

coaliția 2009



coaliția civică  
pentru alegeri libere și corecte



Centrul Independent de Jurnalism



## **Monitorizarea mass-media în campania electorală pentru alegerile parlamentare 2009**

Raport general  
5 februarie-3 aprilie 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 (Sorooca)* - apare în limba română, săptămânal; finanțat de stat, distribuie regională, cu un tiraj săptămânal de 3 000 exemplare<sup>1</sup>.

**Agenții de presă și portaluri web:** Moldpres, Infotag, [www.omg.md](http://www.omg.md), [www.unimedia.md](http://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:

AIS – alte instituții de stat

AL - Alexandr Lomakin

AMN - Partidul Alianța «Moldova Noastră»

AV - Partidul Ecologist "Alianța Verde"

CV - Valentina Cușnir PD - Partidul Democrat din Moldova

---

<sup>1</sup> Tirajele declarate ale ziarelor, conform datelor din luna martie 2009

GUV - primul-ministru, oficiali din guvern, miniștrii, oficiali din ministere  
MAE - Mișcarea social-politică "Acțiunea Europeană"  
PARL - Parlament  
PC – Partidul Conservator  
PCRM- Partidul Comuniștilor din Republica Moldova  
PL - Partidul Liberal  
PLDM - Partidul Liberal Democrat din Moldova  
PMU - Partidul Dezvoltării Spirituale "Moldova Unită"  
PNT – Partidul Pentru Neam și Țară  
PPCD - Partidul Popular Creștin Democrat  
PRES - Președintele, președinția  
PSD – Partidul Social Democrat din Moldova  
PSS - Partidul Socialiștilor din Republica Moldova „Patria-Rodina”  
RAVN - Mișcarea social-politică "Ravnopravie"  
SB – Sergiu Banari, candidat independent  
TȚ – Tatiana Țîmbalist  
UCM - Uniunea Centristă din Moldova  
UȘ – Urătu Ștefan, candidat independent  
VR – Victor Răilean, candidat independent

### 3. Tendințe generale

#### 3.1 Audiovizualul

În perioada 5 februarie-3 martie 2009, posturile publice cu acoperire națională *Moldova 1* și *Radio Moldova* au mediatizat intens activitatea guvernului și a partidului de guvernământ, propagând în special acțiunile președintelui republicii, prim-ministrului și speakerului Parlamentului, care nu au degrevat din funcție, în detrimentul partidelor de opoziție. Toate buletinele de știri ale acestor posturi au fost concepute astfel încât să influențeze electoratul în favoarea unui singur concurent electoral, discreditând în același timp alți concurenți cu șanse de a accede în Parlament. Partidul de guvernământ a fost prezentat drept singura formațiune care reprezintă *ordinea, stabilitatea, bunăstarea*, iar partidele de opoziție – ca sinonime cu *anarhia, haosul, sărăcia, zarva și cearta nesfârșită*. În acest scop, s-a recurs la procedee ce vin în contradicție cu etica și deontologia profesională: reflectarea tendențioasă, trierea informației, scoaterea acesteia din context, prezentarea informațiilor eronate, nerespectarea prezumției nevinovăției etc.

Posturile private *NIT* și *Antena C* au avut un comportament similar, cu diferența că ele au favorizat PCRM și prin faptul că nu au organizat dezbateri electorale, limitând astfel posibilitățile partidelor de opoziție de a-și expune platformele și punctele de vedere în diverse probleme. Pe lângă faptul că, în conformitate cu decizia CEC, dezbaterile de la *Moldova 1* și *Radio Moldova* au început abia după o lună de la debutul campaniei electorale, modul lor de organizare nu a stimulat, ci mai degrabă a limitat informarea și schimbul de opinii între concurenții electorali, la unele „debateri” participând câte un singur concurent electoral.

Posturile *Moldova 1*, *Radio Moldova*, *NIT* și *Antena C* au favorizat partidul de guvernământ și prin ordinea difuzării spoturilor publicitare. Spoturile PCRM au fost difuzate, de regulă, fie la început, fie la încheierea blocului publicitar, sau și la început, și la sfârșit.

*EU TV*, de asemenea, a prezentat în mod tendențios, defăimător, atât în știri, cât și în emisiunile de opinii, unele partide de opoziție, în timp ce PCRM a beneficiat de știri preponderent pozitive.

PPCD a fost favorizat în mod evident. În pofida faptului că legislația interzice campania electorală în ziua precedentă zilei alegerilor, EU TV a difuzat, pe data de 4 aprilie, timp de o oră (22.00-23.00) o emisiune cu caracter electoral în favoarea PPCD și PCRM, discreditând alți concurenții electorali (PLDM, AMN, PL, UCM).

Publicarea periodică a rapoartelor de monitorizare nu a avut vreo influență asupra posturilor respective. Aceste posturi le-au ignorat sau, în cel mai bun caz, au extras fragmentele care le-au convenit.

Doar *PRO TV*, *TV7* și *Vocea Basarabiei* au reflectat campania electorală de pe poziții pluraliste, ale informării cât mai echidistante și mai depline a alegătorilor, oferind acces egal tuturor concurenților electorali. PCRM a fost vizat mai mult prin știri defavorabile, decât favorabile, fără a distorsiona în mod premeditat informația. În ultima perioadă a campaniei electorale, *TV7* a favorizat PD. La *Vocea Basarabiei* s-au difuzat frecvent opinii critice la adresa partidului de guvernământ și, uneori, la adresa unor partide de opoziție. De menționat că reprezentanții guvernării au refuzat ofertele de colaborare ale *Vocii Basarabiei* și *PRO TV*.

### **3.2 Presa scrisă/Agenții de presă/Portaluri web**

Campania electorală a fost reflectată de către presă scrisă de pe poziții editoriale diferite. Câteva instituții mass-media au susținut necondiționat un singur concurent electoral, criticându-i sau neglijându-i pe ceilalți concurenți electorali. Este vorba de ziarele *Moldova suverană*, *Nezavisimaia Moldova*, *Agenția de știri Moldpres* și portalul [www.omg.md](http://www.omg.md) care și-au construit strategia editorială pe publicarea materialelor elogioase la adresa PCRM și pe denigrarea oponenților politici ai acestui concurent electoral. Același comportament editorial l-a avut și ziarul *Flux*, dar în raport cu concurentul electoral PPCD, pe care l-a promovat intens.

O altă categorie de instituții mass-media (ziarele *Timpul de dimineață*, *Jurnal de Chișinău*, *Moldavskie vedomosti* și portalul [www.unimedia.md](http://www.unimedia.md)) au criticat PCRM și au susținut sau prezentat în context favorabil alți concurenți electorali, în special pe cei de orientare liberală – PLDM, AMN, PL.

Celelalte instituții mass-media monitorizate au avut un comportament editorial care nu indică favorizarea evidentă a unui anumit concurent electoral.

Numărul de materiale care constituie educație electorală a fost foarte mic, astfel instituțiile mass-media nu au oferit suficientă informație de interes public pentru cetățenii cu drept de vot din Republica Moldova.

### **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 a fost alta decât cea așteptată. Organele de poliție au deschis dosar de urmărire penală pe motiv că postulul în cauză i s-ar fi plătit pentru servicii pe care nu le-ar fi acordat.

La 10 martie, Oleg Brega, operator la *JURNAL TV* (televiziune prin Internet), a fost agresat de reprezentanți ai serviciului de securitate al premierului Zinaida Greceanîi. Incidentul s-a produs în holul Teatrului de Operă și Balet din Chișinău, unde Zinaida Greceanii 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.

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 PCRМ” 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 (PCRМ). Materialul apăruse în suplimentul de educație civică – „Obiectiv”, editat de API cu suportul unei fundații americane. Reprezentantul PCRМ care a depus contestația consideră că prin acest articol PCRМ 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 hotărârea 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 oferiți 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”.

La 26 martie 2009, editorul săptămânalului de limbă rusă „SP” din Bălți, Slava Perunov, a fost agresat la o întrunire electorală a șefului statului Vladimir Voronin, la Palatul de Cultură din localitate. În pofida faptului că s-a legitimat, lui Perunov i-a fost interzis accesul în sală, iar când a insistat, unul dintre tinerii care i-au barat calea l-a lovit cu pumnul și a închis ușa. Conform legislației, accesul jurnaliștilor la evenimentele electorale este liber. Slava Perunov a declarat că are dovezi fotografice și va depune o plângere la poliție în care va cere pedepsirea huliganilor. PCRM nu a reacționat la acest caz de agresiune față de presă.

La 13 martie, poliția din Bălți a inițiat o anchetă în legătură cu un incident care îl vizează pe editorul ziarului regional „SP”, Slava Perunov. Un bărbat bolnav psihic, care s-a declarat simpatizant al partidului de guvernământ, este cercetat pentru faptul că a încercat să aducă o grenadă în biroul editorului ziarului.

La 31 martie, CEC reexaminează, la cererea PCRM, cazul suplimentului „Obiectiv”, editat de API, hotărând din nou că articolul „Ziua adevărului pentru PCRM”, cu analiza modului în care partidul de guvernământ și-a îndeplinit promisiunile electorale din 2005, este „tendențios” și că, prin faptul finanțării acestui supliment din exterior, este încălcat Codul Electoral. Decizia CEC a fost trimisă Ministerului Justiției „pentru informare și luarea măsurilor în conformitate cu legislația în vigoare”. Curtea de Apel și Curtea Supremă de Justiție au lăsat în vigoare decizia CEC. API și Coaliția-2009, a cărei membră este, au anunțat că se vor adresa la CEDO.

#### **4. Datele monitorizării. Presa audiovizuală**

##### ***4.1 Implicarea în campania electorală***

###### ***4.1.1 TV***

În perioada 5 februarie -3 aprilie (ultima zi de campanie electorală), posturile TV supuse monitorizării au pus pe post un număr mare de știri cu impact electoral (4951), durata acestora constituind 461118 sec. Cel mai mare număr și volum de știri electorale a fost difuzat de *Moldova 1* și *NIT* (tabelul 1, diagrama 1).

Volumul total de emisiuni de opinii a fost de 189 164 sec, dintre care 153 029 (80,9%) au fost difuzate de EU TV.

*Moldova 1* și *TV7* au s-au evidențiat prin difuzarea celui mai mare volum de dezbateri electorale, iar *PRO TV* și *Moldova 1* au pus pe post cel mai mare volum de emisiuni de educație electorală. *NIT* nu a organizat dezbateri, emisiuni de opinii și a difuzat un volum neînsemnat de materiale de educație electorală.

În tematica buletinelor de știri au predominat politica, procesul electoral și, în mai mică măsură, economia, socialul, relațiile externe, problema tranistreană (Diagrama 2).



Tabelul 1. Frecvența și volumul total al materialelor electorale TV difuzate în perioada 5 februarie-3 aprilie 2009

Tipul materialului	Frecvența	Durata, sec
Stiri	4951	461118
Publicitate	4077	108806
Educație electorală	1025	52022
Programe electorale speciale (dezbateri)	108	221623
Emisiune de opinii	177	189164
Vox Populi	3	247

Diagrama 1. Volumul materialelor electorale difuzate la posturile TV în perioada 5 februarie-3 aprilie 2009

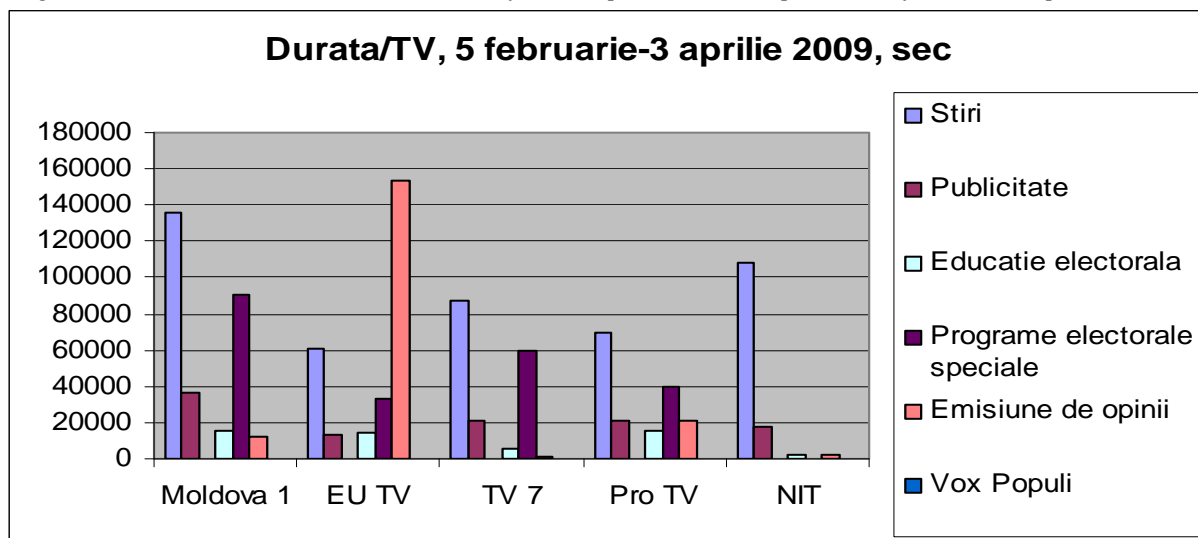
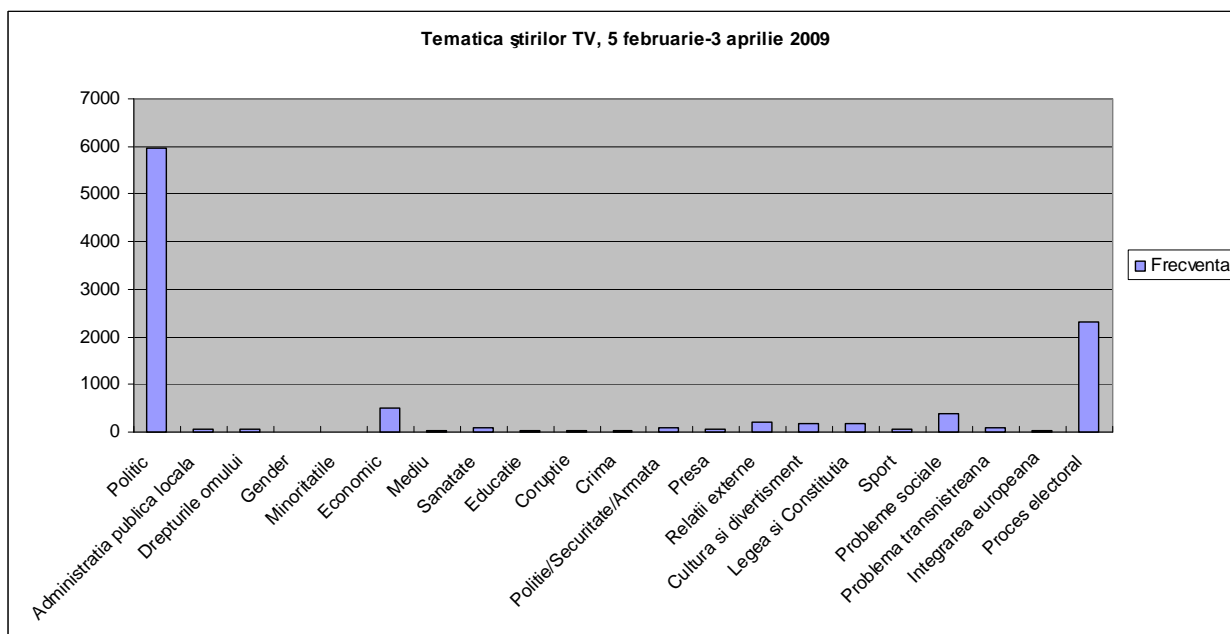


Diagrama 2. Tematica știrilor electorale difuzate de posturile tv în perioada 5 februarie-3 aprilie 2009



## 4.1.2 Radio

La posturile de radio supuse monitorizării, în perioada 5 februarie-3 aprilie 2009, au fost difuzate circa 7 mii știri cu impact electoral, cu durata de 796 420 sec. Circa 43 la sută din acest volum aparține postului *Antena C*. *Vocea Basarabiei* a difuzat circa 76% din volumul total emisiuni de opinii, solicitând și opiniile radioasculțătorilor săi – vox populi. *Moldova 1* a organizat cele mai multe dezbateri electorale, iar *Antena C* nu a organizat deloc dezbateri.

