

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. 4
12-18 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:

Posturi TV

Moldova 1 (M1) - post public cu acoperire națională; emite în română și rusă;

NIT - post privat cu acoperire cvasi-națională (Chișinău, Cahul, Edineț, Comrat, Varnița, Ungheni, Cetireni, Nisporeni, Soroca, Cimișlia, Căușeni, Trifești, Strășeni, Mândreștii Noi, Leova, Criuleni); emite în rusă și română;

Euro TV - post privat cu acoperire regională (Strășeni, Ocnița, Florești, Trifești, Cimișlia, Briceni, Cantemir, Drochia, Fălești, Glodeni, Sângerei, Ștefan Vodă, Taraclia), emite în română

Pro TV - post privat cu acoperire regională (Chișinău, Bălți, Varnița, Cahul, Orhei); emite în română;

TV 7 - post privat cu acoperire regională (Chișinău); emite în română și rusă.

Posturi Radio

Radio Moldova - post public cu acoperire națională; emite în română și rusă

Antena C - post privat cu acoperire regională (94,70 MHz, Varnița, 107,5 MHz, Ceadâr-Lunga, 90,50 MHz, Bălți, 92,60 MHz, Cahul, 88,00 MHz, Chișinău, 107,3 MHz, Ocnița, 92,30 MHz, Ungheni), emite în română și rusă

Vocea Basarabiei (VB) - post privat cu acoperire regională (105,7 MHz, Nisporeni, 71,57 MHz, Chișinău, 67,79 MHz, Soroca, 100,3 MHz, Glodeni, 101,0 MHz, Pelinia, 101,9 MHz, Taraclia, 103,8 MHz, Ștefan Vodă, 91,90 MHz, Căușeni); emite în română

Presa scrisă:

Komsomolskaia pravda - apare în limba rusă de șase ori pe săptămână; privat; distribuie națională, cu un tiraj de cca 7400 exemplare per ediție, cu excepția ediției de joi, care are un tiraj de 51 600 exemplare;

Timpul de dimineață — apare în limba română de cinci ori pe săptămână; privat; distribuie națională, cu un tiraj săptămânal de 43 750 exemplare;

Moldova suverană — apare în limba română de patru ori pe săptămână; privat; distribuie națională, cu un tiraj săptămânal de 18 472 exemplare;

Nezavisimaia Moldova — apare în limba rusă de patru ori pe săptămână; privat; distribuie națională, cu un tiraj săptămânal de 17 108 exemplare;

Jurnal de Chișinău — apare în limba română de trei ori pe săptămână; privat; distribuie națională, cu un tiraj de 5 372 exemplare (ediția de marți), 3 080 exemplare (ediția de joi), 19 537 exemplare (ediția de vineri);

Moldavskie vedomosti — apare în limba rusă, de trei ori pe săptămână; privat; distribuie națională, cu un tiraj de 7 500 exemplare per ediție;

Flux – apare în limba română, bisăptămânal; privat; distribuie națională, cu un tiraj săptămânal de 30 000 exemplare;

Săptămîna — apare în limba română; săptămânal; privat; distribuie națională, cu un tiraj săptămânal de 14 253 exemplare

Vesti Gagauzii - apare în limba rusă; săptămânal; finanțat de stat; distribuie regională, cu un tiraj de 4 500 de exemplare

SP – apare în limba rusă; săptămânal privat; distribuie regională; tirajul săptămânal – 6 000 exemplare.

Cuvântul (Rezina) – apare în limba română, săptămânal privat, distribuie regională; tirajul săptămânal 4 920,

Realitatea (Soroca) - apare în limba română, săptămânal; finanțat de stat, distribuie regională, cu un tiraj săptămânal de 3 000 exemplare¹.

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

¹ Tirajele declarate ale ziarelor, conform datelor din luna martie 2009

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
PNȚ – Partidul Pentru Neam și Țară
VR – Victor Răilean, candidat independent
UȘ – Urâtu 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 12-18 martie 2009, numărul materialelor cu caracter electoral difuzate de cele opt posturi de radio și televiziune supuse monitorizării a continuat să crească, ajungând la 2857, comparativ cu 2508 materiale înregistrate în săptămâna precedentă. În timp ce frecvența știrilor electorale este în ușoară scădere atât la posturile de radio, cât și la posturile tv supuse monitorizării, numărul emisiunilor de dezbateri, al materialelor de educație electorală și al publicității electorale este în creștere.

Nu se atestă schimbări majore în modul de reflectare a campaniei electorale la niciunul dintre posturile care au demonstrat o atitudine partizană, tendențioasă în perioadele precedente de monitorizare. Posturile publice cu acoperire națională *Moldova 1* și *Radio Moldova* și-au menținut politica editorială de asistare a partidului de guvernământ în efortul de a se menține la putere, începându-și majoritatea buletinelor cu știri care favorizează PCRM. Ca și în perioada precedentă, numărul știrilor de acest fel a fost mult mai mare decât numărul știrilor în care au fost vizați, favorabil sau, de regulă, defavorabil, toți ceilalți concurenți electorali luați împreună. Tendința de discreditare a unor partide de opoziție s-a menținut și în această perioadă. Posturile private *NIT* și *Antena C* au demonstrat o politică editorială similară, cu diferența că defavorizarea unor partide de opoziție la aceste posturi a fost mai accentuată.

Ca și în perioada precedentă, de regulă, posturile *Moldova 1*, *Radio Moldova*, *NIT* și *Antena C* au plasat spoturile PCRM fie la început, fie la încheierea blocului publicitar, sau și la început, și la urmă.

La *EU TV*, PCRM a beneficiat în continuare de o mediatizare mai echilibrată, într-o lumină mai mult pozitivă decât negativă, în timp ce unele partide de opoziție au fost vizate cu scopul de a fi discreditate, atât în știri, cât și în emisiunile de opinie. PPCD a fost ușor favorizat.

Pe de altă parte, *PRO TV*, *TV7* și *Vocea Basarabiei* s-au menținut în continuare pe poziția unei reflectări pluraliste, mai echidistante a tuturor concurenților electorali. Guvernarea a fost prezentată mai mult prin știri defavorabile, decât favorabile, dar fără a se distorsiona informația ca în cazurile celorlalte posturi monitorizate. *TV7* a manifestat o ușoară înclinare spre favorizarea PD. *Vocea Basarabiei* a continuat să critice partidul de guvernământ în emisiunile de opinie. De menționat că reprezentanții guvernării refuză în continuare ofertele de a participa la emisiunile acestui post și ale *PRO TV*.

3.2. Presa scrisă/Agenții de presă/Portaluri web

În presa scrisă se atestă o creștere a numărului de materiale jurnalistice la tema alegerilor, precum și a suprafeței de ziar afectată acestora. Pe măsură ce se apropie ziua alegerilor, sunt publicate mai multe articole de opinie, inclusiv scrisori și apeluri publice care favorizează anumiți concurenți electorali și/sau îi defavorizează pe alții. În același timp, concurenții electorali plasează în ziare mai multă publicitate electorală.

Se menține tendința de a prezenta campania electorală de pe poziții editoriale diferite. Astfel, unele instituții de presă favorizează evident concurentul electoral PCRM (*Moldova suverană*, *Nezavisimaia Moldova*, *Agenția informațională de stat Moldpres*, portalul www.omg.md); în același timp aceste mijloace de informare în masă defavorizează ceilalți concurenți electorali prin distorsionarea declarațiilor făcute de aceștia, scoaterea din context a unor afirmații și comentarea lor în context negativ. De asemenea, aceste mijloace de informare în masă îi acuză, direct sau indirect, pe concurenții electorali din opoziție că urmăresc destabilizarea situației social-politice din țară.

Altă categorie de instituții de presă (*Timpul de dimineață*, *Jurnal de Chișinău*, parțial *Moldavskie vedomosti* și portalul www.unimedia.md) pe de o parte critică dur PCRM, învinuindu-l de guvernare defectuoasă și de faptul că nu prezintă cetățenilor starea reală a economiei R. Moldova, iar pe de altă parte prezintă în context favorizant alți concurenți electorali, în special pe cei de orientare liberală.

Ziarul *Flux* favorizează PPCD și defavorizează partidele de opoziție, în special pe cele de doctrină liberală.

Celelalte mass-media monitorizate au un comportament editorial care nu indică favorizarea evidentă a vreunui concurent electoral sau încearcă să prezinte campania electorală mai mult sau mai puțin echilibrat.

Numărul de materiale care constituie educație electorală este în continuare foarte mic, astfel instituțiile mass-media nu țin cont de necesitățile informaționale ale publicului.

3.3. Condiții de activitate

Echipa de filmare de la Agenția multimedia OMEGA a fost agresată, la 22 martie 2009, în cadrul unei acțiuni de protest organizate la Chișinău de Partidul Liberal Democrat din Moldova (PLDM). Reprezentantul Organizației teritoriale Călărași a PLDM, Ion Chitoroagă, a fost iritat de faptul că este filmat și a deteriorat camera de filmat și microfonul jurnaliștilor. Ulterior, liderul PLDM, Vladimir Filat, a declarat în cadrul unei conferințe de presă că regretă acest incident și că partidul urmează „să ia decizii pe linie de partid asupra celui, care a agresat

jurnalistul”. La 25 martie, Vlad Filat a anunțat, într-o conferință de presă, că Ion Chitoroagă, care figura cu numărul 56 în lista electorală a PLDM, a fost retras de pe listă. Acesta urmează să fie retras din toate funcțiile eligibile din partid, a mai spus Filat, care a precizat că aceasta este o „reacție absolut adecvată” la comportamentul lui Chitoroagă.

La 19 martie, Curtea Supremă de Justiție (CSJ) a dat câștig de cauză Asociației Presei Independente (API) și „Coaliției 2009” din care face parte, anulând deciziile Comisiei Electorale Centrale (CEC) și ale Consiliului electoral municipal Chișinău prin care API și Coaliția 2009 au fost atenționate pentru încălcări ale legislației electorale. CEC și Consiliul electoral municipal atenționase API pentru că a publicat în suplimentul „Obiectiv” articolul „Ziua adevărului pentru PCRM” care analiza felul în care au fost îndeplinite promisiunile electorale din 2005 ale partidului de guvernământ, articol care, potrivit CEC, ar fi defavorizat Partidul Comuniștilor din Moldova (PCRM). Materialul apăruse în suplimentul de educație civică – „Obiectiv”, editat de API cu suportul unei fundații americane. Reprezentantul PCRM care a depus contestația consideră că prin acest articol PCRM ar fi fost defavorizat pe bani din exterior, cerând ca finanțatorul să fie informat de autorități că se implică în campania electorală din R. Moldova. API a depus o contestație la Curtea de Apel Chișinău care a fost respinsă, dar API a făcut recurs la Curtea Supremă de Justiție. Prin decizia din 19 martie, CSJ a casat hotărârile Curții de Apel și a anulat hotărârile autorităților electorale din motive de procedură (depășirea competenței de către organele emitente).

În ședința din 24 martie 2004, CCA a avertizat posturile *Moldova 1*, *NIT*, *N4*, *TVC 21*, *EU TV*, *PRO TV Chișinău* și *TV7* pentru încălcarea Regulamentului Comisiei Electorale Centrale cu privire la reflectarea campaniei electorale. Membrii CCA au decis să aplice una și aceeași sancțiune (avertizare publică) pentru cele șapte posturi TV, cu toate că încălcările diferă ca gravitate. Posturile *PRO TV Chișinău* și *TV 7* au anunțat că vor contesta în instanță decizia Consiliului Coordonator al Audiovizualului (CCA) prin care a fost avertizat că nu ar fi asigurat pluralismul politic în cadrul jurnalelor de știri.

În ședința din 24 martie, CEC a obligat postul public de televiziune *Moldova 1* să ofere dreptul la replică Uniunii Centriste din Moldova (UCM), pentru faptul că a comentat și a denaturat în defavoarea UCM o afirmație a ex-președintelui Partidului Popular Republican (PPR), Nicolae Andronic, care nici nu figura atunci pe lista UCM. Reprezentantul Companiei *Teleradio-Moldova* a spus că informația, în forma în care a fost prezentată la „Mesager”, a fost preluată de la Agenția Informațională de Știri *Moldpres* și că va ataca decizia CEC în instanța de judecată.

Pe 25 martie, Alianța „Moldova Noastră” (AMN) a pichetat Compania *Teleradio-Moldova* pentru că, în opinia lor, în cadrul buletinelor de știri Partidului Comuniștilor (PCRM) i se oferă mai mult spațiu decât altor concurenți electorali. AMN cere Consiliului de Observatori să revizuiască politica editorială a Companiei *Teleradio-Moldova*, „să inventarieze corect timpii de antenă oferți în știri PCRM și să excludă volumul lor din publicitatea contra plată a acestui concurent electoral până la finalul campaniei electorale pentru a restabili parțial egalitatea în drepturi a celorlalți concurenți”.

