și negativ (Diagrama 45).

**Diagrama 45**



#### 4.8 Ziarul Național

În perioada 1-17 octombrie 2014, din motive tehnice, *Ziarul Național* a distribuit către cititori un singur număr al publicației, în care au fost inserate 7 articole care au vizat direct sau indirect campania electorală, cu suprafață totală de 4246 cm.p. În calitate de surse de informație pentru articole au fost preponderent politicienii și experții. Doar trei din articolele publicate au fost nepărtinitoare integral, în celelalte cazuri autorii și-au exprimat sau au lăsat să se înțeleagă care este opinia lor în editoriale și articole de opinie.

Datele din unica ediție distribuită în perioada de raportare de *Ziarul Național* nu sunt suficiente pentru a trage concluzii privind contextul prezentării în ziar a protagoniștilor din rândul actorilor politici, dar se remarcă tendința de favorizare editorială a PLDM.

#### Concluzii

- În perioada 1-17 octombrie 2014, cele opt ziare monitorizate au publicat în total 203 articole de diferite genuri jurnalistice. Cele mai multe materiale jurnalistice la aceste teme a publicat *Nezavisimaia Moldova*, urmat de *Panorama* și *Timpul*;
- A treia parte din articolele care au vizat, direct sau indirect, campania electorală, au abordat o situație de conflict, au conținut acuzații în adresa unor partide și persoane care fie au fost înregistrate în calitate de concurenți electorali sau se așteaptă să obțină această calitate. În cazul ziarului *Nezavisimaia Moldova*, numărul subiectelor electorale cu caracter conflictual l-a depășit pe cel al știrilor obișnuite. *Vesti Gagauzii* nu a abordat nici un subiect de conflict în context electoral;
- În linii mari, ziarele care au abordat subiecte conflictuale cu caracter electoral în diferite genuri de articole nu au reușit să asigure prezentarea tuturor părților relevante pentru conflictul mediatizat sau opinia părții acuzate, în special, fiind vorba de editoriale sau alte

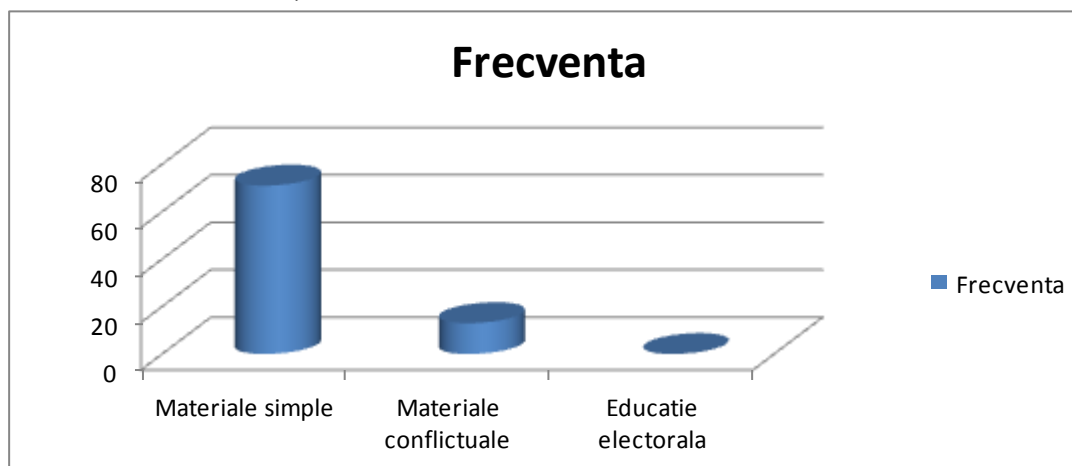
- articole de opinie. *Nezavisimaia Moldova* este ziarul care nu a prezentat opinia părții acuzate în nici unul din materialele jurnalistice conflictuale;
- Nici unul din ziarele monitorizate nu a asigurat cel puțin o aparentă egalitate de gen a surselor de informație, iar publicațiile *Moldova Suverană* și *Jurnal de Chișinău* au avut ca surse de informație în textele care vizează direct sau indirect campania electorală doar bărbați;
  - În general, ziarele mediatizează campania selectiv, prezentând concurenții electorali prin prisma simpatiilor/antipatiile sale politice. Astfel, *Nezavisimaia Moldova* favorizează direct sau preferă să prezinte în special în context pozitiv PCRM, *Panorama* și *Vesti Gagauzii* – PSRM și PPP (Renato Usatîi), *Moldova Suverană* și *Ziarul Național* – PLDM, *Timpul* – PDM, *Komsomolskaia pravda v Moldove* – PPP (Renato Usatîi), *Jurnal de Chișinău* – PLR.

## V. Rezultatele monitorizării portalurilor online

### 5.1 Deschide.md

Portalul de știri Deschide.md a publicat în perioada 1-17 octombrie 84 de materiale cu caracter electoral direct sau indirect, cu un spațiu total de 144671 de caractere. 71 dintre ele au fost materiale simple, iar 13 au tratat subiecte controversate. Subiectele mediatizate au abordat în principal startul campaniei electorale, activitatea Comisiei Electorale Centrale, componența listelor concurenților electorali, diverse declarații ale concurenților etc.

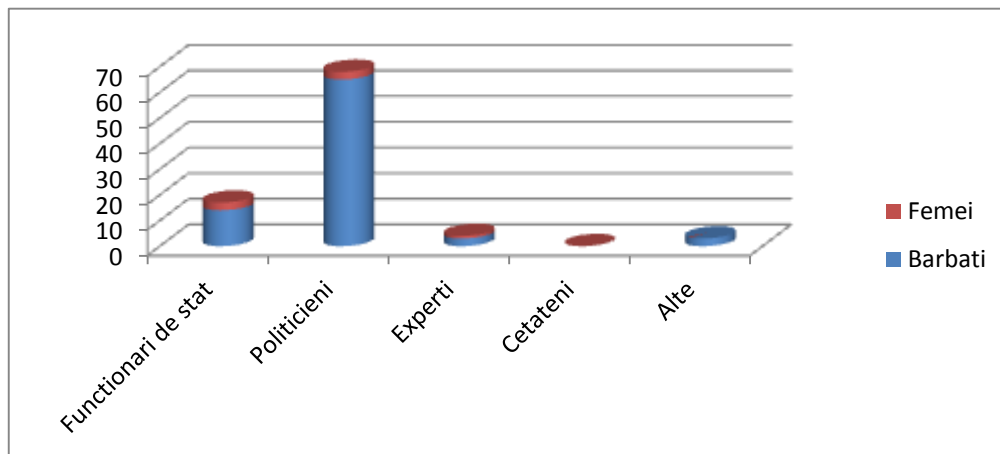
**Diagrama 46. Frecvența abordării subiectelor cu caracter electoral direct sau indirect**



Marea majoritate a materialelor conflictuale au citat o singură parte în conflict, fără a oferi dreptul la replică părții acuzate. Astfel, doar 3 din cele 13 știri controversate au inclus păreri ale ambelor părți implicate în dispută, în timp ce restul au fost dezechilibrate și nepluraliste. Marea majoritate a materialelor au fost corecte, 4 din cele 84 de material cu caracter electoral direct sau indirect fiind părtinitoare.

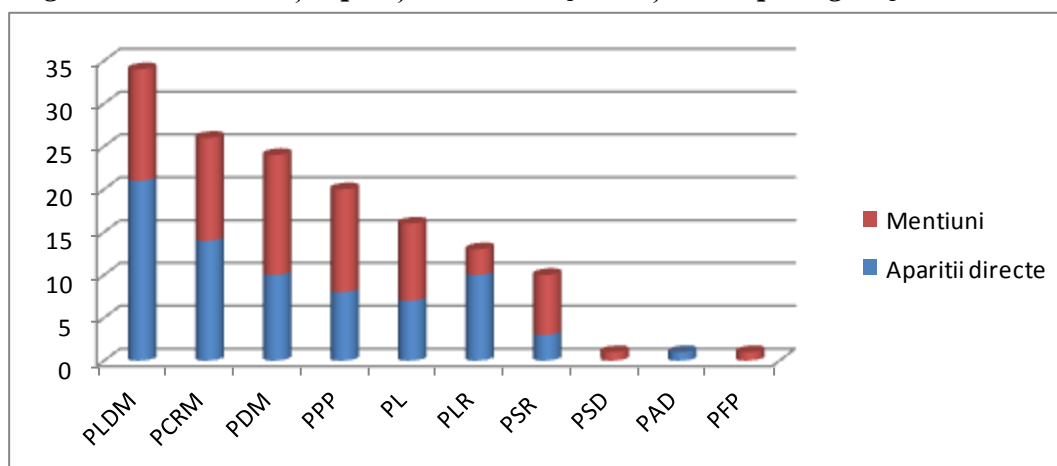
Ca și surse, de cele mai dese ori reporterii de la Deschide.md au făcut trimitere la politicieni – 68 de ori (dintre care 65 bărbați și 3 femei) și funcționarii de stat – 17 ori (14 bărbați și 3 femei). La experți s-a apelat mai rar – în total de 4 ori (3 bărbați și o femeie), la fel ca și în cazul surselor din alte categorii - 3 apariții în total (3 bărbați).

**Diagrama 47. Frecvența apariției surselor în știri, raportul gender**



Deschide.md a reflectat atât partidele din arcul guvernamental, cât și partidele din opoziția parlamentară și extraparlamentară, cărora fie le-a fost oferit spațiu pentru a-și expune părerea, fie au fost menționați. Pe primele cinci poziții în Top 10 al celor mai mediatizați concurenți electorali se numără PLDM (21 de apariții și 13 mențiuni), urmat de PCRM (14 apariții și 12 mențiuni), PDM (10 apariții directe și 14 mențiuni), PPP (8 apariții și 12 mențiuni), PL (7 apariții și 9 mențiuni), PLR (10 apariții și 3 mențiuni) și PSRM (3 apariții și 7 mențiuni).

**Diagrama 48. Frecvența aparițiilor directe și mențiunilor protagoniștilor**

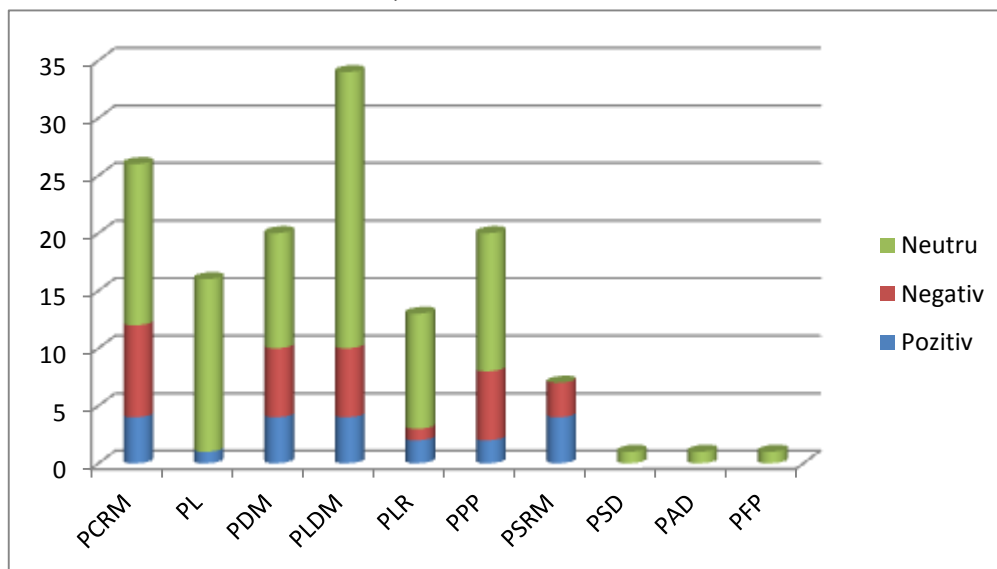


Printre protagoniștii care au beneficiat de cel mai mare spațiu se numără reprezentanții PCRM, cu un spațiu total de 6832 de caractere, urmați de reprezentanții PLDM – 5370 de caractere, PPP – 3839 de caractere și PL – 3503 caractere. PLR-ului i-a fost alocat un spațiu de 2953 de caractere, iar PSRM-ul și PDM-ul au beneficiat de mai puțin spațiu – 738 și, respective 556 de caractere.

Marea majoritate a actorilor electorali mediatizați au apărut mai mult în context neutru, dar și pozitiv și negativ. PCRM a fost prezentat în context negativ de 8 ori, pozitiv - de 4 ori și neutru - de 14 ori. PL a apărut preponderent în context neutru – 15 ori și context pozitiv - o dată, PD – de 6 ori în context negativ, 4 ori - pozitiv și 10 ori – neutru. Contextul apariției și menționării PLDM a fost de 6 ori negativ, de 4 pozitiv și de 24 de ori neutru. PLR a apărut preponderent în context neutru 10 ori, față de 2 ori context pozitiv și 1 - negativ. Contextul apariției PPP a fost de 2 ori pozitiv, 6 ori - negativ și de 12 ori - neutru. Iar PSRM a apărut de câte 3 și 4 ori în context negativ și, respectiv, pozitiv.



**Diagrama 49. Contextul apariției actorilor electorali**



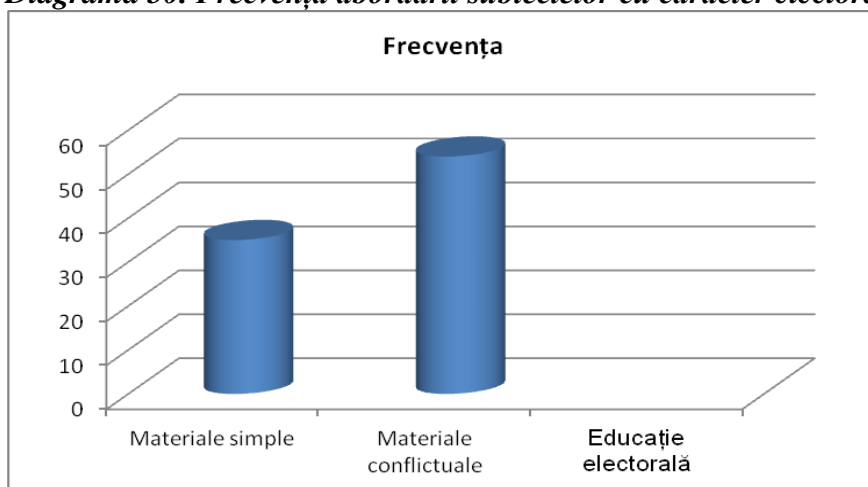
De menționat că portalul Deschide.md a publicat mai multe materiale cu caracter electoral indirect în care au apărut sau au fost menționați reprezentanții Guvernului. Spațiul total alocat în perioada de referință reprezentanților Guvernului a fost de 2003 caractere, aceștia fiind citați direct de 6 ori și menționați de 12 ori, dintre care 11 ori în context negativ, 4 - pozitiv și 3 - neutru. Cel mai des la categoria respectivă de protagoniști au fost citați și menționați premierul Iurie Leancă (2 apariții directe și 2 mențiuni în context pozitiv, negativ și neutru), ministrul Justiției Oleg Efrim (o apariție și o mențiune, ambele pozitive) și ministrul Afacerilor Interne Dorin Recean (1 apariție și o mențiune în context neutru și negativ)

Portalul Deschide.md nu a avut în perioada de raport publicitate electorală.

