

Monitorizarea mass-media în campania electorală pentru alegerile parlamentare 2014

Raport nr. 3
1 – 8 noiembrie 2014



Monitorizarea are loc în cadrul unui proiect finanțat de National Endowment for Democracy (SUA), Ambasada SUA în Republica Moldova și Fundația Est-Europeană (din resursele acordate de Guvernul Suediei prin intermediul Agenției Suedeze pentru Dezvoltare și Cooperare Internațională (Sida) și Ministerul Afacerilor Externe al Danemarcei/DANIDA). Opiniile exprimate aparțin autorilor și nu reflectă neapărat punctul de vedere al finanțatorilor.

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 monitorizate¹:

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, Nezaavisimaia 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.

¹ 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).

1.7 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.

CONCLUZII GENERALE 1-8 NOIEMBRIE 2014

TV:

- Televiziunile monitorizate au sporit numărul știrilor electorale în comparație cu perioadele anterioare;
- Pe trei segmente monitorizate – numărul știrilor electorale cu caracter conflictual (o treime); numărul știrilor conflictuale scrise în temeiul unei singure surse de informații (fiecare a treia știre) și atitudinea reporterilor (în 16% de cazuri – atitudine părtinitoare) situația a rămas la nivelul celei din perioada precedentă;
- În linii mari, televiziunile *ProTv Chișinău*, *Tv7*, *N4* și *GRT* au asigurat un echilibru relativ al frecvenței în știrile electorale a funcționarilor de stat, a politicienilor și a concurenților electorali;
- *Publika Tv*, *Jurnal Tv*, *Accent Tv* și *Canal Regional* au asigurat un echilibru relativ al frecvenței în știri a funcționarilor de stat și a politicienilor, dar au admis un dezechilibru clar în prezența concurenților electorali;
- *Moldova 1* a asigurat un echilibru relativ al frecvenței în știri a politicienilor și a concurenților electorali, dar a admis un dezechilibru în prezența funcționarilor de stat;
- *Canal 2* și *Canal 3* au menținut un echilibru relativ al frecvenței în știri a politicienilor, dar au admis un dezechilibru clar în prezența funcționarilor de stat și a concurenților electorali;
- *Prime Tv* a admis dezechilibru în numărul de apariții ale funcționarilor de stat și ale politicienilor, dar, mai ales, ale concurenților electorali, favorizând vădit PDM;
- *Prime Tv*, *Publika Tv*, *Canal 2* și *Canal 3* au plasat concurentul electoral PDM în context pozitiv în majoritatea covârșitoare a cazurilor;
- *N4* a plasat în context pozitiv concurentul electoral PLDM în majoritatea cazurilor, iar *Tv7* – în o treime din cazuri;
- *Jurnal Tv* și *Accent Tv* au plasat în context negativ, din rândul concurenților electorali, de cele mai dese ori, PDM;
- **Concluzie generală: o parte dine televiziunile monitorizate continuă să reflecte distorsionat alegerile parlamentare în principalul program de știri al zilei;**
- Moderatorii emisiunilor cu caracter electoral au avut o atitudine părtinitoare față de protagoniștii personalizați direcți sau indirecti de 20 de ori, fiind semnalate 2 cazuri de favorizare și 18 cazuri de atitudine defavorizantă față de protagoniști;
- 11 din 12 posturi tv monitorizate au difuzat publicitate electorală cu plată. Numărul concurenților electorali care au plasat publicitate electorală la cele 11 posturi variază între 1 și 7;
- Cea mai mare vizibilitate prin intermediul spoturilor electorale au avut-o PLDM și PDM;
- În perioada de referință nu au fost înregistrate abateri de la regulile privind plasarea publicității contra plată la tv;
- Trei din cele 12 posturi tv monitorizate au difuzat emisiuni de dezbateri electorale. În linii mari, moderatorii dezbaterilor au avut un comportament adecvat față de concurenții electorali. Totuși, la posturile *Moldova 1* și *Jurnal Tv* s-au înregistrat abateri în acest sens.

Radio:

- Majoritatea posturilor de radio monitorizate s-au implicat activ în reflectarea campaniei electorale atât prin știri, cât și prin materiale de educație electorală și emisiuni de dezbateri. Cele mai multe și diverse știri au fost difuzate de radiodifuzorul public *Radio Moldova*, posturile private *Vocea Basarabiei* și *Ruskoie radio*;
- Cele mai puține știri au fost înregistrate la postul de radio cu acoperire națională *Radio Noroc* – 12 în total;

- *Radio Moldova, Russkoie radio* și *Radio Noroc* s-au evidențiat prin difuzarea unui număr mare de materiale de educație electorală, dar și printr-un număr mare de spoturi publicitare, achitate din fondurile electorale ale concurenților;
- Majoritatea materialelor au fost știri simple, rata știrilor conflictuale fiind de 4,5% din numărul total. O mare parte a știrilor controversate au fost echilibrate (63%), iar poziția autorilor a fost nepărtinitoare în marea majoritate a cazurilor. Majoritatea posturilor au citat în știrile relevante preponderent funcționari de stat și politicieni, excepție făcând *Vocea Basarabiei* care a asigurat o diversitate mai mare a surselor. Totodată, din punct de vedere al raportului gender al surselor citate, se constată un dezechilibru masiv în defavoarea surselor de sex feminin (10%);
- Judecând după frecvența și contextul aparițiilor concurenților electorali, se poate afirma că la *Radio Moldova, Radio Noroc* și *Russkoie radio* nu se constată favorizarea sau defavorizarea clară a vreunui concurent electoral;
- Postul de radio *Plai* a favorizat PDM prin numărul mare de mențiuni în știri, iar *Vocea Basarabiei* – PLDM, prin numărul mare de intervenții directe, mențiuni în context pozitiv atât ale reprezentanților PLDM, cât și ale reprezentanților Guvernului, exponenți PLDM.

Online:

- Majoritatea mass-media online monitorizate s-au implicat activ în reflectarea campaniei electorale, ținând în vizor diverse subiecte cu caracter electoral direct și indirect. În perioada de raportare au fost publicate 528 de texte care au vizat campania și concurenții electorali, pe o suprafață care depășește un milion de semne. Printre portalurile cu cele mai multe materiale relevante monitorizării se numără *Noi.md* (85) *Realitatea.md* (79), *Jurnal.md* (68), *Omg.md* (63). *Newsmaker.md* și *Moldova.org* au inserat un număr relativ mic de materiale relevante (14 și, corespunzător 26);
- Materialele de conflict au fost în mare parte dezechilibrate (76,7%), iar mai mult de o pătrime din materiale au fost părtinitoare (26,5%), fiind evidentă poziția autorului față de protagoniștii materialelor;
- Portalurile online practic nu se ocupă de educația electorală a cetățenilor;
- Portalurile online monitorizate au recurs de cele mai dese ori la politicieni (174) și funcționari de stat (136) în calitate de surse de informare, ponderea experților și cetățenilor simpli fiind mult mai mică (78 și, respectiv 18). Știrile au fost puternic dezechilibrate din punct de vedere al raportului gender, majoritatea absolută a surselor citate fiind de sex masculin (92,7%!). *Omg.md* și *Deschide.md* nu au utilizat nicio sursă de gen feminin în știrile electorale;
- După frecvența și contextul aparițiilor directe și mențiunilor protagoniștilor, în materialele portalului *Deschide.md* se observă defavorizarea PLDM și o defavorizare mai ușoară a PSRM, iar la *Moldova 24.info* – defavorizarea subtilă a PLDM;
- *Noi.md* a prezentat concurenții electorali în contexte diferite, dar PCRM este formațiunea care beneficiază de un tratament editorial preferențial, fiindu-i alocată o suprafață pentru intervenții directe de câteva ori mai mare decât celorlați concurenți;
- *Jurnal.md* defavorizează masiv PDM care a fost prezentat, în această săptămână, de 35 de ori în context negativ și de 4 ori în context neutru. Deseori au mai apărut în context negativ PCRM, PLDM, PPP, uneori și PSRM. Unicul concurent care a fost prezentat în context pozitiv a fost PLR;
- *Omg.md* a defavorizat masiv PDM și PLDM care au fost prezentați aproape de fiecare dată în context negativ (PDM – de 30 de ori, PLDM – de 24 de ori) și foarte rar în context neutru. În schimb, concurentul electoral PPP a fost prezentat doar în context pozitiv și i s-a oferit cel mai mare spațiu pentru intervenții directe, de cel puțin 9 ori mai mare decât altor concurenți electorali. PCRM apare în știrile *Omg.md* atât pozitiv, cât și negativ, iar BE-UV și PSD mai curând pozitiv;

- În săptămâna monitorizată, *Newsmaker.md* a prezentat mai des în context pozitiv concurentul electoral PSRM în legătură cu vizita liderilor acestui partid la Moscova, și doar în context negativ PPP și BE-UV;
- *Politik.md* a favorizat concurentul electoral PPRM care a apărut doar în context pozitiv și i s-a oferit unul din cele mai mare spații pentru intervenții directe. PLDM, PDM, PLR, PCRM și PSRM au apărut mai degrabă în context neutru, dar și negativ.

Ziare:

- Cele 8 ziare monitorizate au publicat în săptămâna de referință 100 de articole care au vizat direct sau indirect campania electorală, suprafața totală afectată acestei teme depășind 49 mii centimetri pătrați. Cele mai multe materiale relevante au apărut în *Nezavisimaia Moldova* (28), cele mai puține în *Vesti Gaguzii* (5), *KP v Moldove* (6) și *Timpul* (8);
- Articolele care au vizat o situație de conflict în context electoral nu au fost puține la număr – doar 10, jumătate din ele fiind publicate în *Nezavisimaia Moldova*. Echilibrul prezentării părților în articolele de conflict a fost asigurat în *Ziarul Național*, *Jurnal de Chișinău* și *Panorama*, pe când în *Nezavisimaia Moldova* au fost echilibrate doar două din cele cinci articole, celelalte prezentând o singură perspectivă asupra situației/conflictului;
- Doar jumătate din textele publicate au oferit un tablou informațional nepărinitor, cealaltă jumătate din articole fiind părtinitoare și nuanțând opinia autorului, în unele cazuri textele redacționale fiind la limita agitației electorale. Cel mai nesatisfăcător raport dintre numărul de articole părtinitoare și cele nepărtinitoare a fost înregistrat în ziarul *Nezavisimaia Moldova* (1:3,7) și *Moldova Suverană* (1:2,5);
- Ziarele, la fel ca și portalurile online, practic nu se ocupă de educația electorală a cetățenilor;
- În majoritatea cazurilor, sursele de informație ale ziarelor au fost experții (26) și politicienii (25), urmași de funcționari (19) și cetățeni (10). Principiul echilibrului de gen a fost neglijat de ziarul monitorizat, sursele fiind bărbați în proporție de 87,8%. *Moldova Suverană* și *Vesti Gaguzii* nu au utilizat nicio sursă de gen feminin în articolele despre campania electorală, iar celelalte ziare au avut câte 1-3 surse feminine în total;
- *Moldova Suverană* a favorizat PLDM pe care l-a prezentat deseori în context pozitiv și neutru. În context negativ, uneori și neutru, ziarul a prezentat PSRM, la fel și PCRM;
- *Nezavisimaia Moldova* favorizează masiv PCRM care este unicul concurent electoral laudat și prezentat în context pozitiv. Alți cinci concurenți electorali: PDM, PLDM, PSRM, PLR și PPP sunt ținta criticilor vehemente ale acestei publicații;
- *Timpul* a favorizat PDM care a apărut de câteva ori în context pozitiv în paginile ziarului, alți câțiva concurenți electorali (PPP, BE-UV, mai rar PCRM și PSRM) fiind prezentați în câteva rânduri în context negativ;
- *Panorama* a favorizat PPP, pe care îl prezintă doar în context pozitiv, și a defavorizat mai des PLDM, PLR și PDM;
- *Ziarul Național* favorizează PLDM, acest concurent electoral fiind prezentat doar în context pozitiv. PSRM dimpotrivă este defavorizat prin prezentarea exclusivă în context negativ;
- *Jurnal de Chișinău*, *Komsomolskaia pravda v Moldove* și *Vesti Gaguzii* au prezentat toți concurenții electorali despre care au scris preponderent în context neutru, fără a-i favoriza.

II. Rezultatele monitorizării posturilor de televiziune

2.1 Televiziuni. Știri cu caracter electoral. Date generale

În perioada 01 – 08 noiembrie 2014 au fost monitorizate 449 de știri cu caracter electoral, difuzate în principala ediție informativă de la cele 12 televiziuni. Acest număr este cu aproximativ o sută mai mare decât media săptămânală a numărului de știri din perioada precedentă de monitorizare. Ca și în perioada precedentă, cele mai multe știri au difuzat Moldova 1 (60) și Tv 7 (50), iar cele mai puține – GRT (16).

Din 145 de știri electorale cu caracter conflictual, ceea ce constituie o treime din numărul total (32%), 92 (63%) au fost scrise în temeiul mai multor surse de informație, iar 53 (37%) – cu abateri de la standardele profesionale. Trei televiziuni – Accent Tv (71%), N 4 (40%) și Canal 2 (40%) au difuzat cele mai multe știri conflictuale dintr-o singură sursă. Prime Tv, Jurnal Tv, ProTv și Moldova 1 în majoritatea cazurilor au respectat regula surselor în știri conflictuale. Ca și data trecută, în 16 la sută din numărul total de știri electorale autorii lor au demonstrat atitudine părtinitoare, iar cel mai des – cei de la Accent Tv (53%) și Canal 3 (33%). Nicio televiziune nu a demonstrat imparțialitate deplină în știri, dar cel mai mult s-au apropiat de acest standard posturile Tv7, Moldova 1, GRT, Pro Tv și Publika Tv.

01-08.11.2014	Știri electorale				
	Educație electorală	Obișnuite	Conflictuale	Total	% conflictuale din total
Moldova 1	1	45	14	60	26%
Prime TV	1	34	8	43	14%
Publika TV	1	30	11	42	20%
Canal 2	0	18	15	33	23%
Canal 3	2	26	11	39	34%
ProTV	1	22	15	38	45%
TV7	1	41	8	50	25%
Jurnal TV	0	9	16	25	54%
N4	1	23	10	34	24%
Accent TV	1	9	28	38	77%
Canal Regional	0	25	6	31	23%
GRT	2	11	3	16	17%
Total	11	293	145	449	32%

01-08.11.2014	Surse în știrile conflictuale (număr)		Surse în știrile conflictuale (%)		Poziția jurnalistului în știri (număr)		Poziția jurnalistului în știri (%)	
	1 sursă	2 +	1 sursă	2 +	părtinitor	nepărtinitor	părtinitor	nepărtinitor
Moldova 1	3	11	21%	79%	3	57	5%	95%
Prime TV	1	7	13%	88%	6	37	14%	86%
Publika TV	4	7	36%	64%	4	38	10%	90%
Canal 2	6	9	40%	60%	5	28	15%	85%
Canal 3	4	7	36%	64%	13	26	33%	67%
ProTV	3	12	20%	80%	3	35	8%	92%
TV7	2	6	25%	75%	2	48	4%	96%
Jurnal TV	3	13	19%	81%	7	18	28%	72%
N4	4	6	40%	60%	4	30	12%	88%
Accent TV	20	8	71%	29%	20	18	53%	47%
Canal Regional	2	4	33%	67%	5	26	16%	84%
GRT	1	2	33%	67%	1	15	6%	94%

Total știri	53	92	37%	63%	73	376	16%	84%
--------------------	-----------	-----------	------------	------------	-----------	------------	------------	------------

2.1.1 Moldova 1

În perioada de referință Moldova 1 a mediatizat în principala sa ediție informativă a zilei 11 funcționari de stat importanți, 4 dintre care au avut între 12 și 4 apariții la ecran (intervenții directe și/sau mențiuni), iar 7 – câte una. Cel mai des a fost mediatizat premierul Iu.Leancă – de 12 ori, inclusiv în context pozitiv – de 3 ori. În context pozitiv, o dată din 5, a fost plasat și președintele N.Timofți.

Moldova 1	Frecvență apariții	Context		
*Funcționari de stat		pozitiv	negativ	neutru
*Iurie Leanca	12	3	0	9
*Dorin Chirtoaca	6	0	0	6
*Nicolae Timofți	5	1	0	4
*Igor Corman	4	0	0	4

Moldova 1 a mediatizat în știrile electorale 41 de politicieni, 10 dintre care – de 2 sau de 3 ori, iar pe ceilalți – de câte 1 dată. În context pozitiv, 1 dată, a apărut liderul PLDM V.Filat, iar în context negativ, 1 dată – liderul PSRM I.Dodon.

Moldova 1	Frecvență apariții	Context		
Politicieni		pozitiv	negativ	neutru
Ion Hadarca	3	0	0	3
Vlad Filat	3	1	0	2
Vladimir Voronin	2	0	0	2
Mihai Ghimpu	2	0	0	2
Renato Usatai	2	0	0	2
Igor Dodon	2	0	1	1
Ion Ceban	2	0	0	2
Tatiana Potang	2	0	0	2
Anatol Doga	2	0	0	2
Victor Ciobanu	2	0	0	2

În știrile electorale de la Moldova 1 au fost prezenți 25 de concurenți electorali, 14 dintre care cu o frecvență cuprinsă între 11 și 2 ori. Cel mai des a fost mediatizat PLR – în 11 rânduri, inclusiv 1 dată în context pozitiv; PCRM și PLDM – în câte 9 rânduri. PLDM de 4 ori a fost plasat în context pozitiv.

Moldova 1	Frecvență apariții	Context		
Concurenți electorali		pozitiv	negativ	neutru
*PLR	11	1	2	8
*PCRM	9	0	0	9
*PLDM	9	4	0	5
*PL	7	0	0	7
*PDM	7	1	0	6
*PSRM	5	0	1	4
*BE-UV	4	0	0	4
*PPCD	4	0	0	4
*PPP	2	0	0	2
*PAD	2	0	0	2

*PVE	2	0	0	2
*MR	2	0	0	2
*CI-AD	2	0	0	2
*PPM	2	0	0	2

2.1.2 Prime TV

Prime Tv a mediatizat în știri 8 funcționari de stat importanți, iar cel mai des – pe primarul municipiului Chișinău D. Chirtoacă, de 8 ori, inclusiv de 3 ori – în context negativ.

Prime Tv Funcționari de stat	Frecvență apariții	Context		
		pozitiv	negativ	neutru
*Dorin Chirtoaca	8	0	3	5
*Igor Corman	3	0	0	3
*Nicolae Timofti	3	2	0	1
*Iurie Leanca	2	1	0	1
*Vasile Bumacov	1	0	0	1

Dintre cei 31 de politicieni prezenți în știrile electorale ale Prime Tv, 20 au apărut la ecran de câte o dată; 8 – de câte 2 ori; 2 – de câte 3 ori și unul – de 7 ori. Liderul PDM M.Lupu, în 5 rânduri din 7, a fost plasat în context pozitiv. În context pozitiv au mai fost plasați I.Corman, M.Babuc și V.Buliga, de câte 2 ori; P.Filip și V.Marinuța – de câte 1 dată. Protagonistii-politicieni care au apărut în context pozitiv la știrile Prime Tv sunt reprezentanți ai PDM.

Prime Tv Politicieni	Frecvență apariții	Context		
		pozitiv	negativ	neutru
Marian Lupu	7	5	0	2
Anatol Doga	3	0	0	3
Vladimir Voronin	3	0	0	3
Igor Corman	2	2	0	0
Monica Babuc	2	2	0	0
Pavel Filip	2	1	0	1
Petru Stamati	2	0	0	2
Valentina Buliga	2	2	0	0
Valeriu Plesca	2	0	0	2
Vasile Botnari	2	0	0	2
Vitalie Marinuta	2	1	0	1

Prime Tv a mediatizat în știri 15 concurenți electorali, 3 dintre care – de câte 1 dată. Lider absolut ca frecvență a aparițiilor în știrile electorale este PDM. Conculentul PDM a apărut la ecran de 33 de ori, inclusiv în context pozitiv – de 25 de ori. Ceilalți 14 concurenți electorali, împreună, au apărut de 38 de ori.

Prime Tv Conculenți electorali	Frecvență apariții	Context		
		pozitiv	negativ	neutru
*PDM	33	25	0	8
*PCRM	9	1	1	7
*PL	5	0	0	5
*PLR	4	0	1	3
*CI-AD	3	0	0	3

*MR	2	0	0	2
*BE-UV	2	0	0	2
*CI-VP	2	0	0	2
*PLDM	2	0	0	2
*PSRM	2	0	1	1
*PpNT	2	0	0	2
*UCM	2	0	0	2

2.1.3 Publika TV

Publika Tv a mediatizat, ca și Prime Tv, 5 funcționari de stat importanți, iar cel mai des – pe D.Chirtoacă – în 5 rânduri, inclusiv în context negativ – de 2 ori. I.Corman apare 1 dată în context pozitiv.

Publika Tv Funcționari de stat	Frecvență apariții	Context		
		pozitiv	negativ	neutru
*Dorin Chirtoaca	5	0	2	3
*Iurie Leanca	4	0	0	4
*Nicolae Timofti	2	0	0	2
*Igor Corman	2	1	0	1
*Vasile Bumacov	1	0	0	1

Publika Tv a mediatizat în știri electorale 32 de politicieni, 20 dintre care au apărut la ecran de câte o dată, iar ceilalți – de 2-3 ori. M.Lupu, de 2 ori din 3, V.Buliga, de 2 ori din 2, au apărut în context pozitiv. De asemenea, în context pozitiv au mai fost plasați, câte 1 dată, M.Babuc, V.Stratan și V.Marinuța. În context negativ, în 2 rânduri din două, a fost plasat I.Dodon.

Publika Tv Politicieni	Frecvență apariții	Context		
		pozitiv	negativ	neutru
Anatol Doga	3	0	0	3
Marian Lupu	3	2	0	1
Vladimir Voronin	3	0	0	3
Igor Dodon	2	0	2	0
Mihai Ghimpu	2	0	0	2
Mihail Formuzal	2	0	0	2
Monica Babuc	2	1	0	1
Petru Stamati	2	0	0	2
Valentina Buliga	2	2	0	0
Valentina Stratan	2	1	0	1
Valeriu Plesca	2	0	0	2
Vitalie Marinuta	2	1	0	1

Dintre 16 concurenți electorali prezenți în știrile de la Publika Tv cel mai des a fost mediatizat PDM – de 28 de ori, inclusive de 19 ori – în context pozitiv. În context negativ au fost plasați PLR – de 2 ori din 4, și PSRM – de 4 ori din 4.

Publika Tv Concurenți electorali	Frecvență apariții	Context		
		pozitiv	negativ	neutru
*PDM	28	19	0	9
*PCRM	6	1	0	5

*BE-UV	5	0	0	5
*PL	4	0	0	4
*PLR	4	0	2	2
*PCR	4	0	0	4
*PSRM	4	0	4	0
*CI-AD	3	0	0	3
*PLDM	3	0	0	3
*PAD	2	0	0	2
*CI-VP	2	0	0	2
*PpNT	2	0	0	2
*UCM	2	0	0	2

2.1.4 Canal 2

Canal 2 a mediatizat în știri 7 funcționari de stat importanți, iar cel mai des, ca și Prime Tv și Publika Tv – pe D.Chirtoacă, de 7 ori, inclusiv de 4 ori – în context negativ. Ceilalți protagoniști au fost plasați în context neutru.

Canal 2 Funcționari de stat	Frecvență apariții	Context		
		pozitiv	negativ	neutru
*Dorin Chirtoaca	7	0	4	3
*Nicolae Timofti	2	0	0	2
*Igor Corman	1	0	0	1
*Iurie Leanca	1	0	0	1
*Mihail Formuzal	1	0	0	1
*Dorin Recean	1	0	0	1
*Vasile Bumacov	1	0	0	1

Canal 2 a mediatizat 34 de politicieni dintre care 9 au apărut cu o frecvență cuprinsă între 2 și 5 ori. Un protagonist – V.Buliga, a apărut 1 dată din 2 în context pozitiv, iar altul – I.Dodon, a apărut de 2 ori din 2 – în context negativ.

Canal 2 Politicieni	Frecvență apariții	Context		
		pozitiv	negativ	neutru
Marian Lupu	5	0	0	5
Vladimir Voronin	4	0	0	4
Igor Corman	2	0	0	2
Valentina Buliga	2	1	0	1
Mihai Ghimpu	2	0	0	2
Anatol Doga	2	0	0	2
Igor Dodon	2	0	2	0
Ion Hadarca	2	0	0	2
Pavel Filip	2	0	0	2

În rândul celor 23 de concurenți electorali prezenți în știrile de la Tv Canal 2 cea mai mare vizibilitate a avut-o PDM și PCRM. PDM a apărut de 10 ori din 25 în context pozitiv, iar PCRM – de 3 ori din 13. PSRM, de 3 ori din 5, a fost plasat în context negativ.

Canal 2	Frecvență	Context
---------	-----------	---------

Concurenți electorali	apariții	pozitiv	negativ	neutru
*PDM	25	10	0	15
*PCRM	13	3	0	10
*PL	7	0	0	7
*BE-UV	7	0	0	7
*PLR	6	0	2	4
*PSRM	5	0	3	2
*CI-AD	2	0	0	2
*PAD	2	0	0	2
*PLDM	2	0	0	2

2.1.5 Canal 3

Canal 3 a mediatizat 6 funcționari importanți, iar cel mai des – pe D.Chirtoacă, de 9 ori, inclusiv de 5 ori – în context negativ. Ceilalți protagoniști au apărut în context neutru.

Canal 3	Frecvență apariții	Context		
Funcționari de stat		pozitiv	negativ	neutru
*Dorin Chirtoaca	9	0	5	4
*Nicolae Timofti	2	0	0	2
*Iurie Leanca	1	0	0	1
*Octavian Bodisteanu	1	0	0	1
*Igor Corman	1	0	0	1
*Vlad Cotet	1	0	0	1

În știrile electorale de la Canal 3 au fost mediatizați 25 de politicieni cu o frecvență a aparițiilor cuprinsă între 1 și 6 ori. 8 din 15 politicieni care au apărut de 2 ori și mai des reprezintă PDM, inclusive 3 dintre aceștia apar și-n context pozitiv.

Canal 3	Frecvență apariții	Context		
Politicieni		pozitiv	negativ	neutru
Marian Lupu	6	1	0	5
Valentina Buliga	4	1	0	3
Vitalie Marinuta	4	2	0	2
Vladimir Voronin	4	1	0	3
Monica Babuc	3	0	0	3
Valeri Klimenko	3	0	0	3
Mihai Ghimpu	3	0	0	3
Igor Corman	2	0	0	2
Sergiu Sarbu	2	0	0	2
Mihai Godea	2	0	0	2
Anatol Doga	2	0	0	2
Mihail Formuzal	2	0	0	2
Natalia Gherman	2	0	0	2
Pavel Filip	2	0	0	2
Vasile Botnari	2	0	0	2

Canal 3 a mediatizat în știri 20 de concurenți electorali, iar cel mai des – PDM, de 43 de ori, exact câte apariții au întrunit toți concurenții cu frecvența între 2 și 9 ori. PDM, de 15 ori și PCRM, 1 dată, au fost plasați în context pozitiv. În context negativ au apărut PDM de 2 ori, PSRM – o dată din 4 ori și PLR – 1 dată din 3 ori.

Canal 3	Frecvență apariții	Context		
Concurenți electorali		pozitiv	negativ	neutru
*PDM	43	14	2	27
*PCRM	9	1	0	8
*BE-UV	7	0	0	7
*PL	6	0	0	6
*MR	5	0	0	5
*PSRM	4	0	1	3
*PAD	3	0	0	3
*PLR	3	0	1	2
*CI-AD	2	0	0	2
*PCR	2	0	0	2
*PVE	2	0	0	2

2.1.6 PRO TV

Pro Tv a mediatizat 8 funcționari de stat importanți, iar cel mai des – D.Chirtoacă și pe Iu.Leancă, de câte 6 ori. Iu.Leancă apare de 2 ori în context pozitiv, iar D.Chirtoacă, de 2 ori – în context negativ.