4. Datele monitorizării. Presa audiovizuală

4.1 Implicarea în campania electorală

4.1.1 TV

În perioada 12-18 martie, la posturile *Moldova 1*, *TV 7* și *EU TV*, volumul programelor electorale speciale – dezbateri electorale - a depășit volumul știrilor electorale. *EU TV* și *PRO TV* au difuzat în continuare emisiuni de opinii. Ca și în perioada precedentă, *Moldova 1* și *NIT* au pus pe post cel mai mare volum de știri electorale. Comparativ cu perioada precedentă, se atestă o creștere a duratei programelor de educație electorală de la 1 869 sec, până la 10 173 sec., în timp ce volumul de publicitate electorală s-a mărit de la 13 539 sec. la 19 453 sec. Ca și în perioada precedentă, în tematica buletinelor de știri au predominat politica și procesul electoral. Se evidențiază și tema economică (Diagramele 1, 1.1).

Diagrama 1. Volumul materialelor electorale difuzate la posturile TV în perioada 12-18 martie 2009, sec

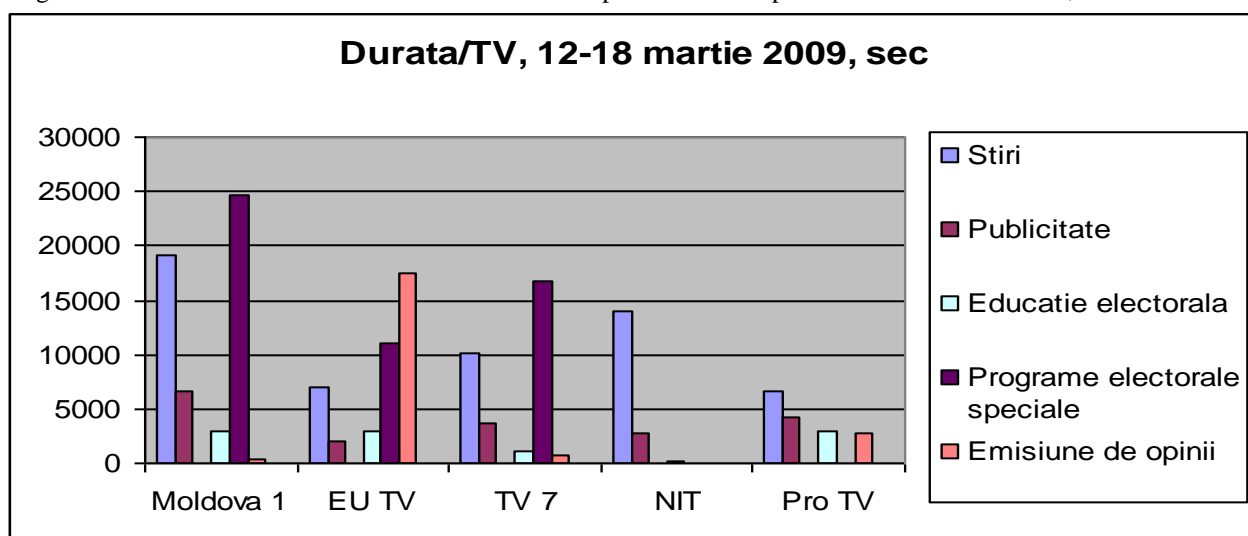
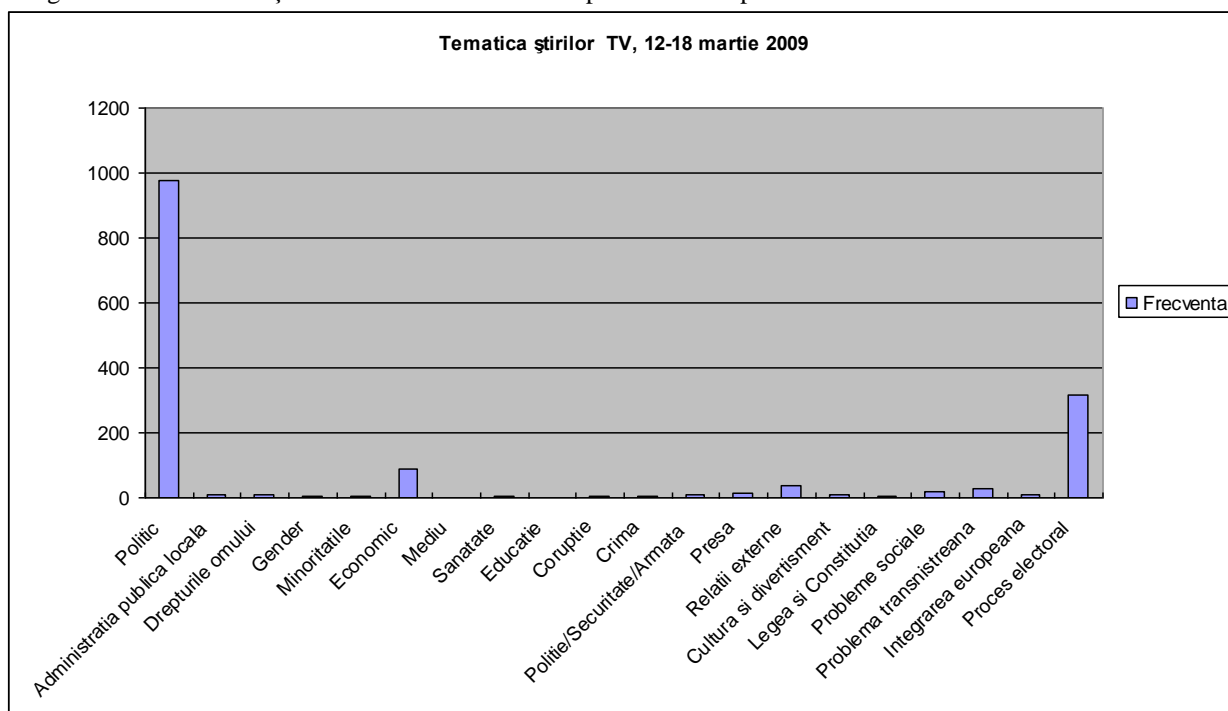


Diagrama 1.1. Tematica știrilor electorale difuzate de posturile tv în perioada 12-18 martie 2009



4.1.2 Radio

În perioada 12-18 martie, volumul dezbaterilor a crescut de la 22 955 sec. până la 42 374 sec. *Antena C* nu a organizat dezbateri, difuzând în continuare cel mai mare volum de știri cu impact electoral. Comparativ cu perioada precedentă, se atestă o scădere a volumului de emisiuni de opinie de la 42 798 la 26 379 sec., în timp ce volumul materialelor de educație electorală a crescut de la 63 sec. la 4 037 sec, iar publicitatea electorală de la 7 480 sec la 8 334 sec. Ca și la posturile TV, în tematica știrilor electorale difuzate de către posturile radio a prevalat politicul, procesul electoral și, în mai mică măsură, economicul și socialul (Diagramele 2, 2.1).

Diagrama 2. Volumul de materiale difuzate de posturile de radio în perioada 12-18 martie 2009, sec.

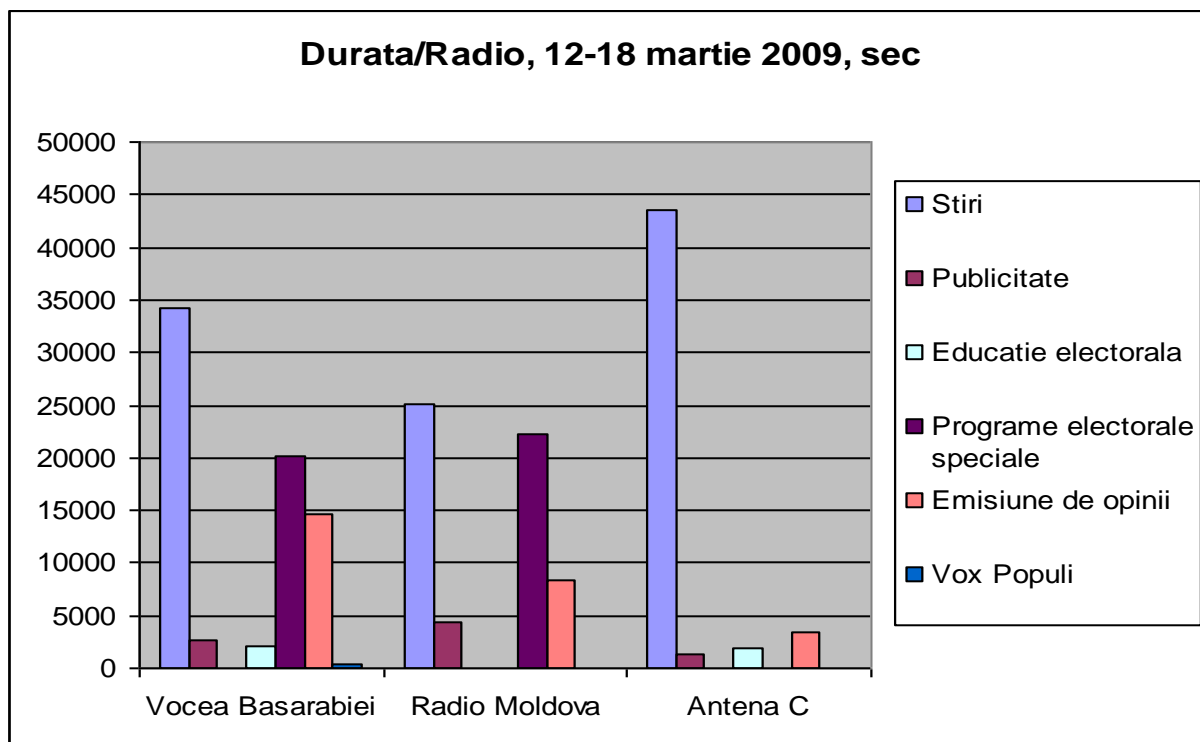
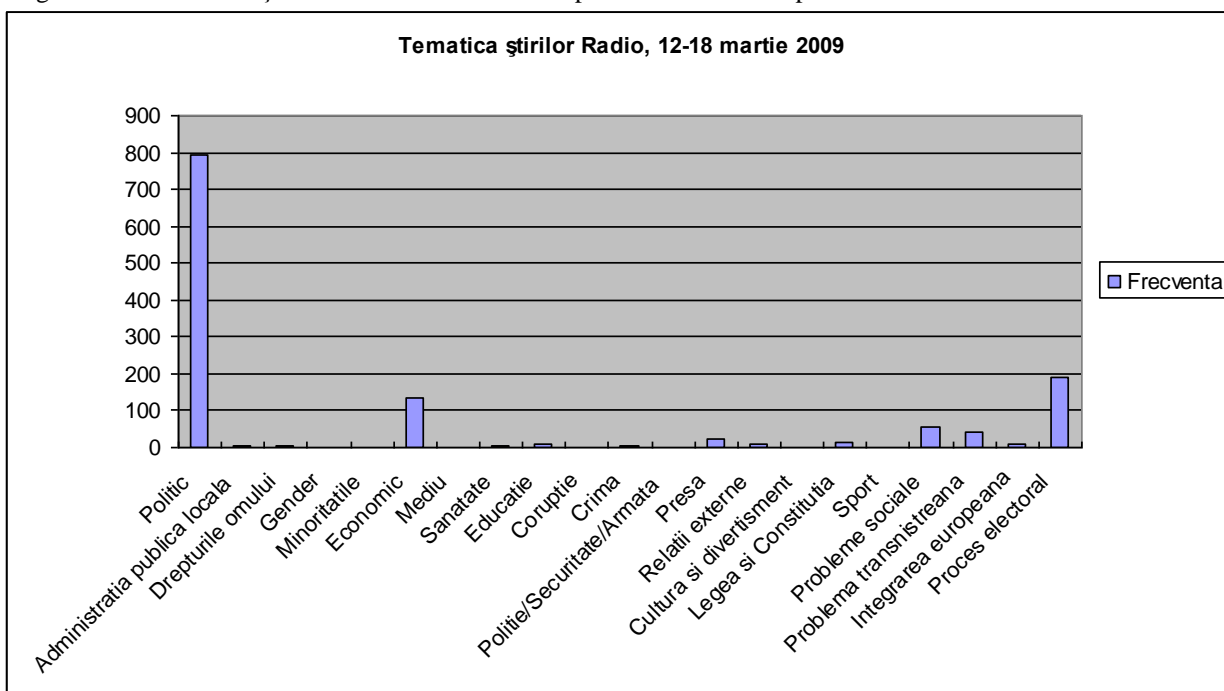


Diagrama 2.1. Tematica știrilor electorale difuzate de posturile de radio în perioada 12-18 martie 2009



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

Moldova 1 a continuat să ofere acces preponderent guvernării, în detrimentul partidelor de opoziție. În perioada 12-18 martie 2009, reprezentanți ai Guvernului, ai altor instituții de stat, președintele Republicii Moldova, președintele Parlamentului și alți reprezentanți ai PCRM au fost citați de 110 de ori și au apărut pe ecranul televizorului timp de doar 2 071 sec. Celelalte partide și candidați independenți luați împreună au servit drept surse de știri de 39 ori, reprezentanții lor apărând pe ecran timp de 572 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	814	735	45
PRES	782	247	39
AIS	252	231	13
PARL	143	100	11
PPCD	100	90	9
PD	225	203	7
PLDM	59	52	6
MAE	98	59	5
PL	26	26	5
UC	0	0	3
PCRM	80	50	2
AMN	14	10	2
PSD	25	21	1
US	25	19	1

Ca și în perioada precedentă, dezechilibrul surselor în știrile cu impact electoral în folosul guvernării comuniste s-a menținut și la *NIT*. Guvernul, președintele Republicii Moldova, președintele Parlamentului și alți reprezentanți ai PCRM au fost citați ca surse în 92 de cazuri, iar celelalte partide – de 37 de ori. Durata apariției pe ecran este de, respectiv, 3 180 sec și 750 sec.

