

# Monitorizarea mass-media în campania electorală pentru alegerile parlamentare 2014

Raport nr. 2  
18 – 31 octombrie 2014<sup>1</sup>

## **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 monitorizate<sup>1</sup>:**

#### **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.

---

<sup>1</sup> În ordine alfabetică

## 1.6. Echipa

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

## 1.7 Cadrul metodologic

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

### *Categorii de protagoniști:*

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

### *Categorii de instituții:*

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

### *Analiza cantitativă:*

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

### *Analiza calitativă:*

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

## Concluzii generale 18-31 octombrie 2014

- Modul în care o parte din televiziunile monitorizate reflectă alegerile parlamentare în principalul program de știri al zilei nu contribuie la o informare adecvată a electoratului, știrile fiind realizate mai mult în scopul de a promova un concurent electoral sau altul, decât de a le oferi alegătorilor informație relevantă și complexă despre procesul și concurenții electorali;
- Fiecare a treia știre electorală cu caracter conflictual de la televiziuni a fost realizată în temeiul unei singure surse de informații, fiind astfel dezechilibrată;
- În 16% din știri, reporterii TV au demonstrat atitudine părtinitoare, ceea ce constituie o abatere de la deontologia profesională;
- Dintre toate categoriile de protagoniști ai știrilor electorale, cea mai mare vizibilitate au avut-o politicienii, iar cea mai redusă – experții. Protagonistele femei în știrile electorale de la TV continuă să ocupe un loc insignifiant (22%);
- *TV Moldova 1, Canal Regional și GRT* au menținut în linii mari un echilibru al prezenței actorilor monitorizați în știrile electorale difuzate în perioada de referință;
- *Prime TV, Publika TV, Canal 2 și Canal 3* le-au asigurat reprezentanților PDM cel mai mare număr de apariții în știrile electorale, plasându-i preponderent în context pozitiv și favorizând masiv acest concurent electoral. Astfel, *Publika TV* a relatat în știri preponderent despre activitățile PDM (74 de apariții, inclusiv de 38 de ori în context pozitiv, iar celelalte în context neutru). În buletinul principal de știri de la *Prime TV*, PDM a fost menționat de 75 de ori, inclusiv de 60 de ori – în context pozitiv. La *Canal 3 și Canal 2*, PDM de asemenea a fost lider detașat ca vizibilitate în context pozitiv și neutru, depășindu-i pe ceilalți concurenți luați împreună;
- Și *Jurnal TV* a mediatizat cel mai des PDM, însă preponderent în context negativ (de 33 de ori din totalul de 41 de apariții). În context negativ au fost plasați și alți concurenți electorali (PLDM, PCRM, PSRM, PL, PPP), însă cu o frecvență mult mai mică decât PDM care este defavorizat de *Jurnal TV*;
- *Accent TV* a dat preferință vădită câtorva actori monitorizați, pe care i-a plasat mai des în context negativ, defavorizându-i (PLDM și PDM), iar în context pozitiv a apărut un singur concurent – PSRM.
- *Pro TV Chișinău* a asigurat o vizibilitate relativ echilibrată în context electoral a actorilor personalizați și instituționalizați;
- *TV 7* a mediatizat cel mai des concurenții electorali PLDM, PDM, PL, PCRM, PLR și PSRM. În context pozitiv și neutru a apărut mai des PLDM, dar și PDM;
- la *TV N4*, PLDM a apărut doar în context pozitiv sau neutru, iar cel mai des în context negativ au apărut PDM și PCRM;
- Radiodifuzorul public național *Radio Moldova* și postul privat *Vocea Basarabiei* s-au implicat activ în reflectarea campaniei electorale în știri, *Radio Moldova* difuzând și un număr mare de materiale de educație electorală. Cele mai puține știri cu caracter electoral direct sau indirect au fost difuzate de postul de radio cu acoperire națională *Noroc*. În același timp, *Radio Noroc* a fost singurul post care la 20 octombrie a demarat dezbaterile electorale;
- În majoritatea știrilor de la *Radio Moldova și Vocea Basarabiei* a fost asigurată diversitatea de surse. Știrile de la *Vocea Basarabiei* s-au evidențiat atât prin includerea mai multor cetățeni și experți, cât și prin prezența unui număr mai mare al surselor de sex feminin. *Radio Noroc, Radio Plai și Russkoie Radio* au avut carențe la acest capitol, recurgând preponderent la politicieni și funcționari de stat în calitate de surse;
- În topul celor mai mediatizați protagoniști la cele 5 posturi de radio monitorizate se numără reprezentanții partidelor parlamentare PDM, PLDM și PL, care au avut cele mai multe intervenții și mențiuni în context pozitiv și neutru. Bazat pe frecvența și contextul apariției acestora în știri, constatăm o ușoară tendință de favorizare a PDM și PL la *Radio Moldova*, și favorizarea masivă a PLDM la *Vocea Basarabiei*. Postul de radio *Plai* a favorizat PDM prin numărul mare de mențiuni,

preponderent în context pozitiv atât a reprezentanților acestui concurent electoral, cât și a ministrului Economiei, care urmează să fie reinclus pe lista electorală a PDM. *Ruskoie radio* a favorizat ușor PDM, în special prin difuzarea multor materiale în context pozitiv despre ministrul Economiei, exponent PDM;

- Marea majoritate a posturilor de radio monitorizate au avut probleme la capitolul echilibrului știrilor controversate;

- Majoritatea mass-media online monitorizate au reflectat campania atât în materiale cu caracter electoral direct, cât și în cele cu caracter electoral indirect. În documentarea materialelor, portalurile au dat preferință politicianilor și funcționarilor de stat, în detrimentul experților și cetățenilor simpli, iar raportul dintre numărul de surse de sex masculin și feminin a fost net în favoarea bărbaților;

- Doar 35,6% din știrile conflictuale din media online au fost prezentate profesionist, fiind citate toate părțile în conflict. *Newsmaker.md* este unicul portal care a prezentat echilibrat toate materialele care au abordat un subiect controversat, în cazul portalurilor *Politik.md*, *Omg.md* și *Realitatea.md* înregistrându-se cea mai mare discrepanță dintre numărul știrilor conflictuale prezentate relativ echilibrat și numărul știrilor conflictuale în care a fost prezentată doar poziția unei singure părți, adică știrile au fost dezechilibrate;

- Cele mai multe din portalurile analizate au oferit cuvânt mai multor actori atât din arcul guvernamental, cât și din opoziția parlamentară și extraparlamentară. Bazat pe frecvența și contextul aparițiilor protagoniștilor în știrile cu caracter electoral direct sau indirect, nu se poate afirma că s-a remarcat favorizarea masivă a vreunui concurent electoral. Totodată, la *Realitatea.md* și *Deschide.md* a fost evidentă defavorizarea masivă a PLDM și mai subtilă a PSRM și PPP. La *Unimedia.info* se remarcă o ușoară favorizare a PDM și PLDM. *Moldova24.info* s-a remarcat prin defavorizarea masivă a PLDM și favorizarea PDM, se remarcă și o ușoară favorizare a PPP. *Noi.md* a prezentat în diferit context (pozitiv și neutru, dar și negativ) PLDM, PDM, PCRM și PL, dar și PSRM și PPP. *Jurnal.md* a defavorizat PDM (103 apariții în context negativ și 10 în context neutru), mai rar PLDM și PCRM. *Omg.md* a defavorizat PDM și PLDM prezentându-le preponderent în context negativ, iar *Politik.md* a prezentat principalii actori politici în context diferit, totuși mai mult negativ și neutru;

- Majoritatea portalurilor au avut carențe în sensul respectării principiilor profesionale ce țin de asigurarea pluralismului și echilibrului surselor, dar și de imparțialitate și obiectivitate. Cele mai multe probleme de acest gen au fost atestate la *Moldova24.info*;

- Portalul *Newsmaker.md* a prezentat știrile electorale în toate cazurile nepărtinitor, adică poziția jurnalistului nu a fost nuanțată direct sau indirect în textul publicat, portalurile *Realitatea.md*, *Unimedia.info* și *Moldova.org* au avut puține cazuri de prezentare părtinitoare a subiectelor electorale, deși nu în toate cazurile materialele au fost echilibrate editorial. Cele mai multe materiale părtinitoare au publicat *Jurnal.md* (55,5% din totalul textelor), *Omg.md* (55,5%) și *Politik.md* (40,6%).