Pro Tv	Frecvență apariții	Context		
Funcționari de stat		pozitiv	negativ	neutru
*Dorin Chirtoaca	6	0	2	4
*Iurie Leanca	6	2	0	4
*Dorin Recean	3	0	0	3
*Nicolae Timofti	2	1	0	1
*Mihail Formuzal	1	0	0	1
*Vasile Bumacov	1	0	0	1
*Octavian Bodisteanu	1	0	0	1
*Oleg Efrim	1	1	0	0

În știrile electorale de la Pro Tv au fost prezenți 31 de politicieni, cu o frecvență cuprinsă între 1 și 5 ori. V.Voronin apare o dată în context pozitiv, iar V.Filat – în context negativ. M.Formuzal și R.Usatai apar câte 1 dată în context pozitiv și în context negativ.

Pro Tv	Frecvență apariții	Context		
Politicieni		pozitiv	negativ	neutru
Vladimir Voronin	5	1	0	4
Vlad Filat	5	0	1	4
Mihail Formuzal	4	1	1	2
Renato Usatai	3	1	1	1
Oleg Brega	3	0	0	3
Igor Dodon	2	0	0	2
Ion Hadarca	2	0	0	2

Mihai Ghimpu	2	0	0	2
Anatol Doga	2	0	0	2
Valeriu Plesca	2	0	0	2

Din cei 26 de concurenți electorali mediatizați în știri la Pro Tv 16 au avut o frecvență cuprinsă între 2 și 14 apariții la ecran. PCRM în 2 rânduri din 14 a apărut în context pozitiv, iar PLDM, o dată din 12 – în context negativ. BE-UV și PPP, câte 1 dată, au fost plasați în context pozitiv și negativ.

Pro Tv Concurenți electorali	Frecvență apariții	Context		
		pozitiv	negativ	neutru
*PCRM	14	2	0	12
*PLDM	12	0	1	11
*PDM	8	0	0	8
*BE-UV	8	1	1	6
*PSRM	6	0	0	6
*PLR	6	0	0	6
*PAD	4	0	0	4
*PPP	4	1	1	2
*PL	4	0	0	4
*CI-OB	3	0	0	3
*MR	2	0	0	2
*CI-AD	2	0	0	2
*CI-VP	2	0	0	2
*PPM	2	0	0	2
*PpNT	2	0	0	2
*UCM	2	0	0	2

2.1.7 TV 7

Tv 7 a mediatizat în știrile electorale 8 funcționari de stat importanți, iar cel mai des – pe D.Chirtoacă, de 5 ori, inclusiv de 4 ori – în context negativ. Iu.Leancă, de 2 ori din 4, și V.Bumacov 1 dată din 2, au fost plasați în context pozitiv.

Tv 7 Funcționari de stat	Frecvență apariții	Context		
		pozitiv	negativ	neutru
*Dorin Chirtoaca	5	0	4	1
*Iurie Leanca	4	2	0	2
*Igor Corman	4	0	0	4
*Nicolae Timofti	4	0	0	4
*Dorin Recean	3	0	0	3
*Vasile Bumacov	2	1	0	1
*Iulian Groza	1	0	0	1
*Valeriu Chiveri	1	0	0	1

21 din cei 25 de politicieni, prezenți în știrile electorale de la Tv 7, au apărut de câte 1 dată; 3 – de câte 2 ori și 1, liderul PLDM V.Filat, de 4 ori, inclusiv în 3 rânduri, în context pozitiv. O dată, în context pozitiv a apărut și L.Palihovici, de asemenea, reprezentantă a PLDM.

Tv 7	Frecvență	Context
------	-----------	---------

Politicieni	aparitii	pozitiv	negativ	neutru
Vlad Filat	4	3	0	1
Chiril Lucinschi	2	0	0	2
Liliana Palihovici	2	1	0	1
Tatiana Potang	2	0	0	2

Tv7 a mediatizat în știri 13 concurenți electorali, iar cel mai des – PLDM, de 11 ori, PLR și PDM, de câte 7 ori. PLDM în 4 rânduri a fost plasat în context pozitiv și 1 dată – în context negativ. PLR de 2 ori a apărut în context pozitiv și 1 dată – în context negativ. PDM, câte 1 dată, a fost plasat în context pozitiv și negativ.

Tv 7	Frecvență aparitii	Context		
Concurenți electorali		pozitiv	negativ	neutru
*PLDM	11	4	1	6
*PLR	7	2	1	4
*PDM	7	1	1	5
*PVE	3	0	0	3
*PL	3	0	0	3
*PSRM	3	0	0	3
*BE-UV	3	0	0	3
*PCRM	3	0	0	3
*MR	2	0	0	2
*PCR	2	0	1	1

2.1.8 Jurnal TV

Jurnal Tv a mediatizat în știri electorale 6 funcționari de stat importanți, iar cel mai des - pe D.Chirtoacă, de 5 ori, inclusiv de 2 ori – în context negativ. În context negativ, 1 dată, mai apare și Gh.Lungu.

Jurnal Tv	Frecvență aparitii	Context		
Funcționari de stat		pozitiv	negativ	neutru
*Dorin Chirtoaca	5	0	2	3
*Dorin Recean	2	0	0	2
*Vasile Bumacov	1	0	0	1
*Gheorghe Lungu	1	0	1	0
*Iurie Leanca	1	0	0	1
*Nicolae Timofti	1	0	0	1

Din cei 20 de politicieni, prezenți în știrile electorale de la Jurnal Tv, 16 au apărut de câte 1 dată; 2 – de câte 2 ori și alți 2 – V.Plahotniuc și M.Lupu, de 5 și, respectiv, de 6 ori, inclusiv în câte 2 rânduri – în context negativ. Nici un protagonist politician nu a fost plasat în știri în context pozitiv.

Jurnal Tv	Frecvență aparitii	Context		
Politicieni		pozitiv	negativ	neutru
Marian Lupu	6	0	2	4
Vlad Plahotniuc	5	0	2	3
Dumitru Diacov	2	0	0	2
Mihail Formuzal	2	0	0	2

Jurnal Tv a mediatizat 12 concurenți electorali, cu unul mai mult decât în 2 săptămâni anterioare, iar cel mai des – PDM, de 21 de ori, inclusiv în 7 rânduri, în context negativ. În perioada precedentă de monitorizare indicatorii corespunzători erau 41 și 33. În context negativ au mai fost plasați PLDM și PLR – câte 1 dată din 6. PLR – unicul concurent care a apărut 1 dată și-n context pozitiv.

Jurnal Tv	Frecvență apariții	Context		
Concurenți electorali		pozitiv	negativ	neutru
*PDM	21	0	7	14
*PLR	6	1	1	4
*PLDM	6	0	1	5
*PCRM	4	0	0	4
*BE-UV	2	0	0	2
*PL	2	0	0	2

2.1.9 N4

În știrile N4 cu caracter electoral au fost prezenți 4 funcționari de stat, iar cel mai des, ca și în perioada anterioară de monitorizare – Iu.Leancă – de 7 ori, inclusiv de 4 ori – în context pozitiv. În context pozitiv, de 2 ori din 3, a mai apărut D.Recean, iar în context negativ, de 3 ori din 4 – D.Chirtoacă.

N4	Frecvență apariții	Context		
Funcționari de stat		pozitiv	negativ	neutru
*Iurie Leanca	7	4	0	3
*Dorin Chirtoaca	4	0	3	1
*Dorin Recean	3	2	0	1
*Nicolae Timofti	2	0	0	2

În știrile electorale de la N4 s-au regăsit 23 de politicieni, iar cel mai des, ca și data trecută – V.Filat, de 5 ori, inclusiv de 4 ori în context pozitiv; I. Dodon, de 4 ori, inclusiv în context negativ – de 2 ori, și V.Voronin, de 5 ori, inclusiv 1 dată – în context pozitiv. În context negativ, 1 dată din 2, a mai fost plasat D.Chirtoacă.

N4	Frecvență apariții	Context		
Politicieni		pozitiv	negativ	neutru
Vlad Filat	5	4	0	1
Igor Dodon	4	0	2	2
Vladimir Voronin	3	1	0	2
Renato Usatai	2	0	1	1
Igor Corman	2	0	0	2
Mihai Ghimpu	2	0	0	2
Ion Hadarca	2	0	0	2
Dorin Chirtoaca	2	0	1	1
Iurie Leanca	2	2	0	0
Zinaida Greceanai	2	0	0	2

N4 a mediatizat în știri 11 concurenți electorali, iar mai des – PLDM, de 14 ori, inclusiv de 8 ori – în context pozitiv, și PSRM, de 10 ori, inclusiv de 2 ori – în context negativ. În context pozitiv au

mai fost plasați PCRM și PLR, de câte 2 ori din câte 9 apariții. În context negativ au apărut, de câte 2 ori, PL și PLR, iar 1 dată – PPP.

N4	Frecvență apariții	Context		
Concurenți electorali		pozitiv	negativ	neutru
*PLDM	14	8	0	6
*PSRM	10	0	2	8
*PCRM	9	2	0	7
*PL	9	0	2	7
*PLR	9	2	2	5
*PDM	6	0	0	6
*PPP	3	0	1	2
*PVE	2	0	0	2

2.1.10 Accent TV

Accent Tv a mediatizat în știri electorale 6 funcționari de stat importanți cu o frecvență de la 1 la 3 apariții. 4 funcționari din 6, câte 1 dată, au apărut în context negativ.

Accent Tv	Frecvență apariții	Context		
Funcționari de stat		pozitiv	negativ	neutru
*Iurie Leanca	3	0	1	2
*Vasile Bumacov	2	0	1	1
*Dorin Recean	2	0	1	1
*Dorin Chirtoaca	2	0	0	2
*Octavian Bodisteanu	2	0	0	2
*Veaceslav Ceban	1	0	1	0

În știrile electorale de la Accent Tv au fost prezenți 24 de politicieni, 9 dintre care cu o frecvență cuprinsă între 2 și 5 ori. R.Usatâi și I.Dodon, câte 1 dată, au apărut în context pozitiv (I.Dodon, în perioada anterioară era unicul apărut în context pozitiv, de 3 ori din 3). Ca și data trecută, cel mai des în context negativ a fost plasat V.Filat – de 4 ori din 4. În 2 rânduri din 4, în context negativ, a apărut și M.Lupu.

Accent Tv	Frecvență apariții	Context		
Politicieni		pozitiv	negativ	neutru
Renato Usatai	5	1	0	4
Mihail Formuzal	5	0	0	5
Vladimir Voronin	4	0	0	4
Marian Lupu	4	0	2	2
Vlad Filat	4	0	4	0
Mihai Ghimpu	3	0	0	3
Vitalie Marinuta	3	0	0	3
Igor Dodon	2	1	0	1
Grigore Petrenco	2	0	0	2

Accent Tv a mediatizat în știri 11 concurenți electorali, iar cel mai des – PDM, de 21 de ori, inclusiv de 8 ori – în context negativ. PLDM, în context negativ, a fost plasat în 6 rânduri din 9, iar PCRM – 1 dată din 6 apariții. În context pozitiv au apărut, de câte 1 dată, doi concurenți electorali – PPP și PSRM.

Accent Tv	Frecvență apariții	Context		
		pozitiv	negativ	neutru
Concurenți electorali				
*PDM	21	0	8	13
*PLDM	9	0	6	3
*PPP	7	1	0	6
*PL	7	0	0	7
*PCRM	6	0	1	5
*BE-UV	6	0	0	6
*PSRM	5	1	0	4
*PLR	4	0	0	4
*PPCD	2	0	0	2
*PFP	2	0	0	2
*MR	1	0	0	1

2.1.11 Canal Regional

Canal Regional a mediatizat în știri electorale 5 funcționari de stat, dintre care unul (Iu.Leancă) – de 3 ori, iar ceilalți – de câte 2 ori. N.Nicolaev a apărut 1 dată în context pozitiv și 1 dată – în context negativ. De 2 ori din 2 apariții, în context negativ, a fost plasat D.Chirtoacă.

Canal Regional	Frecvență apariții	Context		
		pozitiv	negativ	neutru
Funcționari de stat				
*Iurie Leanca	3	0	0	3
*Nicolai Nicolaev	2	1	1	0
*Dorin Chirtoaca	2	0	2	0
*Igor Corman	2	0	0	2
*Nicolae Timofti	2	0	0	2

În știrile electorale de la Canal Regional au fost prezenți 19 politicieni (data trecută – 9), 5 dintre care cu câte 2 apariții, iar ceilalți – cu câte una. Toți protagoniștii-politicieni au fost plasați în context neutru.

Canal Regional	Frecvență apariții	Context		
		pozitiv	negativ	neutru
Politicieni				
Iurie Stoicov	2	0	0	2
Vasile Bolea	2	0	0	2
Eugen Carpov	2	0	0	2
Igor Dodon	2	0	0	2
Zinaida Greceanai	2	0	0	2

Canal Regional a mediatizat în știri 12 concurenți electorali, iar cel mai des – PSRM, de 7 ori. PDM, de 2 ori din 3 apariții, a fost plasat în context pozitiv, iar PL, în unica apariție – în context negativ.

Canal Regional	Frecvență apariții	Context		
		pozitiv	negativ	neutru
Concurenți electorali				
*PSRM	7	0	0	7
*PR	3	0	0	3
*PLDM	3	0	0	3
*PLR	3	0	0	3

*PDM	3	2	0	1
*PCRM	3	0	0	3
*PDA	2	0	0	2

2.1.12 GRT

În știrile electorale de la GRT au fost mediatizați de unu-două ori 8 funcționari de stat, 4 dintre care, în câte un rând, au fost plasați în context pozitiv.

GRT Funcționari de stat	Frecvență apariții	Context		
		pozitiv	negativ	neutru
*Alexandr Tarnavschi	2	0	0	2
*Dumitru Constantinov	2	1	0	1
*Iurie Leanca	2	1	0	1
*Mihail Formuzal	2	1	0	1
*Valeri Ianioglo	2	1	0	1
*Andrian Candu	1	0	0	1
*Dorin Chirtoaca	1	0	0	1
*Serghei Cimpoies	1	0	0	1

În numărul redus de știri electorale de la GRT se regăesc 6 politicieni, fiecare cu câte o apariție, inclusiv unul – N.Dudoglo, în context pozitiv.

GRT Politicieni	Frecvență apariții	Context		
		pozitiv	negativ	neutru
Mihail Formuzal	1	0	0	1
Nicolae Dudoglo	1	1	0	0
Anastasia Tucan	1	0	0	1
Petru Pomujac	1	0	0	1
Vasile Neicovcen	1	0	0	1
Renato Usatai	1	0	0	1

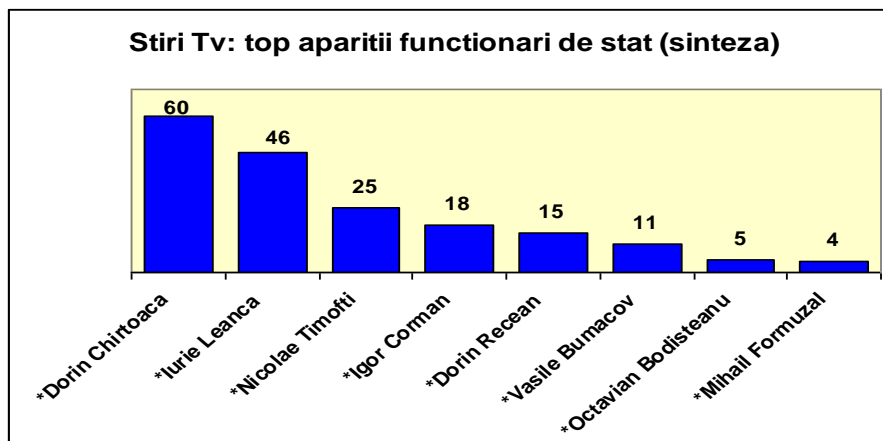
GRT a mediatizat 7 concurenți electorali (data trecută – 12), inclusiv PPCD – 1 dată, PDM – de 3 ori, iar ceilalți – de câte 2 ori. PDM, 1 dată, a apărut în context pozitiv.

GRT Concurenți electorali	Frecvență apariții	Context		
		pozitiv	negativ	neutru
*PDM	3	1	0	2
*BE-UV	2	0	0	2
*PLDM	2	0	0	2
*PCR	2	0	0	2
*PCRM	2	0	0	2
*PPP	2	0	0	2
*PPCD	1	0	0	1

2.2 Televiziuni. Generalizări frecvență și context știri electorale

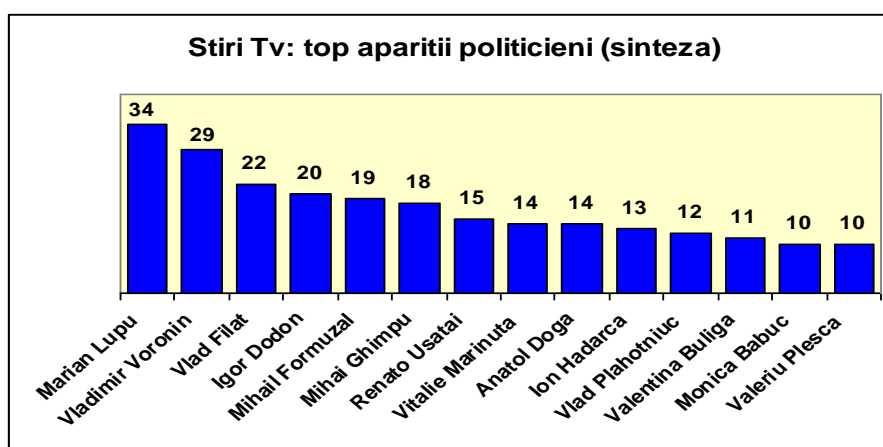
2.2.1 Frecvență apariții funcționari de stat

În perioada 01-08 noiembrie cea mai mare vizibilitate, cumulat, în știrile electorale de la televiziunile monitorizate, au avut-o primarul D.Chirtoacă și premierul Iu.Leancă (a se vedea diagrama de mai jos). Aparițiile primarului D.Chirtoacă au oscilat între 1, la GRT, și 9 – la Tv Canal 3, iar ale premierului Iu.Leancă – între 1, la Jurnal Tv, și 12 – la Tv Moldova 1.



2.2.2 Frecvență apariții politicieni

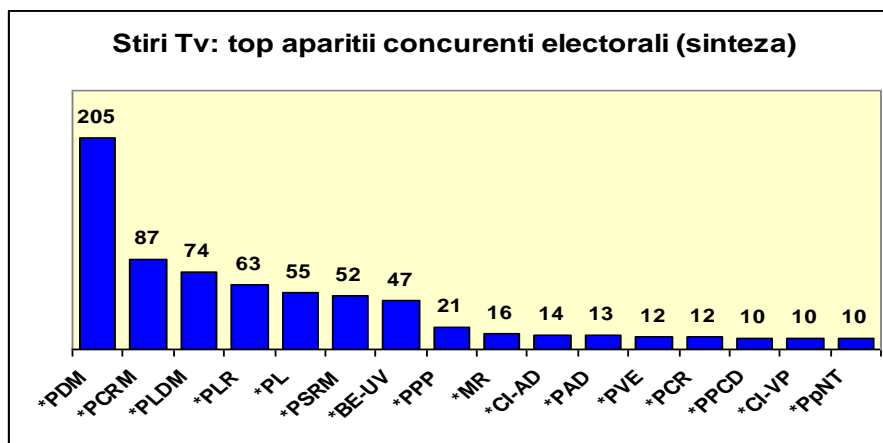
În rândul politicienilor cu cele mai multe apariții în știrile electorale de la televiziunile monitorizate întâietatea o dețin liderii PDM și PCRM (a se vedea diagrama de mai jos). Data trecută pe poziția a doua era liderul PLDM. Din 34 de apariții ale liderului PDM M.Lupu, majoritatea (21) au fost înregistrate la 4 televiziuni: Prime Tv (7), Publika Tv (3), Canal 2 (5) și Canal 3 (6). Alte 10 apariții au fost atestate la Jurnal Tv (6) și Accent Tv (4). Din 29 de apariții ale liderului PCRM, V.Voronin, 28 au fost înregistrate la 8 televiziuni din 12, frecvența fiind de la 2 (Moldova 1) la 5 ori (Pro Tv). Liderul PLDM, V.Filat, nu a apărut în știrile electorale de la 6 din cele 12 televiziuni monitorizate: la Prime Tv, Publika Tv, Canal 3, Jurnal Tv, Canal Regional și GRT. La celelalte a apărut între 1 dată (Canal 2) și 5 ori (Pro Tv și N4). În comparație cu perioada precedentă de monitorizare majoritatea televiziunilor au asigurat un echilibru relativ rezonabil al prezenței politicienilor în știrile electorale difuzate în perioada de referință.



2.2.3 Frecvență apariții concurenți electorali

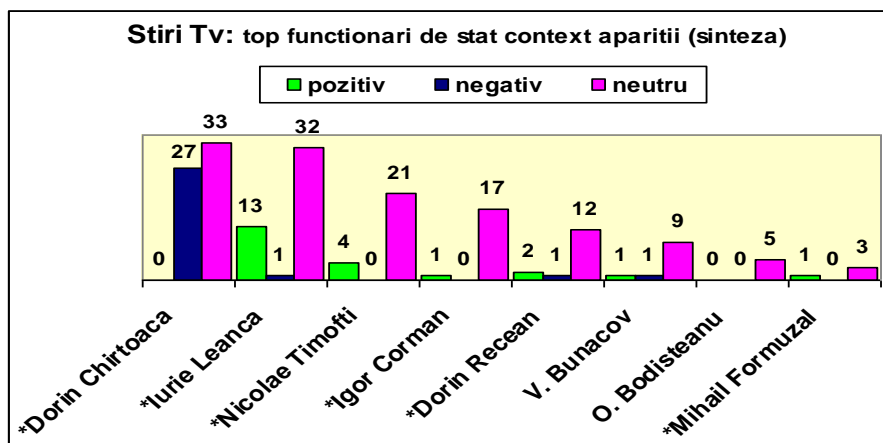
Dintre concurenții electorali mediatizați în știri de televiziunile monitorizate cea mai mare vizibilitate a avut-o, detașat, PDM. Din 205 de apariții ale PDM în știrile electorale de la toate

televiziunile 129 (62,9%) au fost difuzate de 4 televiziuni: Prime Tv (33), Publika Tv (28), Canal 2 (25) și Canal 3 (43). Alte 42 de apariții (câte 21) au fost asigurate de 2 televiziuni – Accent Tv și Jurnal Tv. PCRM a întrunit 54 de apariții (62%) din total în știrile electorale difuzate de 5 televiziuni (Moldova 1, Prime Tv, Canal 2, Canal 3 și Pro Tv). PLDM, cel mai des, a apărut în știrile electorale ale N 4 (14) ProTv (12) și Tv7 (11) – de 37 de ori (50%) din totalul de 74. PLR din 63 de apariții 20 (31,7%) le-a avut la 2 televiziuni – Moldova 1 (11) și N4 (9).



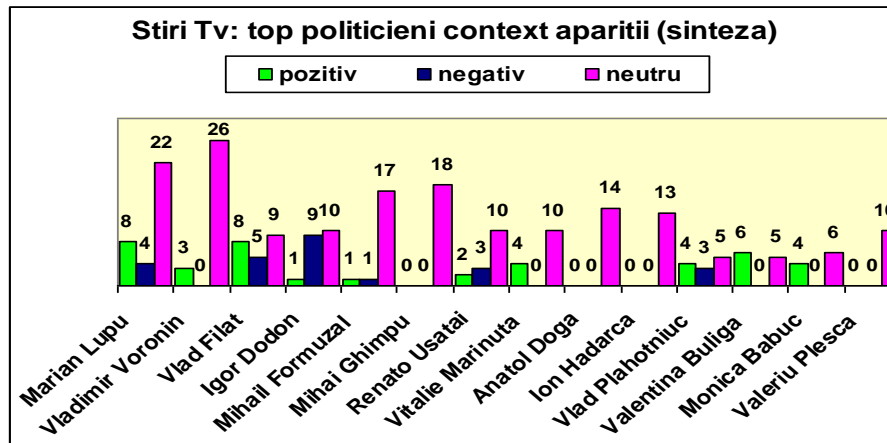
2.2.4 Context apariții funcționari de stat

De cele mai multe ori funcționarii de stat au fost prezentați în știri electorale în context neutru. În context pozitiv, cel mai des a fost plasat Iu.Leancă – de 13 ori. În context negativ cel mai des a apărut, ca și data trecută, D.Chirtoacă – de 27 de ori sau, într-o săptămână, de două ori mai mult decât în perioada precedentă de 2 săptămâni (13 ori).



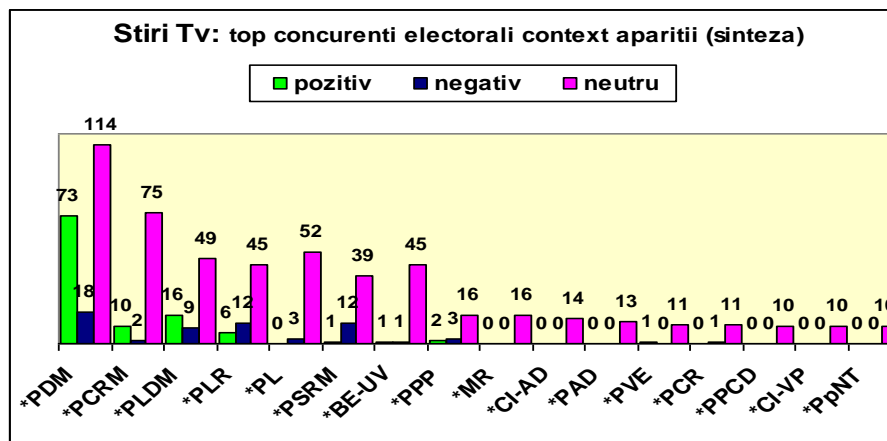
2.2.5 Context apariții politicieni

De cele mai multe ori politicienii au apărut în știri electorale în context neutru (a se vedea diagrama de mai jos). În context pozitiv au fost plasați cel mai des liderii PDM și PLDM M.Lupu și, respectiv, V.Filat. Între politicienii care au apărut de mai multe ori în context pozitiv, asigurat în cea mai mare parte de televiziunile Prime Tv, Publika Tv, Canal 2 și Canal 3, se mai regăsesc 4 reprezentanți ai PDM. 7 din 8 apariții în context pozitiv ale liderului PLDM au fost atestate la două televiziuni – N4 (4) și Tv7 (3). În context negativ cel mai des au fost plasați în știri I.Dodon, de 9 ori, și V.Filat, de 5 ori, inclusiv de 4 ori – la Accent Tv.



2.2.6 Context apariții concurenți electorali

În știrile televiziunilor monitorizate concurenții electorali au apărut în majoritatea cazurilor în context neutru (a se vedea diagrama de mai jos). Patru concurenți au apărut în știri electorale și în context pozitiv, iar cel mai des – PDM, de 73 de ori. În 68 de rânduri (93,1%) PDM a fost plasat în context pozitiv la Prime Tv (25), Publika Tv (19), Canal 2 (10) și Canal 3 (14). PLDM a apărut în context pozitiv în 16 rânduri, inclusiv de 4 ori la Tv7, și de 8 ori – la N4 (în total – 75%). În context negativ cel mai des au apărut PDM, de 18 ori (inclusiv la Jurnal Tv – de 7 ori, și la Accent Tv – de 8 ori), PLR și PSRM (de 4 ori la Publika Tv și de 3 ori – la Canal 2) – de câte 12 ori.