Tabelul 2. Frecvența citării și apariției concurenților electorali la NIT

cod	Durata apariției	Durata intervenției	Frecvența
PRES	2149	991	44
GUV	272	390	21
PCRM	380	323	16
UC	381	19	13
AIS	334	285	10
PL	92	30	6
PPCD	87	78	6
PLDM	52	29	4
AMN	12	0	4
PD	89	62	2
PSD	37	37	2

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 36 de cazuri, AMN – 16, PD – 13, PLDM – 13. După durata apariției pe ecran, pe primele locuri se află PD cu 202 sec, AMN – 170 sec, PLDM – 78, iar reprezentanții guvernării - 231 sec.

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

cod	Durata apariției	Durata intervenției	Frecvența
AMN	170	138	16
PCRM	131	111	14
PD	202	96	13
PLDM	78	69	13
AIS	0	0	8
PRES	85	0	7
PSD	43	36	7
GUV	15	0	7
MAE	66	22	6
PPCD	47	39	4
APL	35	20	4
SB	0	0	4
UC	43	0	3
PL	36	36	2
US	0	10	1
AV	0	0	1

În știrile electorale de la *EU TV*, pe primul loc, atât ca frecvență, cât și ca spațiu alocat, se situează PPCD care a fost citat ca sursă de 13 ori, cu 276 secunde apariție pe ecran. Reprezentanții altor instituții de stat, președintele Republicii Moldova, președintele Parlamentului și alți reprezentanți ai PCRM au fost citați ca surse în 10 cazuri și au apărut pe ecran timp de 241 sec., AMN – de 7 ori, 39 sec, PLDM – 5 ori, 17 sec.

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

cod	Durata apariției	Durata intervenției	Frecvența
PPCD	276	245	13
AMN	39	28	7
PLDM	17	11	5
GUV	119	113	4
PL	84	84	3
PRES	62	16	3
PCRM	60	34	3
PD	27	27	1
US	19	11	1
PR	0	0	1

La *TV 7*, știrile cu caracter electoral au citat PD ca surse de cele mai multe ori – 24. Guvernul, alte instituții de stat, președintele Republicii Moldova, președintele Parlamentului și alți reprezentanți ai PCRM au servit drept surse de știri cu impact electoral de 16 ori, PLDM – 14, PPCD – 13 ori. Ca durată a apariției pe ecranul televizorului, pe primul loc se află PD cu 735 sec, urmat de PLDM – 434 și PPCD – 343 sec. Guvernul, președintele Republicii Moldova și alți reprezentanți ai PCRM au apărut în cadrul știrilor electorale timp de 434 sec.

Tabelul 5. Frecvența citării și apariției concurenților electorali la TV7

cod	Durata apariției	Durata intervenției	Frecvența
PD	735	621	24
PLDM	434	308	14
PPCD	343	272	13
PRES	306	148	12
AMN	283	267	11
PSD	322	234	10
RAVN	42	36	8
UC	124	86	6
PCRM	128	66	3
AV	38	38	2
GUV	0	0	1

Ca și în perioada precedentă, 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 PCRM, care au fost citați în total de 144 ori, aceștia vorbind timp de 2 673 sec. Ceilalți concurenți electorali au servit drept surse de știri electorale de 40 ori, intervenind direct timp de 521 sec.

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

cod	Durata intervenției	Frecvența
PRES	64	58
GUV	2017	57
AIS	557	20
PPCD	135	7
PLDM	77	8
PD	209	6
UC	0	6
PARL	0	6
MAE	75	5
AMN	25	5
PCRM	35	3
PL	0	3
PSD	0	2

În știrile electorale difuzate de *Antena C*, Guvernul, reprezentanții altor instituții de stat, președintele Republicii Moldova, președintele Parlamentului și alți reprezentanți ai PCRM, au fost citați ca surse de știri electorale de 220 ori, ei vorbind timp de 1366 sec. Ceilalți concurenți electorali luați împreună au servit drept surse de știri electorale de 196 ori, intervenind pe o durată de timp de 1972 sec.

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

cod	Durata intervenției	Frecvența
GUV	350	107
PRES	624	55
PCRM	370	37
PL	778	36
PLDM	165	27

UC	142	25
MAE	335	28
AMN	80	24
PSD	155	22
PPCD	86	12
PD	231	11
PARL	0	11
AIS	22	10
RAVN	0	6
PR	0	5

În perioada 12-18 martie, 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 96 ori, AMN - 41, PLDM – 37, MAE - 26. Ca durată a intervențiilor, pe primele locuri se află PLDM, cu 1082 sec, urmat de AMN cu 1078 sec, MAE – 536 sec, PSD - 461. 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 160 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
AMN	1078	41
PRES	20	41
PLDM	1082	37
GUV	129	33
MAE	536	26
PCRM	11	17
UC	192	15
PSD	461	12
PD	212	12
PPCD	243	9
PL	70	5
US	362	4
AIS	0	4
UM	0	2
RAVN	0	1
PARL	0	1

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

4.3.1 TV

În perioada 12-18 martie 2009, *Moldova 1*, *NIT*, *Radio Moldova* și *Antena C* au continuat să favorizeze masiv partidul de guvernământ, prin mediatizarea acțiunilor electorale ale guvernării, prezentând, în același timp, în lumină negativă unii concurenți electorali, în special PLDM, PL, AMN, UCM și ignorându-i pe alții (Diagramele 3-6).

Posturile respective au conferit o pronunțată tentă electorală vizitei președintelui bulgar la Chișinău și, în special, vizitei ambilor președinți la Universitatea din Taraclia, subliniindu-se contribuția președintelui Voronin la deschiderea acestei instituții de învățământ. Au fost mediatizate în continuare planurile dezvoltării portului de la Giurgiulești, plecarea primului vas de pasageri din acest port, în prezența președintelui Voronin („ieșirea la mare în al 650-lea an de la întemeierea statului moldovenesc”), indexarea pensiilor, „extinderea gamei serviciilor electronice”, eforturile BNM de menținere a cursului leului, în pofida acțiunilor „destabilizatoare” ale unor partide de opoziție, darea în folosință a noului sediu al CCA, cu prezența președintelui Voronin, cartea lui Zurab Todua „Moldova și comuniștii moldoveni”, în care se spune că numai cu venirea comuniștilor la putere R. Moldova a trecut de la “haos la ordine”, “statul și-a îndeplinit obligația de apărare a drepturilor copiilor” etc.

La Moldova 1, ponderea știrilor favorabile PCR/M în numărul total de știri cu impact electoral s-a redus puțin (de la 24% la 20,4%) față de perioada precedentă (5-11 martie). *La Radio Moldova* – indicatorul respectiv a rămas constant (31,9% comparativ cu 31,2% înregistrat în perioada precedentă). *La Antena C* se atestă o creștere a ponderii știrilor favorabile partidului de guvernământ de la 31% la 35,4%, iar *NIT* acest indicator s-a redus nesemnificativ (de la 26,3% la 25,4%). Pentru comparație, la *EU TV* acest indicator a constituit în perioada 12-18 martie 2009 – 3,6%, comparativ cu 6% înregistrat în perioada 5-11 martie 2009.

Exemple de discreditare a partidelor de opoziție: În baza unei știri a agenției Omega, *Moldova 1* a informat în cadrul buletinului de știri din 15 martie 2009 că „Edinaia Rossia” neagă că ar colabora cu UCM, după cum declarase anterior formațiunea lui Tarlev. UCM nu i s-a oferit dreptul la replică nici în cadrul acestei știri, după cum s-ar fi convenit, nici ulterior. Știrea respectivă a fost difuzată și de *NIT* (16 martie 2009, 20-00), *Radio Moldova* (16 martie 2009, 18-00) și *Antena C* (17 martie, 17-00). *La NIT*, pe data de 16 martie (20-00) și 17 martie 2009 (21-30) s-a difuzat știrea precum că oscilațiile bruște ale cursului leului este direct legată de campania electorală și că panica le este convenabilă lui V. Filat și V. Tarlev, fără să li se ofere acestora dreptul la replică.

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

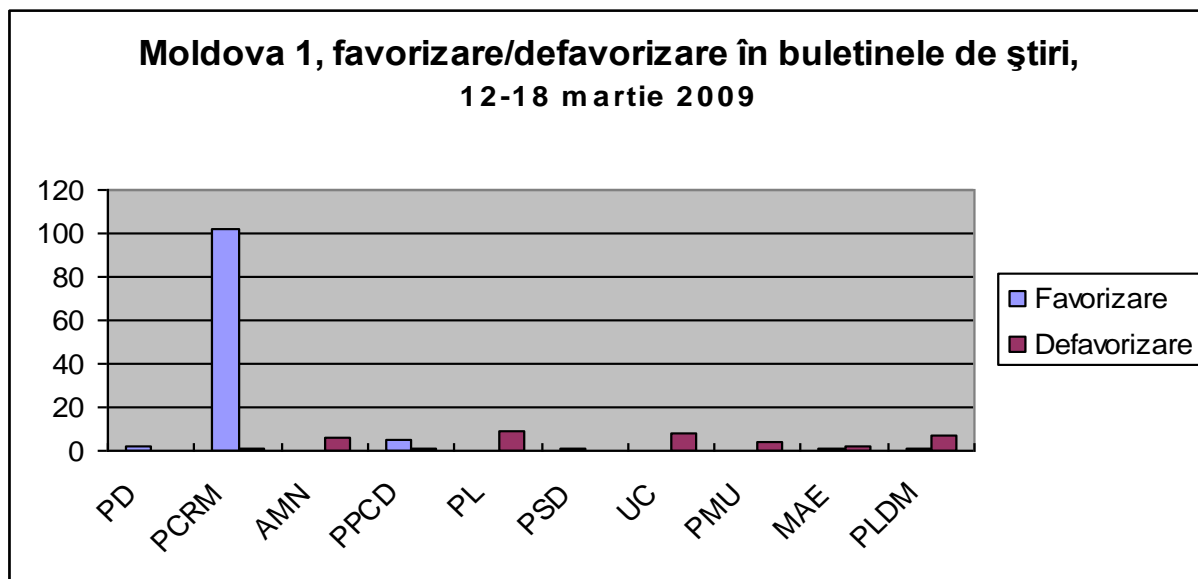


Diagrama 4. Concurenții favorizați sau defavorizați în buletinele de știri la NIT - frecvența

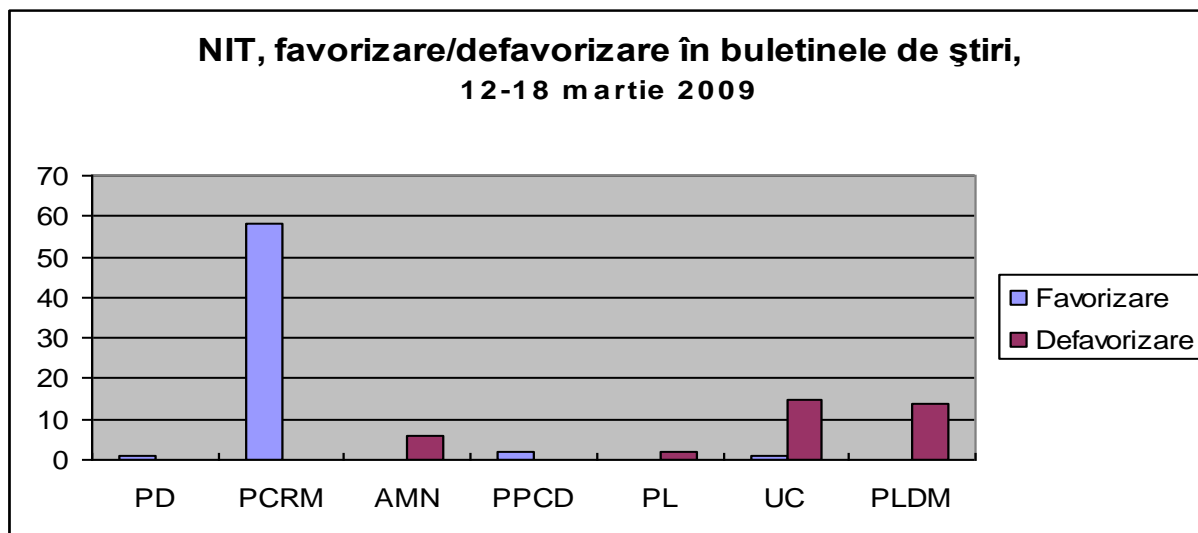


Diagrama 5. Concurenții favorizați sau defavorizați în buletinele de știri la Radio Moldova - frecvența