- Majoritatea ziarelor monitorizate refectionează campania electorală prin prisma simpatiilor/antipatiilor electorale ale editorilor, deseori în detrimentul informării obiective a cititorilor;

- 55% din materialele publicate în această perioadă în ziarele monitorizate au fost părtinitoare, adică poziția jurnalistului a putut fi ușor percepută de cititori;

- În majoritatea cazurilor, sursele de informație ale ziarelor au fost politicienii de genul masculin, în topul preferințelor ca surse de informație urmând funcționarii de diferit nivel, cetățenii și experții;

- *Nezavisimaia Moldova* este publicația cu cele mai multe probleme deontologice: toate articolele cu subiecte controversate au reflectat un singur punct de vedere, fiind astfel dezechilibrate, iar toate textele care s-au referit la alegeri, cu o singură excepție, au fost părtinitoare deoarece au prezentat (și) poziția jurnalistului. Ziarul favorizează masiv PCRM și critică majoritatea absolută a celorlalți concurenți electorali, în special PLDM, PDM, PLR, PL, dar și PSRM, PPP;

- *Moldova Suverană* defavorizează editorial PSRM care este prezentat mai mult în context negativ (în unele cazuri și neutru), dar și PPP. Totodată, ziarul simpatizează cu PLDM care este prezentat preponderent neutru sau pozitiv;
- *Jurnal de Chișinău* nu a prezentat în perioada de referință niciun concurent electoral în context pozitiv, PLR, PLDM, PCRM și PDM fiind cele mai mediatizate partide atât în context neutru, cât și negativ;
- *Komsomolskaia pravda v Moldove* a prezentat concurenții electorali preponderent neutru, cei mai mediatizați fiind PLDM, PDM, PL, PSRM PCRM și PPP. Ziarul a plasat multe materiale cu caracter comercial, în special articole de promovare și machete ale PLDM, PDM, PPP, PSRM;
- *Timpul* a prezentat concurenții electorali în context diferit, PDM, PLDM și PL fiind cei mai mediatizați, preponderent în context neutru. Concurenții electorali PSRM și PPP apar mai des în context negativ în acest ziar;
- *Panorama* defavorizează unele partidele parlamentare (PLDM, PDM, PCRM), concurentul electoral PPCD fiind unicul prezentat doar în context pozitiv și favorizat prin suprafața intervenției directe (un interviu de două pagini cu Iurie Roșca);
- *Vesti Gagauzii* a reflectat sumar campania electorală în perioada de referință, dar a favorizat PSRM în unul din articolele publicate;
- *Ziarul Național* favorizează PLDM, acest concurent electoral fiind prezentat doar în context pozitiv, uneori și neutru. Mai rar au fost prezentați în context pozitiv PDM, PLR și PL. În schimb, PCRM, PSRM și PPP au apărut aproape de fiecare dată în context negativ și defavorizant.

## II. Rezultatele monitorizării posturilor de televiziune

### 2.1 Date generale televiziune. Știri cu caracter electoral

În perioada de referință, în principala ediție informativă de la cele 12 televiziuni au fost monitorizate în total 776 de știri cu caracter electoral, dintre care o treime (33%) – conflictuale. Cele mai multe știri a difuzat Tv Moldova 1 (100), urmată de Tv 7 (89). Din 249 de știri electorale cu caracter conflictual, 178 (71%) au fost scrise în temeiul mai multor surse de informație, iar restul, cu derogări de la norma profesională. Cele mai multe știri conflictuale dintr-o singură sursă au fost atestate la Tv N 4 (87%) și Canal Regional (60%). Nicio televiziune nu a scris toate știrile conflictuale conform rigorilor, dar cel mai mult s-au apropiat de acest standard ProTv și Publika Tv. Cumulat, în 16 la sută din numărul total de știri electorale autorii lor au demonstrat atitudine părtinitoare, iar cel mai des – cei de la Accent Tv (38%) și Tv Canal 3 (34%). Autorii de la Tv 7 și GRT în toate cazurile au fost imparțiali, iar cei de la Tv Moldova 1, Pro Tv și N 4 s-au apropiat de acest deziderat.

Știri electorale				
	Educație electorală	Obișnuite	Conflictuale	Total
<b>Moldova 1</b>	2	72	26	100
<b>Prime TV</b>	1	59	10	70
<b>Publika TV</b>	0	61	15	76
<b>Canal 2</b>	0	46	14	60
<b>Canal 3</b>	0	41	21	62
<b>ProTV</b>	0	36	29	65
<b>TV7</b>	4	63	22	89
<b>Jurnal TV</b>	0	23	27	50
<b>N4</b>	2	46	15	63
<b>Accent TV</b>	0	17	56	73
<b>Canal Regional</b>	1	33	10	44
<b>GRT</b>	3	17	4	24
<b>Total</b>	<b>13</b>	<b>514</b>	<b>249</b>	<b>776</b>

	Surse în știrile conflictuale (nr.)		Surse în știrile conflictuale (%)		Poziția jurnalist. în știri (nr.)		Poziția jurnalist. în știri (nr.)	
	1	2	1	2	P	Np	P	Np
<b>Moldova 1</b>	5	21	19%	81%	5	95	5%	95%
<b>Prime TV</b>	2	8	20%	80%	14	56	20%	80%
<b>Publika TV</b>	1	14	7%	93%	10	66	13%	87%
<b>Canal 2</b>	5	9	36%	64%	12	48	20%	80%
<b>Canal 3</b>	5	16	24%	76%	21	41	34%	66%
<b>ProTV</b>	1	28	3%	97%	4	61	6%	94%
<b>TV7</b>	3	19	14%	86%	0	89	0%	100%
<b>Jurnal TV</b>	4	23	15%	85%	15	35	30%	70%
<b>N4</b>	13	2	87%	13%	4	59	6%	94%
<b>Accent TV</b>	25	31	45%	55%	28	45	38%	62%
<b>Canal Regional</b>	6	4	60%	40%	11	33	25%	75%
<b>GRT</b>	1	3	25%	75%	0	24	0%	100%

<b>Total știri</b>	<b>71</b>	<b>178</b>	<b>29%</b>	<b>71%</b>	<b>124</b>	<b>652</b>	<b>16%</b>	<b>84%</b>
--------------------	-----------	------------	------------	------------	------------	------------	------------	------------

Cumulat, în știrile electorale de la televiziunile monitorizate au fost prezenți 2337 de protagoniști, cei mai mulți dintre ei fiind politicieni – 825 sau peste 35 la sută din cele 5 categorii de protagoniști luate împreună. De cele mai puține ori au fost abordați experții. În 78 la sută din cazuri protagoniștii au fost bărbați, iar în 22 la sută – femei. Cu referire la paritatea gender, cea mai echilibrată situație a fost atestată la Canal Regional – 49% bărbați și 51% femei; cea mai dezechilibrată – la GRT – 92% bărbați și 8% femei.

	Fs		Pol		Exp		Cet		Alt		Total	
	M	F	M	F	M	F	M	F	M	F	M	F
<b>Moldova 1</b>	90%	10%	89%	11%	81%	19%	31%	69%	75%	25%	85%	15%
<b>Prime TV</b>	97%	3%	87%	13%	100%	0%	50%	50%	72%	28%	74%	26%
<b>Publika TV</b>	97%	3%	90%	10%	75%	25%	61%	39%	92%	8%	81%	19%
<b>Canal 2</b>	97%	3%	88%	12%	0%	100%	55%	45%	78%	22%	73%	27%
<b>Canal 3</b>	96%	4%	85%	15%	100%	0%	49%	51%	89%	11%	74%	26%
<b>ProTV</b>	100%	0%	93%	7%	88%	13%	60%	40%	67%	33%	84%	16%
<b>TV7</b>	90%	10%	92%	8%	79%	21%	51%	49%	100%	0%	82%	18%
<b>Jurnal TV</b>	93%	8%	83%	17%	93%	7%	53%	47%	79%	21%	79%	21%
<b>N4</b>	92%	8%	90%	10%	73%	27%	33%	67%	100%	0%	87%	13%
<b>Accent TV</b>	100%	0%	83%	17%	100%	0%	62%	38%	86%	14%	83%	17%
<b>Canal Regional</b>	74%	26%	60%	40%	42%	58%	42%	58%	42%	58%	49%	51%
<b>GRT</b>	100%	0%	100%	0%	57%	43%	100%	0%	100%	0%	92%	8%
<b>Total</b>	<b>93%</b>	<b>7%</b>	<b>88%</b>	<b>12%</b>	<b>78%</b>	<b>22%</b>	<b>53%</b>	<b>47%</b>	<b>76%</b>	<b>24%</b>	<b>78%</b>	<b>22%</b>

În rândul politicienilor cu cele mai multe apariții în știrile electorale de la televiziunile monitorizate întâietatea o dețin liderii PDM și PLDM.

Din 67 de apariții ale liderului PDM M.Lupu, 46 au fost înregistrate la 4 televiziuni: Prime Tv (13), Publika Tv (12), Canal 2 (11) și Canal 3 (10).

Din 65 de apariții ale liderului PLDM, V.Filat, 50 au fost înregistrate la alte 4 televiziuni: Accent Tv (15), N4 (13), ProTv și Tv 7 (câte 11).

Igor Corman, de 39 de ori din 48, a apărut la 4 televiziuni: Prime Tv, Publika Tv, Canal 2 și Canal 3, respectiv, de 12, 9, 8 și 10 ori.

V.Plahotniuc, din 39 de apariții, 28 sunt pe contul a două televiziuni: Jurnal Tv (17 ori) și Accent Tv (11 ori), inclusiv în 25 de rânduri, în context negativ.