Concluzii:

- În perioada de referință televiziunile monitorizate au sporit numărul știrilor electorale în comparație cu perioadele anterioare;
- Pe trei segmente monitorizate – numărul știrilor electorale cu caracter conflictual (o treime); numărul știrilor conflictuale scrise în temeiul unei singure surse de informații (fiecare a treia știre) și atitudinea reporterilor (în 16% de cazuri – atitudine părtinitoare) situația a rămas cam aceeași ca și în perioada precedentă;
- În linii mari, televiziunile *ProTv*, *Tv7*, *N4* și *GRT* au asigurat un echilibru relativ al frecvenței în știrile electorale a funcționarilor de stat, a politicienilor și a concurenților electorali;
- *Publika Tv*, *Jurnal Tv*, *Accent Tv* și *Canal Regional* au asigurat un echilibru relativ al frecvenței în știri a funcționarilor de stat și a politicienilor, dar au admis un dezechilibru clar în prezența concurenților electorali;

- *Moldova 1* a asigurat un echilibru relativ al frecvenței în știri a politicienilor și a concurenților electorali, dar a admis dezechilibru în prezența funcționarilor de stat;
- *Canal 2* și *Canal 3* au menținut un echilibru relativ al frecvenței în știri a politicienilor, dar au admis un dezechilibru clar în prezența funcționarilor de stat și a concurenților electorali;
- *Prime Tv* a admis dezechilibru în numărul de apariții ale funcționarilor de stat și ale politicienilor, dar, mai ales, ale concurenților electorali, favorizând vădit PDM;
- *Prime Tv*, *Publika Tv*, *Canal 2* și *Canal 3* au plasat concurentul electoral PDM în context pozitiv în majoritatea covârșitoare a cazurilor;
- *N4* a plasat în context pozitiv concurentul electoral PLDM în majoritatea cazurilor, iar *Tv7* – în o treime din cazuri;
- *Jurnal Tv* și *Accent Tv* au plasat în context negativ, din rândul concurenților electorali, de cele mai dese ori PDM.

Concluzie generală

O parte din televiziunile monitorizate continuă să reflecte distorsionat alegerile parlamentare în principalul program de știri al zilei.

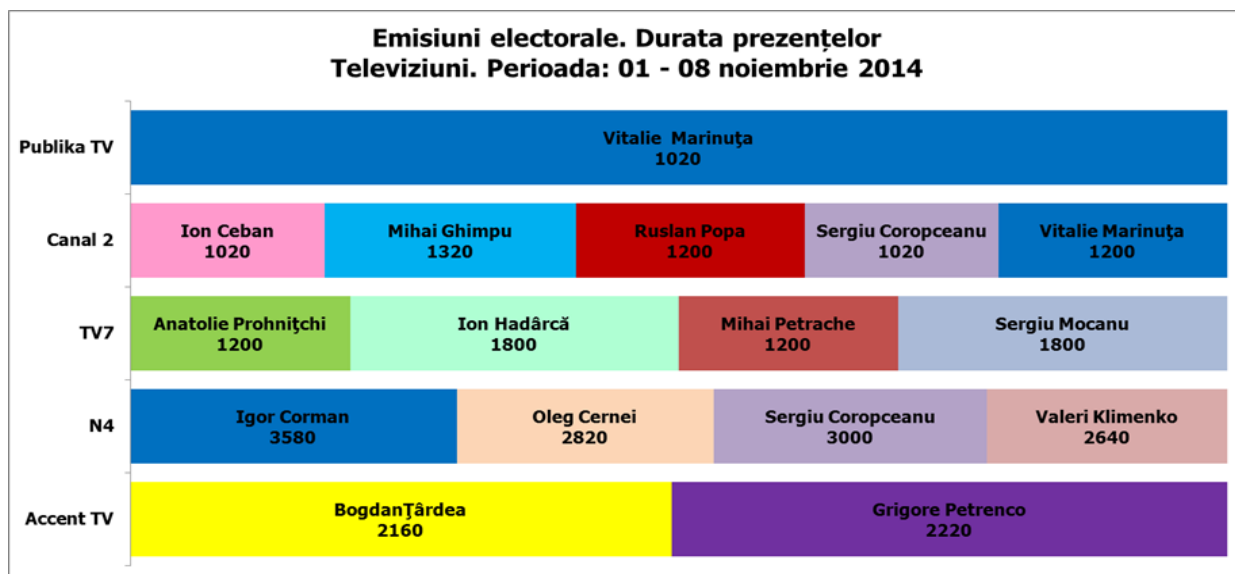
2.3 Televiziuni. Emisiuni cu caracter electoral. Date generale

În perioada 01-08 noiembrie 2014, 9 din cele 12 posturi tv monitorizate au difuzat împreună 29 de emisiuni cu caracter electoral. Cumulat, acestea au avut o durată de aproape 22 de ore. *Moldova 1*, *Pro TV Chișinău* și *Canal Regional* nu au pus pe post nicio emisiune cu caracter electoral în perioada vizată.

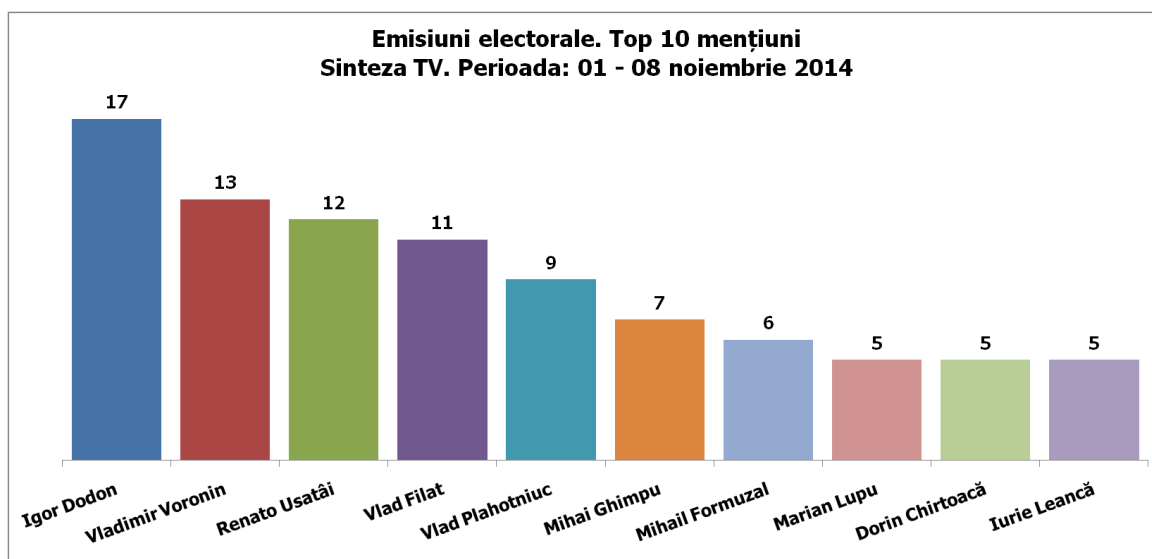
Ca durată, emisiunile de la *Canal 2*, care au fost și cele mai numeroase, le depășesc pe cele de la alte 8 posturi tv.

Postul TV	Titlul emisiunii	Număr emisiuni	Durata (ore/min/sec)
Moldova 1	Moldova în direct	0	0:00:00
Prime TV	Replica	1	0:49:00
Publika TV	Fabrika	3	3:37:10
Canal 2	Tema zilei	7	5:10:28
Canal 3	Особое мнение	5	0:15:44
Pro TV Chișinău	În profunzime	0	0:00:00
TV7	Politica	4	4:22:57
Jurnal TV	Cabinetul din umbră	1	1:44:00
N4	Puterea a patra	4	3:20:50
Accent TV	1+1	3	1:49:04
Canal Regional	Loc de dialog	0	0:00:00
GRT	Лицом к региону	1	0:45:31
Total		29	21:54:44

În perioada de referință, cinci din cele nouă posturi tv care au difuzat emisiuni cu caracter electoral, au avut ca invitați în studio 14 protagoniști din rândul politicienilor. Dintre aceștia, doi protagoniști au fost invitați de 2 ori (Sergiu Coropceanu la *Tema zilei* de la *Canal 2* și la *Puterea a patra* de la *N4*; Vitalie Marinuța la *Fabrika* de la *Publika TV* și la *Tema zilei* de la *Canal 2*).



De asemenea, în cele 149 de mențiuni din cadrul emisiunilor cu caracter electoral, au fost vizate 46 de persoane. Cumulat, cel mai des a fost menționat Igor Dodon (de 17 ori), urmat de Vladimir Voronin (de 13 ori), Renato Usatîi (de 12 ori), Vladimir Filat (de 11 ori), Vladimir Plahotniuc (de 9 ori), Mihail Formuzal (de 6 ori), Marian Lupu, Iurie Leancă și Dorin Chirtoacă (de câte 5 ori).



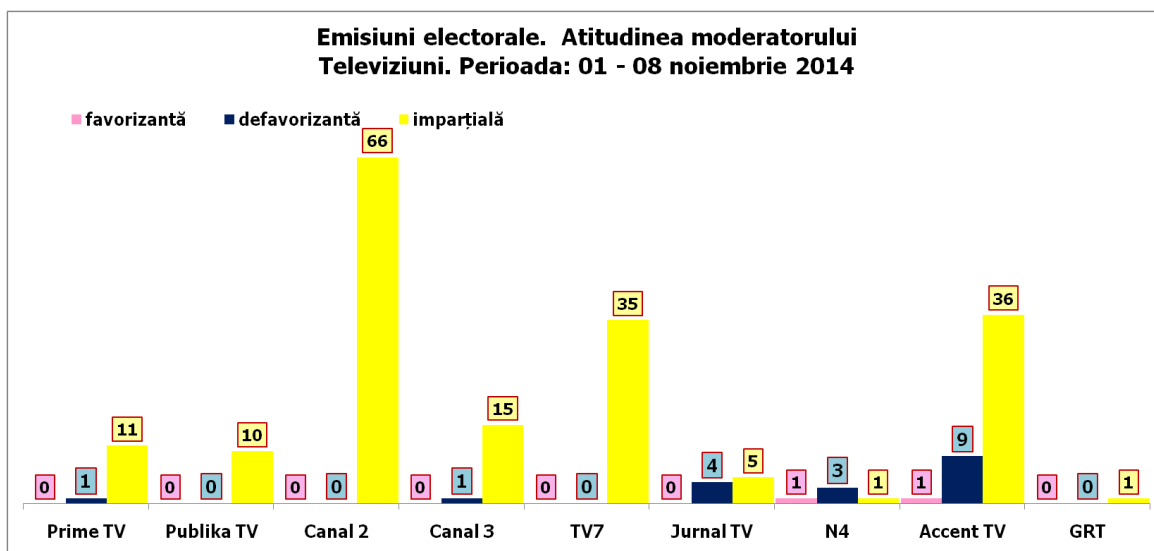
Cei 10 protagoniști au fost menționați în mod diferit în emisiunile de la posturile de televiziune monitorizate. Igor Dodon și Renato Usatîi au fost menționați în emisiunile cu caracter electoral de la șapte posturi tv din nouă. Pe de altă parte, Dorin Chirtoacă și Iurie Leancă au fost menționați în emisiuni la trei televiziuni.

Nr.	Protagonisti	Prime	Publika	Canal2	Canal3	Tv7	Jurnal	N4	A-Tv	GRT	Total
1	I.Dodon		1	4	3	2	1	4	2		17
2	V.Voronin			3	1	3	1	3	2		13
3	R.Usatîi	1	1	2	1	3		3	1		12
4	V.Filat			2		2	1	3	3		11
5	V.Plahotniuc			1		3	1	1	3		9
6	M.Ghimpu			1		1	1	2	2		7

7	M.Formuzal			1	1	1		2	1		6
8	M.Lupu			2		1		1	1		5
9	D.Chirtoacă			3				1	1		5
10	Iu.Leancă			2		1		2			5

Referindu-ne la prestația moderatorilor în cadrul emisiunilor cu caracter electoral în perioada 01-08 noiembrie 2014, menționăm că în 241 de cazuri din 261-aceasta a fost imparțială. Celelalte 20 de referințe directe sau mențiuni la adresa actorilor personalizați și instituționalizați s-au repartizat astfel: 2 cazuri de *favorizare* contra 18 cazuri de *defavorizare*.

Cazurile de *favorizare* a unui protagonist a fost înregistrat la emisiunea *Puterea a patra* a postului de televiziune N4, față de Iurie Leancă și la emisiunea *1+1* de la Accent TV, față de Grigore Petrenco. O *atitudine defavorizantă*, pe de altă parte, au avut moderatorii emisiunilor: *Ocoboe mnenue* de la Canal 3 (1 dată, față de Igor Dodon), *Replica de la Prime TV* (1 dată, față de PSRM), *Puterea a patra de la N4* (3 cazuri, față de PCRM, PSD și CPE), *Cabinetul din Umbră* de la Jurnal TV (4 cazuri, față de Valeriu Streleț, Viorel Albu, Vladimir Voronin, PDM), *1+1* de la Accent TV (9 cazuri, față de Nicolae Timofti, Mihai Ghimpu, Vladimir Filat, Andrian Candu, Marian Lupu, PLDM, PDM în două rânduri și CPE).



Concurenții electorali au avut o vizibilitate diferită în cadrul emisiunilor cu caracter electoral de la cele 9 posturi tv. Numărul concurenților mediatizați în cadrul celor 29 de emisiuni cu caracter electoral variază între 6 (la Canal 3 și Jurnal TV) și 16 (la N4).

Nr.	Prime	Publika	Canal2	Canal3	Tv7	Jurnal	N4	A-Tv	GRT
Concurenți	7	9	10	6	12	6	16	11	
1	PCRM	PDM	PL	PSRM	PLR	PDM	PDM	PPP	
2	PDM	MR	PCR	PDM	MPA	PLDM	BE-UV	PSRM	
3	PL	PCRM	PDM	PPP	PVE	PCRM	CI-OC	PDM	
4	PLDM	PL	BE-UV	PCRM	UCM	PL	MR	PCRM	
5	PPCD	PLDM	PSRM	BE-UV	PDM	PLR	PCRM	PL	
6	PPP	PNL	CI-VP	MR	PCRM	PSRM	PL	PLDM	
7	PSRM	PPP	PCRM		PLDM		PSRM	PLR	
8		PPRM	PLDM		PPP		PPP	MPA	
9		PSRM	PLR		PSRM		PLDM	PNL	
10			PPP		BE-UV		MPA	BE-UV	

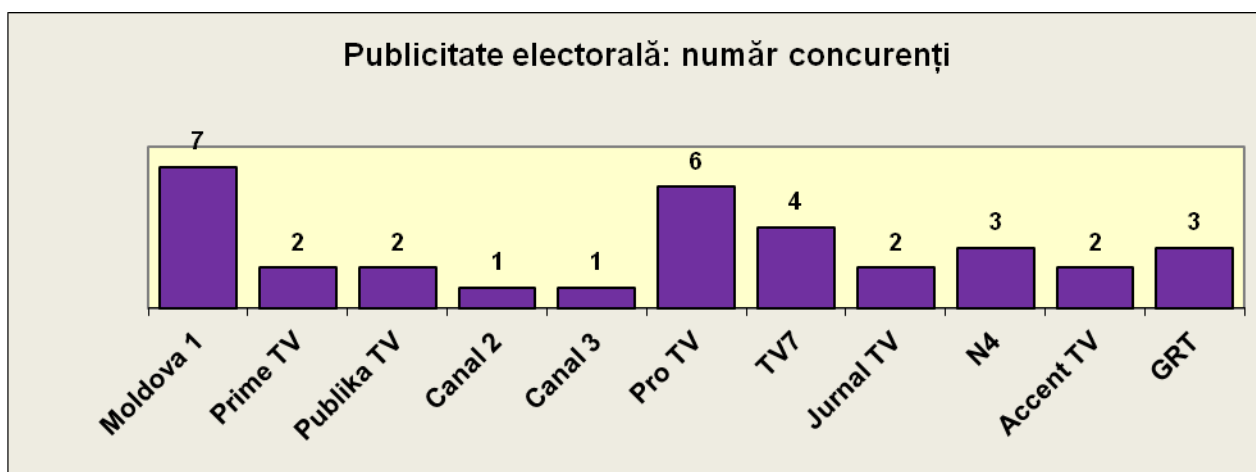
11					PL		PCR	PPCD	
12					PPCD		PLR		
13							PNL		
14							CI-OB		
15							PPCD		
16							PR		

Concluzii:

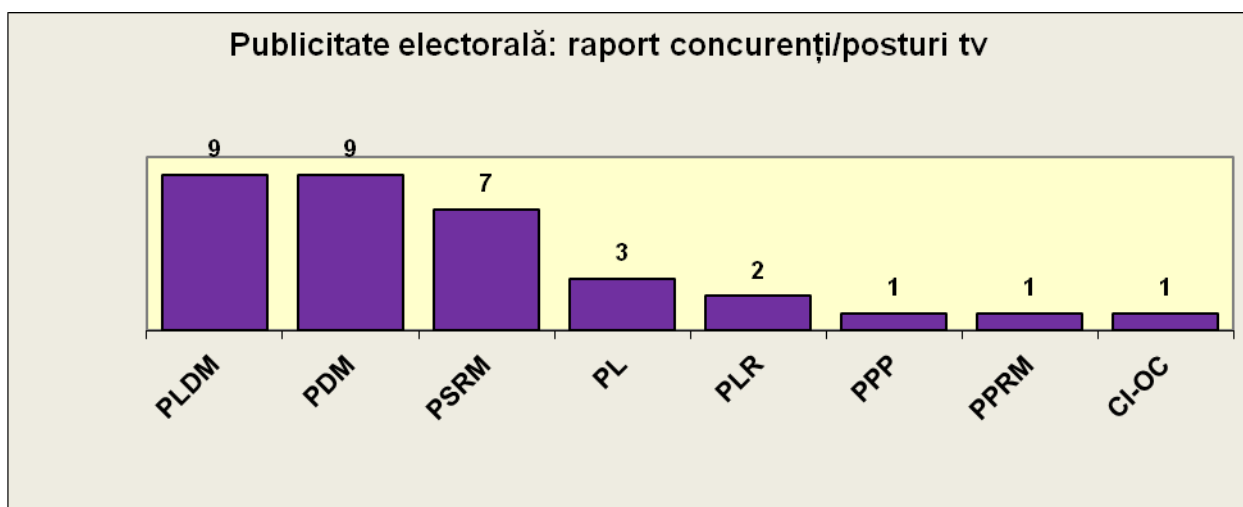
- În perioada 01-08 noiembrie 2014, 9 din 12 posturi tv monitorizate au difuzat împreună 29 de emisiuni cu caracter electoral, numărul acestora variind de la o emisiune la șapte. Trei posturi tv (*Moldova 1*, *Pro TV Chișinău* și *Canal Regional*) nu au difuzat astfel de emisiuni;
- În cadrul celor 29 de emisiuni cu caracter electoral, 14 persoane au avut intervenții directe, fiind invitate în platou;
- Moderatorii emisiunilor au avut o atitudine părtinitoare față de protagoniștii personalizați direcți sau indirecti de 20 de ori, fiind semnalate 2 cazuri de *favorizare* și 18 cazuri de atitudine *defavorizantă* față de protagoniști;

2.4 Publicitate electorală

În perioada de referință, 11 din cele 12 posturi de televiziune monitorizate au difuzat publicitate electorală cu plată. 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 sociale și de educație civică și electorală. În perioada monitorizată, 8 concurenți (PLDM, PDM, PL, PLR, PPP, PSRM, PPRM și candidatul independent Oleg Cernei) au plasat publicitate electorală la televiziunile vizate. Niciun post tv din cele 11 nu a plasat publicitatea celor 8 concurenți. Un post tv din 11 (*Moldova 1*) a difuzat publicitatea a 7 concurenți (PLDM, PDM, PL, PLR, PPP, PSRM, PPRM). La *Pro TV Chișinău* a putut fi văzută publicitatea a 6 concurenți electorali (PLDM, PDM, PL, PLR, PSRM, candidatul independent Oleg Cernei). O televiziune (TV7) a difuzat spoturile publicitare ale 4 concurenți (PLDM, PDM, PL, PSRM). 2 posturi tv (N4 și GRT) au pus pe post publicitatea electorală contra plată a 3 concurenți (PLDM, PDM, PSRM), 4 posturi au difuzat publicitatea a 2 concurenți: *Prime TV* și *Publika TV* au pus pe post spoturile electorale ale PLDM și PDM, iar *Jurnal TV* și *Accent TV* – ale PLDM și PSRM. Alte două posturi de televiziune au difuzat publicitatea unui singur concurent electoral (*Canal 2* și *Canal 3* – PDM).



Doi concurenți electorali (PLDM și PDM) au difuzat publicitatea cu plată la câte 9 televiziuni, iar un concurent (PSRM) – la 7 posturi Tv. Trei concurenți electorali (PPP, PPRM și CI-OC) s-au limitat să difuzeze spoturi de publicitate la câte o televiziune.



În perioada de raport nu au fost înregistrate abateri de la regulile privind plasarea publicității contra plată la tv.

Concluzii:

- În perioada de referință, 11 din 12 posturi tv monitorizate au difuzat publicitate electorală cu plată;
- 8 concurenți electorali au plasat publicitate contra plată la cele 11 posturi tv;
- Numărul concurenților electorali care au plasat publicitate electorală la cele 11 posturi variază între 1 și 7;
- Cea mai mare vizibilitate prin intermediul spoturilor electorale au avut-o PLDM și PDM, iar cea mai mică – PPP, PPRM și candidatul independent Oleg Cernei;
- În perioada de referință nu au fost înregistrate abateri de la regulile privind plasarea publicității contra plată la tv.

2.5 Dezbateri electorale

În perioada de referință, 3 posturi de televiziune din 12 monitorizate au organizat dezbateri electorale. Astfel, Moldova 1 a difuzat 5 emisiuni de dezbateri, Jurnal TV – 3 emisiuni și Accent TV – 2 emisiuni.

Cele 5 dezbateri de la postul public de televiziune, difuzate toate în limba română, au avut o durată totală de 300 de minute, și 15 invitați, reprezentanți ai tot atâția concurenți electorali, cărora li s-au dat câte 16 minute pentru expunere. În cadrul emisiunii de pe 8 noiembrie 2014, unul dintre moderatori a avut, în două rânduri, un tratament *defavorizant* față de un concurent electoral. Prin modalitatea de exprimare, abordarea vădit tendențioasă a subiectului pus în discuție, precum și prin punerea accentului pe faptul că mai mulți membri au părăsit formațiunea invitatului în platou, moderatorul a manifestat un comportament *defavorizant* față de reprezentantul PCR, Gheorghe Anghel, încălcând, totodată, p. 43 din *Regulamentul CEC privind reflectarea campaniei electorale la alegerile parlamentare din 30 noiembrie 2014 în mijloacele de informare în masă din Republica Moldova*. Potrivit acestui punct din document, *realizatorii și moderatorii emisiunilor de dezbateri electorale au următoarele obligații: să fie imparțiali; să formuleze clar întrebările, evitând abordarea tendențioasă sau părtinitoare*. Aceeași observație este valabilă și în cazul

reprezentantului PR, Vasile Tarlev, invitat în aceeași emisiune de dezbateri. Replicile și comentariile moderatorului se înscriu în categoria *comportament neadecvat* față de un concurent electoral și încalcă p. 43 din Regulamentul CEC.

Jurnal TV a difuzat, în perioada 01-08 noiembrie 2014, două emisiuni de dezbateri în limba română și una în limba rusă, cu o durată totală de 140 de minute. Cei 10 invitați în platou, reprezentanți ai 9 partide și un candidat independent, au avut la dispoziție câte 11 minute fiecare pentru prezentarea platformei și dezbateri. Atitudinea moderatorului emisiunii în limba rusă a fost una *imparțială* față de concurenții electorali. În ceea ce privește emisiunile în limba română, în trei cazuri atestăm un *comportament neadecvat* din partea moderatorului. Primul se referă la atitudinea față de reprezentantul PPCD, Radu Bușilă, prezent la dezbateri pe 3 noiembrie 2014. Moderatorul a comentat, în două rânduri, afirmațiile invitatului, inclusiv, o dată sugerându-i că nu are dreptate în privința principiilor funcționării economiei de piață. Alte două cazuri de atitudine *defavorizantă* față de un concurent electoral s-au atestat în emisiunea de pe 4 noiembrie 2014. La primul caz sunt atribuite calificarea, pe un ton zeflemitor, a tezelor din programul electoral al PCR, dar și întreruperea, de mai multe ori a discursului reprezentantului acestei formațiuni, Eliza Moscalciuc. Al doilea caz se referă la insistența cu care moderatorul afirmă că Mihai Godea (PAD) ar avea legături privilegiate cu Vladimir Plahotniuc, argumentând aceste afirmații prin zvonuri.

Cele două emisiuni de dezbateri (una în limba română și una în limba rusă) de la Accent TV au durat împreună 86 de minute, au avut 5 invitați, reprezentanți ai 5 partide politice, și un invitat care nu s-a prezentat la dezbateri. Participanții au avut câte 13 minute pentru expunere, iar moderatorul a avut o atitudine *imparțială* față de aceștia.

Concluzii:

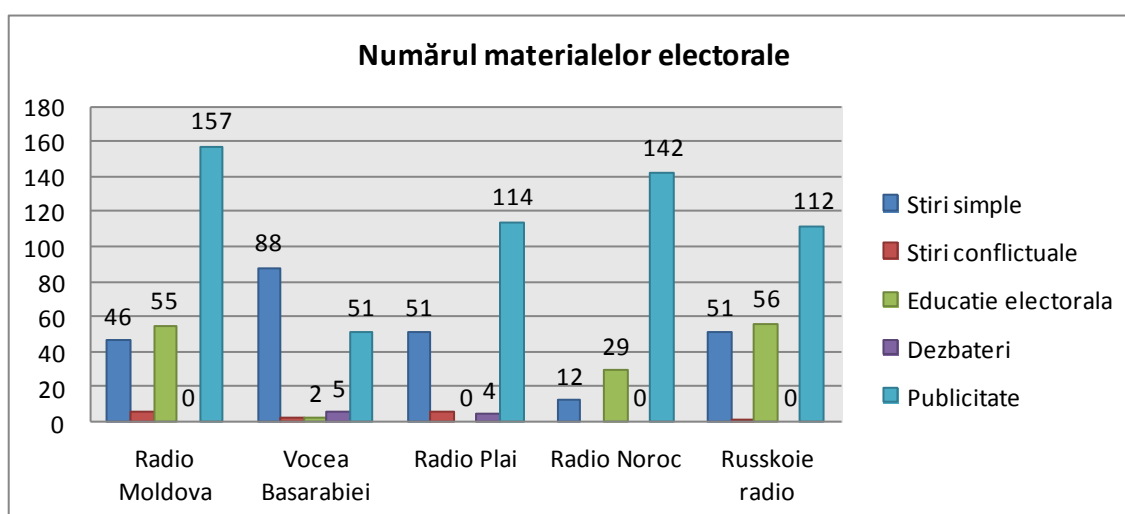
- În perioada 01-08 noiembrie 2014, trei din cele 12 posturi tv monitorizate au difuzat emisiuni de dezbateri electorale;
- În linii mari, moderatorii au avut un comportament adecvat față de concurenții electorali. Totuși, la posturile tv *Moldova 1* și *Jurnal TV* s-au înregistrat abateri în acest sens, fapt ce știrbește din valoarea pe care trebuie să o aibă dezbaterile televizate într-o campanie electorală corectă.