## 5.2 Jurnal.md

Portalul de știri Jurnal.md a publicat în perioada de raportare 89 de materiale cu caracter electoral direct sau indirect, cu un spațiu total de 266751 de caractere. 35 dintre ele au fost materiale simple, iar celelalte 54 au tratat subiecte controversate în cadrul cărora au fost lansate diverse acuzații în adresa unor actori politici.

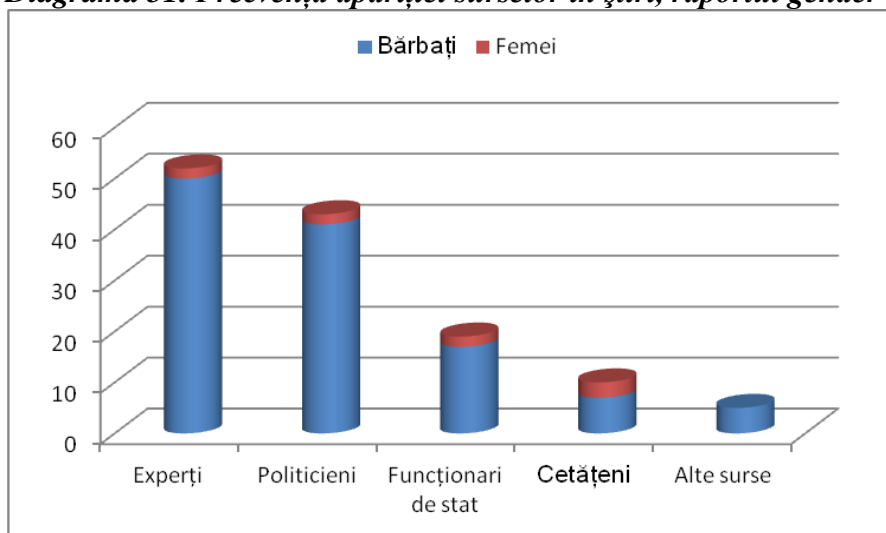
**Diagrama 50. Frecvența abordării subiectelor cu caracter electoral direct sau indirect**



Doar 22% din materialele conflictuale (12 din 54) au citat toate părțile în conflict sau au oferit dreptul la replică părții acuzate, în timp ce restul au fost dezechilibrate. Caracterul nepărtinitor al prezentării subiectului a fost asigurat în 33 din cele 89 de materiale jurnalistice (37%), celelalte materiale cu caracter electoral direct sau indirect au fost părtinitoare, unele au exprimat doar opinii sau au fost preluate de pe diverse bloguri, fiind plasate la rubricile de știri ale portalului.

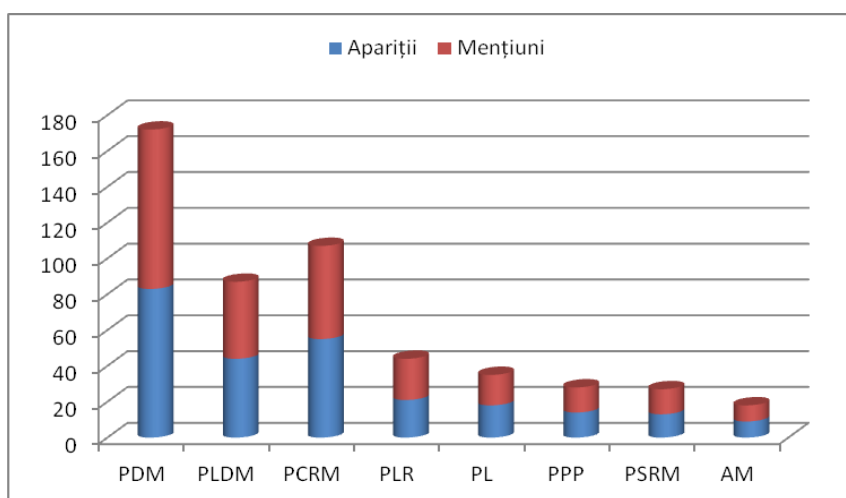
Sursele de informație ale Jurnal.md sunt diverse, predominând experții de gen masculin, politicienii și funcționarii care de asemenea sunt în majoritatea absolută a cazurilor bărbați (experți – 50 bărbați și 2 femei, politicieni – 41 bărbați și 2 femei, funcționarii de stat – 17 bărbați și 2 femei).

**Diagrama 51. Frecvența apariției surselor în știri, raportul gender**



În textele publicate de Jurnal.md în perioada de raportare au fost vizați principalii actori politici, unii fiind doar menționați în diferit context, altora fiindu-le oferită posibilitatea să-și expună opinia/poziția. Partidul cel mai des vizat în această perioadă a fost PDM (83 de apariții și 89 de mențiuni), urmat de PCRM (55 de apariții și 52 de mențiuni), PLDM (44 de apariții și 43 mențiuni). Printre actorii politici vizați cu regularitate se mai numără PLR, PL, PPP, PSRM și AM (Mișcarea Antimafie).

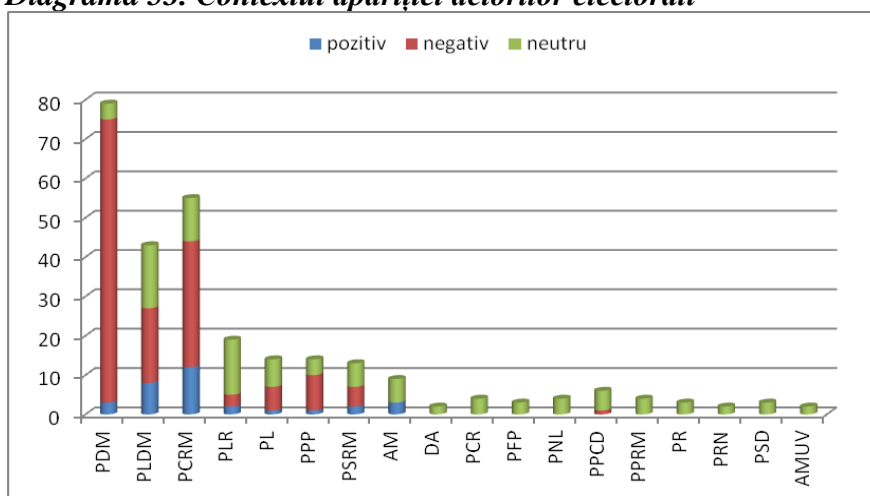
**Diagrama 52. Frecvența aparițiilor directe și mențiunilor protagoniștilor**



Portalul Jurnal.md defavorizează Partidul Democrat, acest actor politic fiind prezentat preponderent în context negativ (de 72 de ori) și foarte rar în context neutru (4 ori) sau pozitiv (3 ori). Preponderent în context negativ au fost prezentați Partidul Comuniștilor și Partidul Liberal Democrat (PCRM: de 32 de ori în context negativ, de 11 ori în context neutru și de 12 ori în

context pozitiv; PLDM: de 19 ori în context negativ, de 16 ori în context neutru și de 8 ori în context pozitiv). Ceilalți actori politici sunt vizați mai rar de Jurnal.md, de obicei în context neutru, cu excepția Partidului „Patria” și a lui Renato Usatfi care e prezentat mai des în context negativ.

**Diagrama 53. Contextul apariției actorilor electorali**

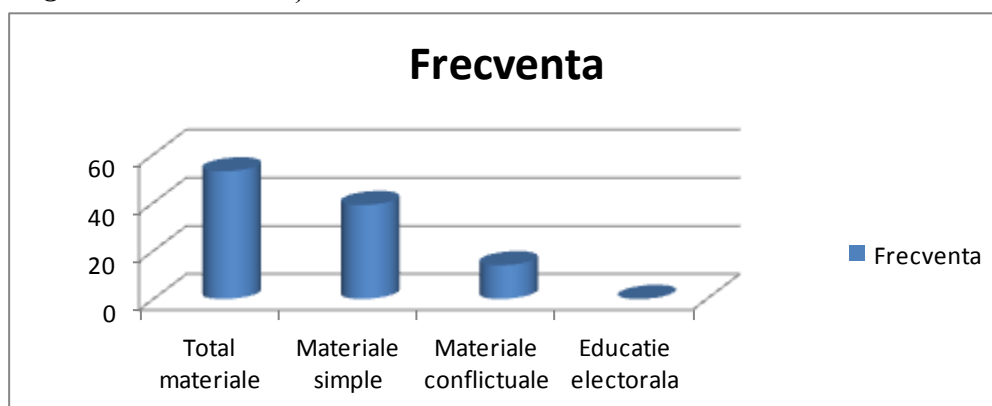


Portalul Jurnal.md nu a avut în perioada de raport publicitate electorală.

### 5.3 Moldova24.info

Portalul informațional Moldova24.info a difuzat în perioada 1-17 octombrie 53 de materiale proprii sau preluate din alte surse, cu o suprafață totală de 110732 de caractere. Marea majoritate a acestora au informat despre startul campaniei electorale, procedura de înregistrare a concurenților electorali, modalitatea de înregistrare a Partidului Politic Patria, al cărui cap de listă este Renato Usatfi, diverse evenimente organizate de Usatfi și declarațiile acestuia cu referire la diverși concurenți electorali etc. Pe lângă materialele scrise, portalul a inserat deseori materiale video, durata acestora variind de la câteva minute până la ore întregi. De notat că acest portal inserează la rubrica Vox report mai multe materiale de opinie, semnate de autori diverși, care sunt agregate de pe alte site-uri sau bloguri. De asemenea, Moldova24.info are o rubrică separată intitulată Bloguri, unele materiale din această rubrică fiind inserate la secțiunea Știri, fără a face trimitere la sursă.

**Diagrama 54. Frecvența abordării subiectelor cu caracter electoral direct sau indirect**

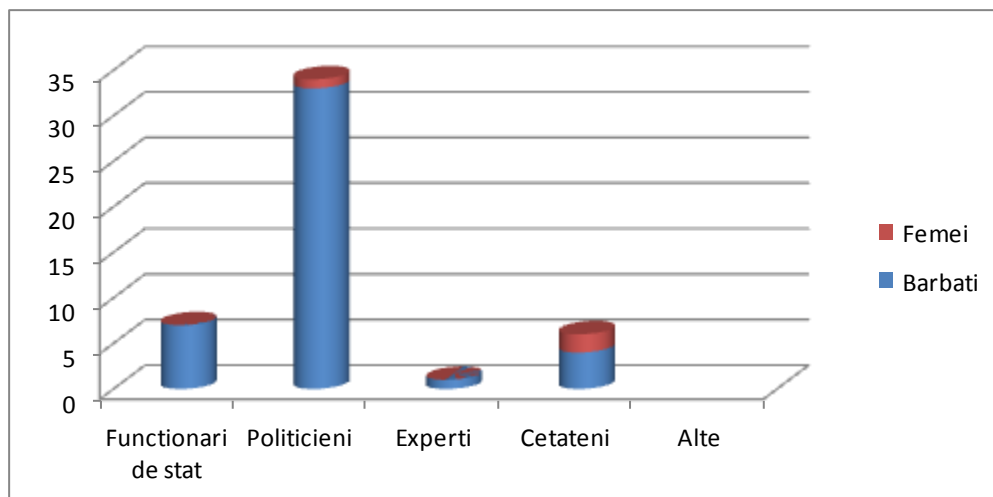


14 din numărul total de materiale cu caracter electoral direct și indirect au fost controversate și marea majoritate a acestora au fost dezechilibrate din punctul de vedere al prezenței surselor. Astfel,

doar 2 știri au prezentat ambele părți din conflict, iar celelalte materiale – 12 – au lansat doar acuzații, fără a oferi celor vizați dreptul la replică. Și din punctual de vedere al imparțialității au fost constatate probleme în 5 știri din totalul de 53 sau aproximativ în 10%. Acestea au fost părtinitoare, fiind evident poziția jurnalistului față de protagoniști.

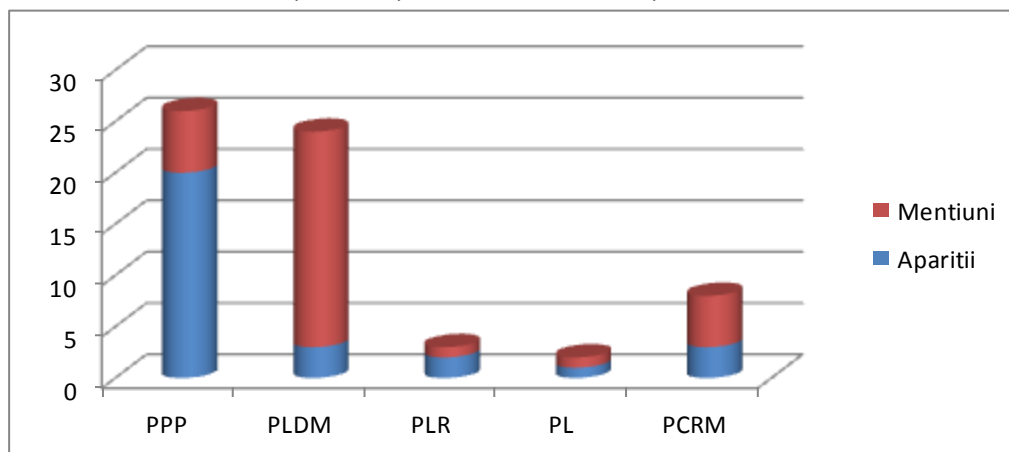
De cele mai dese ori reporterii de la Moldova24.info au recurs la politicieni în calitate de surse – 34 în total, dintre care 33 au fost bărbați. La funcționarii de stat, inclusiv reprezentanții ai CEC, s-a apelat de 7 ori (7 bărbați), la experți - o singură dată (1 bărbat), iar la cetățeni - de 4 ori (4 femei). Din alte categorii au fost citate 6 persoane (4 bărbați și 2 femei).

