

Monitorizarea mass-media în campania electorală pentru alegerile parlamentare 2014

Raport nr. 4
9 – 15 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 9 - 15 NOIEMBRIE 2014

TV:

- În săptămâna 9-15 noiembrie 2014, cele 12 televiziuni monitorizate au difuzat 452 de știri cu caracter electoral în principala ediție informativă a zilei, număr comparabil cu cel din perioada precedentă. Cele mai multe știri au difuzat *Moldova 1* (57), *TV7* (52) și *Publika TV* (50), iar cele mai puține, ca și săptămâna trecută – *GRT* (24);
- 9 televiziuni au asigurat în știrile electorale un echilibru relativ al politicianilor. În același timp, *Publika TV* și *Canal 3* au demonstrat exces de zel în frecvența prezentării unui politician – V. Plahotniuc, preponderent în context pozitiv. *Jurnal TV* i-a prezentat în știri dezzechilibrat ca frecvență pe doi politicieni – V. Plahotniuc și M. Lupu, preponderent în context negativ;
- Televiziunile monitorizate, mai puțin *GRT*, au admis în știri un dezzechilibru clar în numărul de apariții ale concurenților electorali: la *Moldova 1* dezzechilibrul a fost creat de frecvența aparițiilor PLR; la *Prime TV* – de PDM; la *Publika TV* – de PDM și PCRM; la *Canal 2* – de PDM; la *Canal 3* – de PDM și PCRM; la *ProTV* – de PDM; la *TV 7* – de PLDM; la *Jurnal TV* – de PDM; la *N4* – de PLDM; la *Accent TV* – de PDM, PLDM și PPP; la *Canal Regional* – de PSRM;
- *Prime TV*, *Publika TV*, *Canal 2* și *Canal 3* au continuat să favorizeze, prin numărul mare de apariții în context pozitiv, un singur concurent electoral – PDM;
- Prin numărul mare de apariții în context pozitiv, *N4* și *TV7* au favorizat concurentul electoral PLDM, iar *Accent TV* – concurentul electoral PSRM;
- *Jurnal TV* a defavorizat, prin numărul mare de apariții în context negativ, concurentul electoral PDM, iar *Accent TV* a defavorizat prin numărul de apariții în context negativ doi concurenți electorali – PDM și PLDM.
- **Concluzie generală: chiar dacă, în săptămâna 9-15 noiembrie 2014, unele televiziuni (care anterior i-au favorizat masiv pe unii concurenți electorali și/sau i-au defavorizat pe alții) și-au mai temperat zelul, totuși nu se remarcă tendința spre reflectarea adecvată a alegerilor parlamentare;**
- În cele 32 de emisiuni cu caracter electoral, difuzate în total la televiziunile monitorizate, au fost înregistrate 25 de cazuri, când moderatorii emisiunilor au avut o atitudine părtinitoare față de protagoniștii personalizați și instituționalizați, 3 cazuri de favorizare și 22 de cazuri de atitudine defavorizantă față de protagoniști;
- Cei mai mulți concurenți electorali au fost mediatizați la emisiunea *Politica* de la *TV7* (15), iar cei mai puțini – la *Fabrika* de la *Publika TV* și la *Особое мнение* de la *Canal 3* (câte 3);
- PCRM a fost concurentul electoral cu cea mai mare vizibilitate, fiind menționat în cadrul emisiunilor cu caracter electoral de la 8 posturi tv;
- Șapte concurenți electorali au plasat publicitate contra plată la 11 din cele 12 posturi tv monitorizate;
- Concurenți electorali PLDM, PDM, PSRM, PL, PLR și PPRM au plasat publicitatea electorală cu plată la aceleași posturi tv ca și în perioada precedentă de raport;
- Un concurent electoral (PPP) și-a sporit vizibilitatea, plasând spoturi electorale la 5 posturi tv, față de un post în perioada anterioară;
- Cea mai mare vizibilitate prin intermediul spoturilor electorale au avut-o PLDM și PDM, iar cea mai mică – PPRM;
- 7 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. În cazul unei emisiuni de dezbateri, moderatorul de la *Jurnal TV* a avut o atitudine defavorizantă față de toți invitații în platou.

Radio:

- Cele cinci posturi de radio monitorizate au reflectat diferit campania electorală: unii radiodifuzori au alocat spațiu atât în buletinele de știri, cât și pentru spoturi de educație electorală, dar și dezbaterilor și publicității electorale, iar alții s-au limitat la difuzarea spoturilor de educație electorală și a publicității electorale;
- Cele mai multe și diverse știri au fost difuzate de radiodifuzorul public *Radio Moldova* (50), iar cele mai puține - de postul de radio *Noroc* (26). *Radio Moldova*, *Russkoie radio* și *Radio Noroc* s-au remarcat prin difuzarea unui număr mare de spoturi de educație electorală, dar și printr-un număr mare de spoturi publicitare ale concurenților electorali;
- Posturile de radio au reflectat campania electorală preponderent în știri simple, rata știrilor conflictuale fiind mică (aproximativ 6%). O mare parte a știrilor controversate au fost echilibrate (57%), 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* și *Radio Moldova* care au asigurat o diversitate mai mare a surselor;
- Din punctul de vedere al raportului gender al surselor citate, se constată un dezechilibru masiv în defavoarea surselor de sex feminin (14% versus 86% surse de sex masculin);
- Judecând după frecvența și contextul aparițiilor concurenților electorali reflectați de radiodifuzori, se poate afirma că la *Radio Moldova*, *Radio Noroc* și *Russkoie radio* nu se constată tendințe de favorizare sau defavorizare clară a vreunui concurent electoral;
- Postul de radio *Plai* a favorizat PDM prin numărul mare de mențiuni în știri, iar *Vocea Basarabiei* a continuat să favorizeze PLDM prin numărul mare de intervenții directe, mențiuni în context pozitiv atât ale reprezentanților acestui concurent electoral, cât și ale reprezentanților Guvernului, exponenți PLDM.
- *Radio Moldova* și *Vocea Basarabiei* au asigurat accesul unui număr mare de concurenți electorali atât în știri, cât și în emisiunile de dezbateri, în timp ce *Russkoie radio*, *Radio Noroc* și *Radio Plai* au oferit cuvânt unui număr limitat de concurenți electorali.

Online:

- Portalurile online monitorizate au continuat să meditizeze activ campania electorală, ținând în vizor diverse subiecte cu caracter electoral direct și indirect. În total, cele 10 portaluri monitorizate au publicat 508 materiale relevante, printre portalurile cu cele mai multe știri electorale fiind *Realitatea.md* (69), *Noi.md*, *Omg.md* (câte 62) și *Jurnal.md* (60);
- 105 din știrile electorale publicate de portaluri au abordat o situație de conflict, însă marea majoritate a acestora au fost prezentate dezechilibrat, dintr-o singură sursă (79 de materiale sau 75% din totalul celor conflictuale). Cea mai gravă situație la acest capitol se atestă la *Omg.md*, unde toate cele 16 subiecte conflictuale au fost prezentate dintr-o singură sursă, la fel, au prezentat subiectele de conflict dintr-o singură perspectivă și portalurile *Politik.md* (5 cazuri) și *Moldova.org* (4 cazuri);
- Aproximativ 24% din materialele despre campania și concurenții electorali au fost părtinitoare, fiind evidentă poziția autorului față de protagoniștii materialelor. Cele mai multe știri electorale părtinitoare au publicat portalurile *Omg.md* (numărul de știri părtinitoare (33) l-a depășit pe cel al știrilor nepărtinitoare – 28), au fost părtinitoare aproximativ fiecare a treia știre publicată de *Politik.md* (15 din 48), circa jumătate din știrile publicate de *Noi.md* (30 din 62), iar la *Jurnal.md* la fiecare 1,5 texte nepărtinitoare a revenit câte unul părtinitor (36 la 23);
- Portalurile online monitorizate au recurs de cele mai dese ori la politicieni și funcționari de stat în calitate de surse de informare, ponderea experților și a cetățenilor simpli fiind mult mai mică;
- Știrile au fost puternic dezechilibrate din punctul de vedere al raportului gender, marea majoritate a surselor citate fiind de sex masculin (90% !);

- Majoritatea portalurilor au reflectat preponderent subiectele despre partidele parlamentare din coaliția de guvernare și opoziția parlamentară, iar partidele extraparlamentare, la fel ca și candidații independenți, au fost reflectați mai puțin. *Noi.md* este portalul care a reflectat cei mai mulți actori electorali (20), iar *Moldova.org* - cei mai puțini (5);
- După frecvența și contextul aparițiilor directe și a mențiunilor protagoniștilor, la *Moldova.org* se remarcă favorizarea PDM prin numărul mai mare de apariții și mențiuni în context pozitiv atât a reprezentanților PDM, cât și a reprezentanților Guvernului și Parlamentului, exponenți PDM (14 apariții și mențiuni pozitive);
- În materialele publicate de portalul *Deschide.md* se observă defavorizarea ușoară a PLDM și PDM (10 și 13 mențiuni sau aproximativ 60% de mențiuni negative), la *Moldova 24.info* – defavorizarea evidentă a PLDM (11 sau 84% mențiuni în context negativ);
- PLDM și PDM au avut cele mai multe apariții pe portalul *Noi.md*, unde au fost prezentate mai des în context negativ sau neutru. PCRM a apărut mai mult în context neutru, iar PSRM preponderent în context neutru și pozitiv;
- *Jurnal.md* defavorizează editorial concurentul electoral PDM care a avut în săptămâna de raportare 51 de apariții, inclusiv de 47 de ori în context negativ. Doar în context negativ a fost mediatizat și concurentul PPP (de 5 ori);
- *Omg.md* defavorizează masiv PDM și PLDM, mai rar PL, pe care îi critică și îi prezintă de cele mai multe ori în context negativ. În schimb, este favorizat concurentul electoral PPP care a apărut doar în context pozitiv sau neutru, la fel ca și PCRM, însă pe o suprafață de aproape două ori mai mică;
- Concurenții electorali PDM și PLDM sunt mai curând defavorizați de *Politik.md* (PDM – 19 apariții, inclusiv 12 în context negativ, PLDM – 9 apariții, inclusiv 5 în context negativ). În schimb, este favorizat PPRM care a apărut de 10 ori (2 apariții în context pozitiv și 8 în context neutru), oferindu-i-se o suprafață pentru intervenții directe de câteva ori mai mare decât celorlalți concurenți;
- La celelalte portaluri monitorizate nu se evidențiază tendințe clare de favorizare sau defavorizare a vreunui concurent electoral.

Ziare:

- Cele 8 ziare monitorizate au publicat în săptămâna de referință 107 articole care au vizat direct sau indirect campania electorală, cu o suprafață de peste 55 mii centimetri pătrați. Cele mai multe materiale relevante au apărut în *Nezavisimaia Moldova* (19), urmată de *Timpul* și *KP v Moldove* (câte 17), cele mai puține în *Vesti Gaguzii* (5);
- Doar 3 ziare (*Nezavisimaia Moldova*, *Moldova Suverană* și *Jurnal de Chișinău*) au publicat articole despre o situație de conflict în context electoral (în total, 10 materiale de acest fel). Numai în 3 articole cu subiect controversat a fost respectat principiul prezentării echilibrate a tuturor părților implicate în conflict, celelalte materiale fiind dezechilibrate;
- Numărul materialelor de educație electorală, și așa foarte mic în perioadele precedente de monitorizare, a continuat să scadă (doar 3 astfel de texte, inclusiv 2 – în *KP v Moldove*);
- Doar 46,2% din articolele la teme electorale au fost nepărtinitoare, celelalte au relatat despre anumite evenimente sau situații prin prisma autorului, iar opinia acestuia a putut fi ușor percepută de cititori. Astfel, au fost părtinitoare 18 din cele 19 articole la tema alegerilor, publicate în *Nezavisimaia Moldova*, 10 din cele 13 articole din *Jurnal de Chișinău*, 11 din 17 texte din *Timpul*, 8 din 14 – în *Moldova Suverană*;
- Ziarele au apelat la surse de informație din diferite categorii: politicieni, experți, cetățeni, funcționari de stat. Principiul egalității de gen continuă să fie neglijat de ziarurile monitorizate: doar 17,6% din surse (19 din 108) au fost femei, iar *Moldova Suverană* și *Panorama* nu au citat nicio sursă de gen feminin în articolele despre campania electorală;
- După numărul aparițiilor și mențiunilor concurenților electorali în articole, suprafața afectată acestora și contextul prezentării, se pot constata că în săptămâna 9-15 noiembrie 2014

- Moldova Suverană* a prezentat concurenții electorali PDM, PCRM și PLDM în context preponderent neutru, fără a-i favoriza evident. În același timp, PCRM și PPP au apărut mai mult negativ decât neutru;
- *Jurnal de Chișinău* a defavorizat PDM care a apărut de mai multe ori, doar în context negativ, PL a apărut în context neutru, iar alți câțiva concurenți electorali (PLDM, PCRM, PPCD) au fost menționați de câte 1-2 ori, în context mai mult negativ;
 - *KP v Moldova* a favorizat ușor PDM și PPP;
 - După numărul de apariții, PDM, PSRM, PLDM și PCRM au fost concurenții electorali cei mai mediatizați de *Timpul*. PDM a apărut mai des în context neutru și pozitiv în acest ziar, PSRM – preponderent negativ, PCRM – negativ, dar și neutru, PLDM – preponderent neutru;
 - În săptămâna de raportare, *Panorama* a defavorizat, prin prezentare în context negativ, concurenții electorali PDM, PLDM și PL;
 - *Vesti Gagauzii* a favorizat PSRM într-un articol;
 - *Nezavisimaia Moldova* continuă să favorizeze masiv PCRM care este unicul concurent electoral lăudat și prezentat în context pozitiv (din 18 apariții, 17 în context pozitiv, pe o suprafață de zeci de ori mai mare decât alți actori politici). PDM a apărut doar în context negativ (de 24 de ori), la fel PLDM (din 19 apariții, 18 în context negativ), PSRM și PPP (de 11 și, corespunzător, 6 ori, toate în context negativ);
 - *Ziarul Național* favorizează PLDM, acest concurent electoral fiind prezentat doar în context pozitiv sau neutru. PDM la fel a apărut în context pozitiv, dar și negativ sau neutru. PSRM, PCRM și PPP au fost prezentați mai mult în context negativ.

II. Rezultatele monitorizării posturilor de televiziune

2.1 Televiziuni. Știri cu caracter electoral. Date generale

În perioada 9 - 15 noiembrie 2014 au fost monitorizate 452 de știri cu caracter electoral, difuzate în principala ediție informativă de la cele 12 televiziuni, număr comparabil cu cel din perioada precedentă (449). Cele mai multe știri au difuzat Moldova 1 (57), Tv7 (52) și Publika Tv (50), iar cele mai puține, ca și data trecută – GRT (24).

Ceva mai puțin de o treime (129) din numărul total de știri o constituie cele cu caracter conflictual. Cota cea mai înaltă a unor asemenea știri a fost atestată la Accent Tv (67%), Jurnal Tv (58%) și Pro Tv (50%). În 64 la sută din cazuri, știrile cu caracter conflictual au fost scrise în temeiul mai multor surse de informație. Acest indicator, data trecută era de 63%. Jurnal Tv, Pro Tv și Moldova 1 sunt televiziunile care s-au apropiat cel mai mult de standardele de scriere a știrilor conflictuale din mai multe surse (data trecută în rândul acestora era și Prime Tv). Accent Tv (75%), N4 (56%) sunt televiziunile care cel mai mult au ignorat respectivele standarde.

Exact ca și în două perioade de monitorizare anterioare, 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 (42%) și Jurnal Tv (42%). Nicio televiziune nu a demonstrat imparțialitate deplină în știri, dar cel mai des au respectat această normă profesională Tv7, GRT, Publika Tv, Moldova 1 și Pro Tv.

9-15.11.2014	Știri electorale				
	Educație electorală	Obișnuite	Conflictuale	Total	% conflictuale din total
Moldova 1	3	42	12	57	21%
Prime TV	1	30	9	40	23%
Publika TV	2	38	10	50	20%
Canal 2	1	19	10	30	33%
Canal 3	3	30	7	40	18%
ProTV	2	13	15	30	50%
TV7	2	40	10	52	19%
Jurnal TV	0	11	15	26	58%
N4	2	23	9	34	26%
Accent TV	0	12	24	36	67%
Canal Regional	4	23	6	33	18%
GRT	4	18	2	24	8%
Total	24	299	129	452	29%

9-15.11.2014	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	2	10	17%	83%	4	53	7%	93%
Prime TV	3	6	33%	67%	7	33	18%	83%
Publika TV	3	7	30%	70%	3	47	6%	94%
Canal 2	2	8	20%	80%	7	23	23%	77%
Canal 3	3	4	43%	57%	8	32	20%	80%
ProTV	2	13	13%	87%	2	28	7%	93%
TV7	3	7	30%	70%	1	51	2%	98%
Jurnal TV	1	14	7%	93%	11	15	42%	58%
N4	5	4	56%	44%	5	29	15%	85%
Accent TV	18	6	75%	25%	15	21	42%	58%
Canal Regional	3	3	50%	50%	7	26	21%	79%
GRT	1	1	50%	50%	1	23	4%	96%
Total știri	46	83	36%	64%	71	381	16%	84%

2.1.1 Moldova 1

În perioada 9-15 noiembrie Moldova 1 a mediatizat în principala sa ediție informativă a zilei 15 funcționari de stat, cu 4 mai mulți decât data trecută. 7 dintre ei au avut între 6 și 2 apariții la ecran (intervenții directe și/sau mențiuni), iar restul – câte una. Cel mai des a fost mediatizat, ca și în perioada precedentă, premierul Iu.Leancă – de 6 ori (atunci – de 12 ori), inclusiv în context pozitiv – o dată. Președintele parlamentului, I.Corman, a avut 5 apariții în știrile electorale, inclusiv în două rânduri – în context pozitiv. De 2 ori în context pozitiv, din 2 apariții, a apărut și vicepremierul A.Candu. În context negativ, 1 dată din 2, a fost plasat primarul D.Chirtoacă.

Moldova 1	Frecvență apariții	Context		
Funcționari de stat		pozitiv	negativ	neutru
Iurie Leanca	6	1	0	5
Igor Corman	5	2	0	3
Nicolae Timofti	4	0	0	4
Dorin Recean	3	0	0	3
Andrian Candu	2	2	0	0
Dorin Chirtoaca	2	0	1	1
Valeriu Troienco	2	0	0	2

Moldova 1 a mediatizat în știrile electorale 32 de politicieni, cu 9 mai puțin decât data trecută, dintre care pe unul – în 3 rânduri, pe 4 – în câte 2 rânduri, iar pe ceilalți – câte 1 dată. Toți politicienii au apărut în știri electorale în context neutru.

Moldova 1	Frecvență apariții	Context		
Politicieni		pozitiv	negativ	neutru
Vlad Filat	3	0	0	3
Mihai Ghimpu	2	0	0	2
Oleg Cernei	2	0	0	2
Tatiana Potang	2	0	0	2
Valeriu Munteanu	2	0	0	2

Moldova 1 a prezentat în știri 20 de concurenți electorali (data trecută – 25), dintre care 11 – cu o vizibilitate cuprinsă între 2 și 16 apariții. Ceilalți au apărut câte 1 dată. Cel mai des, ca și data trecută) a fost mediatizat PLR – în 16 rânduri (data trecută – în 11), inclusiv 1 dată în context negativ. PDM și PLDM au avut câte 10 apariții și de câte 3 ori – în context pozitiv. În context negativ au fost plasați PCRМ – 1 dată din 6 apariții și PSRM – de 2 ori din 5.

Moldova 1	Frecvență apariții	Context		
Concurenți electorali		pozitiv	negativ	neutru
PLR	16	0	1	15
PDM	10	3	1	6
PLDM	10	3	0	7
PL	9	0	0	9
PCRМ	6	0	1	5
PSRM	5	0	2	3
PPP	4	0	0	4
PVE	3	0	0	3

PpNT	3	0	0	3
CI-OC	2	0	0	2
PPRM	2	0	0	2

2.1.2 Prime TV

Prime Tv a mediatizat în știri 8 funcționari de stat, iar cel mai des – pe vicepremierul A.Candu, inclusiv de 4 ori din 5 – în context pozitiv. În context pozitiv a mai fost plasat și speakerul I.Corman – de 2 ori din 3 apariții. În context negativ a apărut în 2 rânduri din 4 primarul municipiului Chișinău D. Chirtoacă.

Prime Tv Funcționari de stat	Frecvență apariții	Context		
		pozitiv	negativ	neutru
Andrian Candu	5	4	0	1
Dorin Chirtoaca	4	0	2	2
Igor Corman	3	2	0	1
Iurie Leanca	2	0	0	2
Nicolae Timofti	2	0	0	2

9 dintre cei 25 de politicieni prezenți în știrile electorale ale Prime Tv au avut o frecvență de 2-3 ori, ceilalți – de câte 1 dată. Liderul PDM M.Lupu și vicepreședintele PDM V.Plahotniuc au apărut la ecran în știri electorale de câte 3 ori. M.Lupu a fost plasat 1 dată în context pozitiv, iar V.Plahotniuc – de 3 ori. În context pozitiv a mai apărut viceprimarul Chișinăului N.Grozavu, 1 dată din 2. Liderul PSRM, I.Dodon, a apărut de 2 ori din 2 în context negativ.

Prime Tv Politicieni	Frecvență apariții	Context		
		pozitiv	negativ	neutru
Marian Lupu	3	1	0	2
Vlad Plahotniuc	3	3	0	0
Artur Resetnicov	2	0	0	2
Dorin Chirtoaca	2	0	0	2
Eduard Musuc	2	0	0	2
Igor Dodon	2	0	2	0
Nistor Grozavu	2	1	0	1
Pavel Filip	2	0	0	2
Vladimir Voronin	2	0	0	2

Prime Tv a mediatizat în știri 9 concurenți electorali (cu 6 mai puțin decât data trecută), iar cel mai des – pe PDM, de 20 de ori, inclusiv în context pozitiv – de 12 ori (data trecută – 33 de ori și de 25 de ori – în context pozitiv). Cu 7 apariții mai puține decât PDM a avut PCR – 13, și cu 5 mai puține decât PCR – 8, a avut PL. PSRM, de 4 ori din 4 apariții și PLR, de 2 ori din 3 apariții, au fost plasate în context negativ.

Prime Tv Concurenți electorali	Frecvență apariții	Context		
		pozitiv	negativ	neutru
PDM	20	12	0	8
PCR	13	0	0	13
PL	8	0	0	8

PLDM	5	0	0	5
PSRM	4	0	4	0
PLR	3	0	2	1

2.1.3 Publika TV

Publika Tv a mediatizat 8 funcționari de stat, iar cel mai des – pe A.Candu, de 6 ori, și pe Iu.Leancă, de 4 ori, inclusiv în context pozitiv – câte 1 dată. În context pozitiv, 1 dată din 3, apare și I.Corman.

Publika Tv Funcționari de stat	Frecvență apariții	Context		
		pozitiv	negativ	neutru
Andrian Candu	6	1	0	5
Iurie Leanca	4	1	0	3
Igor Corman	3	1	0	2
Nicolae Timofti	2	0	0	2

În știrile electorale de la Publika Tv au fost mediatizați 28 de politicieni, 18 dintre care au apărut la ecran de câte 1 dată, șase – de câte 2 ori, doi – de câte 3 ori și doi – de câte 5 ori. În context negativ, în 2 rânduri din două, ca și data trecută, a fost plasat I.Dodon. În context pozitiv au apărut M.Lupu și V.Voronin – de câte 1 dată; V.Plahotniuc – de 3 ori din 3 și A.Candu – de 2 ori din 2.

Publika Tv Politicieni	Frecvență apariții	Context		
		pozitiv	negativ	neutru
Marian Lupu	5	1	0	4
Vladimir Voronin	5	1	0	4
Eduard Musuc	3	0	0	3
Vlad Plahotniuc	3	3	0	0
Andrian Candu	2	2	0	0
Artur Resetnicov	2	0	0	2
Igor Dodon	2	0	2	0
Mihai Ghimpu	2	0	0	2
Pavel Filip	2	0	0	2
Vlad Filat	2	0	0	2

7 din cei 13 concurenți electorali prezenți în știrile de la Publika Tv au avut o vizibilitate cuprinsă între 3 și 22 de apariții. Cel mai des a fost mediatizat PDM – de 22 de ori, inclusiv în context pozitiv – de 11 ori (data trecută – 28 de ori, inclusiv în context pozitiv de 19 ori). PCR, din 17 apariții, a fost plasat 1 dată în context pozitiv și 1 dată – în context negativ. În context negativ a fost plasat PSRM – de 3 ori din 4.

Publika Tv Concurenți electorali	Frecvență apariții	Context		
		pozitiv	negativ	neutru
PDM	22	11	0	11
PCR	17	1	1	15
PLDM	7	1	0	6
PL	5	0	0	5
PSRM	4	0	3	1
PPRM	3	0	0	3
PpNT	3	0	0	3

2.1.4 Canal 2

Canal 2 a mediatizat în știri 9 funcționari de stat, inclusiv 4 – de 2-4 ori. D.Chirtoacă a apărut de 4 ori și, de fiecare dată, în context negativ. I.Corman, Iu.Leancă și A.Candu, câte 1 dată, au fost plasați în context pozitiv.

Canal 2	Frecvență apariții	Context		
Funcționari de stat		pozitiv	negativ	neutru
Dorin Chirtoaca	4	0	4	0
Igor Corman	3	1	0	2
Iurie Leanca	3	1	0	2
Andrian Candu	2	1	0	1

Canal 2 a mediatizat în știri electorale 20 de politicieni, cu 14 mai puțin decât data trecută. 5 aceștia au apărut cu o frecvență cuprinsă între 2 și 5 ori. Doi protagoniști – M.Lupu, 1 dată din 5 apariții, și V.Plahotniuc, 1 dată din 2 apariții, au fost plasați în context pozitiv.

Canal 2	Frecvență apariții	Context		
Politicieni		pozitiv	negativ	neutru
Marian Lupu	5	1	0	4
Oleg Cernei	2	0	0	2
Vlad Plahotniuc	2	1	0	1
Iurie Chirinciuc	2	0	0	2
Nistor Grozavu	2	0	0	2

În rândul celor 23 de concurenți electorali prezenți în știrile de la Canal 2 a mediatizat în știri 8 concurenți electorali – de 3 ori mai puțini decât în săptămâna precedentă. Cea mai mare vizibilitate, detașat, a avut-o PDM – 19 apariții, inclusiv în 8 rânduri – în context pozitiv (data trecută – 25 de ori, în context pozitiv – de 10 ori). PCRM – de 2 ori din 7, și PLR – 1 dată din 3, au fost plasate în context negativ.

Canal 2	Frecvență apariții	Context		
Concurenți electorali		pozitiv	negativ	neutru
PDM	19	8	0	11
PCRM	7	0	2	5
PL	7	0	0	7
PLR	3	0	1	2
CI-OC	2	0	0	2

2.1.5 Canal 3

Canal 3 a mediatizat 8 funcționari de stat, iar cel mai des – pe A.Candu, de 5 ori, și pe I.Corman, de 4 ori, plasându-i în context pozitiv de 2 ori și, respectiv, 1 dată. D.Chirtoacă, 1 dată din 2 a apărut în context negativ.

Canal 3	Frecvență apariții	Context		
Funcționari de stat		pozitiv	negativ	neutru
Andrian Candu	5	2	0	3
Igor Corman	4	1	0	3
Dorin Chirtoaca	2	0	1	1
Iurie Leanca	2	0	0	2
Nicolae Timofti	2	0	0	2

În știrile electorale de la Canal 3 au fost mediatizați 23 de politicieni, dintre care 7 – cu o frecvență a aparițiilor cuprinsă între 2 și 4 ori. De 4 ori a apărut la ecran M.Lupu. V.Plahotniuc a apărut de 3 ori și de fiecare dată – în context pozitiv. I.Dodon, 1 dată din 2, a fost plasat în context negativ.