Tematica știrilor electorale s-a axat de cele mai multe ori pe politic pe procesul electoral și, în mai mică măsură, pe economic, social, problema transnistreană, relații externe, mass-media (Tabelul 2, Diagramele 3,4).

Tabelul 2. Frecvența și volumul materialelor electorale radio difuzate în perioada 5 februarie-3 aprilie 2009

Tipul materialelor	Frecvența	Durata
Stiri	6952	796420
Publicitate	1779	46873
Educație electorală	297	37945
Programe electorale speciale	99	172460
Emisiune de opinii	224	296408
Vox Populi	22	4129

Diagrama 3. Volumul de materiale difuzate de posturile de radio în perioada 5 februarie-3 aprilie 2009

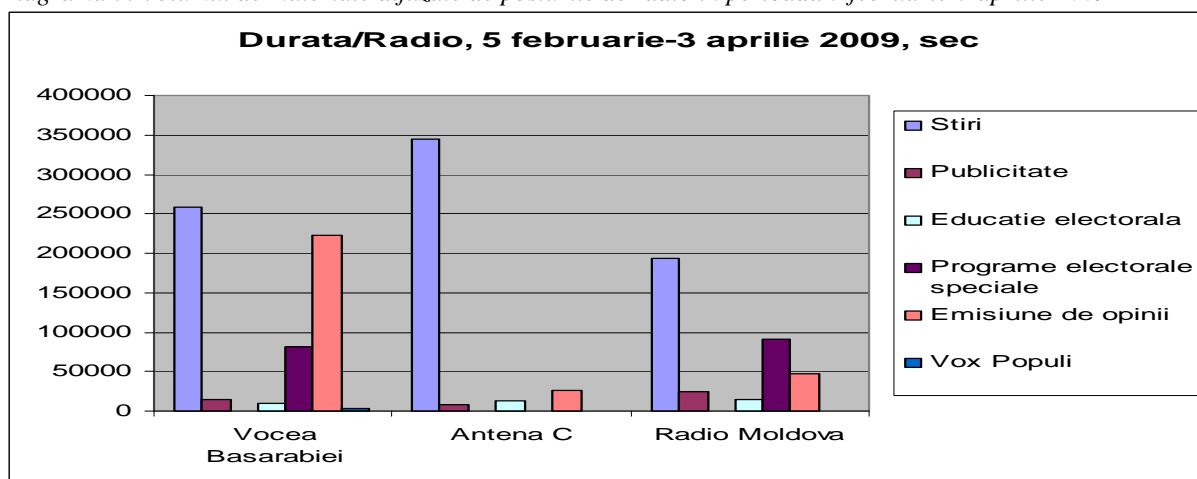
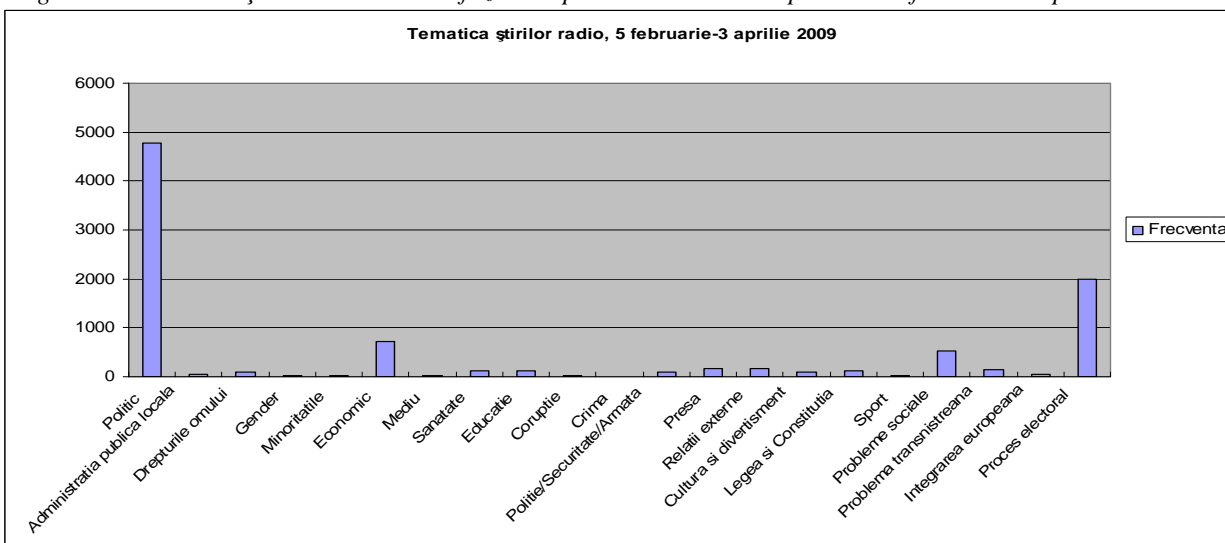


Diagrama 4. Tematica știrilor electorale difuzate de posturile de radio în perioada 5 februarie-3 aprilie 2009



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

*Moldova 1* a oferit acces preponderent guvernării, în detrimentul partidelor de opoziție. În perioada 5 februarie-3 aprilie 2009, reprezentanții ai Guvernului, ai altor instituții de stat, președintele Republicii Moldova, președintele Parlamentului și alți reprezentanți ai PCRM au fost citați în știri electorale de 814 ori și au apărut pe ecranul televizorului timp de 14081 sec. Celelalte partide și candidați independenți luați împreună au servit drept surse de știri electorale de 417 ori (de 2 ori mai puțin), reprezentanții lor apărând pe ecran timp de 10377 sec. 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. De menționat că de cele mai multe ori, PL; PLDM, AMN și UC au fost citate cu scopul de a fi discreditate.

Tabelul 3. Frecvența citării și apariției concurenților electorali la Moldova 1

cod	Frecvența	Durata apariției, sec	Durata intervenției, sec
GUV	406	6718	5654
PRES	275	4775	1407
PCRM	64	1228	1159
AMN	63	1461	1210
PD	52	1446	1137
PSD	45	1567	1244
PLDM	51	939	622
PPCD	41	603	715
MAE	39	909	633
PL	38	1125	661
PARL	37	568	301
AIS	32	792	536
UC	13	107	80
US	10	288	205
PNT	9	293	81
UM	8	468	290
PMU	11	378	345
SB	7	284	242
AV	6	135	111
CV	4	97	97
LA	4	55	55
TT	4	44	44
PR	3	59	52
VR	7	87	81
PC	3	32	32

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 746 de cazuri, iar celelalte partide – de 245 ori. Durata apariției pe ecran este de 17 129 sec și, respectiv, de 4025 sec. (de 4 ori mai puțin)

Tabelul 4. Frecvența citării și apariției concurenților electorali la NIT

cod	Frecvența	Durata apariției, sec	Durata intervenției, sec
PRES	327	9906	3121

GUV	247	3787	3010
PCRM	111	2247	1522
AMN	87	1072	692
PLDM	49	661	213
AIS	33	658	531
PL	32	628	504
PARL	28	531	493
UC	20	546	91
PSD	18	343	244
PPCD	15	265	187
PD	12	235	159
PS	4	174	170
UM	4	64	64
MAE	4	37	0

*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 312 de cazuri, PLDM – 147, AMN – 134, PL - 94. Reprezentanții PLDM au apărut pe ecran timp de 1449 sec, AMN – 1412 sec, PSD – 1161 sec, PL – 1068 sec., iar reprezentanții guvernării – 1495 sec.

Tabelul 5. Frecvența citării și apariției concurenților electorali la *PRO TV*

cod	Frecvența	Durata apariției, sec	Durata intervenției, sec
PLDM	147	1449	1449
AMN	134	1412	1475
GUV	130	291	350
PCRM	125	959	983
PL	94	1068	1269
PD	93	873	717
PSD	92	1161	938
MAE	54	628	599
UC	43	524	474
PRES	31	213	0
PPCD	28	286	230
SB	19	218	228
PMU	21	204	191
AIS	16	0	33
PC	11	185	185
PNT	10	177	163
PARL	10	32	0
CV	8	137	122
AV	8	129	138
UM	7	183	123
US	7	75	84
PR	7	45	45
LA	6	100	100
VR	8	103	93
TT	3	43	33

În știrile electorale de la *EU TV*, reprezentanții guvernării care au fost citați ca surse de 147 ori, apărând pe ecran timp de 2521 sec. PPCD a fost citat ca sursă de 95 ori, 1816 sec, AMN – 48 ori, 340 sec. PLDM – de 44 ori, 507 sec.

Tabelul 6. Frecvența citării și apariției concurenților electorali la *EU TV*

Cod	Frecvența	Durata apariției, sec	Durata intervenției, sec
PPCD	95	1816	1806
GUV	95	1509	1581
AMN	48	340	255
PLDM	44	507	365
PSD	42	655	480
PRES	23	253	144
PCRM	22	477	310
PD	20	416	359
PL	17	256	201
UC	8	177	191
AIS	7	282	280
MAE	5	77	63
US	5	73	60
VR	2	30	27
AV	2	0	22
PR	2	0	15
PMU	1	10	0
PC	1	0	0

La *TV 7*, în știrile cu caracter electoral, reprezentanții PD au fost citați ca surse de cele mai multe ori – 220, PLDM – 169, PL – 97, AMN – 94. 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 114 ori. Ca durată a apariției pe ecranul televizorului, pe primul loc se află PD cu 5707 sec, urmat de PLDM – 4025 sec, PSD – 2224 sec, PL – 2140 sec, AMN – 2041 sec. Guvernul, președintele Republicii Moldova și alți reprezentanți ai PCRM au apărut în cadrul știrilor electorale timp de 1473 sec.

Tabelul 7. Frecvența citării și apariției concurenților electorali la *TV7*

Cod	Frecvența	Durata apariției, sec	Durata intervenției, sec
PD	220	5707	4608
PLDM	169	4025	3236
PL	97	2140	1745
AMN	94	2041	1670
PSD	90	2224	1898
MAE	89	1834	1235
PCRM	45	656	494
GUV	43	389	363
PPCD	39	572	422
UC	31	887	630
PRES	25	428	187
PNT	13	287	277
AV	13	199	187
PMU	16	410	288
SB	10	518	428

CV	7	194	194
US	7	114	90
TT	4	84	74
LA	4	50	46
VR	3	104	104
UM	4	103	102
PC	3	93	89
PR	3	56	56
PARL	1	0	0

Ca și în perioada precedentă de monitorizare, 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 1183 ori, aceștia vorbind timp de 26530 sec. Ceilalți concurenți electorali luați împreună au servit drept surse de știri electorale de 275 ori (4,3 ori mai puțin), intervenind direct timp de 5285 sec. (de 5 ori mai puțin).

Tabelul 8. Frecvența citării și durata intervenției concurenților electorali la *Radio Moldova*

Cod	Frecvența	Durata intervenției, sec
GUV	642	19285
PRES	341	948
PCRM	74	731
AIS	73	3838
PARL	53	1728
AMN	48	539
MAE	34	528
PLDM	38	486
PD	31	760
PSD	27	706
PL	21	195
PPCD	19	361
UC	15	202
SB	8	354
PMU	10	314
US	5	416
PNT	5	133
UM	4	107
PR	4	100
PC	3	30
CV	1	54
AV	1	0
VR	1	0

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 1662 ori, aceștia vorbind timp de 12802 sec. Ceilalți concurenți electorali luați împreună au servit drept surse de știri electorale de 1110 ori, intervenind pe o durată de timp de 8863 sec.

Tabelul 9. Frecvența citării și durata intervenției concurenților electorali la Antena C

Cod	Frecvența	Durata intervenției, sec
GUV	801	8966
PRES	526	933
PCRM	232	2278
AMN	217	1194
PLDM	207	506
PL	156	1559
MAE	128	1321
PD	101	939
PSD	99	1114
UC	96	673
AIS	71	440
PPCD	62	916
PARL	32	255
SB	11	190
PNL	7	50
UM	6	131
PR	4	0
US	4	0
PMU	3	0
AV	3	0
PNT	3	0
PC	3	0

În perioada 5 februarie-3 aprilie, 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 537 ori, PLDM – 311, AMN - 221, PL - 170. Ca durată a intervențiilor, pe primele locuri se află PLDM – 7649 sec, urmat de AMN – 6288, PL – 4603. 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 1398 sec. De menționat că reprezentanții guvernării, de regulă, refuză să colaboreze cu acest post.

Tabelul 10. Frecvența citării și durata intervenției concurenților electorali la Vocea Basarabiei

cod	Frecvența	Durata intervenției
PLDM	311	7649
AMN	221	6288
PCRM	184	442
GUV	175	799
PL	170	4603
PRES	142	20
MAE	132	2992
PD	121	2959
PSD	108	1723
UC	60	1240
PPCD	46	826
US	22	971
UM	22	659
SB	21	853

AIS	20	62
PARL	16	75
PNT	15	315
AV	13	327
CV	12	291
PC	6	34
PMU	8	76
VR	5	38
LA	4	57
TT	4	47
PR	4	40

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

#### **4.3.1 TV**

În perioada 5 februarie-3 aprilie 2009, *Moldova 1*, *NIT*, *Radio Moldova* și *Antena C* au favorizat masiv partidul de guvernământ, difuzând în același timp știri defăimătoare, care prezintă în lumină negativă unele partide de opoziție, PLDM, AMN, PL, UCM - dar și opoziția în general (Diagramele 5-8).