**Diagrama 55. Frecvența apariției surselor în știri, raportul gender**



Ca și frecvență a apariției și mențiunilor, pe primul loc se situează concurentul electoral PPP – 20 de apariții directe și 6 mențiuni, urmat de reprezentanții PLDM – 3 apariții directe și 21 de mențiuni, PCRM cu 3 apariții și 5 mențiuni, PLR cu două apariții și o mențiune și reprezentanții PL, care au fost citați și menționați câte o dată.

**Diagrama 56. Frecvența aparițiilor directe și mențiunilor protagoniștilor**

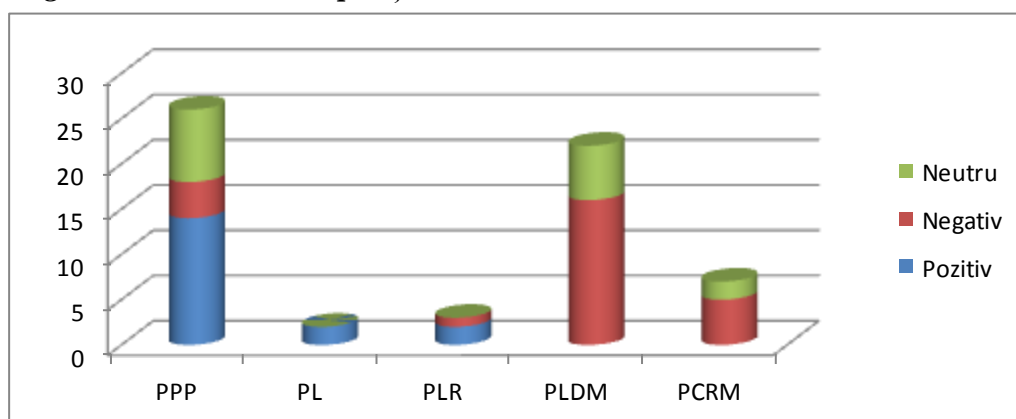


Cel mai mare spațiu alocat protagoniștilor a revenit PPP, care a apărut în materiale cu spațiu total de 17 994 de caractere sau 16 la sută din numărul total de caractere alocat tuturor materialelor cu caracter electoral direct sau indirect. Acest concurent electoral e urmat de PLR cu un spațiu de 2494 semne. PL și PLDM au beneficiat de spațiu mult mai mic – 402 și, respectiv, 227 caractere, în timp ce alți protagoniști au fost doar menționați.

De notat că reprezentanții guvernului au fost menționați de 4 ori și citați direct de 3 ori, spațiul total alocat acestora fiind de 2504 caractere. Guvernul a apărut atât în context pozitiv, cât și negativ, și neutru – 2, 3 și, respectiv 2 ori.

Contextul apariției concurenților electorali a fost preponderent pozitiv pentru PPP - 14 ori, față de 4 ori negativ și 8 ori neutru. PL a apărut de 2 ori în context pozitiv, iar PLR - de 2 ori pozitiv și o dată negativ. Contextul apariției PLDM și PCRM a fost mai mult negativ – 16 și, respectiv, 5 ori, față de 6 și 2 ori – neutru.

**Diagrama 57. Contextul apariției actorilor electorali**

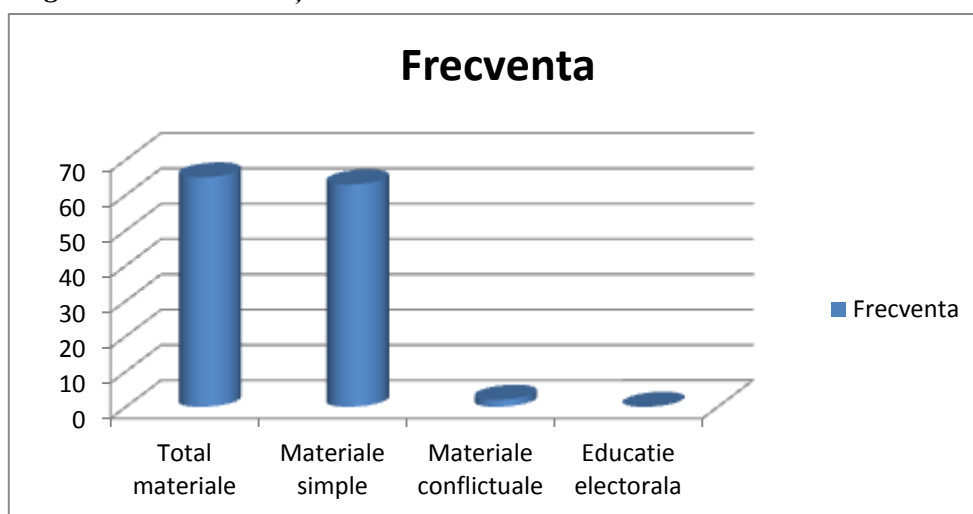


În perioada de referință Moldova24.info nu au difuzat publicitate electorale.

#### 5.4 Moldova.org

În perioada de raport, portalul de știri Moldova.org a publicat în total 65 de materiale relevante prezentei monitorizării, cu o suprafață totală de 97939 de caractere. Dintre acestea 63 au fost materiale simple, iar două au tratat subiecte de conflict. Materialele au abordat atât subiecte cu caracter electoral direct, cum ar fi demararea campaniei electorale, procesul de înregistrare a concurenților electorali, cât și subiecte cu caracter electoral indirect, de exemplu inaugurarea porțiunii de drum Sărăteni-Soroca cu participarea premierului Leancă, vizita premierului român la Chișinău și donațiile oferite etc.

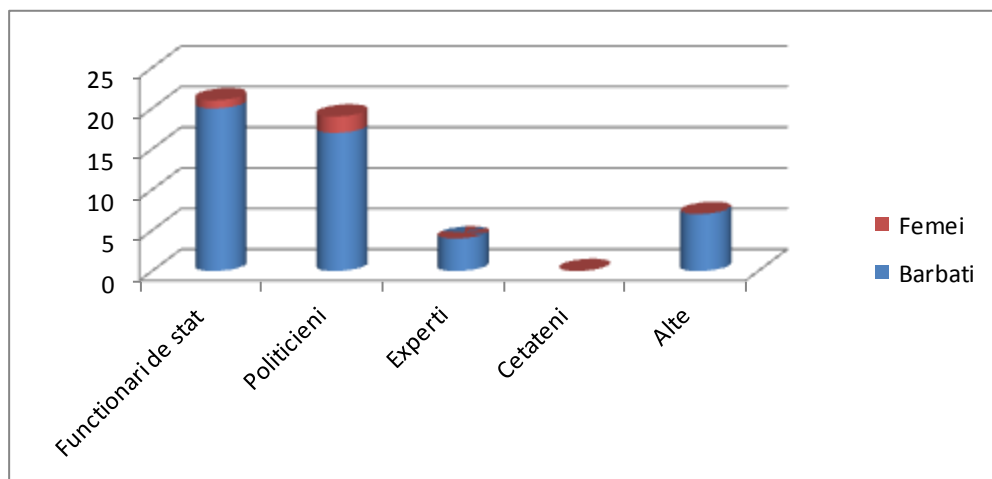
**Diagrama 58. Frecvența abordării subiectelor cu caracter electoral direct sau indirect**



Ambele știri cu caracter controversat au omis să prezinte părerea ambelor părți din conflict, fiind catalogate ca dezechilibrate. Poziția jurnalistului în toate știrile relevante a fost corectă și nepărtinitoare.

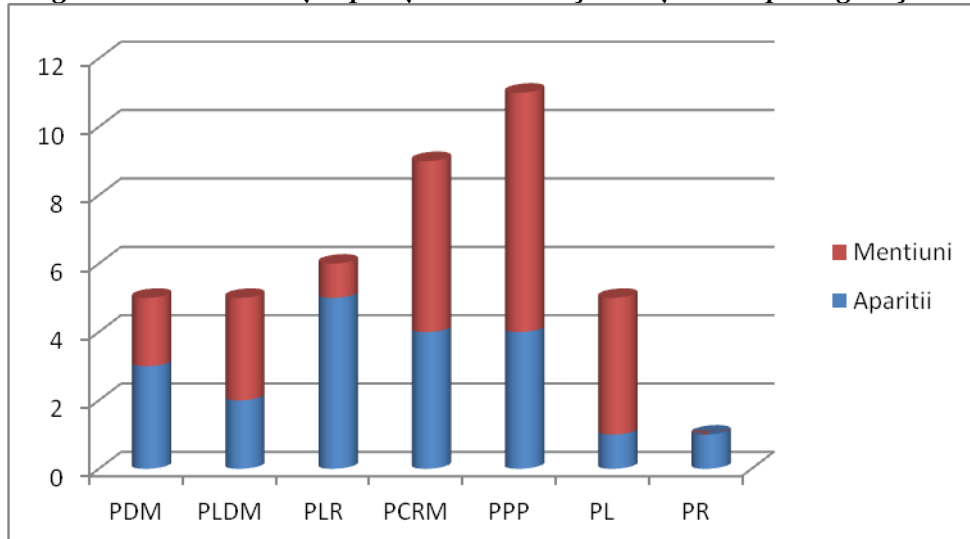
De cele mai multe ori, reporterii de la Moldova.org au citat ca surse funcționarii de stat - 21 de persoane, dintre care 20 bărbați, și politicienii - 19 (17 bărbați și 2 femei). Totodată, în materiale au fost incluse și păreri a 4 experți și 7 surse din alte categorii, toți de sex masculin.

**Diagrama 59. Frecvența apariției surselor în știri, raportul gender**



Frecvența aparițiilor și mențiunilor actorilor politici a fost relativ egală pentru reprezentanții PDM – 3 apariții și 2 mențiuni, PLDM – 2 apariții și 3 mențiuni, PCRM - 4 apariții și 5 mențiuni. Reprezentanții PLR au fost citați de 5 ori și au fost menționați o dată, iar ai PL – au avut o apariție și 4 mențiuni, iar PPP - 4 apariții și 7 mențiuni.

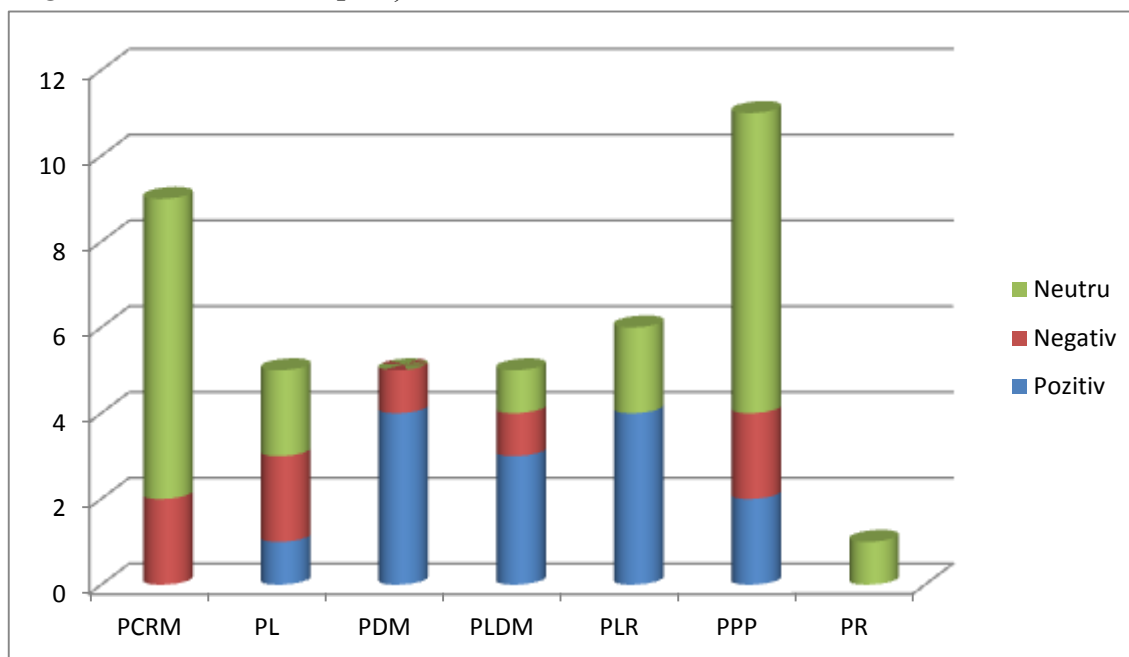
**Diagrama 60. Frecvența aparițiilor directe și mențiunilor protagoniștilor**



Cel mai mare spațiu în care protagoniștii au fost citați direct a revenit reprezentanților PDM – 3183 caractere, PCRM - 3024 caractere și PLR – 2618 caractere. PL și PLDM au beneficiat de mai puțin spațiu - câte 400 și, respectiv, 390 caractere.

Contextul apariției protagoniștilor a fost diferit, fără a ieși în evidență vreo tendință de favorizare a vreunui concurent electoral. Astfel, PCRM a apărut de 2 ori în context negativ și de 7 ori - neutru, PDM – 4 ori pozitiv și o dată negativ, PLR - 4 ori pozitiv și 2 ori neutru, PLDM - de 3 ori pozitiv și câte o dată negativ și neutru, PL - o dată pozitiv și de câte 2 ori negativ și neutru.

**Diagrama 61. Contextul apariției actorilor electorali**



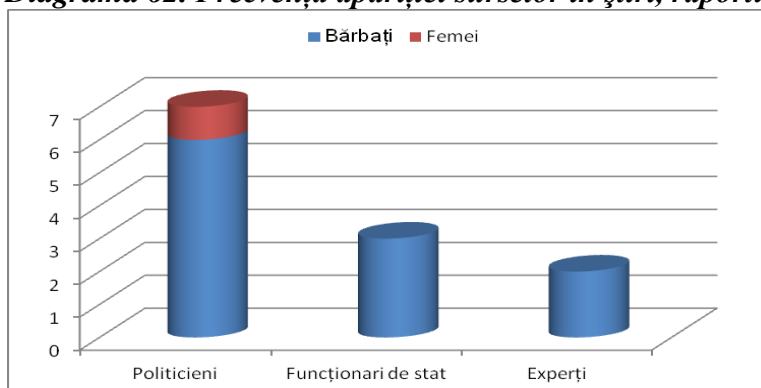
De notat că portalul a alocat spațiu destul de mare reprezentanților Guvernului, care au avut 16 apariții directe și au fost menționați de 13 ori, spațiul total alocat constituind 8255 caractere. Contextul apariției acestora a fost de 14 ori pozitiv, 9 ori negativ și 6 ori neutru. Dintre aceștia pe primele locuri se situează Premierul Iurie Leancă, care a avut 10 apariții directe cu o suprafață de 5239 caractere și o mențiune. Contextul aparițiilor a fost preponderent pozitiv – 10, iar mențiunea a fost negativă. Urmează ministrul Economiei Andrian Candu cu 933 de caractere, 2 apariții și 2 mențiuni, dintre care 2 sunt în context negativ, ministra Culturii Monica Babuc cu 697 caractere, o apariție și o mențiune, în context pozitiv și neutru, și ministrul Transporturilor și Infrastructurii Drumurilor Vasile Botnari, cu 1078 de caractere, o apariție și o mențiune, ambele în context pozitiv. Moldova.org nu a difuzat în perioada de raport publicitate electorală.

