

coaliția 2009



coaliția civică
pentru alegeri libere și corecte



Centrul Independent de Jurnalism



Monitorizarea mass-media în campania electorală pentru alegerile parlamentare 2009

Raport Nr. 3
5 - 11 martie 2009

Proiectul „Monitorizarea mass-media în campania electorală pentru alegerile parlamentare 2009” este susținut financiar de Fundația Eurasia din resursele acordate de Agenția Suedeză pentru Dezvoltare și Cooperare Internațională (Sida/Asdi) și Agenția Statelor Unite pentru Dezvoltare Internațională (USAID). Opiniile exprimate în acest raport aparțin autorilor și nu reflectă neapărat poziția finanțatorilor.



Sida



USAID
DIN PARTEA POPORULUI
AMERICAN

Publicarea acestui raport a fost posibilă cu suportul poporului american prin intermediul Agenției Statelor Unite pentru Dezvoltare Internațională (USAID). De conținutul acestuia este responsabil doar Centrul Independent de Jurnalism, iar informația publicată nu reflectă neapărat poziția USAID sau a Guvernului Statelor Unite.

1. Date generale

1.1 Obiectivul proiectului: monitorizarea și informarea opiniei publice referitor la comportamentul mass-media în perioada electorală pentru alegerile parlamentare din Republica Moldova.

1.2 Perioada de monitorizare: 5 februarie 2009 – 5 aprilie 2009.

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

- forma de proprietate (publică și privată)
- audiența/ impactul
- limba difuzării

1.4 Mass-media monitorizate:

TV: Moldova 1, PRO TV, NIT, Euro TV Chișinău, TV 7

Radio: Radio Moldova, Antena C, Vocea Basarabiei

Presa scrisă: Moldova Suverană, Nezhavisimaia Moldova, Săptămîna, Flux, Moldavskie vedomosti, Jurnal de Chișinău, Timpul de dimineață, Komsomolskaia pravda, SP (Bălți), Vesti Gagauzii (Comrat), Realitatea (Soroca), Cuvîntul (Rezina)

Agenții de presă și portaluri web: Moldpres, Infotag, www.omg.md, www.unimedia.md

1.5 Orarul monitorizării

TV: Luni – vineri: de la 6.00 până la 9.00 și de la 18.00 până la 23.00

Sâmbătă și duminică: de la 8.00 până la 22.00

Radio : De la 6.00 până la 13.00, și de la 17.00 până la 20.00, zilnic.

Presa scrisă/Agenții de știri/Portaluri web: întreg conținutul, zilnic.

1.6. Echipa

Proiectul este realizat de Centrul Independent de Jurnalism și Asociația Presei Independente în parteneriat cu Institutul de Marketing și Sondaje IMAS-INC Chișinău.

2. Cadrul metodologic

Metodologia monitorizării a fost elaborată de Oxford Media Research pentru proiectele de monitorizare ale Organizației Internaționale Campania Globală pentru Libertatea de Exprimare “Articolul 19”. Caracteristicile acestei metodologii sunt următoarele: folosirea indicatorilor 1) cantitativi, inclusiv tipul, durata, tematica mediatizării, sursele știrilor, frecvența și durata apariției concurenților electorali în buletinele de știri, și 2) calitativi, stabilindu-se părtinirea postului monitorizat în reflectarea evenimentelor. Fiecare știre sau opinie este supusă unei evaluări de conținut și de context, pentru a determina dacă sunt favorabile sau defavorabile unui sau altui partid /unei sau altei formațiuni politice. Un conținut și/sau un context al știrii pozitiv ori negativ nu indică neapărat tendențiozitatea sau partizanatul postului care difuzează știrea. E posibil ca știrea să favorizeze sau să defavorizeze pe unul dintre subiecți, și, cu toate acestea, să fie echidistantă și corectă din punct de vedere profesional. Numai dacă există tendința, pe o anumită perioadă de timp, ca unul dintre subiecți să fie favorizat sau defavorizat, atunci se poate spune că e vorba despre un dezechilibru.

Lista codurilor folosite în raport:

PD - Partidul Democrat din Moldova
PCRM- Partidul Comuniștilor din Republica Moldova
AMN - Partidul "Alianța «Moldova Noastră»
PPCD - Partidul Popular Creștin Democrat
PL - Partidul Liberal
PSD – Partidul Social Democrat din Moldova
PSS - Partidul Socialiștilor din Republica Moldova „Patria-Rodina”
RAVN - Mișcarea social-politică "Ravnopravie"
AV - Partidul Ecologist "Alianța Verde"
UCM - Uniunea Centristă din Moldova
PMU - Partidul Dezvoltării Spirituale "Moldova Unită"
PC – Partidul Conservator
MAE - Mișcarea social-politică “Acțiunea Europeană”
SB – Sergiu Banari, candidat independent
PLDM - Partidul Liberal Democrat din Moldova
PNT – Partidul Pentru Neam și Țară
VR – Victor Răilean, candidat independent
UȘ – Urătu Ștefan, candidat independent
PRES - Președintele, președinția
PARL - Parlament
GUV - primul-ministru, oficiali din guvern, miniștrii, oficiali din ministere.
AIS – alte instituții de stat
AL - Alexandr Lomakin
CV - Valentina Cușnir
VR - Veaceslav Roșca
TȚ – Tatiana Țîmbalist

3. Tendințe generale

3.1 Audiovizual

În perioada 5-11 martie 2009, numărul materialelor cu caracter electoral difuzate de cele opt posturi de radio și televiziune supuse monitorizării s-a mărit, atingând numărul de 2508 pe săptămână, comparativ cu 3902 înregistrate pe parcursul a două săptămâni precedente. Dintre posturile TV, cele mai multe știri, emisiuni de opinie, dezbateri și publicitate electorală au fost difuzate de *Moldova 1*, iar dintre posturile radio – de *Vocea Basarabiei*.

Tendințele negative în reflectarea campaniei electorale de către mass-media supuse monitorizării s-au menținut și în perioada 5-11 martie. Posturile publice cu acoperire națională *Moldova 1* și *Radio Moldova* au continuat să trateze în mod preferențial partidul de guvernământ, mediatizând pe larg inițiativele și acțiunile electorale ale guvernării. Aproape toate buletinele din perioada monitorizată au început cu știri care au favorizat partidul de guvernământ. Accesul celorlalți concurenți electorali la posturile publice a fost mult mai limitat, ei împreună fiind citați ca surse de știri cu impact electoral de mult mai puține ori decât reprezentanții guvernării. În unele cazuri, prezentarea partidelor de opoziție a urmărit scopul discreditării acestora, nu al informării alegătorilor. O politică editorială similară se atestă și la posturile private *NIT* și *Antena C*, cu diferența că defavorizarea unor partide de opoziție la aceste posturi a fost mai accentuată.

Posturile *Moldova 1*, *Radio Moldova*, *NIT* și *Antena C* au continuat să favorizeze PCRМ și prin ordinea difuzării publicității electorale, spoturile PCRМ fiind plasate întotdeauna fie la început, fie la urma blocului publicitar, sau și la început, și la urmă.

NIT a continuat să încalce regulamentul privind reflectarea alegerilor, care interzice instituțiilor audiovizualului să difuzeze, “cu excepția emisiunilor cu caracter electoral”, “materiale cu participarea concurenților electorali la evenimente sportive, emisiuni de divertisment, talk-show-uri”. Pe data de 10 martie 2009, *NIT* a difuzat o știre privind concertul de gală în cadrul festivalului “Mărțișor”, la care a participat și a vorbit președintele Voronin.

EU TV a continuat să discrediteze, atât în știri, cât și în emisiunile de opinie, unele partide de opoziție, favorizând ușor PPCD și prezentând mai echilibrat, într-o lumină mai mult pozitivă decât negativă, partidul de guvernământ.

Pe de altă parte, *PRO TV*, *TV7* și *Vocea Basarabiei* au continuat să reflecte campania electorală de pe poziții pluraliste, mai echidistante, fără a manifesta preferințe evidente pentru vreun candidat electoral. Aceste posturi au prezentat PCRМ mai mult prin știri defavorabile, decât favorabile, dar fără a distorsiona informația ca în cazurile celorlalte posturi supuse monitorizării. *Vocea Basarabiei* a continuat să critice partidul de guvernământ în emisiunile de opinie. De menționat că reprezentanții PCRМ refuză să colaboreze cu acest post și cu *PRO TV*.

Un element pozitiv în procesul de reflectare a campaniei electorale îl constituie începutul dezbaterilor la *Moldova 1*, *TV 7*, *Radio Moldova* și *Vocea Basarabiei*.

3.2 Presa scrisă/Agenții de presă/Portaluri web

În perioada 5-11 martie, s-a accentuat angajamentul editorial al unor mijloace de informare în masă față de anumiți concurenți electorali. Ziarele *Moldova suverană*, *Nezavisimaia Moldova*, Agenția informațională de stat *Moldpres* și portalul www.omg.md (Agenția multimedia de știri OMEGA) favorizează evident concurentul electoral PCRМ, prezentându-l doar în context pozitiv în știri și materiale de opinie; în același timp aceste mass-media îi critică vehement pe ceilalți concurenți electorali sau îi prezintă în context dezavantajos. *Komsomolskaia pravda v Moldove* reflectă mai puțin campania electorală, preferând să prezinte guvernarea doar în context pozitiv.

Articolele publicate în ziarul *Flux* favorizează intens concurentul electoral PPCD și dezavantajează liderii partidelor de opoziție.

O tendință clară de dezavantajare a PCRМ manifestă ziarele *Timpul de dimineață*, *Jurnal de Chișinău*, *Moldavskie vedomosti* și portalul www.unimedia.md. Aceste mijloace de informare promovează alți concurenți electorali, în special pe cei de orientare liberală.

Celelalte mass-media monitorizate nu au favorizat sau defavorizat evident vreun concurent electoral în perioada de raport, încercând să prezinte campania electorală mai mult sau mai puțin echilibrat sau să nu o reflecte foarte detaliat.

3.3. Condiții de activitate

La 5 martie, Coaliția Civică pentru Alegeri Libere și Corecte - „Coaliția 2009” a făcut un apel către Ministerul Afacerilor Interne să asigure un climat propice desfășurării unor alegeri parlamentare libere și corecte. Apelul a vizat printre altele și vizitele poliției la postul de televiziune *Albasat TV*. Reacția autorităților însă a fost alta decât cea așteptată. Organele de

poliție au deschis dosar de urmărire penală pe motiv că postul îi s-ar fi plătit pentru servicii pe care nu le-ar fi acordat.

La 10 martie, Oleg Brega, operator la *JURNAL TV* (televiziune pe Internet), a fost agresat de reprezentanții ai serviciului de securitate al premierului Zinaida Greceanîi. Incidentul s-a produs în holul Teatrului de Operă și Balet din Chișinău, unde Zinaida Greceanîi participa la o reuniune cu lucrători ai Societății „Moldova-Gaz”. Bodyguardii au interzis accesul jurnaliștilor de la *JURNAL TV*. Oleg Brega a încercat să intre în sală, dar un bărbat în civil a aplicat forța fizică pentru a-i împiedica accesul. Agenții de securitate au lovit peste cameră și au deteriorat parasolarul de la obiectiv. Cameramanul de la *JURNAL TV* a depus o plângere la procuratură în care cere tragerea la răspundere a celor care l-au intimidat.

Compania publică „*Teleradio-Moldova*” a refuzat să plaseze patru spoturi sociale realizate de IDIS „Viitorul”, prin care populația era îndemnată să meargă la votare. Administrația companiei motivează refuzul prin faptul că spoturile nu ar corespunde rigorilor unei campanii sociale, ci mai curând unei campanii politice.