Favorizarea PCRМ s-a făcut atât prin mediatizarea inițiativelor electorale ale guvernării - majorarea salariilor în sectorul medico-sanitar și bugetar, a burselor, trecerea la a doua etapă de indexare a depozitelor bănești din perioada sovietică, reducerea prețurilor la pâine, a tarifelor la transportul interurban, acordarea pentru familiile defavorizate a polițelor pe gratis la inițiativa președintelui Voronin, mărirea alocațiilor pentru participanții la cel de-al doilea război mondial etc. cât și prin prezentarea unor date care să impresioneze electoratul necompetent în materie (cum ar fi știrile că Republica Moldova este, „un model regional” în domeniul asigurării medicale, că investițiile externe au atins în anul acesta un nivel record, că populația stabilă s-a majorat și moldovenii se întorc de peste hotare. Un exemplu de știre, care putea să nu fie electorală, dar căreia i s-a dat o tentă electorală: protezarea invalizilor pe gratis. După ce s-a vorbit despre proteze, s-a adăugat că în ultimii opt ani alocațiile din bugetul de stat pentru protezare pe gratis au crescut de 30 de ori (Buletinul din 03 martie, 21-00)).

De notat că știri cu evidentă încărcătură electorală au fost transmise în afara rubricii „Electorală – 2009”: Vladimir Voronin a dăruit mănăstirii Curchi o vază pe care a primit-o de la patriarhul Rusiei (19 martie); participarea lui Voronin la lansarea primului proiect de telemedicină practică din Bălți și, în aceeași zi, la festivitatea de conectare a or. Costești la conducta de gaz și la inaugurarea stației tehnologice de mașini din satul Hiliuți, Râșcani (26 martie 2009), întâlnirea lui Voronin cu lideri organizațiilor de tineret, apoi cu studenții orfani, participarea Zinaidei Greceanăi la ceremonia de inaugurare a unei săli cu aparataj radiologic la Institutul Oncologic (27 martie 2009), participarea liderului PCRМ la ceremonia de conectare la gazoduct a primelor 18 familii din Cucuruzeni, Orhei, întâlnirea lui Voronin cu reprezentanții etniilor din RM (29 martie 2009) ș.a.

Deși regulamentul aprobat de CEC interzice instituțiilor audiovizualului, cu excepția emisiunilor cu caracter electoral, să difuzeze materiale cu participarea concurenților electorali la evenimente sportive, emisiuni de divertisment, talk-show-uri, *Moldova 1* și *NIT* au difuzat știri cu participarea lui Voronin la deschiderea campionatului CSI la kickboxing (21 februarie) știri cu participarea lui Voronin la un concert de la Palatul Național, dedicat zilei Armatei Sovietice



(23 februarie) și la cupa președintelui la șah (24 februarie). 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.

Pe de altă parte, la posturile publice *Moldova 1*, *Radio Moldova*, la postul privat *NIT* s-a menținut politica de a ignora partidelor de opoziție sau de a le prezenta în lumină negativă.

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.

Pe 19 februarie, *Moldova 1* a transmis că facturile pentru căldură în Chișinău sunt mai mari din vina funcționarilor fondului locativ, care se subordonează primăriei. Uneori concurenți PCRМ au fost atacați prin procedee „regizate”. Între-un reportaj lung de la *Moldova 1*, care prezenta în culori negative starea de lucruri de la Cimișlia, s-a menționat printre altele că primarul este membru AMN (22 februarie, 21-00); Relatând despre un caz de tănuire a armelor în satul Sipoteni, *NIT* a menționat că făptașul este membru AMN (21 februarie, 21-30). Conferințele de presă ale partidelor de opoziție au fost reflectate doar atunci când vorbitorii defavorizau în alt partid de opoziție sau favorizau PCRМ. De exemplu, *Moldova 1* a transmis de la conferința de presă a PDM că PDM consideră ciudată insistența unor partide de a se deschide secții de votare în afara ambasadelor, dar a ignorat faptul că PD a calificat vizita lui Lavrov drept una electorală (26 februarie, 21-00).

Pe data de 27 februarie, în cadrul Mesagerului (21-00), *Moldova 1* a transmis, cu referire la Moldpres, o știre precum că „UCM va lupta pentru ieșirea din CSI”, deși liderii UCM nu au declarat acest lucru. Știrea respectivă a fost difuzată în aceeași zi de Radio Moldova, *NIT*, iar a doua zi și de *Antena C*.

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 sunt direct legate de campania electorală și că panica le este convenabilă lui V. Filat și V. Tarlev, fără să li se ofere acestora dreptul la replică.

La 24 martie, *Moldova 1* a difuzat o știre preluată de pe Moldpres potrivit căreia 30 de ONG-uri din România solicită facilitarea trecerii frontierei pentru perioada 26-28 martie, pentru a sărbători ziua Unirii Basarabiei cu România, în această acțiune fiind implicate PL și PLDM. Reprezentanților acestor partide nu li s-a solicitat opinia. De la conferința de luni, 23 martie 2009, organizată de liderii PLDM, posturile *Moldova 1*, *NIT*, au mediatizat declarațiile președintelui PLDM Vlad Filat referitoare la cazul de agresiune a jurnaliștilor de la agenția OMEGA de către un membru PLDM, dar nu au prezentat și declarațiile sale referitoare la modul în care au fost reflectate mitingurile organizate de PLDM. Filat a afirmat în special că unii jurnaliști ar fi falsificat, prin montaj, declarațiile unor participanți la mitingurile precedente ale PLDM. Un membru al PLDM, prezent la conferință, a confirmat că nu le-a spus jurnaliștilor că ar fi fost plătit pentru a veni la miting, așa cum s-a menționat în știrile unor posturi de televiziune.

De menționat că la 26 martie editorul săptămânalului de limbă rusă „SP” din Bălți, Slava Perunov, a fost lovit la o întrunire electorală a șefului statului Vladimir Voronin, la Palatul de Cultură din localitate. *Moldova 1*, *NIT*, *Radio Moldova*, *Antena C*, *Euro TV* care au mediatizat pe larg cazul agresării în Piața Marii Adunări Naționale a unui jurnalist de la agenția „Omega”, au ignorat acest caz.

La *Moldova 1*, ponderea știrilor ce favorizau PCRM, în numărul total de știri cu impact electoral, a fost de 22,5%, la *Radio Moldova* – 37,2%, la *NIT* – 30% și la *Antena C* – 38,8%. Pentru comparație, la *EU TV* acest indicator a fost de 5,6%.

Diagrama 5. Concurenții favorizați sau defavorizați în buletinele de știri la *Moldova 1* - frecvența

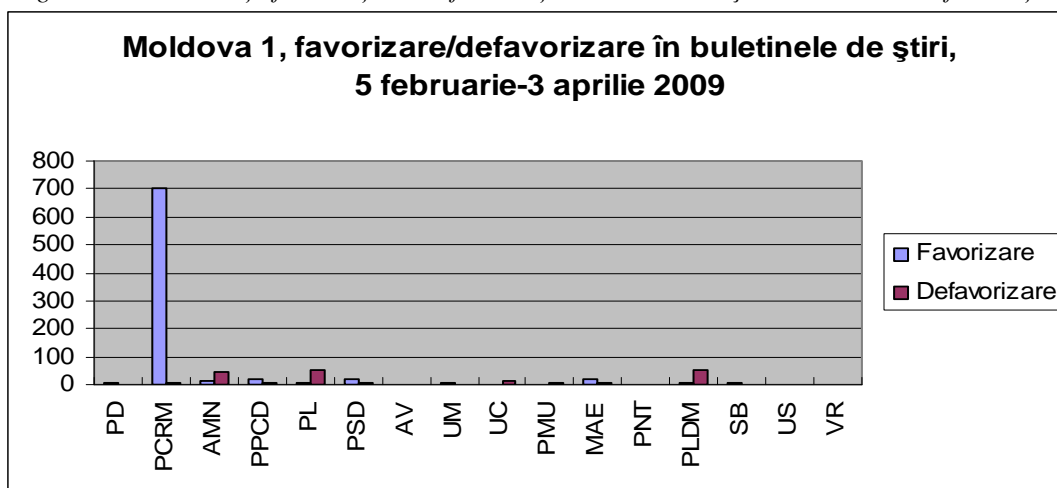


Diagrama 6. Concurenții favorizați sau defavorizați în buletinele de știri la *NIT* - frecvența

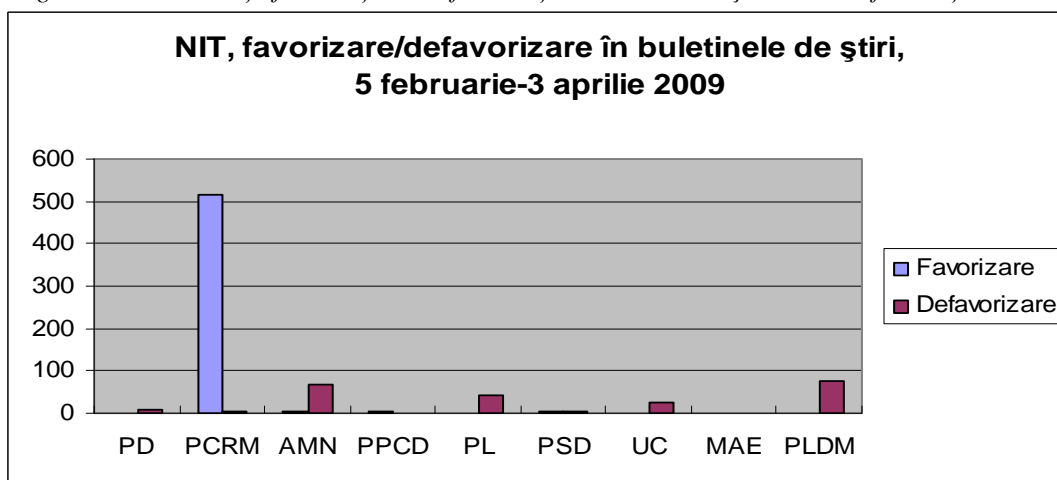


Diagrama 7. Concurenții favorizați sau defavorizați în buletinele de știri la *Radio Moldova* - frecvența

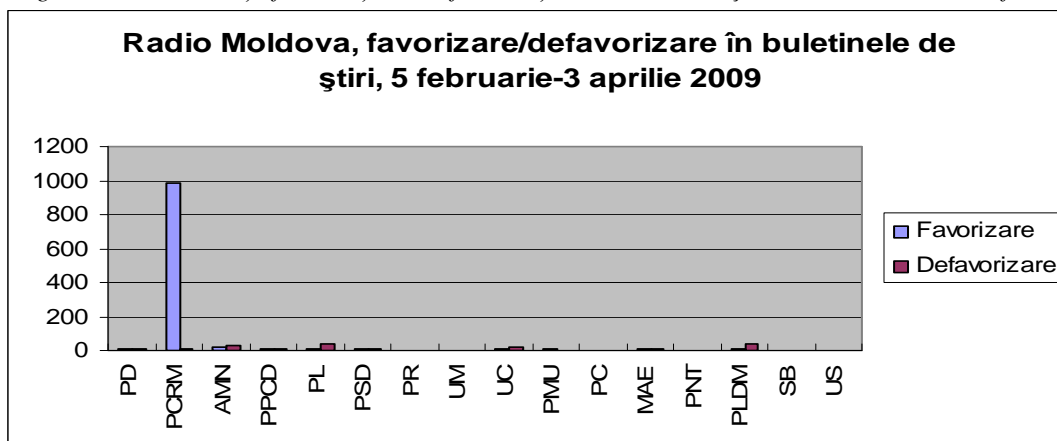
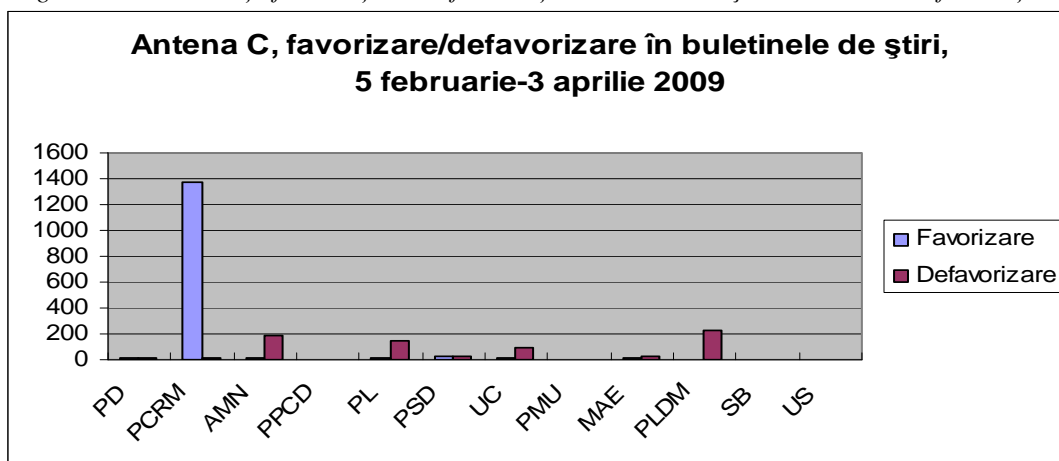
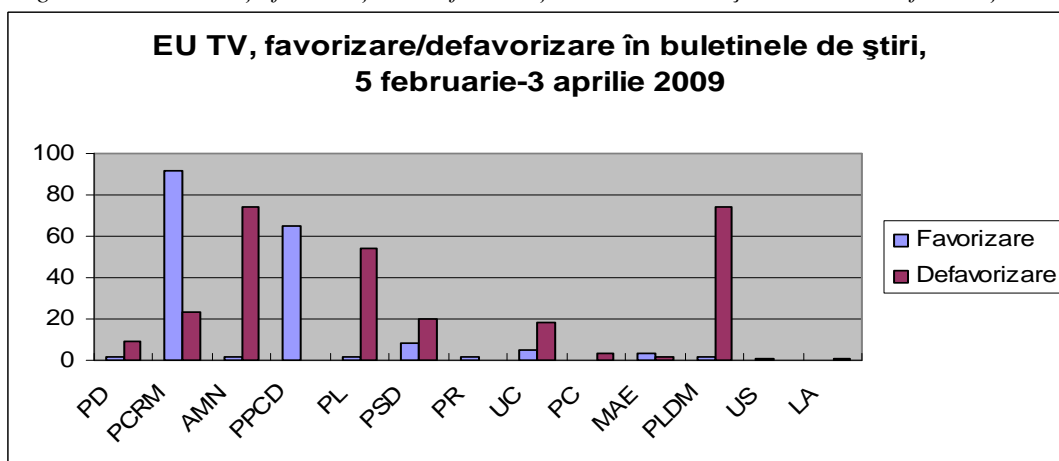


Diagrama 8. Conurenții favorizați sau defavorizați în buletinele de știri la Antena C - frecvența



EU TV a favorizat PPCD și PCRM, care a fost prezentat uneori și în lumină negativă. Partidele de opoziție – PLDM, AMN, PL, UCM au fost vizate de cele mai multe ori cu scopul de a fi discreditate. De exemplu, EU TV a difuzat mai multe știri axate de faptul că un membru al PLDM ar fi „mason” (Diagrama 7).

Diagrama 9. Conurenții favorizați sau defavorizați în buletinele de știri la EU TV - frecvența



La PRO TV, TV 7 și Vocea Basarabiei numărul de știri defavorabile a fost mai mare decât numărul de știri favorabile PCRM. Ca și partidul de guvernământ, partidele de opoziție, au beneficiat la aceste posturi de o mediatizare mai largă și mai echidistantă. La TV 7 se observă tendința favorizării PD (vezi diagramele 8-10).