### 5.5 Newsmaker.md

Portalul de știri Newsmaker.md a publicat în perioada de raportare 17 materiale cu caracter electoral direct sau indirect, cu un spațiu total de 25953 de caractere. Toate materialele au fost prezentate echilibrat și nepărtinitor.

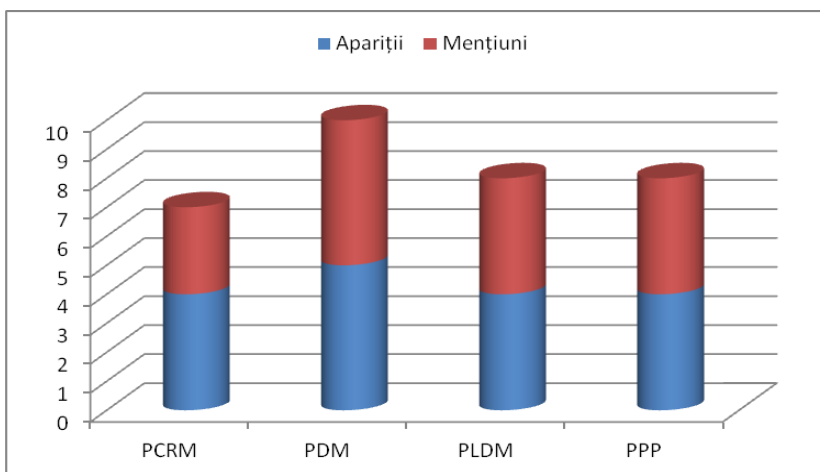
Surse de informație pentru Newsmaker.md au fost politicienii (6 bărbați și o femeie) funcționarii de stat (3 bărbați) și două persoane din comunitatea de experți care de asemenea sunt bărbați.

**Diagrama 62. Frecvența apariției surselor în știri, raportul gender**



În perioada de raportare, articolele de pe Newsmaker.md au vizat un număr limitat de actori politici, patru la număr. Astfel, Partidul Liberal Democrat și Partidul „Patria” și Renato Usatîi au avut câte patru apariții (citate), de alte patru ori aceste partide fiind menționate. Partidul Democrat a avut cinci apariții în textele publicate, iar de alte cinci ori a fost menționat; Partidul comuniștilor – 4 apariții și trei mențiuni.

**Diagrama 63. Frecvența aparițiilor directe și a mențiunilor protagoniștilor**



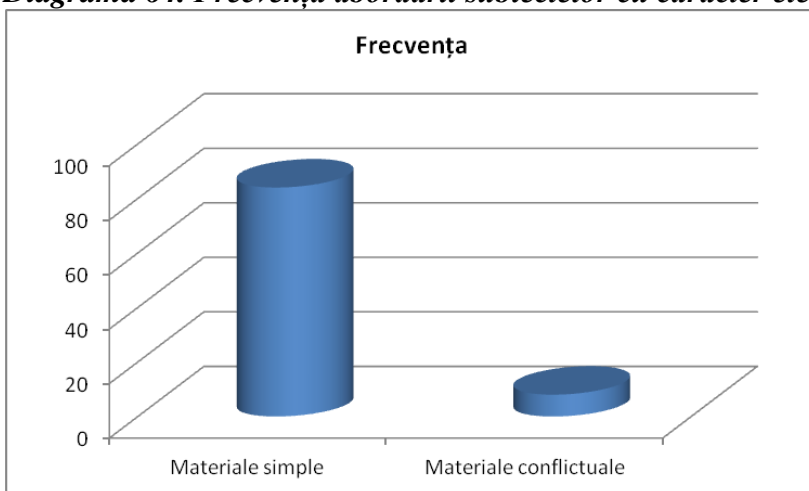
Practic în toate cazurile, protagoniștii au fost prezentați de către Newsmaker.md în context neutru.

Portalul Newsmaker.md nu a avut în perioada de raport publicitate electorală.

## 5.6 Noi.md

Portalul de știri Noi.md a publicat în perioada de raportare 92 de materiale cu caracter electoral direct sau indirect, cu un spațiu total de 170811 de caractere. 84 dintre materiale au avut subiecte obișnuite, iar 8 au tratat teme controversate sau au mediatizat acuzații în adresa unor actori politici.

**Diagrama 64. Frecvența abordării subiectelor cu caracter electoral direct sau indirect**



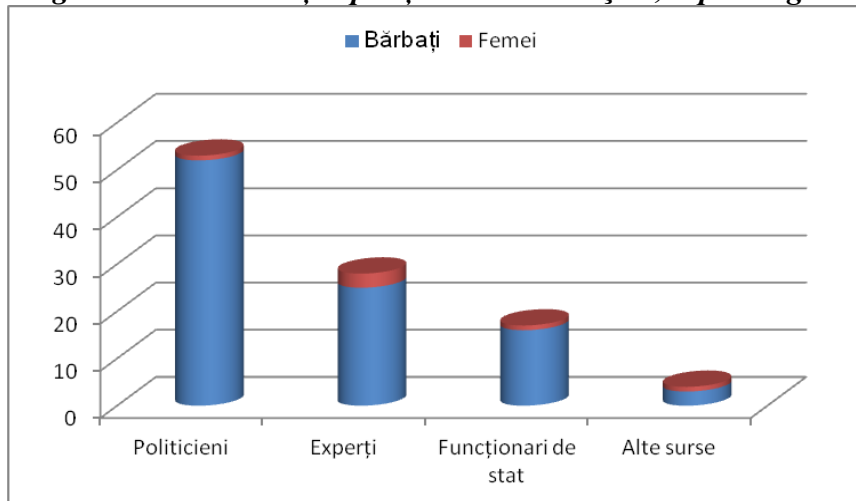
Din cele opt materiale care au reflectat o situație de conflict, numai în două cazuri a fost asigurată prezentarea pozițiilor tuturor părților, celelalte au fost mai mult sau mai puțin dezechilibrate.



Caracterul nepărtinitor al prezentării subiectului a fost asigurat în 75% din materiale (69 din cele 92 de materiale jurnalistice relevante), celelalte materiale fiind părtinoare.

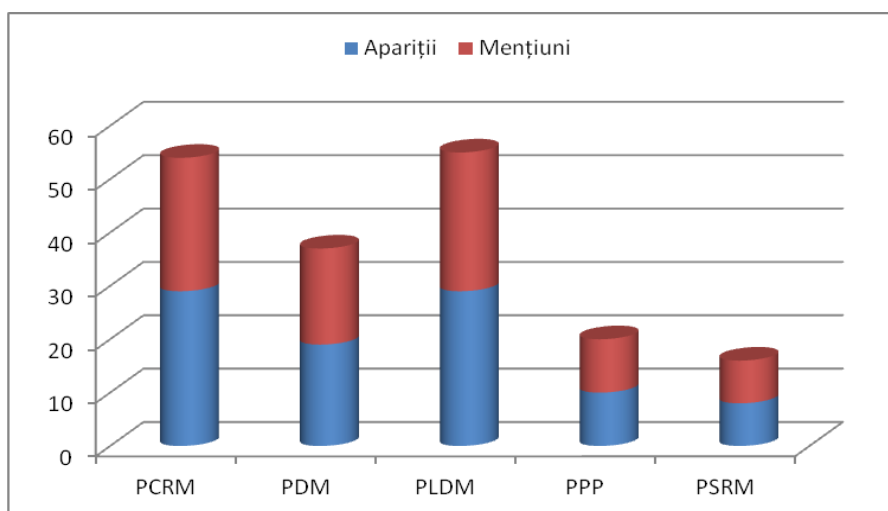
În majoritatea cazurilor, Noi.md a apelat la surse din domeniului politicului, de asemenea au fost citate sau s-a făcut trimitere la surse din comunitatea de experți, precum și la funcționari de stat. Cu unele excepții ne semnificative, sursele au fost bărbați (politicieni – 51 bărbați și o femeie, experți – 25 bărbați și 3 femei, funcționarii de stat – 16 bărbați și o femeie).

**Diagrama 65. Frecvența apariției surselor în știri, raportul gender**



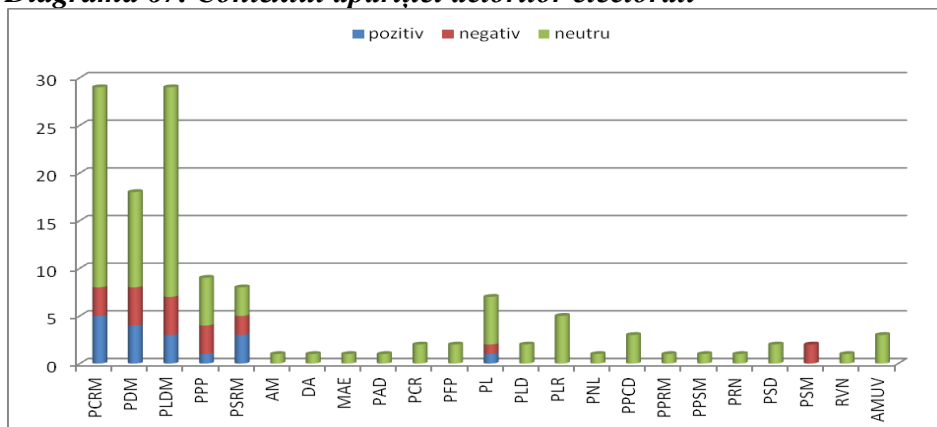
În textele publicate de Noi.md în perioada de raportare au fost vizați 23 de actori politici din țară, topul celor 5 cele mai mediatizate partide incluzând PLDM (29 de apariții directe cu transmiterea unor mesaje sau citate și 26 mențiuni), PCRM (29 de apariții și 25 de mențiuni), PDM (19 apariții și 18 mențiuni), PPP (10 apariții și 10 mențiuni) și PSM și AM (8 apariții și alte 8 mențiuni).

**Diagrama 66. Frecvența aparițiilor directe și mențiunilor protagoniștilor**



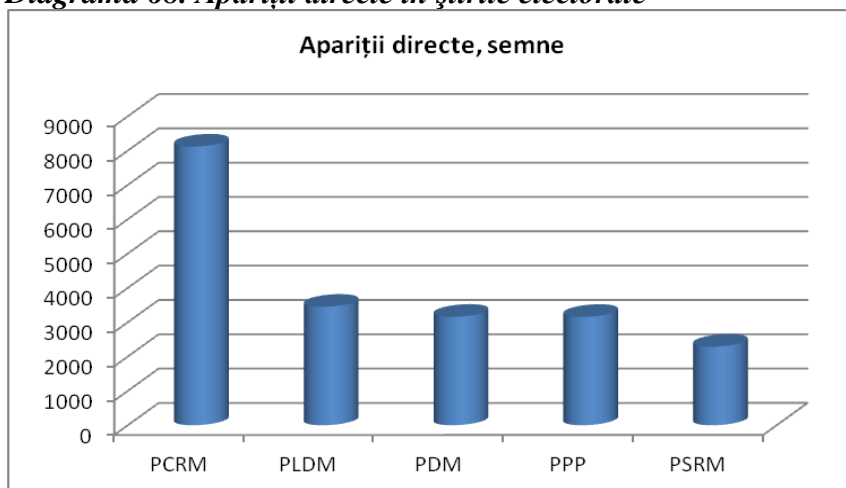
Actorii politici și electorali au fost prezentați preponderent neutru de Noi.md în perioada de raportare, partidele de la guvernare și din opoziția parlamentară fiind prezentate, în unele cazuri, și în context negativ sau pozitiv. PPP a fost prezentat mai des neutru sau negativ.

**Diagrama 67. Contextul apariției actorilor electorali**



Partidul comuniștilor este actorul electoral care a beneficiat de cel mai mare spațiu pe portalul Noi.md în cadrul unor intervenții directe (8119 caractere), de câteva ori mai mult față de alte partide.

**Diagrama 68. Apariții directe în știrile electorale**

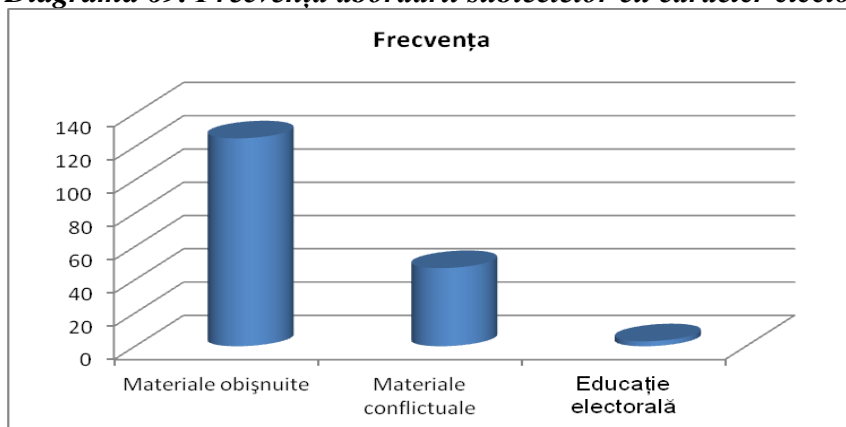


În perioada de raportare, pe portalul Noi.md a fost realizat un sondaj de opinii privind intențiile de vot, în bannerol promoțional fiind indicate cinci partide: PCRM, PLDM, PDM, PLR, PL și PSRM.

## 5.7 Omg.md

Portalul de știri Omg.md a publicat în perioada de raportare 175 de materiale cu caracter electoral direct sau indirect, cu un spațiu total de 220990 de caractere. 125 de materiale au avut subiecte obișnuite, iar 47 au tratat teme controversate sau au mediatizat acuzații în adresa unor actori politici.