4. Datele monitorizării. Presa audiovizuală

4.1 Implicarea în campania electorală

4.1.1 TV

În perioada 5-11 martie, posturile *Moldova 1* și *TV 7* au început să organizeze dezbateri electorale (programe electorale speciale). Ca și în perioada precedentă *Moldova 1* și *NIT* au difuzat cel mai mare volum de știri cu impact electoral și de publicitate electorală. *EU TV* și *PRO TV* s-au evidențiat prin difuzarea programelor de educație electorală și a emisiunilor de opinie (vezi Diagrama 1, 1.1). În tematica buletinelor de știri au predominat politica și procesul electoral. Mai puțin frecvent au fost abordate temele economice și sociale (Diagrama 1.2)

Diagrama 1. Volumul materialelor electorale difuzate la posturile TV în perioada 5-11 martie 2009, sec

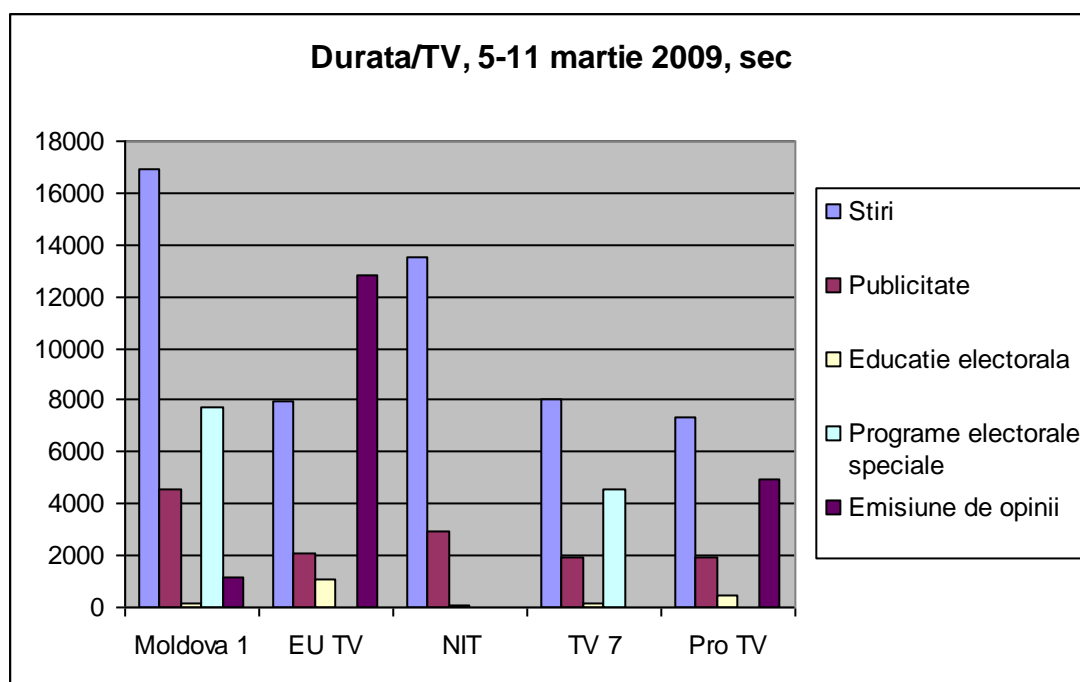


Diagrama 1.1 Volumul materialelor electorale difuzate la posturile TV în perioada 5 februarie -11 martie 2009, sec

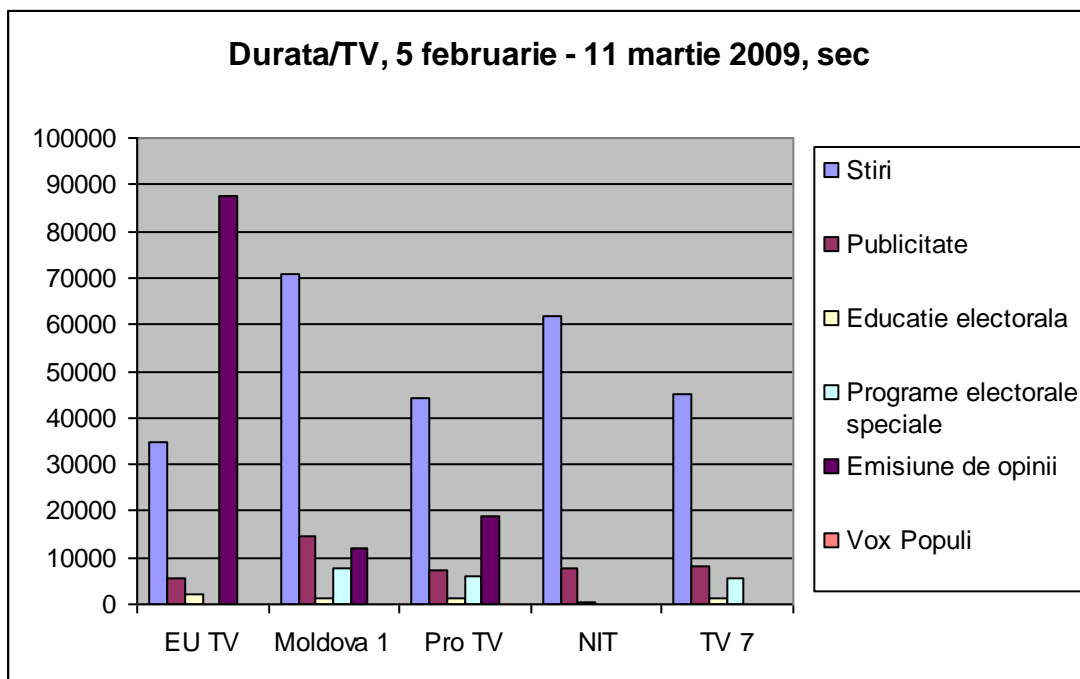
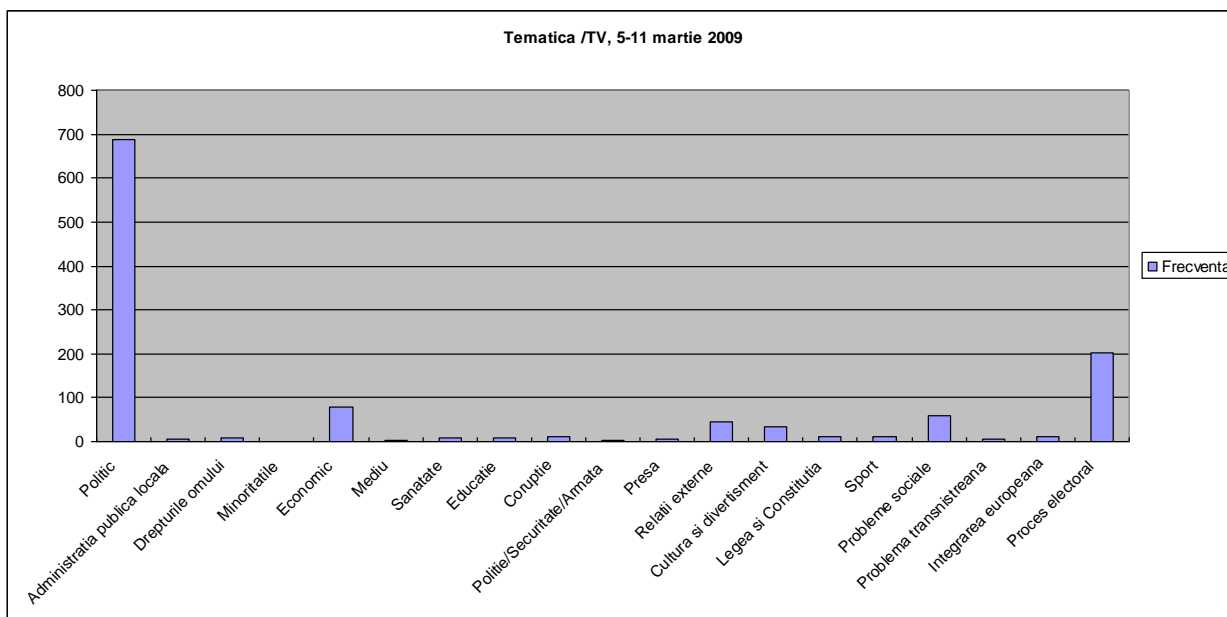


Diagrama 1.2. Tematica știrilor electorale difuzate de posturile tv în perioada 5-11 martie 2009



4.1.2 Radio

În perioada 5-11 martie au început dezbaterile și la posturile radio supuse monitorizării, cu excepția *Antenei C*, care a difuzat cele mai multe știri electorale. Ca și în perioada precedentă, *Vocea Basarabiei* s-a evidențiat prin volumul mare de emisiuni de opinie, spre deosebire de *Radio Moldova*, care nu a recurs la acest gen de materiale. Volumul de programe de educație electorală a fost nesemnificativ la toate posturile radio monitorizate în această perioadă (Diagrama 2, 2.1). Ca și la posturile TV, în tematica știrilor electorale difuzate de către posturile radio a prevalat politicul și procesul electoral (Diagrama 2.2)

Diagrama 2. Volumul de materiale difuzate de posturile de radio în perioada 5-11 martie 2009, sec.

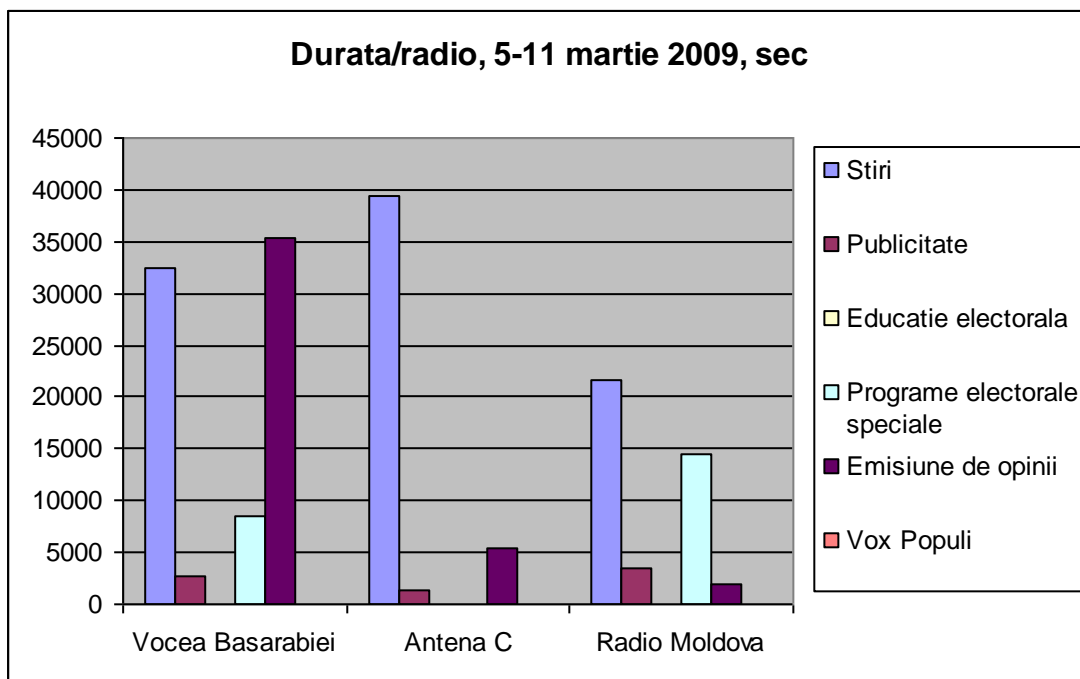


Diagrama 2.1 Volumul de materiale difuzate de posturile de radio în perioada 5 februarie -11 martie 2009, sec.