Aparițiile reprezentanților PDM V.Bornari (28), V.Buliga (23) și P.Filip (22) se datorează în cea mai mare parte mediatizării acestora de către 4 televiziuni: Prime Tv, Publika Tv, Canal 2 și Canal 3, respectiv: 22 din 28 de ori; 13 din 23 de ori și 18 din 22 de ori.

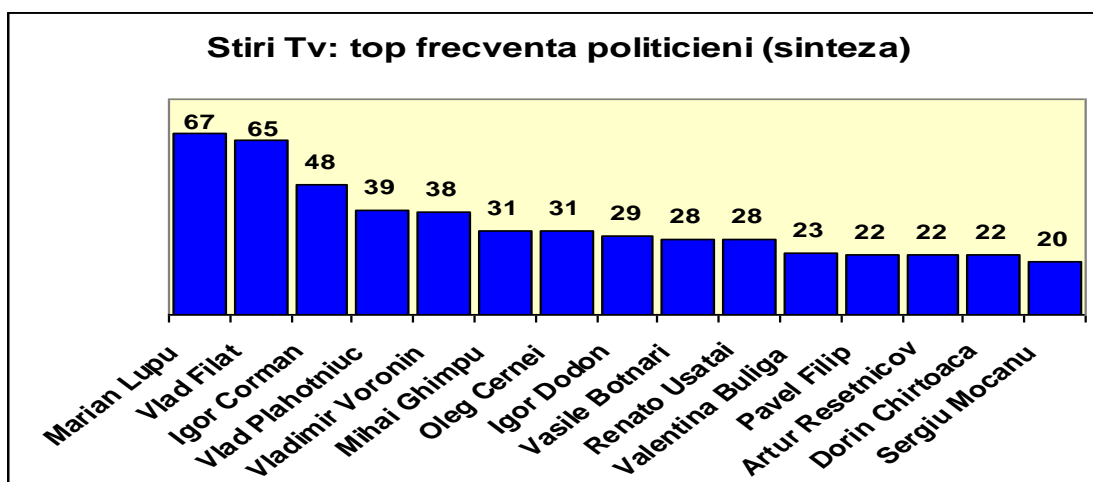
Tv Moldova 1, Canal Regional și GRT au menținut un anumit echilibru al prezenței politicienilor în știrile electorale difuzate în perioada de referință.

Prime Tv, Publika Tv, Canal 2 și Canal 3 au dat preferință în mod clar, ca număr de apariții, reprezentanților PDM.

Pro Tv, Tv7, Jurnal Tv și N4, cu câte o excepție, au asigurat o vizibilitate echilibrată a politicienilor, ca frecvență, în știrile electorale. Pentru ProTv, Tv7 și N 4 excepția se referă la numărul mare de apariții în știri a liderului PLDM V.Filat. La Jurnal Tv excepția vizează numărul mare de apariții a vicepreședintelui PDM V.Plahotniuc.

Accent Tv a exagerat cu numărul mare de apariții a trei politicieni - V.Filat, V.Plahotniuc și R.Usatâi, în comparație cu frecvența aparițiilor celorlalți.



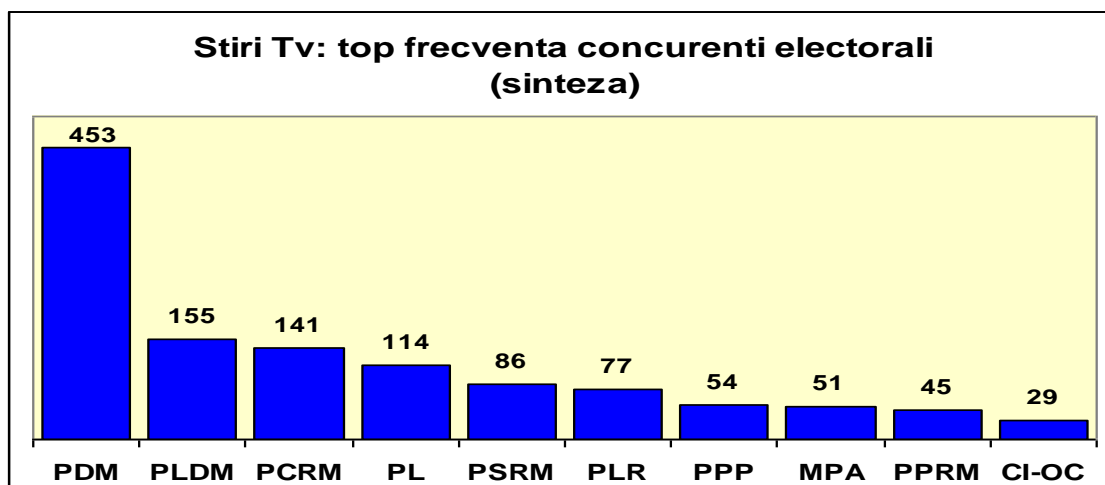


Dintre concurenții electorali mediatizați în știri de televiziunile monitorizate cea mai mare vizibilitate a avut-o, detașat, PDM.

276 de apariții în știrile electorale a PDM din totalul de 453 sau peste 60 la sută, au fost pe contul a 4 televiziuni: Prime Tv, Publika Tv, Canal 2 și Canal 3.

PLDM, cel mai des, a apărut în știrile electorale ale Accent Tv, de cele mai multe ori – în context negativ, ProTv, Tv7 și Tv Moldova 1.

PCRM, mai des a apărut în știrile ProTv și Jurnal Tv.

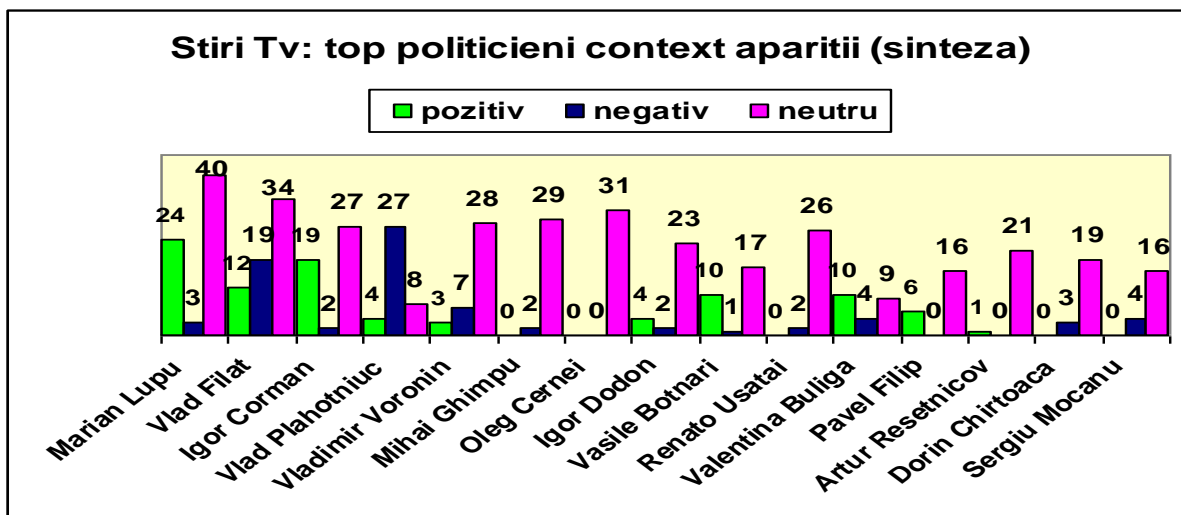


De cele mai multe ori politicienii au apărut în știri electorale în context neutru.

În context pozitiv au fost plasați cel mai des reprezentanții ai PDM: M.Lupu, I.Corman, V.Botnari și V.Buliga. În cele mai multe cazuri reprezentanții PDM au fost plasați în context pozitiv la știrile de la Prime Tv, Publika Tv, Canal 2 și Canal 3.

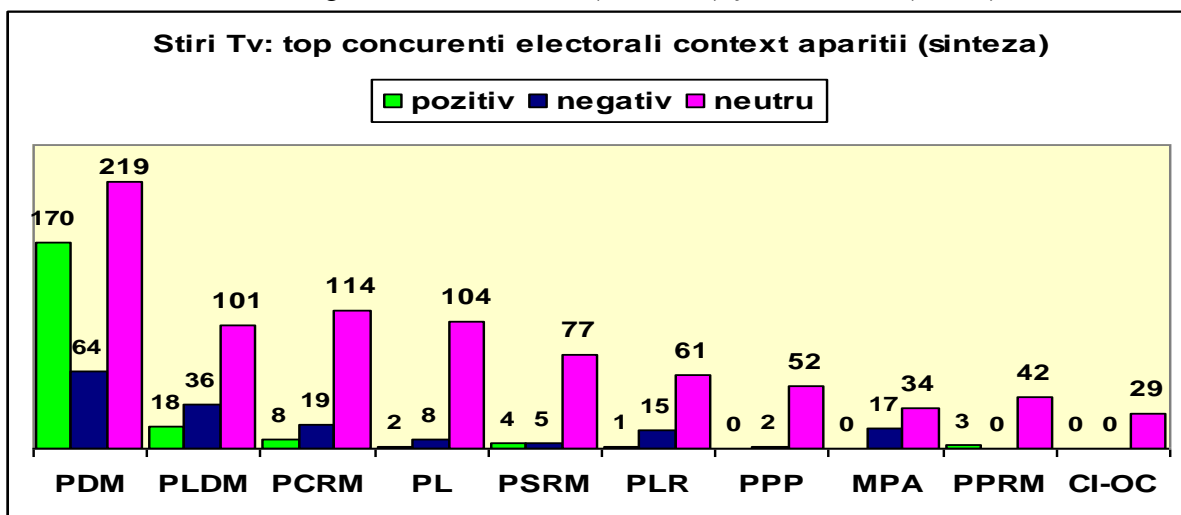
În context pozitiv a apărut și liderul PLDM V.Filat, de 12 ori, inclusiv de 6 ori la știrile electorale de la Tv N4.