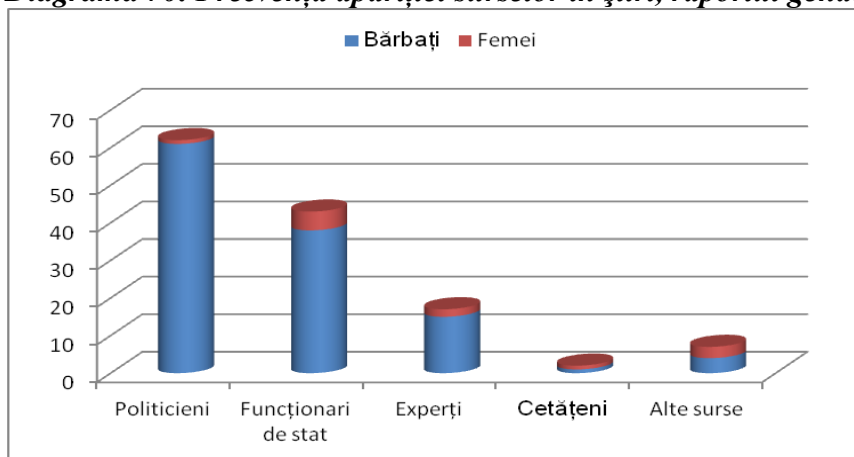
**Diagrama 69. Frecvența abordării subiectelor cu caracter electoral direct sau indirect**



89% din materialele care au reflectat o situație de conflict (42 din 47) au fost dezechilibrate, deoarece au prezentat o singură opinie sau poziție în conflict/acuzațiile pe care le-au mediatizat. Caracterul nepărtinitor al prezentării subiectului a fost asigurat în 50% din materiale (87 din cele 175 de materiale jurnalistice relevante), celelalte materiale fiind părtinitoare, deoarece opinia autorului și a redacției poate fi ușor percepută de cititori.

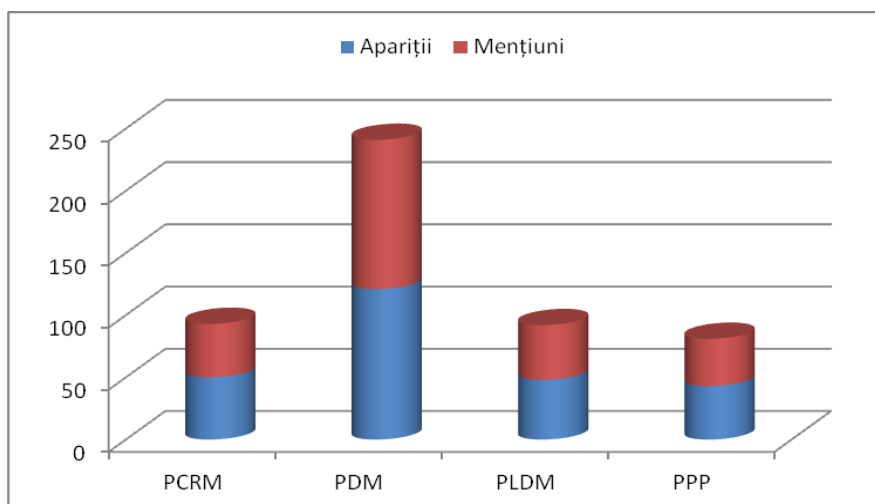
În majoritatea cazurilor, Omg.md a apelat la surse din domeniului politicului, de asemenea au fost citate sau s-a făcut trimitere la funcționari de stat sau la experți. Cu unele excepții ne semnificative, sursele au fost bărbați (politicieni – 61 bărbați și o femeie, funcționarii de stat – 38 bărbați și 5 femei, experți – 15 bărbați și 2 femei).

**Diagrama 70. Frecvența apariției surselor în știri, raportul gender**



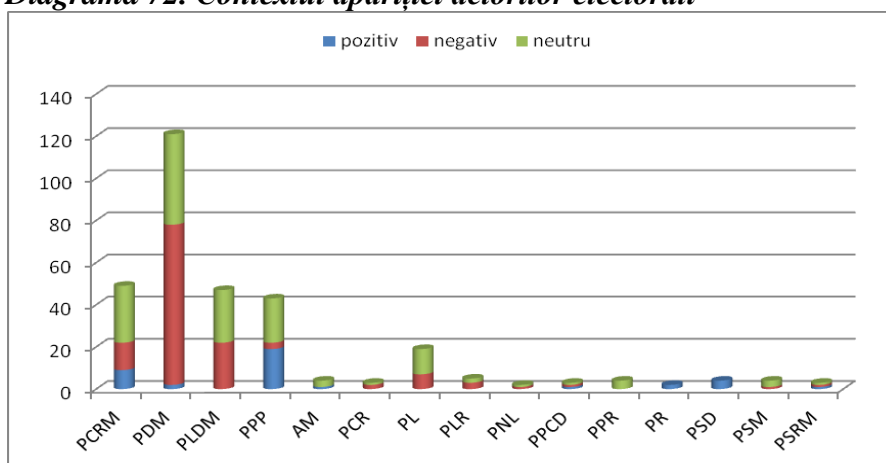
În textele publicate de Omg.md în perioada de raportare au fost vizați 15 actori politici și electorali, în topul celor mai mediatizate formațiuni fiind PDM (121 de apariții și 120 mențiuni), PCRM (50 de apariții și 43 de mențiuni), PLDM (48 de apariții directe cu transmiterea unor mesaje sau citate și 26 mențiuni) și PPP (43 de apariții și 38 de mențiuni).

**Diagrama 71. Frecvența aparițiilor directe și mențiunilor protagoniștilor**



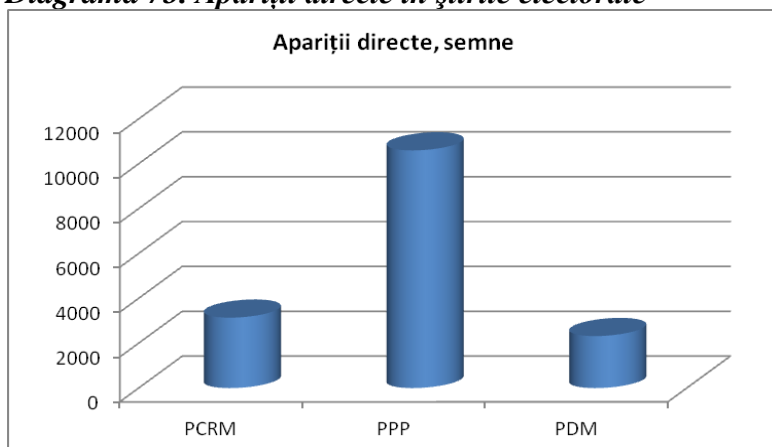
Omg.md defavorizează PDM (76 apariții în context negativ, 43 apariții în context neutru și 2 apariții în context pozitiv), de asemenea este prezentat frecvent în context negativ PLDM (22 de apariții în context negativ și 25 de apariții în context neutru), PCRM fiind prezentat preponderent în context neutru (27 de apariții), dar și negativ (13 apariții) și pozitiv (9 apariții). În schimb, PPP a fost prezentat de cele mai multe ori în context pozitiv (19 apariții) și neutru (21 de apariții).

**Diagrama 72. Contextul apariției actorilor electorali**



PPP este actorul electoral care a beneficiat de cel mai mare spațiu pe portalul Omg.md în cadrul unor intervenții directe (10599 caractere), de câteva ori mai mult față de alte partide.

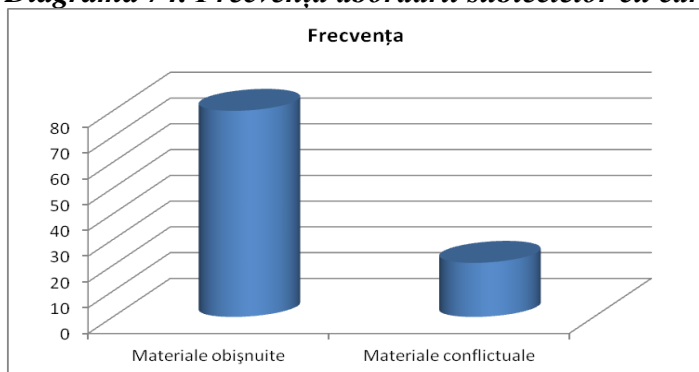
**Diagrama 73. Apariții directe în știrile electorale**



## 5.8 Politik.md

Portalul de știri Politik.md a publicat în perioada de raportare 101 materiale cu caracter electoral direct sau indirect, cu un spațiu total de 168826 de caractere. 80 de materiale au avut subiecte obișnuite, iar alte 21 au tratat teme controversate sau au mediatizat acuzații în adresa unor actori politici.

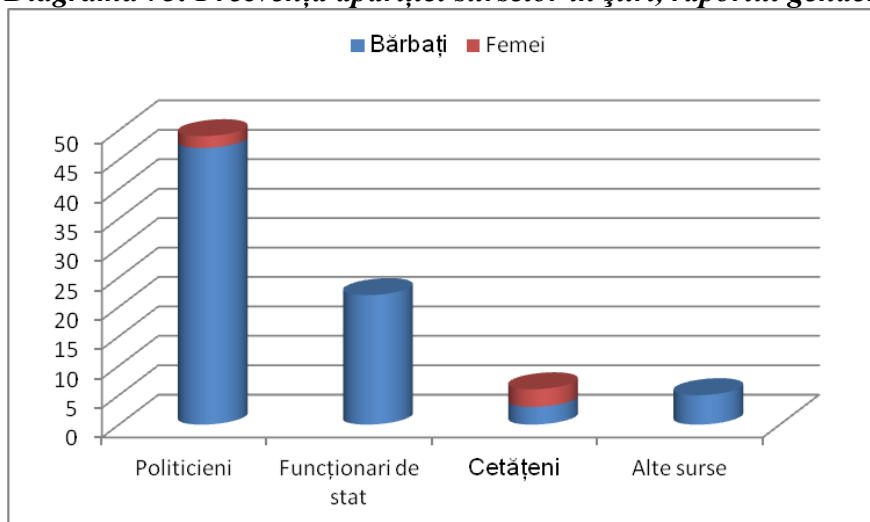
**Diagrama 74. Frecvența abordării subiectelor cu caracter electoral direct sau indirect**



Un singur material din cele care au reflectat o situație de conflict a fost echilibrat, prezentând opiniile tuturor părților implicate, alte 20 de subiecte au fost dezechilibrate. Caracterul nepărtinitor al prezentării subiectului a fost asigurat în 67% din materiale (68 din cele 101 materiale jurnalistice relevante), celelalte au fost mai mult sau mai puțin părtinoare.

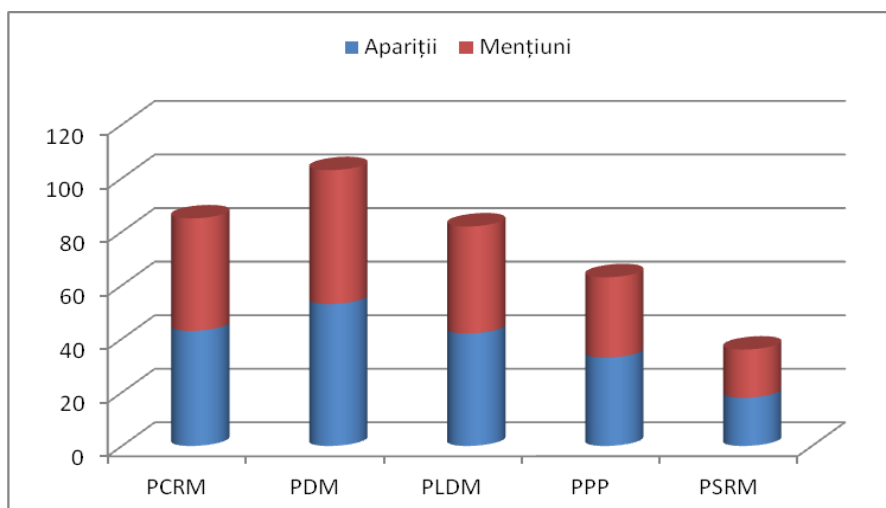
În majoritatea cazurilor, Politik.md a apelat la surse din domeniului politicului, de asemenea au fost citați sau s-a făcut trimitere la funcționari de stat, iar experții au lipsit. Cu unele excepții nesemnificative, sursele au fost bărbați (politicieni – 47 bărbați și 2 femei, funcționarii de stat – 22 bărbați).

**Diagrama 75. Frecvența apariției surselor în știri, raportul gender**



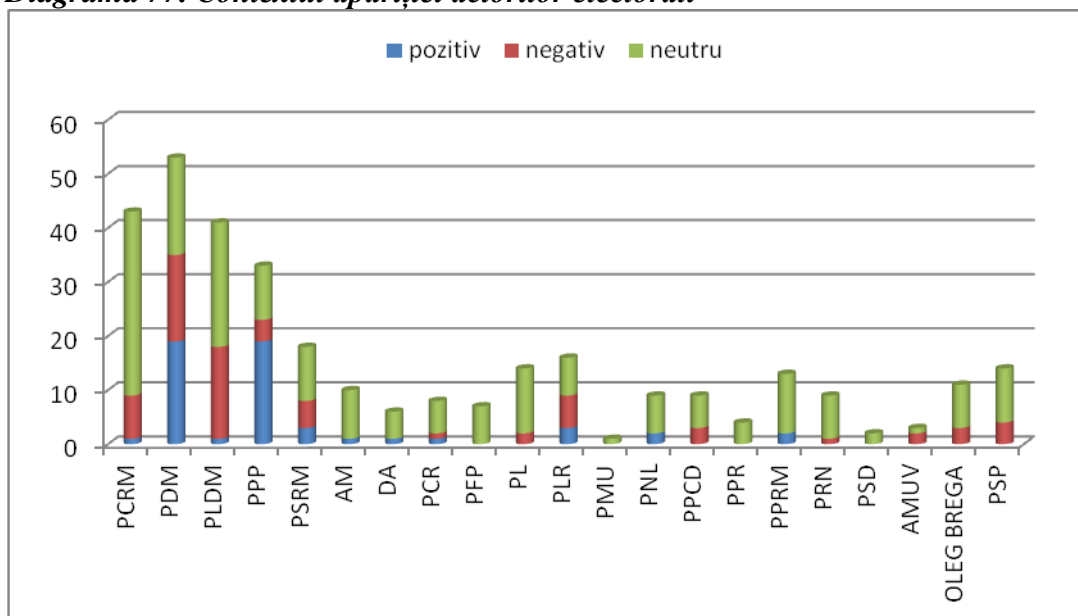
În textele publicate de Politik.md în perioada de raportare au fost vizați 21 de actori politici și electorali, în topul celor mai mediatizate formațiuni fiind PDM (53 de apariții și 50 de mențiuni), PCRM (43 de apariții și 42 de mențiuni), PLDM (42 de apariții și 40 de mențiuni), PPP (33 de apariții și 30 de mențiuni) și PSRM (18 apariții și 18 mențiuni).