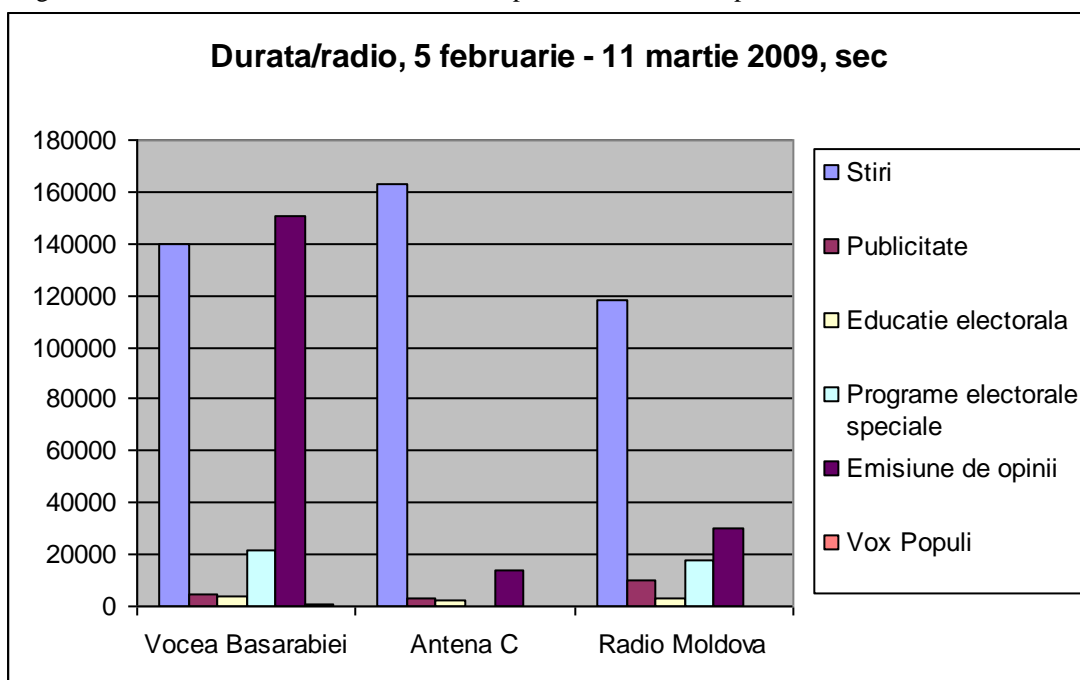
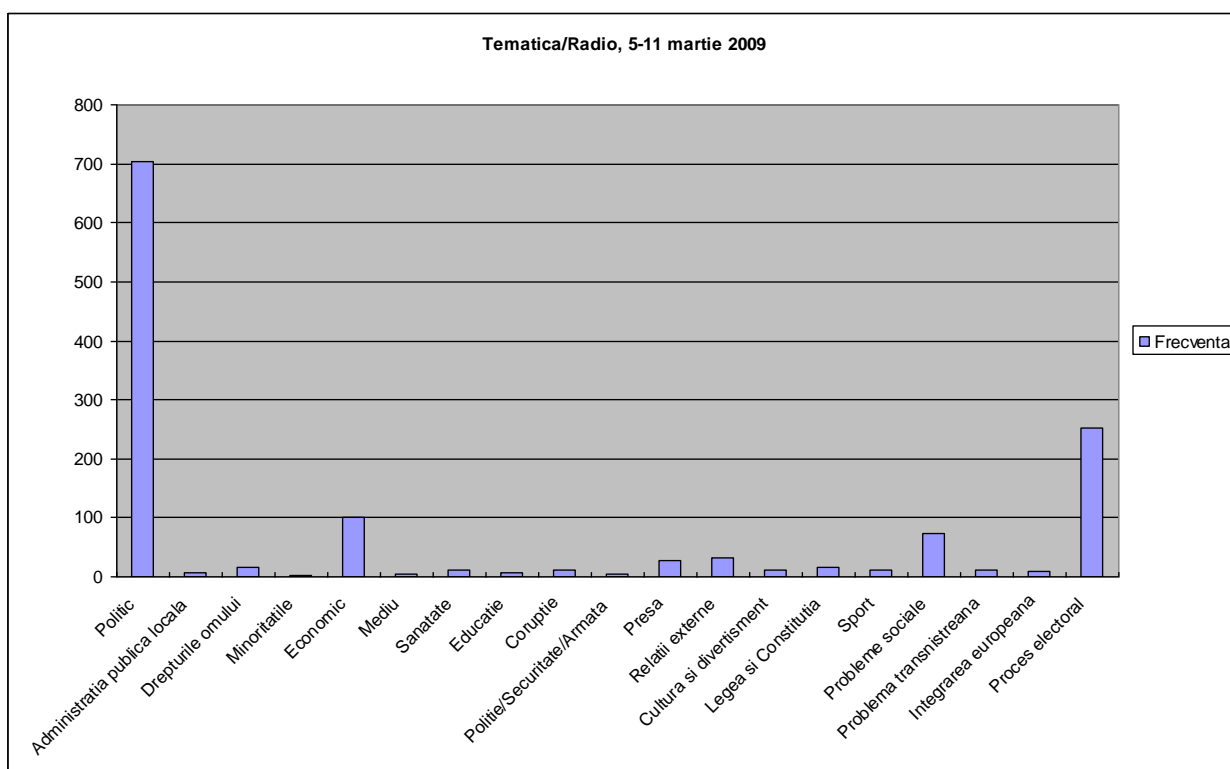


Diagrama 2.2. Tematica știrilor electorale difuzate de posturile de radio în perioada 5-11 martie 2009



4.2 Frecvența citării concurenților electorali ca surse ale știrilor electorale, apariții la TV, intervenții directe în știri cu implicații electorale

La *Moldova 1*, în perioada 5-11 martie 2009, reprezentanți ai Guvernului, ai altor instituții de stat, președintele Republicii Moldova, președintele Parlamentului și alți reprezentanți ai PCRM au fost citați de 112 de ori și au apărut pe ecranul televizorului timp de 1893 sec. Celelalte partide și candidați independenți luați împreună au servit drept surse de știri de 62 ori, reprezentanții lor apărând pe ecran timp de 1595 sec. De menționat că, potrivit studiilor de specialitate, o frecvență mai mare, dar cu o durată mică a citării sau apariției pe ecran a concurentului electoral are un impact mai puternic decât în cazul unei frecvențe mai mici cu o durată mai mare.

Tabelul 1. Frecvența citării și apariției concurenților electorali la Moldova 1

cod	Durata apariției	Durata intervenției	Frecvența
GUV	860	746	53
PRES	825	62	42
MAE	387	315	13
PARL	120	16	7
PD	86	52	6
UM	228	137	5
PNT	107	81	5
AIS	83	25	5
PCRM	5	0	5
CV	97	97	4
LA	55	55	4
RV	53	53	4
TT	44	44	4
SB	168	148	3
PL	127	39	3

PLDM	26	16	3
PSD	96	73	2
UȘ	54	29	2
VR	34	28	2
PR	33	26	2

Și la *NIT* s-a menținut dezechilibrul surselor în știrile cu impact electoral. Guvernul, președintele Republicii Moldova, președintele Parlamentului și alți reprezentanți ai PCRM au fost citați ca surse în 129 de cazuri, iar celelalte partide – de 31 de ori. Durata apariției pe ecran este de, respectiv, 2328 sec și 294 sec.

Tabelul 2. Frecvența citării și apariției concurenților electorali la NIT

cod	Durata apariției	Durata intervenției	Frecvența
PRES	1478	414	62
GUV	509	410	36
AMN	207	159	14
PCRM	169	163	14
AIS	136	108	13
PPCD	103	70	4
PLDM	66	0	4
PARL	36	0	4
UC	56	0	2
PL	38	15	2
PNL	24	0	2
MAE	0	0	2
PSD	0	0	1

PRO TV a continuat să trateze guvernarea ca și pe ceilalți concurenții electorali. Guvernul, reprezentanții altor instituții de stat, președintele Republicii Moldova, președintele Parlamentului și alți reprezentanți ai PCRM au fost citați ca surse în 38 de cazuri, PD – 18, PLDM – 15, AMN – 11. După durata apariției pe ecran, pe primele locuri se află PD cu 131 sec, candidatul independent Cușnir Valentina - 103, UM – 102, iar reprezentanții guvernării - 195 sec.

Tabelul 3. Frecvența citării și apariției concurenților electorali la PRO TV

cod	Durata apariției	Durata intervenției	Frecvența
GUV	47	105	22
PD	131	111	18
PLDM	91	110	15
PCRM	122	128	14
AMN	83	79	11
PSD	53	41	8
CV	103	73	5
LA	65	65	5
UM	102	72	4
PNT	92	69	4
VR	63	55	4
RV	40	48	4
SB	12	5	4
PL	45	45	3
TT	43	33	3
OB	36	20	3

PR	11	11	3
UC	9	0	3
PRES	26	0	2
UȘ	25	0	2

În știrile electorale de la *EU TV*, Guvernul, reprezentanții altor instituții de stat, președintele Republicii Moldova, președintele Parlamentului și alți reprezentanți ai PCRM au fost citați ca surse în 21 de cazuri și au apărut pe ecran timp de 551 sec. PPCD a fost citat ca sursă de 9 ori, cu 201 secunde apariție pe ecran, PLDM – 8 ori, 151 sec, PD – 6 ori, 151 sec.

Tabelul 4. Frecvența citării și apariției concurenților electorali la EU TV

cod	Durata apariției	Durata intervenției	Frecvența
PPCD	201	183	9
GUV	170	146	8
PCRM	153	117	8
PLDM	101	96	8
PD	151	103	6
AMN	55	34	6
PL	87	69	5
AIS	219	219	3
UC	59	52	3
MAE	35	33	2
VR	30	27	2
UȘ	22	22	2
PRES	9	0	2
OB	9	9	1

La *TV 7*, Guvernul, reprezentanții altor instituții de stat, președintele Republicii Moldova, președintele Parlamentului și alți reprezentanți ai PCRM au servit drept surse de știri cu impact electoral de 13 ori, PD – 15, MAE – 12, PLDM – 12, PSD – 10 ori. Ca durată a apariției pe ecranul televizorului, pe primul loc se află PD cu 536 sec, urmat de PSD – 284 și MAE – 274 sec. Guvernul, reprezentanții altor instituții de stat, președintele Republicii Moldova, președintele Parlamentului și alți reprezentanți ai PCRM au apărut în cadrul știrilor electorale timp de 78 sec, cu mult mai puțin decât ceilalți concurenți electorali.

Tabelul 5. Frecvența citării și apariției concurenților electorali la TV7

cod	Durata apariției	Durata intervenției	Frecvența
PD	536	462	15
MAE	274	210	12
PLDM	266	202	12
PSD	284	264	10
PNT	227	157	9
AMN	200	170	9
PL	158	138	8
PCRM	78	62	6
UC	168	144	5
CV	108	100	4
TT	84	74	4
LA	50	46	4
GUV	0	0	4
VR	104	104	3

PR	56	56	3
RAVN	20	20	2
PRES	0	0	2
PARL	0	0	1

În știrile electorale difuzate de *Radio Moldova*, la capitolul surse, se menține predominanța reprezentanților Guvernului și a altor instituții de stat, a președintelui Republicii Moldova, președintelui Parlamentului și altor reprezentanți ai PCRМ, care au fost citați de 145 ori, aceștia vorbind timp de 2308 sec. Ceilalți concurenți electorali au servit drept surse de știri electorale de 49 ori, intervenind direct timp de 719 sec.

Tabelul 6. Frecvența citării și durata intervenției concurenților electorali la Radio Moldova

Cod	Durata intervenției	Frecvența
GUV	1895	77
PRES	0	50
AIS	413	8
MAE	70	8
AMN	0	7
PARL	0	7
PD	146	5
PSD	96	5
PNT	90	4
SB	150	3
PLDM	29	5
PCRМ	0	3
UȘ	138	2
PR	0	2
PL	0	2
AV	0	1
VR	0	1
PPCD	0	1
UC	0	2
PC	0	1

În știrile electorale difuzate de *Antena C*, Guvernul, reprezentanții altor instituții de stat, președintele Republicii Moldova, președintele Parlamentului și alți reprezentanți ai PCRМ, au fost citați ca surse de știri electorale de 231 ori, ei vorbind timp de 986 sec. Ceilalți concurenți electorali luați împreună au servit drept surse de știri electorale de 196 ori, intervenind pe o durată de timp de 1944 sec.

Tabelul 7. Frecvența citării și durata intervenției concurenților electorali la Antena C

cod	Durata intervenției	Frecvența
GUV	839	126
PRES	0	63
UC	149	36
MAE	581	33
AMN	398	30
PCRМ	147	24
PSD	378	23
PL	82	18

PLDM	55	18
PD	100	17
AIS	0	14
UM	131	6
SB	70	4
PARL	0	4
PPCD	0	4
PNL	0	3
UȘ	0	2

La *Vocea Basarabiei*, Guvernul, alți reprezentanți ai instituțiilor de stat, președintele Republicii Moldova, președintele Parlamentului și alți reprezentanți ai PCRM au servit drept surse de știri cu impact electoral de 88 ori, MAE – 28, PLDM – 27, PD - 20. Ca durată a intervențiilor, pe primele locuri se află MAE cu 988 sec, PLDM – 764, PD - 506. Guvernul, alți reprezentanți ai instituțiilor de stat, președintele Republicii Moldova, președintele Parlamentului și alți reprezentanți ai PCRM au vorbit în cadrul știrilor electorale la *Vocea Basarabiei* timp de 78 sec. De menționat că reprezentanții guvernării, de regulă, refuză să colaboreze cu acest post.