Diagrama 10. Conurenții favorizați sau defavorizați în buletinele de știri la PRO TV - frecvența

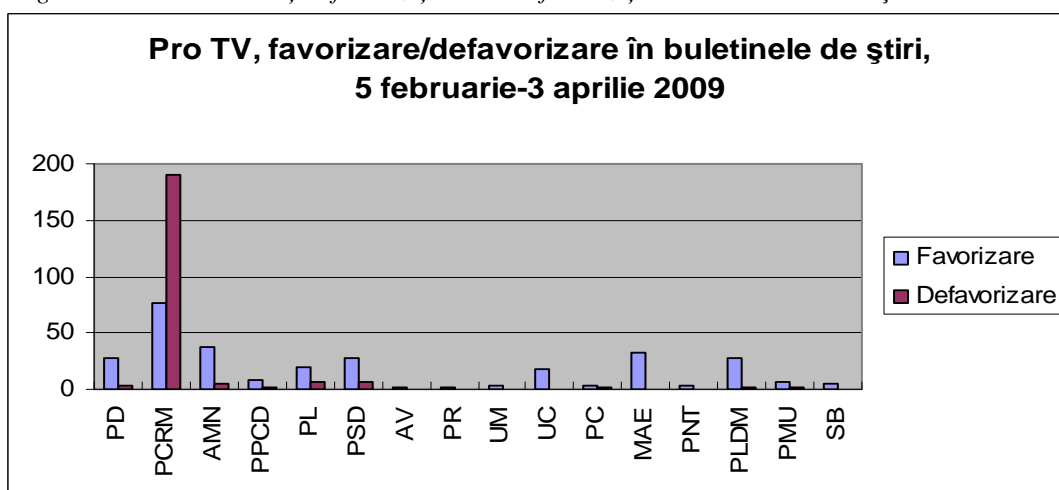


Diagrama 11. Concurenții favorizați sau defavorizați în buletinele de știri la TV7 - frecvența

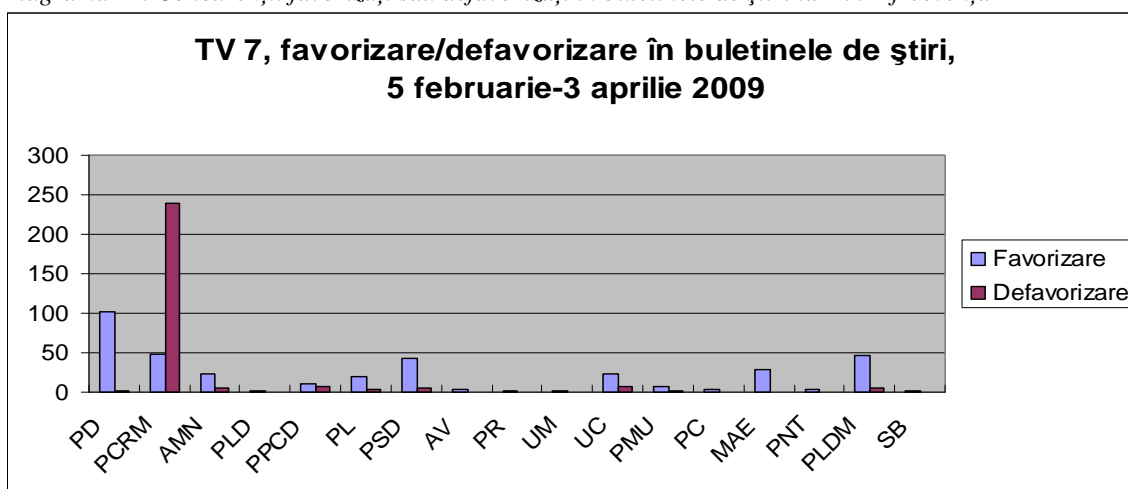
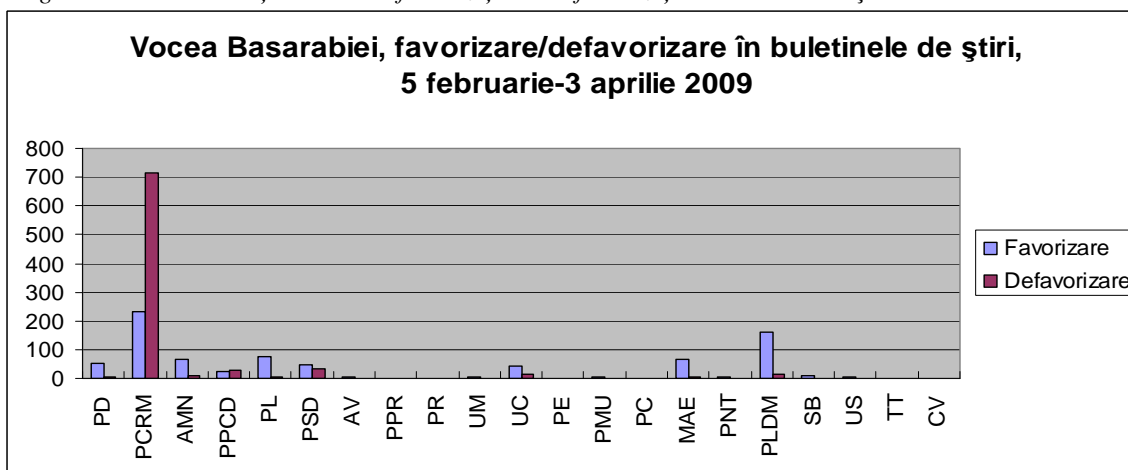


Diagrama 12. Concurenții electorali favorizați sau defavorizați în buletinele de știri la Vocea Basarabiei- frecvența



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

În emisiunile de opinie de la *EU TV*, partidele de opoziție - PLDM, AMN, PL, PSD, PD - au fost prezentate în lumină negativă, fiind totodată favorizate PPCD și PCRM, iar în emisiunile de opinie de la *Vocea Basarabiei* a fost criticat de cele mai multe ori partidul de guvernământ și, rareori, MAE, PPCD.

Diagrama 13. Concurenții electorali favorizați sau defavorizați în emisiunile de opinii la EU TV- frecvența

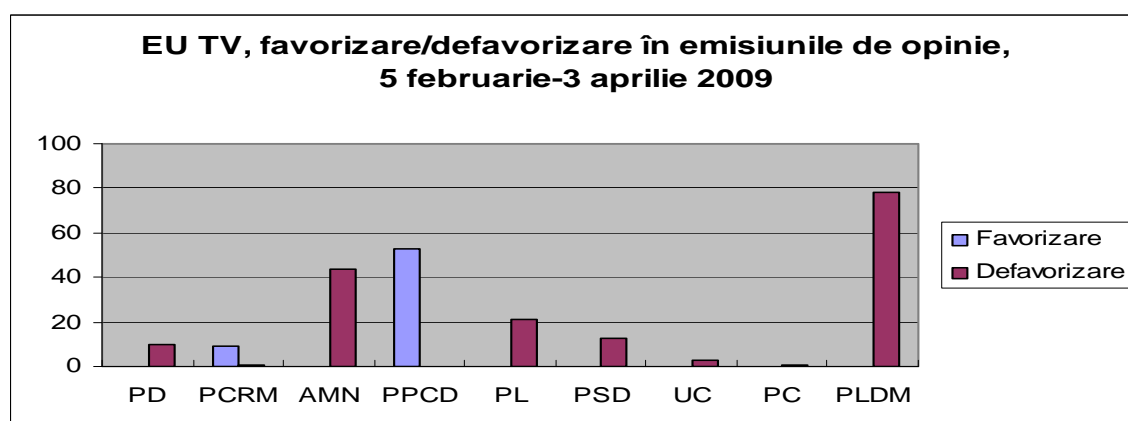
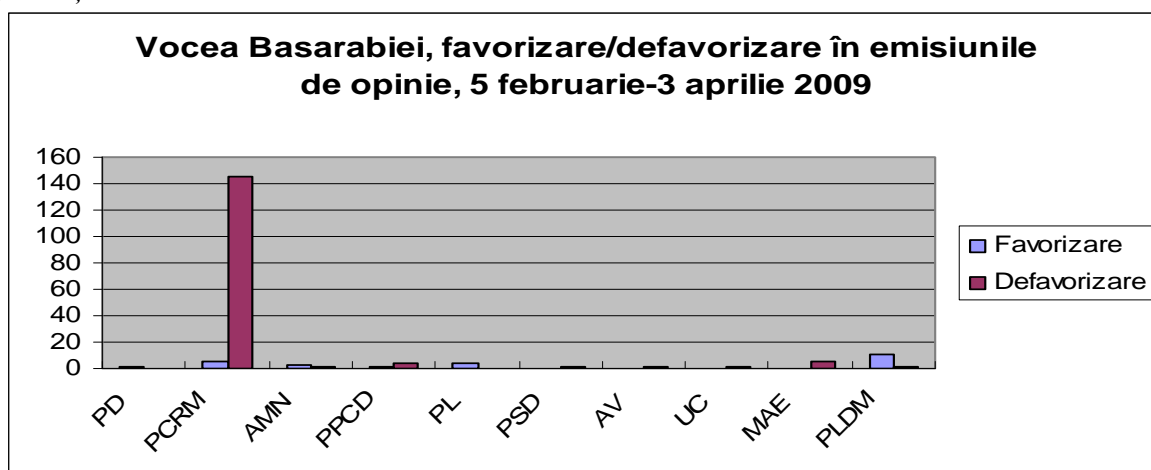


Diagrama 14. Concurenții electorali favorizați sau defavorizați în emisiunile de opinii la Vocea Basarabiei-frecvența



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

### 5.1 Implicarea în campania electorală

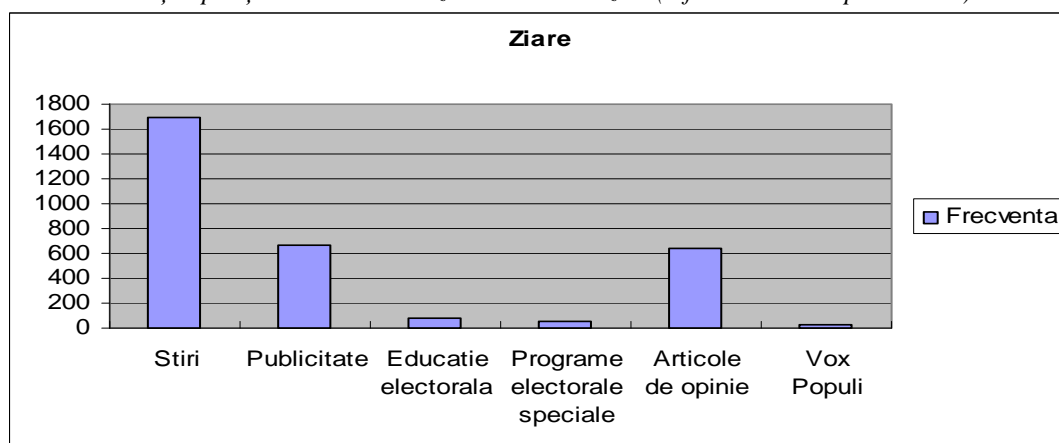
#### 5.1.1 Ziare

În perioada 5 februarie – 3 aprilie 2009, în cele 12 ziare monitorizate au apărut 3149 articole care au vizat, direct sau indirect, campania electorală, cu o suprafață totală de circa 1360 mii centimetri pătrați.

Genul jurnalistic care a prevalat pe toată durata campaniei electorale au fost știrile care au constituit în ansamblu pe perioada monitorizării peste 53%. Totodată, în ultimele săptămâni înaintea scrutinului numărul știrilor a scăzut în favoarea articolelor de opinie și a materialelor cu caracter publicitar. Datele statistice finale relevă că fiecare dintre aceste două genuri de articole – materiale de opinie și cele publicitare, au ocupat câte aproximativ 20-21% din suprafața totală afectată temei alegerilor.

În perioada campaniei electorale, materialele de educație electorală au apărut foarte rar, numărul total al acestora fiind de numai 80. Ziarul *Flux* este singura publicație care nu a plasat nici un articol de educație electorală timp de două luni, iar *Moldova suverană* a rezervat acestei teme 35 centimetri pătrați.

Diagrama 15. Frecvența apariției articolelor în ziarele monitorizate (5 februarie – 3 aprilie 2009)



Pe primul loc după **numărul** materialelor care au vizat direct sau indirect alegerile parlamentare din 5 aprilie 2009 s-a situat *Timpul de dimineață* care a publicat 693 materiale tematice pe o suprafață de circa 196 mii centimetri pătrați. Aproape jumătate au fost știri, urmate de articole de opinie și publicitate electorală comandată de mai mulți concurenți electorali, în special de partidele de orientare liberală.

După **suprafața** articolelor, întâietatea o deține *Moldova suverană* (270 278 cm.p. pentru 506 articole), circa 40% din suprafața indicată fiind ocupată de publicitate electorală marcată, toată în favoarea PCRМ, aproximativ aceeași suprafață fiind afectată și știrilor. În rest, ziarul a publicat articole de opinie și interviuri care au favorizat același concurent electoral. Urmează *Nezavisimaia Moldova* cu 404 articole care au ocupat peste 204 mii centimetri pătrați, inclusiv peste 65 mii cm.p. de publicitate electorală în favoarea PCRМ și ziarul *Flux* cu aproximativ aceeași suprafață, dar un număr de articole de circa două ori mai mic (233). De remarcat, că *Flux* a avut cea mai mare suprafață afectată articolelor de opinie la tema alegerilor – peste 68 mii cm.p.. De asemenea, acest ziar a plasat exclusiv reclama electorală a PPCD care nu a fost marcată corespunzător cerințelor Regulamentului de reflectare a campaniei electorale, aprobat de CEC.

*Jurnal de Chișinău* a publicat în perioada campaniei electorale 494 articole tematice cu o suprafață totală de 183 mii cm.p. Peste 45% dintre acestea au fost știri, urmate de publicitate (24%) și articole de opinie (22%). *Jurnal de Chișinău* a fost ziarul care a publicat cele mai multe articole de educație electorală, în principal acestea fiind inserate în suplimentul de educație civică și electorală „Obiectiv”, editat de Asociația Presei Independente (API) și distribuit de 17 ziare, inclusiv de *Jurnal de Chișinău*, dar și de alte două ziare monitorizate – *SP* și *Cuvântul*.

Ziarul *Moldavskie vedomosti* a publicat 265 materiale tematice care au ocupat o suprafață de peste 101 mii centimetri pătrați, ca și gen jurnalistic prevalând știrile și articolele de opinie. Din suprafața totală de peste 67 mii cm.p., pe care au fost publicate 131 articole în ziarul *SP*, peste 45% au fost materiale publicitare, urmate de știri și articole de educație electorală. Aceeași tendință s-a înregistrat și în cazul publicației *Cuvântul*, cu toate că în acest ziar au fost publicate mai multe materiale tematice cu o suprafață mică.