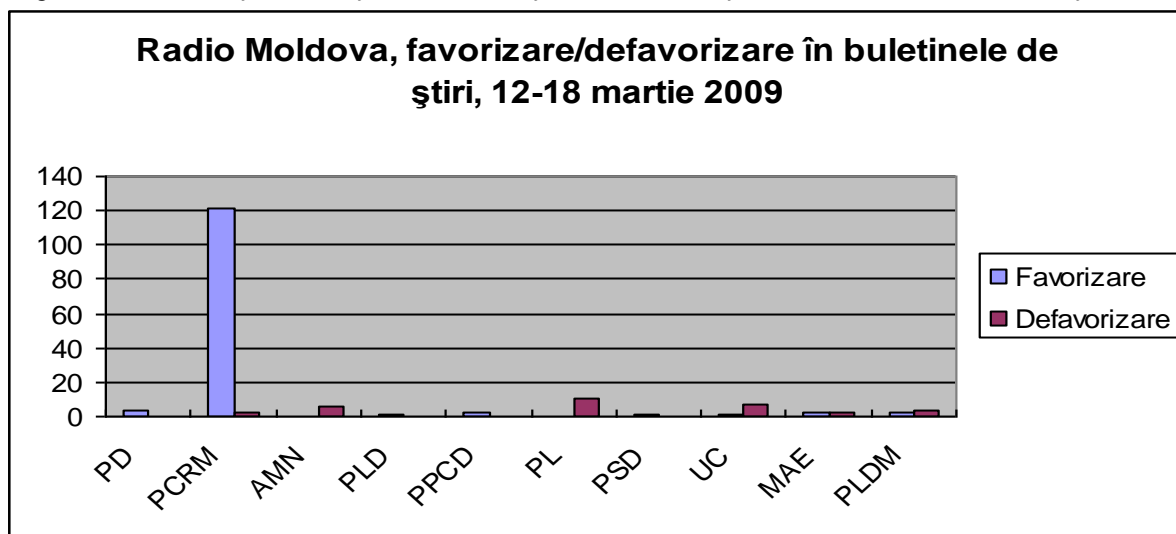
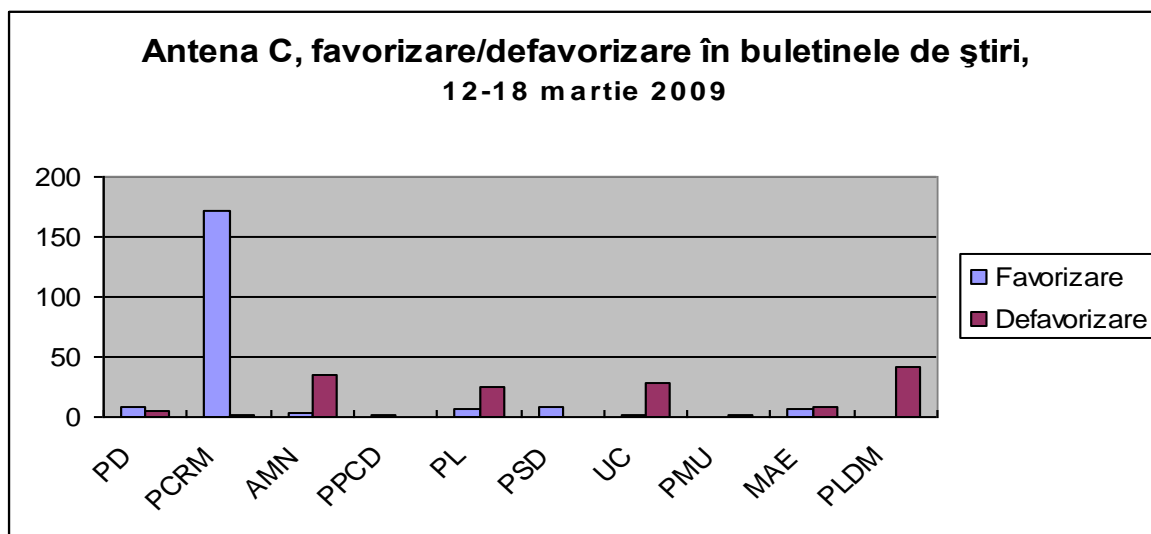
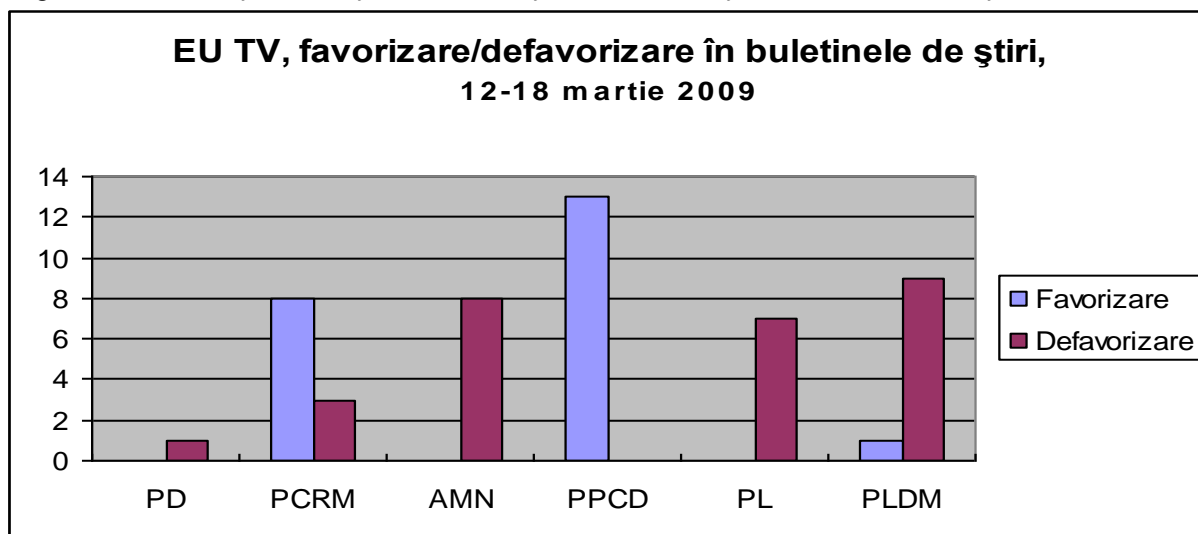


Diagrama 6. Concurenții favorizați sau defavorizați în buletinele de știri la Antena C - frecvența



EU TV a continuat să prezinte în lumină negativă partidele de opoziție – PLDM, AMN, PL, și PD, menținându-se tendința de favorizare ușoară a PPCD și PCRM, partidul de guvernământ fiind vizat și în știri negative (Diagrama 7).

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



PRO TV, TV 7 și Vocea Basarabiei au difuzat atât știri care defavorizează PCRM, cât și materiale care favorizează partidul de guvernământ. De asemenea, la aceste posturi se menține tendința reflectării mai nuanțate și echidistante a partidelor de opoziție. La TV 7 se observă tendința unei ușoare favorizări a PD (vezi diagramele 8-10).

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

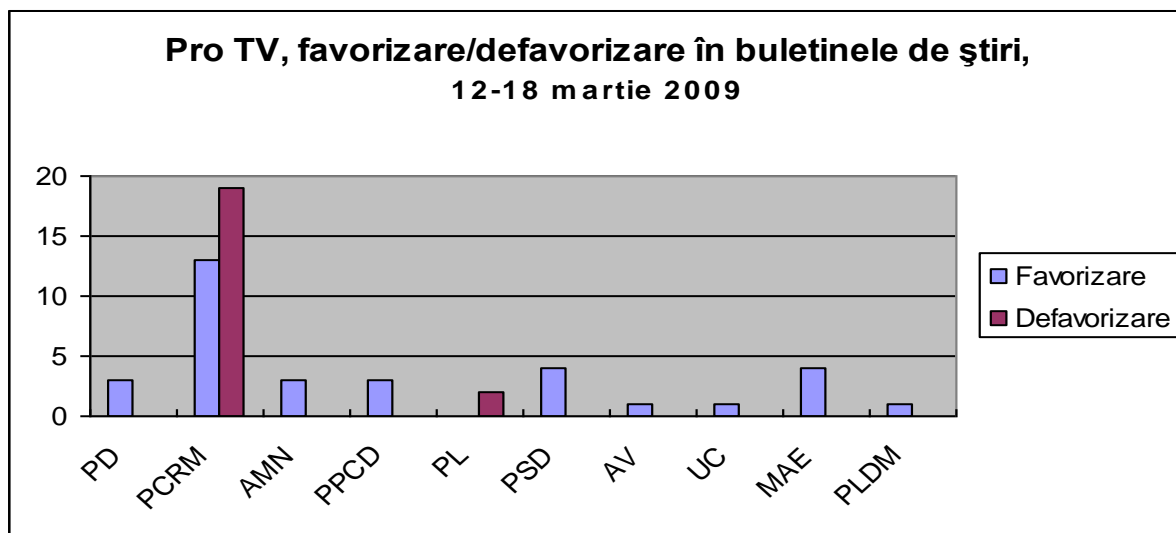


Diagrama 9. Concurenții favorizați sau defavorizați în buletinele de știri la TV7 - frecvența

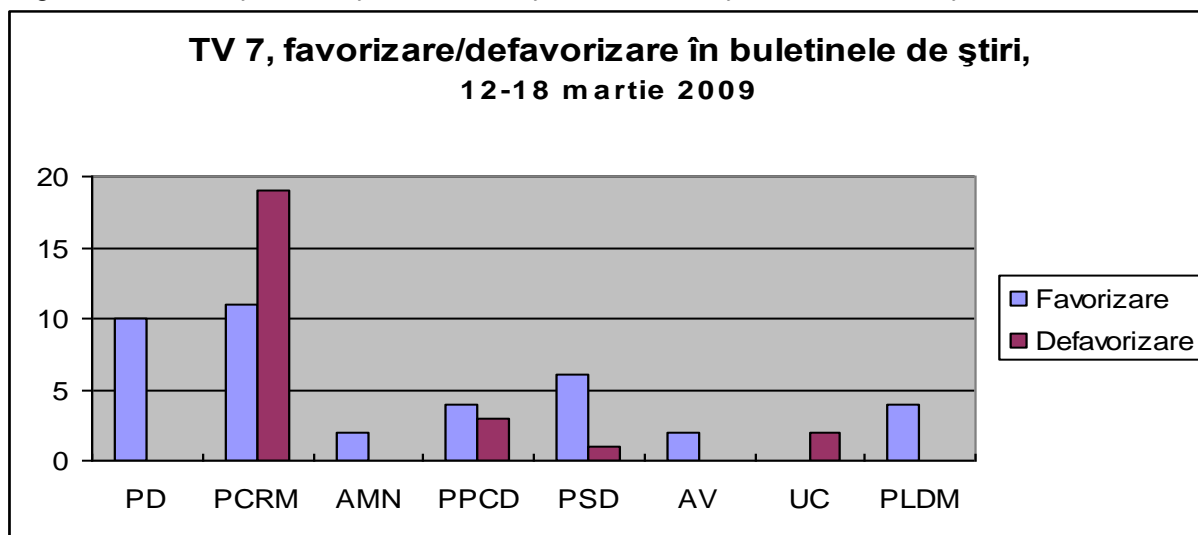
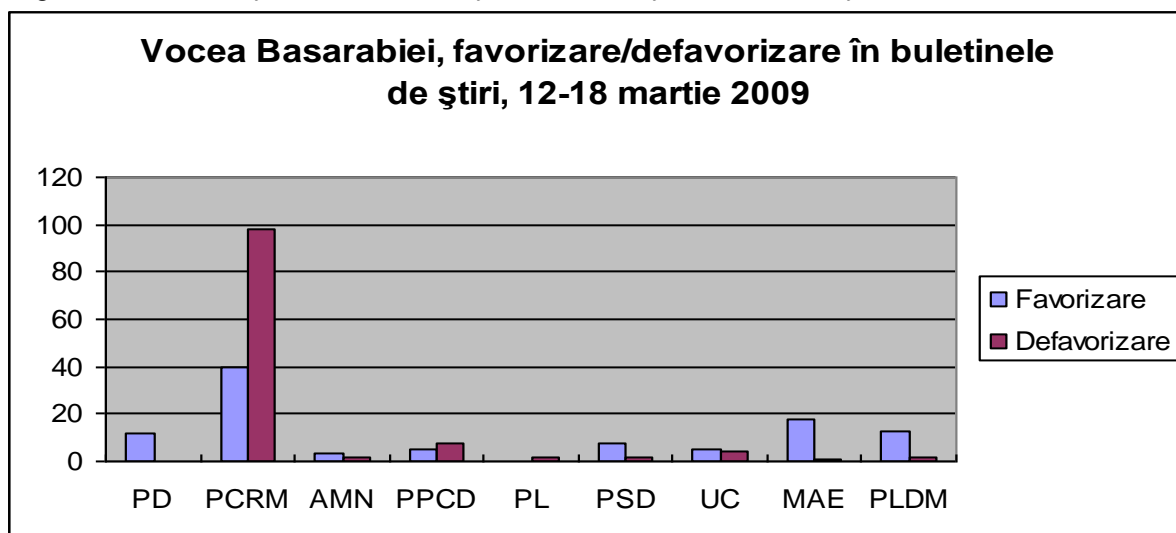


Diagrama 10. Concurenții electorali favorizați sau defavorizați în buletinele de știri la Vocea Basarabiei- frecvența



4.4 Conurenții 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 UC, laudând uneori PPCD. 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 și, rareori, PPCD.