III. Rezultatele monitorizării posturilor de radio

3.1 Date generale radio

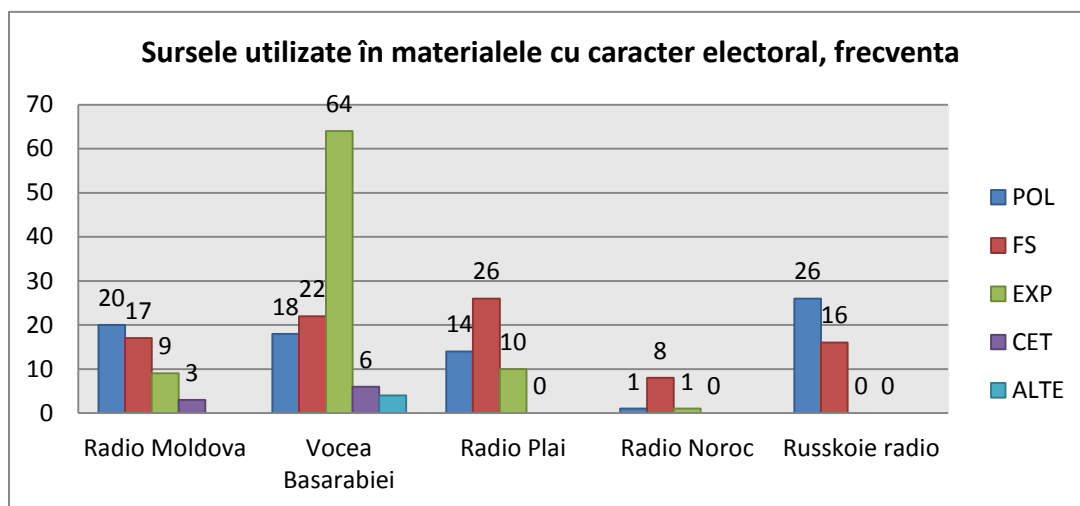
Posturile de radio monitorizate s-au implicat diferit în reflectarea campaniei electorale, unele punând accentul mai mult pe știri, iar altele mai mult pe materiale de educație electorală și dezbateri. Astfel, în perioada 1-8 noiembrie 2014, cele 5 posturi au difuzat în total 418 materiale relevante prezentei monitorizării, dintre care 242 au fost știri simple, iar 14 au abordat subiecte controversate. 162 au fost de educație electorală. Totodată, în perioada de referință au fost puse pe post 5 emisiuni de dezbateri electorale, cu durata totală de 4,4 ore.

Cele mai active posturi au fost Radio Moldova, Russkoie radio și Vocea Basarabiei, care au difuzat atât știri, cât și materiale de educație electorală. Radio Noroc a avut cele mai puține știri, reflectând campania preponderent prin spoturi de educație electorală. Totodată, Radio Noroc a avut un număr suficient de mare de publicitate electorală.

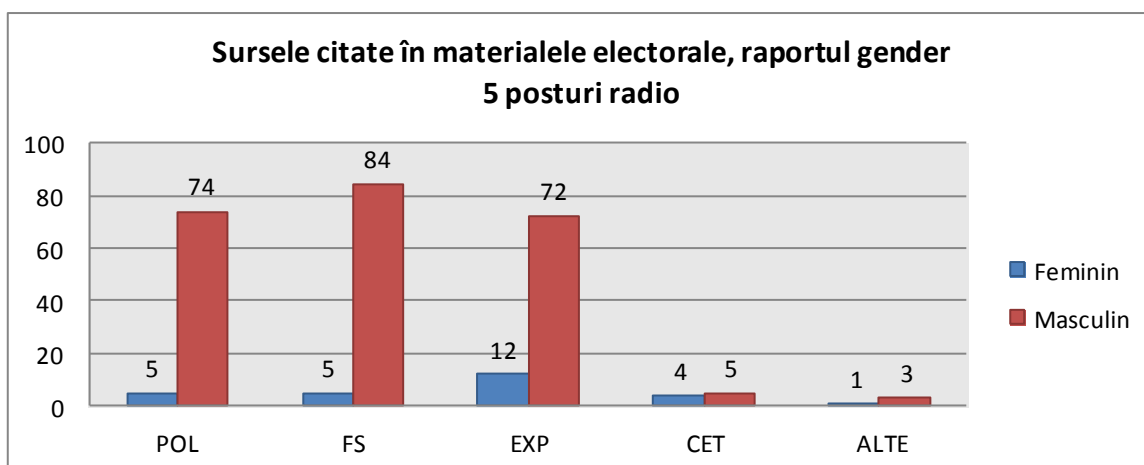


Știrile conflictuale au fost în mare parte echilibrate – 8 din 12, în mare parte fiind vorba de știrile de la Radio Moldova – 6 în total, toate echilibrate. Absoluta majoritate a materialelor relevante au fost nepărtinitoare.

Sursele la care au apelat de cele mai dese ori posturile monitorizate au fost din categoria politicianilor și funcționarilor de stat. Totodată, unele posturi – Vocea Basarabiei și Radio Moldova – s-au remarcat prin asigurarea diversității surselor, citând și experți, cetățeni simpli și surse din alte categorii.



Din punctul de vedere al asigurării echilibrului gender la marea majoritate a celor 5 posturi monitorizate a fost constatat un dezechilibru evident în favoarea persoanelor de sex masculin (90% versus 10% a surselor de sex feminin). Cea mai mare pondere a surselor de sex feminin se atestă în categoria experților, acestea constituind 16% în raport cu numărul total de experți de sex masculin, în mare parte datorită citării expertelor în materialele de la Vocea Basarabiei. La celelalte categorii procentajul a fost infim.



3.1.1 Radio Moldova

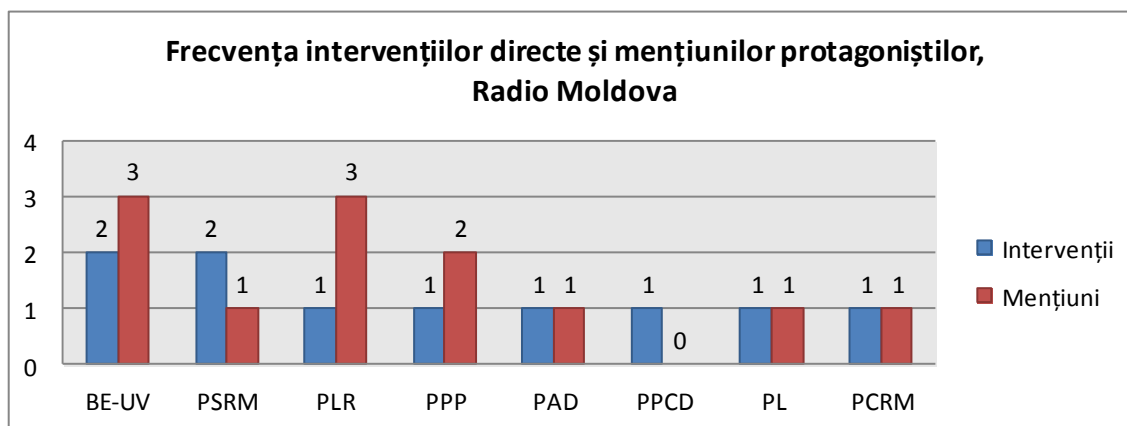
Radiodifuzorul public a difuzat în perioada de raport 127 de materiale relevante prezentei monitorizării, cu durata totală de 6379 secunde sau 1,8 ore. 75 din materiale au fost materiale de educație electorală.

Șase din cele 52 de știri au avut caracter conflictual și toate au fost echilibrate, prezentând două părți din conflict. Poziția jurnalistului nu a fost sesizată nici în unul din materialele monitorizate. Radio Moldova a reflectat intens activitatea CEC, dar a avut și multe materiale despre diverse activități cu participarea reprezentanților Guvernului, cum ar fi participarea premierului Leancă la Ziua vinului la Comrat și înmânarea cheilor de la 6 microbuze, donația de 164 de automobile pentru MAI, cu participarea premierului Leancă și ministrului de interne Recean, vizita în Moldova a Delegației APCE și întâlnirea cu premierul Leancă etc.

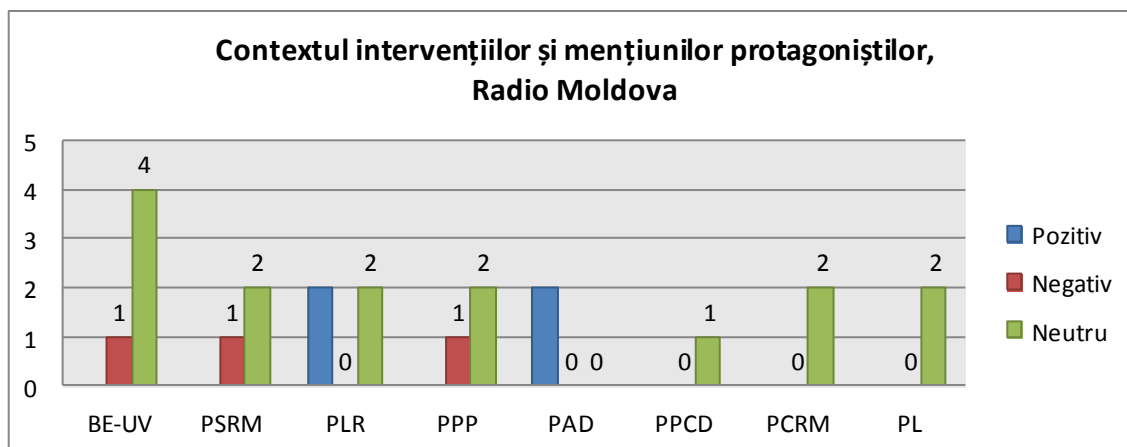
Ca surse, Radio Moldova a dat prioritate politicienilor, la care a apelat de 21 de ori (18 bărbați și 3 femei). La funcționarii de stat s-a recurs de 17 ori (13 bărbați și 4 femei), la experți – de 9 ori (7 bărbați), iar la cetățeni de rând - de 3 ori (2 bărbați).

Dintre concurenții electorali, de cel mai mare volum a beneficiat BE-UV care a intervenit direct timp de 90 de secunde, urmat de PSRM cu 77 de secunde, PAD și PL cu 63 și, respectiv, 60 secunde. PPCD a beneficiat de 30 secunde, PPP - de 25 de secunde și PLR - 24 secunde.

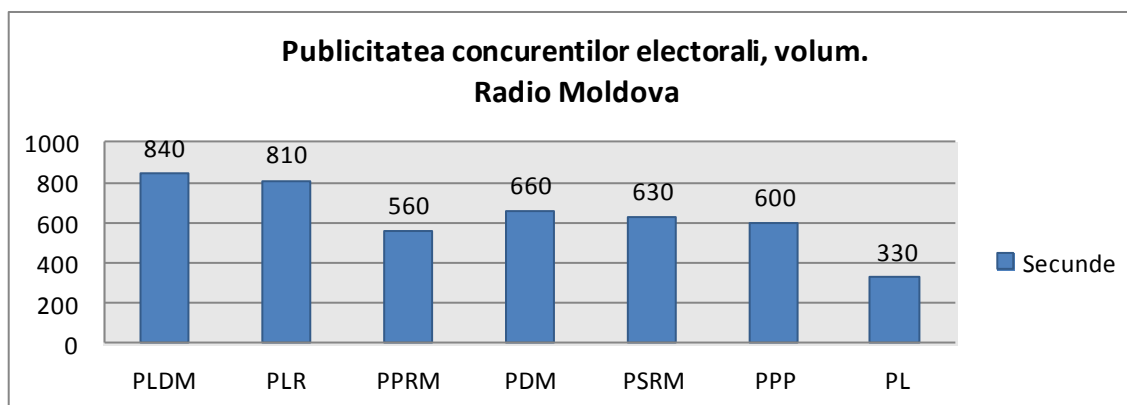
Reprezentanții PSMR și BE-UV au avut câte 2 intervenții directe și câte 1 și 3 mențiuni, respectiv. Ceilalți concurenți electorali au avut câte o singură apariție, fiind menționați de 1, 2 sau trei ori, în diferite contexte.



Contextul apariției protagoniștilor principali a fost preponderent neutru pentru majoritatea celor care au avut intervenții sau au fost menționați. PAD și PLR au avut și câte 2 contexte pozitive, iar PPP, PSRM și BE-UV – câte o mențiune negativă.



Radio Moldova a difuzat în perioada de raport publicitatea a 7 concurenți electorali - PDM (22 apariții, cu volumul total de 660 secunde), PLDM (28 apariții, 840 secunde), PPRM (28 apariții, 560 secunde), PLR (27 apariții, 810 secunde), PSRM (21 apariții, 630 secunde), PPP (20 apariții, 600 secunde), PL (11 apariții, 330 secunde).



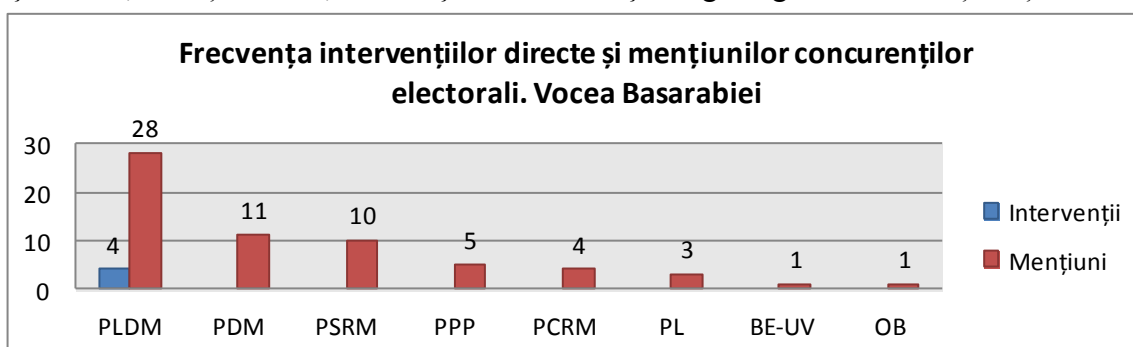
3.1.2 Vocea Basarabiei

Postul de radio privat cu acoperire națională Vocea Basarabiei a reflectat activ campania, difuzând în total 92 de materiale jurnalistice cu caracter electoral direct sau indirect, cu durata totală de 101 001 secunde sau 2,8 ore. Marea majoritate a știrilor – 88 - au fost simple, iar două au tratat subiecte controversate. Postul a avut două materiale de educație electorală. Marea majoritate a materialelor relevante au fost nepărtinitoare, fiind înregistrate 4 cazuri în care a fost evidentă părtinirea reporterului față de protagoniști.

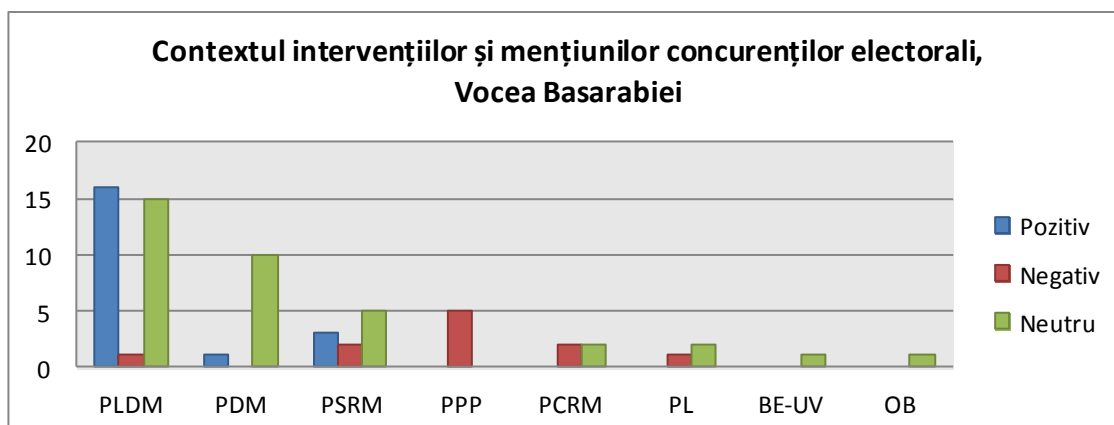
Pe lângă activitatea CEC, postul respectiv a abordat subiecte cum ar fi inaugurarea unui centru de sănătate, cu participarea liderului PLDM Filat și a ministrului Sănătății, vizita lui Vlad Filat în Polonia, conferința de presă comună a lui Vlad Filat și președintelui Partidului Popular European. Totodată, au fost difuzate știri cu caracter electoral indirect, cum ar fi donația de 164 de automobile pentru MAI, cu participarea lui Iurie Leancă și ministrului Recean, raportul ministrului Agriculturii Bumacov cu accentul pe realizări, întâlniri ale premierului cu delegații străine la care s-a vorbit despre necesitatea păstrării vectorului european etc.

La documentarea știrilor, postul de radio Vocea Basarabiei a apelat la diverse surse, marea majoritate fiind experți – 64, dintre care 54 bărbați și 10 femei. Politicienii au fost citați ca surse în 18 cazuri (toți bărbați) iar funcționarii de stat – în 22 cazuri (toți bărbați). Și cetățenilor de rând le-a fost oferit cuvânt, aceștia fiind citați de 6 ori (3 bărbați și 3 femei).

După frecvența intervențiilor directe și mențiunilor, pe primul loc în top se situează PLDM cu 4 intervenții directe pe parcursul a 138 de secunde și 28 de mențiuni. Ceilalți protagoniști nu au avut intervenții directe, fiind doar menționați. De cele mai dese ori au fost menționați reprezentanții PDM și PSRM, urmați de PPP, PCRМ și PL. BE-UV și Oleg Brega au fost menționați câte o dată.

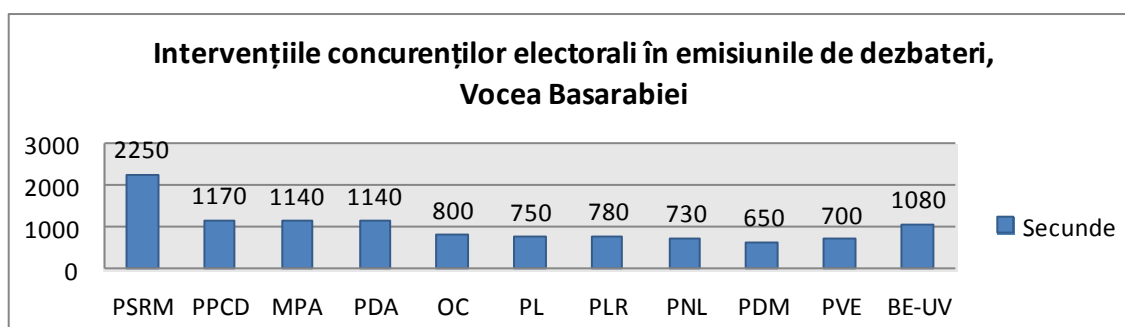


Contextul în care au apărut protagoniștii din categoria politicianilor a fost diferit. PLDM a fost prezentat de cele mai multe ori în context pozitiv și neutru – 16 și 14 cazuri, respectiv, și o dată – negativ. Contextul apariției și menționării PDM a fost mai mult neutru, iar PSRM, PCRМ și PL au apărut și pozitiv și negativ. PPP a fost menționat doar în context negativ.



De notat că reprezentanții de rang înalt din cadrul Guvernului au fost menționați de 17 ori și au intervenit de 14 ori, dintre care 12 ori în context pozitiv și 19 ori - neutru. Dintre intervențiile directe, 8 au revenit exponenților PLDM (Premierului Leancă, ministrului Agriculturii Bumacov și ministrului Sănătății Usatii), toate în context pozitiv.

Postul a difuzat în perioada de referință și 4 emisiuni de dezbateri electorale la care au participat reprezentanții a 11 concurenți electorali - PSRM, PPCD, MPA, PDA, OC, PL, PLR, PNL, PDM, PVE, BE-UV. Durata intervențiilor a fost diferită, volumul mai mare acordat unor concurenți rezultând din faptul că la primele emisiuni din 3 și 4 octombrie au participat doar câte 2 concurenți și, respectiv, acestora le-a revenit mai mult timp de emisie. Totodată, reprezentanții PSRM au fost prezenți la dezbateri de 2 ori – pe 3 octombrie și 7 octombrie, beneficiind de volum dublu de emisie.



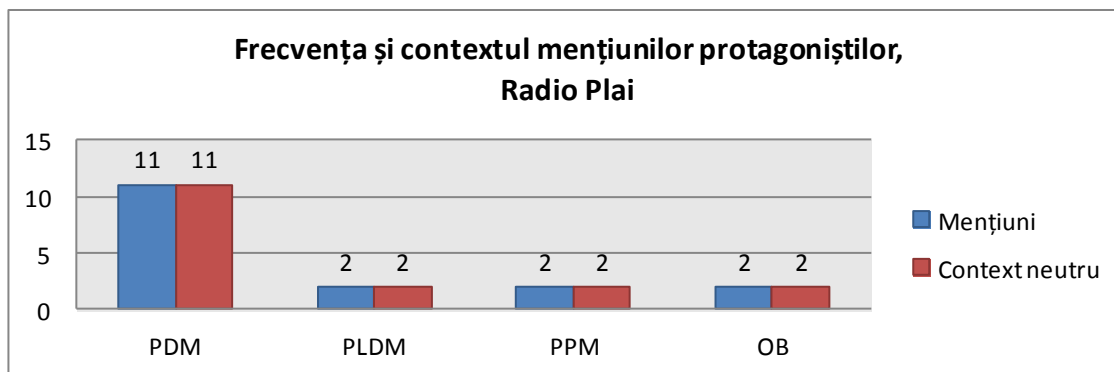
În perioada de raport, Vocea Basarabiei a difuzat publicitate electorală a 3 candidați în alegeri - PLDM și PSRM (câte 18 apariții, cu volumul total de 540 secunde fiecare) și candidatul independent Oleg Cernei – 15 apariții cu volumul total de 420 secunde.

3.1.3 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 2441 secunde sau 40 minute. Postul a informat radioascultătorii despre propunerea Ministrului Economiei de a construi locuințe sociale ieftine, donația automobilelor către MAI, grantul acordat de guvernul nipon, vizita delegației APCE etc.

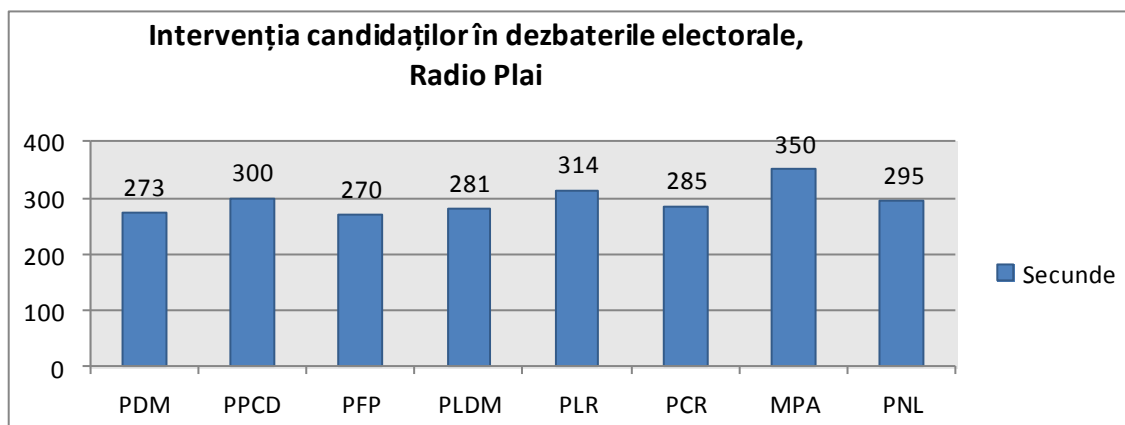
În materiale au fost citați ca surse funcționari de stat - 29 ori (toți bărbați) și politicieni - 14 ori (13 bărbați), dar și experți - 10 bărbați.

Actorii politici mediatizați cel mai des în știrile de la Radio Plai au fost reprezentanții PDM (11 mențiuni, toate în context neutru). PLDM, PPM și candidatul independent Oleg Brega au fost menționați de câte 2 ori, toți în context neutru.

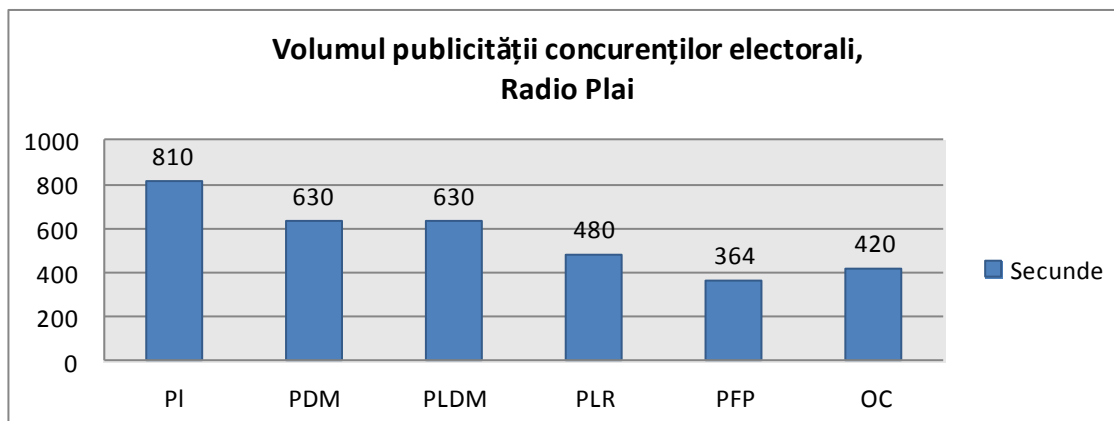


Reprezentanții Guvernului au fost menționați de 18 ori - de 6 ori în context pozitiv și 12 ori neutru, iar ai Președinției de 7 ori – toate în context neutru.

Postul de radio Plai a organizat, în perioada 1-8 noiembrie, 4 emisiuni de dezbateri electorale la care au participat reprezentanții a 8 concurenți electorali - PDM, PPCD, PFP, PLDM, PLR, PCR, MPA și PNL. Volumul acordat fiecărui concurent electoral nu a fost identic, existând discrepanțe mai mult sau mai puțin evidente. De notat că deși în declarația depusă la CCA Radio Plai anunța că va organiza dezbateri, formatul emisiunilor puse pe post în prima săptămână din noiembrie este caracteristic timpilor de antenă oferii candidaților – fiecare invitat având la dispoziție câte 5 minute să-și expună platformele electorale.



Radio Plai a difuzat publicitatea electorală a 6 concurenți electorali PL (27 apariții, 810 secunde), PDM, PLDM (21 apariții, 630 secunde), PLR (16 apariții, 480 secunde), PFP (14 apariții, 364 secunde), Oleg Cernei (15 apariții, 420 secunde).



3.1.4 Radio Noroc

În perioada de raport, postul de radio cu acoperire națională Radio Noroc a reflectat sumar campania în știri, difuzând preponderant spoturi de educație electorală și publicitate electorală. Deși la 20 octombrie Radio Noroc a dat startul dezbaterilor electorale, în prima săptămână a lunii noiembrie acesta nu a pus pe post emisiuni de dezbateri electorale. Or, potrivit regulamentului CEC privind reflectarea campaniei electorale la alegerile parlamentare din 30 noiembrie 2014 în mijloacele de informare în masă din Republica Moldova, p.35, «radiodifuzorii naționali/publici sunt obligați, iar cei locali/regionali sunt în drept să organizeze dezbateri electorale», oferind cât mai multă informație menită să ajute electoratul să-și formeze o opinie până în ziua scrutinului, astfel încât alegătorii să voteze informat.

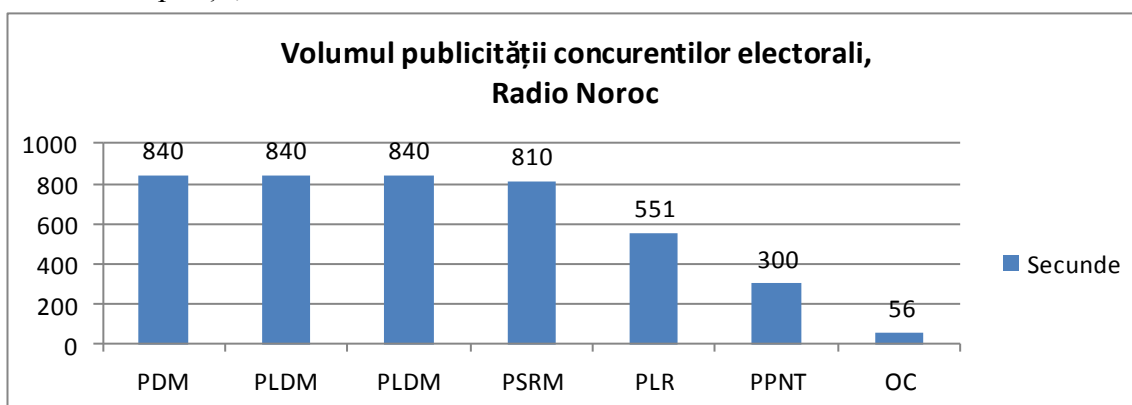
În total, la Radio Noroc au fost înregistrate 41 de materiale, dintre care 29 au fost de educație electorală și 12 știri simple. Volumul de emisie alocat subiectelor cu caracter electoral direct sau indirect a fost de 1437 de secunde sau 24 minute.