În context negativ cel mai des au fost plasați în știri V.Plahotniuc, de 27 de ori, inclusiv de 16 ori la Jurnal Tv și de 9 ori la Accent Tv, și V.Filat, în 19 rânduri, inclusiv de 13 ori - la Accent Tv.



În știrile televiziunilor monitorizate concurenții electorali au apărut în majoritatea cazurilor în context neutru.

PDM a fost plasat cel mai des și în context pozitiv (170 de ori), și în context negativ (64 de ori). În cea mai mare parte contextul pozitiv a fost „asigurat” de televiziunile Prime Tv, Publika Tv, Canal 2 și Canal 3, iar contextul negativ – de Jurnal Tv (33 de ori) și Accent Tv (15 ori).



### 2.1.1 Moldova 1

În perioada 18 – 31 octombrie Tv Moldova 1 a mediatizat în știri 17 funcționari de stat importanți. 7 dintre aceștia au avut între 18 (Iu. Leancă) și 2 (V. Chiveri) intervenții directe și/sau mențiuni, iar 10 - câte una. În context pozitiv a apărut un singur funcționar de stat (Iu. Leancă), în 7 rânduri. În context negativ au fost plasați 4 funcționari, câte o dată, în rest - protagoniștii au apărut în context neutru.

Funcționari de stat	Tv Moldova 1	Frecvență apariții	Context		
			pozitiv	negativ	neutru
*Iurie Leanca		18	7	0	11
*Vasile Bumacov		11	0	1	10
*Andrian Candu		6	0	0	6
*Dorin Chirtoaca		3	0	0	3
*Igor Corman		3	0	0	3

*Nicolae Timofti	<b>3</b>	0	0	3
*Valeriu Chiveri	<b>2</b>	0	0	2

Știrile cu caracter electoral la Tv Moldova 1 au avut în calitate de protagoniști 56 de politicieni. Cel mai des a apărut liderul PLDM - de 7 ori, urmat de liderii PDM, PMA – de câte 6 ori, și PL - de 5 ori. Ceilalți politicieni au avut apariții cuprinse între 1 dată și 4 ori. În context pozitiv au apărut M.Lupu, de 2 ori, și V.Filat, Iu.Leancă și V.Voronin - de câte o dată. În context negativ de 2 ori a fost plasat V.Filat și, câte o dată – S.Mocanu și V.Plahotniuc. În rest, protagoniștii au apărut în context neutru.

Tv Moldova 1 Politicieni	Frecvență apariții	Context		
		pozitiv	negativ	Neutru
Vlad Filat	<b>7</b>	1	2	4
Marian Lupu	<b>6</b>	2	0	4
Sergiu Mocanu	<b>6</b>	0	1	5
Mihai Ghimpu	<b>5</b>	0	0	5
Renato Usatai	<b>4</b>	0	0	4
Oleg Cernei	<b>4</b>	0	0	4
Larisa Manole	<b>3</b>	0	0	3
Alexandru Oleinic	<b>3</b>	0	0	3
Valeriu Cosarciuc	<b>3</b>	0	0	3
Lilian Deliu	<b>2</b>	0	0	2
Dorin Chirtoaca	<b>2</b>	0	0	2
Igor Dodon	<b>2</b>	0	0	2
Iurie Leanca	<b>2</b>	1	0	1
Mihai Godea	<b>2</b>	0	0	2
Oleg Brega	<b>2</b>	0	0	2
Tatiana Potang	<b>2</b>	0	0	2
Vladimir Voronin	<b>2</b>	1	0	1

Tv Moldova 1 în știri a mediatizat, cu frecvență diferită, 25 de concurenți electorali sau pretendenți la calitatea de concurent electoral. Cel mai des a fost mediatizat PDM – de 29 de ori, PLDM - de 20 de ori, și PL – de 18 ori. PDM a fost plasat în context pozitiv de 6 ori, PLDM – de 4 ori, PL și PCRМ – câte o dată. În context negativ cel mai des au apărut MPA – de 4 ori, PLDM – de 3 ori și PDM – de 2 ori.

Tv Moldova 1 Concurenți electorali	Frecvență apariții	Context		
		pozitiv	negativ	Neutru
PDM	<b>29</b>	6	2	21
PLDM	<b>20</b>	4	3	13
PL	<b>18</b>	1	0	17
MPA	<b>14</b>	0	4	10
PLR	<b>11</b>	0	1	10
PCRМ	<b>10</b>	1	0	9
PPP	<b>9</b>	0	0	9
PPRM	<b>9</b>	0	0	9
PAD	<b>8</b>	0	0	8

## 2.1.2 Prime TV

Prime Tv a mediatizat în știri 9 funcționari de stat importanți, iar cel mai des – pe A.Candu, D. Chirtoacă și Iu.Leancă. A.Candu, în 5 rânduri din 7, apare în context pozitiv. În restul cazurilor protagoniștii au fost plasați în context neutru.

Prime Tv	Frecvență	Context		
Funcționari de stat	apariții	pozitiv	negativ	neutru
*Andrian Candu	7	5	0	2
*Dorin Chirtoaca	6	0	0	6
*Iurie Leanca	3	0	0	3
*Sergiu Sainciuc	1	0	0	1
*Vasile Bumacov	1	0	0	1
*Vitalie Colun	1	0	0	1
*Vlad Cotet	1	0	0	1
*Igor Corman	1	0	0	1
*Nicolae Timofti	1	0	0	1

Prime Tv a avut în știrile cu caracter electoral 31 de politicieni, iar cei mai mediatizați dintre ei au fost M.Lupu și I.Corman – de 13 și, respectiv, 12 ori. În lista celor care au fost mediatizați între 2 și 6 ori se mai regăsesc încă 6 reprezentanți ai PDM. Practic, toți reprezentanții PDM în mai multe rânduri au fost plasați în context pozitiv și neutru, iar 6 dintre ei – doar în context pozitiv.

Prime Tv	Frecvență	Context		
Politicieni	apariții	pozitiv	negativ	neutru
Marian Lupu	13	8	0	5
Igor Corman	12	12	0	0
Pavel Filip	6	3	0	3
Vasile Botnari	6	6	0	0
Valentina Buliga	4	4	0	0
Oleg Cernei	4	0	0	4
Artur Resetnicov	3	1	0	2
Vladimir Voronin	3	0	0	3
Monica Babuc	2	2	0	0
Sergiu Sarbu	2	2	0	0
Vlad Plahotniuc	2	2	0	0
Alexandru Oleinic	2	0	0	2
Mihai Ghimpu	2	0	0	2

Prime Tv a mediatizat în știri 15 concurenți electorali, iar cel mai des și detașat categoric de ceilalți – PDM, în 75 de rânduri, inclusiv de 60 de ori – în context pozitiv. Ca frecvență PDM depășește ceilalți concurenți luați împreună (75 la 50). În context pozitiv mai apare, 1 dată, PCRM, iar în context negative – același PCRM, de 2 ori, și PLR – de 3 ori.

Prime Tv	Frecvență	Context		
Concurenți electorali	apariții	pozitiv	negativ	neutru
PDM	75	60	0	15

PCRM	<b>14</b>	1	2	11
PL	<b>7</b>	0	0	7
PPRM	<b>6</b>	0	0	6
PLR	<b>4</b>	0	3	1
PSRM	<b>4</b>	0	0	4
CI-OC	<b>4</b>	0	0	4
PLDM	<b>3</b>	0	0	3
PPM	<b>2</b>	0	0	2

### 2.1.3 Publika TV

Tv Publika a mediatizat 9 funcționari de stat importanți, iar cel mai des – pe Iu.Leancă și A.Candu – de câte 6 ori și pe D.Chirtoacă – de 3 ori. A.Candu în 3 rânduri apare în context pozitiv, iar Iu.Leancă și D.Chirtoacă – câte 1 dată. D.Chirtoacă apare 1 dată și în context negativ.