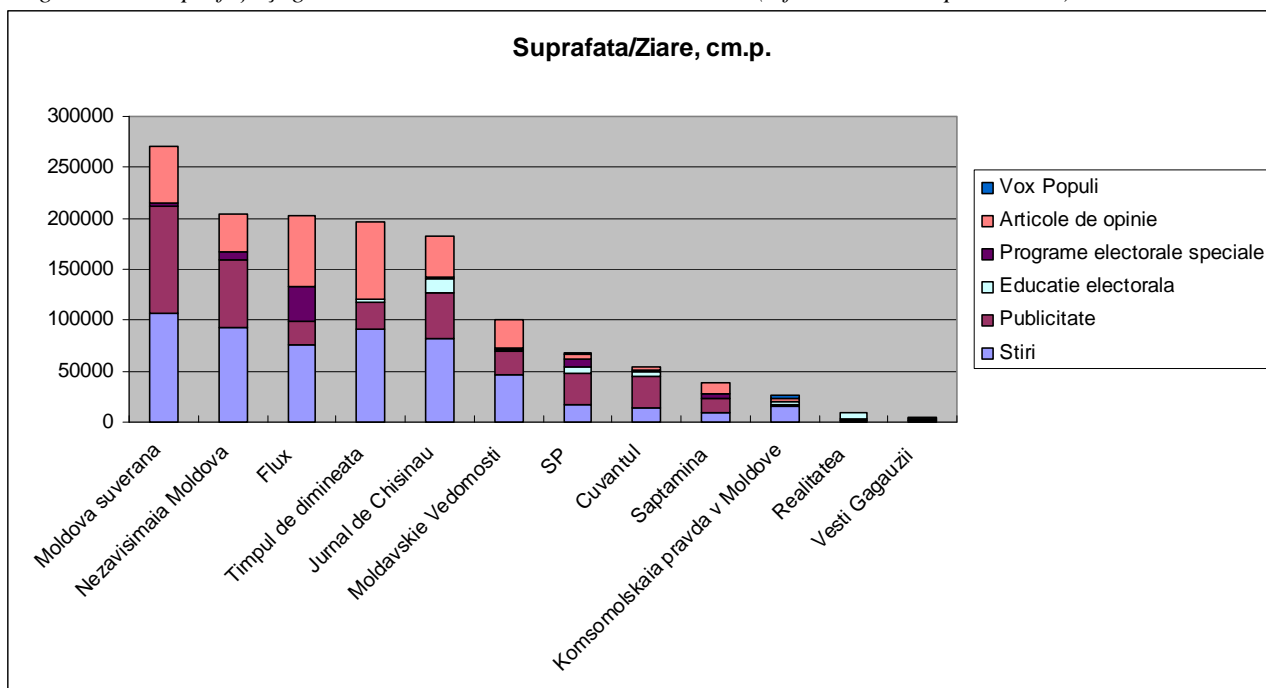
Timp de două luni, *Săptămîna* a publicat 136 articole care au constituit subiectul prezentei monitorizării, cu o suprafață totală de circa 39 mii cm.p., cel mai mult spațiu (37%) fiind afectat publicității, urmată de articole de opinie și știri.

*Komsomolskaia pravda v Moldove* s-a implicat destul de puțin în reflectarea campaniei electorale, publicând în această perioadă 102 materiale care au vizat, într-un fel sau altul, alegerile din Moldova, în mare parte acestea fiind știri relativ neutre sau materiale de educație electorală. Pe ultima sută de metri, însă, ziarul a publicat un amplu interviu cu fostul președinte al Ucrainei Leonid Kravciuk care favoriza evident concurentul electoral PCRМ.

Ziarele locale *Realitatea* și *Vesti Gagauzii* nu au reflectat foarte activ campania electorală. Puținele materiale tematice din aceste ziare s-au referit mai curând la educația electorală a cetățenilor în detrimentul știrilor și articole de opinie despre alegeri

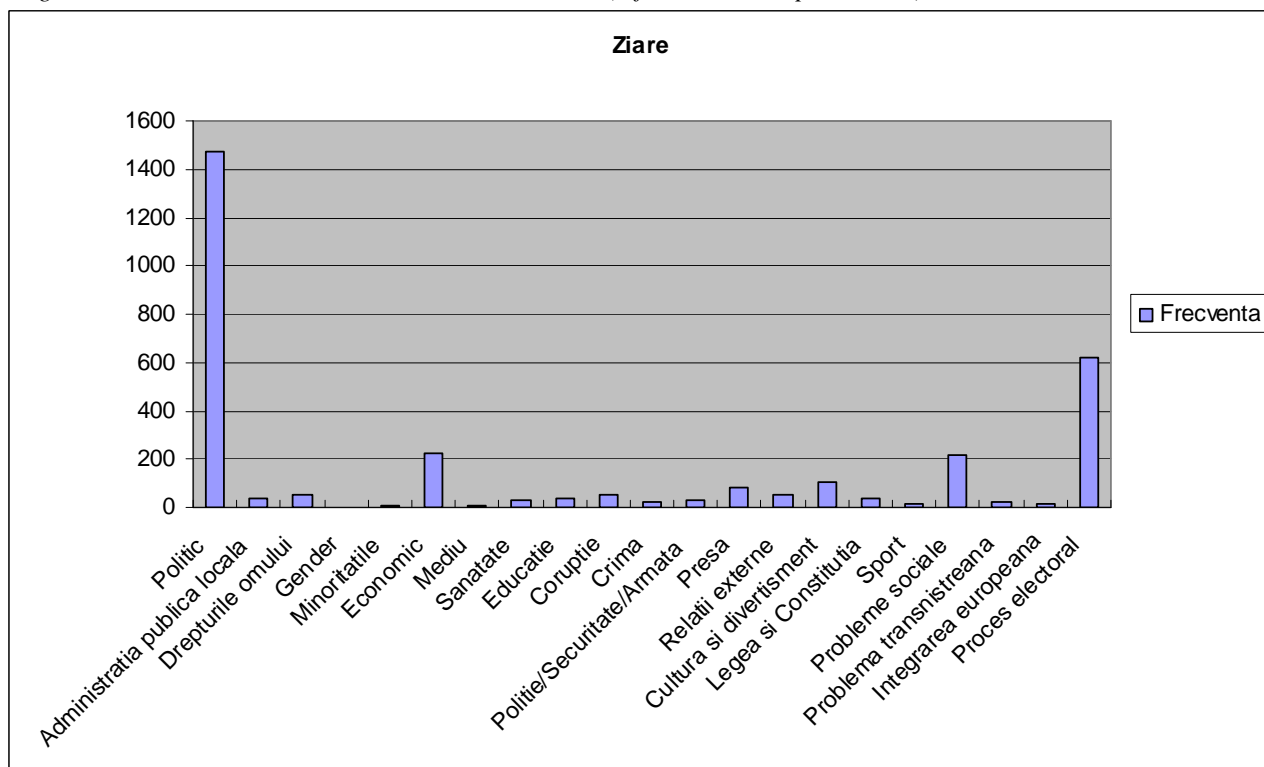
**Notă:** la analiza comparativă a acestui indicator, trebuie să ținem cont de numărul de apariții pe săptămână, precum și de numărul de pagini.

Diagrama 16. Suprafața și genurile articolelor în ziarele monitorizate (5 februarie – 3 aprilie 2009)



Temele abordate mai des de ziare în context electoral în articolele monitorizate au vizat, în majoritatea covârșitoare a cazurilor, politica și politicile publice în general, procesul electoral propriu-zis, problemele economice și sociale ale țării. Asemenea subiecte importante, cum ar fi corupția, problema transnistreană, drepturile omului, sănătatea și starea mediului ambiant au fost abordate destul de rar de concurenții electorali în mesajele pe care le-au transmis cetățenilor prin intermediul presei.

Diagrama 17. Temele articolelor în ziarele monitorizate (5 februarie – 3 aprilie 2009)

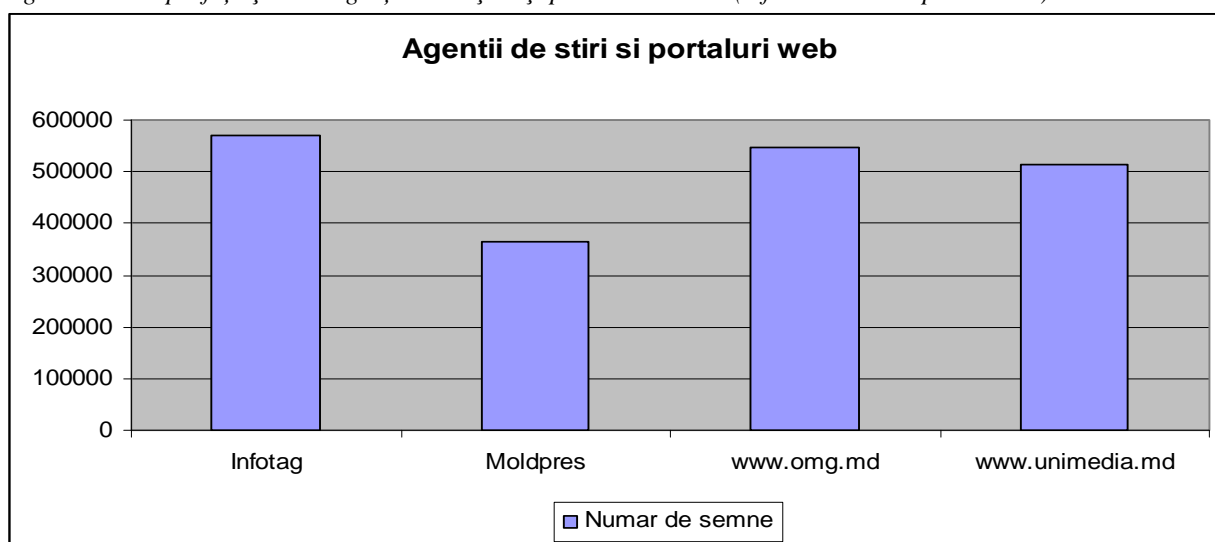


### 5.1.2 Agenții de presă și portaluri de știri

În perioada 5 februarie – 3 aprilie 2009, cele două agenții de știri monitorizate, *Moldpres* și *Infotag*, au inclus în fluxurile lor cotidiene un număr total de 637 știri relevante, cu un total de circa 933 mii semne (fără spațiu). *Infotag* a reflectat mai activ campania electorală, 60% din numărul de știri și din suprafața acestora revenind anume acestei agenții. De asemenea, *Infotag* a oferit știri mai variate, având câteva surse de informație diferite, care au prezentat toți concurenți electorali.

Utilizatorii de Internet au putut accesa în această perioadă 691 știri proprii sau preluate la tema alegerilor, plasate pe site-urile [www.unimedia.md](http://www.unimedia.md) și [www.omg.md](http://www.omg.md), cu un total de circa 1061,5 mii semne. Aproape 65% din numărul de știri și jumătate din suprafața acestora au revenit [www.omg.md](http://www.omg.md).

Diagrama 18. Suprafața știrilor agențiilor de știri și portalurilor web (5 februarie – 3 aprilie 2009)



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

#### 5.2.1. Ziare

Pe toată durata campaniei electorale, *Moldova Suverană* a favorizat intens partidul de guvernământ, atât în știri, cât și în materialele de opinie. Astfel, în 169 din cele 179 de știri și în 19 din cele 23 de alte materiale jurnalistice care au vizat alegerile parlamentare, PCRM a fost prezentat pe un ton laudativ, ca promotor al reformelor și garant al stabilității în societate. Au fost mediatizate cu lux de amănunte întâlnirile și vizitele lui Vladimir Voronin în calitate dublă de președinte al republicii și lider al PCRM, inițiativele cu impact social ale președintelui și ale guvernului, inclusiv majorarea burselor studenților, așa-numita „pâine socială” etc. La fel, ziarul a abundat în articole care au relatat despre pretinse realizări economice care, de asemenea, au favorizat indirect PCRM, de cele mai multe ori făcându-se comparație cu situația de acum opt ani, adică de până la venirea la guvernare a comuniștilor. Spre exemplu, într-un singur număr (13 februarie), ziarul a publicat articole cu următoarele titluri: „Moldova a atins un volum record de investiții străine directe”, „În ultimii șapte ani a crescut volumul global al producției agricole”, „Criza financiară nu amenință vinul moldovenesc”, „Cresc salariile lucrătorilor medicali” etc. După anunțarea rezultatelor sondajului de opinie privind preferințele electorale ale cetățenilor, *Moldova Suverană* le-a comentat pe un ton triumfător, titrând „PCRM este sortit să nu lase R. Moldova în brațele bandiților politici”, prin „bandiți” subînțelegându-se partidele de orientare liberală. Ziarul a plasat exclusiv și pe suprafețe foarte mari publicitate electorală a PCRM, indicând că aceasta ar fi achitată din fondul electoral al respectivului concurent electoral. Astfel,

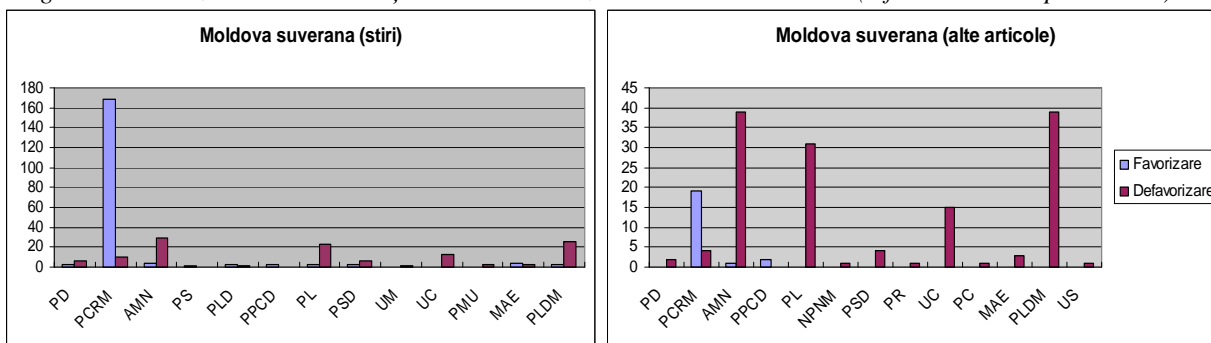


*Moldova Suverană* a plasat, timp de două luni, o suprafață-record de reclamă marcată – circa 106 mii centimetri pătrați, toată a PCR. Cu toate acestea, în rapoartele financiare prezentate la CEC, PCR a indicat sume destul de mici transferate pe contul companiei care editează acest ziar – CNI "Moldova Suverană" SRL.

Știrile care vizează alte partide decât PCR au fost selectate cu mare grijă de redacția ziarului, fiind publicate doar informații care pun acești concurenți electorali într-o lumină proastă. De asemenea, politica editorială a ziarului *Moldova Suverană* în campania electorală s-a axat pe critica dură, deseori defăimătoare, a partidelor de opoziție și a liderilor acestora. Conducătorii Partidului „Alianța „Moldova Noastră”, Partidului Liberal Democrat din Moldova, Partidului Liberal și al Uniunii Centriste au fost învinuiți de corupție, incapacitate de a administra treburile statului, etichetați ca „asasini”, „bandiți” și „tâlhari”. În editoriale și articole de opinii au fost utilizate calificative cel puțin jignitoare în raport cu liderii opoziției: „puradel”, „căpușă”, „copil întârziat”, „terchea-berchea”, „balast”, „ratați” etc. Vasile Tarlev a fost etichetat ca fiind unul dintre „mâncăii și mincinoșii” care bat la ușa alegătorului; PLDM 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. Ori de câte ori au fost pomeniți în *Moldova Suverană*, aceștia apăreau în context negativ, deseori pe un ton zeflemitor.