Canal 3	Frecvență apariții	Context		
Politicieni		pozitiv	negativ	neutru
Marian Lupu	4	0	0	4
Vlad Plahotniuc	3	3	0	0
Artur Resetnicov	2	0	0	2
Eduard Musuc	2	0	0	2
Igor Dodon	2	0	1	1
Mihai Ghimpu	2	0	0	2
Vladimir Voronin	2	0	0	2

Canal 3 a mediatizat în știri 13 concurenți electorali, cu 7 mai puțin decât data trecută, iar cel mai des – PDM, de 20 de ori (data trecută, de 43 de ori), inclusiv de 8 ori – în context pozitiv, și PCRM, de 17 ori, inclusiv 1 dată – în context negativ. În context negativ au mai apărut PLR, 1 dată din 4 ori, și PSRM – de 2 din 4.

Canal 3	Frecvență apariții	Context		
Concurenți electorali		pozitiv	negativ	neutru
PDM	20	8	0	12
PCRM	17	0	1	16
PL	8	0	0	8
PLDM	6	0	0	6
PLR	4	0	1	3
PPRM	4	0	0	4
PSRM	4	0	2	2
PPP	3	0	0	3
PCR	2	0	0	2

2.1.6 PRO TV

Pro Tv a mediatizat în știri electorale 13 funcționari de stat, iar cel mai des – pe Iu.Leancă, de 7 ori, inclusiv 1 dată – în context negativ. I. Corman apare 1 dată din 2 ori în context pozitiv, iar D. Chirtoacă, 1 dată din 4 – în context negativ.

Pro Tv	Frecvență apariții	Context		
Funcționari de stat		pozitiv	negativ	neutru
Iurie Leanca	7	0	1	6
Dorin Chirtoaca	4	0	1	3
Dorin Recean	3	0	0	3
Igor Corman	2	1	0	1

În știrile electorale de la Pro Tv au fost prezenți 25 de politicieni, 16 dintre care – cu o frecvență cuprinsă între 2 și 5 ori. D.Chirtoacă, 1 dată din 5 apariții, a fost plasat în context negativ.

Pro Tv	Frecvență apariții	Context		
Politicieni		pozitiv	negativ	neutru

Dorin Chirtoaca	5	0	1	4
Mihai Ghimpu	3	0	0	3
Octavian Bodisteanu	3	0	0	3
Oleg Cernei	3	0	0	3
Renato Usatai	3	0	0	3
Valeriu Munteanu	3	0	0	3
Vlad Filat	3	0	0	3
Maia Sandu	2	0	0	2
Marian Lupu	2	0	0	2
Monica Babuc	2	0	0	2
Sergiu Mocanu	2	0	0	2
Sergiu Sarbu	2	0	0	2
Valeriu Troienco	2	0	0	2
Vitalie Marinuta	2	0	0	2
Vlad Plahotniuc	2	0	0	2
Vladimir Voronin	2	0	0	2

Pro Tv a mediatizat în știri 12 concurenți electorali, de 2 ori mai puțini decât săptămâna precedentă (25). Cel mai des la ecran au apărut PDM – de 25 de ori, PL – de 17 ori și PLDM – de 13 ori. PDM a fost plasat de 2 ori în context negativ, iar PL și PLDM – câte 1 dată.

Pro Tv Concurenți electorali	Frecvență apariții	Context		
		pozitiv	negativ	neutru
PDM	25	0	2	23
PL	17	0	1	16
PLDM	13	0	1	12
PLR	9	0	0	9
PCRM	8	0	0	8
PPP	5	0	0	5
MPA	3	0	0	3
CI-OC	2	0	0	2
PPRM	2	0	0	2
PpNT	2	0	0	2
PNL	1	0	0	1
PSRM	1	0	0	1

2.1.7 TV 7

Tv 7 a mediatizat în știrile electorale de 2 ori mai mulți funcționari de stat (15) decât în perioada anterioară de monitorizare (8), iar cel mai des – pe Iu.Leancă, de 7 ori, inclusiv de 3 ori – în context pozitiv. În context pozitiv, câte 1 dată, au mai apărut A.Candu, D.Recean și I.Corman. În context negativ, 1 dată din 2 ori a fost plasat liderul de la Tiraspol, E.Șevciuk.

Tv 7 Funcționari de stat	Frecvență apariții	Context		
		pozitiv	negativ	neutru
Iurie Leanca	7	3	0	4
Andrian Candu	3	1	0	2
Dorin Recean	3	1	0	2
Evgheni Șevciuk	2	0	1	1

Igor Corman	2	1	0	1
Valeriu Troienco	2	0	0	2
Vasile Bumacov	2	0	0	2

În știrile electorale de la Tv 7 au fost prezenți 30 de politicieni, dintre care patru, de 2-5 ori. Liderul PLDM V.Filat, a apărut pe ecran de 5 ori, inclusiv în 3 rânduri, ca și data trecută, în context pozitiv.

Tv 7	Frecvență apariții	Context		
Politicieni		pozitiv	negativ	neutru
Vlad Filat	5	3	0	2
Oleg Cernei	3	0	0	3
Chiril Lucinschi	2	0	0	2
Dorin Chirtoaca	2	0	0	2

Tv 7 a mediatizat în știri 10 concurenți electorali, iar cel mai des – PLDM, de 19 ori (data trecută – de 11 ori), inclusiv în 7 rânduri în context pozitiv. În context pozitiv au mai apărut PDM – 1 dată din 3 apariții, și PSRM – 1 dată din 3 apariții.

Tv 7	Frecvență apariții	Context		
Concurenți electorali		pozitiv	negativ	neutru
PLDM	19	7	0	12
PCRM	7	0	0	7
PL	7	0	0	7
CI-OC	3	0	0	3
PDM	3	1	0	2
PPP	3	0	0	3
PPRM	3	0	0	3
PSRM	3	1	0	2
PpNT	3	0	0	3
PLR	1	0	0	1

2.1.8 Jurnal TV

Jurnal Tv a mediatizat în știri electorale 10 funcționari de stat, iar cel mai des – pe Iu. Leancă, de 6 ori, inclusiv 1 dată – în context negativ. În context negativ, 1 dată din 2 ori, mai apare I. Gangan.

Jurnal Tv	Frecvență apariții	Context		
Funcționari de stat		pozitiv	negativ	neutru
Iurie Leanca	6	0	1	5
Valeriu Troienco	2	0	0	2
Ion Gangan	2	0	1	1

Jurnal Tv a mediatizat în știrile electorale 32 de politicieni, cu 12 mai mulți decât data trecută. De cele mai multe ori la ecran au apărut V.Plahotniuc – de 11 ori, inclusiv de 8 ori – în context negativ, și M.Lupu, de 8 ori, inclusiv de 3 ori – în context negativ. V.Filat apare de 2 ori din 4 – în context negativ, iar C.Botnari – 1 dată din 2. Ca și-n săptămâna precedentă, nici un protagonist politician nu a fost plasat în știri în context pozitiv.

Jurnal Tv	Frecvență apariții	Context		
Politicieni		pozitiv	negativ	neutru
Vlad Plahotniuc	11	0	8	3
Marian Lupu	8	0	3	5
Dumitru Diacov	4	0	0	4
Vlad Filat	4	0	2	2
Igor Corman	3	0	0	3
Andrian Candu	2	0	0	2
Constantin Botnari	2	0	1	1
Dorin Chirtoaca	2	0	0	2
Eduard Musuc	2	0	0	2
Valeriu Saharneanu	2	0	0	2

Jurnal Tv a mediatizat 7 concurenți electorali, cu 5 mai puțini decât în săptămâna anterioară, iar cel mai des, ca și data trecută – PDM, de 44 de ori, inclusiv de 19 ori – în context negativ (data trecută - de 21 de ori PDM, inclusiv în 7 rânduri, în context negativ). PLDM, cu o frecvență de 13 apariții, a fost plasat 1 dată în context pozitiv și de 2 ori – în context negativ.

Jurnal Tv	Frecvență apariții	Context		
Concurenți electorali		pozitiv	negativ	neutru
PDM	44	0	19	25
PLDM	13	1	2	10
PLR	7	0	0	7
PL	6	0	0	6
PCRM	5	0	0	5
PSRM	3	0	0	3
CI-OC	1	0	0	1

2.1.9 N4

În știrile N4 cu caracter electoral au fost prezenți 10 funcționari de stat (data trecută – 4), iar cel mai des, ca și în 2 perioade anterioare de monitorizare – Iu.Leancă – de 5 ori, inclusiv de 2 ori - în context pozitiv. În context pozitiv au mai apărut A.Candu și D.Recean, câte 1 dată din câte 2 apariții.

N4	Frecvență apariții	Context		
Funcționari de stat		pozitiv	negativ	neutru
Iurie Leanca	5	2	0	3
Andrei Usatai	2	0	0	2
Andrian Candu	2	1	0	1
Dorin Recean	2	1	0	1
Evgheni Sevcuik	2	0	0	2
Igor Corman	2	0	0	2
Valeriu Troienco	2	0	0	2
Vasile Bumacov	2	0	0	2

La N4 în știrile electorale s-au regăsit 18 politicieni, iar cel mai des, ca și în ultimele două perioade de monitorizare – V.Filat, de 6 ori, inclusiv de 3 ori în context pozitiv. În context pozitiv mai apare R.Usatâi, 1 dată din 2 apariții. I. Dodon, 1 dată din 3 apariții, și Z.Greceanâi, 1 dată din 2 apariții, au fost plasați în context negativ.

N4	Frecvență apariții	Context		
Politicieni		pozitiv	negativ	neutru
Vlad Filat	6	3	0	3
Igor Dodon	4	0	1	3
Maia Sandu	3	0	0	3
Ion Hadarca	2	0	0	2
Mihai Ghimpu	2	0	0	2
Renato Usatai	2	1	0	1
Valeriu Cosarciuc	2	0	0	2
Zinaida Greceanai	2	0	1	1

N4 a mediatizat în știri 9 concurenți electorali, iar mai des, ca și data trecută – PLDM, de 18 ori, inclusiv de 6 ori – în context pozitiv (data trecută – 14 ori, inclusiv de 8 ori în context pozitiv) și PSRM, de 10 ori, inclusiv de 3 ori – în context negativ. În context pozitiv au mai fost plasați PCRM, 1 dată din 7 apariții, și PPP – 1 dată din 4.

N4	Frecvență apariții	Context		
Concurenți electorali		pozitiv	negativ	neutru
PLDM	18	6	0	12
PSRM	10	0	3	7
PCRM	7	1	0	6
PL	7	0	0	7
PLR	6	0	0	6
PPRM	5	0	0	5
PDM	4	0	0	4
PPP	4	1	0	3
PpNT	2	0	0	2

2.1.10 Accent TV

Accent Tv a mediatizat în știri electorale 8 funcționari de stat, dintre care doi – de câte 2 ori. D.Recean, 1 dată, a apărut în context negativ.

Accent Tv	Frecvență apariții	Context		
Funcționari de stat		pozitiv	negativ	neutru
Dorin Recean	2	0	1	1
Iurie Leanca	2	0	0	2

În știrile electorale de la Accent Tv au fost prezenți 36 de politicieni, cu 12 mai mult ca săptămâna trecută. 7 politicieni au avut o vizibilitate cuprinsă între 2 și 6 apariții. Ca și data trecută, în capul listei este R.Usatai, cu 6 apariții, inclusiv 2 în context pozitiv. De 6 apariții a beneficiat și V.Plahotniuc, dar 4 dintre ele – în context negativ. I.Dodon continuă și de data aceasta să apară în context pozitiv – de 2 ori din 3. V.Filat, în toate cele 5 apariții, a fost plasat în context negativ. V.Voronin a apărut în ambele cazuri în context negativ, iar Iu.Leancă – 1 dată din 2.

Accent Tv	Frecvență apariții	Context		
Politicieni		pozitiv	negativ	neutru
Renato Usatai	6	2	0	4
Vlad Plahotniuc	6	0	4	2

Grigore Petrenco	5	0	0	5
Vlad Filat	5	0	5	0
Igor Dodon	3	2	0	1
Iurie Leanca	2	0	1	1
Vladimir Voronin	2	0	2	0

Accent Tv a mediatizat în știri 16 concurenți electorali, iar cel mai des, ca și data trecută – PDM și PLDM. PDM a apărut în știri electorale de 22 de ori, inclusiv în context negativ – de 17 ori. PLDM a apărut de 18 ori, inclusiv de 13 ori a fost plasat în context negativ. PPP a fost plasat doar în context pozitiv, de 2 ori, și neutru – de 9 ori. PSRM a apărut de 5 ori în context pozitiv, de 2 ori – în context negativ, și de 3 ori – în context neutru. PCRM, din 7 apariții, 3 – au fost în context negativ.

Accent Tv Concurenți electorali	Frecvență apariții	Context		
		pozitiv	negativ	neutru
PDM	22	0	17	5
PLDM	18	0	13	5
PPP	11	2	0	9
PSRM	10	5	2	3
PCRM	7	0	3	4
PL	3	0	1	2
PLR	3	0	1	2
PpNT	3	0	0	3
PCR	2	0	1	1

2.1.11 Canal Regional

Canal Regional a mediatizat în știri electorale 7 funcționari de stat, dintre care unul, N.Nicolaev, de 3 ori, inclusiv de 2 ori – în context pozitiv și 1 dată – în context negativ. Câte 1 dată, în context pozitiv au fost plasați A.Ambros și Iu.Toma.

Canal Regional Funcționari de stat	Frecvență apariții	Context		
		pozitiv	negativ	neutru
Nicolai Nicolaev	3	2	1	0
Alexandru Ambros	1	1	0	0
Dorin Recean	1	0	0	1
Iurie Toma	1	1	0	0
Andrei Usatai	1	0	0	1
Igor Corman	1	0	0	1
Iurie Leanca	1	0	0	1

În știrile electorale de la Canal Regional au fost prezenți 20 de politicieni, unul dintre care, I.Dodon, cu 4 apariții, Z.Greceanai – cu 2 apariții, iar ceilalți – cu câte una. Protagonistii-politicieni au fost plasați în context neutru, cu excepția lui I.Dodon, care a apărut în 2 rânduri în context negativ.

Canal Regional Politicieni	Frecvență apariții	Context		
		pozitiv	negativ	neutru
Igor Dodon	4	0	2	2
Zinaida Greceanai	2	0	0	2

Canal Regional a mediatizat în știri 14 concurenți electorali, iar cel mai des, ca și data trecută – PSRM, de 14 ori (data trecută – de 7 ori), inclusiv de 4 ori – în context negativ. PDM, de 2 ori din 7 apariții, a fost plasat în context negativ. Câte 1 dată în context negativ au apărut PLDM și PCRM.

Canal Regional	Frecvență apariții	Context		
Concurenți electorali		pozitiv	negativ	neutru
PSRM	14	0	4	10
PDM	7	0	2	5
PLDM	6	0	1	5
PCRM	5	0	1	4
PLR	3	0	0	3
PPRM	3	0	0	3
PPP	2	0	0	2

2.1.12 GRT

În știrile electorale de la GRT au fost mediatizați 9 funcționari de stat, 3 dintre care, în câte 2 rânduri, iar unul – M. Formuzal – de 3 ori, inclusiv 1 dată - în context pozitiv.

GRT	Frecvență apariții	Context		
Funcționari de stat		pozitiv	negativ	neutru
Mihail Formuzal	3	1	0	2
Andrian Candu	2	0	0	2
Iurie Leanca	2	0	0	2
Valeri Ianioglo	2	1	0	1

În numărul redus de știri electorale de la GRT se regăesc 9 politicieni, majoritatea dintre care – cu câte 1 apariție. Toți protagoniștii-politicieni au fost plasați în context neutru.

GRT	Frecvență apariții	Context		
Politicieni		pozitiv	negativ	neutru
Igor Dodon	2	0	0	2
Irina Vlah	2	0	0	2
Nicolae Dudoglo	2	0	0	2
Fiodor Gagauz	1	0	0	1
Ghenadie Vaculovschi	1	0	0	1
Oleg Garizan	1	0	0	1
Petru Vlah	1	0	0	1
Ruslan Popa	1	0	0	1
Vladimir Voronin	1	0	0	1

GRT a mediatizat 13 concurenți electorali (data trecută – 7), inclusiv PSRM – de 6 ori, iar PCRM și PDM – de câte 5 ori. Toți concurenții au fost plasați în știri electorale în context neutru.

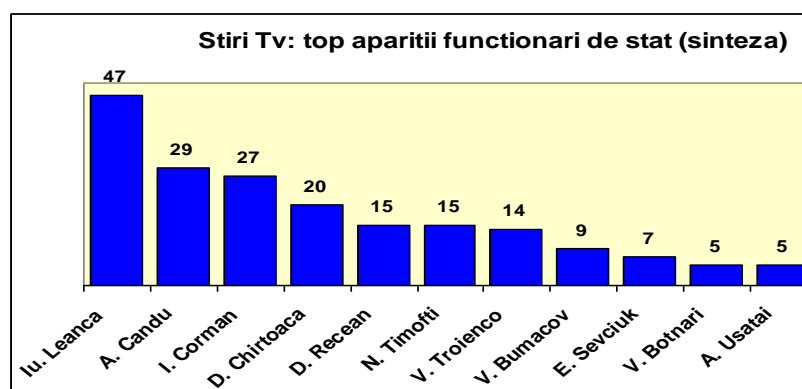
GRT	Frecvență apariții	Context		
Concurenți electorali		pozitiv	negativ	neutru
PSRM	6	0	0	6
PCRM	5	0	0	5

PDM	5	0	0	5
PLDM	3	0	0	3
BE-UV	2	0	0	2
PL	2	0	0	2
PPCD	2	0	0	2
PPP	2	0	0	2

2.2 Televiziuni. Generalizări frecvență și context știri electorale

2.2.1 Frecvență apariții funcționari de stat

În perioada 09 -15 noiembrie, cumulativ, în știrile electorale de la televiziunile monitorizate, au fost prezenți 35 de funcționari de stat. Cea mai mare vizibilitate a avut-o premierul Iu.Leancă – 47 de apariții, vicepremierul A.Candru – 29 de apariții și speakerul I.Corman – 27 de apariții (a se vedea diagrama alăturată). Aparițiile premierului au oscilat între 1, la Canal Regional, și 7 – la Pro Tv și Tv7.



2.2.2 Frecvență apariții politicieni

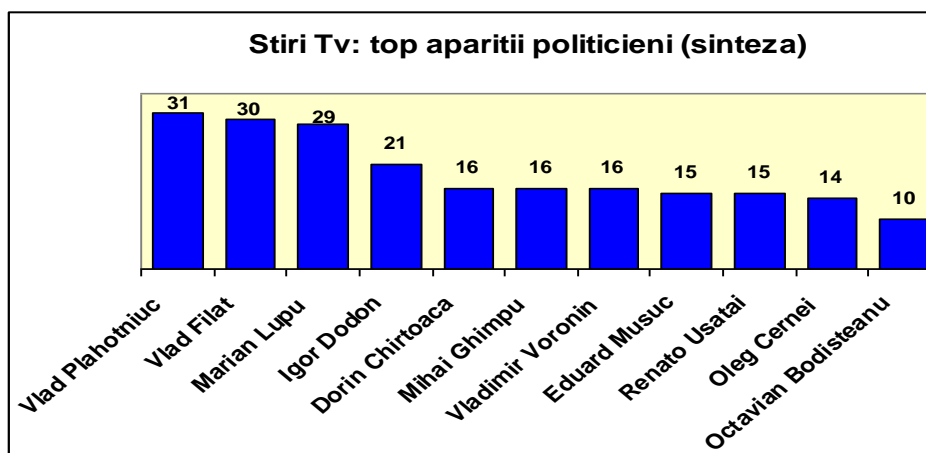
Televiziunile monitorizate au mediatizat în știri, cumulativ, 111 politicieni. În rândul politicienilor cu cele mai multe apariții în știrile electorale întâietatea o dețin V.Plahotniuc, V.Filat și M.Lupu – cu 31, 30 și, respectiv, 29 de apariții (a se vedea diagrama de mai jos).

Din 31 de apariții ale lui V.Plahotniuc, 11 revin la Jurnal Tv și 6 – la Accent Tv și 14 – la 5 televiziuni. Respectivul politician nu se regăsește în topul politicienilor de la 5 televiziuni – GRT, Canal Regional, N4, Tv 7 și Moldova 1.

Din 30 de apariții ale liderului PLDM, V.Filat, 16 au fost înregistrate la 3 televiziuni – N 4, de 6 ori; Accent Tv și Tv7, de câte 5 ori. V.Filat, nu a apărut în știrile electorale de la 5 din cele 12 televiziuni monitorizate: la Prime Tv, Canal 3, Canal 2, Canal Regional și GRT.

Din 29 de apariții ale liderului PDM, M.Lupu, 18 s-au regăsit în știrile electorale de la Jurnal Tv – de 8 ori; Canal 2 și Accent Tv – de câte 5 ori. M.Lupu nu a apărut în topul politicienilor la 6 televiziuni – Moldova 1, Tv7, N4, Accent Tv, Canal Regional și GRT.

Ca și în 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 cei 24 de concurenți electorali mediatizați în știri la televiziunile monitorizate cea mai mare vizibilitate, ca și data trecută, a avut-o, detașat, PDM – 201 apariții (a se vedea diagrama alăturată).

Din cele 201 de apariții ale PDM în știrile electorale 91 (45%) au fost difuzate la 3 televiziuni – Jurnal Tv (44), ProTv (25) și Accent Tv (22), iar 81 (40%) – la 4 televiziuni: Prime Tv (20), Publika Tv (22), Canal 2 (19) și Canal 3 (20). În săptămâna trecută cota aparițiilor PDM la cele 4 televiziuni era de 62,9% din numărul total de știri electorale.

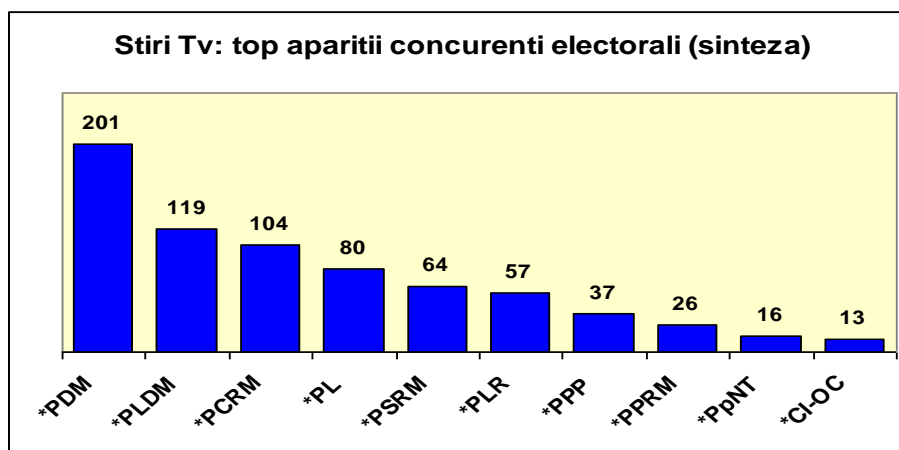
PLDM, din 119 apariții, 55 (46%) au fost atestate la 3 televiziuni – Tv7 (19), N 4 (18) și Accent Tv (18). Alte 26 de apariții (22%) au revenit canalelor Pro Tv (13) și Jurnal Tv (13).

Din 104 de apariții ale PCRM 47 (45%) au fost „asigurate” de 3 televiziuni – Publika Tv (17), Canal 3 (17) și Prime Tv (13).

PLR din 57 de apariții 32 (56%) le-a avut la 3 televiziuni – Moldova 1 (16), Pro Tv (9) și Jurnal Tv (7).

Data trecută ocupanții primelor 3 poziții întruneau: PDM – 205 apariții; PCRM – 87 și PLDM – 74.

În perioada curentă ocupanții primelor 3 poziții întrunesc: PDM – 201 apariții; PLDM – 119 și PCRM - 104. Data trecută decalajul între prima și a doua poziție constituia 118 apariții, acum – 82.

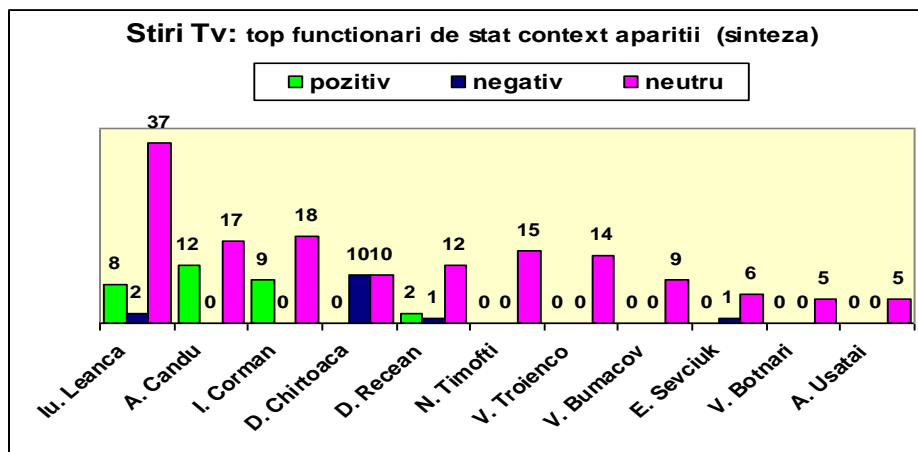


2.2.4 Context apariții funcționari de stat

De cele mai multe ori funcționarii de stat au fost prezentați în știri electorale în context neutru.

În context pozitiv au fost plasați 4 funcționari, iar cel mai des – A.Candu, de 12 ori; I.Corman, de 9 ori și Iu.Leancă – de 8 ori.

În context negativ au fost plasați, de asemenea, 4 funcționari, iar cel mai des, ca și în ultimele două perioade de monitorizare – D.Chirtoacă – de 10 ori.

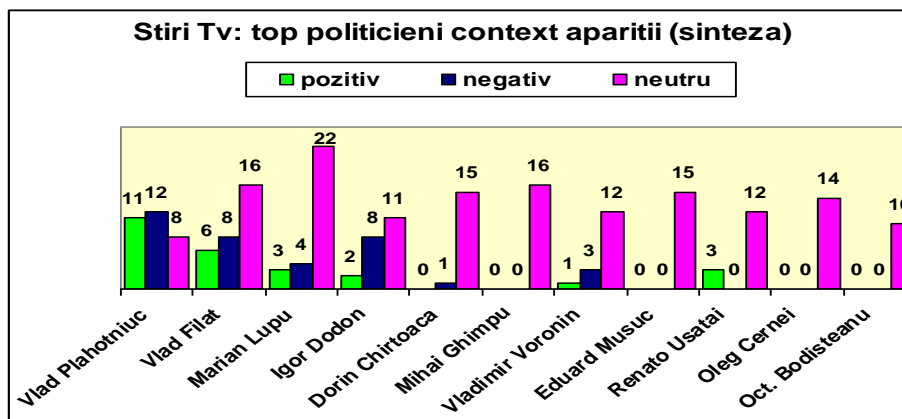


2.2.5 Context apariții politicieni

Cu o singură excepție (V.Plahotniuc), politicienii au apărut în știrile electorale de cele mai dese ori în context neutru (a se vedea diagrama alăturată).

În context pozitiv au fost plasați 6 politicieni, iar cel mai des – V.Plahotniuc, de 11 ori, și V.Filat, de 6 ori. 10 din 11 apariții în context pozitiv ale politicianului V.Plahotniuc au fost atestate în știrile electorale de la 4 televiziuni – Prime Tv, Publika Tv, Canal 2 și Canal 3. Cele 6 apariții în context pozitiv ale politicianului V.Filat au fost atestate în știrile electorale de la 2 televiziuni – Tv 7 și N4 (data trecută – 7 din 8 apariții au revenit acestor televiziuni).

În context negativ cel mai des au fost plasați în știri electorale V.Plahotniuc, de 12 ori, V.Filat și I. Dodon, de câte 8 ori. V.Plahotniuc a apărut de 8 ori la Jurnal Tv și de 4 ori – la Accent Tv. V.Filat în 5 rânduri a apărut în context negativ la știrile de 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 alăturată).