**Diagrama 76. Frecvența aparițiilor directe și mențiunilor protagoniștilor**



Politik.md prezintă PDM atât în context neutru (18 apariții), cât și în context pozitiv (19 apariții) sau negativ (16 apariții). Preponderent în context pozitiv a fost prezentat PPP și Renato Usatfi (19 apariții), de alte 10 ori acest concurent fiind prezentat în context neutru și de patru ori în context negativ. PLDM a apărut de 17 ori în context negativ, alte 23 de apariții fiind în context neutru.

**Diagrama 77. Contextul apariției actorilor electorali**



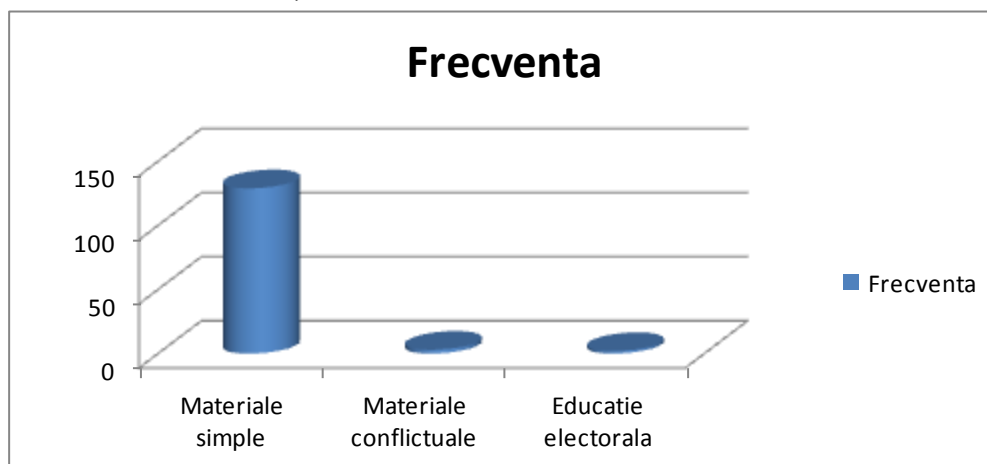
PPP este actorul electoral care a beneficiat de cel mai mare spațiu pe portalul Politik.md în cadrul unor intervenții directe (14533 de caractere), de câteva ori mai mult față de alte partide. În perioada de raportare, pe portalul Politik.md au apărut bannere ale PCRM, PPP și PSRM .

## 5.9 Realitatea.md

În perioada 1-17 octombrie 2014, portalul de știri Realitatea.md a publicat 131 de știri cu caracter electoral direct sau indirect, dintre care două au fost materiale de educație electorală. Suprafața totală alocată acestora a constituit 184 799 de caractere cu spații. Subiectele reflectate au fost

variate, materialele abordând atât aspecte ce țin de înregistrarea diferiților concurenți electorali, cât și cele ce țin de organizarea unor evenimente electorale de către concurenți.

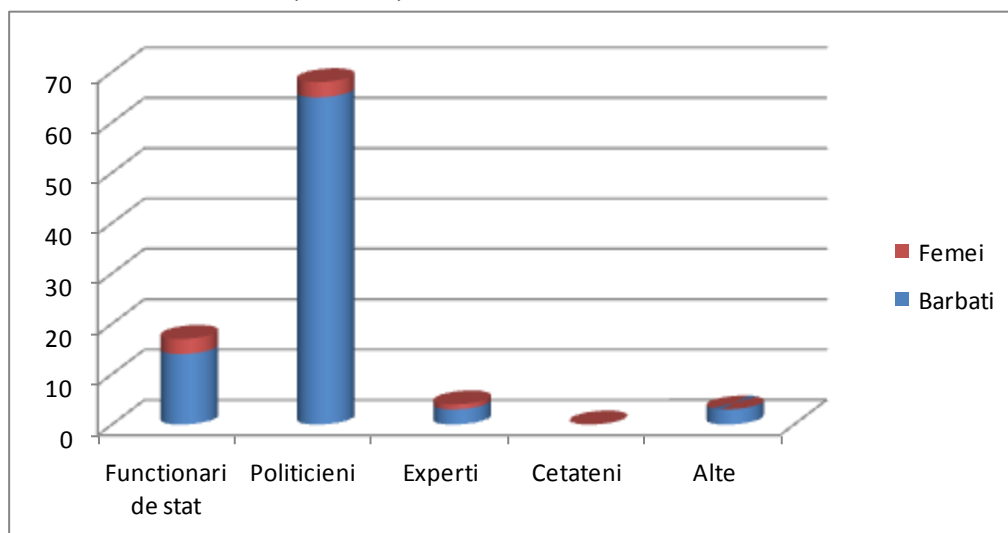
**Diagrama 78. Frecvența abordării subiectelor cu caracter electoral direct sau indirect**



Din numărul total de materiale, trei au avut caracter conflictual, iar în două din ele reporterul nu a inclus părerea ambelor părți din conflict, materialele fiind dezechilibrate. Absoluta majoritate a materialelor au fost imparțiale, doar într-un singur caz fiind sesizată părtinire din partea jurnalistului.

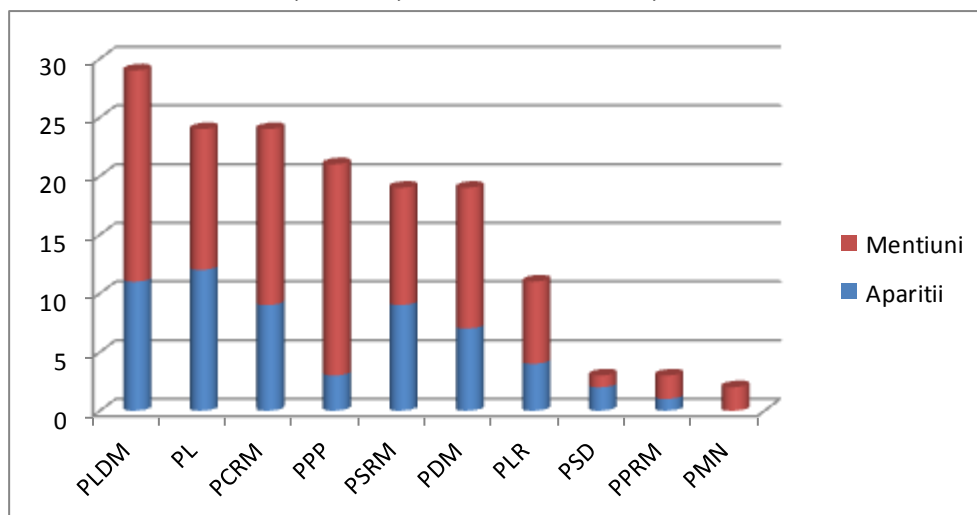
În perioada de raport, sursele la care au apelat de cele mai dese ori reporterii de la Realitatea.md au fost din categoriile politicieni și funcționari de stat, aceștia fiind citați direct sau indirect de 96 și, respectiv, 23 de ori. Absoluta majoritate a surselor politicieni au fost bărbați (93 din 96), iar în cazul funcționarilor de stat acest raport a fost de 22 bărbați versus o femeie. În materiale s-a făcut trimitere și la experți - de 3 ori și surse din alte categorii - 5 ori.

**Diagrama 79. Frecvența apariției surselor în știri, raportul gender**



Din punctul de vedere al aparițiilor directe și al mențiunilor, pe primele cinci poziții în TOP 10 al celor mai mediatizați protagoniști s-au situat PLDM (cu 11 apariții directe și 18 mențiuni), PL (cu 12 apariții și 12 mențiuni), PCRM (cu 9 apariții și 15 mențiuni), urmați de PPP (3 apariții și 18 mențiuni), PSRM (9 apariții și 10 mențiuni) și PDM (cu 7 apariții și 12 mențiuni).

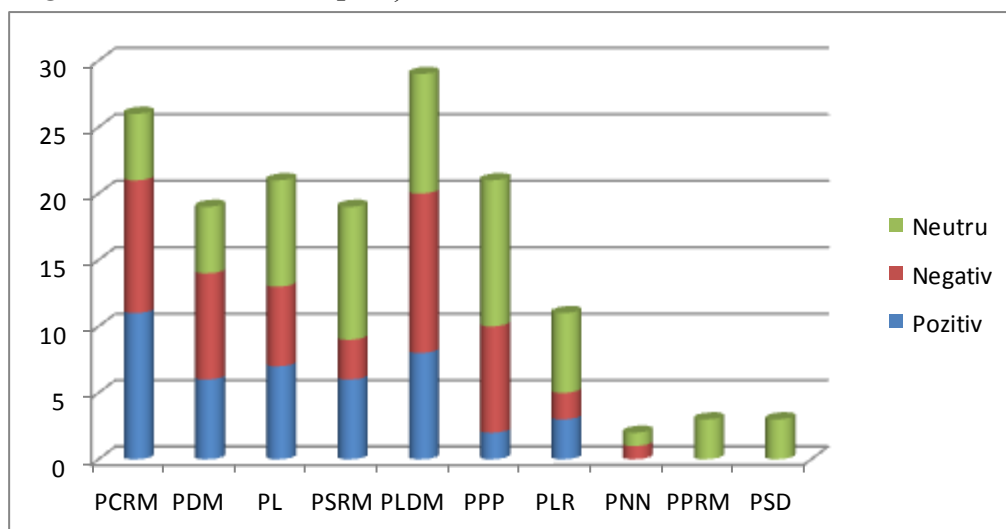
**Diagrama 80. Frecvența aparițiilor directe și mențiunilor protagoniștilor**



Primii cinci în Top 10 al protagoniștilor din rândul politicienilor cărora le-a fost alocat cel mai mare spațiu au fost: PCRM (4421 caractere), PDM (3675 caractere), PLDM (3804 semne), Partidul Popular din Moldova (1537 semne) și PL (1379 semne).

Contextul apariției politicienilor a fost diferit, în multe cazuri raportul dintre numărul de apariții și mențiuni în context pozitiv și negativ fiind relativ același. Astfel, PCRM a apărut în context pozitiv de 11 ori, negativ - de 10 ori, iar neutru - de 5 ori, PDM - de 6 ori în context pozitiv, 8 ori în context negativ, și 5 ori - neutru, PL - de 7 ori pozitiv, 6 ori negativ și 8 ori neutru. În cazul PSRM a prevalat numărul de apariții în context pozitiv - 6, față de 3 contexte negative și 10 neutre. PLDM a apărut de 8 ori în context pozitiv, de 12 ori în context negativ și de 9 ori - neutru. Partidul Politic Patria - PPP - a fost prezentat de 2 ori în context pozitiv, de 8 ori - negativ și de 11 ori - neutru.

**Diagrama 81. Contextul apariției actorilor electorali**



De notat că reprezentanților Guvernului (prim-ministru, miniștri, viceministri, șefilor agențiilor guvernamentale) le-a fost alocat un spațiu total de 5694 de caractere, aceștia fiind citați de 14 ori și menționați de 10 ori. Protagonisții respectivi au apărut de 15 ori în context pozitiv, o dată - negativ și de 8 ori - neutru. O mare parte din acest spațiu a revenit premierului Leancă (9 apariții cu un spațiu total de 2735 caractere și 4 mențiuni, de 10 ori în context pozitiv și 3 - neutru. Ministrul Economiei Andrian Candu a avut două apariții directe (660 caractere) și o mențiune, toate în context pozitiv.

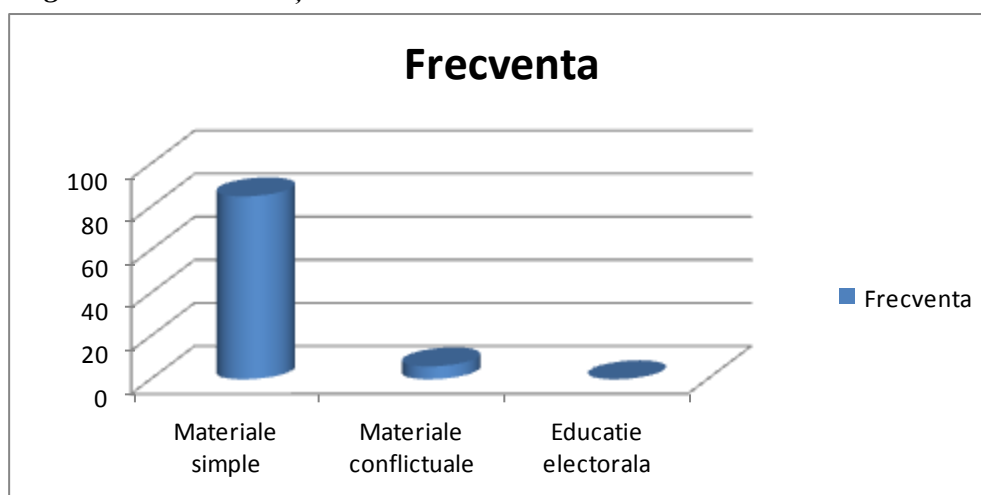


Portalul Realitatea.md nu a avut în perioada de monitorizare publicitate electorală.

## 5.10 Unimedia.info

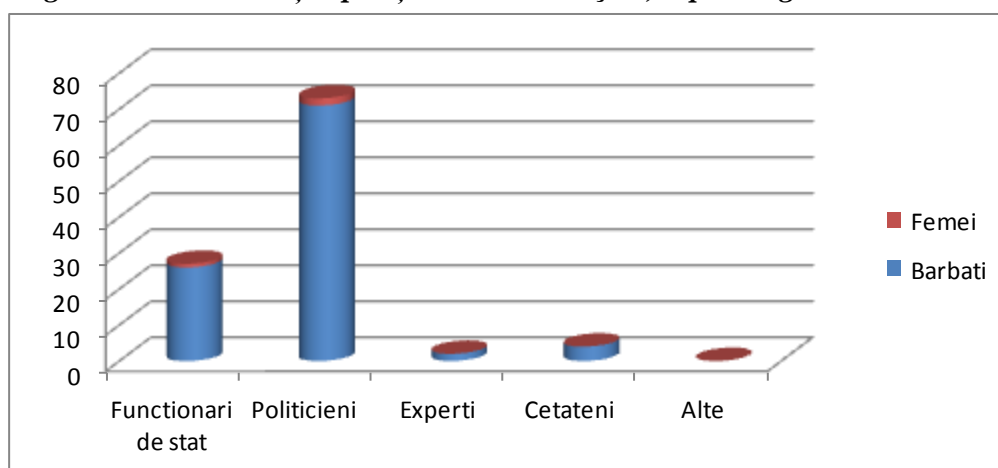
Portalul informațional Unimedia.info a publicat în perioada monitorizată 91 de materiale cu caracter electoral direct sau indirect cu o suprafață totală de 149 422 caractere cu spații. 85 din materiale au fost simple, iar 6 au abordat subiecte controversate. De notat că portalul a difuzat în perioada respectivă și două emisiuni de opinie în care au fost abordate subiecte electorale. De asemenea, portalul inserează la rubrica Comunicate de presă mai multe comunicate ale diferitelor partide, care pot fi interpretate ca și publicitate.