Printre subiectele abordate în cele 12 știri difuzate de radio Noroc în perioada de referință se numără câteva materiale despre activitatea CEC, dar și un șir de subiecte despre activitatea exponenților guvernării, cum ar fi subiectul despre Ziua Vinului la Comrat și înmânarea cheilor de la 6 microbuze de către premierul Leancă, grantul oferit de guvernul Japoniei pentru implementarea unor proiecte ecologice cu destinație socială, cu implicarea premierului Leancă și ministrului Agriculturii Bumacov, etc.

Ca și surse, de cele mai multe ori în știrile de la Radio Noroc au apărut doar funcționari de stat – de 8 ori, toți bărbați. Experții și politicienii au fost citați o dată, sursele fiind de sex masculin. De regulă știrile se bazează pe comunicate de presă ale instituțiilor sau fac trimitere la alte media, fără a cita direct sau indirect surse din diferite categorii.

Nici un protagonist din rândul concurenților electorali nu a avut intervenții directe, doar trei fiind menționați: PCR - o dată în context negativ, PCRM – o dată în context neutru și PDM – o dată în context neutru. Reprezentanții Guvernului au avut 5 mențiuni, 4 în context pozitiv și una neutru, iar ai APL – o mențiune în context neutru.

Postul de radio Noroc a difuzat în perioada de referință publicitate electorală a 7 concurenți electorali – PDM, PLDM, PL – câte 28 de apariții, PSRM – 27 apariții, PLR – 19, PPNT – 10 și Oleg Cernei – 2 apariții, volumul variind de la 56 de secunde la 840 secunde.

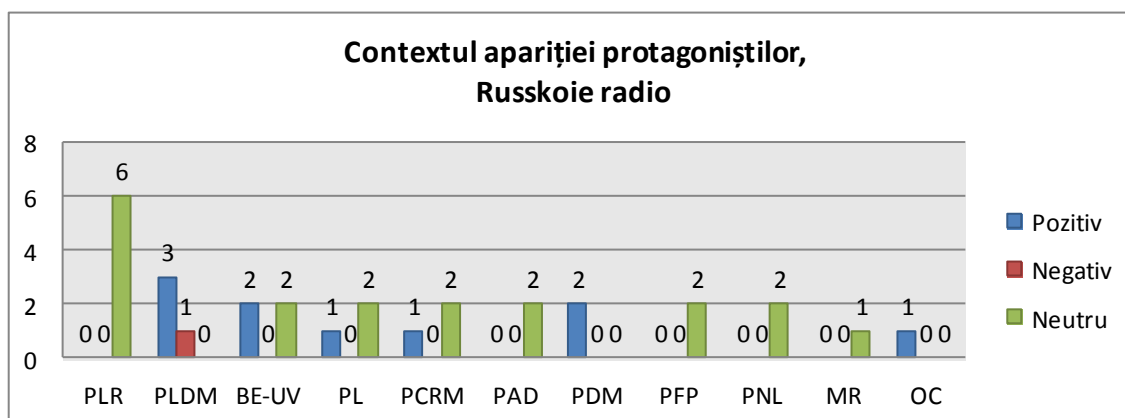
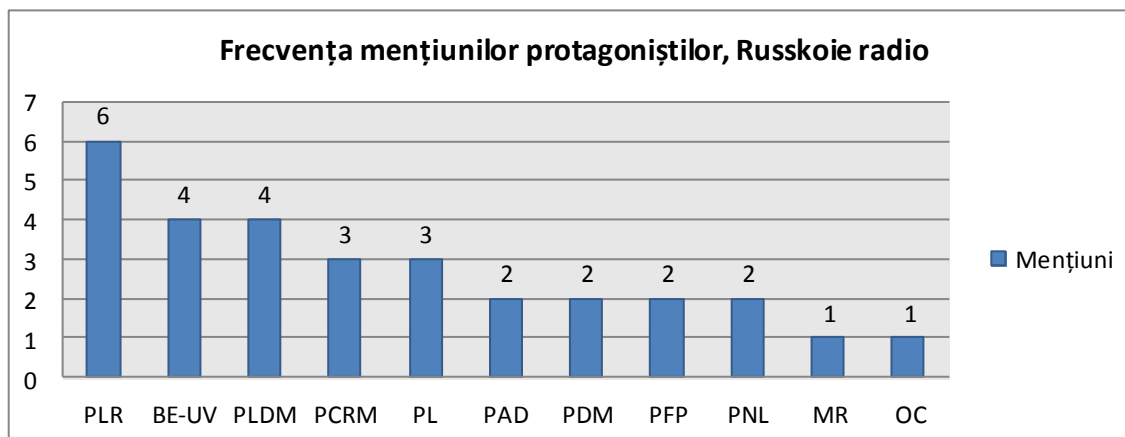


3.1.5 Russkoe radio

Radiodifuzorul regional Russkoe radio a difuzat în perioada de referință 108 materiale relevante prezentei monitorizării, cu durata totală de 3069 secunde sau 51 minute. 57 de materiale au fost de educație electorală, iar 51 - știri simple. O singură știre a abordat subiecte controversate. Postul a eșuat la capitolul asigurării diversității de opinie, apelând de cele mai dese ori la politicieni în calitate de surse - 26, dintre care 25 bărbați. La funcționari de stat s-a recurs de 16 ori, 15 fiind de sex masculin.

Printre subiectele reflectate se numără activitatea CEC, retragerea lui Mihail Formuzal de pe lista electorală a BE-UV, realizările din domeniul agriculturii din perspectiva ministrului Bumacov, informație despre grantul oferit de guvernul nipon pentru implementarea proiectelor ecologice cu destinație socială, donația automobilelor pentru MAI, propunerea ministrului Economiei de a construi locuințe sociale ieftine etc.

Protagonistii mediatizați nu au avut intervenții directe. PLR, PLDM, BE-UV, PCRM și PL au fost menționați cel mai frecvent, aceștia fiind urmași de PNL, PFP, PDM, PAD, cu câte 2 mențiuni fiecare. Contextul aparițiilor pentru PLDM a fost preponderent pozitiv, pentru PLR – neutru în totalitate, BE-UV - și neutru, și pozitiv, PL și PCRM - și pozitiv, și neutru. Ceilalți concurenți au fost menționați fie în context pozitiv, fie negativ.



Reprezentanții Guvernului au fost menționați de 15 ori, în absoluta majoritate în context pozitiv. Marea majoritate a mențiunilor pozitive a revenit ministrului Agriculturii Bumacov (5), premierului Leancă și ministrului Economiei Candu – câte 4 mențiuni fiecare.

În perioada de referință, Russkoie Radio a difuzat publicitatea electorală a 4 concurenți electorali - PDM, PLDM, PPP și PSRM, în volum și număr de apariții egal – 28 apariții și 840 secunde fiecare.

Concluzii:

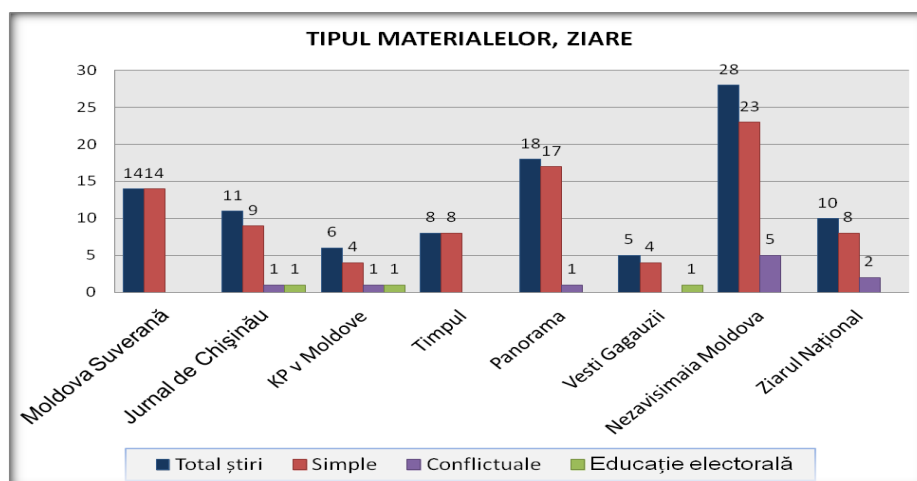
- Majoritatea posturilor de radio monitorizate s-au implicat activ în reflectarea campaniei electorale atât prin știri, cât și prin materiale de educație electorală și emisiuni de dezbateri. Cele mai multe și diverse știri au fost difuzate de radiodifuzorul public *Radio Moldova*, posturile private *Vocea Basarabiei* și *Russkoie radio*. Cele mai puține știri au fost înregistrate la postul de radio cu acoperire națională *Radio Noroc* – 12 în total;

- *Radio Moldova, Russkoie radio și Radio Noroc* s-au evidențiat prin difuzarea unui număr mare de materiale de educație electorală, dar și printr-un număr mare de spoturi publicitare;
- Majoritatea știrilor au fost simple - 242, rata știrilor conflictuale fiind de 5% din numărul total. O mare parte a știrilor controversate au fost echilibrate (63%), iar poziția autorilor a fost nepărtinitoare în marea majoritate a cazurilor. Majoritatea posturilor au citat preponderent funcționari de stat și politicieni în știrile relevante, excepție făcând *Vocea Basarabiei* care a asigurat o diversitate mai mare a surselor. Totodată, din punctul de vedere al raportului gender al surselor citate se constată un dezechilibru masiv în defavoarea surselor de sex feminin (10% versus 90% surse de sex masculin);
- Judecând după frecvența și contextul aparițiilor concurenților electorali reflectați de radiodifuzorii menționați se poate de afirmat că la *Radio Moldova, Radio Noroc și Russkoie radio* nu se constată favorizarea sau defavorizarea clară a vreunui concurent electoral;
- *Postul de radio Plai* a favorizat PDM prin numărul mare de mențiuni în știri, iar *Vocea Basarabiei – PLDM* - prin numărul mare de intervenții directe, mențiuni în context pozitiv atât ale reprezentanților PLDM, cât și ale reprezentanților Guvernului, exponenți PLDM.

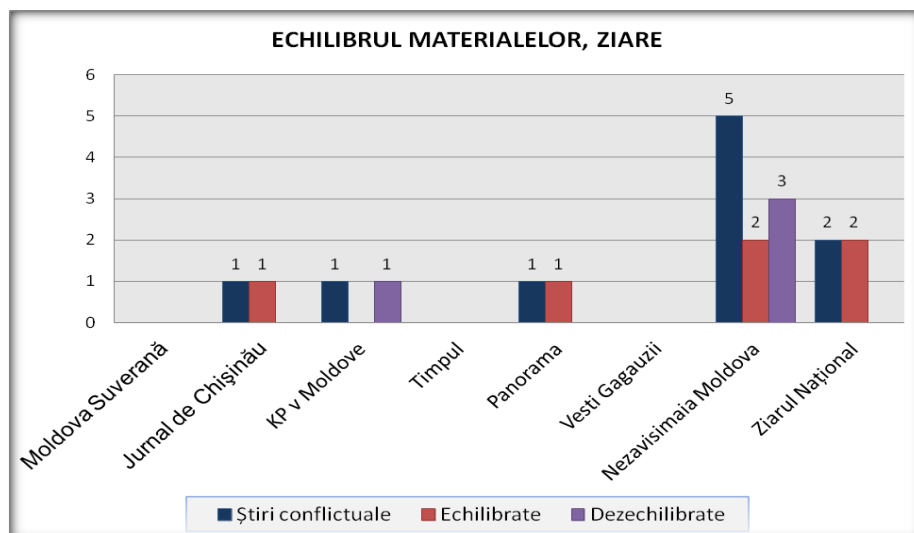
IV. Rezultatele monitorizării ziareor

4.1 Date generale ziare

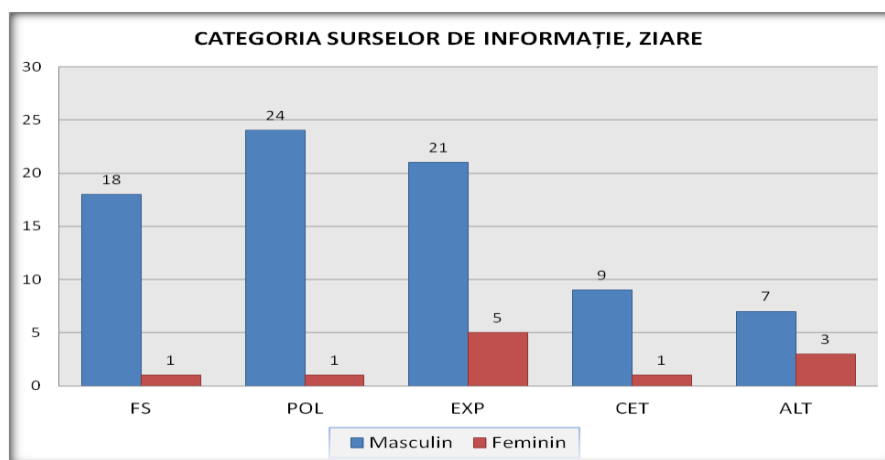
În perioada 1-8 noiembrie 2014, cele opt ziare monitorizate au publicat în total 100 de articole cu caracter electoral direct sau indirect, cu un spațiu total de 49,068 centimetri pătrați. 87 de texte au fost materiale simple, 10 au tratat subiecte controversate și doar 3 articole au prezentat detalii despre exercitarea dreptului la vot, fiind astfel de educație electorală. Ca și în perioada precedentă de monitorizare, materiale de educație electorală au publicat doar ziarele Jurnal de Chișinău, KP v Moldove și Vesti Gagauzii.



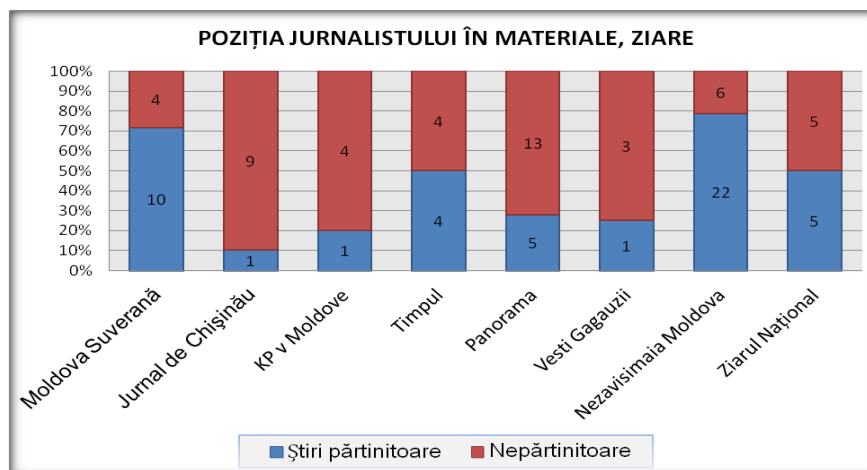
Cinci din cele opt ziare au publicat știri care abordează un conflict în contextul alegerilor parlamentare, în total 10 texte de acest fel, inclusiv cinci publicate în *Nezavisimaia Moldova* (numai două din ele au fost relativ echilibrate deoarece au prezentat pozițiile tuturor părților implicate, altele trei au fost dezechilibrate). *Ziarul Național*, *Jurnal de Chișinău* și *Panorama* au abordat câte 1-2 subiecte conflictuale, pe care le-au prezentat echilibrat, *KP v Moldove* a avut un singur text de acest fel care a fost prezentat dintr-o singură perspectivă, fiind astfel dezechilibrat.



Din categoriile surselor de informație, cel mai des citați au fost experții și politicienii. Astfel, 28,9% din totalul de 90 de surse de informație citate în perioada de referință, au fost experți, iar 27,8% - politicieni. Nezașisimaia Moldova și Ziarul Național sunt publicațiile care au avut cele mai multe și mai diverse surse, iar Vesti Gagauzii și Timpul, dimpotrivă, au avut cele mai puține surse pentru materialele în context electoral. Principiul egalității de gen este neglijat de toate ziarele monitorizate, doar 11 din cele 90 de surse fiind femei, iar Moldova Suverană și Vesti Gagauzii au apelat după informații numai la bărbați.



50,5% din știrile publicate în această perioadă (fără materialele de educație electorală) au fost părtinitoare, adică poziția jurnalistului a putut fi ușor percepută de cititori. Anumite probleme la acest capitol se înregistrează în toate ziarele, însă cea mai gravă situație rămâne la Nezașisimaia Moldova, unde au fost părtinitoare 22 din cele 28 de articole relevante. Din acest punct de vedere, la Jurnal de Chișinău au fost înregistrată cel mai bun indicator: 9 din 10 texte au fost nepărtinitoare.

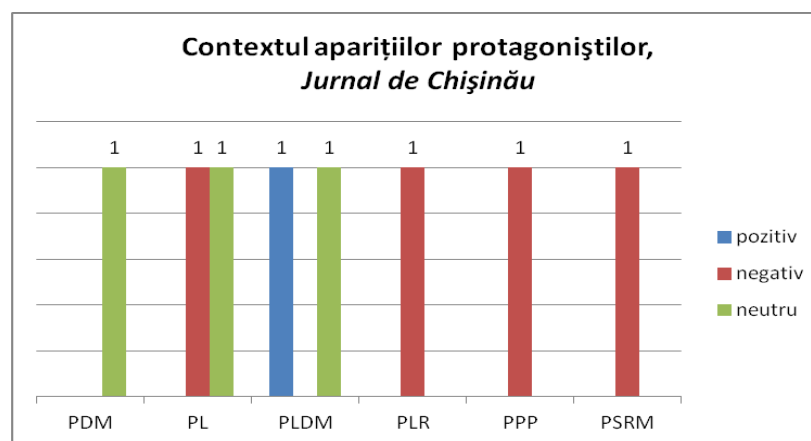


4.1.1 Jurnal de Chișinău

În cele două ediții ale ziarului Jurnal de Chișinău care au fost editate în perioada de raportare, au fost publicate 11 articole care au vizat direct sau indirect campania electorală, alegerile și actorii politici concurenți, inclusiv un material de educație electorală, 9 știri simple și un material despre o situație conflictuală în context electoral care a fost prezentate relativ echilibrat. Suprafața totală afectată materialelor electorale a fost de 5861 cm.p. Sursele de informație au fost experții (6 bărbați și o femeie), funcționarii de stat (6 bărbați) și cetățenii simpli (2 bărbați și o femeie). În general, subiectele jurnalistice au fost prezentate nepărtinitor, cu o singură excepție.

În total, 14 actori politici au fost vizați în articolele publicate de Jurnal de Chișinău, cel mai des amintiți fiind reprezentanții PLR, PLDM, PCRM, PDM și PSRM).

În perioada de raportare, Jurnal de Chișinău a vizat în articolele publicate 6 concurenți electorali: PLDM în context pozitiv și neutru, PL în context negativ și neutru, PDM doar neutru, iar PLR, PPP și PSRM – câte o apariție în context negativ.

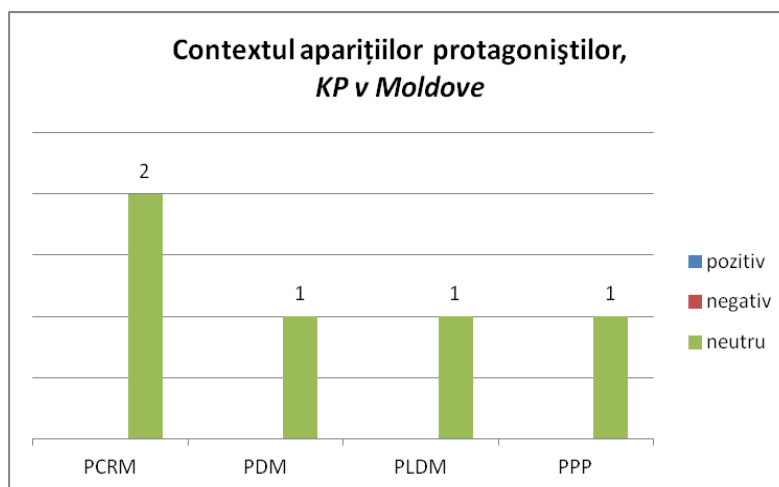


PLDM a fost singurul concurent electoral care a plasat publicitate electorală în Jurnal de Chișinău în această perioadă (machete și articole publicitare).

4.1.2 Komsomolskaia pravda v Moldove

În perioada de referință, Komsomolskaia pravda v Moldove a editat trei numere, în care au fost publicate 6 texte care cad sub incidența prezentei monitorizării cu o suprafață totală de 4548 cm.p. 4 materiale au fost știri simple, unul a abordat o situație de conflict (prezentate dezecilibrat), iar un material au fost de educație electorală. Surse de informație pentru articole au fost diferiți experții (3 bărbați și 2 femei) și un funcționar de stat. Articolele au fost, în general, nepărtinitor, cu o singură excepție.

Doar 4 concurenți electorali au apărut în paginile ziarului în perioada de raportare, iar contextul prezentării acestora a fost neutru de fiecare dată.

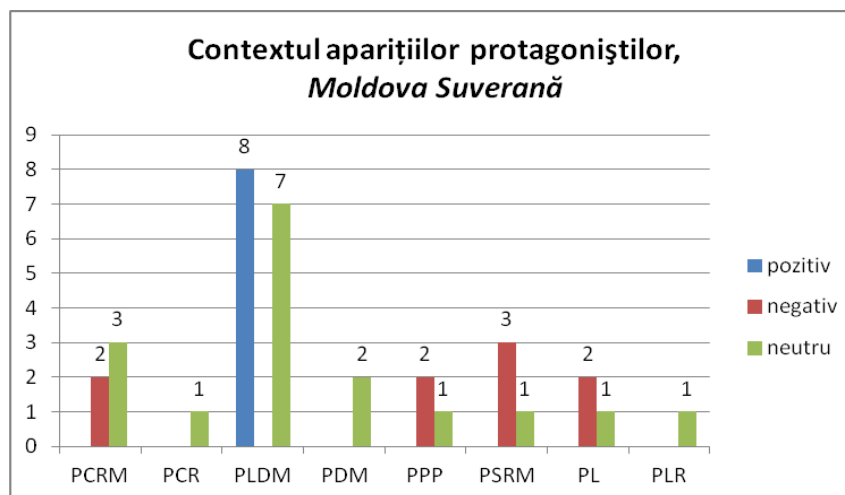


În perioada de raportare, în ziarul Komsomolskaia pravda v Moldova a fost publicată reclama electorală a următorilor concurenți electorali: MFN (Mișcarea “Forța Nouă”) și PSRM – articole publicitare, PLDM, PDM și PPP – machete și articole publicitare.

4.1.3 Moldova Suverană

În cele patru ediții ale ziarului Moldova Suverană din această săptămână au fost publicate 14 articole care au vizat, direct sau indirect, alegerile parlamentare, toate fiind știri simple. Suprafața totală a materialelor relevante a fost de 7836 cm.p. Sursele de informație pentru articole au fost mai des din rândul politicianilor și a experților (doar bărbați). Materialele din acest ziar sunt mai mult sau mai puțin părtinitoare, adică opinia autorului este foarte clar nuanțată, doar în 4 din cele 14 texte autorii au fost nepărtinitori.

Moldova Suverană favorizează masiv concurentul electoral PLDM, unicul din cei 8 concurenți vizați care a fost prezentat frecvent doar în context pozitiv sau neutru. În schimb, PSRM, PPP și PCRM au apărut în acest ziar mai curând în context negativ (uneori și neutru).



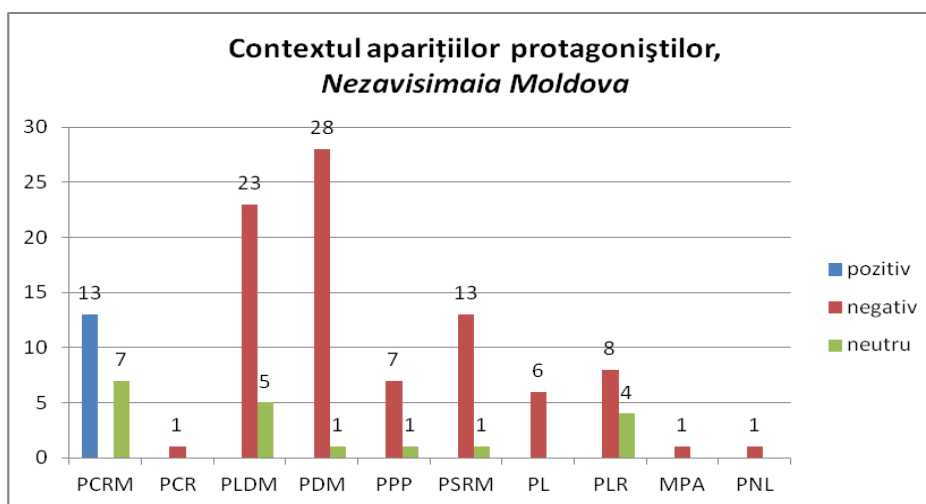
Publicitate electorală în perioada de referință în Moldova Suverană nu a apărut.

4.1.4 Nezașivisimaia Moldova

Ziarul Nezașivisimaia Moldova a avut o apariție în perioada 1-8 noiembrie 2014 și a publicat 28 de articole relevante prezentei monitorizării, 23 fiind știri simple, iar celelalte 5 referindu-se la un

subiect conflictual. 3 din cele 5 articole conflictuale au reflectat o singură părere, adică au fost dezechilibrate. Suprafață totală a materialelor care au vizat direct sau indirect campania electorală a fost de 12962 cm.p., iar principalele surse de informație au fost politicienii (8 bărbați și o femeie), unii experți și cetățeni, toți de genul masculin.

Politica editorială a ziarului *Nezavisimaia Moldova* a rămas neschimbată: concurenții electorali PDM și PLDM sunt defavorizați masiv și prezentați aproape de fiecare dată în context negativ; la fel, sunt prezentați negativ, dar cu o intensitate mai mică, PSRM, PPP, PLR, PL. În schimb, PCRM este favorizat masiv prin numărul de apariții în context pozitiv și suprafața de care a beneficiat acest concurent electoral pentru intervenții directe (citate).

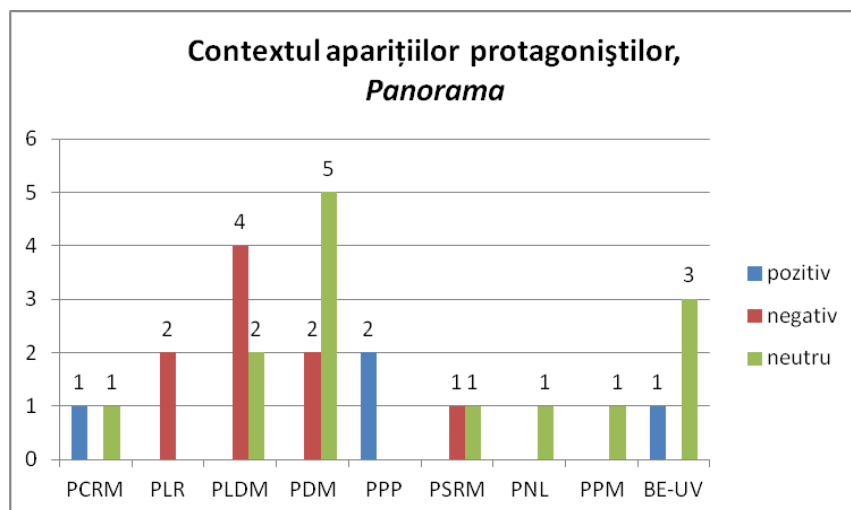


În perioada de referință, în *Nezavisimaia Moldova* nu a apărut publicitate electorală marcată corespunzător.