Publika Tv Funcționari de stat	Frecvență apariții	Context		
		pozitiv	negativ	Neutru
*Iurie Leanca	<b>6</b>	1	0	5
*Andrian Candu	<b>6</b>	3	0	3
*Dorin Chirtoaca	<b>3</b>	1	1	1
*Vasile Bumacov	<b>2</b>	0	0	2
*Igor Corman	<b>2</b>	0	0	2
*Nicolae Timofti	<b>2</b>	0	0	2
*Vitalie Colun	<b>1</b>	0	0	1
*Andrei Usatai	<b>1</b>	0	0	1
*Dmitri Constantinov	<b>1</b>	0	0	1

Tv Publika a mediatizat în știri electorale 36 de politicieni, iar cel mai des – pe M.Lupu și I.Corman – 12 și, respectiv, 9 ori. Mai mult de jumătate din numărul politicienilor care au avut o frecvență a aparițiilor în știri mai mare de 3, sunt reprezentanți ai PDM. Aceștia au fost plasați în context pozitiv și neutru.

Publika Tv Politicieni	Frecvență apariții	Context		
		pozitiv	negativ	Neutru
Marian Lupu	<b>12</b>	6	0	6
Igor Corman	<b>9</b>	1	0	8
Pavel Filip	<b>6</b>	2	0	4
Vasile Botnari	<b>6</b>	2	0	4
Valentina Buliga	<b>3</b>	3	0	0
Valentina Stratan	<b>3</b>	0	0	3
Vladimir Voronin	<b>3</b>	0	0	3
Mihai Ghimpu	<b>3</b>	0	0	3
Oleg Cernei	<b>3</b>	0	0	3

Tv Publika s-a referit în știri la 19 concurenți electorali, iar cel mai des – la PDM, în 74 de rânduri, inclusiv de 38 de ori, în context pozitiv. În context pozitiv a mai apărut, de 2 ori, PPRM. În context negativ au fost plasați MPA – de 4 ori, PLR – de 3 ori, și PCRM – o dată.

<b>Publika Tv</b>	<b>Frecvență aparitii</b>	<b>Context</b>		
<b>Concurenti electorali</b>		<b>pozitiv</b>	<b>negativ</b>	<b>Neutru</b>
PDM	<b>74</b>	38	0	36
PCRM	<b>13</b>	0	1	12
PL	<b>9</b>	0	0	9
PPRM	<b>8</b>	2	0	6
PSRM	<b>6</b>	0	0	6
PLDM	<b>5</b>	0	0	5
PLR	<b>5</b>	0	3	2
MPA	<b>4</b>	0	4	0
PPP	<b>3</b>	0	0	3
CI-OC	<b>3</b>	0	0	3

### 2.1.4 Canal 2

Canal 2 a mediatizat în știri 12 funcționari de stat importanți, iar cel mai des – pe Iu.Leancă, D.Chirtoacă, A.Candu și V.Bumacov. Iu.Leancă, 1 dată din 5, apare în context pozitiv.

<b>Canal 2</b>	<b>Frecvență aparitii</b>	<b>Context</b>		
<b>Funcționari de stat</b>		<b>pozitiv</b>	<b>negativ</b>	<b>neutru</b>
*Iurie Leanca	<b>5</b>	1	0	4
*Dorin Chirtoaca	<b>4</b>	0	1	3
*Andrian Candu	<b>4</b>	0	0	4
*Vasile Bumacov	<b>3</b>	0	0	3

Protagoniști ai știrilor electorale de la Canal 2 au fost și 34 de politicieni dintre care 12 au apărut cu o frecvență cuprinsă între 2 și 11 ori. Cei mai mediatizați politicieni au fost reprezentanții PDM M.Lupu, I.Corman și V.Botnari. M.Lupu a fost plasat în context pozitiv de 4 ori, I.Corman și S.Sârbu – de câte 2 ori și V.Buliga – o dată. În context negativ, o dată, a apărut liderul PCRM V.Voronin.

<b>Canal 2</b>	<b>Frecvență aparitii</b>	<b>Context</b>		
<b>Politicieni</b>		<b>pozitiv</b>	<b>negativ</b>	<b>neutru</b>
Marian Lupu	<b>11</b>	4	0	7
Igor Corman	<b>8</b>	2	0	6
Vasile Botnari	<b>6</b>	0	0	6
Vladimir Voronin	<b>5</b>	0	1	4
Oleg Cernei	<b>4</b>	0	0	4
Valentina Buliga	<b>3</b>	1	0	2
Sergiu Sarbu	<b>3</b>	2	0	1
Artur Resetnicov	<b>2</b>	0	0	2
Pavel Filip	<b>2</b>	0	0	2
Ana Gutu	<b>2</b>	0	0	2
Oleg Brega	<b>2</b>	0	0	2
Sergiu Mocanu	<b>2</b>	0	0	2

La Tv Canal 2 lider detașat ca vizibilitate în știri, între cei 20 de concurenți mediatizați, este PDM – cu 65 de apariții, mai mult decât ceilalți luați împreună. PDM a apărut în 29 de rânduri în context pozitiv, o dată – în context negativ și de 35 de ori – în context neutru. PCRM, din 13 apariții, 2 au fost în context pozitiv, și 2 – în context negativ. În context negativ au mai fost plasați PLR – de 3 ori, și MPA – de 2 ori.

Canal 2 Concurenți electorali	Frecvență apariții	Context		
		pozitiv	negativ	neutru
PDM	65	29	1	35
PCRM	13	2	2	9
PLR	6	0	3	3
PL	6	0	0	6
PPRM	5	1	0	4
CI-OC	4	0	0	4
MPA	4	0	2	2
PLDM	2	0	0	2
PPP	2	0	0	2
PSRM	2	0	0	2
CI-OB	2	0	0	2
PPM	2	0	0	2

### 2.1.5 Canal 3

Canal 3 a mediatizat 9 funcționari importanți, iar cel mai des – pe D.Chirtoacă, inclusiv în 2 rânduri din opt – în context negativ. În context pozitiv, 1 dată, a fost plasat un singur funcționar – A.Candu.

Canal 3 Funcționari de stat	Frecvență apariții	Context		
		pozitiv	negativ	Neutru
*Dorin Chirtoaca	8	0	2	6
*Vasile Bumacov	3	0	0	3
*Andrian Candu	3	1	0	2
*Iurie Leanca	3	0	0	3
*Vlad Cotet	2	0	0	2

În știrile electorale de la Canal 3 au fost mediatizați 33 de politicieni, iar cel mai des – I.Corman și M.Lupu, de câte 10 ori, inclusiv de câte 3 ori – în context pozitiv. În două rânduri din trei, în context pozitiv a fost plasată și V.Buliga, reprezentantă a aceluiași partid. În context negativ, câte 1 dată, au apărut D.Chirtoacă și V.Voronin.

Canal 3 Politicieni	Frecvență apariții	Context		
		pozitiv	negativ	Neutru
Igor Corman	10	3	0	7
Marian Lupu	10	3	0	7
Pavel Filip	4	0	0	4
Vasile Botnari	4	0	0	4
Dorin Chirtoaca	4	0	1	3
Valentina Buliga	3	2	0	1

Mihai Ghimpu	3	0	0	3
Vladimir Voronin	3	0	1	2
Oleg Cernei	3	0	0	3

Tv Canal 3 a mediatizat în știri 15 concurenți electorali, iar cel mai des – PDM, de 62 de ori, inclusiv de 25 de ori – în context pozitiv. În context negativ au apărut PCRM în 4 rânduri din 10, PL – o dată din 10 și PLR – de 3 ori din 5.

Canal 3 Concurenți electorali	Frecvență apariții	Context		
		pozitiv	negativ	Neutru
PDM	62	25	0	37
PCRM	10	0	4	6
PL	10	0	1	9
PLR	5	0	3	2
PPRM	4	0	0	4
PSRM	3	0	0	3
CI-OC	3	0	0	3
CI-OB	2	0	0	2
MR	2	0	0	2
PPM	2	0	0	2

### 2.1.6 PRO TV

Pro Tv a mediatizat 15 funcționari de stat importanți, iar cel mai des – pe Iu.Leancă, de 16 ori, inclusiv de 3 ori în context pozitiv și o dată – în context negativ. În context negativ mai apare D.Chirtoacă, de 3 ori din 10.

Pro TV Funcționari de stat	Frecvență Apariții	Context		
		pozitiv	negativ	neutru
*Iurie Leanca	16	3	1	12
*Dorin Chirtoaca	10	0	3	7
*Vasile Bumacov	6	0	0	6
*Andrian Candu	4	0	0	4
*Dorin Recean	2	0	0	2
*Nicolae Timofti	2	0	0	2
*Oleg Efrim	2	0	0	2

Pro Tv, în știrile electorale, a avut în calitate de protagoniști și 57 de politicieni. Cel mai frecvent în știri a apărut V.Filat, de 11 ori, urmat de V.Voronin – de 8 ori, de I.Dodon – de 7 ori, și de D.Chirtoacă – de 6 ori. V.Voronin apare o dată în context pozitiv. În context negativ apare de 2 ori V.Filat și o dată D.Chirtoacă.