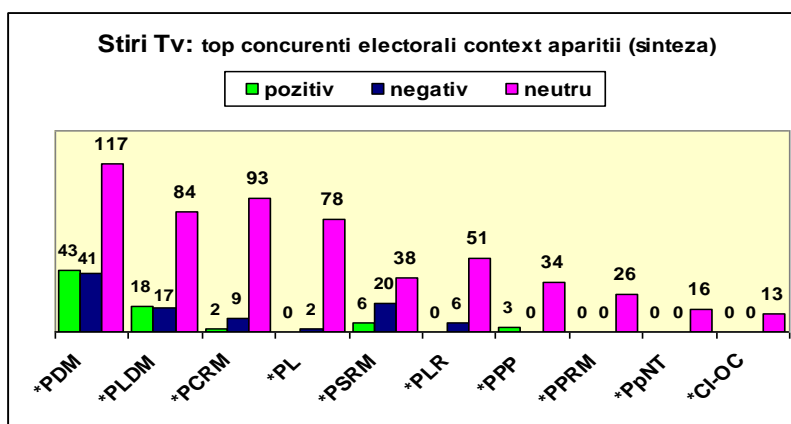
Cinci concurenți au apărut în știri electorale și-n context pozitiv, iar cel mai des – PDM, de 43 de ori (data trecută – de 73 de ori). În 39 de rânduri (90,6%) (data trecută – în 93,1%) PDM a fost plasat în context pozitiv la televiziunile Prime Tv (12), Publika Tv (11), Canal 2 (8) și Canal 3 (8). PLDM a apărut în context pozitiv în 18 rânduri, inclusiv de 13 ori (72%) – la Tv7 (7), și la N4 (6).

În context negativ cel mai des au apărut PDM, PSRM și PLDM.

Din 41 de apariții ale PDM în context negativ 36 (88%) au fost atestate la două televiziuni – Jurnal Tv – de 19 ori, și la Accent Tv – de 17 ori.

PSRM „a acumulat” cele 20 de apariții în context negativ în mod relativ proporțional de la televiziunile monitorizate.

La PLDM, din 17 apariții în context negativ, 13 (76%) au fost atestate în știrile electorale de la Accent Tv.



Concluzii:

- în săptămâna a doua a lunii noiembrie televiziunile monitorizate au difuzat un număr de știri electorale comparabil cu cel din perioada anterioară;
- pe trei segmente monitorizate - numărul știrilor electorale cu caracter conflictual; numărul știrilor conflictuale scrise în temeiul unei singure surse de informații și atitudinea reporterilor situația a rămas aceeași ca și în perioada precedentă;
- televiziunile monitorizate au asigurat în știri un anumit echilibru al prezenței în știrile electorale a funcționarilor de stat;
- 9 televiziuni au asigurat în știrile electorale un echilibru relativ al politicianilor. În același timp, *Publika Tv* și *Canal 3* au demonstrat exces de zel în frecvența prezentării unui politician – V.Plahotniuc, inclusiv în context pozitiv. *Jurnal Tv* a prezentat în știri dezechilibrat ca frecvență doi politicieni – V.Plahotniuc și M.Lupu, inclusiv în context negativ;
- televiziunile monitorizate, mai puțin *GRT*, au admis în știri un dezechilibru clar în numărul de apariții ale concurenților electorali: la *Moldova 1* dezechilibrul a fost creat de frecvența aparițiilor PLR; la *Prime Tv* – de PDM; la *Publika Tv* – de PDM și PCRM; la *Canal 2* – de PDM; la *Canal 3* – de PDM și PCRM; la *ProTv* – de PDM; la *Tv 7* – de PLDM; la *Jurnal Tv* – de PDM; la *N4* – de PLDM; la *Accent Tv* – de PDM, PLDM și PPP; la *Canal Regional* – de PSRM;
- *Prime Tv*, *Publika Tv*, *Canal 2* și *Canal 3* au exagerat prin numărul mare de apariții ale unui concurent electoral – PDM, în context pozitiv;
- *N4* și *Tv7* au exagerat prin numărul mare de apariții ale unui concurent electoral – PLDM, în context pozitiv, iar *Accent Tv* – prin numărul de apariții ale PSRM;
- *Jurnal Tv* a exagerat prin numărul mare de apariții ale unui concurent electoral – PDM, în context negativ, iar *Accent Tv* – prin numărul de apariții în context negativ a doi concurenți electorali – PDM și PLDM.

Concluzie generală

Televiziunile care în perioadele anterioare au favorizat masiv pe unii protagoniști și i-au defavorizat pe alții, prin numărul și contextul aparițiilor în știrile electorale, de data aceasta și-au mai temperat zelul, dar nici pe departe în măsura care să permită a întrevădea o tendință spre reflectarea adecvată a alegerilor parlamentare.

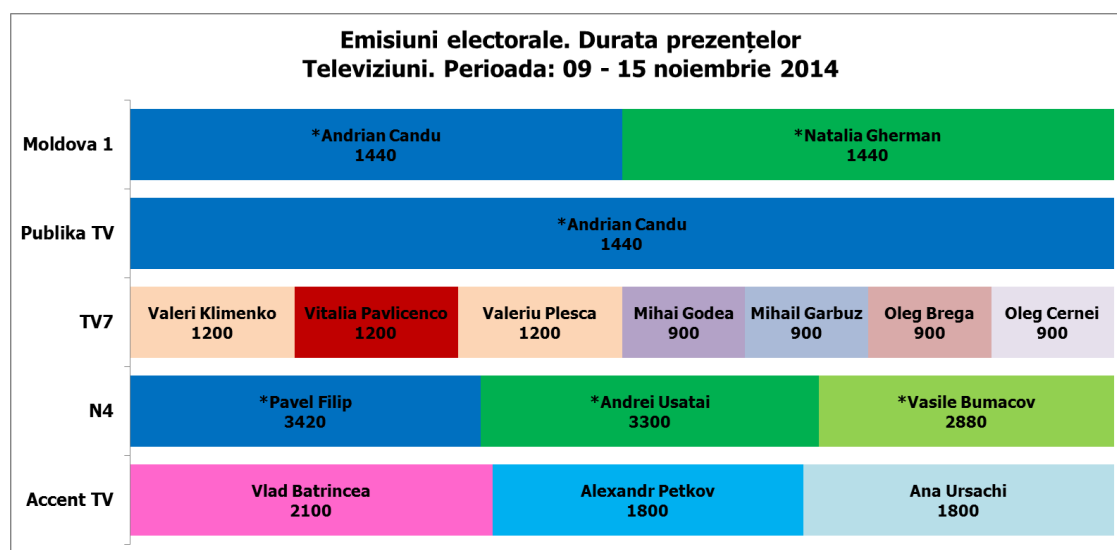
2.3 Televiziuni. Emisiuni cu caracter electoral. Date generale

În perioada 9-15 noiembrie 2014, 9 din cele 12 posturi tv monitorizate au difuzat împreună 32 de emisiuni cu caracter electoral, durata acestora fiind de aproape 27 de ore. Prime TV, Pro TV Chișinău și Canal Regional nu au pus pe post nicio emisiune cu caracter electoral în această perioadă.

Vorbind despre durată, menționăm că emisiunile de la Publika TV, deși nu au fost cele mai numeroase, au durat cel mai mult.

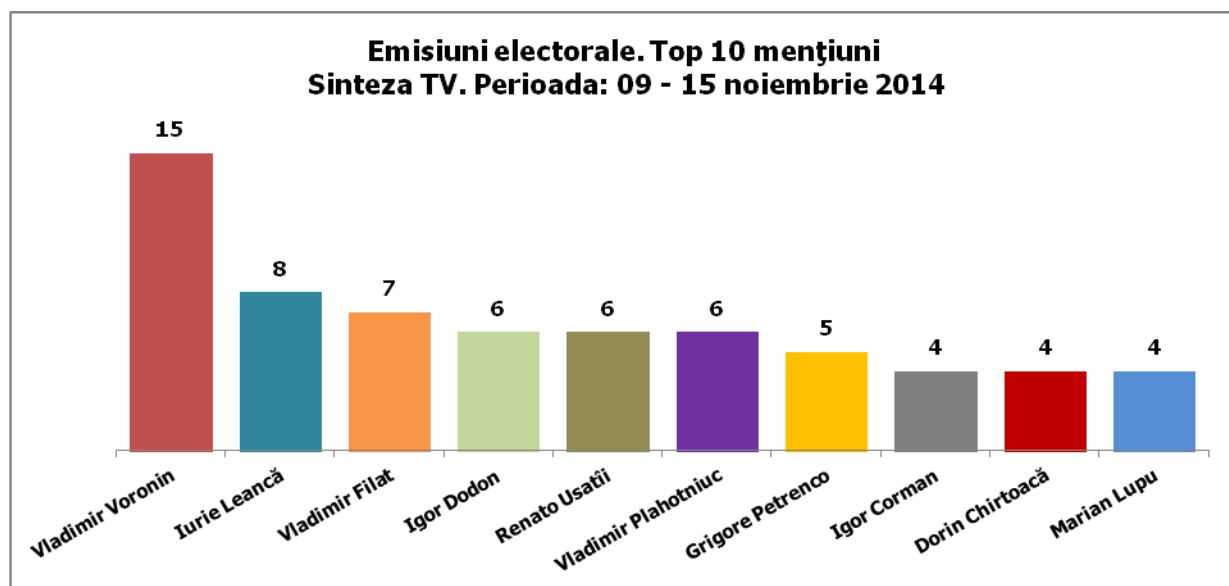
Postul TV	Titlul emisiunii	Număr emisiuni	Durata (ore/min/sec)
Moldova 1	Moldova în direct	3	4:47:12
Prime TV	Replica	-	-
Publika TV	Fabrika	4	4:52:16
Canal 2	Tema zilei	5	3:39:32
Canal 3	Особое мнение	5	0:16:53
Pro TV Chișinău	În profunzime	-	-
TV7	Politica	4	4:19:09
Jurnal TV	Cabinetul din umbră	1	1:44:00
N4	Puterea a patra	4	3:39:15
Accent TV	1+1	5	2:49:46
Canal Regional	Loc de dialog	-	-
GRT	Лицом к региону	1	0:42:25
Total		32	26:50:28

În perioada de referință, cinci din cele nouă posturi tv care au difuzat emisiuni cu caracter electoral, au avut ca invitați în studio 5 protagoniști din rândul *funcționarilor de stat* și 10 *politicieni*. Dintre *funcționarii de stat*, unul a fost invitat în emisiunile de la două posturi tv, cu o durată a intervențiilor identică la ambele televiziuni (Andrian Candu la *Moldova în direct* de la Moldova 1 și la *Fabrika* de la Publika TV).



În același timp, în cele 100 de mențiuni din cadrul emisiunilor cu caracter electoral, au fost vizate 36 de persoane. Cumulat, cel mai des a fost menționat Vladimir Voronin (de 15 ori), urmat de Iurie Leancă (de 8 ori), Vladimir Filat (de 7 ori), Igor Dodon, Renato Usatî și Vladimir Plahotniuc (de

câte 6 ori), Grigore Petrenco (de 5 ori), Igor Corman, Dorin Chirtoacă și Marian Lupu (de câte 4 ori).

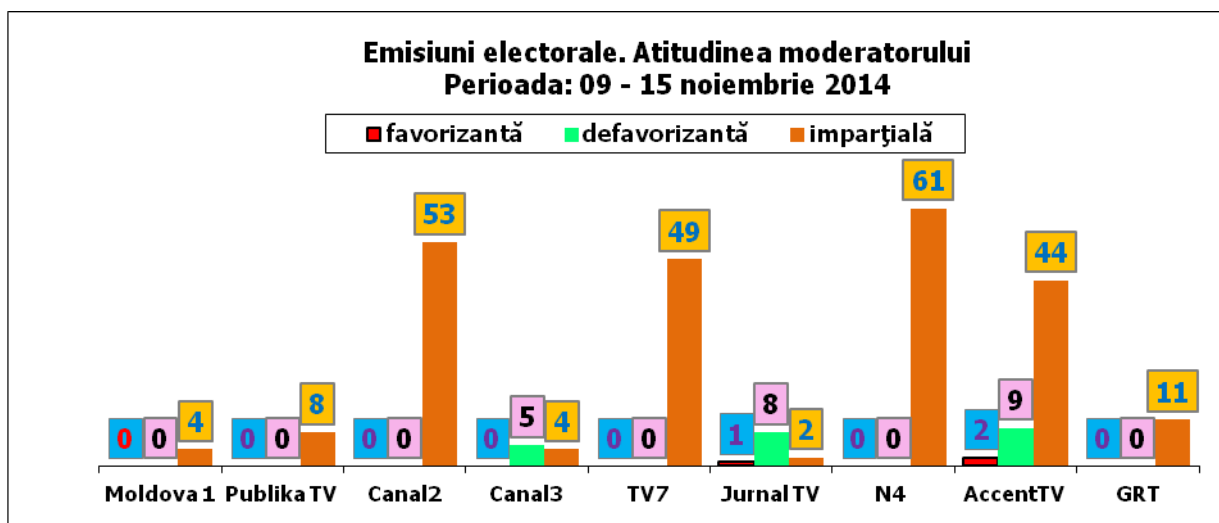


Protagonistii nominalizați au fost menționați în mod diferit în emisiunile de la posturile de televiziune monitorizate. Din cei 10, Vladimir Voronin a avut cea mai mare vizibilitate, fiind menționat în emisiunile cu caracter electoral de la șapte posturi tv din nouă. Alți 5 protagoniști din top 10 au fost menționați la emisiunile de la patru posturi tv din nouă, și 4 protagoniști – la emisiunile de la trei posturi din nouă.

Nr	Protagonisti	Mold.1	Publika	Canal2	Canal3	Tv7	Jurnal	N4	A-Tv	GRT	Total
1	Vladimir Voronin	-	1	3	2	2	1	3	3	-	15
2	Iurie Leancă	-	-	2	-	1	-	3	2	-	8
3	Vlad Filat	-	-	1	-	2	-	3	1	-	7
4	Igor Dodon	-	-	2	-	1	1	2	-	-	6
5	Renato Usatii	-	-	2	-	1	-	1	2	-	6
6	Vlad Plahotniuc	-	-	-	-	2	1	-	3	-	6
7	Grigore Petrenco	-	1	3	-	-	-	-	1	-	5
8	Igor Corman	2	1	-	-	-	-	-	1	-	4
9	Dorin Chirtoacă	-	-	2	-	1	-	1	-	-	4
10	Marian Lupu	-	1	1	-	-	1	-	1	-	4

Atitudinea moderatorilor în cadrul emisiunilor cu caracter electoral din perioada 09-15 noiembrie 2014 a fost, în majoritatea cazurilor, *imparțială*. În 236 de cazuri din 261, moderatorii nu au manifestat un comportament care să trădeze părtinire sau o atitudine defavorizantă față de un protagonist personalizat sau instituționalizat. Excepție, în acest sens, constituie 3 cazuri de *favorizare* și 22 de *defavorizare* a unui protagonist (a se vedea diagrama de mai jos). Cazurile de *favorizare* a unui protagonist a fost înregistrate la emisiunea *1+1* de la Accent TV față de Ana Ursachi, precum și la *Cabinetul din Umbră* de la Jurnal TV și la *1+1* de la Accent TV, față de PLR. O *atitudine defavorizantă*, pe de altă parte, au avut moderatorii emisiunilor: *Особое мнение* de la Canal 3 (o dată, față de Vasile Tarlev, o dată față de Vladimir Voronin, de două ori față de PCRM și o dată față de PR), *Cabinetul din umbră* de la Jurnal TV (câte o dată, față de Igor Dodon, Vladimir Plahotniuc, Marian Lupu, Vladimir Voronin, de două ori față de PDM, câte o dată față de PCRM și

PSRM), 1+1 de la Accent TV (o dată față de Nicolae Timofti, de două ori față de Vladimir Plahotniuc, de patru ori față de PDM, câte o dată față de PLDM și PL).



Concurenții electorali au avut o vizibilitate diferită în cadrul emisiunilor cu caracter electoral de la cele 9 posturi tv. Cumulat, opt posturi au mediatizat 19 concurenți electorali din 26. Numărul concurenților mediatizați în cadrul celor 32 de emisiuni cu caracter electoral variază între 3 (la Publika TV și Canal 3) și 15 (la TV7). În cadrul emisiunii *Moldova în direct* de la Moldova 1 nu au fost mediatizați concurenții electorali. Datele monitorizării arată că emisiunea *Politica* de la TV7 a oferit cea mai mare diversitate a vocilor în acest sens, mediatizând 15 concurenți electorali din 26 înscriși în cursă. La polul opus se află Publika TV și Canal 3, care au prezentat câte trei concurenți electorali din 26. De asemenea, menționăm faptul că PCRM a fost menționat în cadrul emisiunilor cu caracter electoral de la opt posturi tv, având cea mai mare vizibilitate. Alți 7 concurenți electorali au fost mediatizați de câte o singură televiziune.

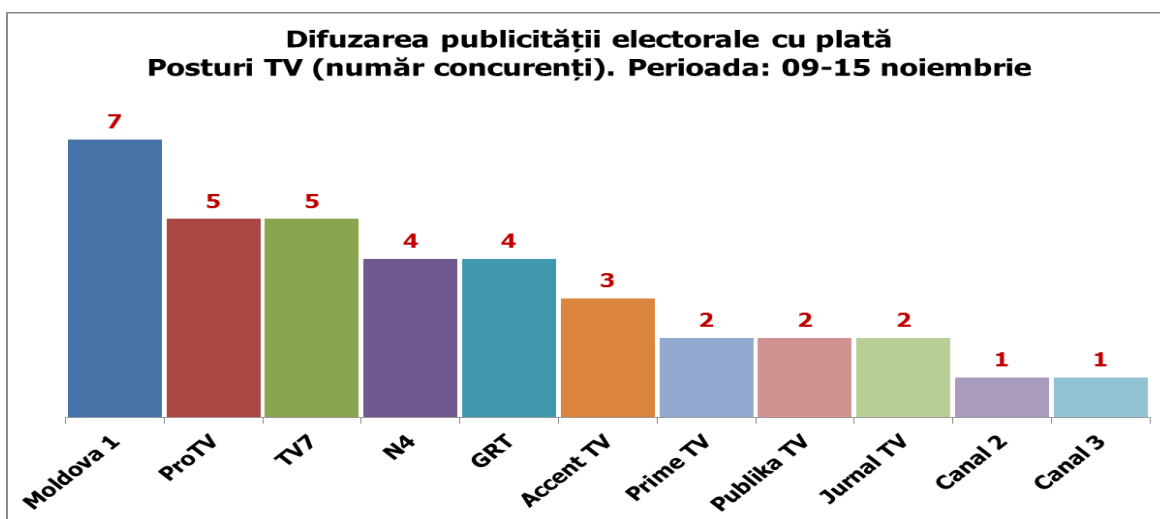
Nr.	Moldova 1	Publika	Canal2	Canal3	Tv7	Jurnal	N4	A-Tv	GRT
Concurenți	0	3	8	3	15	6	12	8	6
1		PCRM	PCRM	PCRM	CI-VP	PDM	PLDM	PSRM	PCRM
2		PDM	PDM	PDM	MR	PCRM	PCRM	PLR	PDM
3		PPP	PL	PR	PNL	PL	PL	PDM	PL
4			PLDM		CI-OB	PLDM	PSRM	PLDM	PLDM
5			PNL		CI-OC	PLR	PPRM	PCRM	PPP
6			PPCD		PAD	PSRM	PDM	PPP	PSRM
7			PPP		PPM		PNL	PL	
8			PSRM		PLDM		MR	PCR	
9					PCRM		PCR		
10					PDM		PLR		
11					MPA		PPP		
12					PL		PR		
13					PPCD				
14					PPP				
15					PSRM				

Concluzii:

- În perioada 9-15 noiembrie 2014, 9 din 12 posturi tv monitorizate au difuzat împreună 32 de emisiuni cu caracter electoral, numărul acestora variind de la o emisiune la cinci. Trei posturi tv (*Prime TV, Pro TV Chișinău și Canal Regional*) nu au difuzat astfel de emisiuni;
- În cadrul celor 32 de emisiuni cu caracter electoral, 15 persoane au avut intervenții directe, fiind invitate în platou;
- Moderatorii emisiunilor au avut o atitudine părtinitoare față de protagoniștii personalizați și instituționalizați de 25 de ori, fiind semnalate 3 cazuri de *favorizare* și 22 de cazuri de atitudine *defavorizantă* față de protagoniști;
- În cadrul emisiunilor cu caracter electoral de la 9 posturi tv au fost mediatizați 19 concurenți electorali din 26 înscriși în cursă;
- Cei mai mulți concurenți electorali au fost mediatizați la emisiunea *Politica* de la *TV7* (15), iar cei mai puțini – la *Fabrika* de la *Publika TV* și la *Особое мнение* de la *Canal 3* (câte 3);
- PCRM a fost concurentul electoral cu cea mai mare vizibilitate, fiind menționat în cadrul emisiunilor de la 8 posturi tv din 9.

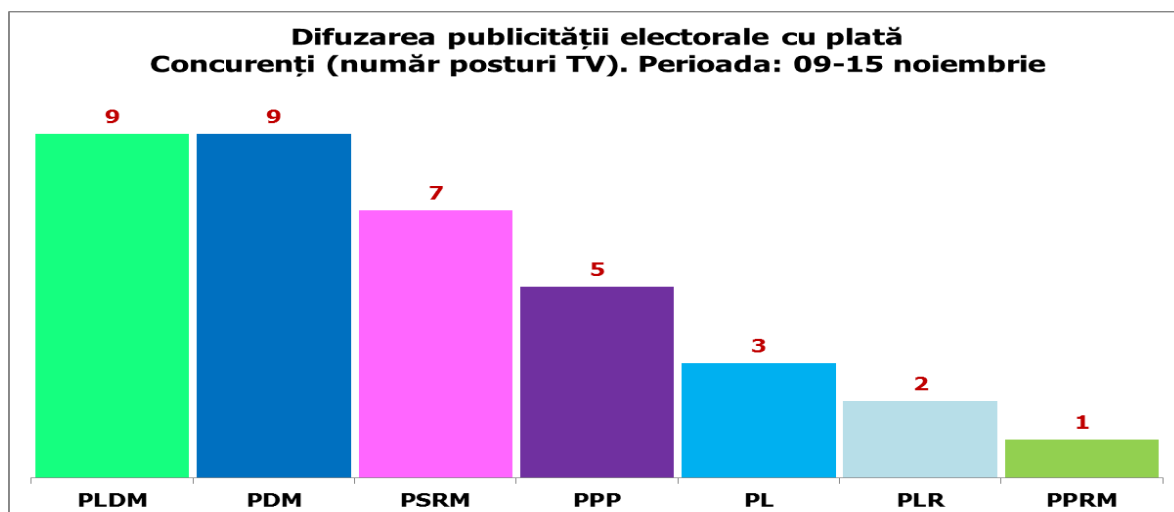
2.4 Publicitate electorală

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, șapte concurenți (PLDM, PDM, PL, PLR, PPP, PSRM, PPRM) au plasat publicitate electorală la televiziunile vizate. Moldova 1 este singurul post tv care a difuzat spoturile electorale ale celor șapte concurenți. Două televiziuni (Pro TV Chișinău și TV7) au difuzat publicitatea electorală cu plată a cinci concurenți electorali (PLDM, PDM, PL, PSRM și PLR/PPP). Alte două posturi tv (N4 și GRT) au pus pe post publicitatea electorală contra plată a patru concurenți (PLDM, PDM, PPP, PSRM), un post (Accent TV) a difuzat publicitatea a trei concurenți (PLDM, PPP, PSRM), trei posturi au difuzat publicitatea a doi concurenți: Prime TV și Publika TV au pus pe post spoturile electorale ale PLDM și PDM, iar Jurnal TV – ale PLDM și PSRM. Canal 2 și Canal 3 au difuzat publicitatea unui singur concurent electoral (PDM).



Ca și în perioada precedentă de raport, doi concurenți electorali (PLDM și PDM) au difuzat publicitatea cu plată la câte 9 televiziuni din 11, iar un concurent (PSRM) – la 7 posturi tv. Un concurent – PPP, și-a sporit vizibilitatea, plasând publicitate electorală cu plată la cinci televiziuni.

Trei concurenți electorali (PL, PLR și PPRM) au menținut numărul de posturi tv pentru plasarea spoturilor publicitare din perioada anterioară de monitorizare (trei, două și, respectiv, un post tv).



În perioada 9-15 noiembrie 2014 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;
- Șapte concurenți electorali au plasat publicitate contra plată la cele 11 posturi tv;
- Șase concurenți electorali (PLDM, PDM, PSRM, PL, PLR, PPRM) au plasat publicitatea electorală cu plată la aceleași posturi tv ca și în perioada precedentă de raport;
- Un concurent electoral (PPP) și-a sporit vizibilitatea plasând spoturi electorale la 5 posturi tv, față de un post în perioada anterioară;
- Cea mai mare vizibilitate prin intermediul spoturilor electorale au avut-o PLDM și PDM, iar cea mai mică – PPRM;
- În perioada de raport nu au fost înregistrate abateri de la regulile privind plasarea publicității contra plată la tv.

2.5 Dezbateri electorale

În perioada 9-15 noiembrie 2014, 7 posturi de televiziune din 12 monitorizate au organizat împreună 19 dezbateri electorale (14 în limba română și 5 în limba rusă) cu o durată totală de 930 de minute. Cele 19 emisiuni de dezbateri s-au repartizat astfel: Moldova 1 și GRT au difuzat câte 3 emisiuni; Publika TV și Jurnal TV – câte 4 emisiuni; Prime TV și Accent TV – câte 2 emisiuni; Canal Regional – o emisiune.

Cumulat, cele 7 posturi tv au avut 69 de invitați la dezbaterile electorale, reprezentanți ai tuturor celor 26 de concurenți electorali înscriși în cursă pentru alegerile parlamentare din 30 noiembrie 2014, precum și 4 invitați care nu s-au prezentat la dezbateri. Nominal, vorbim despre 42 de persoane prezente la dezbaterile electorale organizate de cele 7 posturi de televiziune, deoarece 16 protagoniști au participat de câte 2, 3 sau 4 ori la dezbaterile de la diferite posturi tv. Astfel, un concurent electoral (PSRM) a avut 5 participări la dezbateri, 6 concurenți (PAD, PPRM, PNL, BE-UV, PCR, PLDM) – câte 4 participări, 7 concurenți (UCM, MPA, PFP, PLR, PL, PDA, PPCD) – câte 3 participări, 7 concurenți (CI-VP, CI-OB, PPM, PVE, PCRM, PDM, PL) – câte 2 participări, și 5 concurenți (CI-OC, MR, PpNT, PPP, CI-AD) – câte o participare.

Cumulat, moderatorii dezbaterilor electorale au fost imparțiali față de invitați (în 59 din 69 de cazuri). În emisiunile de dezbateri de la 5 posturi tv din 7, moderatorii au avut o atitudine sută la sută *imparțială* față de concurenții electorali. Două posturi (Moldova 1 și Jurnal TV) au admis derogări în acest sens. La cele două posturi s-au înregistrat un caz de *favorizare* și 9 de *defavorizare* a participanților la dezbateri.

O atitudine *favorizantă* a avut-o echipa de filmare din cadrul dezbaterilor electorale (în limba rusă) de la Jurnal TV față de invitata Ana Ursachi, prezentă în emisiune pe data de 7 noiembrie 2014. Drept *favorizant* a fost catalogat comportamentul cameramanului, care a dat în prim-plan reprezentanta PLR, vizibil mai mult timp decât pe ceilalți participanți la dezbateri. De asemenea, 6 cazuri de defavorizare din 9 s-au înregistrat la același post de televiziune. În emisiunea de pe 7 noiembrie, în două rânduri, moderatorul a avut o atitudine mai degrabă *defavorizantă* față de reprezentanții PNL (Vitalia Pavlicenco) și PCR (Ruslan Popa). Prin replicile utilizate și modalitatea de formulare a întrebărilor, moderatorul nu a respectat prevederile 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*. Alte 4 cazuri de *defavorizare* a concurenților electorali s-au înregistrat în emisiunile de dezbateri (în limba română) de pe 10 noiembrie (față de reprezentantul PR, Leonid Tabără), și de pe 11 noiembrie, când moderatorul a avut un comportament neadecvat față de toți participanții la dezbateri, defavorizându-i prin replici, comentarii, întrebări și reproșuri lipsite de echidistanță (Anatol Prohnițchi – PVE, Mihai Petrache – UCM, Igor Țurcanu – PPM).