Tabelul 8. Frecvența citării și durata intervenției concurenților electorali la *Vocea Basarabiei*

cod	Durata intervenției	Frecvența
PCRM	0	29
MAE	988	28
PLDM	764	27
PRES	0	25
GUV	78	23
PD	506	20
AMN	397	20
PSD	141	19
PL	464	17
UM	309	9
PNT	148	9
SB	324	7
UC	128	9
PARL	0	7
UȘ	163	6
CV	124	4
TT	47	4
PR	40	4
AIS	27	4
PPCD	241	3
LA	57	3
VR	38	3
OB	0	1

4.3 Concurenții electorali favorizați sau defavorizați, direct sau indirect, în buletinele de știri - frecvența

4.3.1 TV

În perioada 5-11 martie 2009, la *Moldova 1*, *NIT*, *Radio Moldova* și *Antena C*, frecvența știrilor ce reflectau acțiunile electorale ale guvernării nu s-a diminuat. Alegătorilor li s-a adus la cunoștință despre: „sabotajul direct” și „tergiversarea achitării salariilor majorate” de către conducerea unor raioane (acest subiect a fost menținut în buletinele de știri pe parcursul întregii săptămâni), indexarea depozitelor din perioada sovietică, „succesele în ocrotirea drepturilor copilului”, „cea mai joasă inflație din Europa de Est”, „renovarea sediului Casei teritoriale de asigurări din Florești”, „programul prezidențial de asistență medicală gratuită în Comrat și Ciadîr-Lunga”. Posturile au mai informat despre aceea că „500 de tineri de la sate vor primi locuințe gratuite”, „vor fi majorate alocațiile de stat pentru invalizi”, „60 de sportivi vor primi burse”, „portul Giurgiulești își va dubla activitatea”, „chestiunea protejării intereselor cetățenilor a fost abordată de președintele Voronin în cadrul unei ședințe”, „pensiile se vor majora cu 20% de luna viitoare”, „se va prelungi termenul de prescriere a medicamentelor compensate”, „vor fi reeșalonate datoriile creditoare pentru agricultori de către băncile comerciale” (cu implicarea președintelui Voronin), „vor fi achiziționate 45 mii tone de grâu furajer de la agricultori” etc. (Diagramele 3-6).

Ponderea știrilor favorabile PCRМ în numărul total de știri cu impact electoral a fost în perioada 5-11 martie 2009 de 24% la *Moldova 1* și de 31,2% la *Radio Moldova*. În medie, pentru perioada 5 februarie – 11 martie 2009, indicatorul respectiv a fost de 26,7% la *Moldova 1* și 43,7% - la *Radio Moldova*.

Pe de altă parte, la posturile publice *Moldova 1* și *Radio Moldova* s-a menținut politica de a ignora partidelor de opoziție sau de a le prezenta în lumină negativă, cu excepția MAE.

Un exemplu de tratament preferențial al PCRМ la postul public *Moldova 1*: la 8 martie, în buletinul de știri „Mesager” (19-00, 21-00) a fost difuzată știrea că PCRМ a organizat „al treilea marș feminin” în sectorul Râșcani. Despre acțiunile altor partide în această zi nu s-a spus nimic, deși PLDM și PSD au oferit flori femeilor din stradă.

NIT a continuat să încalce regulamentul, care interzice instituțiilor audiovizualului să difuzeze, „cu excepția emisiunilor cu caracter electoral”, „materiale cu participarea concurenților electorali la evenimente sportive, emisiuni de divertisment, talk-show-uri”. Pe data de 10 martie 2009, *NIT* a difuzat o știre privind concertul de gală în cadrul festivalului „Mărțișor”, la care a participat și a vorbit președintele Voronin.

Ponderea știrilor favorabile PCRМ în numărul total de știri cu impact electoral a fost în perioada 5-11 martie 2009 de 26,3% la *NIT* și de 31,0% la *Antena C*. În medie, pentru perioada 5 februarie – 11 martie 2009, indicatorul respectiv a fost de 34,3 % la *NIT 1* și 44,0 % - la *Antena C*. Pentru comparație, la *EU TV* acest indicator a constituit, respectiv, 6% și 7,6%.

Diagrama 3. Concurenții favorizați sau defavorizați în buletinele de știri la Moldova 1 - frecvența

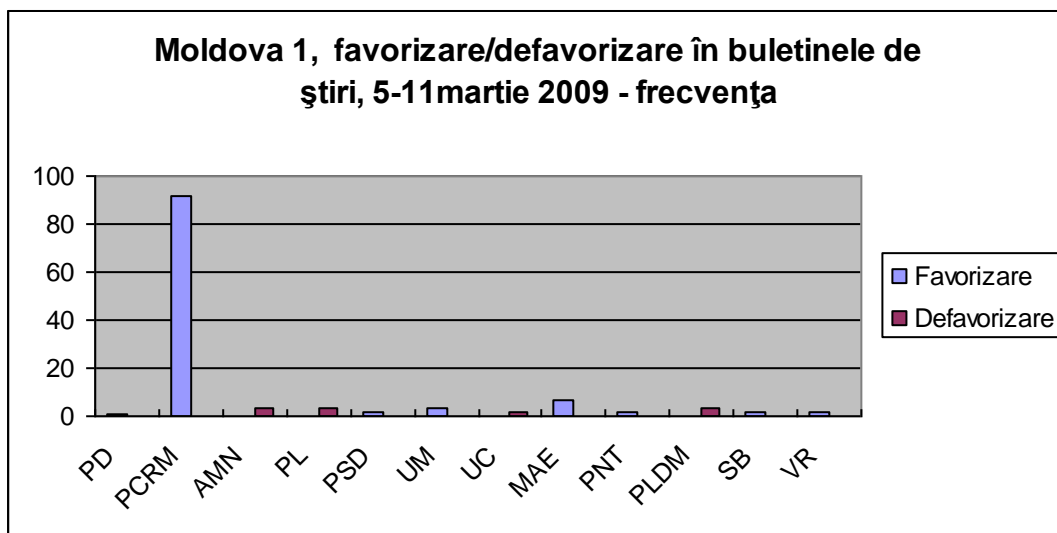


Diagrama 4. Concurenții favorizați sau defavorizați în buletinele de știri la NIT - frecvența

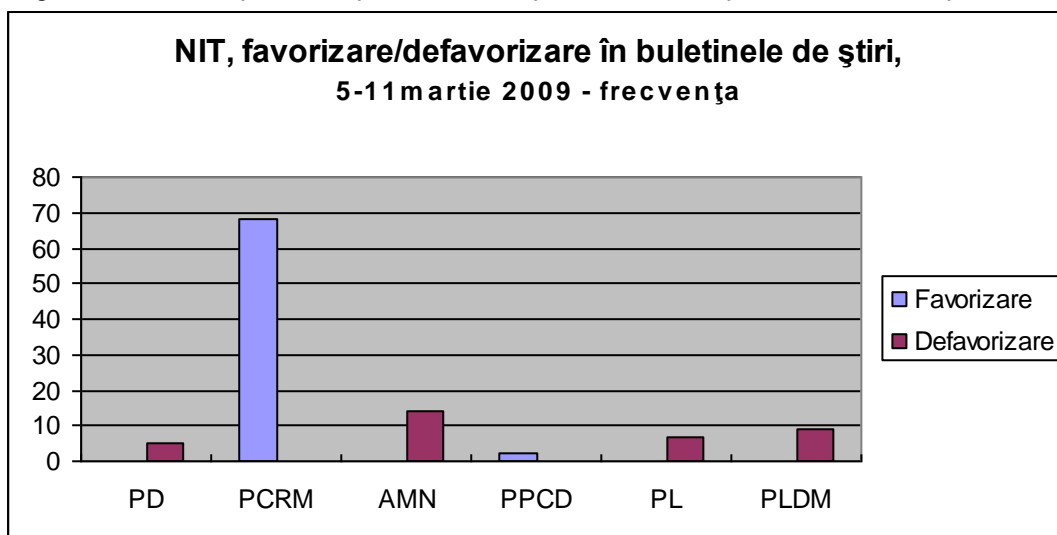


Diagrama 5. Concurenții favorizați sau defavorizați în buletinele de știri la Radio Moldova - frecvența

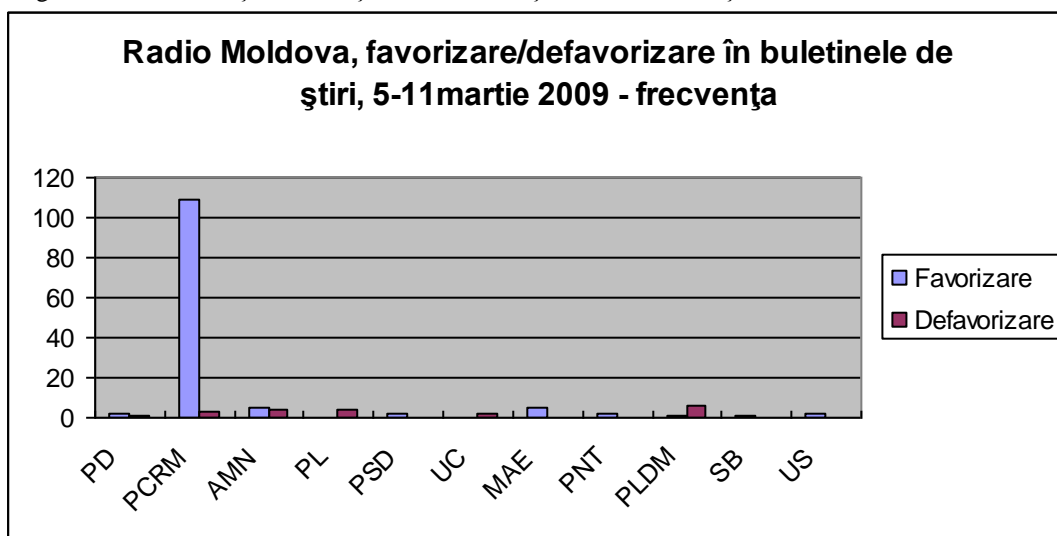
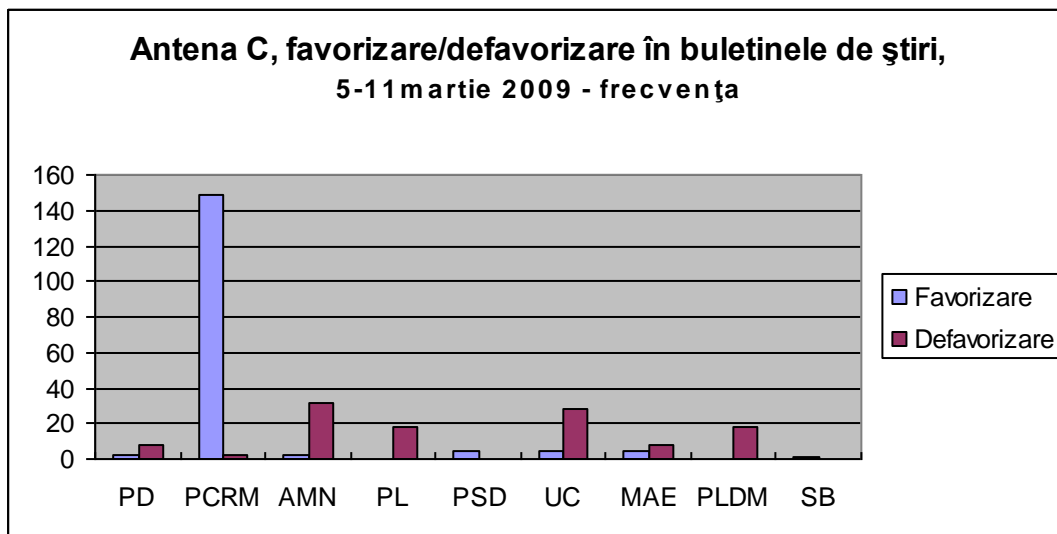
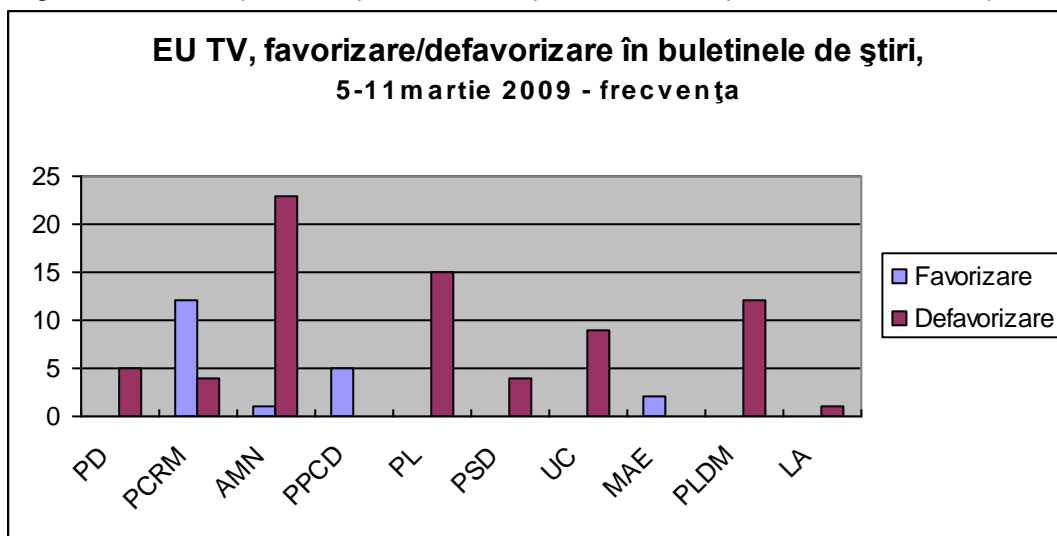


Diagrama 6. Concurenții favorizați sau defavorizați în buletinele de știri la Antena C - frecvența



EU TV a continuat să prezinte în lumină negativă partidele de opoziție – AMN, PL, PLDM și PD, menținându-se tendința de favorizare ușoară a PCRM și PPCD. Un exemplu de tendențiozitate: la 10 martie, în buletinele de la 19-40 și 21-30, a fost difuzată știrea că „Vasile Colța, deputat AMN, a fost audiat la Curtea Supremă de Justiție”. Vasile Colța, însă, nu mai este deputat AMN (vezi diagrama 7).