Singurul concurent electoral (în afară de PCR) care nu a fost criticat de *Moldova Suverană* în această perioadă a fost Partidul Popular Creștin-Democrat. Din numărul total de articole (506) publicate de *Moldova Suverană* în perioada 5 februarie – 3 aprilie 2009, doar 153 sau 30% au fost neutre, în celelalte cazuri ziarul a fost părtinitor.

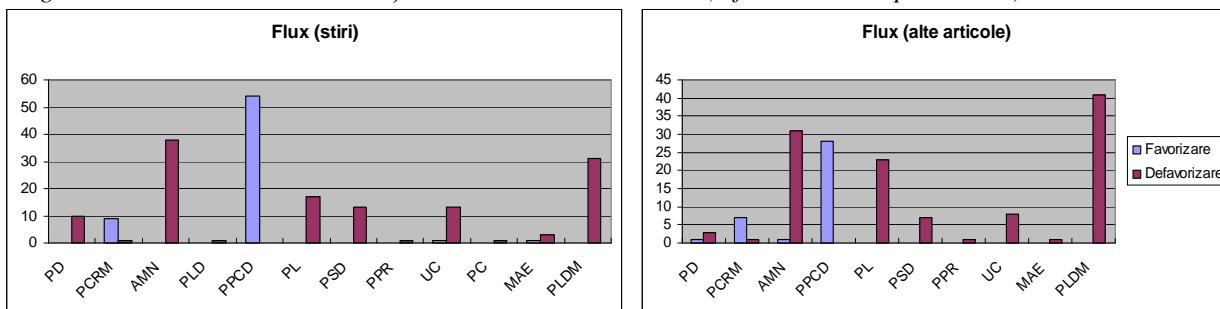
Diagrama 19. Prezentarea concurenților electorali în ziarul *Moldova suverană* (5 februarie – 3 aprilie 2009)



În timpul campaniei electorale, ziarul *Flux* a favorizat constant concurentul electoral PPCD și a dus un adevărat „război” mediatic împotriva oponentilor politici ai acestuia, deseori utilizând un limbaj agresiv, caricaturi, colaje și pamflete jignitoare. Pe de o parte, toate știrile și articolele de opinie publicate în această perioadă și care au vizat alegerile au favorizat direct sau indirect PPCD. La fel, PPCD a beneficiat de publicitate electorală exclusivă în acest ziar, care însă nu a fost marcată corespunzător. Pagini întregi au fost dedicate promovării imaginii PPCD, inclusiv prin publicarea rezoluțiilor unor formațiuni politice europene, la care este afiliat acest concurent electoral, a mesajelor de susținere pentru PPCD din afara țării (Bulgaria, Georgia etc.) și a unor materiale mari despre candidații PPCD la funcția de deputat, precum și despre liderul acestuia care sunt prezentați ca persoane „curajoase”, „inteligente”, „energice” și „cutezătoare”. Pe de altă parte, *Flux* a publicat articole prin care critică vehement celelalte partide și liderii acestora, mai puțin PCR, primii fiind acuzați de apartenență la clanuri masone și mafiote, deseori utilizându-se un limbaj denigrator. Astfel, oponentii politici ai PPCD – PL, AMN și PLDM și alții, au fost acuzați de „infracțiuni electorale”, evidență contabilă dublă etc., în ziar apărând articole intitulate „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 Perenco și ștampila” etc. (*titluri dintr-o singură ediție a ziarului, 6 martie a.c.*). Din numărul total de articole (233) publicate de *Flux* în perioada 5 februarie – 3 aprilie 2009, doar 32 sau 14% au fost neutre, în celelalte cazuri ziarul a fost părtinitor. Acesta este unul din cele mai slabe rezultate privind raportul dintre numărul total de articole/reportaje și articolele/reportajele neutre, înregistrate în cele 24 instituții mass-media monitorizate (ziare, agenții de presă și portaluri informaționale, posturi de radio și TV).

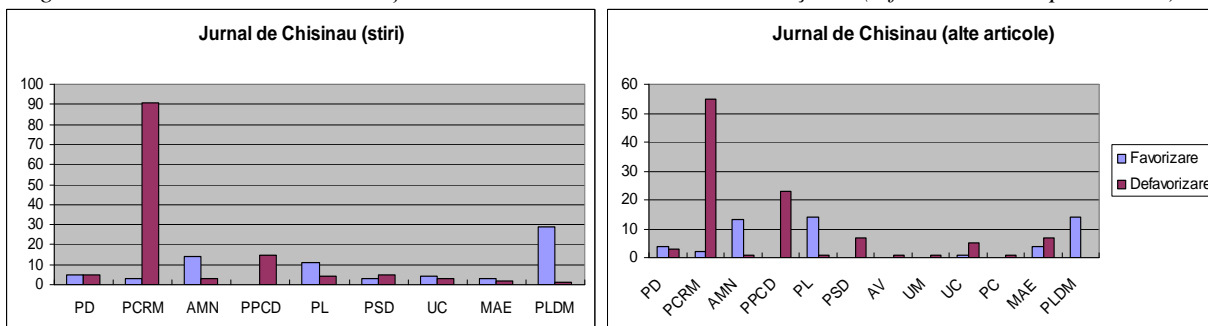
Diagrama 20. Prezentarea concurenților electorali în ziarul *Flux* (5 februarie – 3 aprilie 2009)



În cele două luni de monitorizare, *Jurnal de Chișinău* a defavorizat, direct sau indirect, PCRM și PPCD, promovând în schimb partidele de orientare liberală și optând pentru consolidarea acestora în vederea constituirii unei coaliții după alegeri. Ziarul a publicat știri, articole de opinie și investigații jurnalistice care au prezentat PCRM în context negativ, a analizat declarațiile de avere ale demnitarilor, depuse la Comisia Centrală de Control, ajungând la concluzia că declarațiile unor demnitari (reprezentanți ai PCRM, PD și AMN) nu ar corespunde realității. De asemenea, au fost semnalate cazuri de utilizare a resurselor administrative, contrar legii, de către reprezentanții mai multor concurenți electorali (PCRM, PPCD, AMN, PD). Liderul PCRM Vladimir Voronin a fost acuzat că nu-și declară toate averile și veniturile, că a provocat o isterie antiromânească și a ordonat expulzarea unor cetățeni români aflați în R. Moldova, că face presiuni pentru promovarea afacerilor feciorului său etc. Au mai fost publicate relatări de la întâlnirile electorale din mai multe localități, la care „Voronin a fost huiduit”. PCRM a fost defavorizat inclusiv prin mediatizarea intensă a acțiunilor și a declarațiilor opoziției care au învinuit partidul de guvernământ că încearcă să ascundă de opinia publică urmările crizei economice mondiale pentru RM, că ar intenționa să fraudeze rezultatele alegerilor prin majorarea artificială a numărului cetățenilor cu drept de vot etc.

Din totalul de 494 articole publicate de *Jurnal de Chișinău* care au constituit obiectul prezentei monitorizări, 202 (41%) au fost neutre, în celelalte autorii au fost mai mult sau mai puțin părtinitori în raportul cu unul sau mai mulți concurenți electorali.

Diagrama 21. Prezentarea concurenților electorali în ziarul *Jurnal de Chișinău* (5 februarie – 3 aprilie 2009)

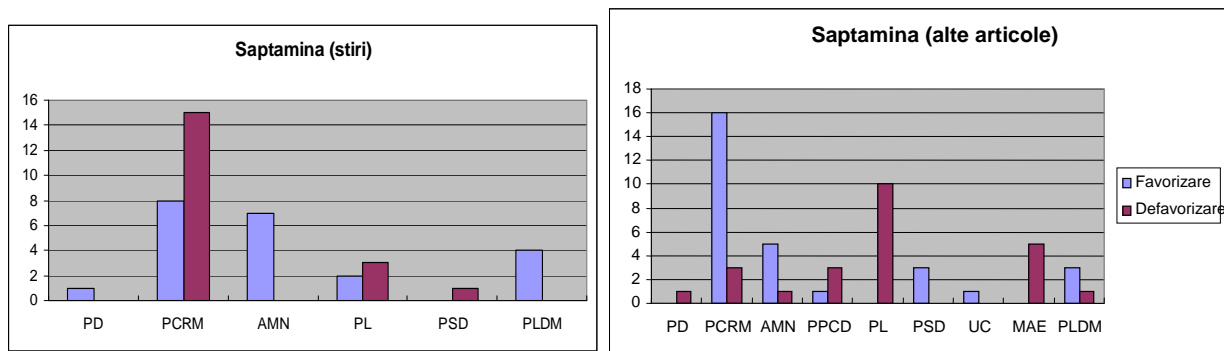


În campania electorală, publicația *Săptămîna* a păstrat o anumită neutralitate față de partidul de guvernământ, pe care în unele cazuri l-a criticat, iar în altele l-a prezentat în context pozitiv. În același timp, ziarul a manifestat simpatie pentru AMN și PLDM, în timp ce alte partide

necomuniste au beneficiat de un „tratament” oarecum neutru. Singura excepție a constituit-o Partidul Liberal și Dorin Chirtoacă, antipatia ziarului pentru acest concurent electoral și exponenții acestuia remarcându-se tranșant. Spre exemplu, în articolul „Taxa Chirtoacă” din 13 februarie 2009, ziarul îndeamnă cititorii: „Oameni, fiți vigilenți! Să nu cocoțăm în parlament Prostia și incompetența din centrul Chișinăului. Variante de vot: Stejarul lui Filat, Soarele lui Serafim, Mărțișorul lui Braghîș etc. Numai nu PL. Căci PL trebuie să se ducă exact acolo unde trebuie: în PL”.

Din numărul total de articole tematice (136) publicate de *Săptămîna* în perioada 5 februarie – 3 aprilie 2009, 53 materiale sau 39% au fost neutre.

Diagrama 22. Prezentarea concurenților electorali în *Săptămîna* (5 februarie – 3 aprilie 2009)

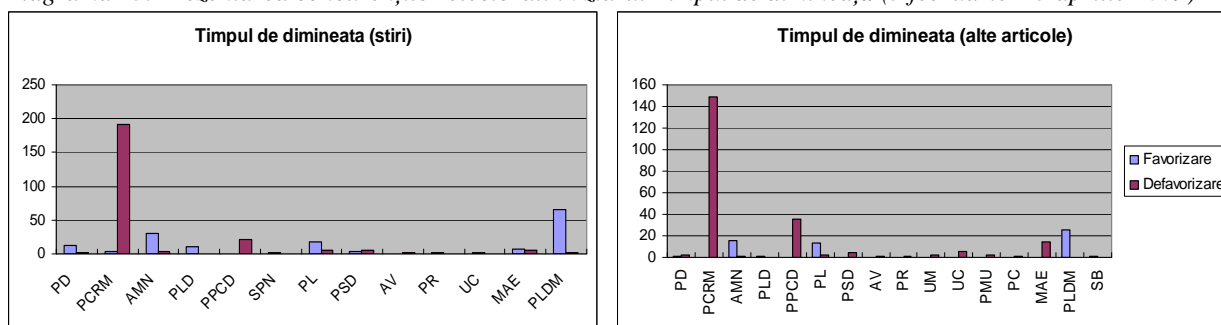


În știrile publicate de *Timpul de dimineață* în cele două luni ale campaniei electorale, concurentul electoral PCRM a apărut doar în context negativ, la fel ca și PPCD. Ziarul a învinuit PCRM că minte poporul, încercând să ascundă faptul că țara este afectată de criza economică, că a pregătit fraudarea alegerilor și a utilizat resursele administrative în scop electoral. De asemenea, PCRM a fost aspru criticat pentru expulzarea a doi cetățeni români din staff-ul PLDM și impunerea interdicției de a intra în țară pentru cetățenii români în zilele când a fost marcată aniversarea Unirii Basarabiei cu România. Au fost publicate scrisoarea lui Voronin către Nazarbaev, președintele Kazahstanului, prin care este discreditat omul de afaceri Anatol Stati și articole care încearcă să convingă cititorii că Voronin ar intenționa să acapareze afacerile lui Stati, iar soția președintelui Voronin – că încearcă să „cumpere” voturi pentru PCRM cu ajutoare umanitare. PPCD a fost acuzat că desfășoară o campanie murdară și manipulează electoratul, fiind comentate zvonurile, potrivit cărora dacă pierde alegerile Iu. Roșca intenționează să plece din țară. În câteva rânduri, *Timpul de dimineață* a criticat concurentul electoral MAE și pe liderul acestei formațiuni Anatol Petrencu, acuzați că „au spart frontul comun al democrațiilor”.

Partidele liberale (PLDM, AMN și PL) au fost prezentate doar în context pozitiv, iar activitățile acestora au fost laudate și salutate. Acțiunea „Votează fără frică”, organizată de PLDM, a fost mediatizată intens, la fel ca și alte acțiuni anticomuniste ale concurenților electorali. Ziarul a salutat și promovat „consolidarea polului liberal-democratic” care ar fi urmat să formeze după alegeri noua majoritate politică din R. Moldova.

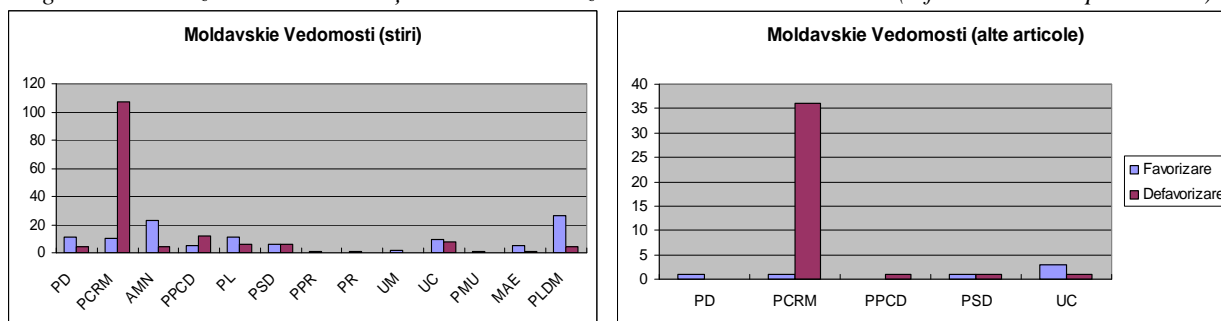
Din totalul de 693 de materiale jurnalistice despre alegeri, publicate în *Timpul de dimineață* în perioada campaniei electorale, 175 de articole (25%) au fost neutre, restul textelor au fost mai mult sau mai puțin părtinitoare.