Celelalte 3 cazuri de *defavorizare* a unui concurent electoral s-au atestat la dezbaterile de la Moldova 1. În emisiunea de pe 10 noiembrie 2014, prin modalitatea de exprimare, întreruperea discursului invitatului și expunerea unei opinii personale față de partidul invitatului în platou, moderatorul a manifestat un comportament *defavorizant* față de reprezentantul PPP, Ilian Cașu, încălcând, astfel, p. 43 din *Regulamentul CEC*. Alte două cazuri de tratament *defavorizant* față de un concurent electoral s-au înregistrat pe 11 și pe 12 noiembrie 2014. În emisiunea de pe 11 noiembrie, prin reproșul adus reprezentantului UCM, Dan Petrache, privind nivelul scăzut de vizibilitate a partidului, precum și prin referirea la UCM ca la o „afacere de familie”, moderatorul a manifestat un comportament neadecvat față de invitat. Aceeași observație este valabilă și în cazul candidatului independent, Oleg Brega, invitat în emisiunea de pe 12 noiembrie. Supozițiile și zvonurile pe care le-a invocat moderatorul în discuția cu invitatul se înscriu în categoria *comportament neadecvat* față de un concurent electoral și încălcă p. 43 din *Regulamentul CEC*.

Concluzii:

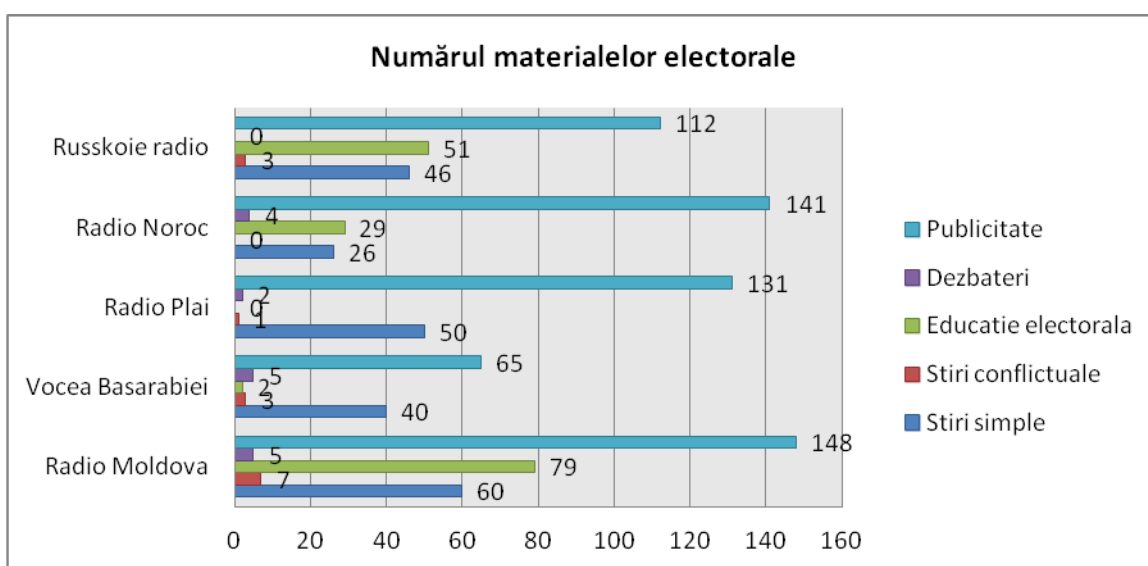
- În perioada 9-15 noiembrie 2014, 7 din cele 12 posturi tv monitorizate au difuzat emisiuni de dezbateri electorale;
- Cumulat, reprezentanții tuturor celor 26 de concurenți electorali înscriși în cursa pentru alegerile parlamentare din 30 noiembrie au fost prezenți la dezbaterile electorale televizate;
- 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. Mai mult, în cazul unei emisiuni de dezbateri, moderatorul a avut o atitudine *defavorizantă* față de toți invitații în platou, ceea ce constituie un semnal de alarmă pentru postul tv (*Jurnal TV*), precum și atentează la înțelegerea corectă a noțiunii de „dezbateri electorale televizate” într-o societate democratică.

III. Rezultatele monitorizării posturilor de radio

3.1 Date generale radio

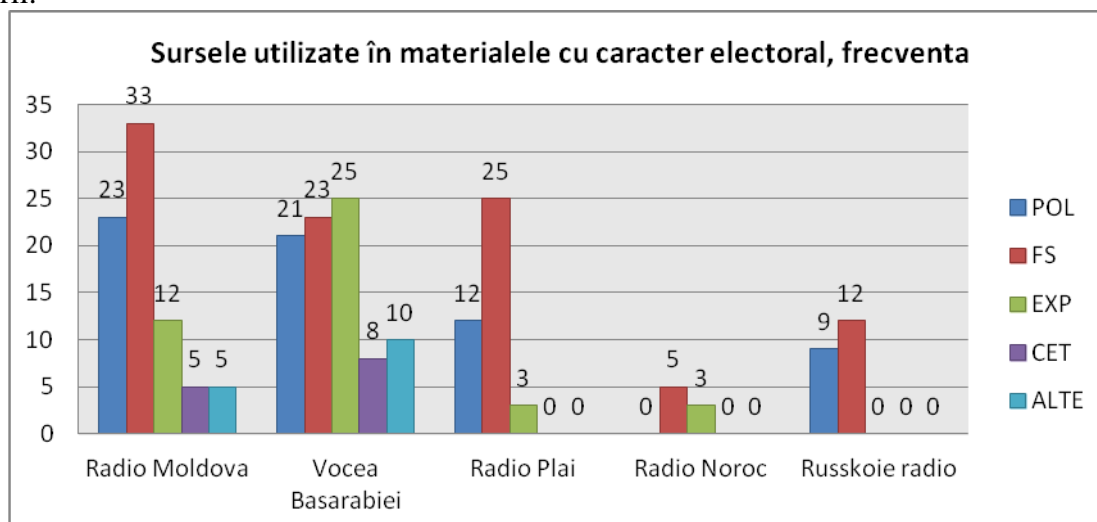
Posturile de radio monitorizate s-au implicat diferit în reflectarea campaniei electorale, unele punând accentul mai mult pe știri, iar altele mai mult pe materiale de educație electorală și dezbateri. Astfel, în perioada 9-15 noiembrie 2014, cele 5 posturi au difuzat în total 397 de materiale relevante prezentei monitorizări, dintre care 161 materiale de educație electorală, 222 de știri simple și 14 știri controversate. Volumul total al emisieii a fost de 6,75 ore. Totodată, în perioada de referință au fost puse pe post 16 emisiuni de dezbateri electorale, cu durată totală de 9,7 ore.

Cele mai active posturi au fost Radio Moldova și Russkoie radio, care au difuzat atât știri, cât și materiale de educație electorală, publicitate electorală. Ca și în perioada precedentă de monitorizare, Radio Noroc a avut cele mai puține știri, reflectând campania preponderent prin spoturi de educație electorală.

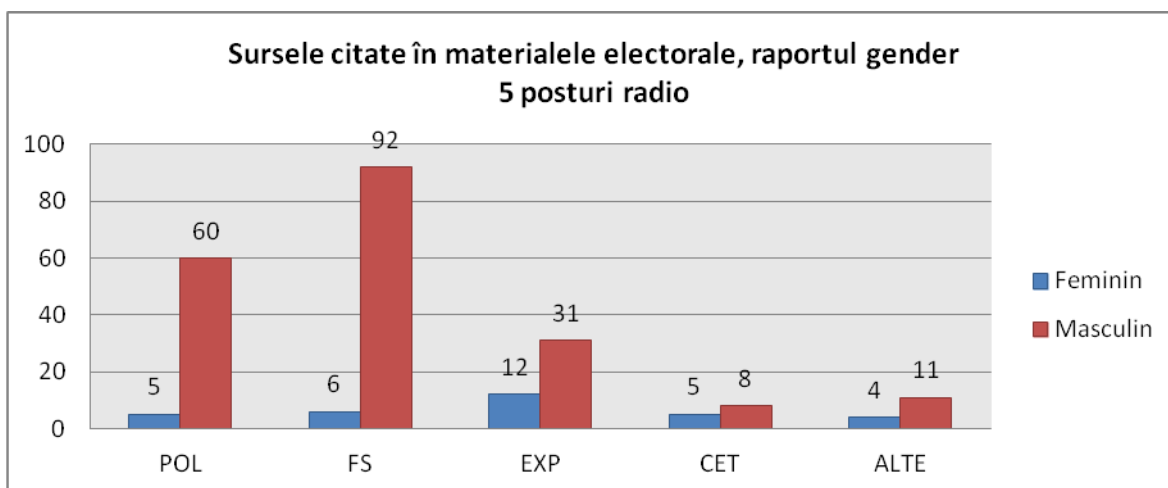


Știrile conflictuale au fost în parte echilibrate – 6 din 14, toate materialele echilibrate revenind Radio Moldova. Absoluta majoritate a materialelor relevante – 232 - au fost nepărtinitoare.

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 (86% versus 14% surse de sex feminin). Cea mai mare pondere a surselor de sex feminin se atestă în categoria experților și cetățenilor de rând (38 și, respectiv 28%), la celelalte categorii procentajul ce a revenit femeilor fiind mult mai mic (între 6 și 7%).



3.1.1 Radio Moldova

Radiodifuzorul public a difuzat în perioada de raport 146 de materiale relevante prezentei monitorizării, cu durată totală de 9010 secunde sau 2,5 ore. 79 din materiale au fost materiale de educație electorală.

Șapte din cele 67 de știri au avut caracter conflictual și marea majoritate (6) au fost echilibrate, prezentând două părți din conflict. Poziția jurnalistului nu a fost sesizată nici în unul din materialele monitorizate. Radio Moldova a reflectat activ activitatea CEC, dar și subiecte privind activitatea reprezentanților Guvernului (prelungirea contractului de livrare a gazelor naturale din Federația Rusia la un preț mai mic, modernizarea căilor ferate cu sprijinul BERD, ratificarea Acordului de asociere etc.).

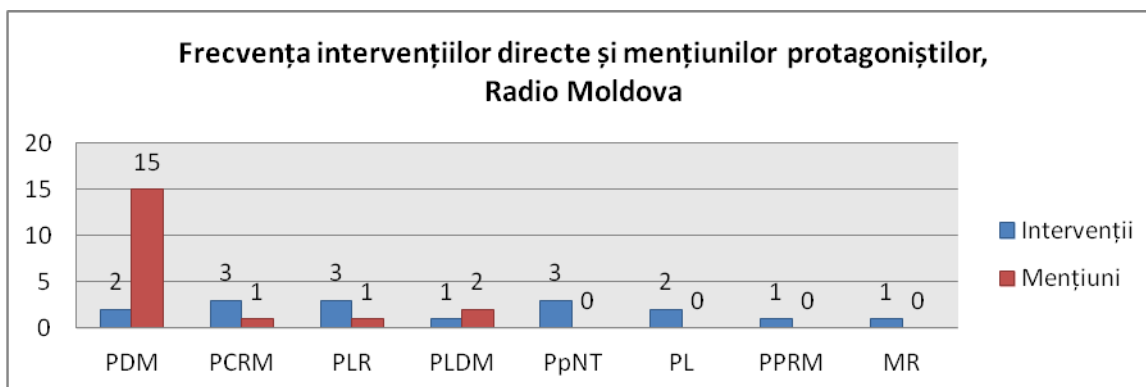
Ca surse, Radio Moldova a dat prioritate funcționarilor de stat, la care a apelat de 33 de ori (toți bărbați). La politicieni s-a recurs de 23 ori (21 bărbați și 2 femei), la experți – de 12 ori (6 bărbați), iar la cetățeni de rând - de 5 ori (4 bărbați).

Radiodifuzorul public a avut drept protagoniști reprezentanții a 7 concurenți electorali, în mare parte partidele din coaliția de guvernare și opoziția parlamentară, dar și 3 partide extraparlamentare. De cel mai mare volum au beneficiat PLR și PDM care au avut intervenții directe de 130 și, respectiv, 126 de secunde, urmați de PCRM cu 105 secunde, PpNT și PL cu 96 și, respectiv, 76 secunde. PLDM a beneficiat de 65 secunde, MR – de 40 secunde, iar PPRM – de 25 secunde.

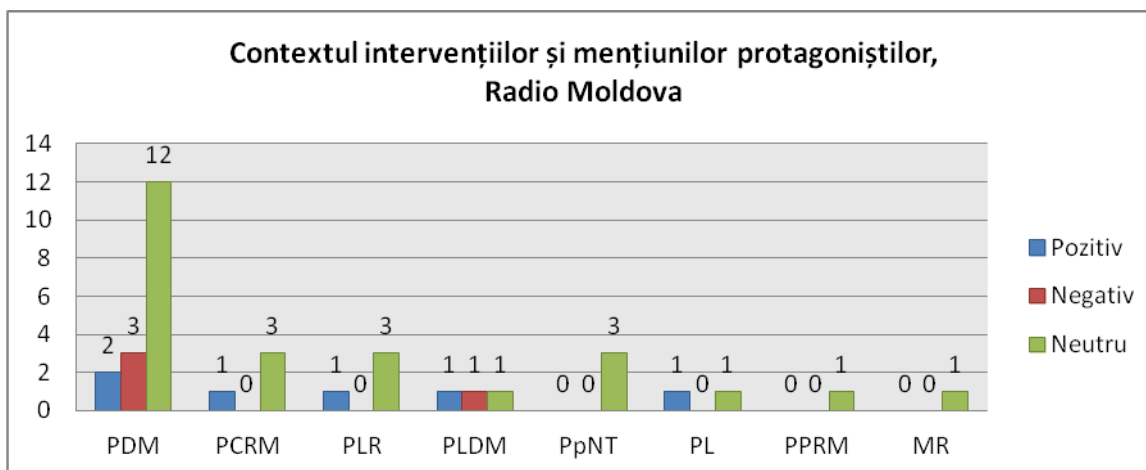
Reprezentanții PCRM și PpNT au avut câte 3 intervenții directe, PDM și PL - câte 2, iar PLDM, MR și PPRM - câte o intervenție directă. De cele mai deseori ori în știri a fost menționat PDM – 15 ori..

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.

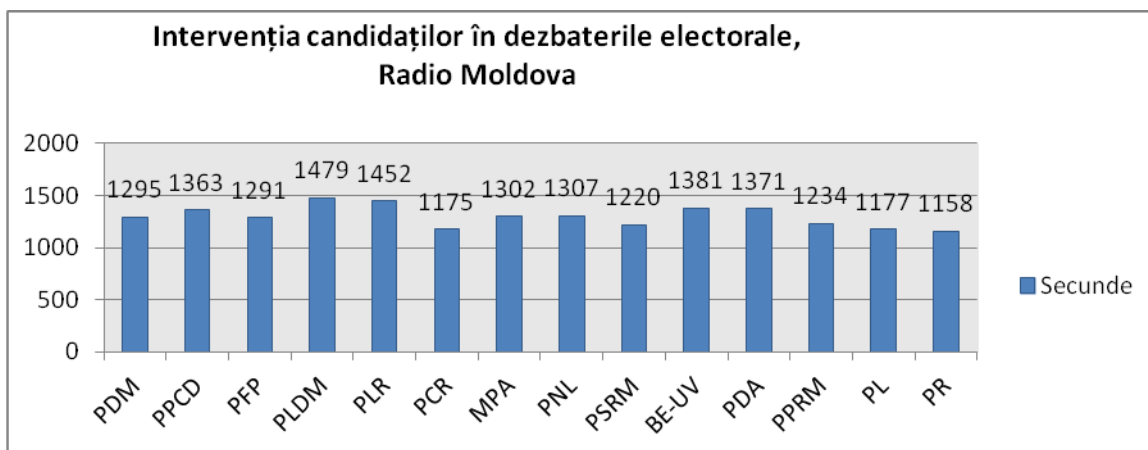


Contextul apariției protagoniștilor principali a fost preponderent neutru pentru majoritatea celor care au avut intervenții sau au fost menționați. PDM a apărut de 2 ori în context pozitiv, dar și de trei ori în context negativ, PLDM - în egală măsură în context pozitiv, negativ și neutru, PCRM și PL - și pozitiv, și neutru, iar PPRM, PpNT și MR – doar în context neutru.

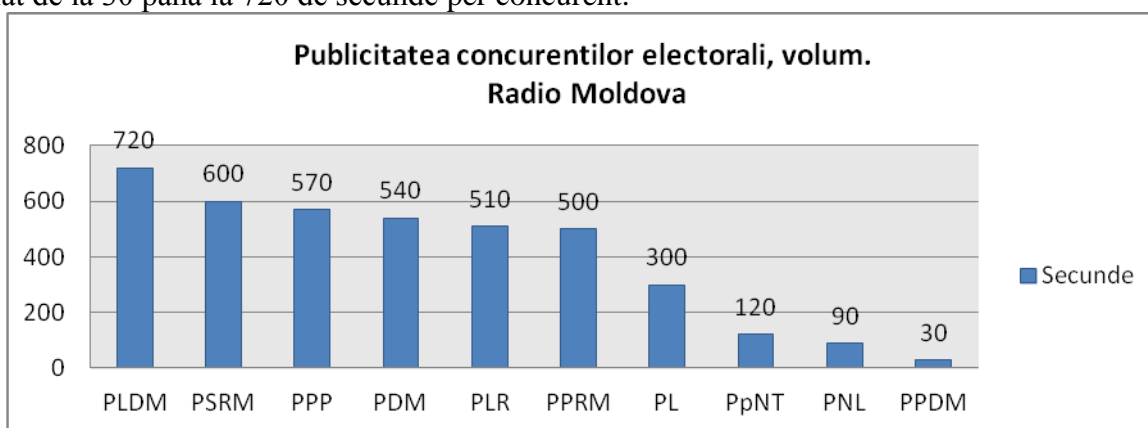


Reprezentanții Guvernului au avut 10 intervenții directe pe parcursul a 459 de secunde și au fost menționați de 24 de ori. Contextul aparițiilor a fost preponderent neutru și pozitiv (18 și, respectiv 15 ori). Dintre acestea, cele mai multe apariții și mențiuni în context pozitiv revin premierului Leancă, ministrului Economiei Candu și ministrului Agriculturii Bumacov – 11, 8 și, respectiv, 2 ori.

Radiodifuzorul public a pus pe post în perioada de referință 5 emisiuni de dezbateri la care au participat reprezentanți a 14 concurenți electorali – PDM, PPCD, PFP, PLDM, PLR, PCR, MPA, PNL, PSRM, BE-UV, PDA, PPRM, PL și PR.



Radio Moldova a difuzat în perioada de raport publicitatea a 10 concurenți electorali - PPRM (25 apariții), PLDM (24 apariții), PSRM (20 apariții), PPP (19 apariții), PDM (18 apariții), PLR (17 apariții), PL (10 apariții), PpNT (4 apariții), PNL (3 apariții) și PPDM (o apariție). Volumul a oscilat de la 30 până la 720 de secunde per concurent.



3.1.2 Vocea Basarabiei

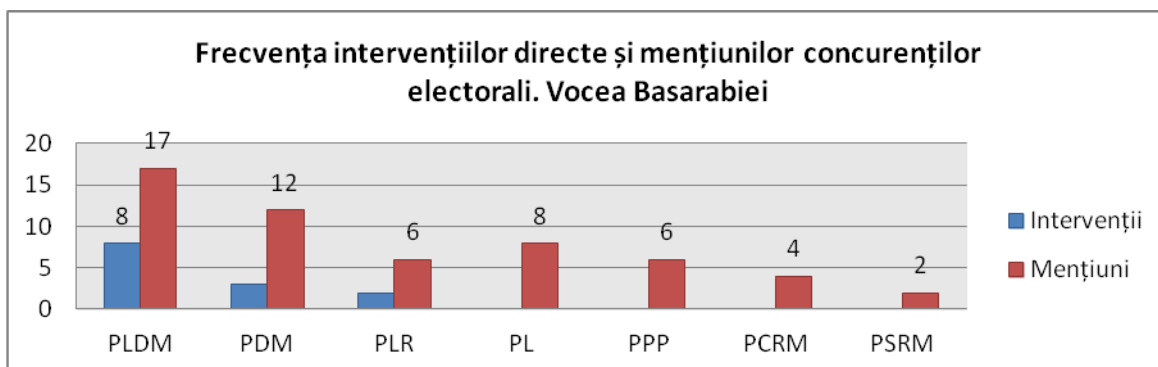
Postul de radio privat cu acoperire națională Vocea Basarabiei a difuzat în total 45 de materiale jurnalistice cu caracter electoral direct sau indirect, cu durată totală de 7410 secunde sau 2,1 ore. Marea majoritate a știrilor – 40 - au fost simple, iar trei au tratat subiecte controversate. Postul 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. 2 din cele 3 materiale conflictuale au fost echilibrate.

Pe lângă activitatea CEC, postul a informat despre inaugurarea unui centru pentru copii cu dizabilități, cu participarea premierului Leancă, inaugurarea unui centru de sănătate și a unui laborator clinic de diagnostic, cu participarea liderului PLDM Vlad Filat, vizita lui Vlad Filat în Italia, întâlnirile acestuia cu diaspora, cu studenții de la ASEM, difuzând totodată și reacții ale reprezentanților PLDM față de ratificarea Acordului de asociere.

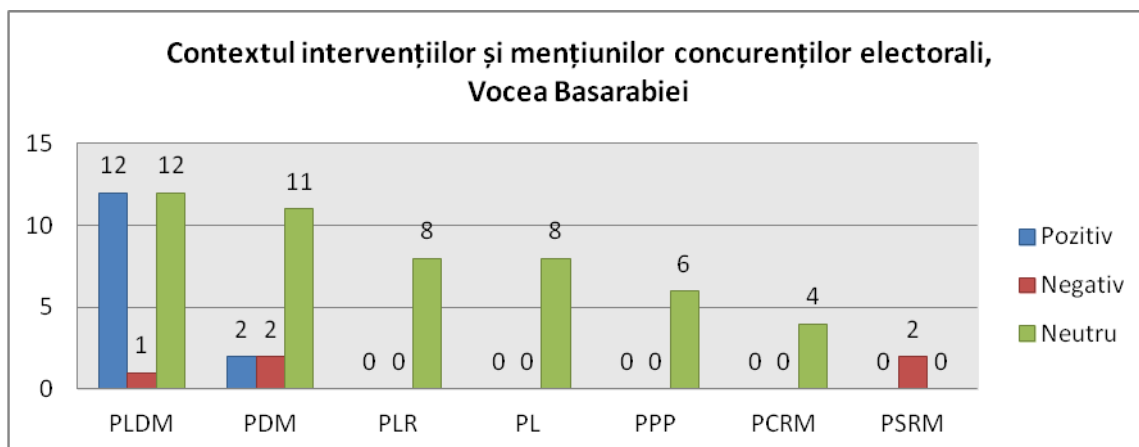
La documentarea știrilor, postul de radio Vocea Basarabiei a apelat la diverse surse, marea majoritate fiind experți – 25, dintre care 19 bărbați și 6 femei. Politicienii au fost citați ca surse în 21 cazuri (19 bărbați și 2 femei), iar funcționarii de stat – în 25 cazuri (19 bărbați și 6 femei). Și cetățenilor de rând le-a fost oferit cuvânt, aceștia fiind citați de 8 ori (4 bărbați și 4 femei).

Protagonistii la care au făcut referire știrile de la Vocea Basarabiei au reprezentat în mare parte partidele din arcul guvernamental și opoziția parlamentară - 6 din numărul total de 7 concurenți electorali prezenți în știri. După frecvența intervențiilor directe și mențiunilor, pe primul loc în top

se situează PLDM cu 8 intervenții directe pe parcursul a 376 de secunde și 17 de mențiuni, urmat de PDM cu 3 intervenții directe pe parcursul a 60 de secunde și 12 mențiuni, și PLR cu 2 intervenții cu durata de 60 secunde și 6 mențiuni. Ceilalți protagoniști nu au avut intervenții directe, fiind doar menționați – PL, PPP, PCRM, PSRM.

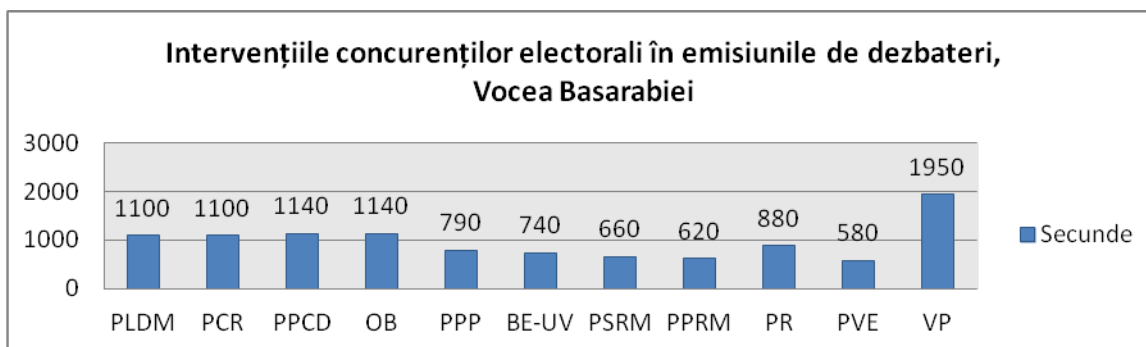


Contextul în care au apărut protagoniștii din categoria actorilor electorali a fost diferit. PLDM a fost prezentat de cele mai multe ori în context pozitiv și neutru – câte 12 cazuri, respectiv, și o dată – negativ. Contextul apariției și menționării PDM a fost mai mult neutru, iar PLR, PL, PP și PCRM au fost menționați doar în context neutru. PSRM a avut 2 mențiuni negative.



De notat că reprezentanții de rang înalt din cadrul Guvernului au fost menționați de 16 ori și au intervenit de 6 ori, dintre care 11 ori în context pozitiv, 2 negativ și 9 ori - neutru. Dintre intervențiile directe, 4 au revenit Premierului Leancă, care a fost și menționat de 7 ori, mai mult în context neutru și pozitiv (5 și, respectiv, 4 ori).

Postul a difuzat în perioada de referință și 5 emisiuni de dezbateri electorale la care au participat reprezentanții a 11 concurenți electorali – PLDM, PCR, PPCD, Oleg Brega, PPP, BE-UV, PSRM, PPRM, PR, PVE, Valeriu Pleșca. Durata intervențiilor a fost diferită, volumul mai mare acordat unor concurenții rezultând din faptul că la emisiuni au participat fie câte 2 concurenți sau doar unul, respectiv, acestora le-a revenit mai mult timp de emisie.



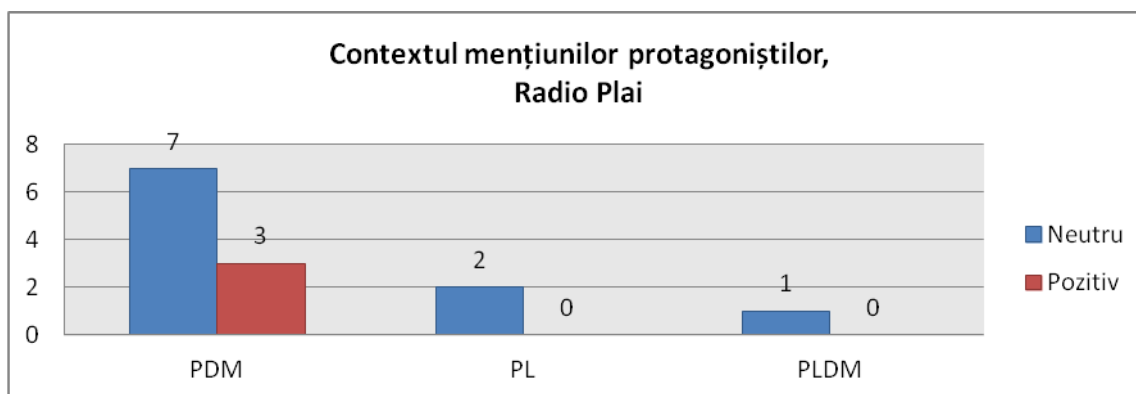
În perioada de raport, Vocea Basarabiei a difuzat publicitatea electorală a 4 candidați în alegeri - PLDM (17 apariții), PSRM (16 apariții), PLR (5 apariții) și candidatul independent Oleg Cernei – 17 apariții.