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

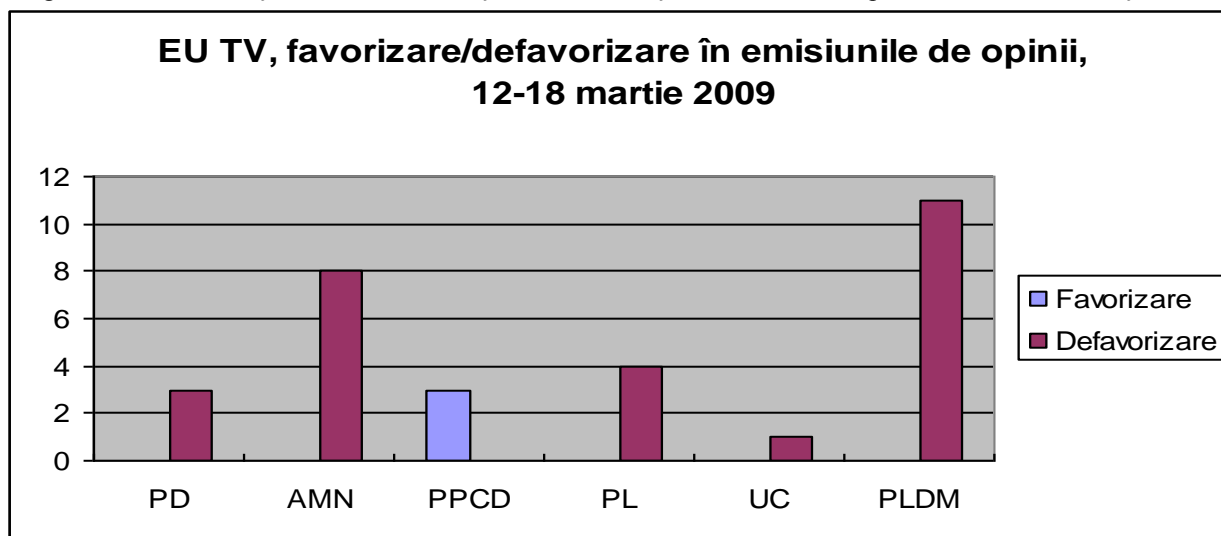
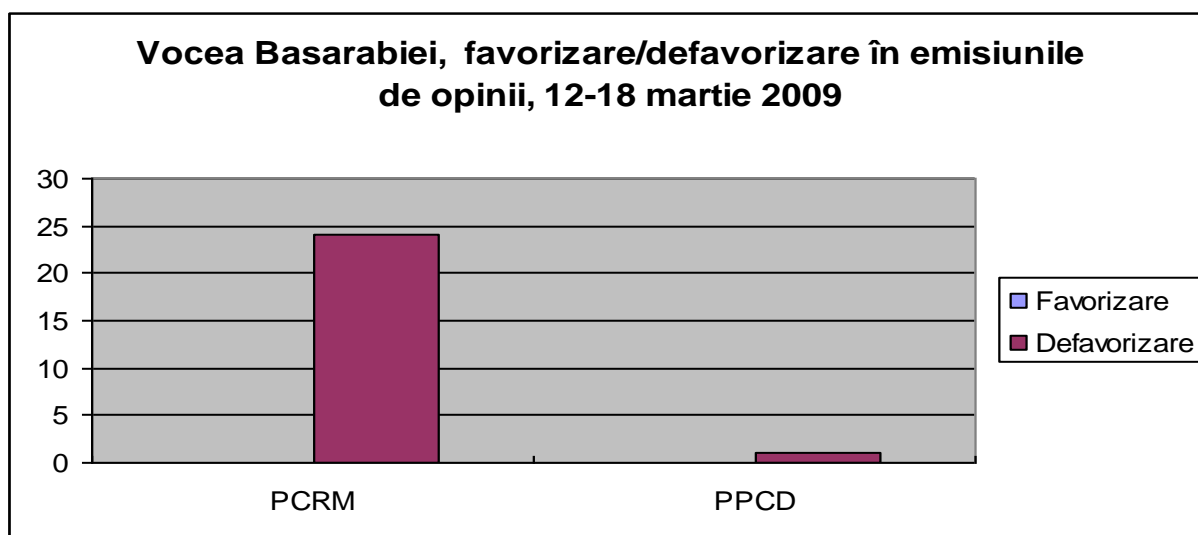


Diagrama 12. Conurenții electorali favorizați sau defavorizați în emisiunile de opinii la Vocea Basarabiei- frecvența



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

5.1 Implicarea în campania electorală

5.1.3 Ziare

În perioada 12-18 martie 2009, în cele 12 ziare monitorizate au apărut 377 de articole de presă care au vizat, direct sau indirect, campania electorală, cu o suprafață totală de circa 175 mii centimetri pătrați. În comparație cu rezultatele înregistrate în săptămâna precedentă de

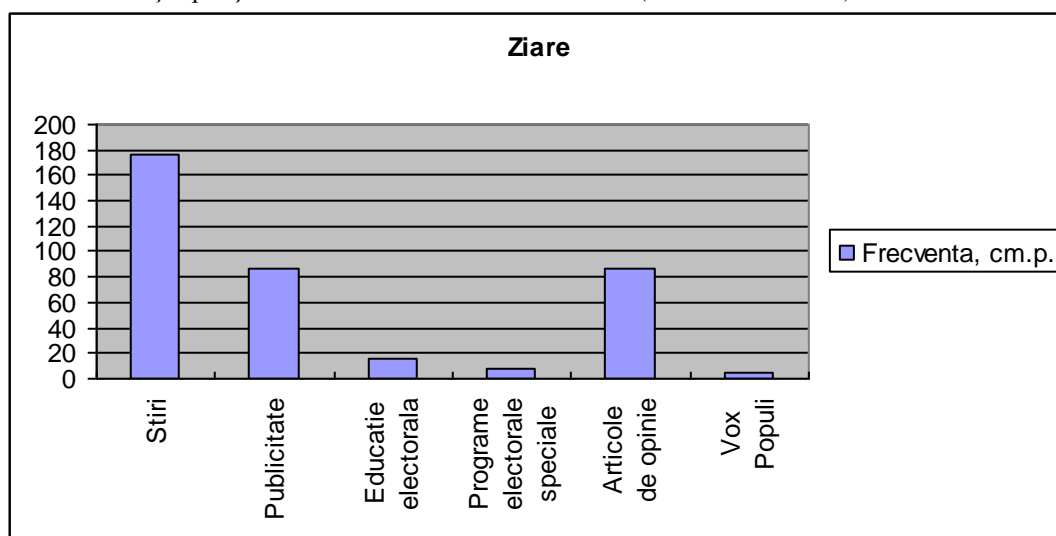
monitorizare, se atestă o creștere atât a numărului de materiale jurnalistice la tema alegerilor, cât și a suprafeței de ziar afectată acestora.

Genul jurnalistic care prevalează ca și număr sunt știrile (47%), urmate de publicitate și articolele de opinie (câte 22%). În comparație cu săptămâna precedentă, numărul știrilor a scăzut, în schimb au fost publicate mai multe articole de opinie.

Suprafața totală a publicității electorale în cele 12 ziare a fost de circa 52 mii centimetri pătrați, în creștere cu aproape 6 mii centimetri pătrați față de perioada anterioară de monitorizare.

În perioada de raport au mai fost publicate 16 materiale de educație electorală, alte 8 articole din categoria „Programe electorale speciale” și 4 sondaje de tip „Vox populi”.

Diagrama 13. Frecvența apariției articolelor în ziarele monitorizate (12-18 martie 2009)



Moldova suverană își menține poziția de ziar care plasează articole despre alegeri și concurenții electorali pe cea mai mare suprafață (31531 cm.p.). *Timpul de dimineață* (27485 cm.p.), *Flux* (27450 cm.p.), *Nezavisimaia Moldova* (24460 cm.p.), *Jurnal de Chișinău* (20365 cm.p.) și *Moldavskie vedomosti* (14772 cm.p.) de asemenea acordă acestei tematici o atenție sporită. Urmează, în ordine descrescătoare, *SP* (Bălți), *Cuvântul* (Rezina), *Săptămîna*, *Komsomolskaia pravda v Moldove*, *Vesti Gagauzii* (Comrat) și *Realitatea* (Soroca).

Notă: la analiza comparativă a acestui indicator, 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 12-18 martie pe primul loc s-a situat *Timpul de dimineață* cu peste 11500 cm.p. de știri, ceea ce reprezintă aproape jumătate din spațiul total dedicat de ziarul respectiv acestei teme.

Cea mai multă **publicitate electorală** a apărut în *Moldova suverană* (peste 15500 cm.p.) și *Nezavisimaia Moldova* (7900 cm.p.), în ambele cazuri fiind vorba de reclamă exclusivă a concurentului electoral PCRM. Ziarul *Flux* plasează pagini de publicitate în favoarea PPCD care însă nu este marcată conform prevederilor Regulamentului privind reflectarea campaniei electorale la alegerile parlamentare din 5 aprilie 2009 în mijloacele de informare în masă, aprobat de Comisia Electorală Centrală (CEC). *Komsomolskaia pravda v Moldove* și *Vesti Gagauzii* (Comrat) în general nu au plasat publicitate electorală.

Articolele de opinie care vizează campania electorală au ocupat 26% din suprafața totală a materialelor de presă relevante. Pe cel mai mult spațiu a publicat articole de opinii și editoriale

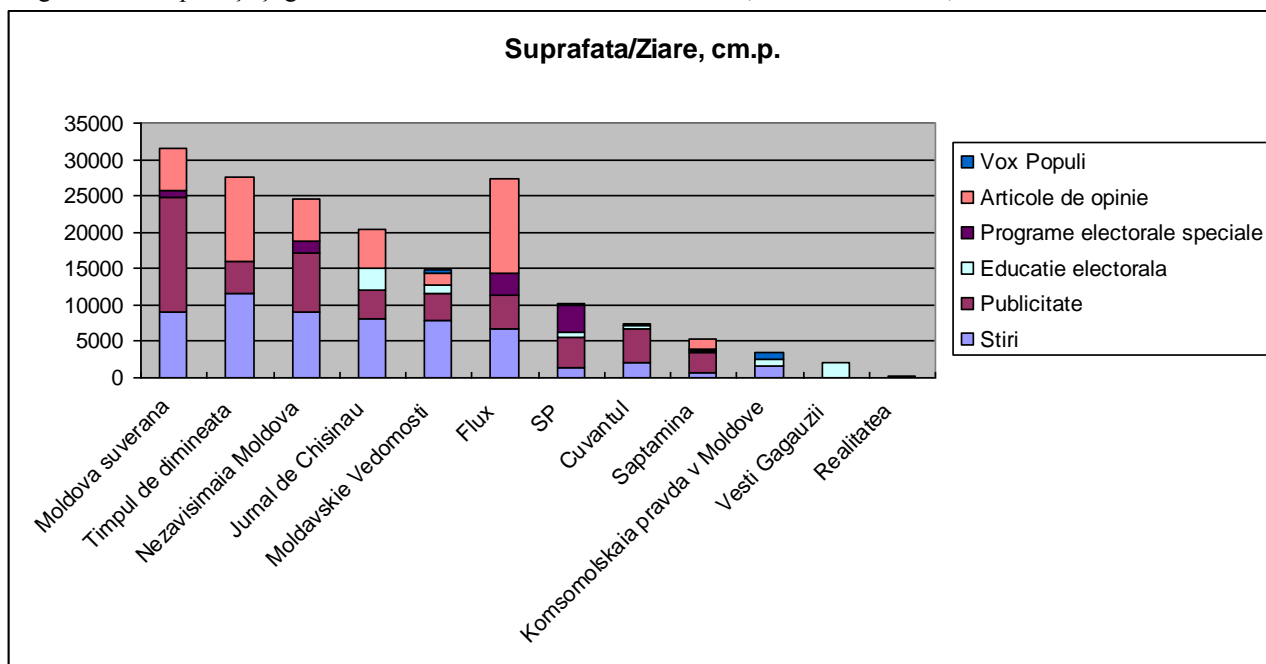
ziarul *Flux* (circa 13000 cm.p., ceea ce reprezintă 47,6% din suprafața totală afectată de acest ziar campaniei electorale). *Timpul de dimineață* a publicat articole de opinie pe 11500 mii centimetri pătrați (42% din totalul suprafeței monitorizate), *Moldova suverană* – peste 5800 mii cm.p., *Nezavisimaia Moldova* – peste 5700 cm.p., *Jurnal de Chișinău* – peste 5200 cm.p., iar celelalte ziare monitorizate au plasat articole de opinie pe suprafețe considerabil mai mici sau nu au plasat în general (*Komsomolskaia pravda v Moldove*, *Vesti Gagauzii*, *Realitatea*).