4.1.5 Panorama

Ziarul *Panorama* a editat un număr în perioada de raportare, în care a publicat 18 articole relevante prezentei monitorizării, 17 fiind știri simple, iar una cu subiect conflictual care a fost prezentat relativ echilibrat. Cele mai multe texte au fost nepărtinitoare, totuși în 5 cazuri articolul a inclus și opinia autorului, astfel aceste articole au fost părtinitoare. Suprafață totală a materialelor care au vizat direct sau indirect campania electorală a fost de 3156 cm.p. Sursele de informație pentru articole au fost mai ales funcționarii de stat (4 bărbați și o femeie), politicienii (4 bărbați), mai rar experții.

Partidele din coaliția de guvernare, în special PLDM, mai rar PDM și PLR, sunt ținta criticilor în articolele publicate în *Panorama*, PLDM este a fost prezentat de cele mai dese ori în context negativ, la fel ca și PLR, iar PDM a apărut mai mult în context neutru, uneori și negativ. PPP este concurentul electoral simpatizat de *Panorama* și apare doar în context pozitiv, la fel ca și BE-UV (neutru, pozitiv), PCRM (mai rar, dar pozitiv sau neutru).

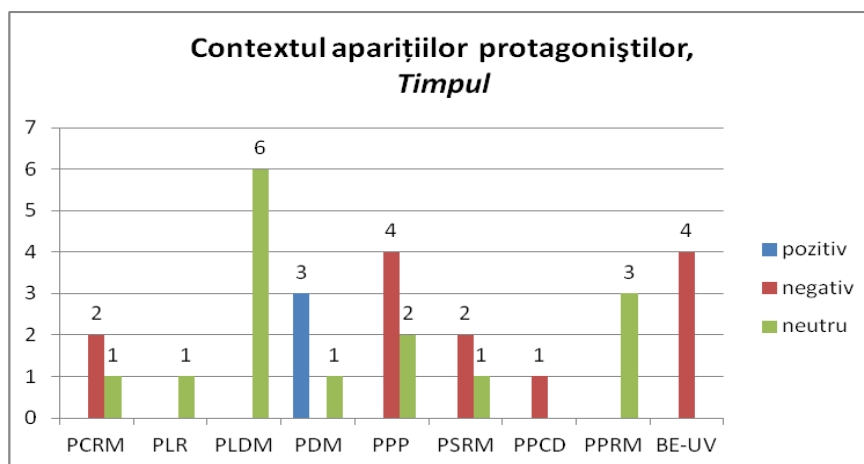


De spațiu publicitar în Panorama au beneficiat în special PPP și PSRM (articole publicitare), dar și PDM (machete și articole publicitare), PLDM (machete publicitare).

4.1.6 Timpul

În ediția ziarului Timpul din săptămâna de raportare au fost publicate 8 articole care au vizat direct sau indirect campania electorală cu suprafață totală de 4757 cm.p., toate articolele au fost știri simple. Jumătate din textele publicate au prezentat informația nepărtinitor, celelalte au fost părtinitoare.

În textele publicate în Timpul s-a relatat despre nouă dintre concurenții electorali, în context diferit. Astfel, PDM este unicul concurent electoral care a fost prezentat de câteva ori în context pozitiv și a beneficiat, spre deosebire de alți actori politici, de spațiu pentru intervenții directe (citate). PLDM, PPRM și PLR au apărut în Timpul doar în context neutru, pe când BE-UV – doar negativ, iar PPP – preponderent negativ.



În perioada de raportare, în Timpul au plasat machete de publicitate electorală concurenții electorali PDM și PL.

4.1.7 Vesti Gagauzii

Publicația Adunării Populare a UTA Gagauz Yeri Vesti Gagauzii a editat un număr în această perioadă, în care au fost inserate 5 articole despre campania electorală, cu suprafață totală de 2508 cm.p. Un articol a fost din categoria materialelor de educație electorală, iar celelalte 4 – știri simple

care au fost prezentate, cu o excepție, nepărtinitor. În calitate de surse de informație a articolelor au fost citați doar funcționarii de stat.

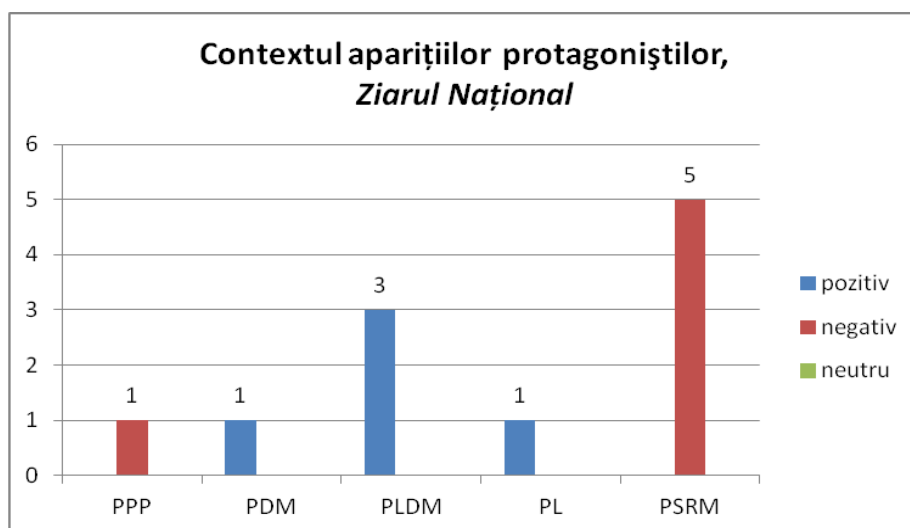
Ziarul Vesti Gagauzii s-a referit la șase dintre concurenții electorali, pe care i-a prezentat în context neutru.

În perioada de raportare, de publicitate electorală în Vesti Gagauzii a beneficiat PPP (o pagină).

4.1.8 Ziarul Național

În perioada 1-8 noiembrie 2014, Ziarul Național a difuzat o ediție, în care a publicat 10 articole care au vizat direct sau indirect campania electorală, cu suprafața totală de 7440 cm.p. În calitate de surse de informație pentru articole au fost în special experții, uneori politicienii, funcționarii de stat, cetățenii. 8 din cele 10 texte au fost din categoria știrilor simple, iar altele 2 – știri conflictuale care au fost prezentate echilibrat. Caracterul nepărtinitor al relatării subiectului a fost asigurat în jumătate din materialele jurnalistice, celelalte au fost articole de opinie sau părerea autorului vizavi de tema abordată a putut fi remarcată de cititori.

În perioada de raportare, Ziarul Național s-a referit la un număr limitat de concurenți electorali, doar 5. PSRM a fost defavorizat prin prezentarea de fiecare dată doar în context negativ, în același context a apărut o dată și PPP. În schimb, este favorizat PLDM care apare în ziar doar în context pozitiv, tot în context pozitiv au apărut câte o dată PL și PDM.



În perioada de raportare, de publicitate în Ziarul Național a beneficiat PLDM (articol publicitar).

Concluzii:

- Cele 8 ziare monitorizate au publicat în săptămâna de referință 100 de articole care au vizat direct sau indirect campania electorală, suprafața totală afectată acestei teme depășind 49 mii centimetri pătrați. Cele mai multe materiale relevante au apărut în *Nezavisimaia Moldova* (28), cele mai puține în *Vesti Gagauzii* (5), *KP v Moldova* (6) și *Timpul* (8);
- Articolele care au vizat o situație de conflict în context electoral nu au fost puține la număr – doar 10, jumătate din ele fiind publicate în *Nezavisimaia Moldova*. Echilibrul prezentării părților în articolele de conflict a fost asigurat în *Ziarul Național*, *Jurnal de Chișinău* și *Panorama*, pe când în *Nezavisimaia Moldova* au fost echilibrate doar două din cele cinci articole, celelalte prezentând o singură perspectivă asupra situației/conflictului;
- Doar jumătate din textele publicate au oferit un tablou informațional nepărtinitor, cealaltă jumătate din articole fiind părtinitoare și nuanțând opinia autorului, în unele cazuri textele redacționale fiind la limita agitației electorale. Cel mai nesatisfăcător raport dintre numărul

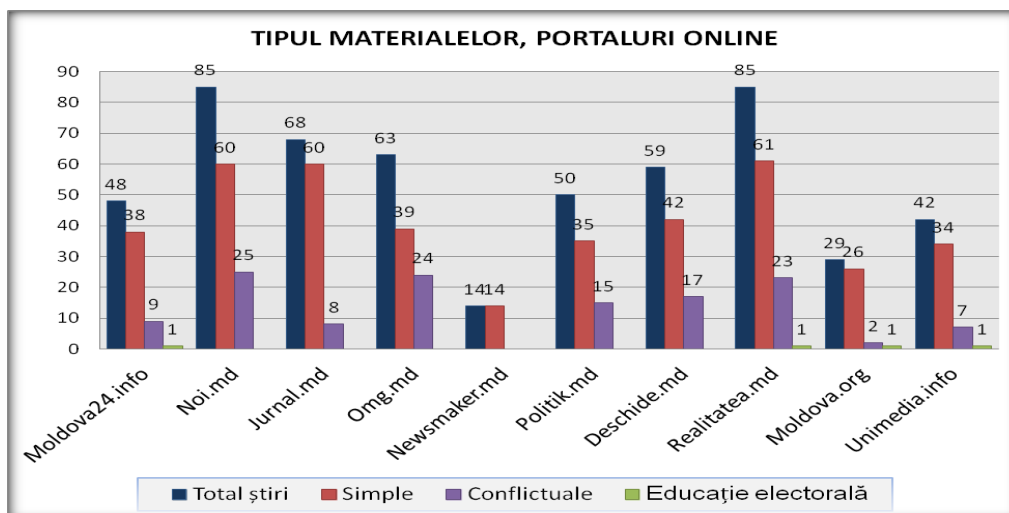
de articole pârntoare și cele nepârntoare a fost înregistrat în ziarele *Nezavisimaia Moldova* (1:3,7) și *Moldova Suverană* (1:2,5);

- Ziarele, la fel ca și portalurile online, practic nu se ocupă de educația electorală a cetățenilor;
- În majoritatea cazurilor, sursele de informație ale ziarelor au fost experții (26) și politicienii (25), urmați de funcționari (19) și cetățeni (10). Principiul echilibrului de gen a fost neglijat de ziarele monitorizate, sursele fiind bărbați în proporție de 87,8%. *Moldova Suverană* și *Vesti Gagauzii* nu au utilizat nicio sursă de gen feminin în articolele despre campania electorală, iar celelalte ziare au avut câte 1-3 surse feminine în total;
- *Moldova Suverană* a favorizat PLDM pe care l-a prezentat deseori în context pozitiv și neutru. În context negativ, uneori și neutru, ziarul a prezentat PSRM, la fel și PCRM;
- *Nezavisimaia Moldova* favorizează masiv PCRM care este unicul concurent electoral laudat și prezentat în context pozitiv. Alți cinci concurenți electorali: PDM, PLDM, PSRM, PLR și PPP sunt ținta criticilor vehemente ale acestei publicații;
- *Timpul* a favorizat PDM care a apărut de câteva ori în context pozitiv în paginile ziarului, alți câțiva concurenți electorali (PPP, BE-UV, mai rar PCRM și PSRM) fiind prezentați în câteva rânduri în context negativ;
- *Panorama* a favorizat PPP, pe care îl prezintă doar în context pozitiv, și a defavorizat mai des PLDM, PLR și PDM;
- *Ziarul Național* favorizează PLDM, acest concurent electoral fiind prezentat doar în context pozitiv. PSRM dimpotrivă este defavorizat prin prezentarea exclusivă în context negativ;
- *Jurnal de Chișinău*, *Komsomolskaia pravda v Moldove* și *Vesti Gagauzii* au prezentat toți concurenții electorali despre care au scris preponderent în context neutru, fără a-i favoriza sau defavoriza.

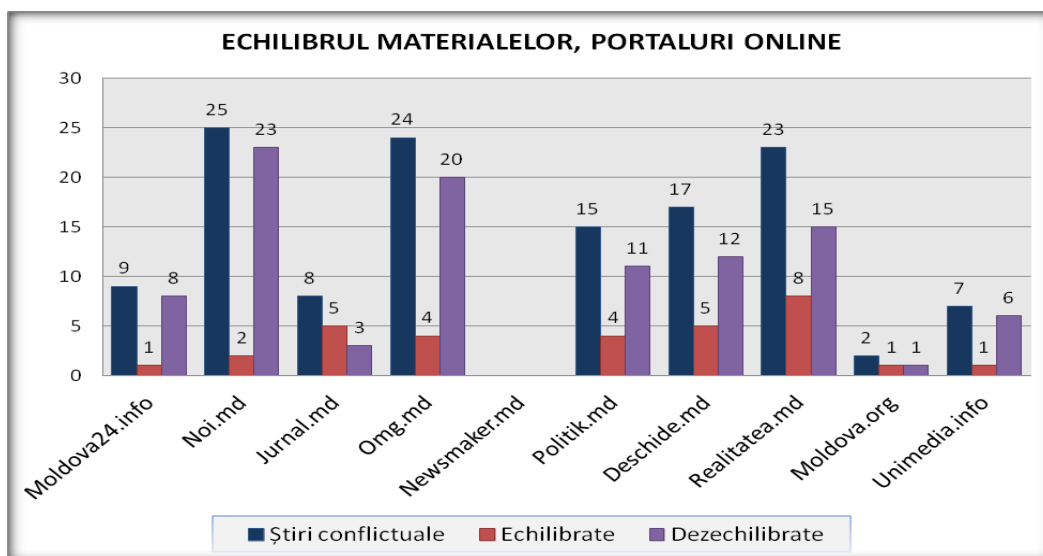
V. Rezultatele monitorizării portalurilor online

5.1 Date generale portaluri online

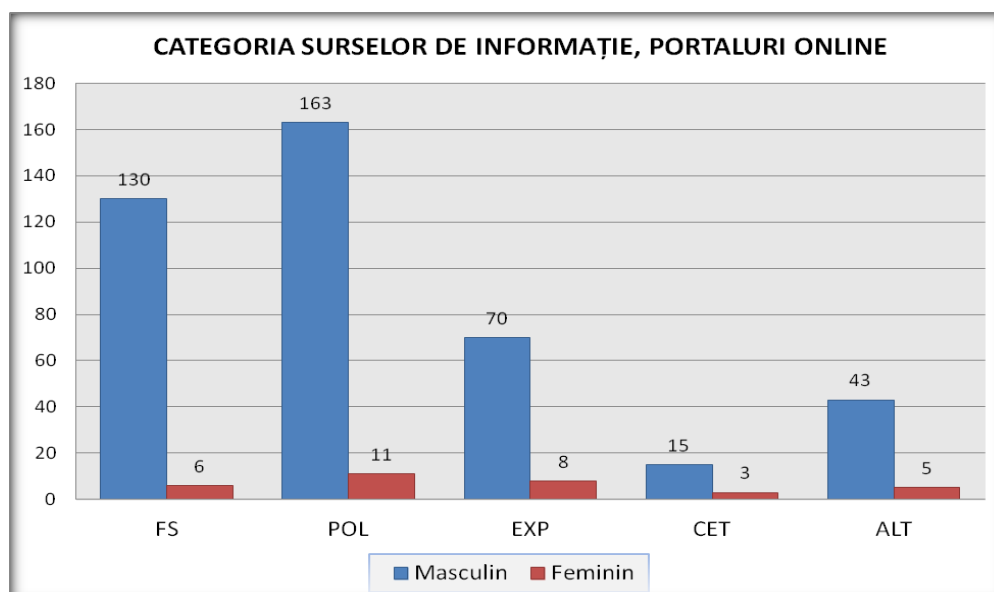
În perioada 1-8 noiembrie 2014, cele 10 portaluri online monitorizate au publicat 543 de materiale cu caracter electoral direct sau indirect, cu un spațiu total de 1,033,162 de caractere. Cele mai multe articole relevante au apărut pe Noi.md, Realitatea.md, Jurnal.md și Omg.md, cele mai puține – pe Newsmaker.md și Moldova.org. 409 materiale au fost din categoria știrilor simple, 130 au tratat subiecte controversate și doar 4 materiale au fost de educație electorală a cetățenilor cu drept de vot (acestea au fost plasate pe Unimedia.info, Moldova.org, Realitatea.md și Moldova24.info).



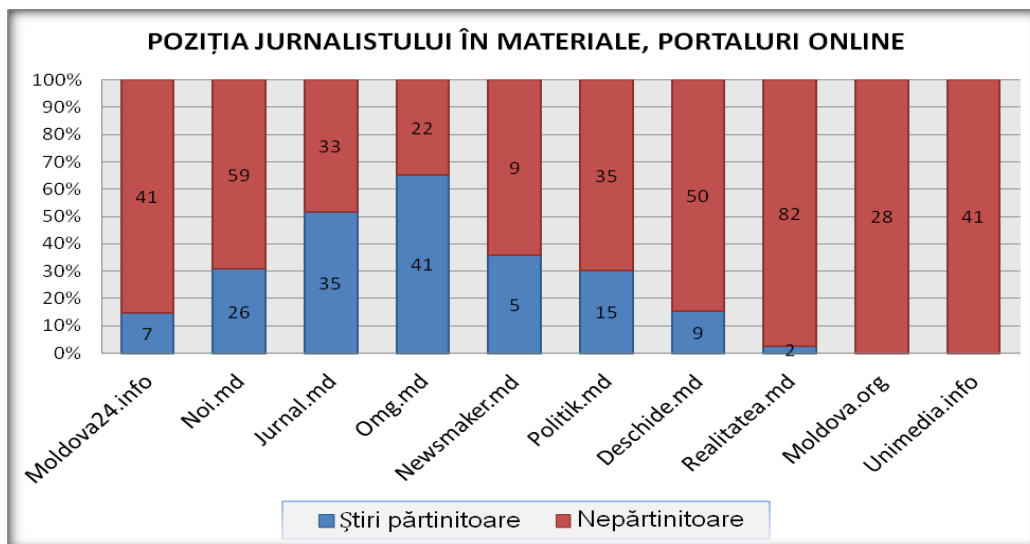
Doar 23,8% din știrile conflictuale au fost prezentate profesionist prin citarea tuturor părților în conflict, acest indicator fiind în descreștere față de perioada precedentă de monitorizare, când au fost echilibrate peste 35% din materiale conflictuale publicate în presa online. Newsmaker.md nu a publicat articole cu subiecte controversate în această perioadă. Cea mai mare discrepanță dintre numărul știrilor conflictuale prezentate relativ echilibrat și numărul știrilor conflictuale în care a fost prezentată doar poziția unei singure părți, a fost înregistrată la portalul Noi.md (din 25 de subiecte controversate au fost prezentate echilibrat numai 2), unui material echilibrat i-au revenit alte 8 texte dezechilibrate pe Moldova24.info, 6 – pe Unimedia.info, 5 – pe Omg.md, au probleme mari la acest capitol și portalurile Politik.md, Deschide.md, Realitatea.md.



În majoritatea absolută a cazurilor, sursele de informație ale portalurilor online au fost politicienii de genul masculin. Astfel, din totalul de 454 de surse citate, 174 au fost politicieni (163 de bărbați și 11 femei). În topul preferințelor, urmează sursele din rândul funcționarilor, care au fost citați de 136 de ori și în numai 6 cazuri a fost vorba de femei, și experții (70 bărbați și 8 femei), iar cetățenii au fost citați de numai 18 ori în materialele electorale publicate de portalurile monitorizate. În total, ponderea femeilor ca surse de informație a continuat să fie nesemnificativă – 7,3% din totalul surselor.



Unimedia.info și Moldova.org au prezentat toate știrile electorale nepărtinitor, adică poziția jurnalistului nu a fost nuanțată direct sau indirect în textul publicat, o pondere mică a cazurilor de prezentare părtinitoare a fost înregistrată la Realitatea.md, relativ mică – la Moldova24.info și Deschide.md. Situația este diferită în cazul portalului Omg.md, care a fost părtinor de cele mai multe ori (în 41 din cele 63 de articole relevante, adică în 65% din total), iar în cazul Jurnal.md au fost părtinitoare mai mult de jumătate din articole (35 din 68, sau 51,5% din totalul textelor).



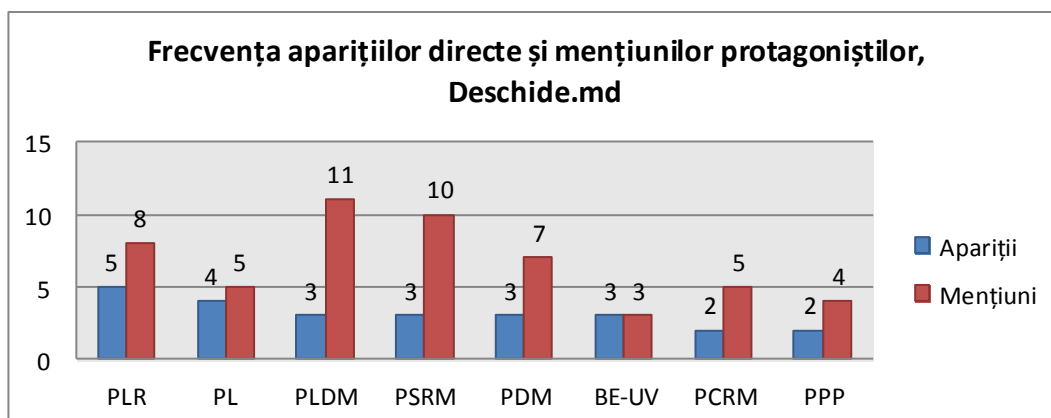
5.1.1 Deschide.md

Portalul de știri Deschide.md a publicat în perioada de raportare 59 de materiale relevante prezentei monitorizării, cu un spațiu total de 94 760 caractere. 42 dintre ele au fost materiale simple, iar 17 au tratat subiecte controversate. 12 (70%) din cele 17 materiale conflictuale au fost dezechilibrate, citând o singură parte în conflict, fără a oferi dreptul la replică părții acuzate. Majoritatea materialelor au fost corecte, însă au fost înregistrate și cazuri (9 sau 16%) în care a putut fi remarcată poziția părtinitoare a autorului, în special fiind vorba de titluri tendențioase. Subiectele care s-au aflat în vizorul Deschide.md în perioada de referință au vizat activitatea CEC, acțiunile diferiților candidați, dar și diverse acuzații lansate de unii concurenți electorali la adresa altora. Portalul a urmărit îndeaproape protestele de la Primăria Chișinău organizate de mai mulți refugiați ai războiului de pe Nistru.

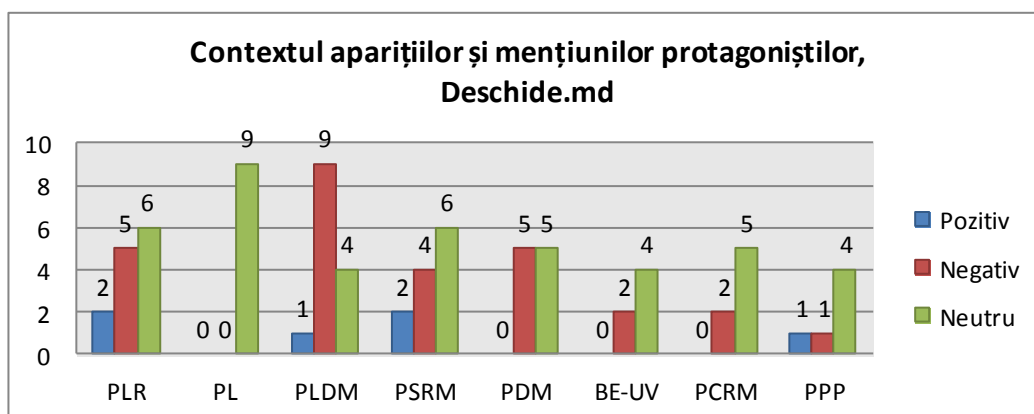
La documentarea materialelor, de cele mai dese ori autorii au recurs la politicieni – 23 de ori (toți bărbați), funcționarii de stat – 3 ori (toți bărbați). La cetățeni simpli și la surse din alte categorii s-a apelat câte într-un singur caz în știrile relevante.

Ca și în perioadele precedente de monitorizare, cel mai mare spațiu alocat protagoniștilor a revenit partidelor parlamentare din opoziție și celor din arcul guvernamental. Astfel, pe primele cinci poziții în Top 10 al spațiului alocat concurenților electorali se numără reprezentanții PL, cu un spațiu total de 5250 de caractere, urmați de reprezentanții PLR – 3716 caractere, PDM – 2903 caractere și PCRМ – 1484 caractere. PPP-ului i-a fost alocat un spațiu de 1280 de caractere.

Din punctul de vedere al frecvenței aparițiilor directe printre primii în top se numără PLR și PL, urmați de PLDM, PSRM, PDM și BE-UV. Situația e diferită în cazul numărului mențiunilor protagoniștilor, pe primul loc în top situându-se PLDM, urmat de PSRM, PLR, PDM, PL și PCRМ.



Marea majoritate a actorilor electorali mediatizați au apărut mai mult în context neutru și negativ. Concurenții electorali PLR și PSRM au apărut în context pozitiv de câte 2 ori, iar PLDM și PPP – câte o dată. Totodată, PLDM a fost menționat preponderent în context negativ – 11 ori, iar ceilalți concurenți citați sau menționați au apărut în diferite contexte – PLR și PDM într-un număr aproximativ egal de contexte negative și neutre, PL - doar neutru, PSRM mai mult neutru decât negativ, iar BE-UV, PCRM și PP mai mult neutru.



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 și ai administrației publice locale (APL), în special în contextul protestelor refugiaților războiului de pe Nistru de la Primăria Chișinău. Spațiul total alocat în perioada de referință reprezentanților Guvernului a fost de 603 caractere, aceștia fiind citați direct o dată și de 3 ori menționați, mai mult în context neutru, iar ai APL au apărut pe un spațiu de 2707 caractere, fiind citați de 4 ori și menționați de 3 ori, preponderent în context negativ și neutru.

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

5.1.2 Jurnal.md

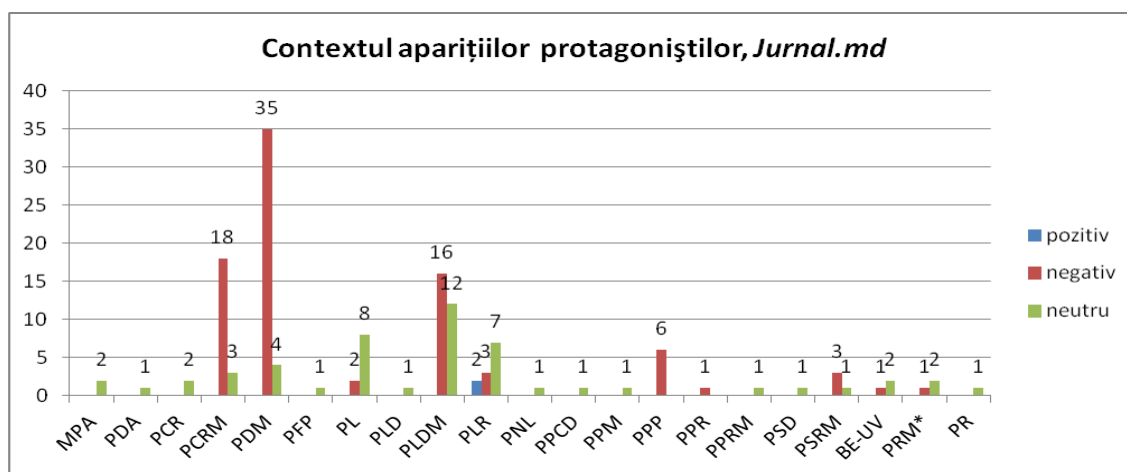
Portalul de știri Jurnal.md a publicat în săptămâna de raportare 68 de materiale cu caracter electoral direct sau indirect, cu o suprafață totală de 197 910 de caractere. 60 dintre ele au fost materiale simple, iar altele 8 au tratat subiecte controversate, în cadrul cărora au fost lansate diverse acuzații în adresa unor actori politici. În 62,5% din știrile controversate (5 din 8) cititorilor le-au fost prezentate opiniile tuturor părților implicate în conflicte, aceste materiale fiind mai mult sau mai puțin echilibrate, celelalte 3 materiale au fost prezentate dintr-o singură perspectivă.

