

Monitorizarea mass-media în campania electorală pentru alegerile parlamentare 2014 (concluzii generale)

Raport nr. 3
1 – 8 noiembrie 2014¹



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

¹ Raportul integral va fi plasat până pe 17 noiembrie 2014 pe paginile web: www.alegeliber.md, www.api.md, www.media-azi.md, www.apel.md

I. Date generale

1.1 Obiectivul proiectului: monitorizarea și informarea opiniei publice privind comportamentul editorial al instituțiilor mass-media în perioada electorală pentru alegerile parlamentare din Republica Moldova.

1.2 Perioada de monitorizare: 1 octombrie 2014 – 30 noiembrie 2014.

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

Instituțiile mass-media au fost selectate în baza următoarelor criterii obiective: a) forma de proprietate; b) geografie; c) limba de difuzare. Astfel, sunt monitorizate instituții mass-media publice și private, cu acoperire națională, cvasi-națională și regională, în limba română și în limba rusă.

1.4 Mass-media monitorizate²:

TV

Accent TV, Canal 2, Canal 3, Canal Regional, GRT, Jurnal TV, Moldova 1, N4, Prime TV, ProTV Chișinău, TV7, Publika TV

Radio

Radio Moldova, Radio Noroc, Radio Plai, Russkoie Radio, Vocea Basarabiei

Presa scrisă

Jurnal de Chișinău, Komsomolskaia pravda v Moldove, Moldova Suverană, Nezaavisimaia Moldova, Panorama, Timpul, Vesti Gagauzii, Ziarul Național

Portaluri online

Deschide.md, Jurnal.md, Moldova24.info, Moldova.org, Newsmaker.md, Noi.md, Omg.md, Politik.md, Realitatea.md, Unimedia.info

1.5 Obiectul monitorizării

TV

- A. Știrile cu caracter electoral din principala ediție informativă a zilei;
- B. Emisiunile cu caracter electoral (câte una la fiecare TV);
- C. Publicitatea electorală cu plată;
- D. Dezbaterile electorale.

Radio

Toate buletinele de știri, emisiunile de dezbateri și publicitatea din prime-time. Intervalul monitorizării: de la 6.00 până la 13.00 și de la 17.00 până la 20.00, zilnic.

Presa scrisă

Întreg conținutul editorial al publicațiilor periodice monitorizate, inclusiv publicitatea.

Portaluri online

Întreg conținutul editorial al site-urilor, inclusiv publicitatea. În cazul plasării pe site a unor materiale video, acestea sunt doar menționate, fără a fi monitorizat conținutul lor.

² În ordine alfabetică

1.6. Echipa

Proiectul este realizat în cadrul Coaliției pentru Alegeri Libere și Corecte de Asociația Presei Electronice (monitorizare TV), Asociația Presei Independente (monitorizare presă scrisă și presă online), Centrul pentru Jurnalism Independent (monitorizare radio și presă online).

1.7 Cadrul metodologic

Analiza de conținut a instituțiilor mediatică s-a făcut în baza unor indicatori care permit cuantificarea și calificarea știrilor/emisiunilor cu caracter electoral, a prezenței protagoniștilor de diferite categorii, a respectării normelor profesionale de către jurnaliști.

Categorii de protagoniști:

- Funcționari de stat;
- Politicieni;
- Experți;
- Cetățeni de rând;
- Alții.

Categorii de instituții:

- Președinția;
- Parlamentul;
- Guvernul;
- Administrația publică locală;
- Partidele politice.

Analiza cantitativă:

- Frecvența aparițiilor actorilor politici: a) intervenții directe; b) mențiuni/apariții;
- Durata aparițiilor actorilor politici: a) intervenții directe; b) mențiuni/apariții;
- Numărul știrilor/emisiunilor cu caracter electoral;
- Numărul știrilor conflictuale cu caracter electoral;
- Numărul protagoniștilor în știrile/emisiunile cu caracter electoral;
- Paritatea sexelor în rândul protagoniștilor.

Analiza calitativă:

- Contextul prezentării actorilor politici în știri : a) pozitiv; b) negativ; c) neutru.
- Atitudinea jurnalistului față de actorii politici în emisiuni: a) favorizantă b) defavorizantă, b) imparțială;
- Numărul surselor în știrile conflictuale: a) o sursă; b) două și mai multe surse;
- Respectarea principiului imparțialității în știri: a) părtinire; b) nepărtinire.

Concluzii generale 1-8 noiembrie 2014

TV:

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

Radio:

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

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

Online:

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

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

Ziare:

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