**Diagrama 82. Frecvența abordării subiectelor cu caracter electoral direct sau indirect**



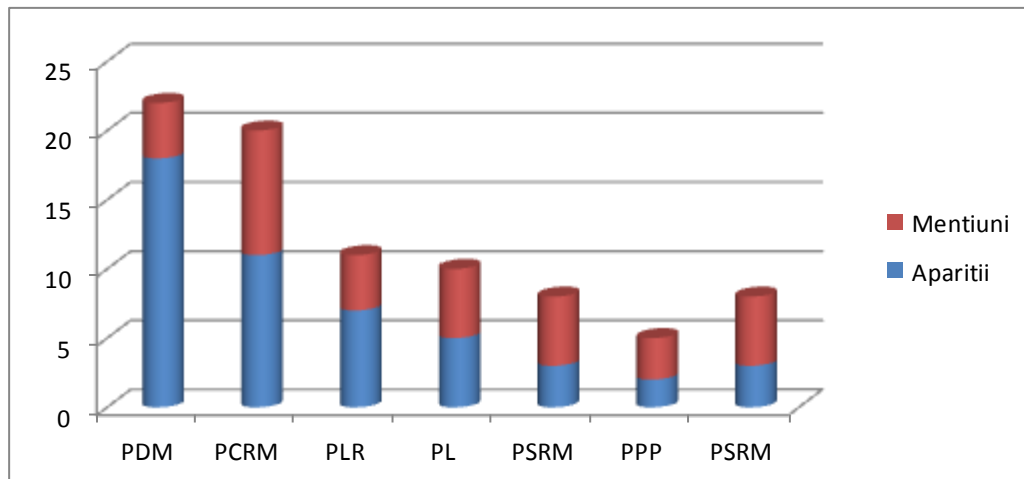
Majoritatea din cele 6 știri controversate s-au limitat la citarea unei singure părți în conflict, și doar în două cazuri reporterii au depus eforturile necesare pentru a prezenta poziția ambelor tabere din conflict. Toate cele 91 de știri au fost nepărtinitoare, fără a ieși în evidență părtinirea autorilor. În calitate de surse, de cele mai dese ori Unimedia a apelat la politicieni, care au fost preponderent de sex masculin (71 din numărul total de 73). La funcționari de stat s-a apelat de 27 de ori (dintre care 26 au fost bărbați). Totodată, în patru cazuri în știri au fost citați cetățeni simpli, iar în două rânduri – experți (toți de sex masculin)

**Diagrama 83. Frecvența apariției surselor în știri, raportul gender**



Din punctul de vedere al frecvenței aparițiilor directe și mențiunilor, pe primul loc în TOP 10 se situează PDM cu 18 apariții și 4 mențiuni, urmat de PCRM cu 11 apariții directe și 9 mențiuni, PLDM – 10 apariții și 6 mențiuni, PLR – 7 apariții și 4 mențiuni, PL – 5 apariții și 5 mențiuni. PPP a fost menționat de 3 ori și citat de 2 ori, iar PSRM – menționat de 5 ori și citat de 3 ori.

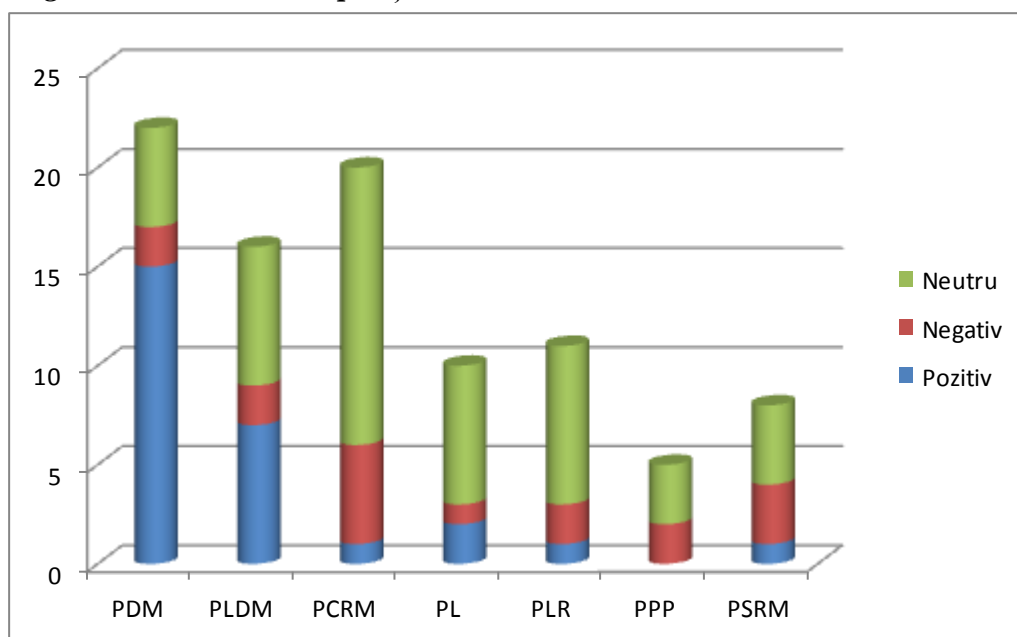
**Diagrama 84. Frecvența aparițiilor directe și mențiunilor protagoniștilor**



Cea mai mare pondere din punctul din vedere al spațiului alocat îi revine PDM-ului – 9216 caractere, care este urmat la mare distanță de PLDM cu 4638 de caractere, PLR – 4453, PCRM – 3361 și PL – 2996 de caractere. Reprezentanții PSRM au avut apariții directe cu o suprafață de 1017 caractere, iar PPP – 549 caractere.

Contextul aparițiilor și mențiunilor protagoniștilor a fost preponderent pozitiv pentru PDM – 15, reprezentanții acestui concurent electoral fiind menționați și în context negativ de 2 ori și neutru de 5 ori. PLDM a apărut atât pozitiv, cât și neutru - de câte 7 ori și de 2 ori în context negativ. Contextul apariției PCRM a fost mai mult neutru – 14 ori, față de o dată – pozitiv și 5 ori negativ. PL și PLR, la fel, au apărut mai mult în context neutru – câte 7 și 8 ori fiecare.

**Diagrama 85. Contextul apariției actorilor electorali**



Reprezentanții Guvernului au fost mediatizați pe o suprafață de 3418 caractere, având 5 apariții și 5 mențiuni. Dintre acestea 3 revin premierului Leancă (o apariție, 2 mențiuni și 222 caractere),

contextul fiind preponderent pozitiv. Ministrul Economiei Andrian Candu a fost menționat de 2 ori (o dată pozitiv și o dată neutru), iar ministrul Dezvoltării Regionale și Construcțiilor Marcel Răducan a avut o apariție directă, de 1876 de caractere, în context pozitiv.

Portalul Unimedia.md a publicat în perioada de raport publicitatea a patru partide politice – PDM, PLDM, PLR și PSRM.

### **Concluzii**

- În documentarea materialelor, marea majoritate a portalurilor monitorizate au dat preferință politicianilor și funcționarilor de stat, în detrimentul experților și cetățenilor simpli, iar raportul dintre numărul de surse de sex masculin și feminin a fost net în favoarea bărbaților;
- Portalul Newsmaker.md este unicul care a reflectat toate subiectele electorale corect și fără a favoriza vreunul dintre concurenții electorali;
- O parte din mass-media analizate – Unimedia.info, Realitatea.md, Deschide.md –au oferit cuvânt mai multor actori atât din arcul guvernamental, cât și din opoziția parlamentară și extraparlamentară. În abordarea subiectelor cu caracter electoral direct sau indirect la aceste media nu s-a remarcat favorizarea sau defavorizarea masivă a vreunui concurent electoral;
- Moldova24.info s-a remarcat printr-un partizanat evident în favoarea Partidului Politic „Patria” și a lui Renato Usatîu, care este cap de lista electorală. Acest concurent electoral a fost mediatizat masiv în materiale scrise, dar și video, preponderent în context pozitiv;
- Majoritatea portalurilor au avut carențe în sensul respectării principiilor profesionale ce țin de asigurarea pluralismului și echilibrului surselor, dar și de imparțialitate și obiectivitate. Cele mai multe probleme de acest gen au fost atestate la Moldova24.info,
- Portalul Jurnal.md defavorizează Partidul Democrat, acest actor politic fiind prezentat aproape în toate cazurile context negativ. Preponderent în context negativ au fost prezentați Partidul Comuniștilor și Partidul Liberal Democrat, dar și Partidul „Patria” și Renato Usatîi.
- Portalul Omg.md defavorizează PDM și PLDM. PCRM a fost prezentat preponderent în context neutru, iar Partidul „Patria” și Renato Usatîi a apărut de cele mai multe ori în context pozitiv și/sau neutru.

## VI. Studii de caz

### **Studiul de caz nr. 1. Portalurile Deschide.md și Moldova24.info, 3-4 octombrie 2014**

*Titlu Deschide.md:* “DOC/ ACUZAȚII GRAVE //Ioniță: Azi Caravita A SUSTRAS 5,5 mln de la BEM”

*Autor:* Vadim Ungureanu

*Titlu Moldova24.info:* “Nașul lui Filat și Gonța duce banii CU SACUL la bancă! Ioniță a postat pe Facebook noi DEZVĂLUIRI”<sup>2</sup>

Știrea de pe Deschide.md a fost preluată de Moldova24.info care i-a atribuit propriul titlu. Informația reproduce un text scris de deputatul Veaceslav Ioniță și plasat pe Facebook, în care fostul liberal-democrat susține că din Banca de Economii au fost scoase 5,5 milioane de lei, iar două zile mai devreme alte 4,4 milioane de lei.

Știrea mai conține afirmația că „baniile pe care nepotul lui Filat îi ia de la BEM îi aduce cu sacul la Procreditbank” și numele câtorva firme și persoane care ar fi deposedate de banii: „Ioniță numește și firmele care au deposedat banii la Procreditbank Caravita Co SRL (aprox. 20 mln MDL), ABM Agroindustries SRL: (aprox. 7 mln MDL), Vizus Prim SRL (10,5 mln USD și aprox. 150 mln MDL). În total s-au deposedat circa 175 milioane de lei. Cei care au deposedat banii sunt: Cijov Igor Ion (împrumut Rusu Ion), Puntea Alexandru (împrumut de la Rusu Ion, împrumut de la Rusu Vladimir), Robu Tatiana Mihail (împrumut de la Rusu Ion)”.

Știrea are deficiențe de structură și claritate și conține doar afirmațiile făcute de o singură sursă - Veaceslav Ioniță. În cazul Moldova24.info, nu este clar cel puțin cine este nașul lui Vlad Filat, cine este nepotul și cine anume „a dus banii cu sacul la bancă”. Jurnalistul nu a făcut niciun efort ca să explice și să probeze afirmațiile deputatului, astfel încât cititorul vede doar o înșiruire de sume și de nume și, în consecință, ceea ce reține este că Vlad Filat este implicat în afaceri ilegale. Materialul lezează interesele firmelor și persoanelor pomenite într-un context negativ și cărora nu li s-a solicitat opinia, așa cum prevăd rigorile jurnalismului. Fiind o știre referitoare la un conflict și în care se aduc acuzații grave unei persoane, solicitarea reacției celui acuzat a fost obligatorie.

Materialul încalcă prevederile Codului deontologic al jurnalistului referitoare la imparțialitate, separarea faptelor de opinii, prezumția nevinovăției, verificarea informației din mai multe surse și nu urmărește informarea corectă a publicului, ci denigrarea unuia dintre concurenții electorali.

### **Studiul de caz nr. 2. Portalul Jurnal.md, 8 octombrie 2014**

*Titlu:* “Migrări PCRM-PD: „Nu ne interesează cine a furat băncile”<sup>3</sup>

*Autor:* Jurnal.md

Știrea relatează despre plecarea unui grup de primari și aleși locali de la Partidul Comuniștilor

<sup>2</sup> <http://moldova24.info/nasul-lui-filat-si-gonta-duce-banii-cu-sacul-la-banca-ionita-postat-pe-facebook-noi-dezvaluiri/>

<sup>3</sup> <http://www.jurnal.md/ro/news/migrari-pcrm-pd-nu-ne-intereseaza-cine-a-furat-bancile-1178187/>

la Partidul Democrat. Cei opt primari care au anunțat că părăsesc PCRM și aderă la PDM sunt prezentați într-o lumină negativă, autorul lansând afirmații tendențioase chiar de la începutul articolului: *“Cei opt primari au părăsit partidul, care i-a înaintat, pentru că unii colegi comuniști vor să-și păstreze în continuare fotoliile și nu-i interesează cine a furat băncile”*.

În știre apar trei citate scurte ale primarilor care își argumentează decizia de a pleca. “Vladimir Nicolaevici (Vladimir Voronin – n.r.) a declarat că este de acord să fie în opoziție încă patru ani, dar noi, ca primari, nu suntem de acord. Astfel am hotărât să trecem la PD. Aici mai educat se vorbește, aici vorbesc despre doctrina electorală și mai puțin bârfesc”, și-a explicat decizia primarul din satul Răspopeni, Șoldănești, Pavel Drăguța.

Din același subiect aflăm că *“aleșii locali au recunoscut că au fost racolați de democrați, care le-au promis finanțarea mai multor proiecte locale”*. Este de fapt o deducție a autorului. Primarii nu au folosit cuvântul “racolați”, optând pentru “aderare” la Partidul Democrat. Drept dovadă servește varianta video de la conferință de presă.

Autorul afirmă că *“Primarii au declarat că nu-i interesează nici reputația dubioasă a lui Vladimir Plahotniuc, și nici a altor persoane cu dosare penale de pe lista electorală a PD”*, dar nu prezintă alte nume, detalii și probe care ar confirma că pe lista electorală a PD sunt persoane cu dosare penale.