Diagrama 7. Concurenții favorizați sau defavorizați în buletinele de știri la EU TV - frecvența



La PRO TV, TV 7 și Vocea Basarabiei numărul știrilor care favorizează PCRM a fost în continuare mai mic decât al știrilor care îl defavorizează, în special la TV 7. De asemenea, la aceste posturi se menține tendința reflectării mai nuanțate și echidistante a partidelor de opoziție (vezi diagramele 8-10).

Diagrama 8. Concurenții favorizați sau defavorizați în buletinele de știri la PRO TV - frecvența

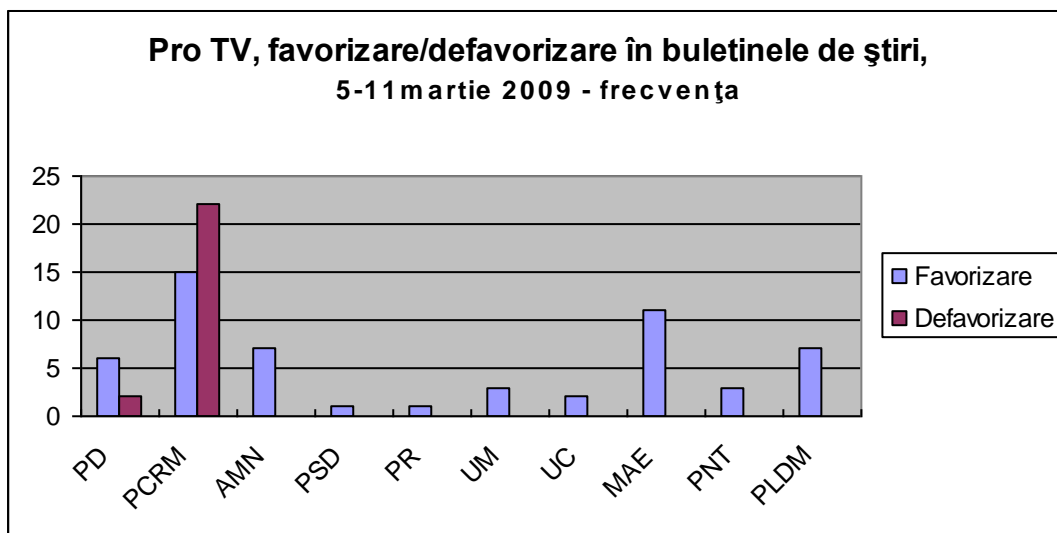


Diagrama 9. Concurenții favorizați sau defavorizați în buletinele de știri la TV7 - frecvența

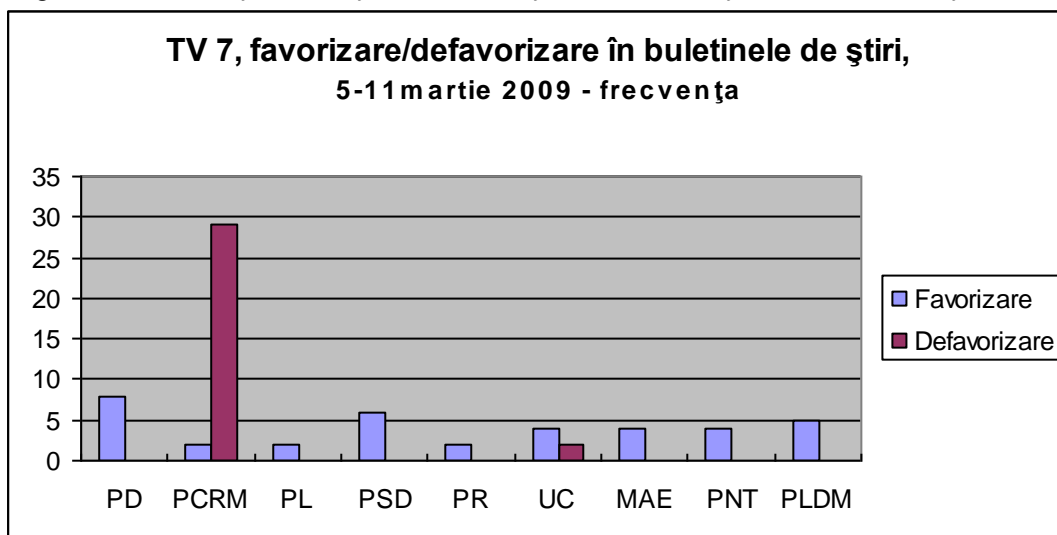
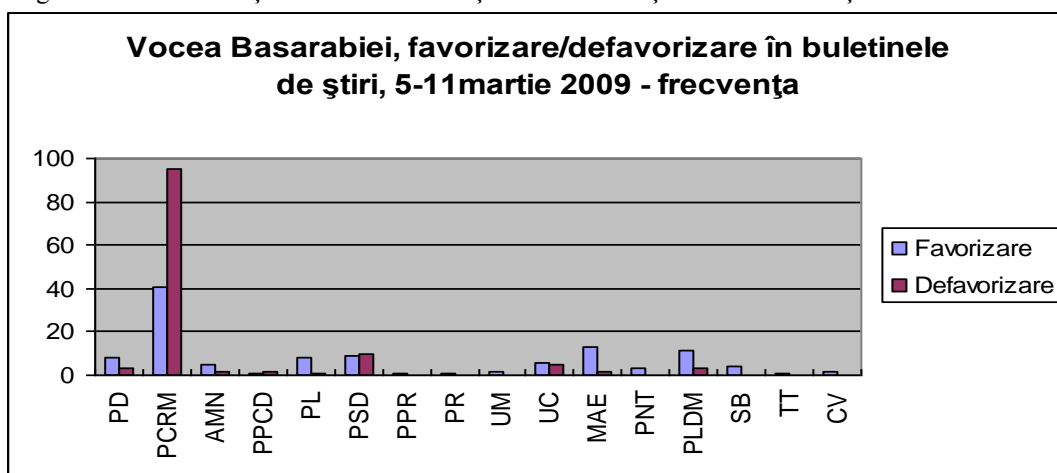


Diagrama 10. Concurenții electorali favorizați sau defavorizați în buletinele de știri la Vocea Basarabiei- frecvența



4.4 Concurenții electorali favorizați sau defavorizați, direct sau indirect, în emisiunile de opinie - frecvența

În emisiunile de opinie, *EU TV* a continuat să prezinte în lumină negativă partidele de opoziție - PLDM, AMN, PL, PD și PSD, laudând uneori PPCD și PCRM. Ca și în perioada precedentă, în emisiunile de opinie puse pe post de *Vocea Basarabiei* a fost criticat de cele mai multe ori partidul de guvernământ.

Diagrama 11. Concurenții electorali favorizați sau defavorizați în emisiunile de opinii la EU TV- frecvența

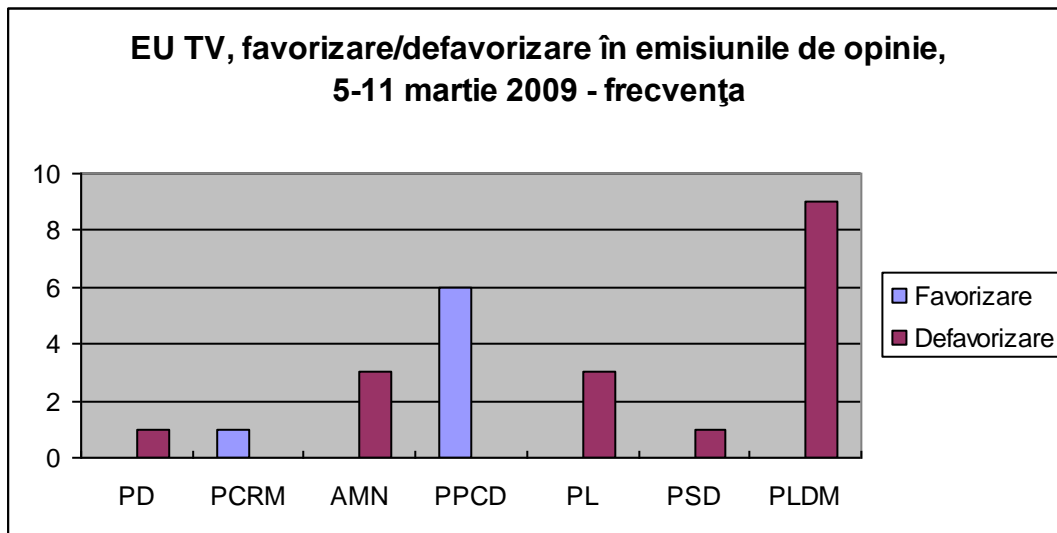
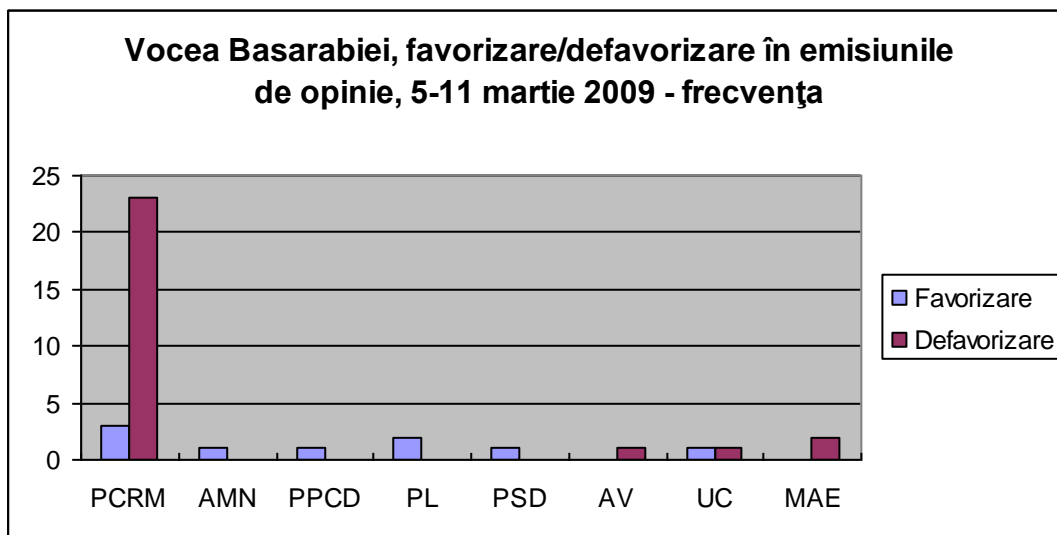


Diagrama 12. Concurenții electorali favorizați sau defavorizați în emisiunile de opinii la Vocea Basarabiei- frecvența



5. Datele monitorizării. *Presa scrisă/Agenții de presă/Portaluri web*

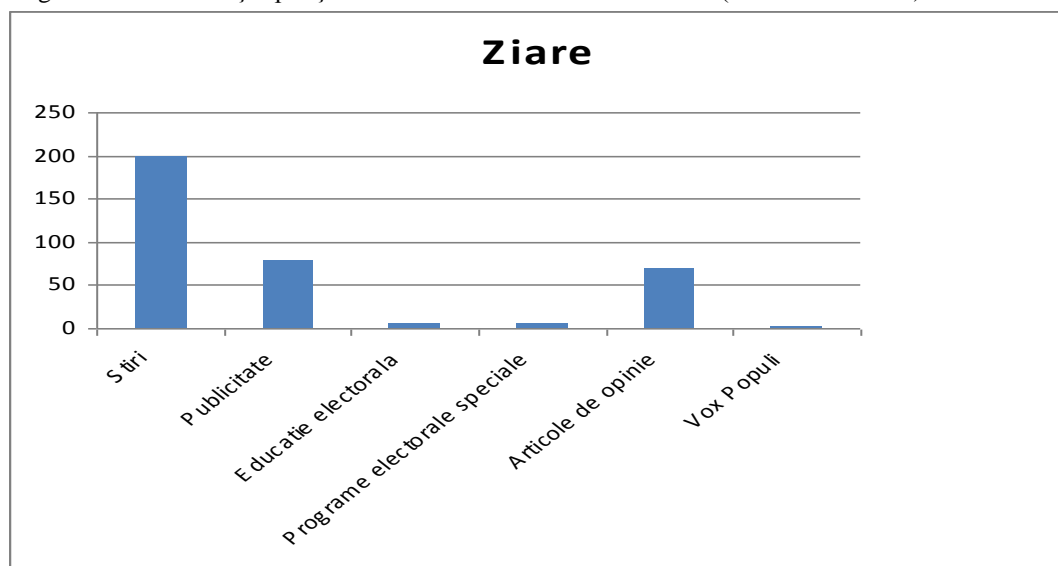
5.1 Implicarea în campania electorală

5.1.3 Ziare

În perioada 5 – 11 martie 2009, în cele 12 ziare au apărut 357 articole de presă care au vizat, direct sau indirect, campania electorală, cu o suprafață totală de peste 145 mii centimetri pătrați. Mai mult de jumătate din materiale (55,7%) au fost știri, 199 la număr, urmate de publicitate

marcată corespunzător (78 materiale sau 21,8%) și articole de opinie (69 sau 19,3%). Suprafața totală a publicității electorale în cele 12 ziare a depășit 46 mii centimetri pătrați. În perioada de raport au mai fost publicate cinci materiale de educație electorală, alte cinci articole din categoria „Programe electorale speciale” și un singur sondaj de tip „Vox populi”.