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, marea majoritate – simple (50), cu durata totală de 2140 secunde sau 35 minute. Singura știre conflictuală a fost dezechilibrată, citând o singură parte din conflict, iar majoritatea știrilor au fost nepărtinoare (50 din 51). Postul a informat radioascultătorii despre creditul acordat de BERD pentru modernizarea Căilor ferate, alocarea mijloacelor financiare pentru construcția de locuințe sociale, reducerea prețului la gazele naturale, ratificarea Acordului de asociere etc.

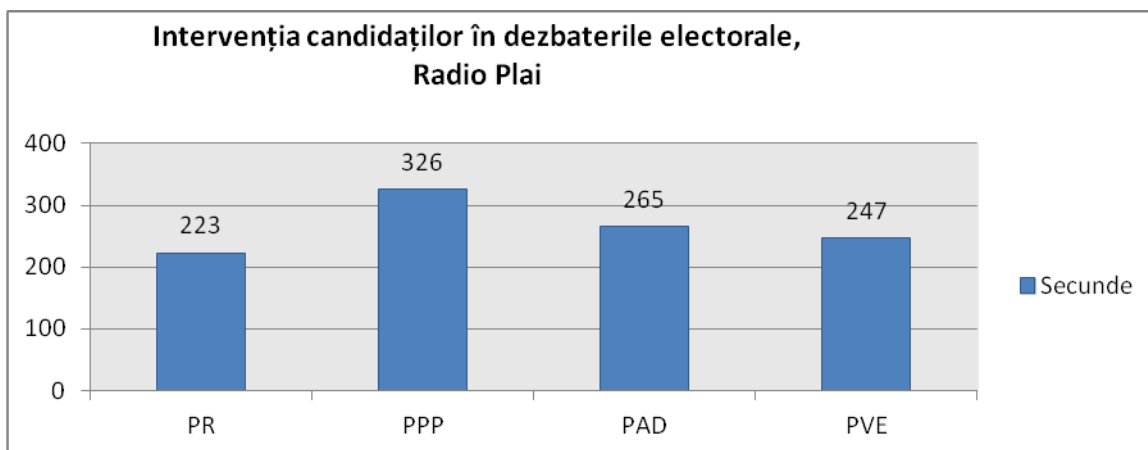
În materiale au fost citați ca surse funcționari de stat - 25 ori (toți bărbați) și politicieni - 12 ori (toți bărbați), dar și experți - 3 bărbați.

Actorii politici mediatizați cel mai des în știrile de la Radio Plai au fost reprezentanții PDM (10 mențiuni, majoritatea în context neutru). PL și PLDM au fost menționați de 2 și, respectiv o dată, în context neutru.

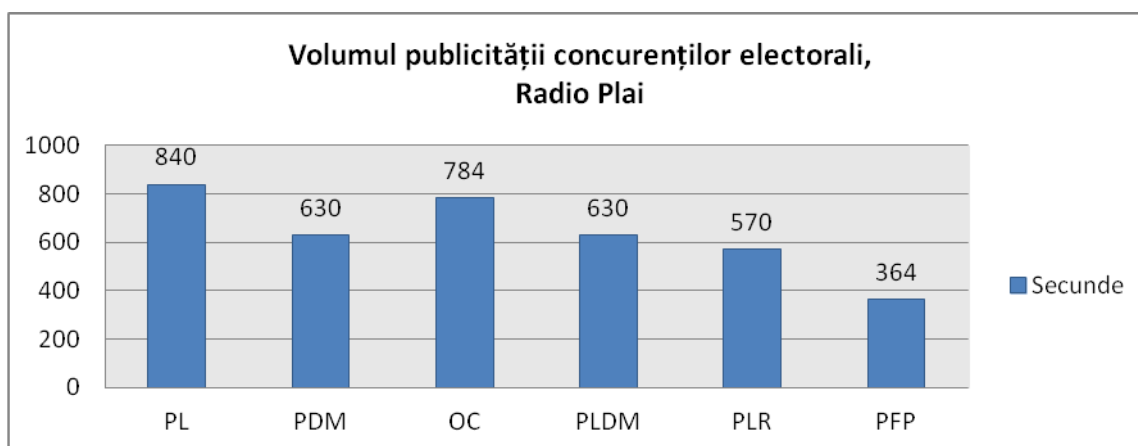


Reprezentanții Guvernului au fost menționați de 24 ori - de 14 ori în context pozitiv și 10 ori neutru, iar ai Președinției de 3 ori – toate în context neutru. De notat că de cele mai multe ori au fost menționat în context pozitiv reprezentanții PDM în Guvern – ministrul Economiei Candu și ministrul Transportului și Infrastructurii Drumurilor Botnari – de câte 7 și 2 ori, respectiv.

Postul de radio Plai a pus pe post, în perioada 9-15 noiembrie, 2 emisiuni de dezbateri electorale la care au participat reprezentanții a 4 concurenți electorali – PR, PPP, PAD și PVE. 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 este caracteristic timpilor de antenă gratuită oferiți 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 (28 apariții), PDM și PLDM (câte 21 apariții), Oleg Cernei (28 apariții), PLR (19 apariții), PFP (14 apariții).



3.1.4 Radio Noroc

În perioada de raport, postul de radio cu acoperire națională Radio Noroc s-a limitat să reflecte campania electorală mai mult în spoturi de educație electorală și publicitate electorală. În total, la Radio Noroc au fost înregistrate 55 de materiale, dintre care 29 au fost de educație electorală și 26 - știri simple, preponderent cu caracter electoral indirect. Volumul de emisie alocat subiectelor cu caracter electoral direct sau indirect a fost de 2226 secunde sau 37 minute.

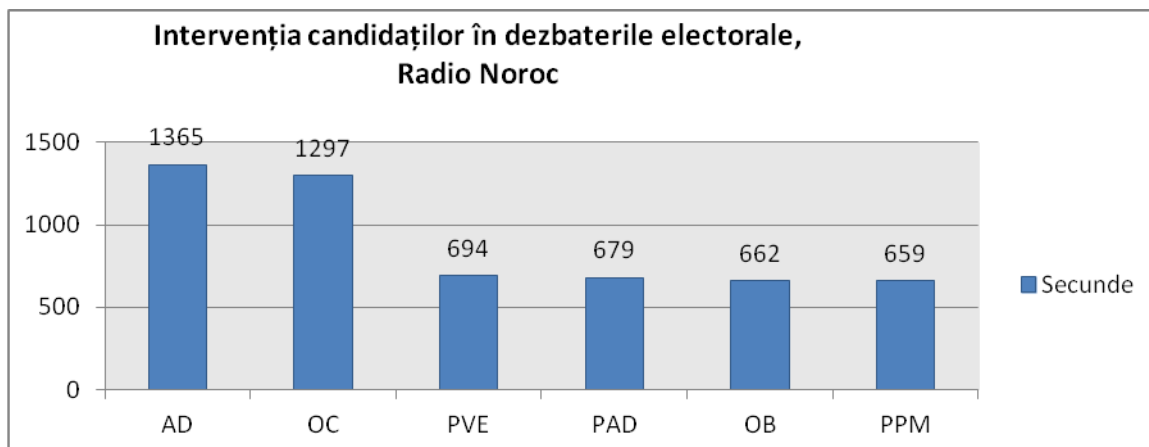
Majoritatea subiectelor abordate de radio Noroc în perioada de referință au avut caracter electoral indirect, printre acestea numărându-se inaugurarea unui centru pentru copii cu dizabilități, cu participarea premierului Leancă, reducerea prețului la gaze, ratificarea Acordului de asociere, ajutorul acordat de România pentru a procura cărbuni pentru familiile sărace etc.

Ca și surse, în știrile de la Radio Noroc au apărut doar funcționari de stat – de 5 ori (4 bărbați) și experți (3, toți bărbați). De regulă, știrile s-au bazat comunicate de presă ale instituțiilor sau au făcut trimitere la alte media, fără a cita direct sau indirect surse din diferite categorii.

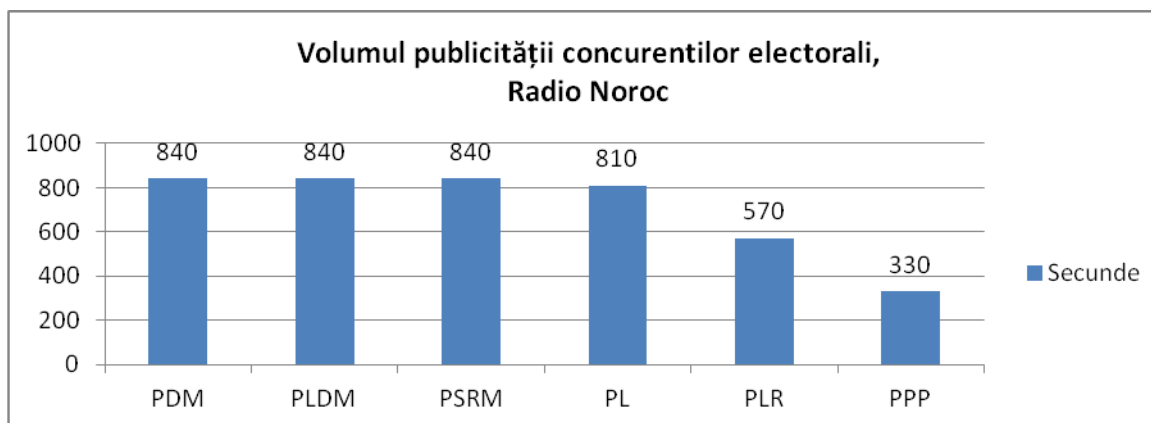
Nici un protagonist din rândul concurenților electorali nu a avut intervenții directe, doar unul din ei fiind menționat: PDM - de 6 ori în context neutru. Reprezentanții Guvernului au avut 10 mențiuni, 8 în context pozitiv și două în context neutru, iar ai APL și Președinției – câte o mențiune în context pozitiv și, respectiv, neutru.

Radio Noroc a pus pe post 4 emisiuni de dezbateri electorale la care au participat 6 candidați – PAD, PVE, PPM și candidații independenți Oleg Cernei, Oleg Brega și Anatolie Doga. Timpul de

emisie a fost diferit, discrepanța fiind explicată prin faptul că nu toți candidații au dat curs invitației de a participa la dezbateri.



Postul de radio Noroc a difuzat în perioada de referință publicitatea electorală a 6 concurenți electorali – PDM, PLDM, PSRM - câte 28 de apariții, PL – 27 apariții, PLR – 19 și PPP – 11 apariții, volumul variind de la 330 la 840 secunde per candidat.

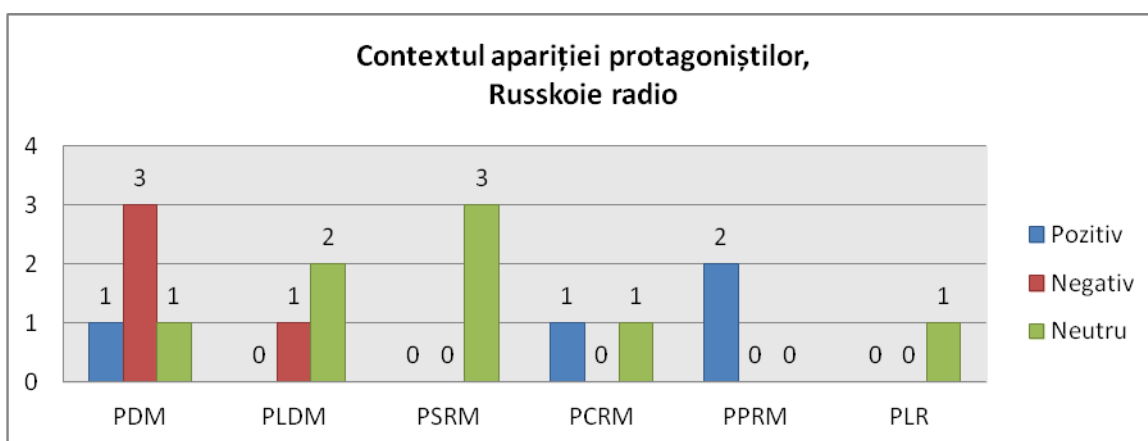
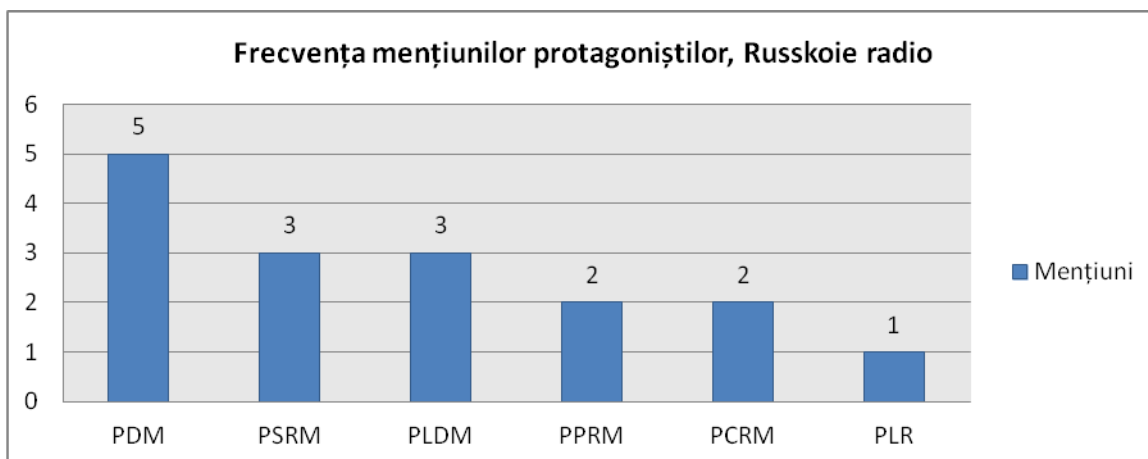


3.1.5 Russkoe radio

Radiodifuzorul regional Russkoe radio a difuzat în perioada de referință 100 de materiale relevante prezentei monitorizării, cu durata totală de 3543 secunde sau 59 minute. 51 de materiale au fost de educație electorală, iar 46 - știri simple. Trei știri au abordat subiecte controversate, toate fiind dezechilibrate din punctul de vedere al prezentei ambelor tabere. Postul a eșuat la capitolul asigurării diversității de opinie, apelând de cele mai dese ori la politicieni în calitate de surse - 12, toți bărbați, și la funcționari de stat – 9 ori, dintre care 8 au fost de sex masculin.

Printre subiectele reflectate se numără activitatea CEC, alocarea de către Guvern a mijloacelor financiare pentru construcția de locuințe sociale, alocarea de către Guvernul României a 2 milioane de lei pentru a procura cărbuni pentru familiile sărace etc.

Protagoniștii mediatizați nu au avut intervenții directe. PDM, PSRM și PLDM au fost menționați cel mai frecvent, aceștia fiind urmași de PPRM, PCRm și PLR. Contextul aparițiilor pentru PDM a fost preponderent negativ, pentru PSRM – neutru în totalitate, PLDM – negativ și neutru, PCRm - și pozitiv, și neutru. PPRM a fost menționat în context pozitiv, iar PLR - neutru.



Reprezentanții Guvernului au fost menționați în știri de 15 ori, în absoluta majoritate în context pozitiv (12). Marea majoritate a mențiunilor pozitive a revenit ministrului Agriculturii Bumacov (4), premierului Leancă și ministrului Economiei Candu – câte 2 și, respectiv, 3 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 egal de apariții – 28 apariții și 840 secunde fiecare.

Concluzii:

- Posturile de radio monitorizate au reflectat diferit campania electorală: unii radiodifuzori au alocat spațiu atât în buletinele de știri, cât și spoturilor de educație electorală, dar și dezbaterilor și publicității electorale, iar alții s-au limitat la difuzarea spoturilor de educație electorală și a publicității electorale. Cele mai multe și diverse știri au fost difuzate de radiodifuzorul public *Radio Moldova* (50), iar cele mai puține - de postul de radio *Noroc* (26);
- *Radio Moldova*, *Russkoie radio* și *Radio Noroc* s-au evidențiat prin difuzarea unui număr mare de spoturi de educație electorală, dar și printr-un număr mare de spoturi publicitare;
- Posturile monitorizate au reflectat campania preponderent în știri simple, rata știrilor conflictuale fiind mică (aproximativ 6%). O mare parte a știrilor controversate au fost echilibrate (57%), 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* și *Radio Moldova* care au asigurat o diversitate mai mare a surselor. Totodată, din punctul de vedere al raportului gender al surselor citate se

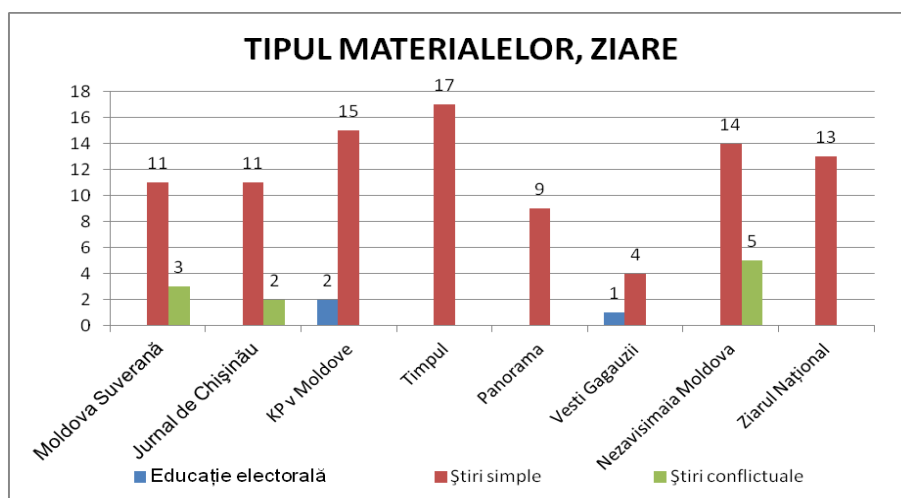
constată un dezechilibru masiv în defavoarea surselor de sex feminin (14% versus 86% surse de sex masculin);

- Judecând după frecvența și contextul aparițiilor concurenților electorali 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.
- *Radio Moldova* și *Vocea Basarabiei* au asigurat accesul unui număr mare de concurenți electorali atât în știri, cât și în emisiunile de dezbateri, în timp ce *Russkoie radio*, *Radio Noroc* și *Radio Plai* au oferit cuvânt unui număr limitat de concurenți electorali.

IV. Rezultatele monitorizării ziareor

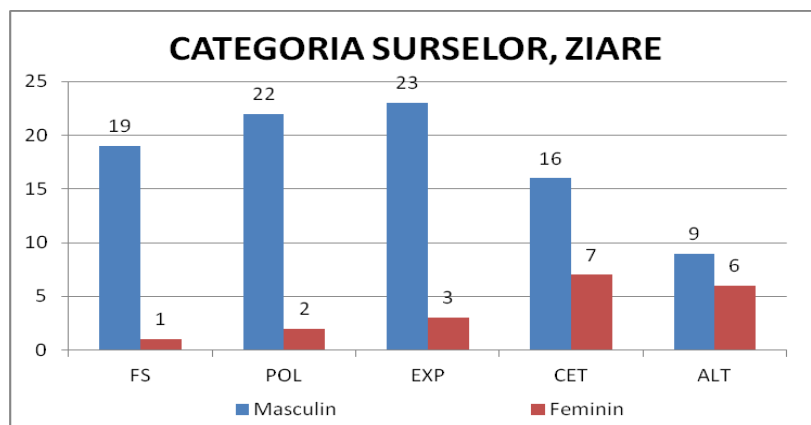
4.1 Date generale ziare

În perioada 9-15 noiembrie 2014, cele opt ziare monitorizate au publicat în total 107 articole care au vizat direct sau indirect campania electorală, cu o suprafața de 55,221 centimetri pătrați. 94 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, inclusiv două în KP v Moldove și unul în Vesti Gagauzii.

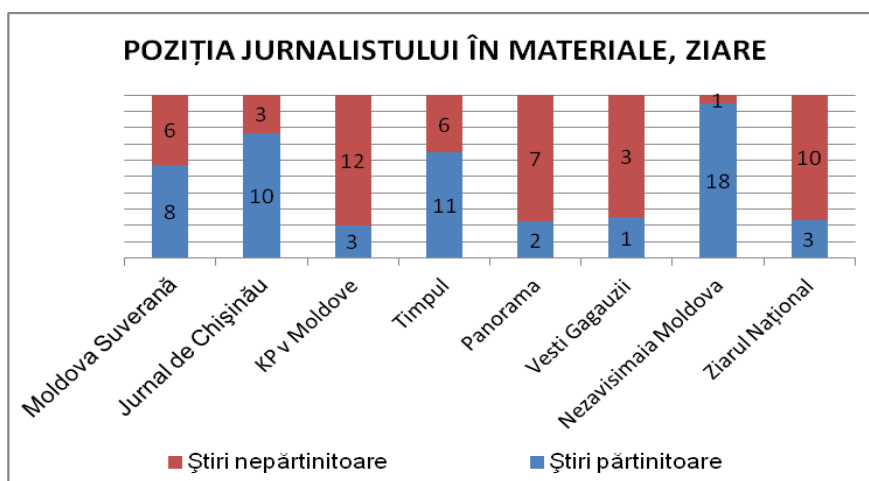


Trei din cele opt ziare au publicat știri care abordează un conflict în contextul alegerilor parlamentare, în total 10 texte de acest fel, inclusiv cinci publicate în *Nezavisimaia Moldova* (numai două din ele au fost relativ echilibrate deoarece au prezentat pozițiile tuturor părților implicate, altele trei au fost dezechilibrate). *Jurnal de Chișinău* și *Moldova Suverană* au abordat câte 2-3 subiecte conflictuale, pe care le-au prezentat preponderent dintr-o singură perspectivă, fiind astfel dezechilibrate.

Ziarele monitorizate au apelat la surse de informație din diferite categorii, cel mai des citați au fost experții, politicienii, dar și cetățenii. Astfel, 24% din totalul de 108 de surse de informație citate în perioada de referință au fost experți, câte 22,2% - politicieni și cetățeni simpli. Principiul egalității de gen continuă să fie neglijat de ziarele monitorizate: doar 17,6% din surse (19 din 108) au fost femei, iar *Moldova Suverană* și *Panorama* nu au citat nicio sursă de gen feminin în articolele despre campania electorală.



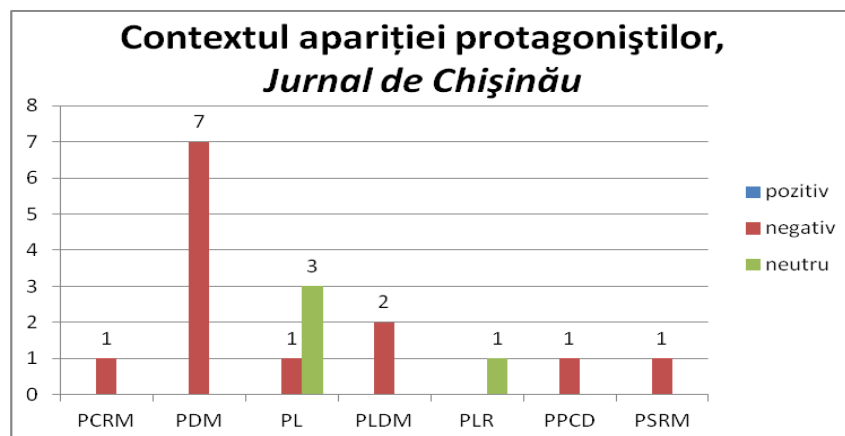
53,8% din știrile publicate în această perioadă (fără materialele de educație electorală) au fost părtinitoare, adică poziția jurnalistului a putut fi ușor percepută de cititori, iar acest indicator a crescut cu trei puncte procentuale față de perioada precedentă de monitorizare. Cea mai gravă situație rămâne la Nezașisimaia Moldova, unde au fost părtinitoare 18 din cele 19 articole la tema alegerilor; au fost părtinitoare 10 din cele 13 articole din Jurnal de Chișinău, 11 din 17 texte din Timpul, 8 din 14 – în Moldova Suverană. O situație mai bună la acest capitol s-a înregistrat în cazul ziarelor KP v Moldove, Panorama și Ziarul Național.



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 13 articole care au vizat direct sau indirect campania electorală, alegerile și actorii politici concurenți, inclusiv 11 știri simple și două materiale care au relatat despre un conflict în context electoral. Suprafața totală afectată materialelor electorale a fost de 6640 cm.p. Ziarul a citat surse de informație din rândul funcționarilor (doi bărbați), experților (un bărbat și o femeie), cetățenii simpli (două femei și un bărbat) etc. Materialele jurnalistice au reflectat mai mult opinii și au fost părtinitoare în cele mai multe cazuri, în doar 3 din cele 13 articole tema a fost prezentată nepărtinitor sută la sută.

În săptămâna de referință, ziarul s-a referit la doar 7 concurenți electorali, cel mai des amintit fiind PDM (de 7 ori, toate în context negativ). Au mai apărut doar în context negative PLDM (de 2 ori), PCRM, PSRM și PPCD (câte o dată). Concurenții electorali PL și PLR apar în Jurnal de Chișinău preponderant în context neutru.

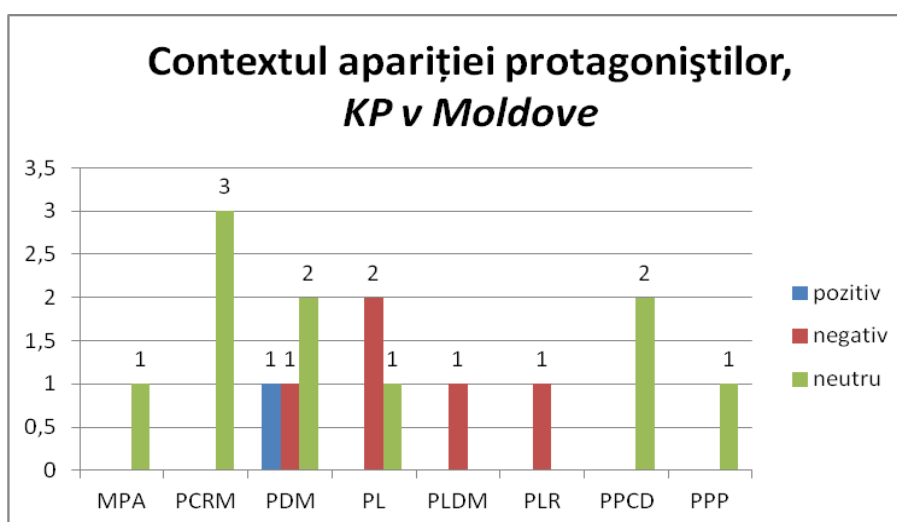


PLDM a fost singurul concurent electoral care a plasat publicitate electorală în Jurnal de Chișinău în această perioadă (machete și articole publicitare).

4.1.2 Komsomolskaia pravda v Moldova

În perioada de referință, Komsomolskaia pravda v Moldova a editat cinci numere, în care au fost publicate 17 articole care cad sub incidența prezentei monitorizării cu o suprafață totală de 6392 cm.p. 15 materiale au fost știri simple, iar două materiale au fost de educație electorală. Cele mai des citate surse de informație pentru ziar au fost diferiți experții (8 bărbați), cetățenii simpli (5 femei și 3 bărbați), urmași de politicieni (5 cazuri, doar bărbați) și funcționari de stat (2 bărbați). Știrile au fost, în general, nepărtinitoare, dar au existat și trei excepții, când articolele au transmis și opinia autorului, ele fiind părtinitoare.