Doar 7 din cele 12 ziare monitorizate au inserat în această săptămână **articole de educație electorală**. Este vorba de ziarele *Jurnal de Chișinău*, *Vesti Gagauzii*, *Moldavskie vedomosti*, *Komsomolskaia pravda v Moldove*, *SP*, *Cuvântul* și *Săptămîna*. Suprafața totală a articolelor de educație electorală a fost de numai 8552 cm.p., ceea ce constituie mai puțin de 5% din suprafața totală afectată materialelor la tema campaniei electorale.

Articole care se încadrează în categoria „**Programe electorale speciale**” (dezbateri electorale și interviuri cu concurenții electorali dacă acestea nu sunt marcate ca publicitate) au publicat ziarele *SP*, *Flux*, *Nezavisimaia Moldova*, *Moldova suverană* și *Săptămîna*.

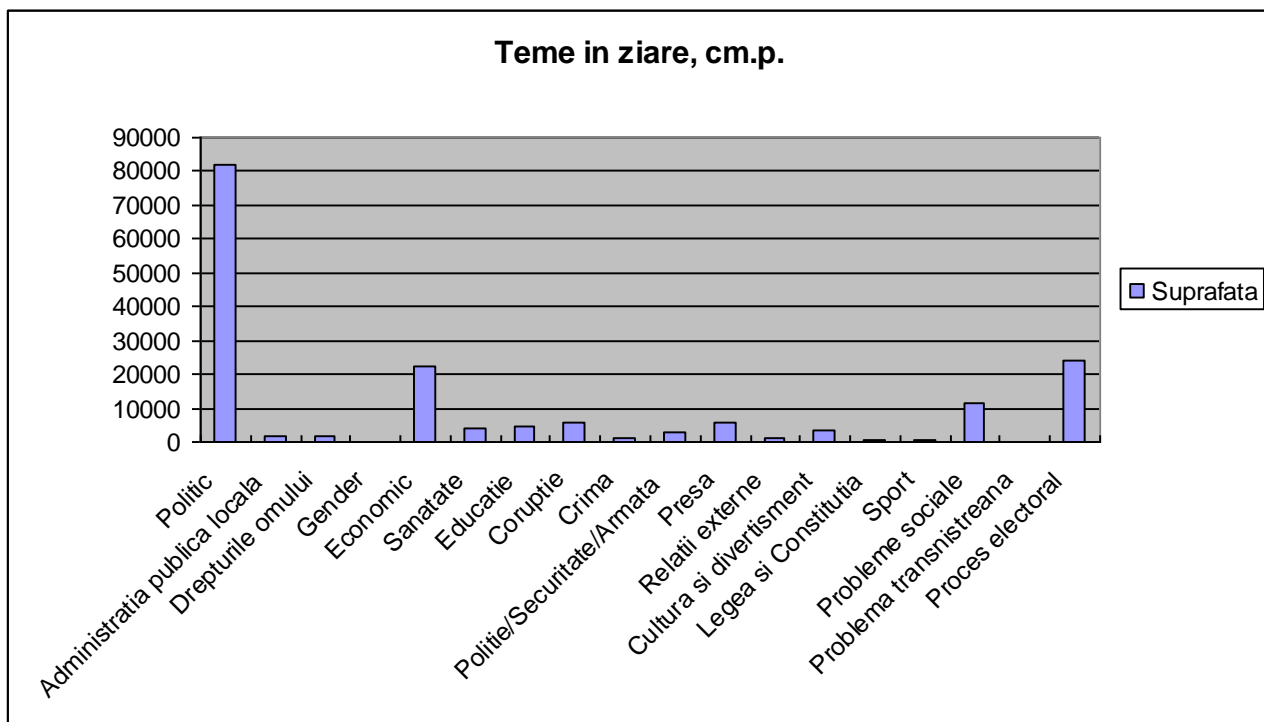
Două ziare – *Komsomolskaia pravda v Moldove* și *Moldavskie vedomosti* au publicat în această perioadă **sondaje de tip „Vox populi”** care au vizat, direct sau indirect, campania electorală. În sondajele ziarului *Komsomolskaia pravda v Moldove* apar și politicieni. Astfel, la 14 martie, la întrebarea „Cât de des sunt încălcate drepturile dvs. de consumator?” răspunde Vlad Cubreacov (PPCD), iar la 18 martie la întrebarea „Pe cine ați verifica cu detectorul de minciuni?” răspunde Dumitru Diacov (PD).

Diagrama 14. Suprafața și genurile articolelor în ziarele monitorizate (12-18 martie 2009)



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

Diagrama 15. Temele articolelor în ziarele monitorizate (12-18 martie 2009)



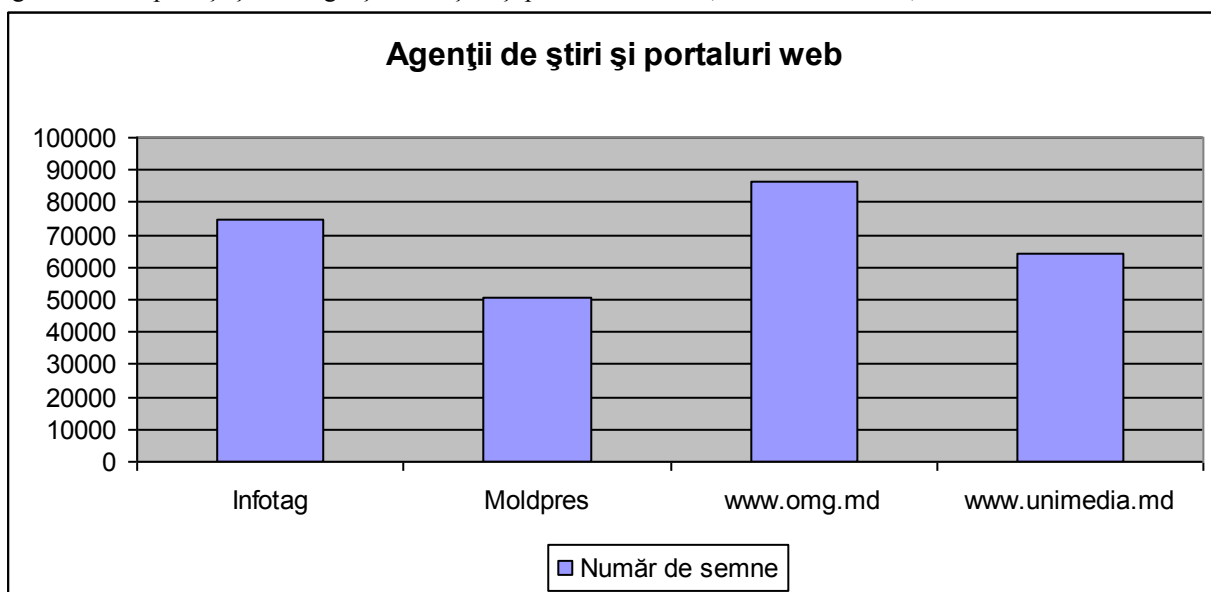
5.1.4 Agenții de presă și portaluri de știri

Cele două agenții de știri monitorizate, *Moldpres* și *Infotag*, au inclus în fluxurile lor cotidiene un număr total de 85 de știri relevante pentru subiectul prezentei monitorizări, cu un total de peste 125 mii semne (fără spațiu). În comparație cu săptămâna precedentă, agențiile au avut mai puține știri tematice, corespunzător, s-a micșorat și suprafața acestora.

În săptămâna 12-18 martie, 60% din totalul știrilor și a suprafeței afectate au revenit Agenției *Infotag*.

Utilizatorii de internet au putut accesa în această perioadă 98 de știri proprii sau preluate, plasate pe site-urile www.unimedia.md și www.omg.md, cu un total de peste 150 mii semne. 2/3 din totalul știrilor revin portalului www.omg.md.

Diagrama 16. Suprafața știrilor agențiilor de știri și portalurilor web (12-18 martie 2009)



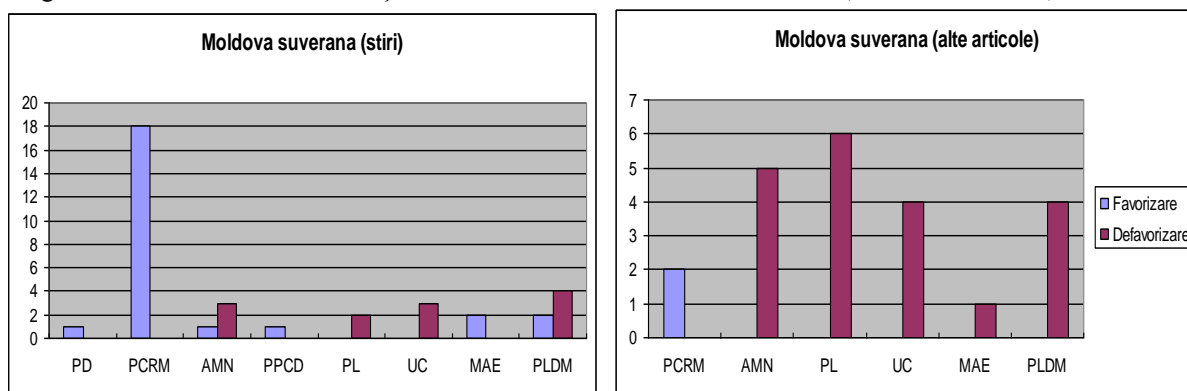
5.2 Candidații, partidele favorizate sau defavorizate, direct sau indirect, în știri și emisiunile de opinii - frecvența

5.2.3. Ziare

În perioada 12-18 martie a.c., *Moldova Suverană* continuă să favorizeze concurentul electoral PCRM în știri, în articole de opinie, dar și prin plasarea exclusivă a publicității electorale a PCRM în paginile ziarului. Astfel, în toate cele 20 de știri și articole de opinie în care a fost vizat Partidul Comuniștilor, *Moldova suverană* a prezentat acest concurent electoral în context pozitiv. Ceilalți concurenți electorali, în special PL, AMN, PLDM și UCM, sunt criticați dur, deseori pe un ton zeflemitor, în materiale care conțin și caricaturi sau colaje cu un conținut jignitor.

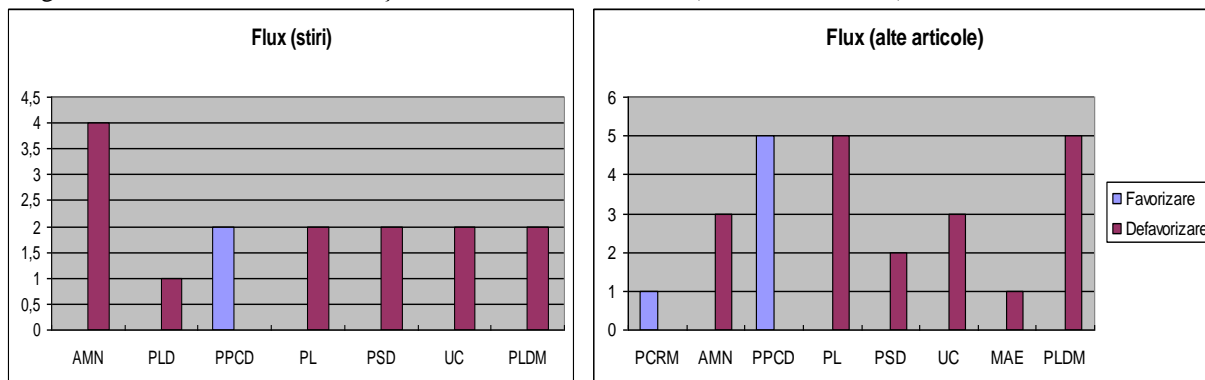
În această perioadă, ziarul face speculații legate de presupusele intenții ale României de a destabiliza situația din R. Moldova înainte de alegerile parlamentare, lăsând să se înțeleagă că aceste intenții sunt coordonate de partidele liberale de la Chișinău.

Diagrama 17. Prezentarea concurenților electorali în ziarul *Moldova suverană* (12-18 martie 2009)



Ziarul *Flux* continuă „războiul” cu oponenții politici ai PPCD-ului, republicând unele articole din edițiile precedente sau publicând altele noi, cu acuzații de apartenență la clanuri masonice și mafioate, prezentate într-un limbaj agresiv, uneori defăimător. Pe de o parte, concurenții electorali AMN, PLDM, PL, UCM și PSD care sunt „țintele” preferate ale ziarului *Flux*, sunt prezentați doar în culori sumbre. Pe de altă parte, ziarul publică articole mari despre realizările în localitățile unde primarii reprezintă PPCD și mai multe pagini de publicitate electorală în favoarea aceluiași concurent electoral, nemarcate corespunzător.