Diagrama 13. Frecvența apariției articolelor în ziarele monitorizate (5-11 martie 2009)



Cele mai multe materiale de presă care au vizat campania electorală au apărut în *Timpul de dimineață* (75), *Moldova suverană* (62), *Nezavisimaia Moldova* (60) și *Jurnal de Chișinău* (48), cele mai puține în *Vesti Gagauzii* (2) și *Realitatea* (3). Ca și în perioadele precedente de monitorizare, *Moldova suverană* este ziarul care plasează articole despre alegeri și concurenții electorali pe cea mai mare suprafață (31480 cm.p.). *Nezavisimaia Moldova* și *Flux* au publicat materiale relevante pe 25818 cm.p. și, corespunzător, 23346 cm.p., *Jurnal de Chișinău* – 18500 cm.p., *Timpul de dimineață* – 18240 cm.p. și *Moldavskie vedomosti* – 10847 cm.p. Urmează, în ordine descrescătoare, *SP*, *Săptămîna*, *Cuvântul*, *Komsomolskaia pravda v Moldove*, *Realitatea* și *Vesti Gagauzii*.

Notă: la analiza comparativă a acestor indicatori, trebuie să ținem cont de numărul de apariții pe săptămână, precum și de numărul de pagini.

După suprafața de ziar rezervată **știrilor** despre alegeri și campania electorală, în săptămâna 5-11 martie, pe primul loc s-a situat *Nezavisimaia Moldova* cu peste 13 mii cm.p. de știri sau aproximativ jumătate din spațiul total dedicat acestei teme. *Flux* și *Jurnal de Chișinău* au rezervat știrilor aproximativ același spațiu de ziar (11960 cm.p. și 10223 cm.p.), însă numărul de știri din *Jurnal* a fost de două ori mai mare. În ordine descrescătoare privind spațiul de ziar ocupat de „știri electorale” urmează *Moldova suverană*, *Timpul de dimineață*, *Moldavskie vedomosti*, *SP*, *Komsomolskaia pravda v Moldove*, *Săptămîna*, *Cuvântul*, *Vesti Gagauzii* și *Realitatea*.

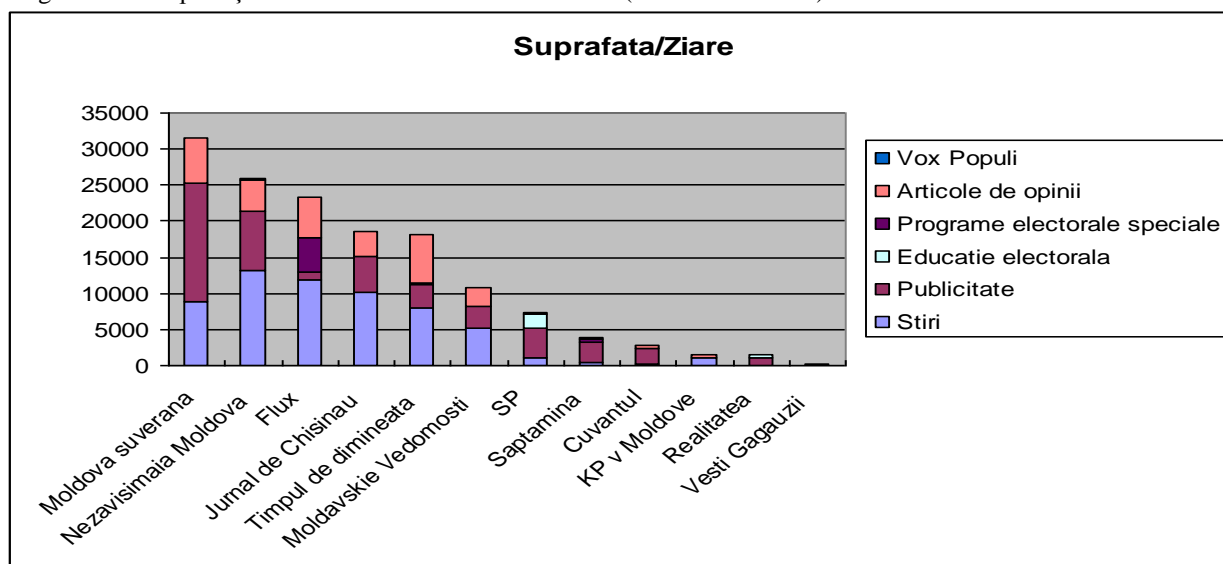
Cea mai multă **publicitate electorală** marcată corespunzător a apărut în *Moldova suverană* (16344 cm.p.), ceea ce reprezintă mai mult de jumătate din suprafața totală a materialelor tematice publicate de acest ziar și de două ori mai mult decât suprafața afectată știrilor despre alegeri. Au dat preferință publicității electorale în detrimentul știrilor și ziarele *Cuvântul*, *Săptămîna*, *SP* și *Realitatea*.

În ceea ce privește articolele de opinie, lideri sunt ziarele *Timpul de dimineață* și *Moldova suverană* care în această perioadă au publicat editoriale, scrisori și apeluri ale alegătorilor, alte articole de opinie pe mai mult de 6300 cm.p. fiecare. Urmează *Flux* cu 5535 cm.p., *Nezavisimaia*

Moldova (4314 cm.p.), *Jurnal de Chișinău* (3455 cm.p.) și *Moldavskie vedomosti* (2713 cm.p.). Celelalte ziare au inserat materiale de opinie pe o suprafață mai mică de o mie centimetri pătrați, iar *Realitatea* și *Vesti Gagauzii* în general nu au plasat asemenea articole.

Articole care pot fi clasificate ca **educație electorală** au publicat în această săptămână doar ziarurile *SP* și *Realitatea*.

Diagrama 14. Suprafața articolelor în ziarurile monitorizate (5-11 martie 2009)



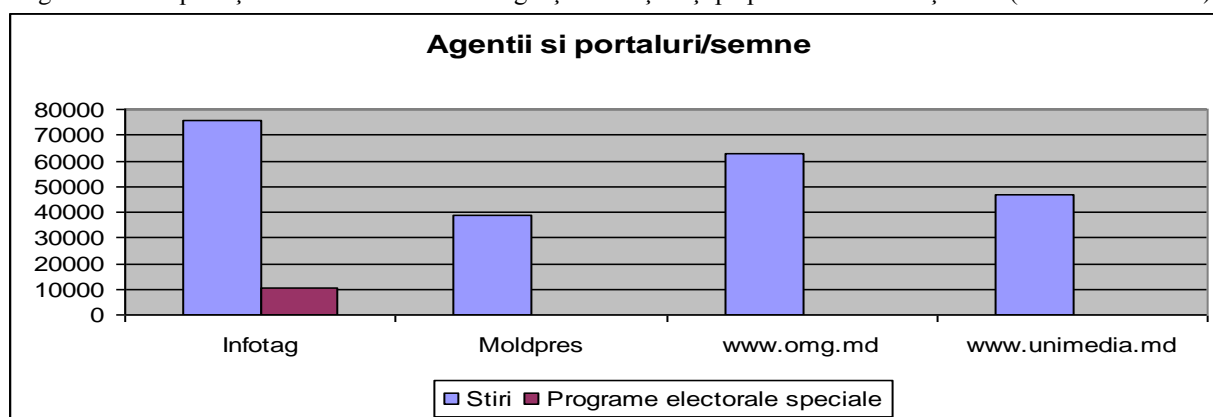
Din punct de vedere tematic, majoritatea absolută a materialelor de presă publicate în această perioadă s-au referit direct la politică, la procesul electoral propriu-zis, situația economică din țară și problemele de ordin social.

5.1.4 Agenții de presă și portaluri de știri

Cele doua agenții de știri monitorizate, *Moldpres* și *Infotag*, au inclus în fluxurile lor cotidiene un număr total de 82 de știri relevante pentru subiectul prezentei monitorizări, cu un total de peste 125 mii de semne (fără spațiu). Aproape 2/3 din știri și 69% din suprafața totală rezervată campaniei electorale au revenit Agenției *Infotag*. Agenția continuă să publice și interviuri cu reprezentanți ai partidelor concurente în alegeri, materiale care se încadrează în categoria „Programe electorale speciale”. În săptămâna 5-11 martie, la această rubrică au apărut interviuri cu Vlad Filat, liderul PLDM și Dumitru Diacov, președintele PD.

Pe site-urile monitorizate www.unimedia.md și www.omg.md, utilizatorii de Internet au putut accesa în această perioadă 77 de știri proprii sau preluate, cu un total de peste 109 mii semne. Astfel, www.omg.md a plasat 52 de știri de aproape 63 mii semne, iar www.unimedia.md – 25 de știri de circa 47 mii semne.

Diagrama 15. Suprafața articolelor în fluxurile agențiilor de știri și pe portaluri informaționale (5-11 martie 2009)



5.2 Candidații, partidele favorizate sau defavorizate, direct sau indirect, în știri și emisiunile de opinii - frecvența

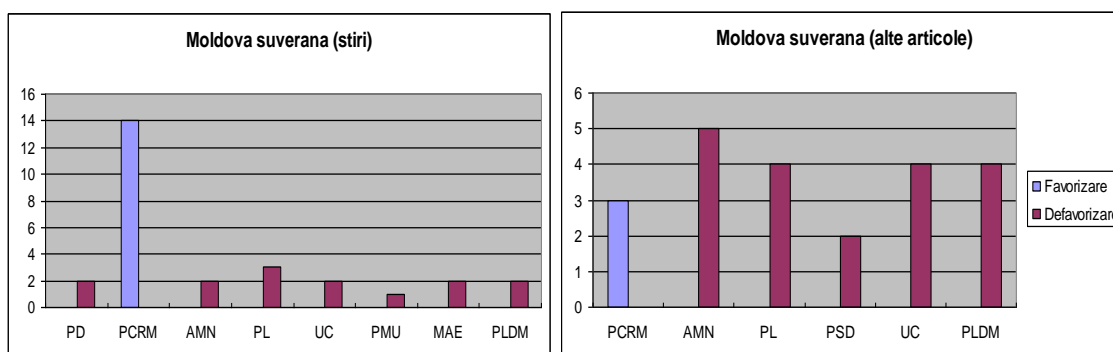
5.2.3. Ziare

Moldova Suverană favorizează intens concurentul electoral PCRМ atât în articolele de opinie, cât și în știrile publicate. În toate cele 17 știri și materiale de opinie în care a fost vizat pe parcursul săptămânii 5-11 martie, PCRМ a fost prezentat în context favorabil, ceilalți concurenți electorali fiind defavorizați direct sau indirect. Pe de o parte, pe suprafețe mari, *Moldova Suverană* a inserat relatări însoțite de fotografii despre participarea președintelui RM și liderului PCRМ V. Voronin la diferite evenimente (inaugurarea combinatului de carne din Ungheni, întâlnirea acestuia cu secretarul general al Consiliului Europei Terry Davis și cu ambasadorul Marii Britanii John Beyer, vizita la gimnaziul-internat din Strășeni, vizita în Croația etc.). Pe de altă parte, ziarul selectează cu mare grijă știrile care îi vizează pe liderii opoziției, plasând doar acele informații care îi defavorizează.