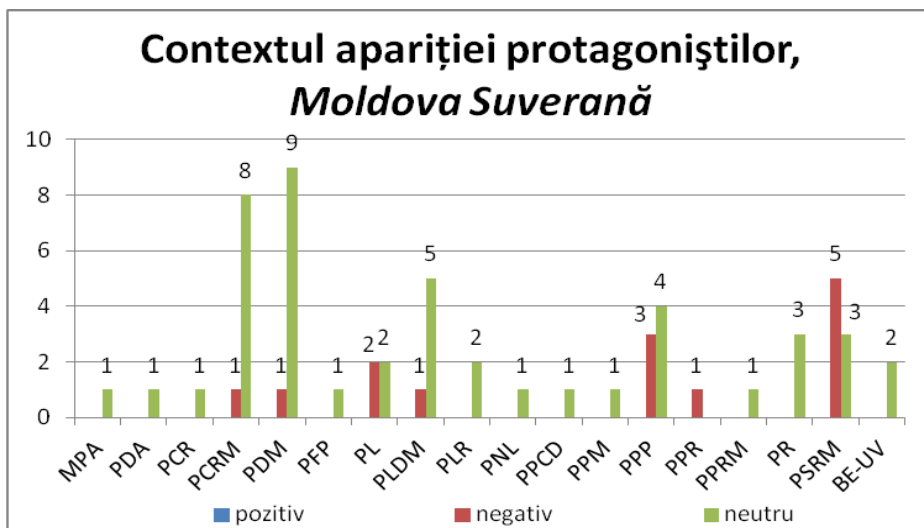
Doar 8 concurenți electorali au apărut în paginile ziarului în perioada de raportare, iar contextul prezentării acestora a fost preponderent neutru, cu excepția PL care a apărut de două ori în context negativ și o dată în context neutru. Concurenții electorali PCR și PPCD au fost vizați de trei și, corespunzător, două ori în context neutru; câte o dată neutru au apărut PPP și MPA, iar PDM este unicul concurent electoral care a apărut în context pozitiv, dar și negativ, și neutru.



În perioada de raportare, în ziarul Komsomolskaia pravda v Moldova a fost publicată reclama electorală a următorilor concurenți electorali: PLDM și PDM – machete publicitare, PSRM, PPP și PDM – 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, 11 fiind știri simple, iar altele trei au abordat un subiect de conflict (două din ele au fost dezechilibrate, deoarece au prezentat doar opinia unei părți implicate). Suprafață totală a materialelor relevante a fost de 8428 cm.p. Sursele de informație pentru articole au fost mai des din rândul experților, mai rar funcționari sau politicieni, însă de fiecare dată au fost citați doar bărbați. Mai mult de jumătate din articolele publicate au fost părtinitoare, transmițând mai mult opinii decât fapte (doar 6 din cele 14 texte au fost nepărtinitoare). În perioada de referință, ziarul s-a referit la 18 concurenți electorali, PDM, PCRM și PLDM fiind prezentați în context preponderent neutru, fără a-i favoriza evident. În același timp, PSRM și PPP au apărut mai mult negativ decât neutru.

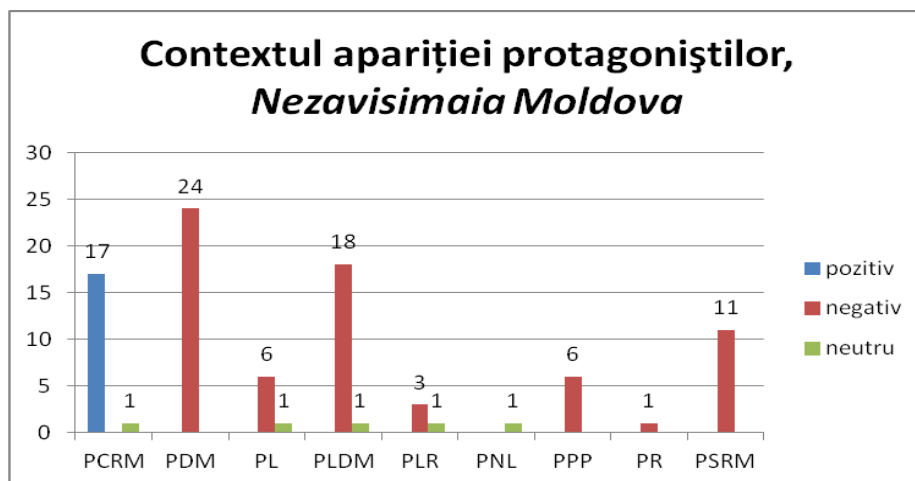


Publicitate electorală în perioada de referință în Moldova Suverană nu a apărut.

4.1.4 Nezașisimaia Moldova

Ziarul Nezașisimaia Moldova a avut o apariție în perioada 9-15 noiembrie 2014 și a publicat 19 de articole relevante prezentei monitorizării, 14 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 11371 cm.p., iar principalele surse de informație au fost cetățenii (7 surse citate, toate de gen masculin), mai rar politicienii, funcționarii de stat și experți, de asemenea bărbați în toate cazurile. Cu o singură excepție, toate articolele din ziar au fost părtinitoare, prin titlul sau prin textul selectat pentru publicare.

Politica editorială a ziarului Nezașisimaia Moldova a rămas neschimbată: partidele din actuala guvernare PDM și PLDM, mai rar PLR, dar și PL au fost defavorizate masiv și prezentate aproape de fiecare dată în context negativ; la fel, au fost defavorizate editorial PSRM și PPP, dar cu o intensitate mai mică decât PDM și PLDM. În schimb, PCRM a fost favorizat masiv prin numărul de apariții în context pozitiv și suprafața de care a beneficiat acest concurent electoral pentru intervenții directe (citate).



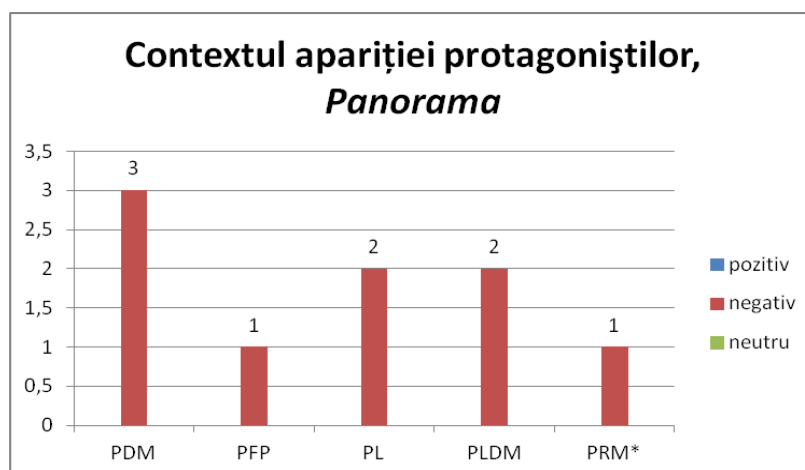
În perioada de referință, în Nezavisimaia Moldova nu a apărut publicitate electorală.

4.1.5 Panorama

În ediția ziarului Panorama, distribuită în săptămâna de raportare, au fost publicate 9 articole relevante prezentei monitorizării, toate fiind știri simple. Cele mai multe texte au fost nepărtinitoare, totuși în 2 cazuri articolul a inclus și opinia autorului, astfel fiind părtinitor. Suprafață totală a materialelor care au vizat direct sau indirect campania electorală a fost de 3495 cm.p. Sursele de informație pentru articole au fost doar funcționarii de stat, toți fiind de genul masculin.

Partidele din coaliția de guvernare PLDM și PDM, la fel ca și PL, au fost prezentate de cele mai dese ori în context negativ, fiind astfel defavorizate. În același timp, în săptămâna de raportare, în materialele redacționale ziarul nu a favorizat clar vreun concurent electoral.

De menționat că, pe parcursul campaniei electorale, Panorama a editat câteva ediții speciale ale ziarului, în limbile română și rusă, care conțineau exclusiv materiale de agitație electorală în favoarea concurentului electoral PPP, cu un tiraj total de 500 mii exemplare, care au fost distribuite cetățenilor de simpatizanții acestui partid.



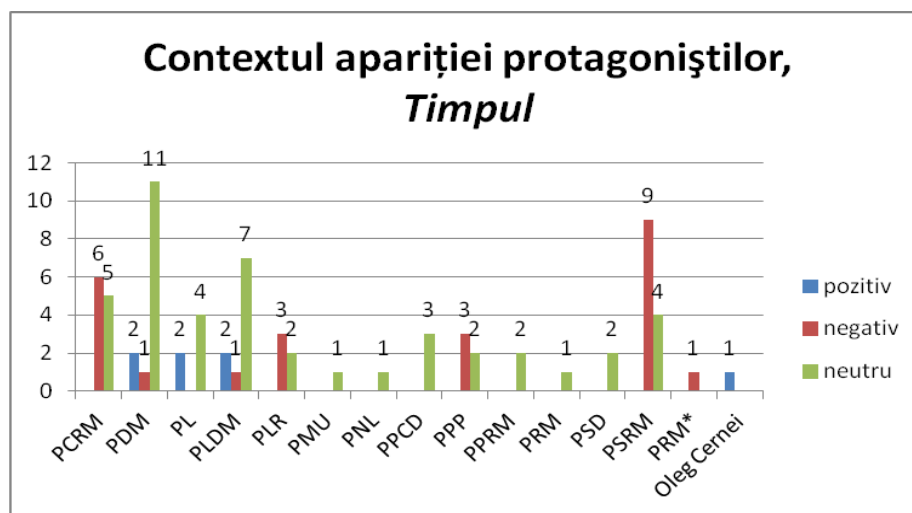
De spațiu publicitar în Panorama au beneficiat în special PPP, PSRM, PDM și PRN.

4.1.6 Timpul

În ediția ziarului Timpul din săptămâna de raportare au fost publicate 17 articole care au vizat direct sau indirect campania electorală cu suprafață totală de 7576 cm.p., toate articolele au fost știri

simple. O treime din textele publicate (11 din 17) au prezentat informația părtinitor, fiind evident opinia/poziția autorului.

În textele publicate în *Timpul* s-a relatat despre 15 dintre concurenții electorali, în context diferit, partidele cel mai des vizate fiind PDM (preponderent neutru, de 11 ori, de două pozitiv și o dată negativ) și PSRM (preponderant negative, de nouă ori, de alte patru ori neutru). Mai des în context negativ a fost prezentat și PCRМ.



În perioada de raportare, de publicitate electorală în *Timpul* au beneficiat PDM și candidatul independent Oleg Cernei.

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 1333 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 funcționarii de stat și experți.

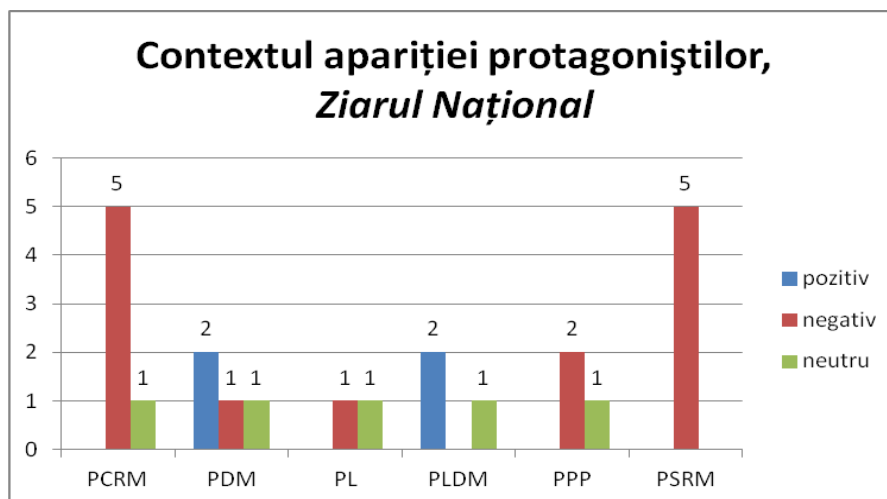
Ziarul Vesti Gagauzii s-a referit la un singur concurent electoral – PSRM, pe care l-a prezentat în context pozitiv.

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

4.1.8 Ziarul Național

În perioada 9-15 noiembrie 2014, Ziarul Național a difuzat o ediție, în care a publicat 13 articole, toate fiind știri simple, care au vizat direct sau indirect campania electorală, cu suprafața totală de 9986 cm.p. Sursele de informație ale ziarului au fost diverse, atât politicieni și funcționari de stat, cât și cetățenii simpli sau experți în diferite domenii. Caracterul nepărtinitor al relatării subiectului a fost asigurat în majoritatea articolelor (10 din 13).

În perioada de raportare, Ziarul Național a defavorizat PSRM prin prezentarea de fiecare dată doar în context negativ (5 cazuri), PCRМ de asemenea a fost prezentat preponderent în context negativ. PLDM a fost mai curând favorizat (două apariții în context pozitiv și una în context neutru), iar PDM a fost prezentat în contexte diferite.



În perioada de raportare, Ziarul Național a oferit spațiul publicitar pentru agitație electorală concurenților electorali PLDM (machetă publicitară și articol publicitar) și PDM (machetă).

Concluzii:

- Cele 8 ziare monitorizate au publicat în săptămâna de referință 107 articole care au vizat direct sau indirect campania electorală, cu o suprafață de peste 55 mii centimetri pătrați. Cele mai multe materiale relevante au apărut în *Nezavisimaia Moldova* (19), urmată de *Timpul* și *KP v Moldove* (câte 17), cele mai puține în *Vesti Gaguzii* (5);
- Doar 3 ziare (*Nezavisimaia Moldova*, *Moldova Suverană* și *Jurnal de Chișinău*) au publicat articole despre o situație de conflict în context electoral (în total, 10 materiale de acest fel). Numai în 3 articole cu subiect controversat a fost respectat principiului prezentării echilibrate a tuturor părților implicate în conflict, celelalte materiale fiind dezechilibrate;
- Numărul materialelor de educație electorală, și așa foarte mic în perioadele precedente de monitorizare, a continuat să scadă (doar 3 astfel de texte, inclusiv 2 – în *KP v Moldove*);
- Doar 46,2% din articolele la teme electorale au fost nepărtinitoare, celelalte au relatat despre anumite evenimente sau situații prin prisma autorului, iar opinia acestuia a putut fi ușor percepută de cititori. Astfel, au fost părtinitoare 18 din cele 19 articole la tema alegerilor, publicate în *Nezavisimaia Moldova*, 10 din cele 13 articole din *Jurnal de Chișinău*, 11 din 17 texte din *Timpul*, 8 din 14 – în *Moldova Suverană*;
- Ziarele au apelat la surse de informație din diferite categorii: politicieni, experți, cetățeni, funcționari de stat. Principiul egalității de gen continuă să fie neglijat de ziarele monitorizate: doar 17,6% din surse (19 din 108) au fost femei, iar *Moldova Suverană* și *Panorama* nu au citat nicio sursă de gen feminin în articolele despre campania electorală;
- După numărul aparițiilor și mențiunilor concurenților electorali în articole, suprafața afectată acestora și contextul prezentării, se pot constata că în săptămâna 9-15 noiembrie 2014 *Moldova Suverană* a prezentat concurenții electorali PDM, PCRM și PLDM în context preponderent neutru, fără a-i favoriza evident. În același timp, PCRM și PPP au apărut mai mult negativ decât neutru;
- *Jurnal de Chișinău* a defavorizat PDM care a apărut de mai multe ori, doar în context negativ, PL a apărut în context neutru, iar alți câțiva concurenți electorali (PLDM, PCRM, PPCD) au fost menționați de câte 1-2 ori, în context mai mult negativ;
- *KP v Moldove* a favorizat ușor PDM și PPP;
- După numărul de apariții, PDM, PSRM, PLDM și PCRM au fost concurenții electorali cei mai mediatizați de *Timpul*. PDM a apărut mai des în context neutru și pozitiv în acest ziar,

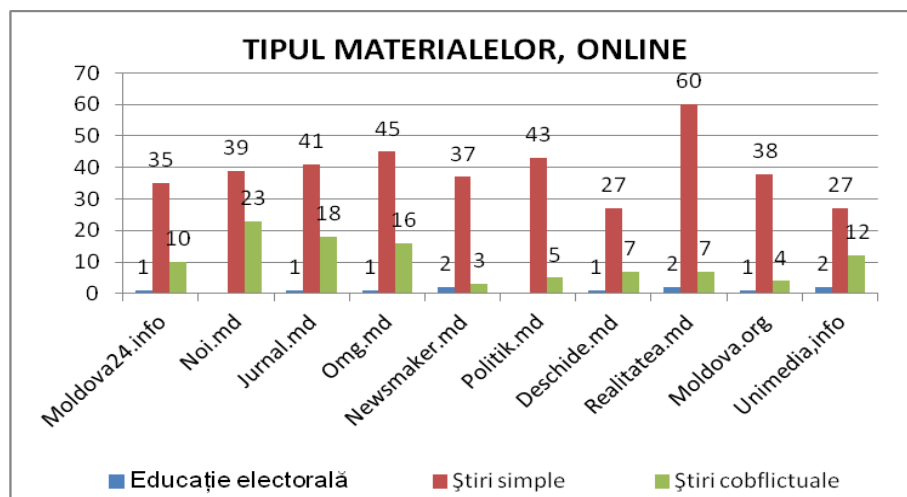
PSRM – preponderent negativ, PCR – negativ, dar și neutru, PLDM – preponderent neutru;

- În săptămâna de raportare, *Panorama* a defavorizat, prin prezentare în context negativ, concurenții electorali PDM, PLDM și PL;
- *Vesti Gagauzii* a favorizat PSRM într-un articol;
- *Nezavisimaia Moldova* continuă să favorizeze masiv PCR care este unicul concurent electoral lăudat și prezentat în context pozitiv (din 18 apariții, 17 în context pozitiv, pe o suprafață de zeci de ori mai mare decât alți actori politici). PDM a apărut doar în context negativ (de 24 de ori), la fel PLDM (din 19 apariții, 18 în context negativ), PSRM și PPP (de 11 și, corespunzător, 6 ori, toate în context negativ);
- *Ziarul Național* favorizează PLDM, acest concurent electoral fiind prezentat doar în context pozitiv sau neutru. PDM la fel a apărut în context pozitiv, dar și negativ sau neutru. PSRM, PCR și PPP au fost prezentați mai mult în context negativ.

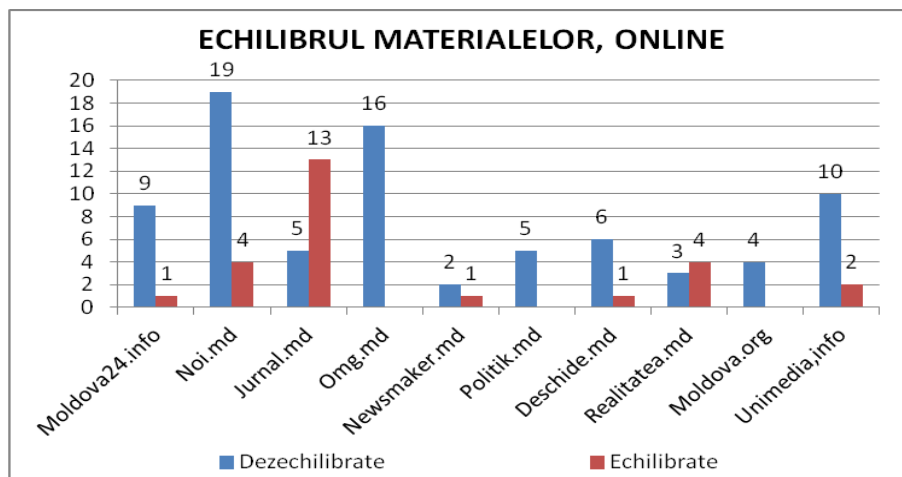
V. Rezultatele monitorizării portalurilor online

5.1 Date generale portaluri online

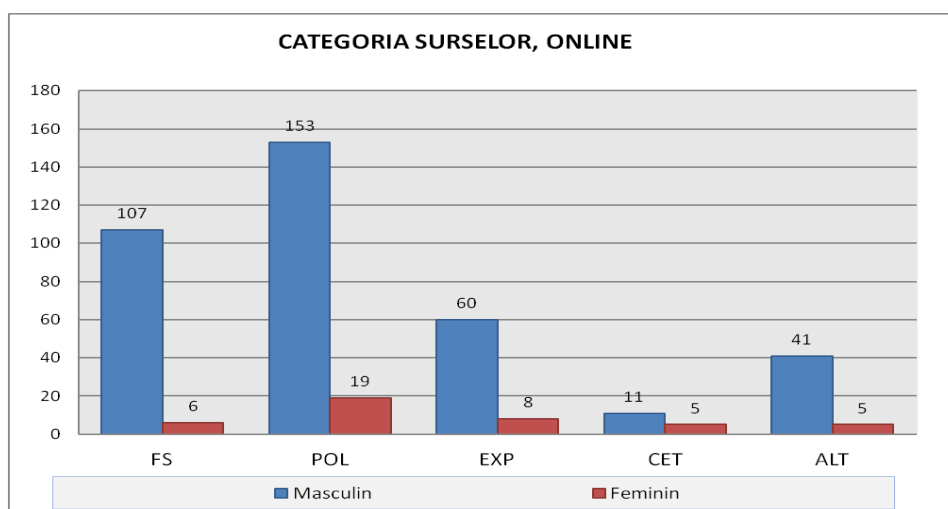
În perioada 9-15 noiembrie 2014, cele 10 portaluri online monitorizate au publicat în total 508 materiale cu caracter electoral direct sau indirect, cu un spațiu total de 919,750 de caractere. Portalurile cu cele mai multe știri electorale au fost Realitatea.md (69), Noi.md, Omg.md (câte 62) și Jurnal.md (60), cu cele mai puține – Deschide.md (35). 392 de materiale au fost din categoria știrilor simple, 105 au tratat subiecte controversate, iar 11 materiale au fost de educație electorală a cetățenilor cu drept de vot (Newsmaker.md, Unimedia.info și Realitatea.md – câte 2 materiale de acest fel).



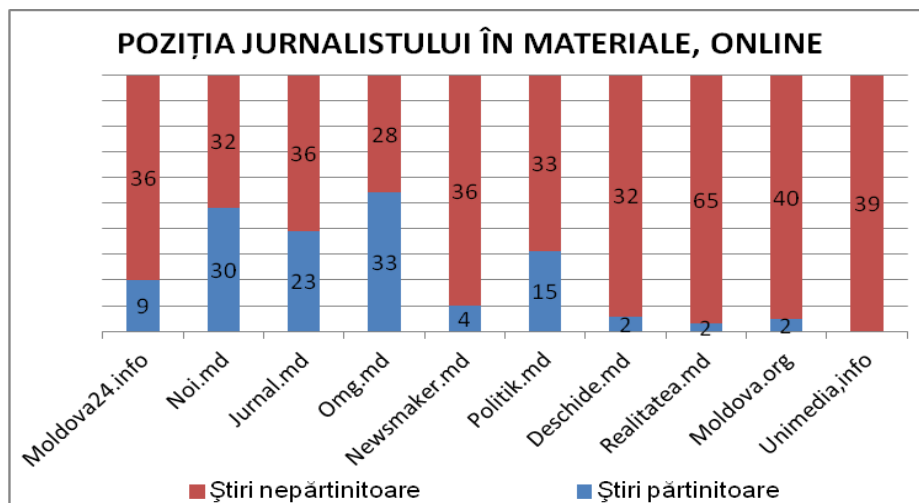
Doar 24,8% din știrile conflictuale au fost prezentate profesionist, prin citarea tuturor părților în conflict, acest indicator fiind într-o ușoară ameliorare față de perioada precedentă de monitorizare (cu un punct procentual). Cea mai gravă situație la acest capitol se atestă la Omg.md, unde toate cele 16 subiecte conflictuale au fost prezentate dintr-o singură sursă, la fel, au prezentat subiectele de conflict dintr-o singură perspectivă și portalurile Politik.md (5 cazuri) și Moldova.org (4 cazuri). Au fost dezechilibrate 10 din cele 12 articole conflictuale publicate de Unimedia.info, 9 din 10 – Moldova24.info.



În majoritatea absolută a cazurilor, sursele de informație ale portalurilor online au fost politicienii și funcționarii de stat de genul masculin. Astfel, din totalul de 415 surse citate, 172 au fost politicieni (153 de bărbați și 19 femei), iar 113 – funcționari (107 bărbați și 6 femei). În perioada de referință portalurile online au solicitat opinia a 68 de experți (în doar 8 cazuri fiind vorba de femei-experte), iar cetățenii au fost citați de numai 16 ori. În total, ponderea femeilor ca surse de informație a fost de 10,4% din totalul surselor, în creștere cu trei puncte procentuale față de perioada precedentă de monitorizare, totuși nesemnificativă.



Unimedia.info este unicul portal care în perioada de referință a 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, Moldova.org și Deschide.md. În total, au fost nepărtinitoare 75,8% din materiale (cu excepția textelor de educație electorală). Alte aproximativ 24% din materialele despre campania și concurenții electorali au fost părtinitoare, fiind evidentă poziția autorului față de protagoniștii materialelor. Cele mai multe știri electorale părtinitoare au publicat portalurile Omg.md (33 de știri părtinitoare și 28 de știri nepărtinitoare), au fost părtinitoare aproximativ fiecare a treia știre publicată de Politik.md (15 din 48), circa jumătate din știrile publicate de Noi.md (30 din 62), iar la Jurnal.md la fiecare 1,5 texte nepărtinitoare a revenit câte unul părtinitor (36 la 23).



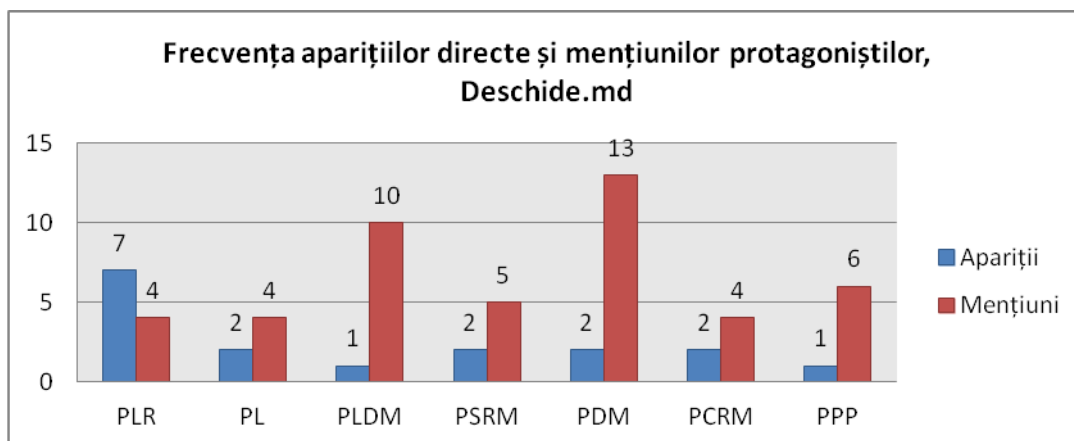
5.1.1 Deschide.md

În perioada 9-15 noiembrie, portalul de știri Deschide.md a publicat 35 de materiale relevante prezentei monitorizării, cu un spațiu total de 46 190 caractere. 27 dintre ele au fost materiale simple, iar 7 au tratat subiecte controversate. Unul din materiale a fost din categoria educației electorale. Marea majoritate a materialelor de conflict (6 din 7) au fost de dezechilibrate, fără a oferi dreptul la replică părții acuzate. Totodată, majoritatea materialelor au fost corecte, faptele fiind separate de opinie.