În cea de-a doua parte a știrii, este acordat dreptul la replică Partidului Comuniștilor. Formațiunea a calificat plecarea celor opt aleși locali drept un “show ieftin”, pus la cale de PD, precizând că majoritatea din cei plecați nu au fost niciodată membri ai PCRM. Se face trimitere la un comunicat de presă al staff-ului electoral al comuniștilor și este prezentat un citat în favoarea tezei că *„Lupu (Marian Lupu - n.r.) și compania sa nu mai au nici o speranță de a obține șansa de a ajunge în Parlament și recurg la trucuri lipsite de inspirație”*.

Știrea este părtinitoare prin selectarea declarațiilor și interpretarea acestora pentru a defavoriza PDM.

### **Studiul de caz nr. 3. Portalul Omg.md, 9 octombrie 2014**

*Titlu:* „Правительство Лянкэ сделало шаг к признанию Приднестровья”<sup>4</sup>  
(„Guvernul Leancă a făcut un pas pentru recunoașterea Transnistriei”)

*Autor:* nu este indicat

Din această știre aflăm că, pentru prima dată de la declararea independenței Republicii Moldova, autoritățile au numit un responsabil de la Ministerul de Externe pentru negocierile în problema transnistreană, după ce vicepremierul pentru reintegrare, Eugen Carpov, a degrevat din funcție. Fiind pe lista Partidului Liberal Democrat, el va participa la alegerile parlamentare din 30 noiembrie 2014. Înlocuirea lui Eugen Carpov ar însemna, în opinia autorului, un pas spre recunoașterea Transnistriei, o afirmație în susținerea căreia nu este adus nici un argument.

Titlul conține o afirmație tendențioasă precum că Guvernul a făcut un pas pentru recunoașterea Transnistriei care nu este probată, de asemenea în material nu este asigurat echilibrul surselor. Faptul că Eugen Carpov a fost înlocuit pentru o perioadă de ministrul adjunct de externe, Valeriu Chiveri, este prezentat ca ceva ieșit din comun, autorul subliniind că este pentru prima dată când Chișinăul a pus în sarcina Ministerului de Externe soluționarea problemei transnistrene care este una internă. În știre lipsesc opiniile reprezentanților Ministerului de

<sup>4</sup> <http://omg.md/index.php?newsid=5030>

Externe sau ale unui expert, comentator în conflictul transnistrean, care să explice în ce constă rocada făcută la Guvern și dacă este cumva legată de o posibilă recunoaștere a independenței Transnistriei. În final, găsim concluzia autorului că decizia Chișinăului ar fi determinată de poziția unor actori politici din România care ar afirma că „R.Moldova este capabilă să-și decidă singură soarta, fără Transnistria”. Astfel, autorul insinuează că deciziile luate de Guvernul de la Chișinău ar fi influențate de la București, din nou fără a proba acest lucru.

În concluzie, știrea are un caracter manipulatoriu, fiind lipsită de imparțialitate, iar autorul urmărește discreditarea Guvernului R. Moldova și, implicit, a partidelor de la guvernare.

#### **Studiul de caz nr. 4. Portalul Moldova24.info, 10 octombrie 2014**

*Titlu:* „ULTIMA ORĂ // Partidul Patria sub presiune: CEC a scos de pe ordinea de zi înregistrarea formațiunii!”<sup>5</sup>

*Autor:* Moldova24

Știrea anunță că de pe agenda ședinței Comisiei Electorale Centrale (CEC) din data de 10 octombrie a fost scoasă chestiunea referitoare la înregistrarea partidului Patria în alegerile de pe 30 noiembrie 2014. Fără să citeze vreo sursă, autorul susține că informația „a dispărut fără urmă” și „în mod miraculos”, chiar dacă ulterior precizează că înregistrarea a fost transferată pentru examinare într-o altă zi. Concluzia pe care o trage autorul este: „Astfel Comisia Electorală Centrală și-a confirmat atitudinea părtinitoare față de Renato Usatîi și partidul Patria”. Ultima afirmație reprezintă o judecată de valoare, la fel ca și expresia din titlu „Partidul Patria sub presiune”, întrucât exprimă atitudinea autorului referitoare la un fapt imposibil de dovedit.

De asemenea, titlul știrii este manipulatoriu, deoarece folosește procedeul transmiterii unei informații trunchiate - faptul că CEC a scos chestiunea de pe ordinea de zi este doar jumătate din adevăr, a doua jumătate este că a transferat-o pentru o altă ședință, iar acest lucru nu reprezintă o presiune. De fapt, informația că examinarea a fost amânată a fost trecută în știre doar ca detaliu neimportant.

Caracterul tendențios al limbajului și afirmațiile făcute arată clar atitudinea părtinitoare a jurnalistului față de candidatul electoral Partidul Patria și față de liderul acestuia, Renato Usatîi, și atitudinea neobiectivă față de activitatea Comisiei Electorale Centrale.

Faptul că autorul nu a încercat să afle explicația Comisiei Electorale Centrale, ci a încheiat știrea cu afirmația că „reprezentanții partidului Patria intenționează să lupte pentru dreptate” arată că scopul știrii a fost de a prezenta concurentul electoral drept victimă, pentru a atrage simpatia electoratului, și de a denigra autoritatea abilitată cu organizarea alegerilor. Materialul seamănă cu un comunicat al staff-ului electoral al partidului Patria și nu cu o știre de presă.

#### **Studiul de caz nr. 5. Radio Vocea Basarabiei, Radiojurnal, 16 octombrie 2014**

*Prezentator:* Lidia Petrenco

*Reporter:* Vasile Munteanu

---

<sup>5</sup> <http://moldova24.info/ultima-ora-partidul-patria-sub-presiune-cec-scos-de-pe-ordinea-de-zi-inregistrarea-formatiunii/>

*Reportaj: Inaugurarea Blocului renovat al secției de otorinolaringologie a Spitalului pentru copii “Emilian Coțaga”*

*Durată: 5 min 35 sec.*

La 16 octombrie în principalul jurnal de știri al zilei de la postul de radio Vocea Basarabiei a fost difuzat un reportaj despre inaugurarea unui bloc renovat al Spitalului pentru copii din Chișinău “Emilian Coțaga”. Prezentatoarea și reporterul Vasile Munteanu au informat pe scurt în cât timp a fost efectuată reparația, cât a costat, ce anume a fost schimbat și renovat, iar ministrul Sănătății a oferit explicații în privința modului de funcționare a secției și metodelor de tratament și diagnosticare care vor fi aplicate.

Reportajul a continuat cu o declarație de 36 de secunde a președintelui PLDM, Vlad Filat, despre „lucrurile bune” pe care le face guvernarea: *„Dincolo de servicii de sănătate calitative, prompte, în urma acestor investiții care sunt în întreaga țară rezolvăm în plus o problemă care era stringentă pentru țara noastră - oferim condiții pentru ca tinerii specialiști să rămână în țară, să muncească. Eu sunt absolut sigur că acea strategie care a fost aprobată, care vizează serviciile de sănătate în Republica Moldova este una corectă, ea este implementată pas cu pas, atât la nivel de medicină primară, cât și celelalte etape, și mă bucur. Este un sentiment de bucurie că se poate și facem lucruri bune în țară.”*

Analizând modul cum au fost reflectate faptele, deducem că evenimentul a fost folosit drept prilej pentru a crea o imagine favorabilă Partidului Liberal-Democrat și liderului acestuia, Vlad Filat. Din durata de 5 min 35 sec a reportajului, în jur de 2 minute au fost alocate declarațiilor liderului PLDM referitoare la activitatea pozitivă a guvernării și declarațiilor altor doi vorbitori, care au adus laude și aprecieri pozitive acestui partid.

În continuare, după scurte opinii ale personalului spitalului referitoare la reparație urmează alte două declarații ale unor manageri de instituții care subliniază rolul lui Vlad Filat în dezvoltarea serviciilor medicale din Moldova.

Rectorul Universității de Medicină și Farmacie „Nicolae Testemițeanu”, Ion Ababii, vorbește 20 de secunde despre meritele reprezentanților PLDM: *„Eu am lucrat mulți ani aici, am vizitat multe țări și sunt foarte onorat de faptul că în ultimii ani medicina, practic, sub conducerea primului-ministru Vlad Filat, a ministrului Sănătății Andrei Usatâi, a devenit prioritară pentru țara noastră, chiar în condițiile acestea atât de complicate și grele”*.

Directorul Centrului Mamei și Copilului, Ștefan Gațcan, afirmă, într-un intervenție de 28 de secunde, că toată reparația se datorează dlui Vlad Filat: *„... Și toate acestea grație dlui președinte al PLDM Vlad Filat, care în 2013, atunci când am venit cu acest proiect, ne-a susținut. Noi știm foarte clar ce dorim, unde dorim. Noi dorim în Europa, noi dorim standarde europene”*.

Acest reportaj nu respectă rigorile de obiectivitate și imparțialitate, fiind construit astfel încât să promoveze o idee dominantă, propagandistică - cea a binelui făcut de PLDM, iar partea informativă propriu-zisă ocupă mai puțin spațiu în știre. Astfel, liderul PLDM a fost plasat într-un context total pozitiv, fiind asociat cu succesul și fiindu-i atribuit meritul de a fi contribuit la reconstrucția blocului, deși nu este clar în ce anume a constat contribuția, de vreme ce banii au fost alocați din bugetul Casei Naționale de Asigurări în Medicină și din bugetul Spitalului.

Reportajul conține, de asemenea, publicitate electorală camuflată - Ștefan Gațcan a transmis



mesajul electoral al PLDM „Înainte spre un viitor european” prin fraza „Noi știm ce dorim, unde dorim. Noi dorim în Europa, noi dorim standarde europene”.

Astfel, prin acest reportaj, postul Vocea Basarabiei a devenit tribună pentru propagarea, mai mult sau mai puțin camuflată, a mesajelor electorale ale PLDM: locuri de muncă în țară și viitor european pentru Moldova. Includerea unor asemenea reportaje în jurnalele de știri ale postului Vocea Basarabiei vorbește despre loialitatea acestui post față de un concurent electoral.

### **Studiul de caz nr. 6. Portalul Moldova24.info, 16 octombrie 2014.**

*Titlu:* “Filat își face campanie pe banii statului”<sup>6</sup>

*Autor:* Moldova24

Știrea începe cu afirmația că „Deși nu deține nici o funcție, după ce a fost demis pentru suspiciuni de corupție, Vlad Filat continuă să profite electoral din banii publici”. În continuare, într-un limbaj care nu corespunde genului jurnalistic de știre, ci este propriu comentariului, se spune că președintele PLDM, Vlad Filat, a participat la deschiderea unui obiectiv medical: „Astăzi liderul Liberal Democrat a participat la un eveniment de dare în exploatare a unui obiectiv medical. Ministrul Sănătății, care îi este subaltern de partid, nu a ezitat să-l invite la evenimentul la care au fost prezente mai multe televiziuni, pentru a-i mai majora scorul electoral șefului său de partid, deși nu era obligat să o facă, pentru că implicarea lui Vlad Filat la renovarea obiectivului electoral a dispărut în momentul în care a fost demis”. Sub știre este plasat un sondaj, cititorii fiind rugați să răspundă la întrebarea: *E corect ca Vlad Filat să participe la inaugurarea grădinițelor și policlinicilor după ce a fost demis pentru corupție?*

Știrea contravine tuturor rigorilor jurnalismului, fiind de fapt un comentariu prezentat drept știre. Ea nu face trimitere la nicio sursă, nu informează și nu răspunde întrebărilor principale la care trebuie să răspundă o știre: Ce? Unde? Când? De ce?, ci doar conține o critică a faptului că liderul PLDM participă la un eveniment public în timpul campaniei electorale. Nu este numită instituția medicală unde are loc evenimentul, nu se spune când acesta are loc și ce anume se inaugurează.

Afirmația din titlu care spune că “Filat își face campanie pe banii statului” nu este probată în niciun fel, întrucât rămâne neclar care anume sunt banii statului, câți sunt la număr și care este evenimentul electoral pentru care sunt cheltuiți acești bani. Nici în sprijinul celei de-a doua afirmații că liderul PLDM folosește resursele administrative pentru a face propagandă electorală nu sunt aduse fapte sau probe care ar demonstra că aceasta corespunde adevărului. Potrivit art. 47 al. 6 din Codul Electoral, “folosirea resurselor administrative” în campania electorală înseamnă folosirea “mijloacelor și bunurilor publice”. În acest caz, în privința președintelui PLDM nu putea fi aplicată o asemenea expresie, întrucât Vlad Filat nu deține nicio funcție de demnitate publică și nu are în gestiune resurse administrative.

Singura informație care poate fi confirmată din știre este faptul că Vlad Filat a participat la un eveniment cu medici, la care s-a tăiat o panglică. Acest lucru este clar mai mult din imaginea care însoțește știrea decât din text. Restul textului conține comentariul autorului: „Ulterior mai

---

<sup>6</sup> <http://moldova24.info/filat-isi-face-campanie-pe-banii-statului/>



*multe surse mass-media printre care și televiziuni controlate de PLDM au multiplicat știrea cu participarea lui Vlad Filat la darea în exploatare a obiectivului medical. Acest lucru nu poate să însemne decât un singur lucru, participarea lui Vlad Filat la eveniment are tentă electorală, iar Andrei Usatii, ministrul Sănătății este complice în transformarea unui eveniment social, din banii statului, în unul electoral pro PLDM”.*

Autorul pune etichete neprobate și nu solicită replica celor vizați. După ce trage concluzia că „participarea lui Vlad Filat la eveniment are tentă electorală”, autorul adaugă: „Menționăm că potrivit legislației în vigoare, folosirea resursei administrative în scop electoral este ilegală”. Astfel, reiese că jurnalistul confundă noțiunile de „eveniment cu tentă electorală” și „folosirea resurselor administrative în scop electoral”.

Știrea se încheie cu o nouă afirmație lipsită de suport factologic: „Totodată, Vlad Filat și miniștrii din subordinea PLDM nu sunt la prima “abatere” de acest gen”, fără să fie amintită cel puțin o acțiune de acest fel.

În concluzie, întreaga știre este realizată cu scopul de a denigra un concurent electoral fără să fie prezentate probe și fapte și fără să fie invocată cel puțin o sursă, ceea ce compromite credibilitatea și buna credință a instituției de presă și denotă partizanatul politic manifestat față de unul dintre concurenții electorali.

---

<sup>1</sup> Rapoartele vor fi traduse în limbile engleză și rusă și vor putea fi găsite pe paginile web: [www.alegeliber.md](http://www.alegeliber.md), [www.api.md](http://www.api.md), [www.media-azi.md](http://www.media-azi.md), [www.apel.md](http://www.apel.md)