Diagrama 23. Prezentarea concurenților electorali în ziarul *Timpul de dimineață* (5 februarie – 3 aprilie 2009)



În toate edițiile ziarului *Moldavskie vedomosti* apărute în timpul campaniei electorale, partidul de guvernământ și liderul acestuia au fost criticați vehement. PCRM a fost învinuit că ar fi adus economia la faliment, că peste 800 mii de cetățeni au fost nevoiți să plece la muncă în străinătate, că încalcă legislația electorală organizând mese de binefacere în timpul campaniei electorale etc. A fost publicată scrisoarea lui V. Voronin adresată lui N. Nazarbaev, președintele Kazahstanului, în care este criticată activitatea companiei „Ascom Grup”, numită de Voronin „afacere dubioasă”. *Moldavskie vedomosti* a semnalat cazul agresării jurnalistului Slava Perunov din Bălți de boxerii unui complex sportiv din Bălți, în momentul când jurnalistul a încercat să intre în sala unde avea loc o întâlnire electorală a lui Voronin, a publicat declarațiile fostului consilier prezidențial S. Mocanu care cerea să fie intentat un dosar penal pe numele lui Voronin pentru uzurparea puterii în stat, încălcarea drepturilor omului și subminarea economiei naționale etc. În același timp, *Moldavskie vedomosti* a favorizat concurenții electorali din opoziție, inclusiv PLDM și AMN, acțiunile și declarațiile cărora au fost mediatizate și comentate în context pozitiv. În cazul ziarului *Moldavskie vedomosti*, doar 19% din numărul total de articole publicate în campania electorală au fost neutre (51 din 265).

Diagrama 24. Prezentarea concurenților electorali în ziarul *Moldavskie vedomosti* (5 februarie – 3 aprilie 2009)

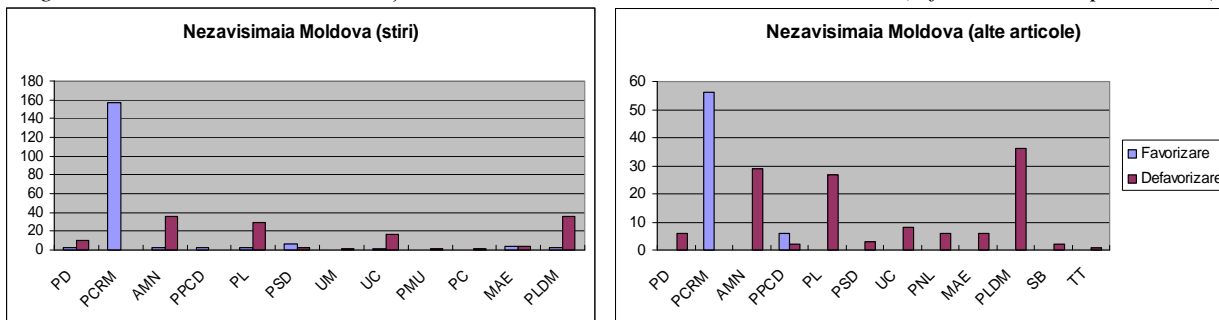


Concurentul electoral favorit al ziarului *Nezavisimaia Moldova* a fost PCRM, în acest ziar fiind publicate aceleași articole care slăvesc realizările guvernului din ultimii opt ani, ca și în *Moldova suverană*. Practic, în toate știrile și materialele de opinie în care a fost pomenit, PCRM a fost prezentat în context pozitiv. La fel, ziarul a publicat pe suprafețe mari relatări despre participarea lui V. Voronin la diferite evenimente, mai multe scrisori și adresări din partea unor persoane care cheamă electoratul să voteze PCRM, interviuri cu V. Voronin care declară că, în cazul în care PCRM va pierde alegerile, „în câteva luni țara se va duce de râpă”. Pentru a promova concurentul electoral PCRM, pe care îl favorizează intens, ziarul face trimitere la președintele rus Dmitri Medvedev care ar fi declarat că în Transnistria nu se varsă sânge numai datorită lui Voronin, la patriarhul Kiril al Rusiei care laudă relațiile dintre autoritățile moldovenești și biserică etc.

În același timp, opoziția necomunistă, în special partidele de doctrină liberală, sunt criticate dur, luate în derâdere și etichetate ca fiind niște grupări cu interese obscure. Astfel, acești concurenți electorali au fost învinuiți că le plătesc participanților la acțiunile lor de protest, blochează

intenționat achitarea salariilor majorate pentru bugetari, nu respectă Constituția, au provocat panică pe piața valutară etc. Cu trimitere la ziarul „Flux”, *Nezavisimaia Moldova* i-a acuzat pe liderii PLDM și AMN de apartenență la „masoneria mincinoasă” și că ar reprezenta interesele lumii interlope. Ziarul a exploatat incidentul cu o echipă de jurnaliști care a fost agresată de un reprezentant PLDM, scopul fiind discreditarea definitivă a acestui concurent electoral. Numai 17% din articolele tematice (68 din 404), publicate în această perioadă în *Nezavisimaia Moldova*, au fost prezentate de o manieră neutră, în celelalte cazuri autorii au manifestat partizanat politic.

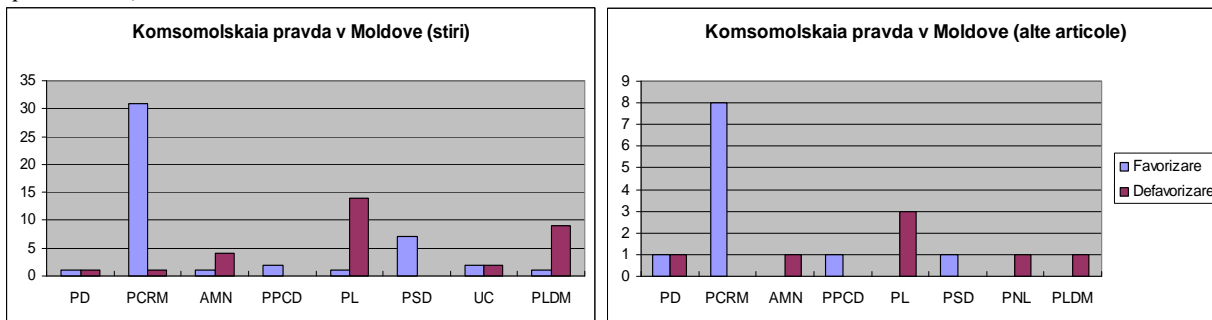
Diagrama 25. Prezentarea concurenților electorali în ziarul *Nezavisimaia Moldova* (5 februarie – 3 aprilie 2009)



*Komsomolskaia pravda v Moldove* a reflectat campania electorală tangențial, preferând să le ofere cititorilor informație minimă la această temă. Totuși, materialele selectate au pus într-o lumină pozitivă PCRM, această favorizare manifestându-se în special în ultimele săptămâni înainte de scrutinul (cu două zile înainte de alegeri, ziarul a publicat un interviu de o pagină cu fostul președinte al Ucrainei Leonid Kravciuk care favoriza evident concurentul electoral PCRM).

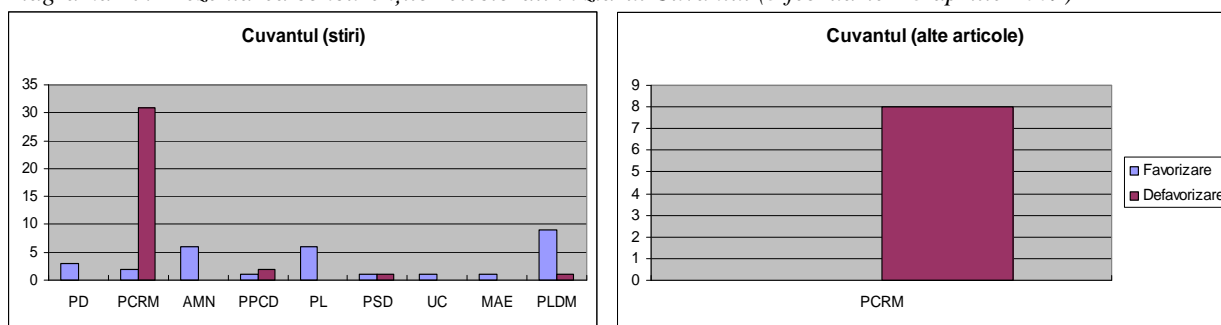
PL și PLDM sunt concurenții electorali care au fost cel mai des defavorizați în articolele publicate în *Komsomolskaia pravda v Moldove*. Din cele 102 articole monitorizate, 27 (26%) au fost neutre. În celelalte, autorii au folosit spațiul de ziar pentru a-și exprima propriile simpatii sau antipatii politice.

Diagrama 26. Prezentarea concurenților electorali în ziarul *Komsomolskaia pravda v Moldove* (5 februarie – 3 aprilie 2009)



Săptămânalul *Cuvântul* (Rezina) a prezentat, în știri și în materialele de opinie, PCRM doar în context negativ, iar partidele de opoziție preponderent în context pozitiv. Ziarul a organizat dezbateri electorale, în cadrul cărora au fost analizate promisiunile concurenților electorali. PCRM nu a răspuns invitației de a participa la dezbateri. Din numărul total de articole tematice (152) publicate de *Cuvântul* în perioada 5 februarie – 3 aprilie 2009, 82 materiale sau 54% au fost neutre.

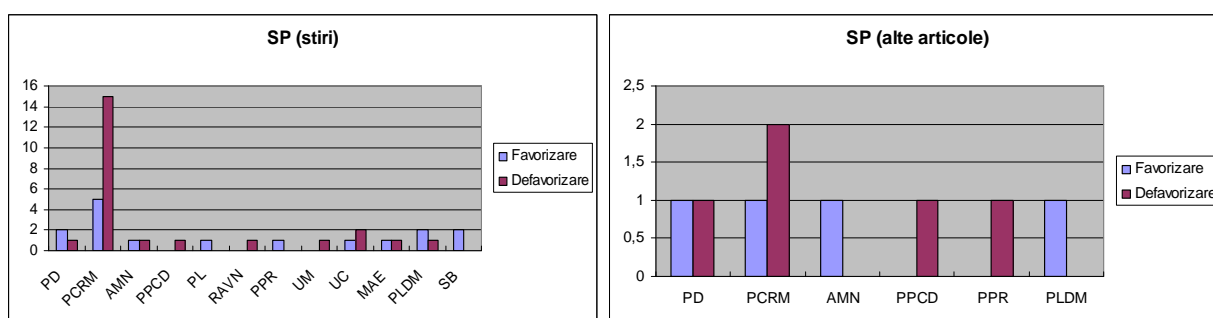
Diagrama 27. Prezentarea concurenților electorali în ziarul Cuvântul (5 februarie – 3 aprilie 2009)



Ziarul *SP* (Bălți) a prezentat concurenții electorali preponderent neutru, cu unele note critice la adresa PCRML, pe care mai mult l-a criticat, deși uneori acesta a fost prezentat și în culori neutre sau pozitive. Ziarul a semnalat că un simpatizant al PCRML a venit în redacție cu o grenadă care s-a dovedit a fi butaforică și a publicat un articol care îl prezintă într-un context defavorabil pe candidatul PCRML din Bălți V. Vitiuc.

În timpul campaniei electorale, *SP* a publicat materiale de la dezbateri electorale cu participarea a 12 concurenți electorali, la care PCRML nu a dorit să participe. În suplimentul tematic „Svobodnâi mikrofon”, ziarul a publicat cu regularitate informații despre viața de partid, prezentând activitatea mai multor concurenți electorali. *SP* a înregistrat unul din cei mai buni indicatori din presa scrisă în ce privește raportul dintre totalul de articole tematice și articolele neutre (77 din 131 sau 59%).

Diagrama 28. Prezentarea concurenților electorali în ziarul SP (5 februarie – 3 aprilie 2009)



Ziarele *Realitatea* (Soroca) și *Vesti Gagauzii* (Comrat) s-au implicat mai puțin activ în reflectarea campaniei electorale și au publicat preponderent materiale care se referă la procesul electoral propriu-zis, inclusiv hotărârile consiliilor electorale locale privind constituirea secțiilor de votare etc.

### 5.2.2. Agenții de presă și portaluri de știri

Agenția de știri *Moldpres* a avut un comportament editorial total partizan în favoarea PCRML, care a fost prezentat exclusiv pe un ton laudativ. În același timp, agenția a manipulat opinia publică prin trierea știrilor și scoaterea din context a unor declarații, făcute de reprezentanții opoziției. Tratatul discriminatoriu al acestei agenții față de concurenții electorali s-a manifestat și în reflectarea evenimentelor organizate de aceștia. Astfel, *Moldpres* a preferat să nu scrie deloc despre unele acțiuni ale opoziției sau să le prezinte critic, pe când puținele acțiuni care pun în lumină pozitivă PCRML au fost prezentate cu lux de amănunte, spre exemplu, așa-numitul „Marș de Stânga” în sectorul Ciocana al capitalei. De asemenea, au fost prezentate detaliat evenimentele cu participarea primelor persoane de pe lista de candidați a PCRML, inclusiv a lui V. Voronin, M. Lupu sau Z. Greceanii, toate etapele Turneului internațional de șah

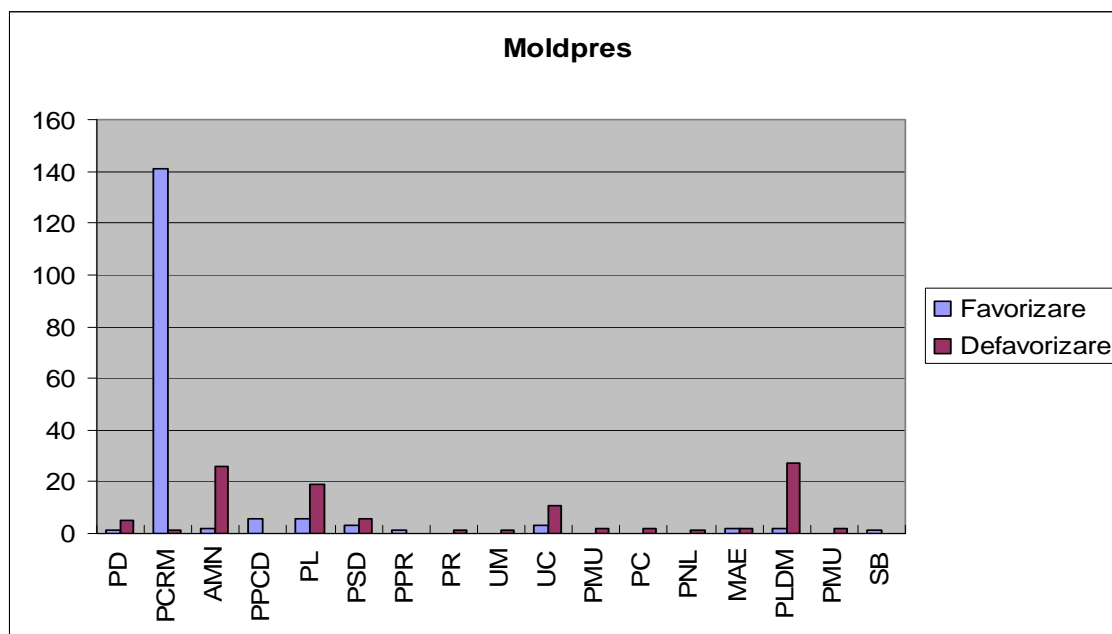


„Cupa Președintelui”, apelul de a susține PCRM, lansat de pastorul la biserica evanghelică dintr-un sector al capitalei etc. Totodată, *Moldpres* nu a trecut cu vederea unele acuzații, aduse opoziției de terțe persoane, organizații sau alți concurenți electorali. De obicei, asemenea „evenimente” au fost comentate de agenție și prezentate ca știri, iar declarațiile unor reprezentanți ai opoziției au fost scoase din context. În plus, *Moldpres* a mediatizat doar contestațiile depuse la CEC de reprezentantul PCRM și doar deciziile CEC care sancționează partidele de opoziție. În fluxul de știri social-politice din 16 martie, agenția a inserat tocmai trei „știri” în baza unui articol din publicația rusească „VVP” care elogiază guvernarea de la Chișinău. La 24 martie, agenția a difuzat de trei ori, cu interval de câteva minute, aceeași știre, bazată pe datele sondajului de opinie, realizat de Centrul de Investigații Sociologice și Marketing CBS-AXA în colaborare cu Institutul de Politici Publice („*Ratingul PCRM este de două ori și jumătate mai mare decât ratingul celorlalte trei formațiuni politice*”). După acordarea de către liderul PCRM V. Voronin a unui interviu postului de televiziune N24 din România, agenția a difuzat în fluxul din 26 martie trei știri în care a citat pasaje din acel interviu. Pe o suprafață foarte mare pentru o agenție de știri (6477 semne), *Moldpres* a publicat un reportaj elogios de la întâlnirea electorală a lui Voronin cu reprezentanții organizațiilor etnoculturale.