Pro TV Politicieni	Frecvență apariții	Context		
		poz.	neg.	neutru
Vlad Filat	11	0	2	9
Vladimir Voronin	8	1	0	7
Igor Dodon	7	0	0	7



Dorin Chirtoaca	6	0	1	5
Oleg Cernei	5	0	0	5
Mihai Ghimpu	5	0	0	5
Renato Usatai	5	0	0	5
Vlad Plahotniuc	5	0	0	5
Artur Resetnicov	3	0	0	3
Ion Ceban	3	0	0	3
Marian Lupu	3	0	0	3
Sergiu Mocanu	3	0	0	3
Iurie Leanca	3	0	0	3

Pro Tv a mediatizat în știri 21 de concurenți electorali, iar cel mai des – PDM, PCRM, PLDM, PL și PSRM. PDM, PCRM și PL apar, câte o dată, în context pozitiv. În context negativ în 4 rânduri a fost plasat PLDM, în 3 rânduri – PDM, în 2 rânduri – PL și o dată – MPA.

Pro TV	Frecvență	Context		
Concurenți electorali	aparitii	pozitiv	negativ	neutru
PDM	30	1	3	26
PCRM	28	1	1	26
PLDM	25	0	4	21
PL	22	1	2	19
PSRM	17	0	0	17
MPA	8	0	1	7
PPP	7	0	0	7
PLR	5	0	0	5
CI-OC	4	0	0	4
PAD	4	0	0	4
PPR	3	0	0	3
MR	2	0	0	2
PVE	2	0	0	2

### 2.1.7 TV 7

Tv 7 a mediatizat în știrile electorale 13 funcționari importanți, iar cel mai des – pe Iu.Leancă, de 13 ori, inclusiv în 2 rânduri, în context pozitiv. În context negativ a apărut, o dată din 5, D.Chirtoacă.

TV7	Frecvență	Context		
Funcționari de stat	Aparitii	pozitiv	negativ	Neutru
*Iurie Leanca	13	2	0	11
*Dorin Chirtoaca	5	0	1	4
*Andrei Usatai	3	0	0	3
*Nicolae Timofti	3	0	0	3
*Octavian Mahu	2	0	0	2
*Oleg Efrim	2	0	0	2
*Vasile Bumacov	2	0	0	2
*Andrian Candu	2	0	0	2
*Vlad Cotet	2	0	0	2

În știrile electorale de la Tv 7 au apărut în calitate de protagoniști și 40 de politicieni, iar cel mai des – V.Filat, de 11 ori, inclusiv în 5 rânduri – în context pozitiv. În context pozitiv au mai apărut M.Lupu și V.Voronin, câte 1 dată, iar în context negativ, câte 1 dată, Iu.Leancă și N.Grozavu.

<b>TV7</b>	<b>Frecvență apariții</b>	<b>Context</b>		
<b>Politicieni</b>		<b>pozitiv</b>	<b>negativ</b>	<b>Neutru</b>
Vlad Filat	<b>11</b>	5	0	6
Igor Dodon	<b>4</b>	0	0	4
Marian Lupu	<b>4</b>	1	0	3
Mihai Ghimpu	<b>3</b>	0	0	3
Igor Corman	<b>3</b>	0	0	3
Iurie Leanca	<b>3</b>	0	1	2
Vladimir Voronin	<b>3</b>	1	0	2
Artur Resetnicov	<b>2</b>	0	0	2
Igor Lupulciuc	<b>2</b>	0	0	2
Ion Ceban	<b>2</b>	0	0	2
Nistor Grozavu	<b>2</b>	0	1	1
Tatiana Potang	<b>2</b>	0	0	2
Dorin Chirtoaca	<b>2</b>	0	0	2
Mihai Godea	<b>2</b>	0	0	2
Oleg Cernei	<b>2</b>	0	0	2
Renato Usatai	<b>2</b>	0	0	2

Tv 7 a mediatizat în știri 22 de concurenți electorali, iar cel mai des – PLDM, PDM, PL, PCRM și PSRM. În context pozitiv PLDM a fost plasat în 7 rânduri, PDM – în 6 rânduri, PCRM – în 3 rânduri și PLR – o dată. PLDM, PDM, PLR și MPA, câte o dată, apar și-n context negativ.

<b>TV7</b>	<b>Frecvență apariții</b>	<b>Context</b>		
<b>Concurenți electorali</b>		<b>pozitiv</b>	<b>negativ</b>	<b>neutru</b>
PLDM	<b>25</b>	7	1	17
PDM	<b>21</b>	6	1	14
PL	<b>15</b>	0	0	15
PCRM	<b>12</b>	3	0	9
PSRM	<b>12</b>	0	0	12
PLR	<b>9</b>	1	1	7
PPRM	<b>4</b>	0	0	4
MPA	<b>3</b>	0	1	2
PAD	<b>3</b>	0	0	3
PVE	<b>3</b>	0	0	3
PPP	<b>2</b>	0	0	2
CI-OC	<b>2</b>	0	0	2
MR	<b>2</b>	0	0	2

## 2.1.8 Jurnal TV

Jurnal Tv a mediatizat în știri electorale 9 funcționari importanți, iar cel mai des - pe Iu.Leancă și D.Chirtoacă, de câte 5 ori, și pe N.Timofți – de 3 ori. Iu.Leancă și D.Chirtoacă au apărut câte o dată în context pozitiv. N.Timofți, o dată, și D.Chirtoacă de 3 ori au fost plasați în context negativ.

Jurnal Tv	Frecvență	Context		
Funcționari de stat	aparitii	pozitiv	negativ	neutru
*Iurie Leanca	5	1	0	4
*Dorin Chirtoaca	5	1	3	1
*Nicolae Timofți	3	0	1	2

Jurnal Tv a mediatizat în știri electorale 38 de politicieni, iar cel mai des – pe V.Plahotniuc, de 17 ori, inclusiv în 16 rânduri – în context negativ. Nici un protagonist politician nu a fost plasat în știri în context pozitiv, iar în context negativ – V.Filat, M.Lupu și I.Corman, în câte 2 rânduri; I.Dodon, M.Ghimpu, V.Voronin, V.Munteanu, Iu.Leancă și V.Buliga – câte o dată.

Jurnal Tv	Frecvență	Context		
Politicieni	aparitii	pozitiv	negativ	neutru
Vlad Plahotniuc	17	0	16	1
Ana Ursachi	4	0	0	4
Oleg Cernei	4	0	0	4
Artur Resetnicov	4	0	0	4
Igor Dodon	4	0	1	3
Vlad Filat	4	0	2	2
Valeriu Saharneanu	3	0	0	3
Victor Gurau	3	0	0	3
Ion Hadarca	3	0	0	3
Mihai Ghimpu	3	0	1	2
Marian Lupu	3	0	2	1
Valeriu Strelet	3	0	0	3
Vladimir Voronin	3	0	1	2
Sergiu Mocanu	2	0	0	2
Tatiana Potang	2	0	0	2
Valeriu Munteanu	2	0	1	1
Igor Corman	2	0	2	0
Iurie Leanca	2	0	1	1
Valentina Buliga	2	0	1	1

Jurnal Tv a mediatizat 11 concurenți electorali, iar cel mai des – PDM, de 41 de ori, inclusiv în 33 de rânduri, în context negativ. În context negativ au mai fost plasați PLDM – de 7 ori din 16; PCRM – de 4 ori din 18; PSRM – de 3 ori din 6; PL – de 2 ori din 8 și PPP – 1 dată din 2.

Jurnal Tv	Frecvență	Context		
Concurenti electorali	aparitii	pozitiv	negativ	Neutru
PDM	41	0	33	8
PCRM	18	0	4	14

PLR	16	0	0	16
PLDM	16	0	7	9
PL	8	0	2	6
PSRM	6	0	3	3
MPA	4	0	0	4
CI-OC	3	0	0	3
PPP	2	0	1	1

## 2.1.9 N4

În știrile N4 cu caracter electoral au fost prezenți 6 funcționari de stat, iar cel mai des – Iu.Leancă – în 20 de rânduri, inclusiv în context pozitiv – de 6 ori, și în context negativ – de 3 ori. În context pozitiv, o dată, a mai apărut A.Usatâi, iar în context negativ, 1 dată, D.Chirtoacă.

N4 Funcționari de stat	Frecvență apariții	Context		
		pozitiv	negativ	Neutru
*Iurie Leanca	20	6	3	11
*Vasile Bumacov	3	0	0	3
*Andrei Usatai	2	1	0	1
*Dorin Chirtoaca	2	0	1	1
*Andrian Candu	2	0	0	2

Printre protagoniștii știrilor electorale la Tv N 4 s-au regăsit 30 de politicieni, iar cel mai des – V.Filat, de 13 ori, inclusiv de 6 ori în context pozitiv; I. Dodon și V.Voronin, de câte 5 ori. În context negativ au fost plasați V.Voronin – de 4 ori; I.Dodon, R.Usatâi, S.Mocanu, D.Chirtoacă și M.Lupu – de câte 1 dată.