În editoriale și articolele de opinii sunt utilizate calificative cel puțin jignitoare în raport cu liderii opoziției: „puradel”, „căpușă”, „copil întârziat”, „terchea-berchea”, „balast”, „ratați” etc. Vasile Tarlev este etichetat ca fiind unul dintre „mâncăii și minciñoșii” care bat la ușa alegătorului; PLDM este calificat ca „un proiect politic de unică folosință”, iar „gruparea Ghimpu-Chirtoacă rage unirea Moldovei cu România”, Filat, Urechean, Tarlev, Ghimpu, Serebrian și Diacov fiind „dihanii politruce” etc.

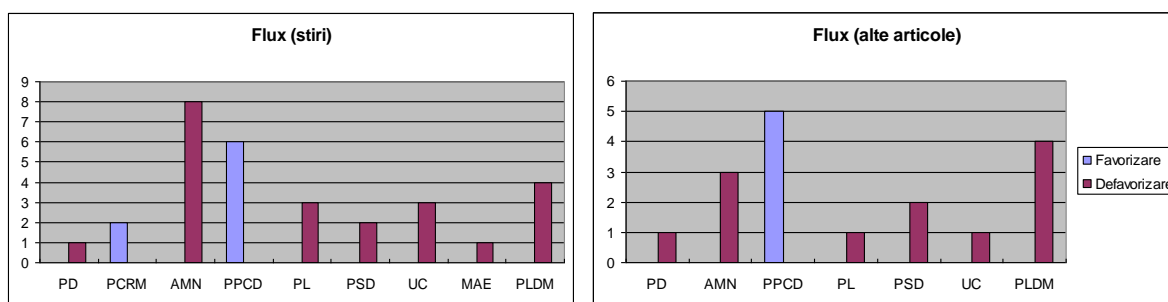
În ziar apare doar publicitatea electorală a PCRМ.

Diagrama 16. Prezentarea concurenților electorali în ziarul *Moldova suverană* (5-11 martie 2009)



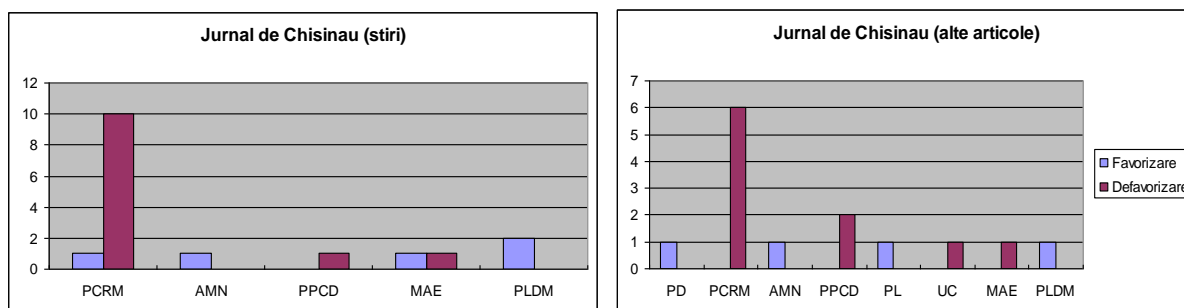
Majoritatea articolelor publicate în ziarul *Flux* îi laudă pe candidații PPCD la funcția de deputat, precum și pe liderul acestuia care sunt prezentați ca persoane „curajoase, inteligente, energice și cutezătoare”. Cu excepția PCRМ, toți ceilalți concurenți electorali sunt dezavantajați. Astfel, oponenții politici ai PPCD – PL, AMN și PLDM și alții apar în ziar în articole întitulate „Politică, business, mafie și canalia liberală”, „Mafia lui Urechean”, „Despre ticăloși, trântori și cei care vor să ajungă cu orice preț în Parlament”, „MAE are doi membri reali, ex-istoricul Anatol Petrenco și ștampila” etc. (*titluri dintr-o singură ediție a ziarului, 6 martie a.c.*). *Flux* a plasat masiv publicitatea electorală a PPCD fără a o marca corespunzător.

Diagrama 17. Prezentarea concurenților electorali în ziarul *Flux* (5-11 martie 2009)



Ziarul *Jurnal de Chișinău*, de regulă, prezintă în lumină negativă PCRМ (16 din cele 17 cazuri când a fost vizat). Astfel, ziarul publică relatări de la întâlnirile electorale din mai multe localități la care „Voronin a fost huiduit”. *Jurnal* revine la situația primarului de Vorniceni care a dispărut, pentru că, potrivit ziarului, ar fi descoperit mai multe ilegalități comise de fosta conducere a localității, compusă din reprezentanți ai PCRМ și PPCD. Doar în context negativ a apărut și PPCD (3 cazuri), în particular fiind comentate zvonurile, potrivit cărora dacă pierde alegerile Iu. Roșca intenționează să plece din țară și își vinde proprietățile. În același timp, partidele de doctrină liberală sunt promovate. Astfel, ziarul inaugurează rubrică „O zi din viață...” și publică un material pe o pagină despre cum luptă Serafim Urechean să devină președintele RM, iar PLDM este prezentat în context pozitiv în câteva știri, dar și prin desfășurarea unui concurs pentru cititori, în calitate de premiu fiind un calendar cu Grigore Vieru, tipărit cu suportul PLDM.

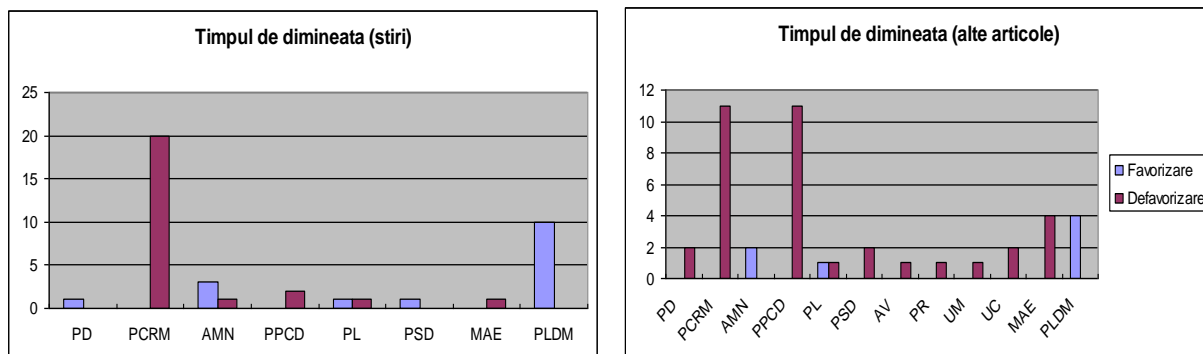
Diagrama 18. Prezentarea concurenților electorali în ziarul *Jurnal de Chișinău* (5-11 martie 2009)



În știrile publicate de *Timpul de dimineață*, concurențul electoral PCRМ apare doar în context negativ, la fel ca și PPCD. Ambele partide sunt criticate sau prezentate în context nefavorabil în articolele de opinie sau alt gen de materiale. Ziarul oferă spațiu învinuirilor la adresa PCRМ că ar pregăti fraudarea alegerilor și ar utiliza resurse administrative în scop electoral. PPCD este acuzat că desfășoară o campanie murdară și manipulează electoratul. Sunt comentate zvonurile, potrivit cărora dacă pierde alegerile Iu. Roșca intenționează să plece din țară. Se afirmă că „presa PPCD” face echipă comună cu „presa PCRМ”. De asemenea, ziarul îl critică pe liderul MAE

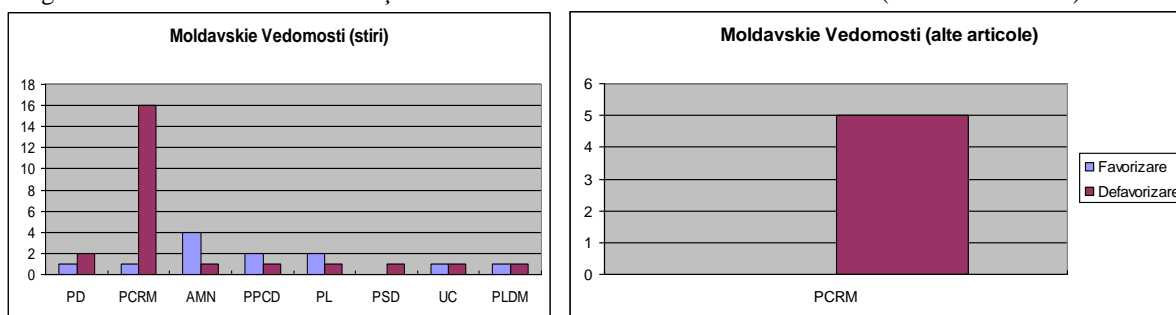
Anatol Petrencu care ar fi declarat că nu ar face coaliție cu unele partide de dreapta. Concurrentul electoral PLDM apare în *Timpul* doar în lumină pozitivă.

Diagrama 19. Prezentarea concurenților electorali în ziarul *Timpul de dimineață* (5-11 martie 2009)



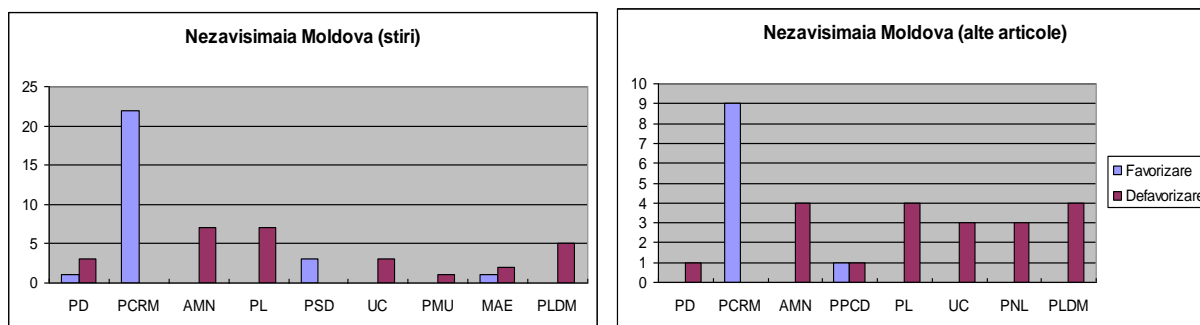
În toate articolele de opinie și în majoritatea știrilor publicate în ziarul *Moldavskie vedomosti* este defavorizat PCRM. Guvernarea este învinuită că ar fi adus economia la faliment, că peste 800 mii de cetățeni au fost nevoiți să plece la muncă în străinătate, miniștrii nu se interesează de problemele producătorilor etc. De asemenea, PCRM este acuzat de încălcarea legislației electorale prin organizarea meselor de binefacere în timpul campaniei electorale. Ceilalți concurenți electorali au fost prezentați în știri atât în context pozitiv, cât și negativ.

Diagrama 20. Prezentarea concurenților electorali în ziarul *Moldavskie vedomosti* (5-11 martie 2009)



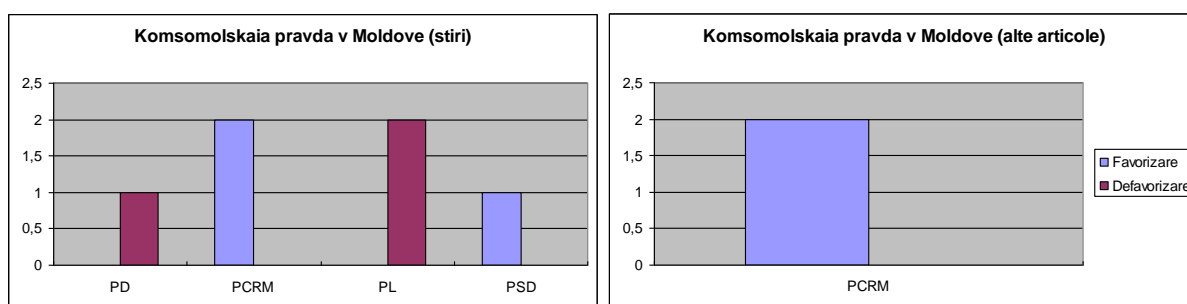
În *Nezavisimaia Moldova*, ca și în *Moldova suverană*, apar aceleași articole care slăvesc realizările guvernului din ultimii opt ani. La fel, ziarul publică relatări mari despre participarea lui V. Voronin la diferite evenimente (inaugurarea combinatului de carne din Ungheni, întâlnirea cu Terry Davis și cu Michael Platini, participarea la concertul ansamblului în numele lui Moiseev etc.), mai multe scrisori și adresări din partea unor persoane care cheamă electoratul să voteze PCRM. În același timp, este criticat dur PL, care învinuit de administrarea ineficientă a capitalei, PLDM și AMN - că ar fi plătit participanților la acțiunile lor de protest, reprezentanții AMN din teritoriu -că ar bloca intenționat achitarea salariilor majorate pentru bugetari, UCM - că nu ar respecta Constituția, iar V. Tarlev este acuzat de abuz de putere.