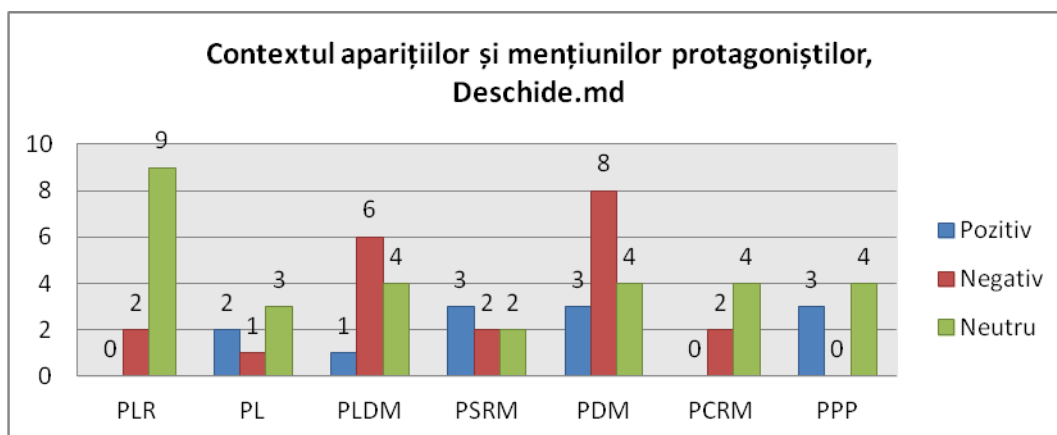
Printre subiectele abordate de portalul Deschide.md figurează activitatea CEC, evenimentele de presă organizate de diferiți candidați, rezultatele sondajelor electorale. Portalul a ținut în vizor disensiunile din PLR și tensiunea din cadrul coaliției de guvernare generată de aceste disensiuni. La documentarea materialelor, de cele mai dese ori autorii au recurs la politicieni – 13 ori (dintre care 11 bărbați), funcționarii de stat – 5 ori (toți bărbați). La cetățeni simpli s-a apelat de 4 ori (3 bărbați), iar într-un caz s-a făcut referire la surse din alte categorii.

Portalul a difuzat cu precădere materiale având ca protagoniști partidele parlamentare din opoziție și cele din arcul guvernamental, dar și un partid extraparlamentar, în total 7 concurenți electorali. Pe primele cinci poziții în Topul spațiului alocat concurenților electorali se numără reprezentanții PLR cu 3019 caractere, PCRM, cu un spațiu total de 1245 de caractere, urmați de reprezentanții PPP - 980 caractere, PL – 957 caractere și PLDM – 904 caractere.

După frecvența aparițiilor directe primul în top este PLR – 7 apariții. PLDM și PPP au avut cele mai puține apariții directe - câte una, ceilalți protagoniști fiind citați de câte două ori fiecare. Situația se schimbă în cazul numărului mențiunilor protagoniștilor, pe primul loc în top situându-se PDM și PLDM, urmați de PPP, PSRM și PLR, PL, PCRM .



Actorii electorali mediatizați au apărut în diferite contexte, fără a ieși în evidență favorizarea sau defavorizarea masivă a vreunui concurent electoral. Astfel, PLR și PCRM au apărut în context mai mult neutru, dar și negativ, PDM și PLDM - în context mai mult negativ, dar și neutru, și pozitiv. PPP a fost prezentat în context pozitiv și neutru, iar PSRM și PL în contexte relativ egale ca număr – pozitiv, negativ și neutru.



Portalul Deschide.md a publicat și materiale cu caracter electoral indirect în care au apărut sau au fost menționați reprezentanții Guvernului. Spațiul total alocat în perioada de referință reprezentanților Guvernului a fost de 1393 caractere, aceștia fiind citați direct o dată și menționați de 3 ori, mai mult în context neutru.

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

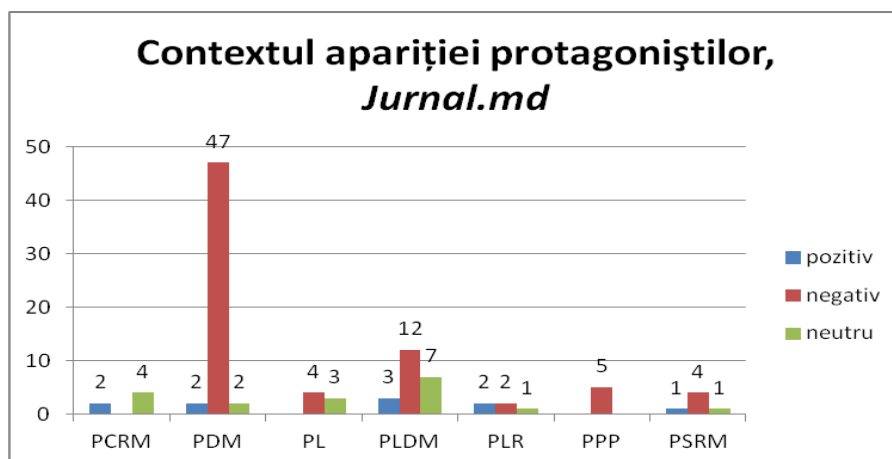
5.1.2 Jurnal.md

Portalul de știri Jurnal.md a publicat în săptămâna de raportare 60 de materiale cu caracter electoral direct sau indirect, cu o suprafață totală de 171 256 de caractere. 41 dintre ele au fost materiale simple, unul – de educație electotală, iar altele 18 au tratat subiecte controversate, în cadrul cărora au fost lansate diverse acuzații în adresa unor actori politici. În 72% din știrile controversate (13 din 18) cititorilor le-au fost prezentate opiniile tuturor părților implicate în conflict, aceste materiale fiind mai mult sau mai puțin echilibrate, celelalte 5 materiale au fost prezentate dintr-o singură perspectivă. Caracterul nepărtinitor al prezentării subiectului a fost asigurat în 61% din materialele publicate pe site.

Sursele de informație ale Jurnal.md au fost, cel mai des, experții și funcționarii de diferit nivel (câte 17 la fiecare categorie de surse), urmași de politicieni și cetățeni simpli. Din totalul de 58 de surse citate, 46 (79,3%) au fost bărbați.

După numărul total de apariții directe și mențiuni, concurentul electoral cel mai des vizat în această perioadă a fost PDM (de 51 de ori sau în fiecare al doilea material publicat), urmat, la mare distanță, de PLDM (22 de apariții). Cele mai mari suprafețe pentru aparițiile în direct/citate au fost afectate PLDM și PPP (câte aproximativ 1600-1700 de semne pentru fiecare).

Portalul Jurnal.md defavorizează masiv PDM, acest concurent electoral fiind prezentat aproape de fiecare dată în context negativ (de 47 de ori). Mai rar, au apărut în context negativ PLDM (de 12 ori), PPP (5 ori) și PSRM (4 apariții în context negativ).



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

5.1.3 Moldova24.info

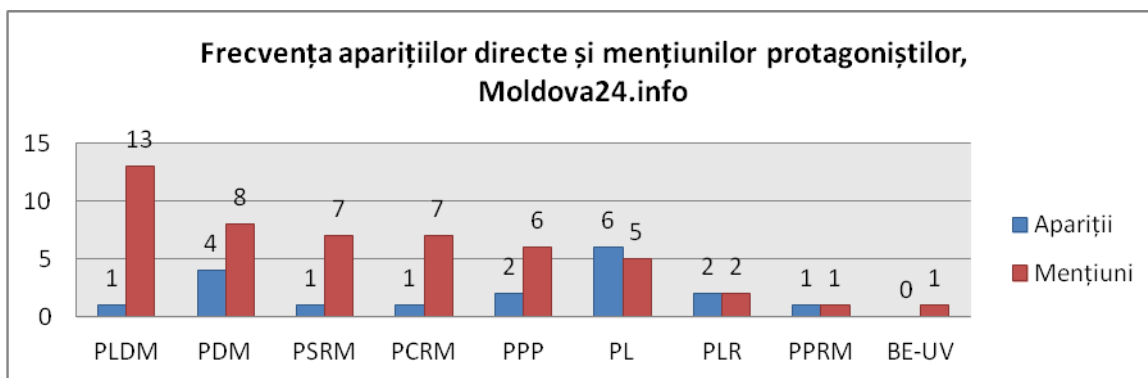
Portalul informațional Moldova24.info a difuzat în perioada de referință 46 de materiale proprii sau preluate din alte surse, cu o suprafață totală de 80 510 de caractere. Dintre acestea, un singur material a fost din categoria educație electorală. De notat că acest portal înserează la rubrica Vox report 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.

Zece din numărul total de materiale cu caracter electoral direct și indirect au fost controversate și marea majoritate a acestora (9 din 10) au fost dezechilibrate din punctul de vedere al prezenței ambelor tabere din conflict. Și în ceea ce privește imparțialitatea au fost constatate probleme în 9 știri din totalul de 45. Acestea au fost părtinitoare, fiind evidentă poziția jurnalistului față de protagoniști.

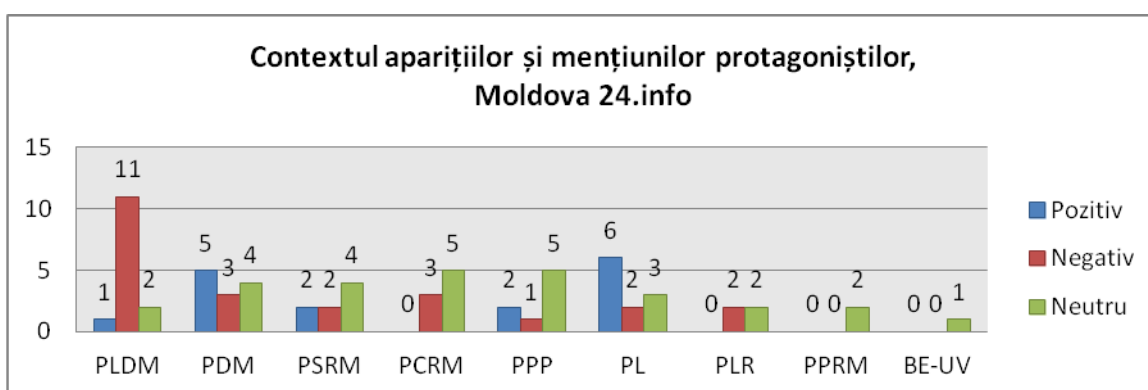
De cele mai dese ori reporterii de la Moldova24.info au recurs la politicieni în calitate de surse – 18 în total, dintre care 17 bărbați. La funcționarii de stat s-a apelat de 6 ori (5 bărbați), la experți și surse din alte categorii – de câte 7 și 8 ori, respectiv (toate sursele fiind de sex masculin). Cetățenii simpli au fost citați în două rânduri.

Cel mai mare spațiu alocat protagoniștilor a revenit PL, care a apărut în materiale cu un spațiu total de 8025 caractere. Acest concurent electoral e urmat de PPP cu 3651 de caractere, PDM cu 2931 caractere, PCRM cu 1856 și PLR cu 1669 caractere. PLDM, PSRM și PRM au beneficiat de 419, 847 și, respectiv, 647 caractere, în timp ce alți protagoniști au fost doar menționați, fără a avea apariții directe.

Moldova 24.info a publicat materiale în care fie au fost citați, fie au fost menționați reprezentanții a 9 concurenți electorali, inclusiv partidele parlamentare din coaliția de guvernare și cele din opoziția parlamentară, dar și partide extraparlamentare. Ca și frecvență a aparițiilor directe, pe primele locuri se situează concurenții electorali PL și PDM, urmați de reprezentanții PPP și PLR. Ceilalți protagoniști au fost citați câte o singură dată. După numărul mențiunilor, lider în top este PLDM, urmat de PDM, PCRM și PPP.



Contextul apariției concurenților electorali a fost atât pozitiv, cât și neutru și negativ pentru PLDM, PDM, PSRM, PPP și PL. Cele mai multe mențiuni în context negativ le-a avut PLDM.



De notat că reprezentanții Guvernului au fost menționați și citați direct de 8 ori, spațiul total alocat acestora fiind de 3214 caractere. Guvernul a apărut mai mult neutru, dar și pozitiv, și negativ. În perioada de referință Moldova24.info nu a publicat publicitate electorală.

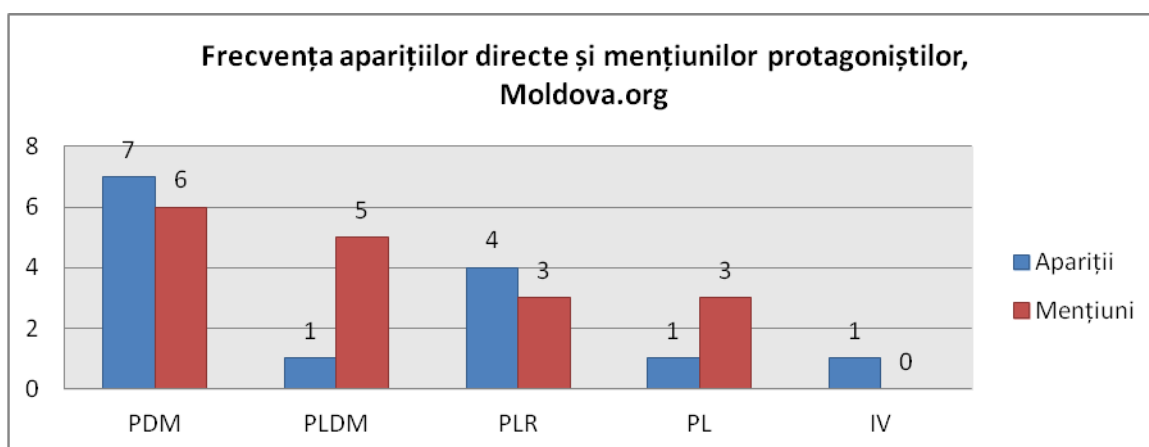
5.1.4 Moldova.org

Portalul de știri Moldova.org a publicat în perioada 9-15 noiembrie 43 de materiale relevante prezentei monitorizării, cu o suprafață totală de 91 119 caractere. Dintre acestea marea majoritate au fost materiale simple – 38, iar 4 au tratat subiecte de conflict. Un material a fost de educație electorală. Materialele au abordat atât subiecte cu caracter electoral direct (activitatea CEC, declarații ale reprezentanților diferitelor partide, rezultatele sondajelor electorale), dar și cu caracter electoral indirect, în care a fost vorba de activități cu implicarea premierului Leancă, a ministrului Economiei Candu și a speaker-ului Corman. Toate cele 4 știri cu caracter controversat au omis să prezinte părerea ambelor părți din conflict, fiind catalogate ca dezechilibrate. Poziția jurnalistului în majoritatea știrilor relevante a fost corectă și nepărtinitoare.

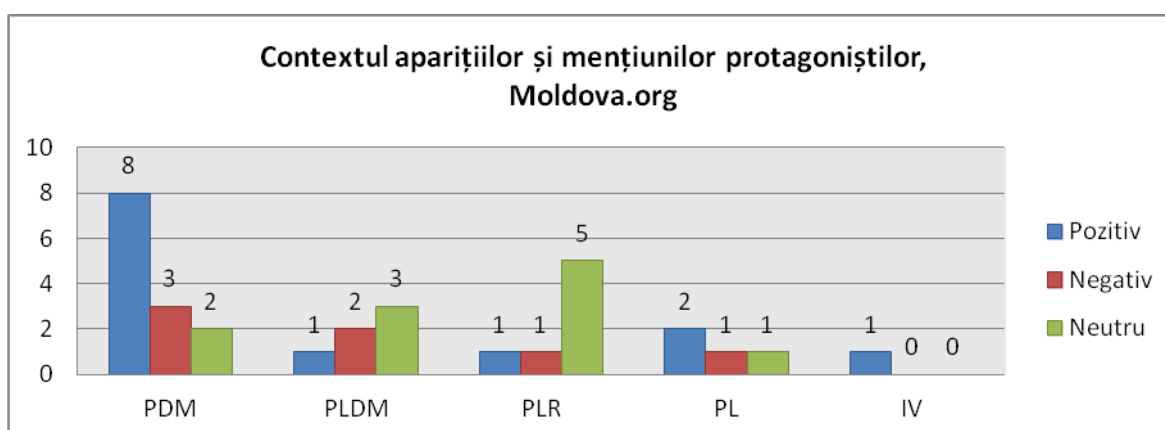
De cele mai multe ori, reporterii de la Moldova.org au citat ca surse funcționarii de stat - 15 (toți bărbați) și politicieni – 13 (toți bărbați). Totodată, în materiale au fost incluse și păreri a 9 experți (toți de sex masculin) și trei surse din alte categorii.

Ca și protagoniști, Moldova.org a dat preferință reprezentanților partidelor din coaliția de guvernare – PLDM, PDM și PLR, și unui partid parlamentar de opoziție – PL. În total, portalul s-a referit la 5 concurenți electorali. Cel mai mare spațiu în care protagoniștii au fost citați direct a revenit PDM (4957 caractere), reprezentanților PLR– 2412 caractere, ai PL - 1197 caractere, urmați de candidatul independent Ion Varanița, cu 833 caractere și PLDM – 361 caractere.

Frecvența aparițiilor și mențiunilor actorilor politici a fost relativ egală pentru reprezentanții PDM – 7 apariții și 6 mențiuni, PLR – 4 apariții și 3 mențiuni. Reprezentanții PL, PLDM și Ion Varanița au fost citați câte o dată fiecare, iar PL și PLDM au fost și menționați de câte 3 și, respectiv, 5 ori.



Contextul apariției și mențiunilor protagoniștilor a fost diferit, majoritatea candidaților fiind prezenți în știri în context pozitiv, neutru și negativ. PLR și PLDM au apărut mai mult neutru, dar și pozitiv, și negativ, PD și PL - mai mult pozitiv.



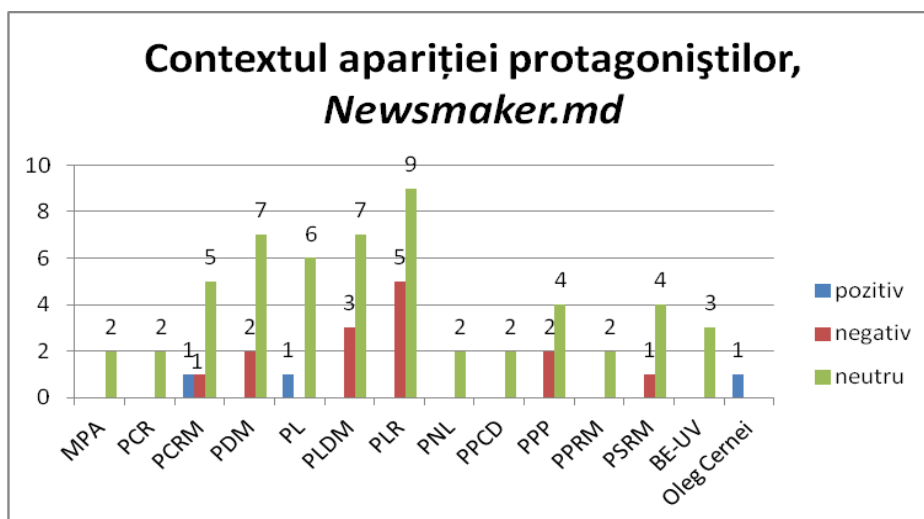
De notat că portalul a alocat mult spațiu reprezentanților Guvernului, care au avut 12 apariții directe și au fost menționați de 8 ori, spațiul total alocat constituind 6617 caractere. Contextul apariției acestora a fost de 13 ori pozitiv, 2 ori negativ și 5 ori neutru. Premierul Iurie Leancă a fost citat de 2 ori și menționat de 4 ori, în context atât pozitiv (2), cât și negativ (2) și neutru (2). Ministrul Economiei Adrian Candu a fost citat de 4 ori, cu un spațiu total de 1742 de caractere, toate aparițiile fiind în context pozitiv, iar președintele Parlamentului Igor Corman – a fost menționat o dată și citat de 2 ori (1042 de caractere), de 2 ori în context pozitiv și o dată neutru. Moldova.org a difuzat în perioada de raport publicitatea electorală a PLR, banner simplu, în fiecare zi.

5.1.5 Newsmaker.md

Portalul de știri Newsmaker.md a publicat în perioada de raportare 42 de materiale cu caracter electoral direct sau indirect, cu un spațiu total de 77 575 de caractere. 37 de texte au fost din categoria știrilor simple, trei știri au mediatizat o situație de conflict în context electoral, iar alte două materiale au fost de educație electorală. Sursele de informație cel mai des citate de Newsmaker.md au fost experții, funcționarii de stat și politicienii, mai rar cetățenii simpli. Cu doar

două excepții, toate sursele au fost bărbați. În cea mai mare parte din articolele publicate (36 din 40 de știri sau 90%) subiectul a fost prezentat nepărtinitor.

În perioada de raportare, articolele de pe Newsmaker.md au vizat 14 concurenți electorali, iar în politica editorială a portalului nu s-a evidențiat tendințe clare de favorizare sau defavorizare a vreunui concurent electoral. Printre cei mai vizibili concurenți electorali au fost PLR (9 apariții în context neutru și 5 în context negativ), urmat de PLDM cu 10 apariții (7 în context neutru și 3 în context negativ) și PDM (7 neutre și 2 negative).



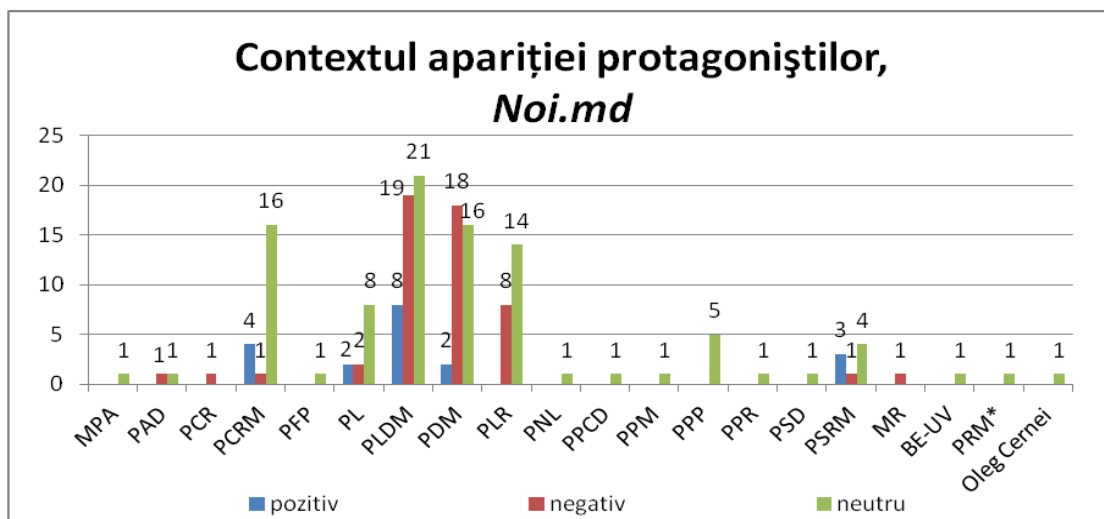
Portalul Newsmaker.md nu a avut în perioada de raport publicitate electorală.

5.1.6 Noi.md

Portalul de știri Noi.md a publicat în perioada de raportare 62 de materiale cu caracter electoral direct sau indirect, cu un spațiu total de 106 541 de caractere. 39 de articole au avut subiecte obișnuite, iar celelalte 23 au tratat teme controversate sau au mediatizat acuzații în adresa unor actori politici. Majoritatea articolelor care au reflectat o situație de conflict (19 din 23, adică 83% din total) au neglijat condițiile de prezentare echilibrată a pozițiilor tuturor părților, fiind astfel dezechilibrate, și doar 4 texte au corespuns acestui criteriu de profesionalism jurnalistic. Caracterul nepărtinitor al prezentării subiectului a fost asigurat în numai 51,6% din materiale (32 din cele 62 de materiale jurnalistice relevante), celelalte 30 de articole fiind părtinitoare.

În majoritatea cazurilor, Noi.md a apelat la surse din rândul politicianilor (40 din 57 de surse au fost anume politicieni), mai rar s-a făcut trimitere la experți sau funcționari de stat, iar ponderea surselor din rândul cetățenilor simpli a fost insignifiantă. Este foarte mare discrepanța de gen: doar 4 surse de gen feminin sau 7% din totalul surselor.

În textele publicate de Noi.md în perioada de raportare au fost vizați 20 de concurenți electorali, în topul celor mai mediatizați fiind PLDM, PDM, PLR și PCRM. Concurentului electoral PCRM i s-a oferit cel mai mare spațiu pentru intervenții directe (7400 semne), urmat de PLDM cu 6500 semne. Actorii politici și electorali au fost prezentați în context diferit de Noi.md, partidele de la guvernare fiind prezentate mai mult în context neutru și negativ, mult mai rar în context pozitiv, iar PCRM a apărut mai mult neutru, dar și pozitiv, la fel ca și PSRM. Concurentul electoral PPP a fost menționat de 5 ori, de fiecare dată în context neutru.



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

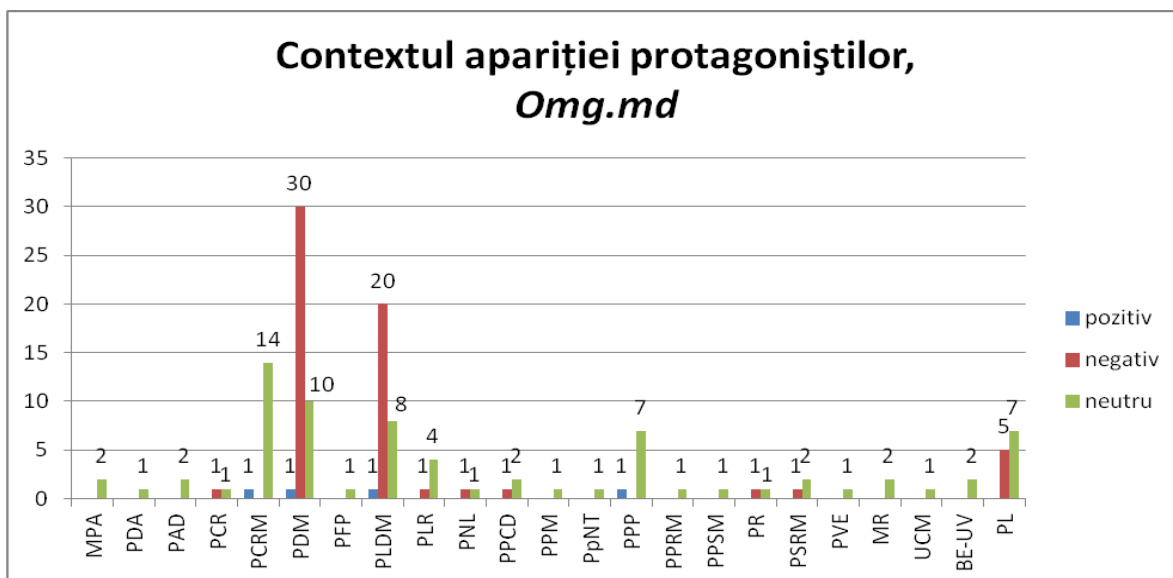
5.1.7 Omg.md

Portalul de știri Omg.md a publicat în perioada de raportare 62 de materiale cu caracter electoral direct sau indirect, cu un spațiu total de 89 209 caractere. 45 de materiale au avut subiecte obișnuite, 16 au tratat teme controversate sau au mediatizat acuzații în adresa unor actori politici, iar un material a fost de educație electorală. Toate cele 16 materialele care au reflectat o situație de conflict 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 mai puțin de jumătate din articole (28 din cele 61 de materiale jurnalistice relevante, sau 45,9% din total), 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, mai rar la experți. Din cele 40 de surse citate, una singură este femeie.

În textele publicate de Omg.md în perioada de raportare au fost vizați 23 concurenți electorali din rândul partidelor politice, în topul celor mai mediatizate formațiuni fiind PDM (41 de apariții), PLDM (29), PCRM (15) și PL (12). Deși a fost menționat de numai 8 ori, PPP i-a fost oferită o suprafață mare pentru intervenții directe/citate (4700 semne), aproape dublu față de următorul clasat PCRM (2760 semne), în timp ce altor actori electorali vizați deseori în materialele publicate în general nu li s-a oferit spațiu pentru a-și expune opinia.

Omg.md defavorizează masiv PDM și PLDM, care sunt prezentați foarte des în context negativ (PDM: 30 de apariții în context negativ, 10 în context neutru și o apariție în context pozitiv; PLDM: 20 în context negativ, 8 apariții în context neutru și o apariție în context pozitiv). În același timp, PPP și PCRM au fost mai curând favorizați, prin apariții frecvente în context neutru și pe o suprafață mare.