Diagrama 18. Prezentarea concurenților electorali în ziarul *Flux* (12-18 martie 2009)

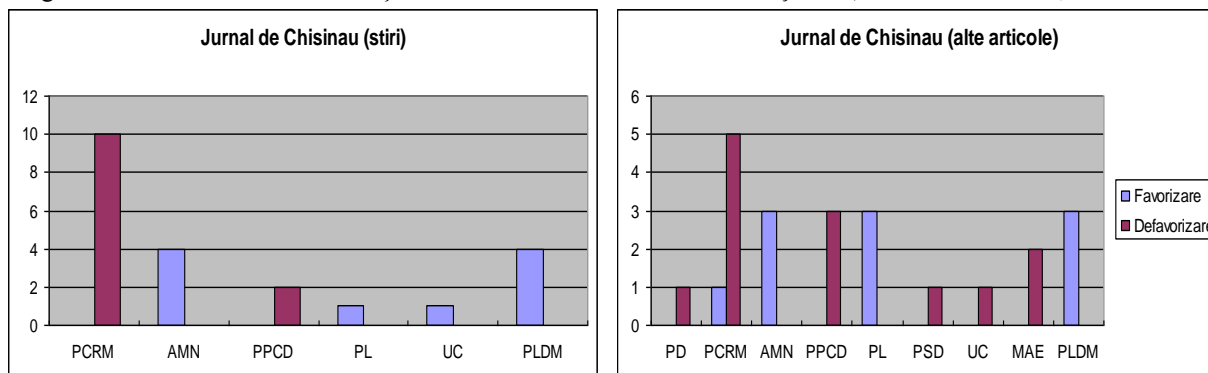


Ziarul *Jurnal de Chișinău* defavorizează partidul de guvernământ, mediatizând acțiunile și declarațiile opoziției care învinuiește PCRM că ar intenționa să fraudeze rezultatele alegerilor

prin majorarea artificială a numărului cetățenilor cu drept de vot. De asemenea, PCRM este acuzat că încearcă să ascundă de opinia publică urmările crizei economice mondiale pentru RM. La rubrica „O zi din viața lui...” este publicat materialul despre liderul PL „Ghimpu luptă cu frigul și comuniștii”.

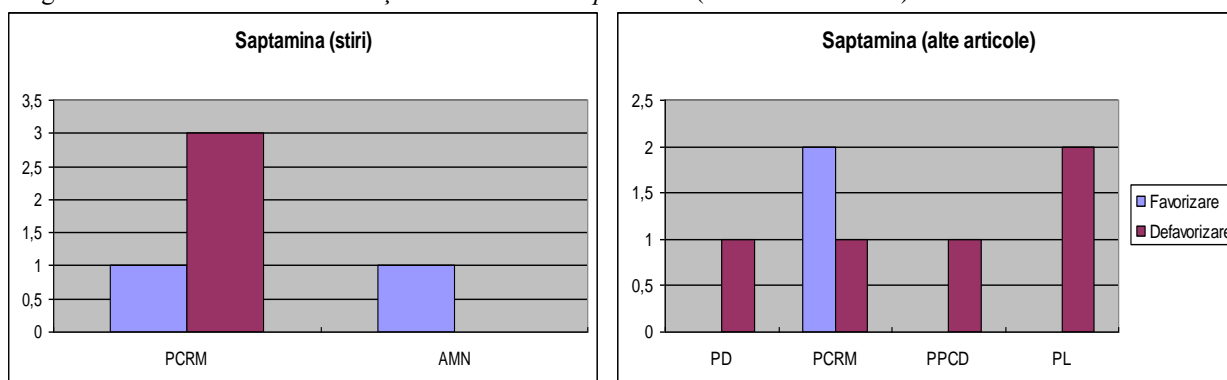
Opoziția liberală este prezentată doar în context pozitiv.

Diagrama 19. Prezentarea concurenților electorali în ziarul *Jurnal de Chișinău* (12-18 martie 2009)



Săptămîna a prezentat mai des în context favorizant AMN, liderul acestui partid Serafim Urechean fiind protagonist al rubricii „Dialog continuu” (în ediția din 13 martie, S. Urechean răspunde la întrebări legate de obiectivele prioritare ale programului AMN). În raport cu partidul de guvernământ, ziarul păstrează o anumită neutralitate, în unele cazuri îl critică, iar în altele îl prezintă în context pozitiv. Conculentul electoral criticat mai des este PL.

Diagrama 20. Prezentarea concurenților electorali în *Săptămîna* (12-18 martie 2009)

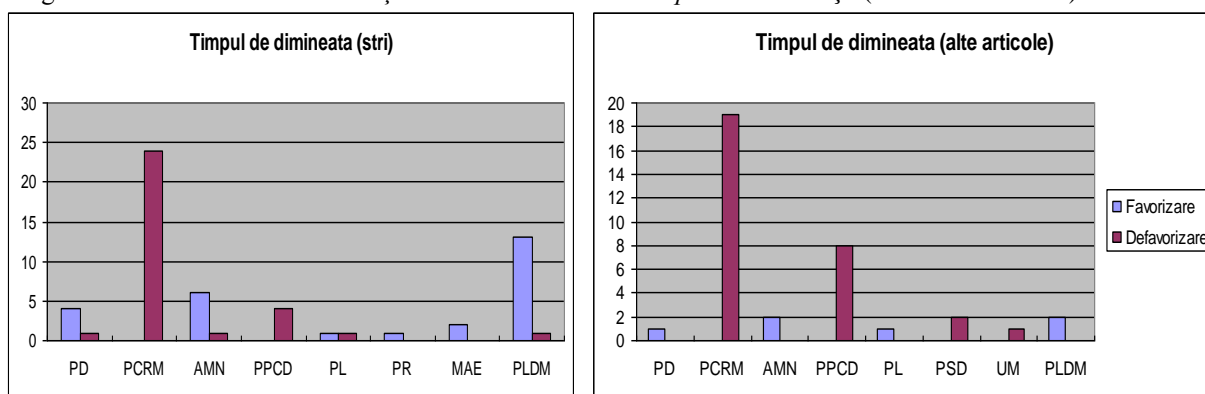


Timpul de dimineață acuză PCRM că minte poporul, încercând să ascundă faptul că țara este afectată de criza economică. Sunt publicate scrisoarea lui Voronin către Nazarbaev, președintele Kazahstanului, prin care este discreditat omul de afaceri Anatol Stati, și un articol de investigație care încearcă să convingă cititorii că Voronin ar intenționa să acapareze afacerile lui Stati. Reprezentanții PCRM sunt învinuiți că utilizează resurse administrative în scopuri electorale, iar soția președintelui Voronin – că încearcă să „cumpere” voturi pentru PCRM cu ajutoare umanitare. Ziarul comentează critic rezultatele întâlnirii Medvedev – Voronin - Smirnov de la Moscova.

PPCD apare în context negativ în mai multe articole.

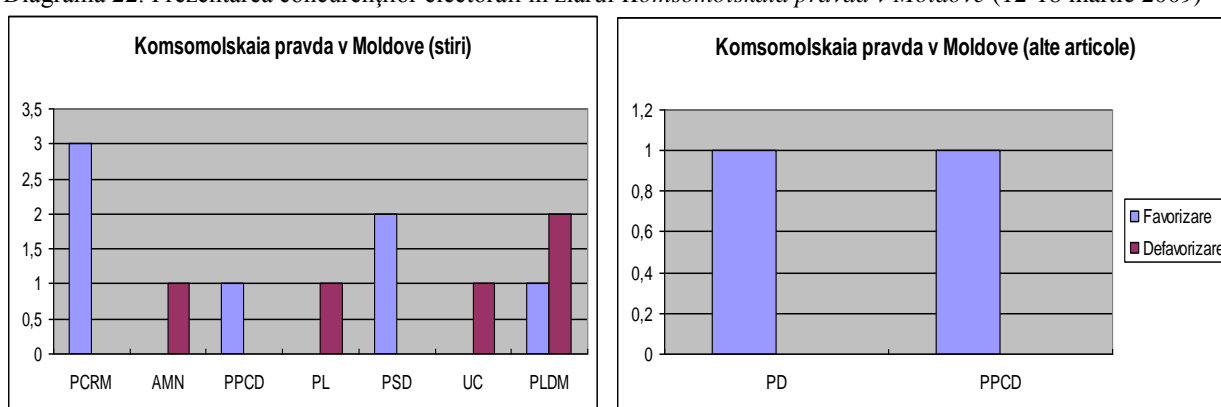
Partidele liberale, în special PLDM, sunt prezentate doar în context pozitiv, iar activitățile acestora sunt laudate și salutate.

Diagrama 21. Prezentarea concurenților electorali în ziarul *Timpul de dimineață* (12-18 martie 2009)



În știrile din ziarul *Komsomolskaia pravda v Moldova* de cele mai multe ori sunt prezentați în context pozitiv concurenții electorali PCRM și PSD.

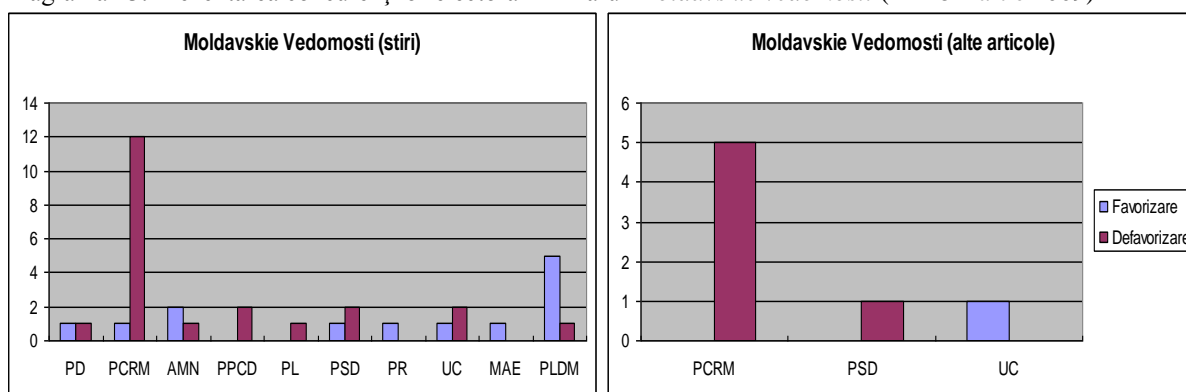
Diagrama 22. Prezentarea concurenților electorali în ziarul *Komsomolskaia pravda v Moldova* (12-18 martie 2009)



Ziarul *Moldavskie vedomosti* a continuat să publice articole defavorizante pentru PCRM. Astfel, este publicată scrisoarea lui Voronin adresată lui Nazarbaev, președintele Kazahstanului, în care este criticată activitatea companiei „Ascom Grup”, numită de Voronin „afacere dubioasă”. În același timp, familia liderului PCRM este acuzată că ar fi pus la cale scheme de îmbogățire din contul companiei „Aroma”.

Sunt publicate informații ample despre acțiunile electorale ale partidelor de opoziție.

Diagrama 23. Prezentarea concurenților electorali în ziarul *Moldavskie vedomosti* (12-18 martie 2009)

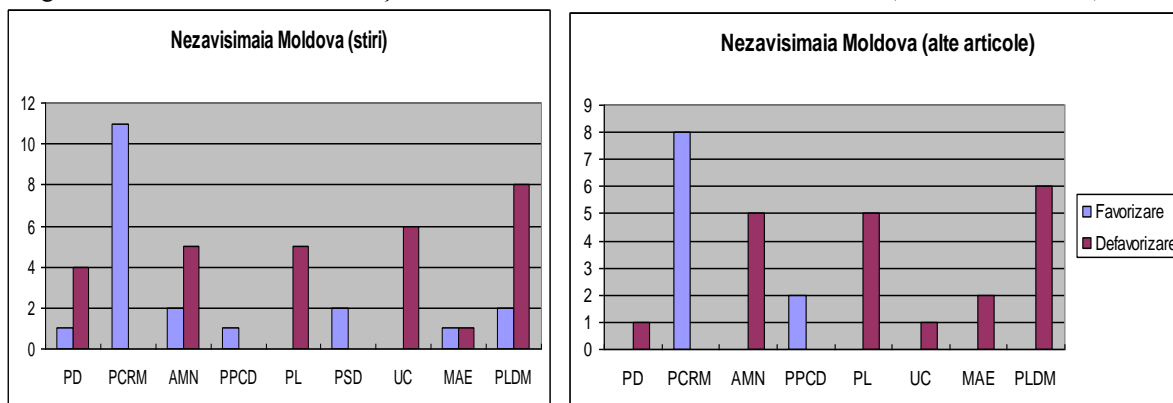


Nezavisimaia Moldova favorizează exclusiv PCRM și prezintă în context negativ celelalte partide. Cu trimitere la ziarul *Flux*, *Nezavisimaia Moldova* acuză liderii PLDM și AMN de apartenență la „masoneria mincinoasă”. Practic, toți oponenții politici ai PCRM sunt învinuiți de

provocarea panicii pe piața valutară. De asemenea, apar mai multe articole care urmăresc discreditarea lui Vasile Tarlev, învinuit de separatism.

Sunt publicate adresări către electoratul din UTA Gagauz Yeri să voteze PCRM. Se publică interviuri cu V. Voronin care declară că, în cazul în care PCRM va pierde alegerile, „în câteva luni țara se va duce de râpă”.