N4 Politicieni	Frecvență apariții	Context		
		pozitiv	negativ	Neutru
Vlad Filat	13	6	0	7
Igor Dodon	5	1	1	3
Vladimir Voronin	5	0	4	1
Renato Usatai	4	0	1	3
Ion Ceban	3	0	0	3
Sergiu Mocanu	3	0	1	2
Dorin Chirtoaca	3	0	1	2
Marian Lupu	3	0	1	2
Mihai Ghimpu	3	0	0	3
Alexandru Oleinic	2	0	0	2
Ion Hadarca	2	0	0	2
Iurie Rosca	2	0	0	2
Ana Gutu	2	0	0	2

În perioada de referință N4 a mediatizat în știri 14 concurenți electorali, iar mai des – PDM, PLDM, PSRM și PL. În context pozitiv PLDM a fost plasat de 6 ori, PDM – de 4 ori și PSRD – 1 dată. Șase concurenți au apărut și-n context negativ, iar cel mai des – PDM, de 7 ori din 18 apariții, și PCR, de 5 ori din 7 apariții.

N4 Concurenți electorali	Frecvență apariții	Context		
		pozitiv	negativ	neutru
PDM	18	4	7	7
PLDM	17	6	0	11
PSRM	16	1	1	14
PL	10	0	2	8
PLR	9	0	0	9
PPP	8	0	1	7
PCRM	7	0	5	2
PPRM	6	0	0	6
MPA	4	0	1	3
PCR	2	0	0	2
PNL	2	0	0	2
PPCD	2	0	0	2

### 2.1.10 Accent TV

Accent Tv a mediatizat în știri electorale 12 funcționari de stat importanți, inclusiv V.Bumacov, în 7 rânduri și Iu.Leancă – în 5 rânduri. În context negativ au fost plasați V.Bumacov și A.Candu, de câte 2 ori; Iu.Leancă și D.Chirtoacă – de câte o dată.

Accent Tv Funcționari de stat	Frecvență apariții	Context		
		pozitiv	negativ	neutru
*Vasile Bumacov	7	0	2	5
*Iurie Leanca	5	0	1	4
*Andrian Candu	4	0	2	2
*Dorin Chirtoaca	3	0	1	2
*Dorin Recean	2	0	0	2

48 de politicieni au fost prezenți în știrile electorale la Accent Tv, iar cel mai des – V.Filat, V.Plahotniuc și R.Usatâi. V.Filat a apărut în context negativ de 13 ori din 15, iar V.Plahotniuc – în 9 rânduri din 11. În context pozitiv a fost plasat un singur politician – I.Dodon, în 3 rânduri din 3.

Accent Tv Politicieni	Frecvență apariții	Context		
		pozitiv	negativ	Neutru
Vlad Filat	15	0	13	2
Vlad Plahotniuc	11	0	9	2
Renato Usatai	10	0	0	10
Grigore Petrenco	4	0	0	4
Valentina Buliga	4	0	2	2
Artur Resetnicov	3	0	0	3
Igor Dodon	3	3	0	0
Ion Butmalai	3	0	0	3
Igor Tuleantev	3	0	0	3
Valeriu Strelet	3	0	1	2
Ana Gutu	3	0	1	2

Accent Tv a mediatizat în știri 12 concurenți electorali, iar cel mai des – PLDM, PDM și PPP. În context pozitiv a apărut un singur concurent – PSRM, de 3 ori din 10 apariții. În context negativ au fost plasați majoritatea concurenților electorali, iar cel mai des – PLDM, de 20 de ori în 34 de apariții; PDM – de 15 ori în 29 de apariții și MPA – de 3 ori în 7 apariții.

<b>Accent Tv</b>	<b>Frecvență apariții</b>	<b>Context</b>		
<b>Concurenți electorali</b>		<b>pozitiv</b>	<b>negativ</b>	<b>Neutru</b>
PLDM	<b>34</b>	0	20	14
PDM	<b>29</b>	0	15	14
PPP	<b>20</b>	0	0	20
PSRM	<b>10</b>	3	0	7
PCRM	<b>9</b>	0	0	9
MPA	<b>7</b>	0	3	4
PL	<b>7</b>	0	1	6
PLR	<b>6</b>	0	1	5
PPCD	<b>2</b>	0	0	2

### 2.1.11 Canal Regional

Canal Regional a mediatizat în știri electorale 11 funcționari de stat, iar mai des – pe Iu.Leancă, în 5 rânduri, plasat în context neutru.

<b>Canal Regional</b>	<b>Frecvență apariții</b>	<b>Context</b>		
<b>Funcționari de stat</b>		<b>pozitiv</b>	<b>negativ</b>	<b>Neutru</b>
*Iurie Leanca	<b>5</b>	0	0	5
*Valentina Casian	<b>3</b>	1	0	2
*Liliana Nicolaescu-Onofrei	<b>2</b>	2	0	0
*Nicolai Nicolaev	<b>2</b>	0	0	2

Canal Regional a avut printre protagoniștii știrilor electorale și 9 politicieni, toți cu câte o apariție și plasați în context neutru.

<b>Canal Regional</b>	<b>Frecvență apariții</b>	<b>Context</b>		
<b>Politicieni</b>		<b>pozitiv</b>	<b>negativ</b>	<b>Neutru</b>
Fiodor Jelezoglo	<b>1</b>	0	0	1
Ludmila Chiciuc	<b>1</b>	0	0	1
Piotr Puscari	<b>1</b>	0	0	1
Maia Sandu	<b>1</b>	0	0	1
Marian Lupu	<b>1</b>	0	0	1
Mihai Ghimpu	<b>1</b>	0	0	1
Oleg Brega	<b>1</b>	0	0	1
Vasile Botnari	<b>1</b>	0	0	1
Vlad Filat	<b>1</b>	0	0	1

Între concurenții electorali mediatizați în știri de către Canal Regional se regăsesc 5 partide și un candidat independent. Dintre partide PLDM a apărut o dată în context pozitiv și o dată – în context

negativ, din 5 apariții. În context negativ de 2 ori din 4 apariții a fost plasat PDM și 1 dată din 2 apariții – PSRM.

<b>Canal Regional</b>	<b>Frecvență apariții</b>	<b>Context</b>		
<b>Concurenți electorali</b>		<b>pozitiv</b>	<b>negativ</b>	<b>neutru</b>
PLDM	5	1	1	3
PDM	4	0	2	2
PCRM	3	0	0	3
PSRM	2	0	1	1
PL	2	0	0	2
CI-OB	1	0	0	1

### 2.1.12 GRT

În știrile electorale la GRT au fost mediatizați 5 funcționari de stat, toți plasați în context neutru.

<b>GRT</b>	<b>Frecvență apariții</b>	<b>Context</b>		
<b>Funcționari de stat</b>		<b>pozitiv</b>	<b>negativ</b>	<b>neutru</b>
*Valeri Ianioglo	3	0	0	3
*Vasile Bumacov	2	0	0	2
*Alexandr Tarnavschi	1	0	0	1
*Dmitri Constantinov	1	0	0	1
*Nicolai Stoianov	1	0	0	1

În calitate de protagoniști ai știrilor electorale de la GRT se regăsesc și 6 politicieni, fiecare cu câte o apariție în context neutru.

<b>GRT</b>	<b>Frecvență apariții</b>	<b>Context</b>		
<b>Politicieni</b>		<b>pozitiv</b>	<b>negativ</b>	<b>neutru</b>
Natalia Gherman	1	0	0	1
Nicolae Dudoglo	1	0	0	1
Roman Tiutin	1	0	0	1
Valentina Buliga	1	0	0	1
Mihai Godea	1	0	0	1
Vladimir Voronin	1	0	0	1

GRT a mediatizat 12 concurenți electorali, iar cel mai des – PDM, inclusiv 1 dată din 5 apariții – în context pozitiv.