Caracterul nepărtinitor al prezentării subiectului a fost asigurat în doar aproximativ jumătate din materiale publicate pe site (33 din 68, adică în 48,5% din total), în celelalte cazuri textele au fost părtinitoare.

Sursele de informație ale Jurnal.md au fost, cel mai des, funcționarii de diferit nivel (20 bărbați și o femeie), urmați de cetățeni și experți care de asemenea au fost aproape de fiecare dată de gen masculin.

După numărul de apariții directe și mențiuni, concurentul electoral cel mai des vizat în această perioadă a fost PDM (39 de ori), urmat de PLDM (28), PCR (21) și PLR (12). Cele mai mari suprafețe pentru aparițiile în direct au fost afectate PLR (615 semne) și MPA (602 semne).

Portalul Jurnal.md defavorizează masiv PDM, acest concurent electoral fiind prezentat aproape de fiecare dată în context negativ (de 35 de ori, de alte 4 ori PDM a apărut în context neutru). În 2/3 din cazuri a apărut în context negativ și PCR (de 18 ori negativ și de 3 ori neutru), PLDM apare mai des în context negativ (de 16 ori) decât în context neutru (de 12 ori). Doar în context negativ a fost menționat PPP (6 apariții). Unicul concurent electoral care a fost prezentat în context pozitiv de Jurnal.md în această perioadă a fost PLR (în 2 cazuri).



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

5.1.3 Moldova24.info

Portalul informațional Moldova24.info a difuzat în perioada 1-8 noiembrie 48 de materiale proprii sau preluate din alte surse, cu o suprafață totală de 121 075 de caractere. Marea majoritate a acestora au informat despre declarațiile lui Renato Usatîi, cap de listă electorală a Partidului Politic Patria, dar și protestele de la Primărie etc. Pe lângă materialele scrise, portalul a inserat deseori materiale video. 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 intitulată *Bloguri*, în care apar materiale defavorabile unor concurenți, de regulă PLDM.

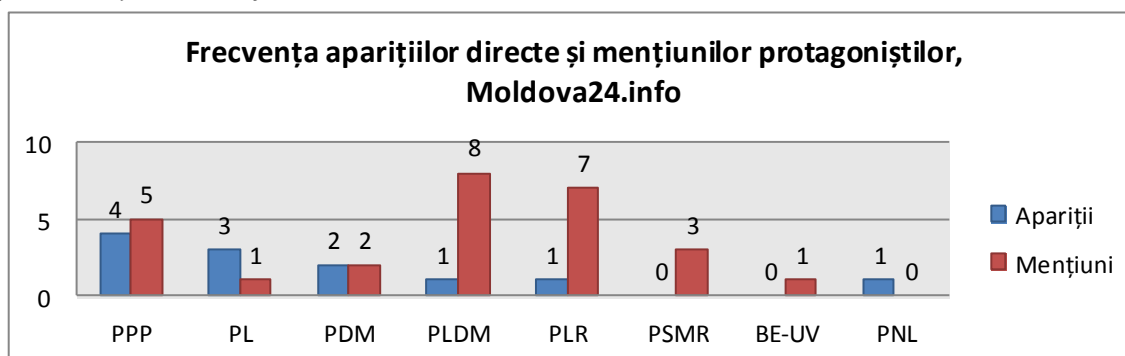
Nouă din numărul total de materiale cu caracter electoral direct și indirect au fost controversate și marea majoritate a acestora au fost dezechilibrate din punctul de vedere al prezenței surselor. Astfel, doar o știre (11%) a prezentat ambele părți din conflict, iar celelalte materiale – 89% - au lansat doar acuzații, fără a oferi celor vizați dreptul la replică. Și din punctul de vedere al imparțialității au fost constatate probleme în 7 știri (7%) din totalul de 48. Acestea au fost părtinitoare, fiind evidentă poziția jurnalistului față de protagoniști.

De cele mai dese ori reporterii de la Moldova24.info au recurs la politicieni în calitate de surse – 14 în total, toți bărbați. La funcționarii de stat s-a apelat de 6 ori (toți bărbați), iar la surse din alte

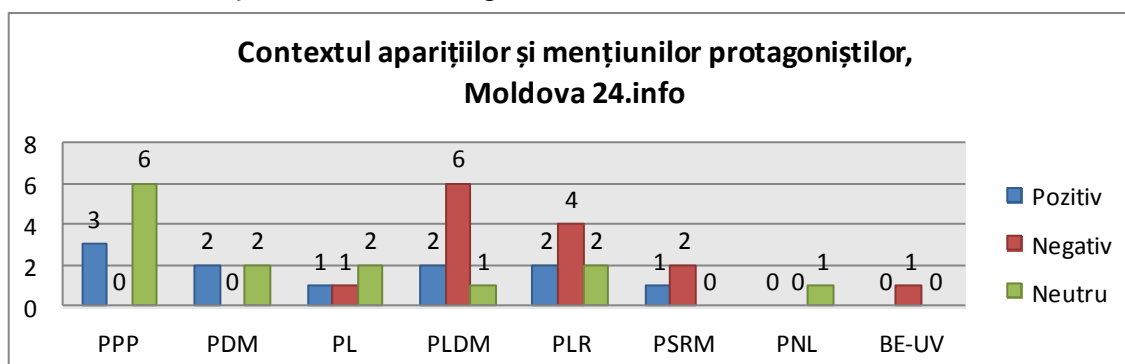
categorii – de 6 ori (5 bărbați și o femeie). Experții și cetățenii simpli nu se regăsesc pe lista surselor utilizate de Moldova24.info în materialele relevante prezentei monitorizări.

Cel mai mare spațiu alocat protagoniștilor a revenit PPP, care a apărut în materiale cu un spațiu total de 5353 caractere. Acest concurent electoral e urmat de PNL cu 4900 caractere, PL, 3538, și PDM cu 2407 caractere. PLDM și PLR au beneficiat de 575 și, respectiv, 676 caractere, în timp ce alți protagoniști au fost doar menționați, fără a avea apariții directe.

Ca și frecvență a apariției și mențiunilor, pe primul loc se situează concurentul electoral PPP, urmat de reprezentanții PLDM și PLR, PL, PDM.



Contextul apariției concurenților electorali a fost preponderent neutru și pozitiv pentru PPP - 6 și, respectiv 3 ori, la fel ca și PDM (2 ori în context pozitiv și 2 ori în context neutru). PL a apărut mai mult neutru, iar PLDM și PLR mai mult negativ.



De notat că reprezentanții Guvernului au fost menționați și citați direct de câte 4 ori, spațiul total alocat acestora fiind de 6651 caractere. Guvernul a apărut mai mult pozitiv și neutru. Reprezentanții APL au fost prezenți în știrile relevante cu 3 apariții, acestora fiindu-le oferit spațiu de 2088 semne. Contextul aparițiilor și mențiunilor a fost și neutru, și negativ.

În perioada de referință Moldova24.info nu a publicat publicitate electorală.

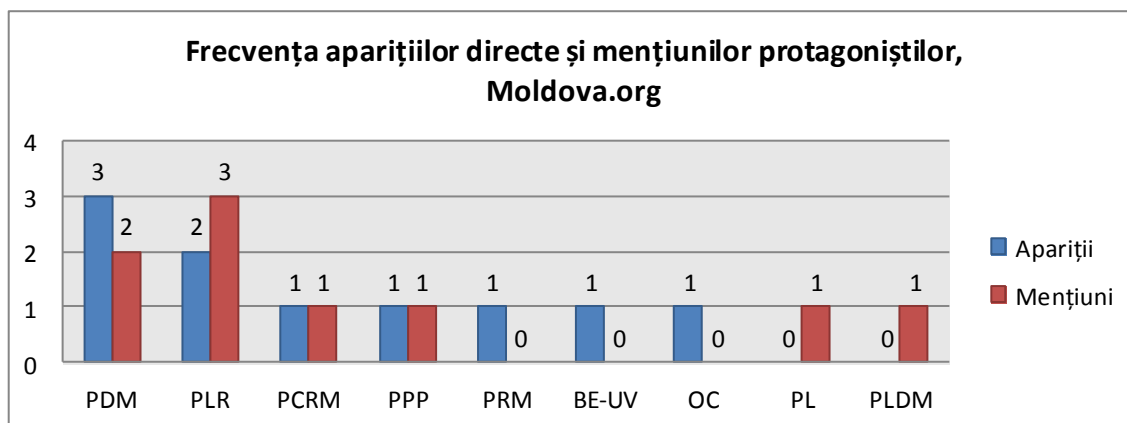
5.1.4 Moldova.org

În perioada de raport, portalul de știri Moldova.org a publicat în total 29 de materiale relevante prezentei monitorizări, cu o suprafață totală de 39 678 de caractere. Dintre acestea marea majoritate au fost materiale simple – 26, iar 2 au tratat subiecte de conflict. Un material a fost de educație electorală. Materialele au abordat mai mult subiecte cu caracter electoral direct (înregistrarea candidaților, declarații ale reprezentanților diferitelor partide), dar și cu caracter electoral indirect, în care a fost vorba de activități cu implicarea premierului Leancă și ministrului Economiei Cădu. O știre din cele două cu caracter controversat a omis să prezinte părerea ambelor părți din conflict, fiind catalogată ca dezechilibrată. Poziția jurnalistului în toate știrile relevante a fost corectă și nepartinitoare.

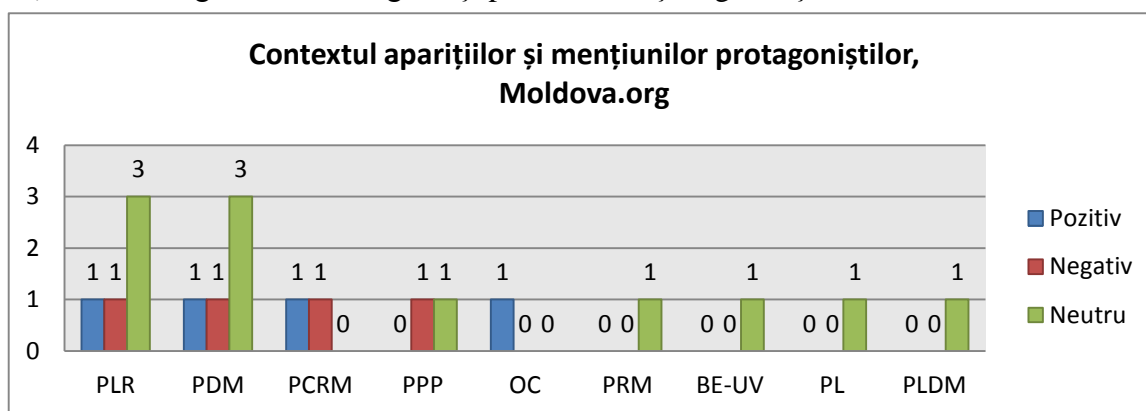
De cele mai multe ori, reporterii de la Moldova.org au citat ca surse politicieni – 9 persoane, dintre care 8 bărbați, și funcționarii de stat - 6 (toți bărbați). Totodată, în materiale au fost incluse și păreri a 8 experți (dintre care 7 de sex masculin) și o sursă din alte categorii.

Cel mai mare spațiu în care protagoniștii au fost citați direct a revenit concurentului electoral Oleg Cernei (2812 caractere), reprezentanților PDM – 2153 caractere, ai PCRM - 1583 caractere și PLR – 1086 caractere. BE-UV și PRM au beneficiat de mai puțin spațiu - câte 554 și, respectiv, 554 caractere.

Frecvența aparițiilor și mențiunilor actorilor politici a fost relativ egală pentru reprezentanții PDM – 3 apariții și 2 mențiuni, PLR – 2 apariții și 3 mențiuni. Reprezentanții PCRM și ai PPP au fost citați o dată și menționați câte o dată fiecare. PRM, BE-UV și candidatul independent Oleg Cernei au fost citați câte o dată fiecare, iar PL și PLDM – doar menționați.



Contextul apariției protagoniștilor a fost diferit, fără a ieși în evidență vreo tendință de favorizare a vreunui concurent electoral. Astfel, PLR și PDM au apărut mai mult neutru, dar și pozitiv, și negativ, PCRM în egală măsură negativ și pozitiv, PPP și negativ, și neutru.



De notat că portalul a alocat spațiu reprezentanților Guvernului, care au 5 avut apariții directe și au fost menționați de 8 ori, spațiul total alocat constituind 2060 caractere. Contextul apariției acestora a fost de 6 ori pozitiv și 7 ori neutru. Premierul Leancă a fost citat de 2 ori și menționat de 3 ori, dintre care în 4 rânduri în context pozitiv și o dată neutru.

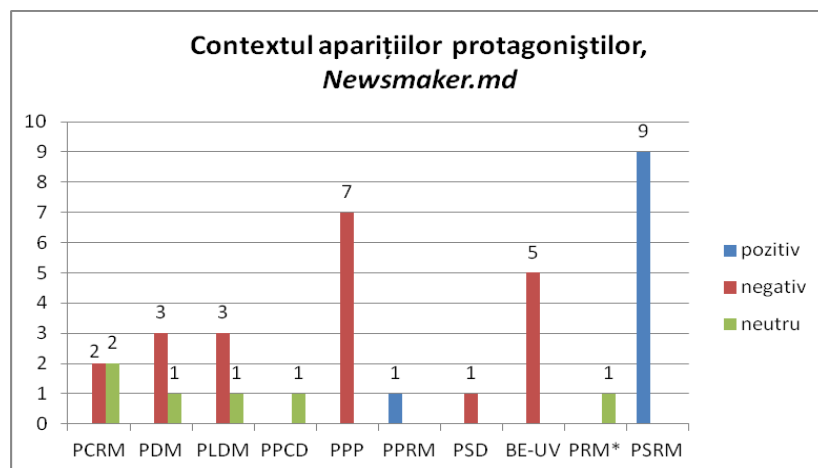
Moldova.org a difuzat în perioada de raport publicitatea electorală a PLR, banner simplu, pe parcursul a 4 zile.

5.1.5 Newsmaker.md

Portalul de știri Newsmaker.md a publicat în perioada de raportare 14 materiale cu caracter electoral direct sau indirect, cu un spațiu total de 55 903 de caractere, toate textele fiind din

categoria știrilor simple. Surse de informație pentru Newsmaker.md au fost funcționarii de stat și politicienii, mai rar experții. Cu o singură excepție, toate sursele au fost bărbați. 64,3% din articolele publicate (9 din 14) au fost prezentate nepărtinitor, în alte 5 cazuri a putut fi sesizată poziția/opinia autorului.

În perioada de raportare, articolele de pe Newsmaker.md au vizat 10 concurenți electorali, cel mai vizibil fiind PSRM, care a fost favorizat (9 apariții, toate în context pozitiv), urmat de PPP și BE-UV cu 7 și, corespunzător, 5 apariții, toate în context negativ și defavorizant. Concurenții electorali PDM, PLDM și PCRМ au fost prezentați în context negativ și neutru, PCRМ fiindu-i oferită o suprafață mare pentru intervenții directe (783 semne).



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

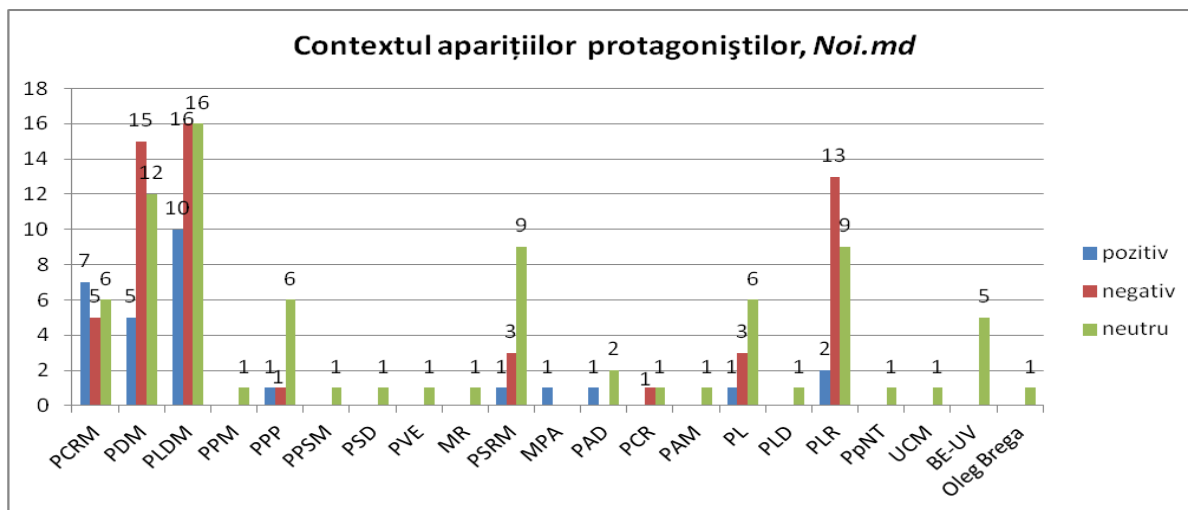
5.1.6 Noi.md

Portalul de știri Noi.md a publicat în perioada de raportare 85 de materiale cu caracter electoral direct sau indirect, cu un spațiu total de 163 686 de caractere. 60 articole au avut subiecte obișnuite, iar celelalte 25 au tratat teme controversate sau au mediatizat acuzații în adresa unor actori politici. Majoritatea absolută a articolelor care au reflectat o situație de conflict (23 din 25, adică 92% din total) au neglijat condițiile de prezentare echilibrată a pozițiilor tuturor părților, fiind astfel dezechilibrate. Caracterul nepărtinitor al prezentării subiectului a fost asigurat în 69,4% din materiale (59 din cele 85 de materiale jurnalistice relevante).

În majoritatea cazurilor, Noi.md a apelat la surse din comunitatea de experți, la politicieni sau la experți, ponderea femeilor-surse de informație fiind foarte mică (experți – 33 bărbați și 3 femei, politicieni – 33 bărbați, funcționari – 23 bărbați și 4 femei).

În textele publicate de Noi.md în perioada de raportare au fost vizate 23 de concurenți electorali, în topul celor mai mediatizați fiind PLDM, PDM, PLR, PCRМ și PSRM. Concurentului electoral PCRМ i s-a oferit cel mai mare spațiu pentru intervenții directe (10388 semne), de trei ori mai mult față de următorul clasat la acest capitol – PSRM (3329 semne pentru intervenții directe).

Actorii politici și electorali au fost prezentați în context diferit de Noi.md, partidele de la guvernare fiind prezentate mai mult în context negativ, dar și pozitiv sau neutru, PCRМ a apărut mai mult în context pozitiv sau neutru, iar PPP, PSRM și BE-UV – preponderent neutru.



În perioada de raportare, pe portalul Noi.md au fost plasate bannere de tip popup ale concurenților electorali: PDM, PLR, PPP.

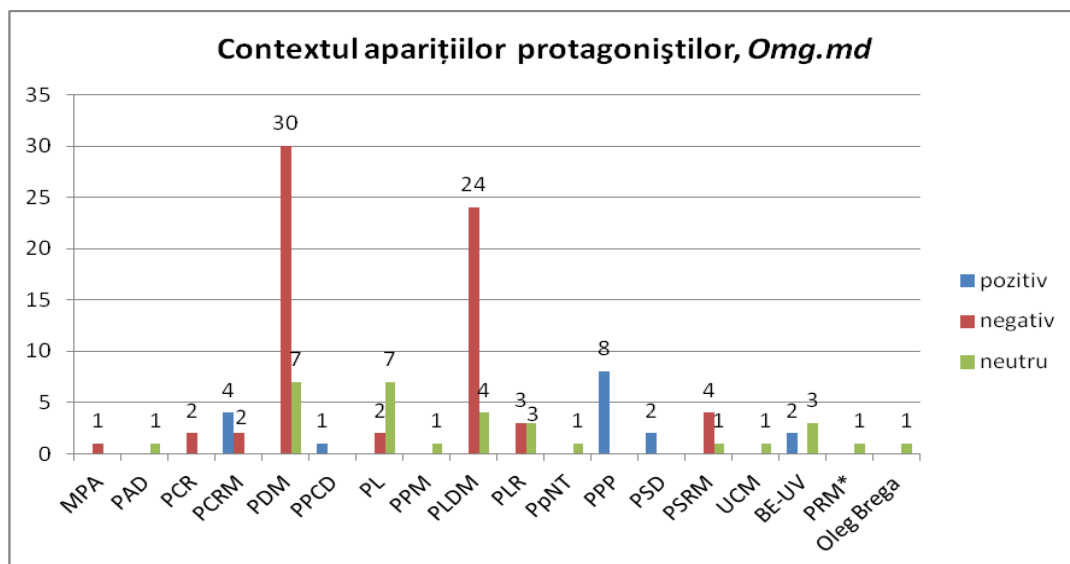
5.1.7 Omg.md

Portalul de știri Omg.md a publicat în perioada de raportare 63 de materiale cu caracter electoral direct sau indirect, cu un spațiu total de 90 246 de caractere. 39 de materiale au avut subiecte obișnuite, iar celelalte 24 au tratat teme controversate sau au mediatizat acuzații în adresa unor actori politici. 83,3% din materialele care au reflectat o situație de conflict (20 din 24) 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 doar 34,9% din materiale (22 din cele 63 de materiale jurnalistice relevante), în celelalte materiale 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. Toate sursele au fost citate în această perioadă sunt bărbați.

În textele publicate de Omg.md în perioada de raportare au fost vizați 18 concurenți electorali, în topul celor mai mediatizate formațiuni fiind PDM (37 de apariții), PLDM (28), urmate, la distanță, de PPP (8 apariții). De notat, că suprafață intervențiilor directe oferită concurentului electoral PPP a fost de 9236 semne, de cel puțin nouă ori mai mult față de alți actori electorali.

Omg.md defavorizează masiv PDM și PLDM, care sunt prezentați aproape de fiecare dată în context negativ (PDM: 30 de apariții în context negativ și 7 în context neutru; PLDM: 24 în context negativ și 4 apariții în context pozitiv). În același timp, PPP a fost favorizat, prin apariții constante în context pozitiv și pe o suprafață mare.



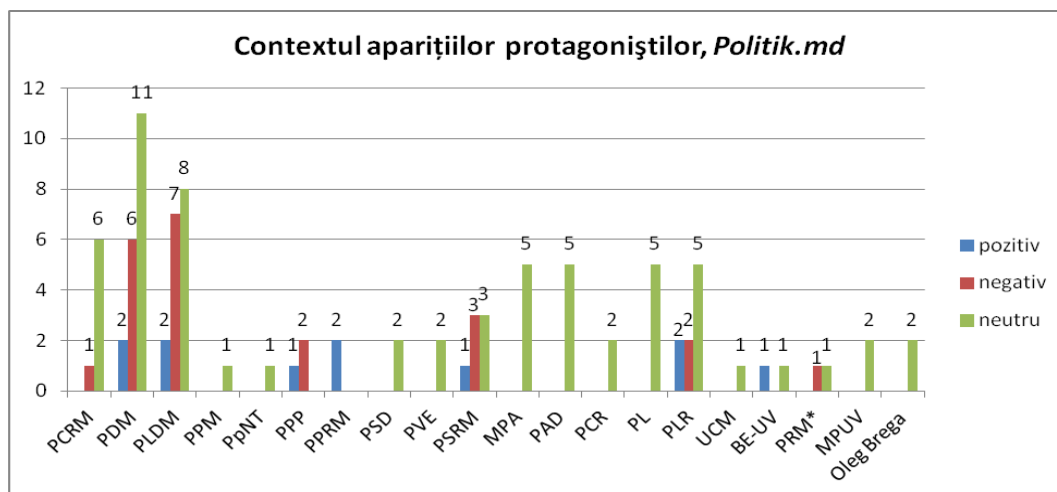
PPP este unicul concurent electoral care a beneficiat de spațiu pentru publicitate electorală pe portalul Omg.md (bannere simple și bannere de tip popup).

5.1.8 Politik.md

Portalul Politik.md a publicat în perioada de raportare 50 de materiale cu caracter electoral direct sau indirect, cu un spațiu total de 71 594 de caractere. 35 de materiale au avut subiecte obișnuite, iar celelalte 15 au tratat teme controversate sau au mediatizat conflicte, acuzații în adresa unor actori politici. Aproape trei sferturi din materialele conflictuale (11 din 15 texte, sau 73,3% din total) au fost dezechilibrate, adică au prezentat un singur punct de vedere asupra problemei reflectate. Caracterul nepărtinitor al prezentării subiectului a fost asigurat în 70% din materiale (35 din cele 50 de materiale jurnalistice relevante), celelalte au fost mai mult sau mai puțin părtinoare. În majoritatea cazurilor, Politik.md a apelat la surse din domeniul politicului și la funcționarii de stat, doar câteva din sursele citate fiind femei.

În textele publicate de Politik.md în perioada de raportare au fost vizați 20 de concurenți electorali, în topul celor mai mediatizate formațiuni fiind PDM (19 apariții) și PLDM (17), urmate, la distanță, de PLR (9), PCRМ și PSRM (câte 7 apariții). PLR și PPRM sunt concurenții electorali cărora le-au fost oferit cele mai mare spații pentru intervenții directe/citate: PLR – 1438 semne, PPRM – 1231 semne.

Politik.md prezintă partidele din coaliția de guvernare în context mai mult neutru și negativ, rareori în context pozitiv, iar PCRМ este menționat mai rar și preponderent în context neutru.



În perioada de raportare, pe portalul Politik.md au apărut bannere ale PCRM, PPRM și PSRM.

5.1.9 Realitatea.md

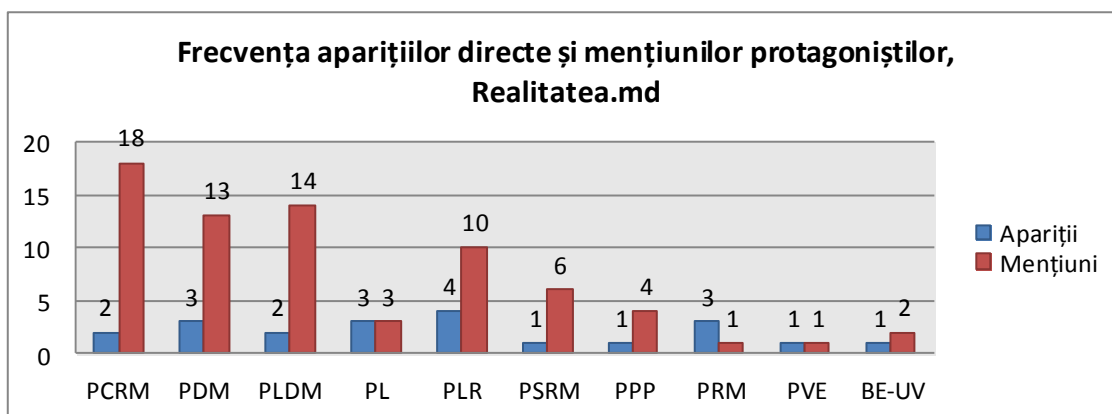
În perioada 1-8 noiembrie 2014, portalul de știri Realitatea.md a publicat 85 de materiale cu caracter electoral direct sau indirect, dintre care unul a fost material de educație electorală. Suprafața totală alocată acestora a constituit 130 520 de caractere cu spații. Subiectele reflectate au fost variate, materialele abordând atât aspecte ce țin de activitatea CEC și înregistrarea diferiților concurenți electorali, acuzațiile lansate de diverși candidați la adresa contracandidaților, cât și subiecte ce țin de activitatea exponenților Guvernului și a administrației publice locale (APL), în special protestele de la Primăria Chișinău.