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

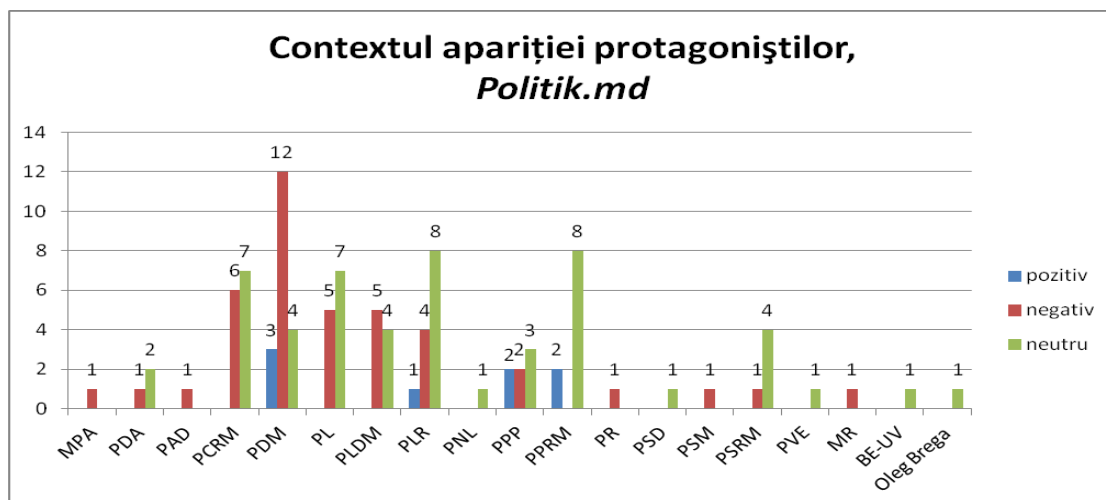
5.1.8 Politik.md

Portalul Politik.md a publicat în perioada de raportare 48 de materiale cu caracter electoral direct sau indirect, cu un spațiu total de 83 282 de caractere. 43 de materiale au avut subiecte obișnuite, iar celelalte 5 au tratat teme controversate sau au mediatizat conflicte, acuzații în adresa unor actori politici (toate materialele conflictuale au fost dezechilibrate, adică au prezentat un singur punct de vedere asupra problemei reflectate). Caracterul nepărtinitor al prezentării subiectului a fost asigurat în 68,8% din materiale (33 din cele 48 de materiale jurnalistice relevante), celelalte au fost mai mult sau mai puțin părtinitoare.

În aproape toate cazurile, Politik.md a apelat la surse din domeniului politicului și la funcționarii de stat, discrepanța de gen fiind mai mult decât evidentă: din 29 de surse citate, doar 2 sunt femei.

În textele publicate de Politik.md în perioada de raportare au fost vizați 19 concurenți electorali, în topul celor mai mediatizate formațiuni fiind PDM (19 apariții), PCRM și PLR (câte 13), PL (12), PPRM (10) și PLDM (9). PPRM este concurentul electoral căruia i s-au oferit cele mai mari spații pentru intervenții directe/citate – 6300 semne, de patru ori mai mult decât următorul clasat PLDM.

În săptămâna de referință, Politik.md a prezentat partidele din coaliția de guvernare în context mai mult negativ, uneori neutru și chiar pozitiv. PCRM la fel a apărut preponderent în context neutru și negativ.



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

5.1.9 Realitatea.md

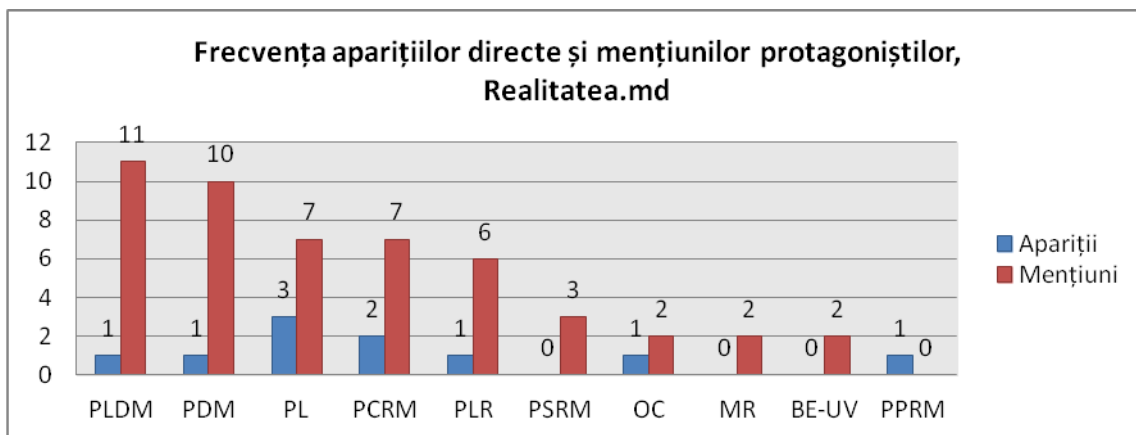
Între 9 și 15 noiembrie, portalul de știri Realitatea.md a publicat 69 de materiale cu caracter electoral direct sau indirect, între care două materiale de educație electorală. Suprafața totală alocată acestora a constituit 103 526 de caractere cu spații. Subiectele reflectate au fost variate, materialele abordând atât aspecte ce țin de activitatea CEC, sondajele electorale, disensiunile din interiorul PLR ce au implicat aderarea unui ministru PLR la PD, cât și aspecte ce țin de ratificarea de către Parlamentul European a Acordului de asociere, ajutorul financiar acordat RM de BERD, prelungirea contractului de livrare a gazelor din Federația Rusă, inclusiv reducerea prețului la gaze, în mare parte cu participarea reprezentanților Guvernului și Parlamentului, exponenți ai PDM.

Din numărul total de materiale, 7 au avut caracter conflictual, majoritatea (4) prezentând părerea ambelor părți din conflict. Totodată, majoritatea materialelor au separat faptele de opinie, fără a fi evidentă poziția autorului față de un subiect sau altul.

În perioada de raport, sursele la care au apelat de cele mai dese ori reporterii de la Realitatea.md au fost din categoriile politicieni și funcționari de stat, aceștia fiind citați direct sau indirect de 32 și, respectiv, 19 ori, absoluta majoritate fiind de sex masculin (31 și, respectiv, 18 ori). În materiale s-a făcut trimitere și la experți - de 3 ori (dintre care 2 bărbați), cetățeni simpli – 2 ori (un bărbat și o femeie) și surse din alte categorii – 4 ori.

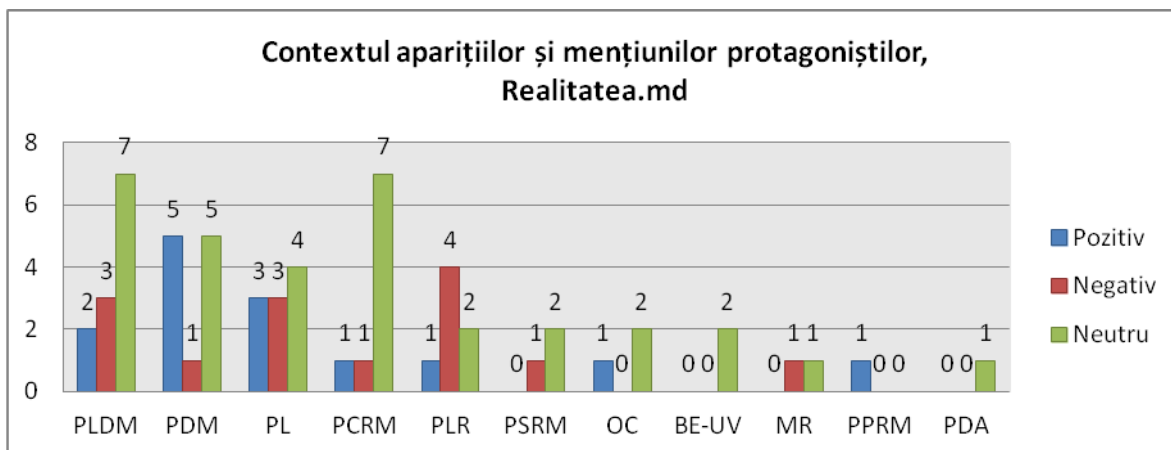
Primii cinci în Top 10 al protagoniștilor cărora le-a fost alocat cel mai mare spațiu se numără: PL (1805 caractere), PCRM (1155 caractere), PLR (644 caractere), PDM (433 caractere) și PPRM (299 caractere).

Din punctul de vedere al aparițiilor directe, de cele mai multe ori au fost citați reprezentanții PL – 3 ori, urmași de PCRM (2). PDM, PLDM, PLR, PPRM și candidatul independent Oleg Cernei au avut câte o apariție directă fiecare. Cele mai multe mențiuni au revenit PLDM, PDM, PCRM, PL și PLR.



De notat că reprezentanților Guvernului le-a fost alocat un spațiu total de 6586 de caractere, aceștia fiind citați de 14 ori și menționați de 10 ori. Protagonistii respectivi au apărut de 14 ori în context pozitiv, o dată - negativ și de 9 ori – neutru.

Contextul apariției concurenților electorali a fost diferit, în mare parte neutru și negativ. PLDM, PL și PCRM au avut apariții mai mult în context neutru și negativ, dar și pozitiv. PDM a apărut în context mai mult neutru și pozitiv, iar PLR – mai mult negativ.



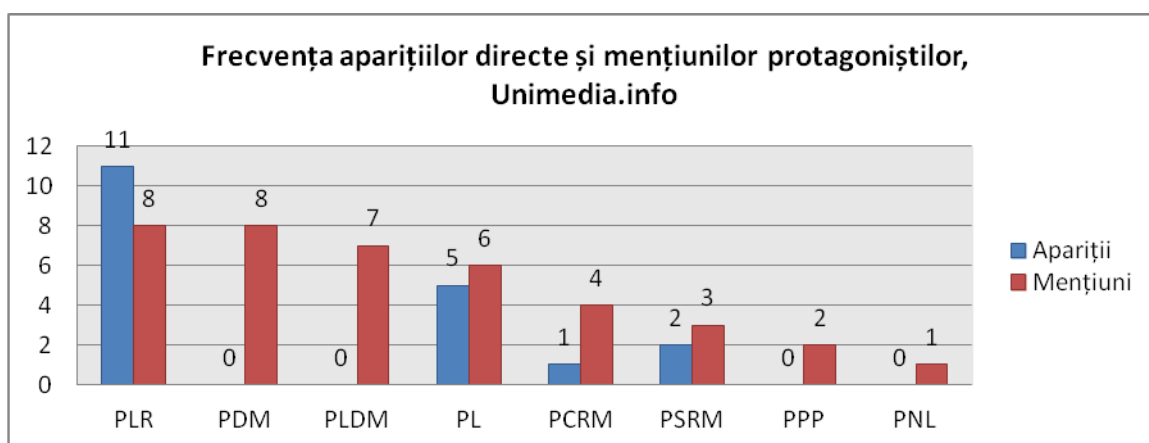
Portalul Realitatea.md a publicat în perioada de monitorizare publicitatea concurenților electorali PDM și PLR, câte un banner pop-up, difuzate pe întreg parcursul perioadei de raport.

5.1.10 Unimedia.info

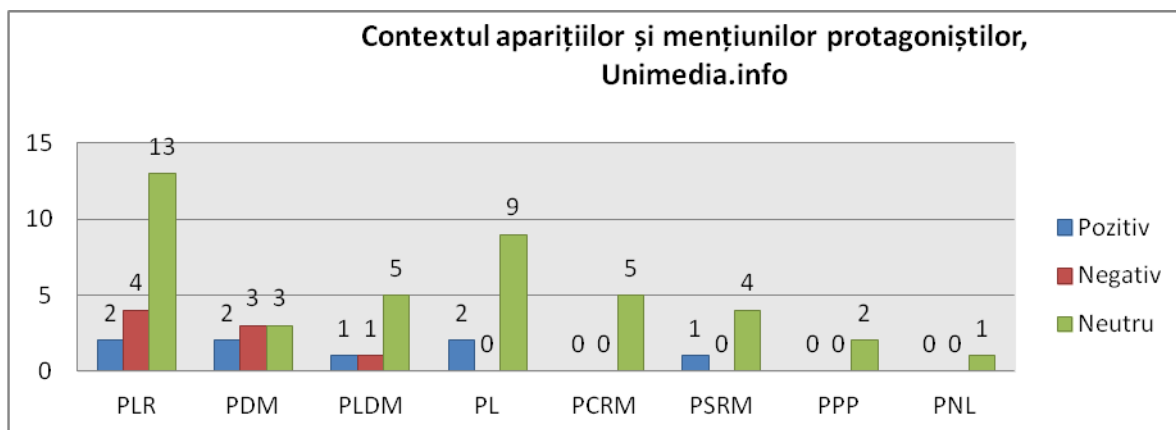
Portalul informațional Unimedia.info a publicat în perioada de referință 41 de materiale cu caracter electoral direct sau indirect cu o suprafață totală de 70 542 caractere cu spații. 27 din materiale au fost simple, 12 au abordat subiecte controversate, iar două au fost educație electorală. Marea majoritate (10) din cele 12 știri controversate nu au citat ambele părți în conflict. Printre subiectele reflectate figurează activități ale CEC și ale concurenților electorali, rezultatele sondajelor electorale, 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 – 23 de ori (dintre care 14 bărbați și 9 femei). La funcționari de stat s-a apelat de 19 ori (toți bărbați). Totodată, la experți s-a recurs de 5 ori (4 de sex masculin), iar la cetățeni simpli și surse din alte categorii – 1 și 2 ori, respectiv.

Cea mai mare pondere din punctul din vedere al spațiului alocat îi revine PLR-ului – 5674 caractere, care este urmat de PL cu 3923 semne, PSRM – 1366 caractere și PCRM – 2010 semne. Din punctul de vedere al frecvenței aparițiilor directe, pe primul loc în TOP 10 se situează PLR cu 11 citate, urmat de PL – 5 apariții și PSRM – 2 apariții. PCRM a fost citat o dată. Ceilalți protagoniști au fost doar menționați, fără a fi citați direct.



Contextul aparițiilor și mențiunilor protagoniștilor a fost diferit. Astfel, PDM a apărut și pozitiv, și negativ, și neutru, iar PLDM – mai mult neutru, dar și pozitiv 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 3287 caractere, având 8 apariții și 10 mențiuni, în context pozitiv, negativ și neutru.

Portalul Unimedia.info a publicat în perioada de raport publicitatea a 5 concurenți electorali: PDM – două bannere simple timp de 7 și, respectiv, 5 zile fiecare, și 6 articole publicitare, PLDM – un banner simplu difuzat timp de 5 zile și 3 articole publicitare, PLR – un banner simplu timp de 7 zile și un banner pop-up timp de 7 zile, plus 4 articole publicitare, PSRM – 3 articole publicitare și 3 bannere pe parcursul unei zile, și PPRM – 5 articole publicitare.

Concluzii:

- Portalurile online monitorizate au continuat să meditezze activ campania electorală, ținând în vizor diverse subiecte cu caracter electoral direct și indirect. În total, cele 10 portaluri monitorizate au publicat 508 materiale relevante, printre portalurile cu cele mai multe știri electorale fiind *Realitatea.md* (69), *Noi.md*, *Omg.md* (câte 62) și *Jurnal.md* (60);
- 105 din știrile electorale publicate de portaluri au abordat o situație de conflict, însă marea majoritate a acestora au fost prezentate dezechilibrat, dintr-o singură sursă (79 de materiale sau 75% din totalul celor conflictuale). Cea mai gravă situație la acest capitol se atestă la *Omg.md*, unde toate cele 16 subiecte conflictuale au fost prezentate dintr-o singură sursă, la fel, au prezentat subiectele de conflict dintr-o singură perspectivă și portalurile *Politik.md* (5 cazuri) și *Moldova.org* (4 cazuri);
- Aproximativ 24% din materialele despre campania și concurenții electorali au fost părtinitoare, fiind evidentă poziția autorului față de protagoniștii materialelor. Cele mai multe știri electorale părtinitoare au publicat portalurile *Omg.md* (numărul de știri părtinitoare (33) l-a depășit pe cel al știrilor nepărtinitoare – 28), au fost părtinitoare aproximativ fiecare a treia știre publicată de *Politik.md* (15 din 48), circa jumătate din știrile publicate de *Noi.md* (30 din 62), iar la *Jurnal.md* la fiecare 1,5 texte nepărtinitoare a revenit câte unul părtinitor (36 la 23);
- Portalurile online monitorizate au recurs de cele mai dese ori la politicieni și funcționari de stat în calitate de surse de informare, ponderea experților și a cetățenilor simpli fiind mult mai mică;
- Știrile au fost puternic dezechilibrate din punctul de vedere al raportului gender, marea majoritate a surselor citate fiind de sex masculin (90%!);
- Majoritatea portalurilor au reflectat preponderent subiectele despre partidele parlamentare din coaliția de guvernare și opoziția parlamentară, iar partidele extraparlamentare, la fel ca și candidații independenți, au fost reflectați mai puțin. *Noi.md* este portalul care a reflectat cei mai mulți actori electorali (20), iar *Moldova.org* - cei mai puțini (5);
- După frecvența și contextul aparițiilor directe și a mențiunilor protagoniștilor, la *Moldova.org* se remarcă favorizarea PDM prin numărul mai mare de apariții și mențiuni în

- context pozitiv atât a reprezentanților PDM, cât și a reprezentanților Guvernului și Parlamentului, exponenți PDM (14 apariții și mențiuni pozitive);
- În materialele publicate de portalul *Deschide.md* se observă defavorizarea ușoară a PLDM și PDM (10 și 13 mențiuni sau aproximativ 60% de mențiuni negative), la *Moldova 24.info* – defavorizarea evidentă a PLDM (11 sau 84% mențiuni în context negativ);
 - PLDM și PDM au avut cele mai multe apariții pe portalul *Noi.md*, unde au fost prezentate mai des în context negativ sau neutru. PCRM a apărut mai mult în context neutru, iar PSRM preponderent în context neutru și pozitiv;
 - *Jurnal.md* defavorizează editorial concurentul electoral PDM care a avut în săptămâna de raportare 51 de apariții, inclusiv de 47 de ori în context negativ. Doar în context negativ a fost mediatizat și concurentul PPP (de 5 ori);
 - *Omg.md* defavorizează masiv PDM și PLDM, mai rar PL, pe care îi critică și îi prezintă de cele mai multe ori în context negativ. În schimb, este favorizat concurentul electoral PPP care a apărut doar în context pozitiv sau neutru, la fel ca și PCRM, însă pe o suprafață de aproape două ori mai mică;
 - Concurenții electorali PDM și PLDM sunt mai curând defavorizați de *Politik.md* (PDM – 19 apariții, inclusiv 12 în context negativ, PLDM – 9 apariții, inclusiv 5 în context negativ). În schimb, este favorizat PPRM care a apărut de 10 ori (2 apariții în context pozitiv și 8 în context neutru), oferindu-i-se o suprafață pentru intervenții directe de câteva ori mai mare decât celorlalți concurenți;
 - La celelalte portaluri monitorizate nu se evidențiază tendințe clare de favorizare sau defavorizare a vreunui concurent electoral.

VI. Studii de caz

Studiul de caz nr.1. Ziarul “Jurnal de Chișinău”, 11 noiembrie 2014

Titlu: “Volens-nolens, Leova votează cu Ponta”²

Autor: Nadine Chilianu

Articolul vizează campania pentru alegerile prezidențiale din România, desfășurată în R. Moldova, iar autoarea face trimitere la unele informații, parvenite la redacție din partea unui cititor, despre “încălcări flagrante” comise în raionul Leova în primul tur de scrutin. Sursa susține că președinta raionului, reprezentantă a Partidului Democrat din R. Moldova, ar face agitație în favoarea candidatului PSD, Victor Ponta, iar prin aceste acțiuni promovează imaginea democraților în campania pentru parlamentarele din R. Moldova.

„Să fi văzut ce debandadă a fost pe 2 noiembrie și la noi! Un microbuz PD-ist îi aducea pe alegătorii cumpărați cu câte 100 de lei pentru a-l vota pe Ponta. Oamenilor li s-au promis și ceasuri de mână și alte cadouri. Pe 16 noiembrie nu va fi mai puțin interesant. Vă invit la Leova să faceți un reportaj de la secția de votare pentru alegerea președintelui României. Dacă trebuie, vă achit eu călătoria, numai să veniți!”, scrie ziarul, citându-l pe Valeriu Mercușev din Leova. “Președinta raionului, Efrosinia Grețu e PD-istă, a „albăstrit” întreg raionul și la noi se vorbește că Ponta i-ar fi promis construcția unui pod peste Prut”, mai susține cetățeanul care a sunat la redacție. Articolul este ilustrat cu fotografia unui microbuz pe care sunt lipite mai multe afișe electorale ale candidatului PSD, Victor Ponta, iar în legenda pozei se spune că: “La 2 noiembrie, la Leova, ca și la Ialoveni, microbuzul PD-ist i-a tot purtat pe votanții lui Ponta”.

Autoarea a publicat declarațiile lui V. Mercușev, fără a verifica veridicitatea informației oferite de acesta. Chiar dacă, în articol apare într-un context negativ președinta raionului Leova și Partidul Democrat, acuzați că ar cumpăra alegătorii pentru a vota candidatul PSD, replica democraților lipsește.

Astfel, autoarea a încălcat normele Codului deontologic al jurnalistului din Republica Moldova³ care prevăd (art. 2.12) că orice persoană vizată direct într-un material are dreptul la replică.

Studiul de caz nr.2. Portalul de știri Jurnal.md, 11 noiembrie 2014

Titlu: “Tranzacții de milioane între angajații instituțiilor de drept și Primărie”⁴

Autor: Jurnal.md

Știrea începe cu declarația consilierului local din Chișinău, Oleg Cernei, precum că judecători, procurori, rectori și colonei de poliție au beneficiat de 25 de milioane de lei din bugetul municipal pentru că nu ar avea case. În acest sens, a fost semnată o dispoziție de către primarul Dorin Chirtoacă, susține Oleg Cernei. “Ei aveau la îndemână deciziile unor instanțe de judecată, care obligau autoritatea publică locală să le asigure un spațiu locativ. Pentru că Primăria nu avea apartamente, a încheiat tranzacții de împăcare cu acei polițiști, procurori și judecători, oferindu-le în schimb o sumă de bani, echivalent cu costul unei locuințe”, afirmă el.

Chiar dacă a fost publicată la rubrica “Social”, totuși nu putem vorbi de o știre socială, deoarece învinuirile de corupție sunt aduse de candidatul independent la alegerile parlamentare Oleg Cernei în adresa unor subalterni ai primarului Dorin Chirtoacă, candidat la alegeri pe listele Partidului

² <http://www.jc.md/volens-nolens-leova-voteaza-cu-ponta/>

³ http://consiliuldepresa.md/fileadmin/fisiere/fisiere/Cod_deontologic_al_jurnalistului_din_Republica_final.pdf

⁴ <http://jurnal.md/ro/social/2014/11/11/procurorii-si-judecatorii-beneficiarii-locuintelor-sociale-alaturi-de-refugiati/>

Liberal. În știre, Oleg Cernei prezintă unele cifre, pe care autorul le publică fără a le verifica: “În 2012 au fost alocate peste 9 milioane de lei pentru 13 persoane. În 2013 – peste 8 milioane de lei pentru 10 persoane, iar în 10 luni ale anului 2014, peste 6 milioane au fost oferite pentru 8 persoane. Cea mai mare sumă oferită unui beneficiar în acest an a fost de 1 milion de lei”. O. Cernei a adus învinuiri de corupție funcționarilor de la Primărie și a cerut procurorilor și judecătorilor să returneze banii oferiți “pentru a fi dați refugiaților”. Totodată, el a cerut Procuraturii Generală, Ministerului Afacerilor Interne și Comisiei Naționale Anticorupție să se autosesizeze și să investigheze cazul. „Toate dosarele au fost promovate de funcționarii din primărie care au avut un procent de la 5-10%, care intrau pe ușa din spate, care pe cea oficială. Acestea se numesc tranzacții de împăcare. Eu le-aș spune tranzacții de împărțeală între funcționari și judecători și procurori”, îl citează portalul pe Oleg Cernei fără a oferi dreptul la replică responsabililor de la Primărie. În același timp, titlul știrii este unul acuzator, inducându-le cititorilor că într-adevăr este vorba despre ilegalități care se întâmplă la Primărie. Astfel, prin publicarea unor acuzații fără asigurarea dreptului la replică, au fost încălcate rigorile de obiectivitate și imparțialitate, prevăzute de Codul deontologic al jurnalistului. Materialul poartă un caracter electoral indirect, deoarece îl prezintă pe Oleg Cernei ca pe un luptător împotriva corupției de la Primărie, care cere să fie luați banii de la procurori și judecători și dați refugiaților. Astfel, putem vorbi și de publicitate electorală mascată în favoarea candidatului Oleg Cernei, care este interzisă prin Legea cu privire la publicitate⁵ și contravine deontologiei profesionale jurnalistice. Codul Deontologic al Jurnalistului (alin 2.10) relevă că este obligatorie separarea clară a produselor jurnalistice de cele realizate în scop publicitar, iar acestea trebuie marcate distinct și prezentate astfel încât să nu poată fi confundate cu cele jurnalistice.

Studiul de caz 3. Portalul Moldova24.info, 13 noiembrie 2014

Titlu: „DEZVĂLUIRI // PĂCATELE TINEREȚII // Natalia GHERMAN implicată în CONTRABANDĂ de valută”⁶

Autor: Moldova24

Știrea anunță că politicianul Renato Usatîi „a prezentat un document care confirmă că Natalia Gherman, actualul Ministru de Externe al Republicii Moldova, numită din partea PLDM, a fost implicată într-un scandal monstru legat de traficul ilegal de valută”. În continuare se anunță că Natalia Gherman a fost reținută pe aeroportul Vnukovo din Moscova, „în timp ce încerca să treacă ilegal suma de 125 de mii de dolari SUA”.

Abia după aceste informații autorul anunță că acest lucru s-a întâmplat cu 20 de ani în urma. Astfel, se încearcă inducerea în eroare a cititorului care își poate crea impresia că acest caz s-a întâmplat recent. Această constatare este valabilă și în cazul titlului, care spune că Natalia Gherman e implicată în contrabandă, dar nu precizează când, indicându-se doar că e vorba de „tinerețea” ei.

Știrea prezintă o informație incompletă și trunchiată. Astfel se afirmă că „scrisoarea descrie cu lux de amănunte tentativa de contrabandă cu valută a cărei protagonistă a fost ministrul de externe Natalia Gherman, fiica primului președinte al Republicii Moldova”, or, în anul 1995 Natalia Gherman nu era ministru de Externe, iar încălcarea regulilor de transportare a valutei nu a avut nicio finalitate. Contrar pct. 2 din Codul Deontologic al jurnalistului din Republica Moldova, autorul nu a solicitat opinia persoanei vizate, pentru a-i oferi dreptul la replică. De asemenea, nu a fost făcut niciun efort pentru a confirma veridicitatea documentului prezentat drept probă, autorul bazându-se doar pe declarațiile lui Usatîi.

Știrea este însoțită de o secvență video de la întâlnirea lui Usatîi cu jurnaliștii care a avut loc la 12 noiembrie 2014, titlul căreia „Usatîi: Doamna Gherman ar trebui să-și aducă aminte cum a învațat

⁵ <http://lex.justice.md/index.php?action=view&view=doc&lang=1&id=311557>

⁶ <http://moldova24.info/politic/dezvaluiri-pacatele-tineretii-nataliei-gherman-implicata-contrabanda-de-valuta-doc-video/>

de la Filat să facă contrabandă!” este unul speculativ și vădește faptul că portalul nu și-a propus să informeze cititorii, ci să le prezinte doar ceea ce declară concurentului electoral Renato Usatfi care urmărește discreditarea unui adversar politic, N. Gherman fiind candidat la alegerile parlamentare pe listele PLDM.