Agenția *Moldpres* a favorizat PCRM inclusiv în ziua alegerilor, când a difuzat știri despre cum au votat Voronin, Lupu și Greceanîi – primele trei persoane pe lista PCRM, dar nu a relatat despre votul liderilor celorlalte partide concurente în alegeri. Știrea despre exercitarea dreptului de vot de către V. Voronin s-a intitulat "*Președintele țării a votat pentru continuitatea dezvoltării Republicii Moldova*" și a continuat cu următorul pasaj: "Întrebat, în calitatea sa de lider de partid, cum apreciază șansele PCRM în aceste alegeri, Vladimir Voronin a declarat că, cu susținerea poporului, este sigur de victoria comuniștilor în actualul scrutin".

Din numărul total de știri tematice (255) publicate în fluxul social-politic al agenției *Moldpres* în perioada 5 februarie – 3 aprilie 2009, 68 știri sau 27% au fost neutre.

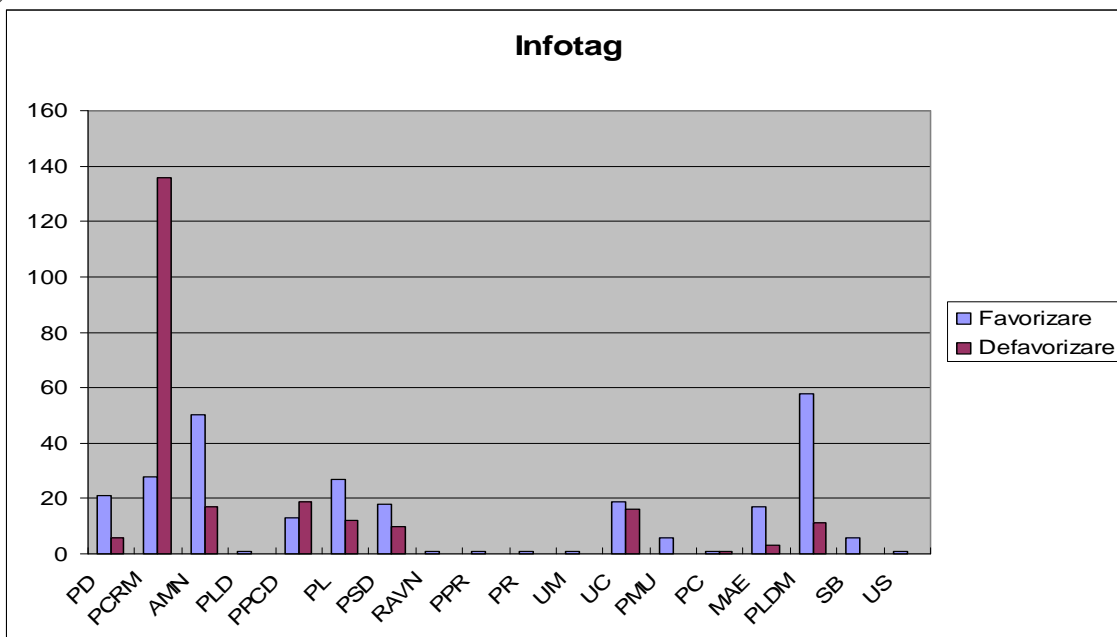
Diagrama 29. Prezentarea concurenților electorali în fluxul de știri al agenției *Moldpres* (5 februarie – 3 aprilie 2009)



Agenția de știri *Infotag* a reflectat campania electorală echilibrat, prezentându-i pe toți concurenții electorali, uneori în context pozitiv, alteori în context negativ, în funcție de evenimentele cu participarea acestora care s-au produs în această perioadă sau de declarațiile publice care i-au vizat. Totuși, PCRM a apărut mai des în context negativ, iar acest lucru se explică prin faptul că agenția a relatat despre majoritatea absolută a evenimentelor electorale,

inclusiv despre conferințele de presă ale concurenților, iar partidele de opoziție care critică PCRM au fost mai active în organizarea acestora. Totodată, aceste partide au apărut în context pozitiv tocmai pentru că au organizat evenimentele respective.

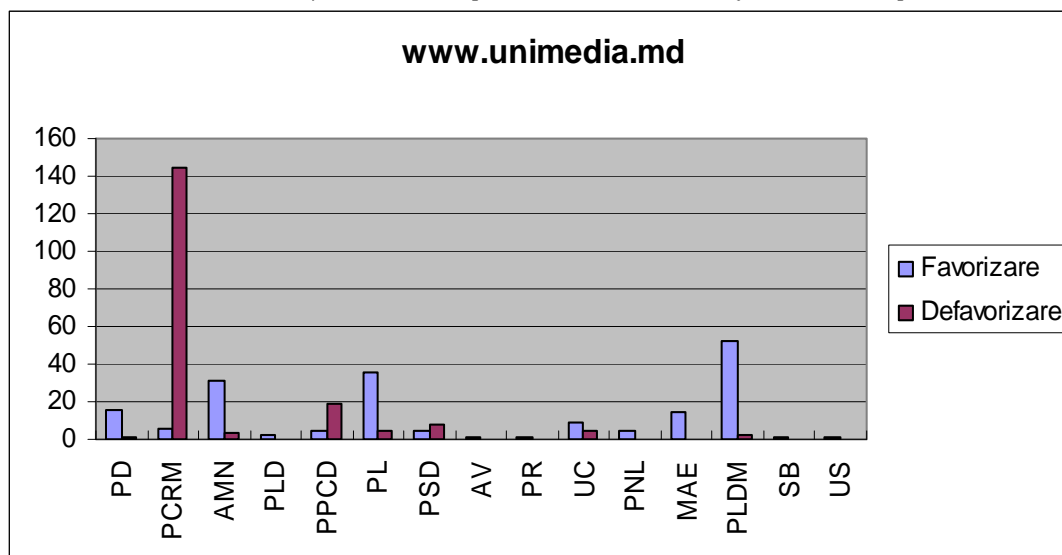
Diagrama 30. Prezentarea concurenților electorali în fluxul de știri al agenției Infotag (5 februarie – 3 aprilie 2009)



Informațiile plasate pe portalul de știri [www.unimedia.md](http://www.unimedia.md) în perioada campaniei electorale au atestat o tendință de abordare critică a PCRM și o prezentare preponderent pozitivă a partidelor de opoziție, în special a PLDM și PL. Concurentul electoral PCRM a fost defavorizat în special prin reflectarea detaliată, inclusiv foto și video, a unor evenimente organizate de partidele de opoziție, în cadrul cărora au fost aduse critici dure la adresa partidului de guvernământ. Portalul a publicat comentarii critice privind vizita la Moscova a președintelui Voronin, afirmând că acesta a făcut mai multe cedări în cadrul întâlnirii cu președintele rus Medvedev și liderul transnistrean Smirnov. De asemenea, au fost prezentate opiniile liderilor PDM, AMN, PLDM, PL, PSD și MAE care au afirmat că vizita în capitala Rusiei nu a fost altceva decât un truc electoral al PCRM. *Unimedia* a reflectat expulzarea din R. Moldova a doi cetățeni români care colaborau în staff-ul electoral PLDM, implicarea fețelor bisericești în campania electorală, interdicția de a intra pe teritoriul R. Moldova, impusă unei delegații a autorităților române din Vaslui și Iași, dar și unui număr mare de cetățeni români care intenționau să marcheze la Chișinău aniversarea a 91-a de la Unirea Basarabiei cu România, precum și reacțiile oamenilor politici în aceste cazuri etc. În ultimele săptămâni înaintea scrutinului, portalul a lansat un apel candidaților independenți să se retragă din cursa electorală în favoarea partidelor liberale. Din cele 243 de știri monitorizate, 39 (16%) au fost neutre, în celelalte cazuri textele au indicat asupra anumitor simpatii sau antipatii politice.



Diagrama 31. Prezentarea concurenților electorali pe [www.unimedia.md](http://www.unimedia.md) (5 februarie – 3 aprilie 2009)

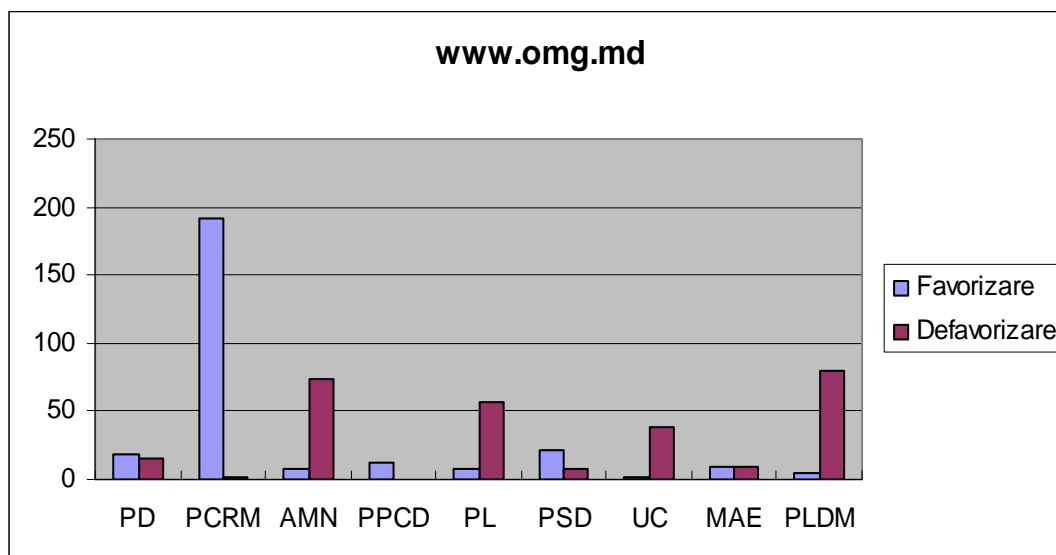


Pe toată durata campaniei electorale, portalul [www.omg.md](http://www.omg.md) a favorizat necondiționat concurentul electoral PCRM și a desfășurat o campanie intensă de discreditare a concurenților electorali din opoziție, inclusiv PLDM, AMN, PL și UC care au fost prezentați în context negativ sau care îi defavorizează, rareori neutru. Știrile plasate pe acest site au fost selectate minuțios, în așa fel încât au apărut doar informații care favorizează guvernarea sau care prezintă în lumină proastă oponentii politici ai PCRM. Astfel, portalul a oferit mult spațiu pentru acuzațiile pe care și le-au adus reprezentanții opoziției, uneori știrile fiind trucate, prin comentarea părtinitoare a unor fraze scoase din context, pentru a lăsa impresia că partidele de opoziție au divergențe imposibil de remediat care face imposibilă constituirea unei potențiale coaliții de guvernare.

Agresarea unor jurnaliști ai agenției de către un candidat PLDM în cadrul acțiunii „Votează fără frică!” a servit ca prilej pentru un atac mediatic intens asupra acestui concurent electoral din partea Agenției Omega care deține site-ul [www.omg.md](http://www.omg.md). În același timp, portalul „nu a observat” un alt caz de agresare a unui jurnalist care s-a produs la una din întâlnirile electorale ale lui V. Voronin.

Tacticile de manipulare a opiniei publice prin declarații scoase din context și comentarea acestora fără a oferi drept de replică, presiunile mediatice și tehnologiile de fabricare a unor „știri” care discreditează anumiți concurenți electorali, denotă angajarea totală a [www.omg.md](http://www.omg.md) în mașinăria ideologică a PCRM. În cazul portalului [www.omg.md](http://www.omg.md), doar 13% din numărul total de știri publicate în campania electorală au fost neutre (57 din 448). Acesta este cel mai mic indicator înregistrat în cele 24 de instituții mass-media monitorizate.

Diagrama 32. Prezentarea concurenților electorali pe [www.omg.md](http://www.omg.md) (5 februarie – 3 aprilie 2009)



## 6. Concluzii generale

1. Strategiile editoriale de reflectare a campaniei electorale adoptate de unele mass-media nu au ținut cont de necesitatea publicului de a cunoaște informații relevante despre toți concurenții electorali și programele acestora. Doar câteva instituții de presă au oferit acces egal tuturor partidelor implicate în campania electorală, reflectând evenimentele organizate de acestea neutru.
2. Unele mijloace de informare în masă au prezentat evenimentele din campanie selectiv, în funcție de convingerile politice ale editorilor. De asemenea, aceste instituții mass-media au distorsionat declarațiile făcute de oponentii politici ai concurentului electoral pe care îl susțin, prin scoaterea din context a unor afirmații și comentarea lor în sens negativ, pentru a manipula opinia publică. Acest comportament demonstrează grave probleme deontologice și partizanatul politic al acestor instituții mass-media.
3. Mass-media publice nu și-au îndeplinit datoria de a informa cetățenii, obiectiv și echidistant, cu privire la toți concurenții electorali. Cu unele excepții, mijloacele de informare în masă finanțate parțial sau total din bugetul public au promovat ideologia partidului de guvernământ - PCRM.
4. Limbajul utilizat de unele instituții mass-media în această perioadă a fost exagerat de critic, nu întotdeauna argumentat și deseori defăimător în adresa anumitor concurenți electorali, ceea ce poate eroda încrederea publicului în mass-media și influența negativ mersul campaniei electorale.

*Coaliția 2009 este o uniune benevolă de organizații neguvernamentale din Republica Moldova care au drept scop să 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.***