Din numărul total de materiale, 23 sau 27% au avut caracter conflictual, iar în 15 (65%) din ele reporterul nu a inclus părerea ambelor părți din conflict, materialele fiind dezechilibrate. Totodată, majoritatea materialelor au separat faptele de opinie, fără a fi evidentă poziția autorului față de un subiect sau altui.

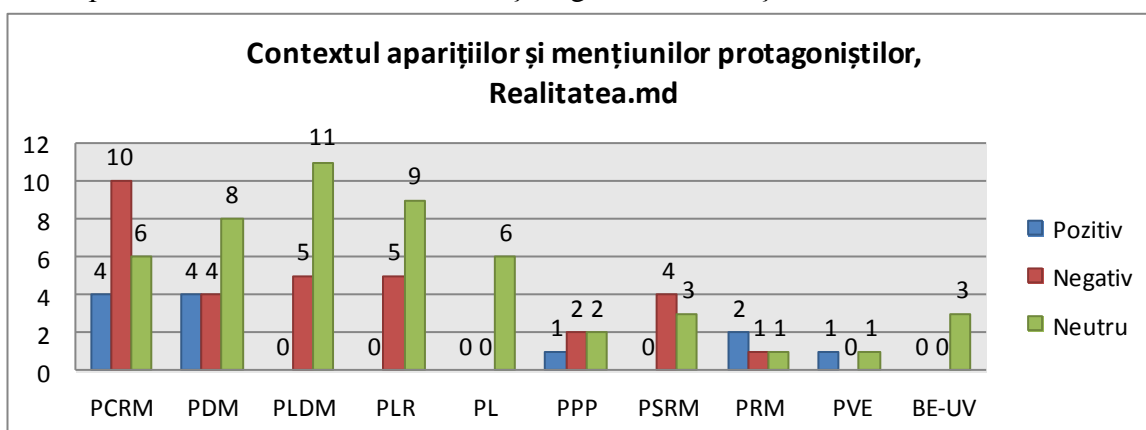
În perioada de raport, sursele la care au apelat de cele mai dese ori reporterii de la Realitatea.md au fost din categoriile funcționari de stat și politicienii, aceștia fiind citați direct sau indirect de 27 și, respectiv, 18 ori. Toate sursele din categoria funcționari de stat și politicienii au fost bărbați. În materiale s-a făcut trimitere și la experți - de 5 ori (dintre care 4 bărbați), cetățeni simpli (1 bărbat) și surse din alte categorii - 16 ori (11 bărbați și 4 femei).

Primii cinci în Top 10 al protagoniștilor cărora le-a fost alocat cel mai mare spațiu se numără: PDM (1158 caractere), PLR (1025 caractere), PPP (854 caractere), PLDM (802 caractere) și PCRM (802 caractere).

Din punctul de vedere al aparițiilor directe, cel mai frecvent au fost citați reprezentanții PLR - 4 ori, urmați de PRM (3), PDM (3) și PL (3). Pe de altă parte, PCRM, PLDM, PDM și PLR au fost menționați de cele mai multe ori în materialele relevante monitorizării.



De notat că reprezentanților Guvernului le-a fost alocat un spațiu total de 4254 de caractere, aceștia fiind citați de 11 ori și menționați de 13 ori. Protagonisții respectivi au apărut de 6 ori în context pozitiv, 6 ori - negativ și de 11 ori – neutru. Reprezentanților APL le-a revenit 2121 de caractere, cu 6 apariții și 11 mențiuni, dintre care 3 în context pozitiv, 4 – negativ și 10 - neutru. Contextul apariției concurenților electorali a fost diferit, în mare parte neutru și negativ. PCR și PDM au avut apariții mai mult în context neutru și negativ, dar și pozitiv (câte 2 ori fiecare). PLDM și PLR au apărut în context mai mult neutru și negativ, la fel ca și PSRM.



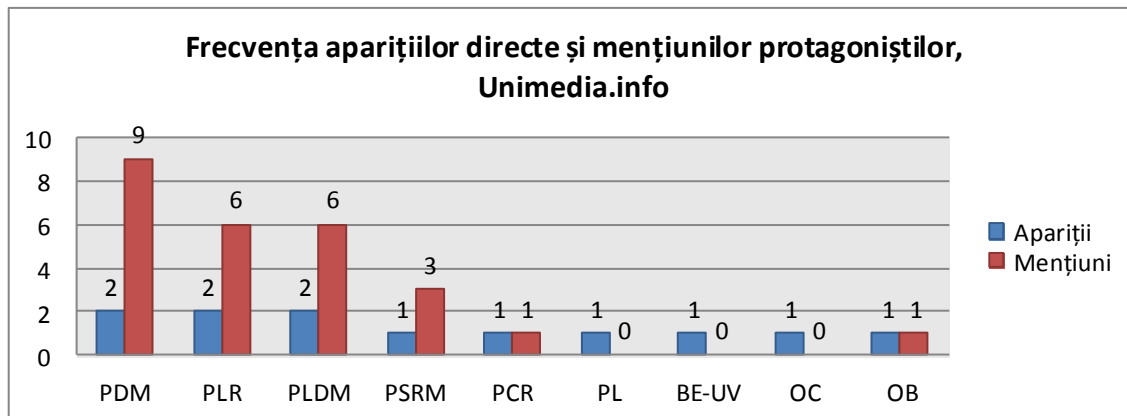
Portalul Realitatea.md a publicat în perioada de monitorizare publicitatea concurentului electoral PDM, banner pop up, difuzat pe întreg parcursul perioadei de raport.

5.1.10 Unimedia.info

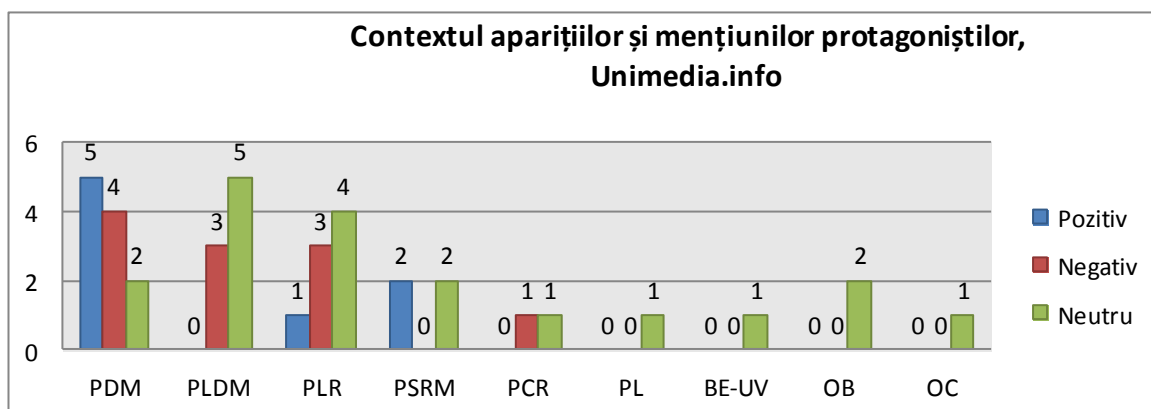
Portalul informațional Unimedia.info a publicat în perioada monitorizată 42 de materiale cu caracter electoral direct sau indirect cu o suprafață totală de 67 690 caractere cu spații. 34 din materiale au fost simple, 7 au abordat subiecte controversate, iar un material a fost educație electorală. Marea majoritate (6) din cele 7 știri controversate nu au citat ambele părți în conflict. Printre subiectele reflectate figurează retragerea lui Mihail Formuzal de pe lista electorală a BE-UV, activități ale CEC și ale concurenților electorali, dar și acțiuni cu participarea premierului Leancă, altor reprezentanți ai Guvernului etc.

În calitate de surse, de cele mai dese ori Unimedia.info a apelat la politicieni, care au fost preponderent de sex masculin (25 din numărul total 32). La funcționari de stat s-a apelat de 19 ori (dintre care 18 au fost bărbați). Totodată, la experți s-a recurs de 11 ori (10 de sex masculin), iar la surse din alte categorii - de 11 ori.

Cea mai mare pondere din punctul din vedere al spațiului alocat îi revine PDM-ului – 2068 caractere, care este urmat de PLR cu 1145 de semne, BE-UV – 872 de caractere, PCR – 664 caractere, PL - 621 și PSRM - 614, respectiv. PLDM a fost citat pe un spațiu de 300 de caractere. Din punctul de vedere al frecvenței aparițiilor directe și mențiunilor, pe primul loc în TOP 10 se situează PDM cu 2 apariții și 9 mențiuni, urmat de PLR cu 2 apariții și 6 mențiuni, și PLDM cu 2 apariții și 6 mențiuni.



Contextul aparițiilor și mențiunilor protagoniștilor a fost diferit. Astfel, PDM a apărut și pozitiv, și negativ, și neutru, iar PLDM – neutru și negativ. PLR a avut apariții și mențiuni în context mai mult neutru, dar și negativ, și pozitiv, iar PSRM - atât pozitiv, cât și neutru.



Reprezentanții Guvernului au fost mediatizați pe o suprafață de 5350 caractere, având 10 apariții și 8 mențiuni, majoritatea în context neutru. Dintre acestea 3 revin premierului Leancă (o apariție, 2 mențiuni și 222 caractere), contextul fiind preponderent pozitiv. Ministrul Economiei Candu a fost menționat de 2 ori (o dată pozitiv și o dată neutru).

Portalul Unimedia.info a publicat în perioada de raport publicitatea a 4 concurenți electorali: PDM – un banner simplu timp de 7 zile și 6 articole publicitare, PLDM – un banner simplu difuzat zilnic și 3 articole publicitare, PLR – un banner timp de 4 zile și 2 articole publicitar – 2 zile, și PSRM – un articol publicitar pe parcursul a 5 zile.

Concluzii:

- Majoritatea mass-media online monitorizate s-au implicat activ în reflectarea campaniei electorale, ținând în vizor diverse subiecte cu caracter electoral direct și indirect. În perioada de raportare au fost publicate 543 de texte care au vizat campania și concurenții electorali, pe o suprafață care depășește un milion de semne. Printre portalurile cu cele mai multe materiale relevante monitorizării se numără *Noi.md* și *Realitatea.md* (câte 85), *Jurnal.md* (68), *Omg.md* (63).

Newsmaker.md și *Moldova.org* au inserat un număr relativ mic de materiale relevante (14 și, corespunzător 29);

- Materialele de conflict au fost în mare parte dezechilibrate (76,2%), cea mai mare discrepanță dintre numărul știrilor conflictuale prezentate relativ echilibrat și numărul știrilor conflictuale în care a fost prezentată doar poziția unei singure părți, fiind înregistrată la portalul *Noi.md* (din 25 de subiecte controversate au fost prezentate echilibrat numai 2);

- Mai mult de o pătrime din materiale au fost părtinitoare (25,9%), fiind evidentă poziția autorului față de protagoniștii materialelor;

- Portalurile online practic nu se ocupă de educația electorală a cetățenilor;

- Portalurile online monitorizate au recurs de cele mai dese ori la politicieni (174) și funcționari de stat (136) în calitate de surse de informare, ponderea experților și cetățenilor simpli fiind mult mai mică (78 și, respectiv 18). Stirile au fost puternic dezechilibrate din punct de vedere al raportului gender, majoritatea absolută a surselor citate fiind de sex masculin (92,7%!); *Omg.md* și *Deschide.md* nu au utilizat nicio sursă de gen feminin în știrile electorale;

- După frecvența și contextul aparițiilor directe și mențiunilor protagoniștilor, în materialele portalului *Deschide.md* se observă defavorizarea PLDM și o defavorizare mai ușoară a PSRM, iar la *Moldova 24.info* – defavorizarea subtilă a PLDM;

- *Noi.md* a prezentat concurenții electorali în contexte diferite, dar PCRМ i-a fost alocată o suprafață pentru intervenții directe de câteva ori mai mare decât celorlați concurenți;

- *Jurnal.md* defavorizează masiv PDM care a fost prezentat, în această săptămână, de 35 de ori în context negativ și de 4 ori în context neutru. Deseori au mai apărut în context negativ PCRМ, PLDM, PPP, uneori și PSRM. Unicul concurent care a fost prezentat în context pozitiv a fost PLR;

- *Omg.md* a devaforizat masiv PDM și PLDM care au fost prezentați aproape de fiecare dată în context negativ (PDM – de 30 de ori, PLDM – de 24 de ori) și foarte rar în context neutru. În schimb, concurentul electoral PPP a fost prezentat doar în context pozitiv și i s-a oferit cel mai mare spațiu pentru intervenții directe;

- În săptămâna monitorizată, *Newsmaker.md* a prezentat mai des în context pozitiv concurentul electoral PSRM în legătură cu vizita liderilor acestui partid la Moscova, și doar în context negativ PPP și BE-UV;

- *Politik.md* a prezentat partidele din coaliția de guvernare preponderent în context neutru și negativ, PCRМ este menționat mai rar și preponderent în context neutru; concurenților electorali PLR și PPRM le-au fost oferit cele mai mare spații pentru intervenții directe/citate.

VI. Studii de caz

Studiu de caz nr.1. Portalul de știri Noi.md, 1 noiembrie 2014

Titlu: „Vladimir Voronin: PCRМ și afacerile – parteneri în dezvoltarea Moldovei”²

Autor: Noi.md

Portalul publică la rubrica „Economie”, un discurs ținut de Vladimir Voronin, liderul Partidului Comuniștilor din R. Moldova (PCRМ), la o întâlnire cu oameni de afaceri. În opinia comuniștilor, în cei cinci ani de guvernare pro-europeană, „*pentru business, conducerea R.Moldova a fost una proastă, ca de altfel, pentru întreaga țară*”. Președintele PCRМ a venit cu mai multe cifre care, potrivit lui, nu pot fi ignorate.

În acest material, Vladimir Voronin, dar și PCRМ sunt favorizați masiv și plasați într-un context pozitiv. Liderul comuniștilor este favorizat și prin suprafața intervenției directe (discursul lui Voronin conține 8.272 de caractere. Tot aici găsim și o poză cu președintele PCRМ de 22 cm.p.). Nu este un simplu subiect economic, ci pare a fi totuși publicitate ascunsă pentru Partidul Comuniștilor, formațiune ce participă la parlamentarele din 30 noiembrie 2014. Potrivit Legii cu privire la publicitate, alin.(8), art.8³, publicitatea mascată este însă interzisă.

Voronin aduce acuzații reprezentanților guvernării pentru „*dezastrul din economie*”, vorbește despre fenomenul corupției din R.Moldova, reformele din agricultură, amnistierea fiscală și oferă soluțiile PCRМ pentru problemele existente: „*Noi intenționăm să reintroducem taxa zero la profitul reinvestit pe un termen de 5-7 ani. De asemenea, noi intenționăm să ne ocupăm atent, dar insistent să ne ocupăm de perfecționarea sistemului de impozitare socială și de percepere a impozitelor, a acestei poveri asupra salarizării. Aici principala sarcină - să nu pierdem în volum dar, dimpotrivă, să le majorăm din contul scoaterii salariului din umbră – să reducem impozitele*”. Pe final, președintele PCRМ este citat cu un apel, adresat alegătorilor: „*În general, PCRМ propune nu doar un program de acțiuni calculat și verificat, dacă alegătorul ne va încredința conducerea țării. Aceasta este o activitate captivantă, interesantă utilă pentru societate, mediul de afaceri, dar și pentru stat. Noi am putea să-l implementăm frumos împreună cu Dvs.!*”

Un argument în favoarea tezei că este vorba de publicitate mascată servește și faptul că subiectul este realizat doar în temeiul unei singure surse (liderul PCRМ), discursul căruia este publicat integral, însă lipsește opinia/poziția celor acuzați de Voronin. Astfel, autorul încălcă și normele deontologice care relevă că jurnalistul solicită opinia tuturor părților relevante pentru subiect și respectă principiul că orice persoană vizată direct într-un material are dreptul la replică (Codul deontologic al jurnalistului din Republica Moldova, art. 2.12⁴).

Publicitatea electorală ascunsă pentru PCRМ poate fi apreciată și ca o publicitate neloială, în condițiile în care este plătită din alte surse financiare decât cele prevăzute de fondul electoral al comuniștilor.

Potrivit Codului Electoral⁵, alin.8, art.64¹, publicitatea electorală în rețeaua internet este asimilată publicității electorale în presa scrisă. Prin urmare, autorul a încălcat prevederile Regulamentului privind reflectarea campaniei electorale pentru alegerile parlamentare⁶, care anunță că fiecare insert publicitar, diseminat de mijloacele de informare în masă scrise trebuie să includă denumirea concurentului electoral, genericul „Electorală 2014” și să fie însoțit de specificarea „*Achitat din fondul electoral, conform facturii nr. ___ din _____*”.

În concluzie, prin publicarea unui asemenea subiect, autorul demonstrează atitudinea părtinitoare față de concurentul electoral PCRМ, în detrimentul altor concurenți.

² http://www.noi.md/md/news_id/50254

³ <http://lex.justice.md/index.php?action=view&view=doc&lang=1&id=311557>

⁴ http://consiliuldepresa.md/fileadmin/fisiere/fisiere/Cod_deontologic_al_jurnalistului_din_Republica_final.pdf

⁵ <http://www.cec.md/files/files/Codul%20electoral.pdf>

⁶ http://cec.md/files/files/regulamentreflectare_4315177.pdf

Studiul de caz nr. 2. Portalul Deschide.md, 2 noiembrie 2014

Titlu: „La Ialoveni, PD aduce ”PONTIȘTII” cu microbuzele”⁷

Autor: Nelly Sambriș

Autorul anunță că la alegerile prezidențiale din 2 noiembrie 2014 din România, la secția de vot amenajată la Ialoveni au fost aduși oameni cu microbuze pe care erau lipite portrete ale unui candidat, Victor Ponta. Jurnalistul susține că transportul care a adus susținătorii lui Victor Ponta a fost pus la dispoziție de Partidul Democrat din Moldova (PD), afirmație bazată pe surse necunoscute: „Surse au declarat pentru deschide.md că alegătorii lui Ponta sunt asigurați cu transport de Partidul Democrat, iar lângă microbuze au fost văzuți mai mulți primari care fac parte din acest partid”.

Știrea în sine prezintă interes, întrucât vorbește despre o încălcare de lege - facilitarea votării pentru un anumit concurent în ziua alegerilor. Informația însă este bazată pe o singură sursă - anonimă - și nu conține nicio probă în sprijinul acuzației aduse Partidului Democrat. Nu este dat numele cel puțin al unui primar care „a fost văzut” lângă microbuze. Acest lucru contravine art. 2.6 din Codul Deontologic al Jurnalistului din Republica Moldova⁸ care prevede că „jurnalistul indică, de regulă, sursa informațiilor sale și întreprinde demersuri pentru a obține informații din surse citabile”.

De asemenea, contrar deontologiei profesionale care prevede că reporterii solicită opinia tuturor părților relevante pentru subiect, Deschide.md nu a făcut niciun efort ca să afle opinia reprezentanților PD. În plus, chiar dacă știrea este despre alegătorii „pontiști” aduși cu microbuzele la secție, textul nu conține cel puțin un citat de la vreun alegător, cu atât mai puțin de la unul care să spună, așa cum anunță titlul, că a votat pentru Victor Ponta. Singura legătură făcută în știre dintre PD din Republica Moldova și PSD din România este faptul că cele două formațiuni au semnat, la 9 septembrie 2014, un protocol de colaborare. De asemenea, cuvântul „pontiști” (de la numele Ponta), are încărcătură peiorativă și denotă atitudinea jurnalistului față de acest candidat și susținătorii lui. Astfel, PD a fost plasat într-un context negativ fără ca faptele să fie probate suficient și fără să fie solicitată opinia reprezentanților formațiunii, iar acest lucru vedește o atitudine tendențioasă a jurnalistului față de acest partid aflat în prezent în campanie electorală.

Studiu de caz nr. 3. Portalul de știri Omg.md, 3 noiembrie 2014

Titlu: „Рошка обвинил Плахотнюка в планировании фальсификации предстоящих выборов”⁹ („Roșca îl acuză pe Plahotniuc că pregătește falsificarea alegerilor parlamentare”)

Autor: nu este indicat

Știrea începe cu o declarație a liderului Partidului Popular Creștin Democrat, Iurie Roșca, potrivit căreia, Plahotniuc (*Vlad Plahotniuc, prim-vicepreședintele PD - n.r.*) ar fi plătit 4 mln de dolari pentru falsificarea sistemului electronic de vot, ce va fi aplicat la scrutinul din 30 noiembrie. Roșca i-a acuzat și pe liderii politici Vlad Filat și Mihai Ghimpu (PLDM, și respectiv PL) că vor frauda alegerile.

Materialul cu 1024 de caractere și o poză cu Iurie Roșca de 30 cm.p., este unul conflictual și dezechilibrat. Informația este scrisă doar în baza declarației președintelui PPCD, lansată la un post de televiziune, și nu a fost verificată din mai multe surse. Prin urmare, este o știre incorectă, care își propune să denigreze concurenții electorali PLDM, PD și PL și să favorizeze deschis PPCD. Astfel,

⁷ <http://deschide.md/ro/news/politic/6928/FOTO--La-Ialoveni-PD-ADUCE-PONTI%C5%9ETII--cu-microbuzele.htm>

⁸ http://consiliuldepresa.md/fileadmin/fisiere/fisiere/Cod_deontologic_al_jurnalistului_din_Republica_final.pdf

⁹ <http://omg.md/index.php?newsid=5654>

au fost încălcate normele Codului de conduită privind reflectarea și monitorizarea campaniei electorale¹⁰, elaborat de CEC, conform căruia concurenții trebuie să desfășoare campanii electorale corecte, în condiții de concurență egală și să informeze obiectiv alegătorii asupra proceselor electorale (art.3).

Din știre mai aflăm că Roșca ar fi declarat că în actuala campanie electorală prețurile stabilite pentru publicitatea electorală sunt exagerat de mari și că unii concurenți electorali utilizează resursele administrative în favoarea anumitor partide, fără a indica cine sunt acei concurenți și fără a prezentate probe ce ar demonstra veridicitatea acestor afirmații.

La sfârșitul materialului este sesizată părtinirea autorului. „*Anterior partidele aflate la guvernare au fost acuzate de încălcarea Codului Electoral*”. Această afirmație nu este atribuită politicianului Portalul face partizanat evident în favoarea concurentului electoral PPCD și prezintă în context negativ concurenții electorali PD, PLDM și PL.

Studiu de caz nr. 4. Portalul de știri Politik, 3 noiembrie 2014

Titlu: „Usatîi a anulat concertele lui Stas Mihailov și trupei „Блестящие”¹¹

Autor: Politik.md

Din știrea de pe Politik.md aflăm că Renato Usatîi, primul candidat pe listele Partidului „Patria” anulează mai multe concerte, care urmau a fi susținute pentru formațiunea sa, de câțiva interpreți ruși. Motivul invocat de Usatîi ar fi posibilele provocări, puse la cale de liderul PLDM, Vlad Filat, dar și de șeful adjunct al Inspectoratului Național de Poliție, Gheorghe Cavcaliuc.

Știrea cu caracter electoral direct prezintă informații părtinitoare și conflictuale, care-l victimizează pe Renato Usatîi. El consideră că evenimentele festive sunt unica modalitate de a comunica cu populația, pentru că el nu are acces la televiziuni, la fel ca și alți candidați electorali: „*Aceste provocări se planificau cu scopul ca cetățenii să mă urască și să nu mai voteze pentru mine. În aceste condiții eu pot accepta să mi se întreprindă ceva rău mie personal, însă niciodată apropiatilor mei și cetățenilor R. Moldova*”.

În știre lipsește dreptul la replică al președintelui PLDM Vlad Filat, la fel cum nu există nicio reacție de la reprezentanții Inspectoratului General de Poliție. Astfel, au fost ignorate normele deontologice, potrivit cărora, orice persoană vizată direct într-un material are dreptul la replică. Au fost încălcate și rigorile jurnalistice ce se referă la imparțialitate, echidistanță și oferă publicului un material care defăimează alți concurenți electorali.

Usatîi susține că în timpul concertelor „*urmau a fi utilizate grenade și acid pentru a pune în pericol securitatea oamenilor*”, fără a oferi probe plauzibile în acest sens. „*La început nu am luat aceste informații în serios, dar după ce am aflat anumite detalii și am descoperit dovezi clare, am decis să nu mai organizez aceste evenimente*”, a mai spus politicianul, însă aceste „dovezi clare” sunt ascunse de public.

Prin publicarea unei asemenea știri în plină campanie electorală, portalul Politik.md face partizanat evident în favoarea lui Renato Usatîi și a partidului „Patria”. Portalul nu a oferit informația în mod onest, veridic și complet. Ghidul electoral al jurnalistului, realizat de CEC¹², recomandă jurnaliștilor să reflecte campania electorală pe bază de egalitate și tratament nediscriminatoriu al concurenților electorali și fără a adopta tratamente privilegiate față de concurenți.

¹⁰ <http://cec.md/index.php?pag=news&id=1070&rid=11677&l=ro>

¹¹ <http://www.politik.md/articles/politic/usatii-a-anulat-concertele-lui-stas-mihailov-si-trupei-blestiaschie/28984/>

¹² http://www.cec.md/files/files/4488_ghidul_jurnalistului_2014_final_tipar.pdf

Studiul de caz nr. 5. Portalul Realitatea.md, 4 noiembrie 2014

Titlu: „Șelin strânge bani de la muncitorii moldoveni din Moscova pentru a organiza o acțiune la Chișinău. DETALII”¹³

Autor: nu este indicat

În știre se vorbește despre o întâlnire cu moldovenii de la Moscova, la care liderul Partidului Social Democrat (PSD), Victor Șelin, ar fi spus că intenționează să organizeze la Chișinău acțiuni de protest, iar pentru asta i-ar fi îndemnat pe moldovenii de la Moscova să doneze bani. Toate aceste afirmații sunt bazate pe declarațiile unei singure surse - un vizitator al portalului, care a trimis și două fotografii drept dovadă, însă al cărui nume nu este divulgat.

Având în vedere că identificarea altor martori la întâlnirea respectivă este practic imposibilă pentru jurnalistul aflat la Chișinău, informația urma să fie confirmată sau infirmată cel puțin de persoana vizată în text, Victor Șelin. Autorul nu a încercat să afle opinia liderului PSD, pentru a-i da dreptul la replică. O asemenea practică încalcă principiile fundamentale ale jurnalismului, stabilite în Codul deontologic al jurnalistului din Republica Moldova¹⁴, care prevăd (art. 2.1) că jurnalistul „prezintă informațiile într-o manieră onestă, echilibrată și numai după ce a făcut demersuri pentru verificarea lor” și „solicită opinia tuturor părților relevante pentru subiect” (art. 2.2).

Faptul că informația nu a fost verificată și din a doua sursă ridică semne de întrebare asupra veridicității ei. Codul Deontologic al Jurnalistului mai prevede (art. 2.5) că reporterul „verifică, de regulă, informațiile din două surse independente una de alta”. Totodată, Ghidul jurnalistului în domeniul electoral¹⁵, elaborat de Comisia Electorală Centrală pentru alegerile din 2014, îndeamnă instituțiile de presă să reflecte activitatea electorală a concurenților obiectiv și echidistant.

¹³ http://www.realitatea.md/selin-strange-bani-de-la-muncitorii-moldoveni-din-moscova-pentru-a-organiza-o-actiune-la-chisinau--detalii_11296.html

¹⁴ http://consiliuldepresa.md/fileadmin/fisiere/fisiere/Cod_deontologic_al_jurnalistului_din_Republica_final.pdf

¹⁵ http://www.cec.md/files/files/4488_ghidul_jurnalistului_2014_final_tipar.pdf