Diagrama 21. Prezentarea concurenților electorali în ziarul *Nezavisimaia Moldova* (5-11 martie 2009)



Ziarul *Komsomolskaia pravda v Moldova* prezintă în context pozitiv PCRM, mai rar – PSD, defavorizând evident PL.

Diagrama 22. Prezentarea concurenților electorali în ziarul *Komsomolskaia pravda v Moldova* (5-11 martie 2009)



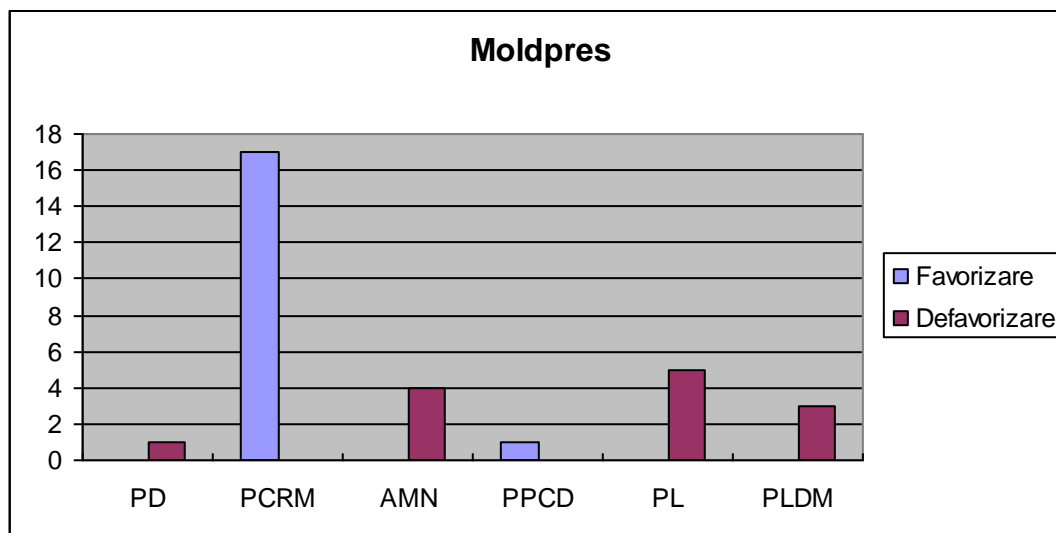
În singura ediție din perioada de raport a ziarului săptămânal *Săptămîna*, concurenții electorali au fost prezentați diferit, uneori în lumină pozitivă, alteori în context negativ. La rubrica „Dialog continuu”, liderul AMN Serafim Urechean „răspunde la întrebările alegătorilor” despre integrarea europeană și situația din economie.

Săptămânalele *SP* și *Cuvântul* au publicat știri care prezintă PCRM în context negativ, fără să favorizeze vreun alt concurent electoral. *Vesti Gagauzii* nu a plasat articole care vizează concurenții electorali, iar *Realitatea* a prezentat PLDM în context negativ într-o știre în care se afirma că ar fi plasat afișe electorale pe piloni, contrar legii.

5.2.4. Agenții de presă și portaluri de știri

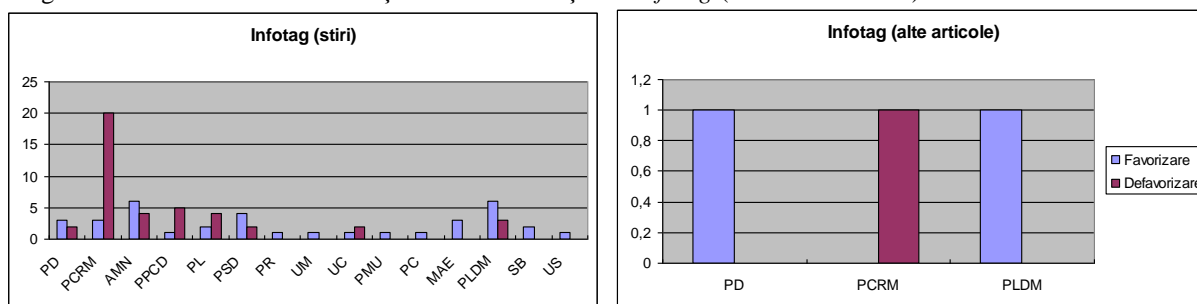
Prin știrile pe care le difuzează, agenția de știri *Moldpres* manifestă un angajament editorial foarte clar față de concurentul electoral PCRM. Astfel, fluxul acestei agenții este plin de știri favorabile partidului de guvernământ (indexarea depunerilor bănești, burse majorate pentru sportivi și pentru elevii din școlile-internat, locuințe gratuite pentru tinerii specialiști, ajutorarea formației „Noroc” etc.). În același timp, agenția difuzează știri care defavorizează direct partidele de opoziție (sunt prezentate acuzațiile guvernului la adresa unor președinți de raioane reprezentând AMN care ar fi „sabotat” achitarea salariilor majorate bugetarilor, fără a oferi și opinia acestora. Sunt mediatizate doar contestațiile depuse la CEC de reprezentantul PCRM și doar deciziile CEC care sancționează partidele de opoziție). Concurenții electorali, alții decât PCRM, sunt prezentați doar în știri care îi defavorizează direct sau indirect.

Diagrama 23. Prezentarea concurenților electorali în știrile *Moldpres* (5-11 martie 2009)



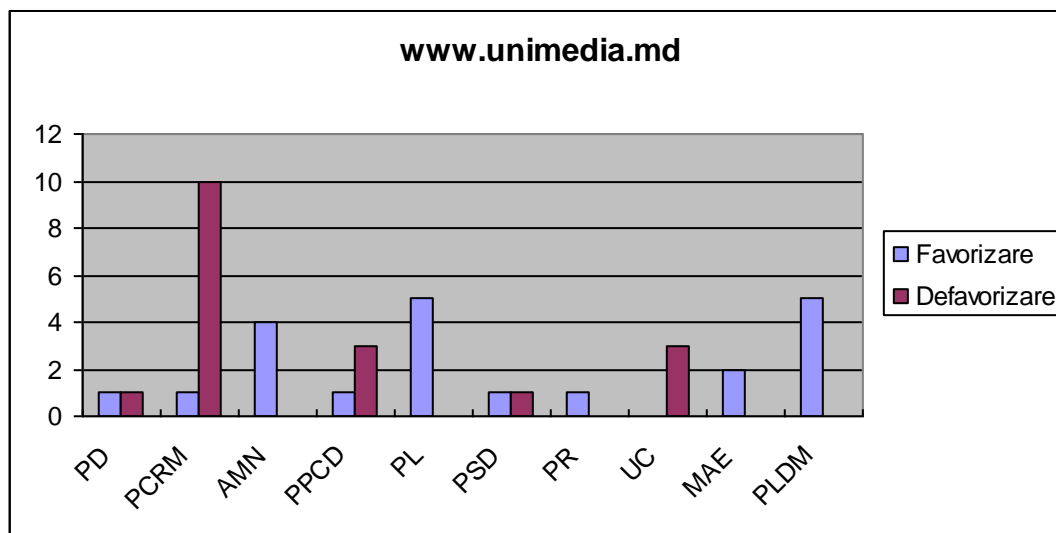
Agencia de știri *Infotag* îi prezintă pe toți concurenții electorali care apar în fluxul de știri atât în context pozitiv, cât și negativ. Totuși, PCRM apare mai des în context negativ, inclusiv prin reflectarea evenimentelor, organizate de concurenții electorali din opoziție.

Diagrama 24. Prezentarea concurenților electorali în știrile *Infotag* (5-11 martie 2009)



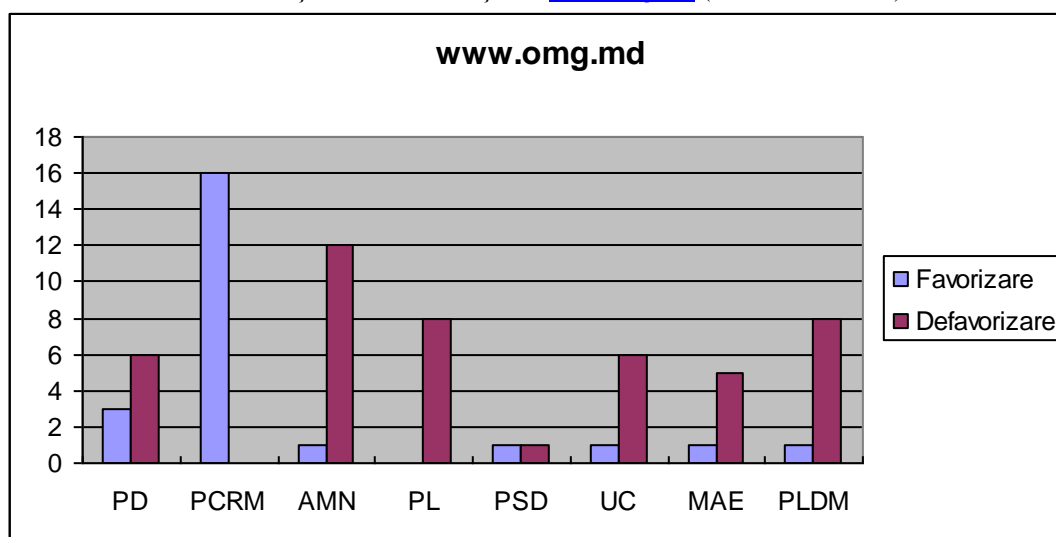
În cele mai multe din articolele plasate pe www.unimedia.md este prezentat în context negativ concurentul electoral PCRM, în special prin reflectarea unor evenimente organizate de partidele de opoziție. În câteva rânduri, negativ au fost prezentați PPCD și UCM. În același timp, portalul prezintă detaliat, inclusiv foto și video, de la acțiunile organizate de partidele liberale sau la care au participat liderii acestora (exemplu: Congresul Asociației Comunităților Unite ale Moldovei de la Roma). A fost lansată rubrica „Face2Face”, în cadrul căreia utilizatorii au șansa să pună întrebări politicianilor. Primul invitat – Vlad Filat (PLDM).

Diagrama 25. Prezentarea concurenților electorali în știrile www.unimedia.md (5-11 martie 2009)



Pe site-ul www.omg.md știrile sunt selectate minuțios, în așa fel încât apar doar știri care favorizează guvernarea sau care prezintă în lumină proastă oponenții PCRM, inclusiv AMN, PL, PLDM, UC și MAE. Evenimentele electorale care se produc în această perioadă de asemenea sunt prezentate selectiv pentru a corespunde acestei politici editoriale a portalului.

Diagrama 26. Prezentarea concurenților electorali în știrile www.omg.md (5-11 martie 2009)



6. Concluzii generale

În baza rezultatelor monitorizării a 24 de mass-media în perioada 5-11 martie se poate concluziona că:

1. Dreptul alegătorului de a fi informat în mod obiectiv și echidistant nu este respectat în continuare de o mare parte din mass-media supuse monitorizării. Cazurile în care mijloacele de informare în masă prezintă toate partidele antrenate în campania electorală, reflectând fără excepții evenimentele organizate de concurenți și fără interpretarea declarațiilor sau scoaterea acestora din context, sunt puține la număr, ceea ce demonstrează un anumit grad de angajare și politizare a presei din Republica Moldova.
2. Concurenții electorali nu au avut acces egal la mass-media monitorizate, unii concurenți fiind favorizați în detrimentul altora, acestora din urmă îngrădindu-li-se dreptul de a-și expune punctele de vedere în probleme importante.
3. Cu unele excepții, mijloacele de informare în masă finanțate parțial sau total din bugetul public s-au inclus în campania electorală de partea PCRM. Astfel, alegătorii care nu au acces decât la posturile publice *Moldova 1* și *Radio Moldova* se aleg cu informație unilaterală și tendențioasă.
4. În pofida demersurilor societății civile, ale reprezentanților instituțiilor europene, cazurile de hărțuire, de intimidare a presei, de îngrădire a accesului la informație nu au încetat în perioada campaniei electorale.

Coaliția 2009 este o uniune benevolă de organizații neguvernamentale din Republica Moldova care au drept scop sa contribuie la asigurarea unor alegeri libere, corecte, transparente și democratice ale Parlamentului Republicii Moldova și continuă activitățile de promovare a unor alegeri libere și corecte demarate de Coaliția 2005 și 2007. La moment Coaliția 2009 întrunește peste 70 de organizații neguvernamentale.