Diagrama 24. Prezentarea concurenților electorali în ziarul *Nezavisimaia Moldova* (12-18 martie 2009)



Ziarul „SP” (Bălți) semnaleză că un simpatizant al PCRM a venit în redacție cu o grenadă care s-a dovedit a fi butaforică.

Sunt publicate dezbateri electorale cu participarea a 12 concurenți electorali, la care PCRM nu a dorit să participe. În suplimentul tematic „Svobodnii microfon” apare un interviu cu Dorin Chirtoacă (PL) și o analiză a averilor candidaților la mandatul de deputat, originari din Bălți.

Săptămânalul *Cuvântul* a publicat o scrisoare colectivă adresată Guvernului R. Moldova care critică guvernarea, defavorizând PCRM.

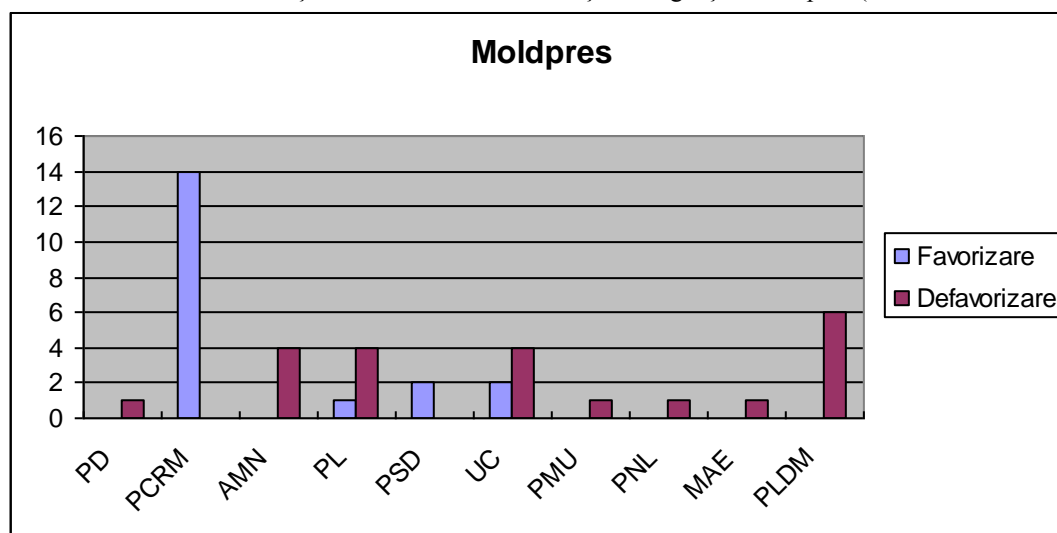
Ziarul a organizat dezbateri electorale, în cadrul cărora au fost analizate promisiunile concurenților electorali. PCRM nu a răspuns invitației de a participa la dezbateri.

În perioada 12-18 martie, ziarele *Realitatea* (Soroca) și *Vesti Gagauzii* (Comrat) au publicat doar materiale care se referă la procesul electoral.

4.2.4. Agenții de presă și portaluri de știri

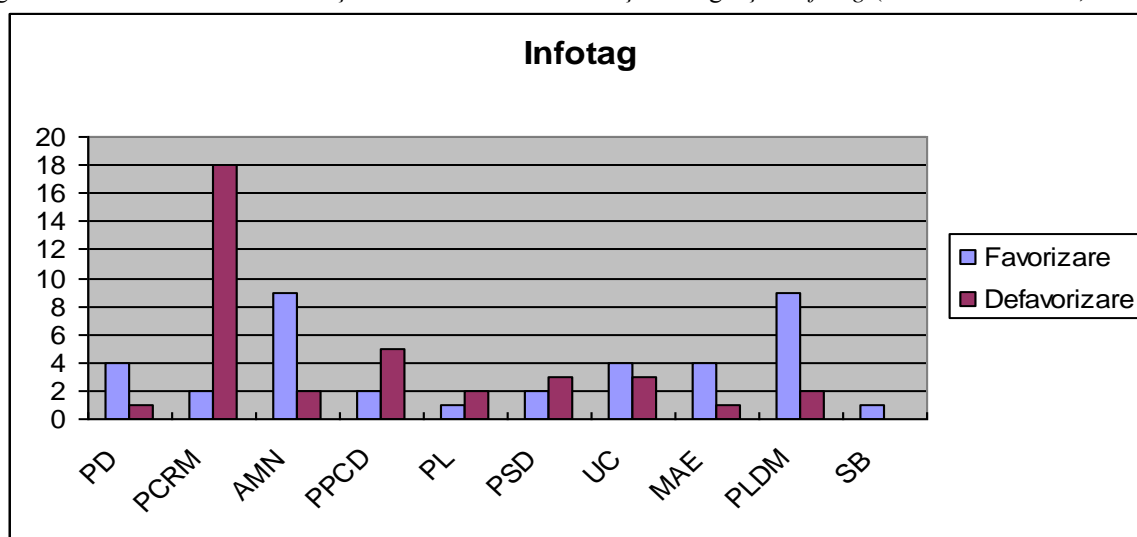
Agenția de știri *Moldpres* „triază” știrile și publică doar informații elogioase despre PCRM și despre V. Voronin. În fluxul de știri social-politice din 16 martie sunt cel puțin trei știri în baza unui articol din publicația „VVP” din Rusia care laudă guvernarea de la Chișinău. Sunt scoase din context și prezentate disproporționat declarațiile unor reprezentanți ai opoziției. Hotărârile CEC sunt prezentate selectiv, cu accent pe deciziile care îi vizează pe concurenții electorali din opoziție.

Diagrama 25. Prezentarea concurenților electorali în fluxul de știri al agenției Moldpres (12-18 martie 2009)



Știrile agenției *Infotag* sunt relativ echilibrate, prezentând evenimentele organizate de concurenții electorali sau cu participarea acestora. Se manifestă tendința de defavorizare a PCRM, fapt care se explică prin numărul mare de evenimente, organizate de partidele de opoziție, în cadrul cărora este criticat PCRM.

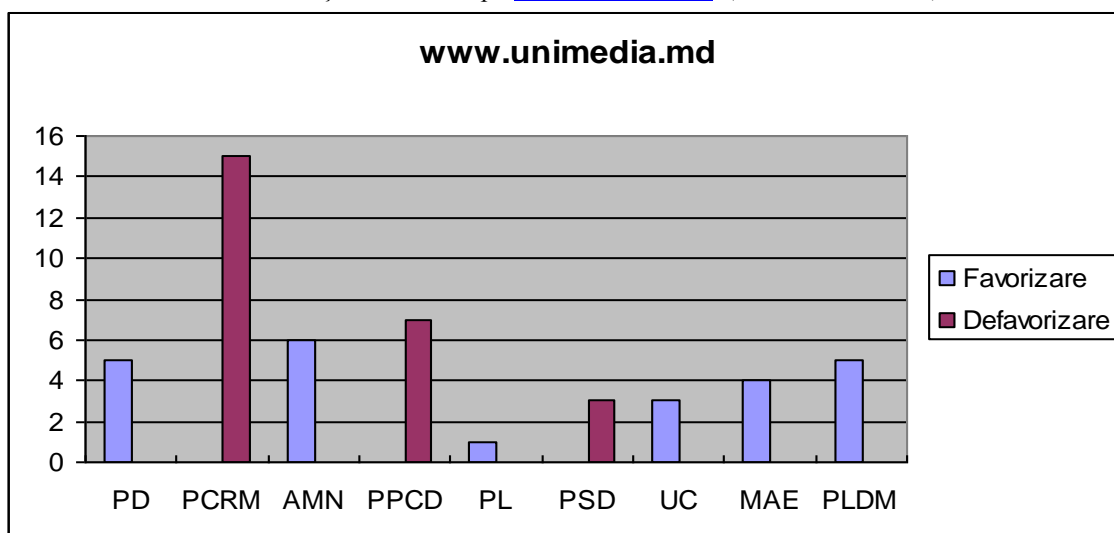
Diagrama 26. Prezentarea concurenților electorali în fluxul de știri al agenției Infotag (12-18 martie 2009)



În știrile plasate pe www.unimedia.md sunt mediatizate acțiunile electorale ale AMN, MAE, PLDM, PD care sunt însoțite de imagini și de filmări video.

Portalul urmărește evoluția scandalului legat de publicarea în ziarul *Timpul de dimineață* a scrisorii președintelui Voronin adresată lui Nazarbaev, președintele Kazahstanului, în legătură cu activitatea companiei „Ascom Grup”.

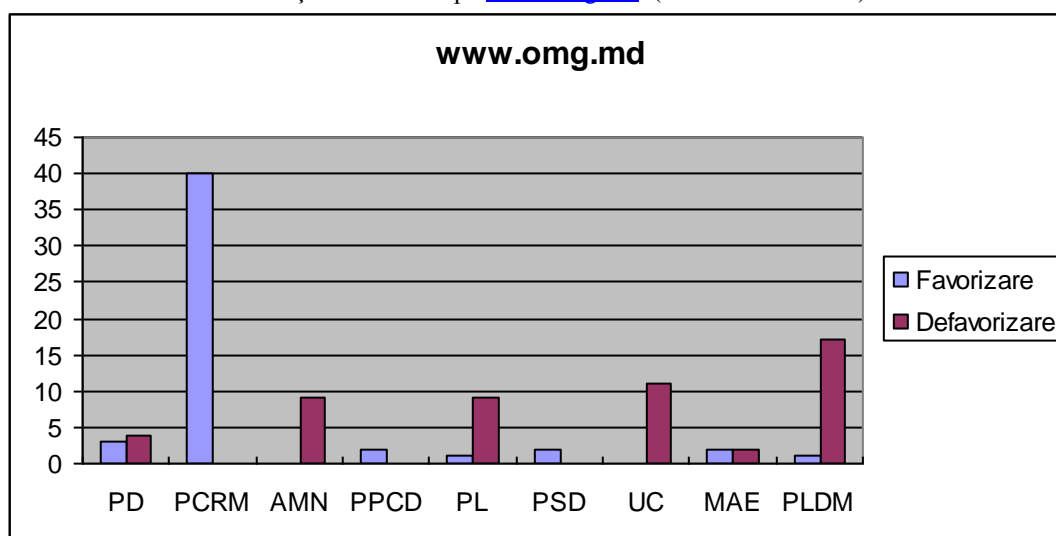
Diagrama 27. Prezentarea concurenților electorali pe www.unimedia.md (12-18 martie 2009)



Portalul www.omg.md are aceeași politică editorială, ca și *Moldpres*: prezentarea știrilor care prezintă PCRM în context pozitiv și defavorizarea opoziției prin învinuiri că ar fi provocat panică pe piața valutară și prin prezentarea unor afirmații scoase din context.

La fel ca și alte mijloace de informare care susțin PCRM, acest portal ignoră rapoartele de monitorizare ale Coaliției pentru Alegeri Libere și Corecte „Coaliția 2009”, preferând să citeze surse din alte coaliții, ale căror rapoarte prezintă critic doar concurenții electorali din opoziție.

Diagrama 28. Prezentarea concurenților electorali pe www.omg.md (12-18 martie 2009)



6. Concluzii generale

1. Majoritatea mass-media reflectă campania electorală fără a ține cont de necesitatea publicului de a cunoaște informații relevante despre concurenții electorali și programele acestora. Doar câteva instituții de presă oferă acces egal tuturor partidelor implicate în campania electorală, reflectând evenimentele organizate de acestea, fără a le comenta sau distorsiona.
2. O mare parte din mass-media supuse monitorizării continuă să facă partizanat în favoarea partidului de guvernământ sau, uneori, a altor concurenți electorali, atât în știri, cât și în materialele de opinie, ignorând dreptul alegătorului de a fi informat în deplină măsură, obiectiv și echidistant.
3. Cu unele excepții, mijloacele de informare în masă finanțate parțial sau total din bugetul public susțin deschis PCRМ în campania electorală și îi neglijează pe ceilalți concurenți sau îi prezintă în context preponderent negativ. Astfel, alegătorii care nu au acces decât la posturile publice *Moldova 1* și *Radio Moldova* se aleg cu informație unilaterală și tendențioasă
4. Jurnaliștii de la unele mass-media manipulează informația și încălcă principiile de etică profesională. Astfel, în multe cazuri, la reflectarea evenimentelor de presă organizate de concurenții electorali, dar și de societatea civilă, unele mass-media recurg la interpretarea declarațiilor, la scoaterea informației din context și la distorsionarea faptelor.
5. Limbajul utilizat de unele instituții mass-media în această perioadă este exagerat de critic, nu întotdeauna argumentat și deseori defăimător în adresa concurenților electorali pe care nu îi susțin, ceea ce poate eroda încrederea publicului în mass-media și influența negativ mersul campaniei electorale.
6. Ținând cont de faptul că informarea și comunicarea au un rol deosebit de important în formarea atitudinilor personale ale cetățenilor și în dezvoltarea societății pe principii democratice, încurajăm jurnaliștii să se abțină de la manipularea informației și să respecte codul deontologic al jurnalistului, astfel încât să nu încalce dreptul fundamental al cetățeanului de a fi informat corect și echidistant.

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.