<b>GRT</b>	<b>Frecvență apariții</b>	<b>Context</b>		
<b>Concurenți electorali</b>		<b>pozitiv</b>	<b>negativ</b>	<b>neutru</b>
PDM	5	1	0	4
PCRM	4	0	0	4
PSRM	3	0	0	3
PLDM	2	0	0	2
BE-UV	1	0	0	1
MPA	1	0	0	1
PLR	1	0	0	1

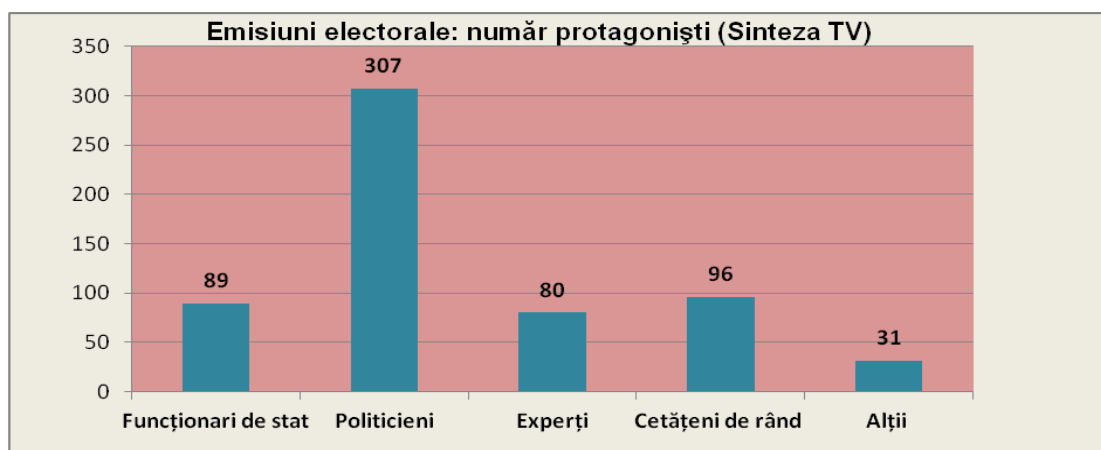
PAD	1	0	0	1
PCR	1	0	0	1
PNL	1	0	0	1
PPCD	1	0	0	1
PPRM	1	0	0	1

## 2.2 Date generale televiziune. Emisiuni cu caracter electoral

În perioada 18-31 octombrie 2014, 11 din cele 12 posturi tv monitorizate au difuzat împreună 58 de emisiuni cu caracter electoral. Cumulat, acestea au avut o durată de peste 47 de ore. Pro TV Chișinău nu a pus pe post nicio emisiune cu caracter electoral în perioada monitorizată

Ca durată, deși nu au fost cele mai numeroase, emisiunile de la TV7 le depășesc pe cele de la alte 10 posturi tv.

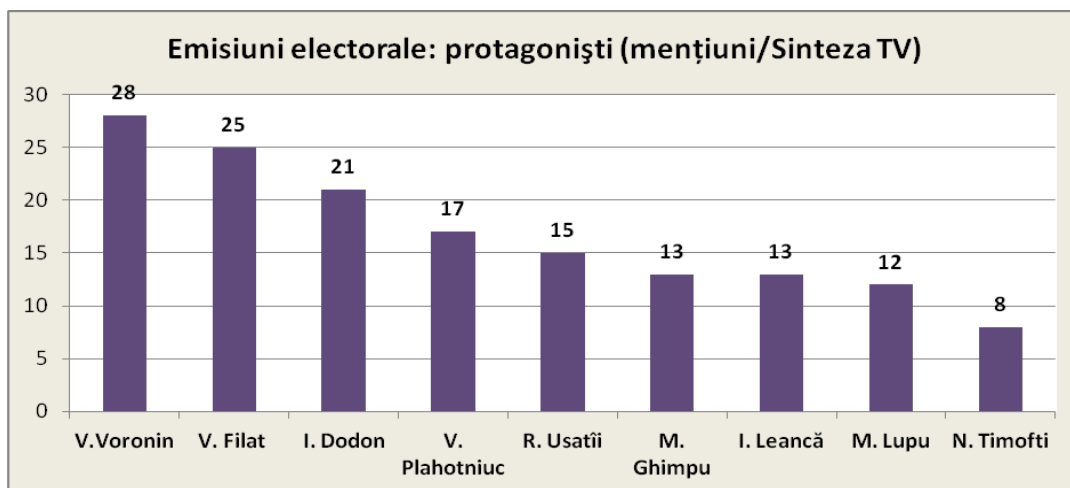
În cele 58 de emisiuni electorale de la cele 11 posturi tv au fost mediatizați, cumulat, 603 protagoniști, 572 dintre care făcând parte din categoriile: *funcționari de stat*, *politicieni*, *experți* și *cetățeni de rând*. Per ansamblu, cei mai mulți protagoniști au fost din categoria *politicieni* (307), iar cei mai puțini – din cea a *experților* (80). De asemenea, 6 din 11 televiziuni au ignorat în totalitate categoria *cetățeni de rând*, dând preferință *politicienilor* sau *funcționarilor de stat*.



În perioada supusă monitorizării, 28 de persoane au fost invitate în studiourile celor 11 posturi tv, participând în mod direct la discuții și/sau dezbateri în cadrul emisiunilor cu caracter electoral. Dintre acestea, un protagonist a fost invitat de 3 ori (Iurie Roșca la *Politica* de la TV7, *Puterea a patra* de la N4 și *I+I* de la Accent TV). De asemenea, 3 persoane au participat la emisiuni de câte două ori (Renato Usatîi la *Puterea a patra* de la N4 și *I+I* de la Accent TV; Vasile Tarlev la *Politica* de la TV7 și la *Puterea a patra* de la N4; Vitalia Pavlicenco la *Fabrika* de la Publika TV și la *Puterea a patra* de la N4).

În cele 269 de mențiuni contabilizate pentru 58 de emisiuni cu caracter electoral, au fost vizate 95 de persoane. Cumulat, cel mai des a fost menționat Vladimir Voronin (de 28 de ori), urmat de Vladimir Filat (de 25 de ori), Igor Dodon (de 21 de ori), Vladimir Plahotniuc (de 17 ori), Renato Usatîi (de 15 ori), Iurie Leancă (de 13 ori), Mihai Ghimpu (de 13 ori), Marian Lupu (de 12 ori) și Nicolae Timofti (de 8 ori).





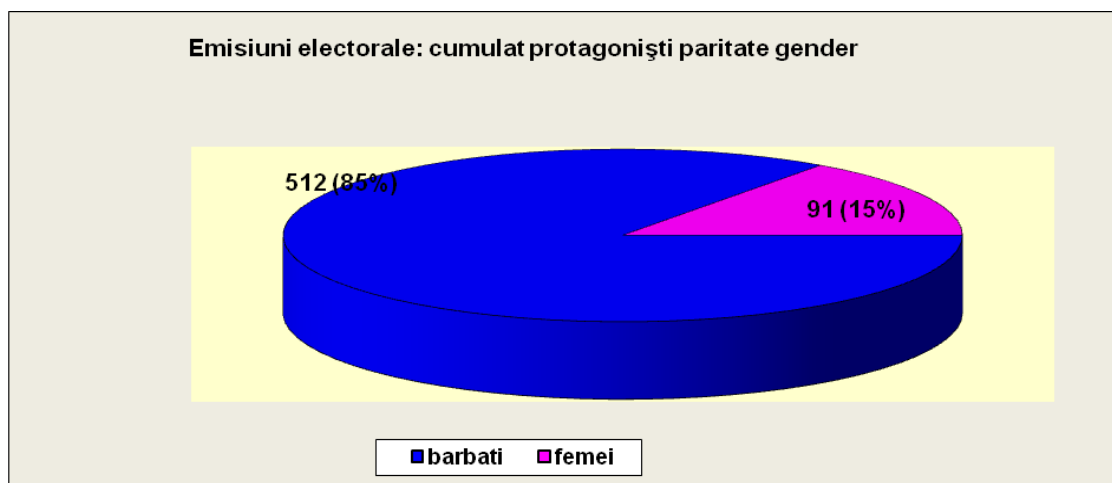
Din totalul de 301 apariții ale protagoniștilor în cele 58 de emisiuni electorale analizate, prestația moderatorilor a fost, în mare parte, conformă normelor deontologice. În cele mai multe cazuri, atitudinea moderatorului față de invitatul din platou sau față de cel/cei menționați a fost una imparțială. Totuși, în perioada 18-31 octombrie 2014 s-au înregistrat și 5 cazuri de *favorizare* și 28 de cazuri de *defavorizare* a protagonistului/protagoniștilor. În primul caz este vorba de posturile Jurnal TV, N4 și Accent TV, iar în al doilea - de Canal 3, Jurnal TV, N4 și Accent TV. *Atitudine favorizantă* a fost catalogată prestația moderatorilor în: emisiunea *Cabinetul din Umbră* de la Jurnal TV (față de Ana Ursachi și Ion Hadârcă), emisiunea *Puterea a patra* de la N4 (față de Ana Guțu) și emisiunea *I+I* de la Accent TV (față de Iurie Roșca și Vladimir Voronin). *Atitudine defavorizantă*, pe de altă parte, a fost prestația moderatorilor în: *Особое мнение* de la Canal 3 (față de Igor Dodon), *Cabinetul din Umbră* de la Jurnal TV (față de Igor Dodon, Marian Lupu, Renato Usatii, Vladimir Filat, Sergiu Mocanu, Vladimir Plahotniuc (2 ori), Vladimir Voronin), *Puterea a patra* de la N4 (față de Renato Usatii – de 2 ori), *I+I* de la Accent TV (față de Angel Agache, Igor Patrașcu, Marian Lupu, Mihai Ghimpu (2 ori), Vadim Pistrinciuc, Valentina Buliga, Valeriu Streleț, Vladimir Filat (5 ori), Vladimir Plahotniuc (4 ori)).

Vizibilitatea partidelor politice în cadrul emisiunilor cu caracter electoral variază de la o televiziune la alta. N4 a oferit cea mai mare diversitate a vocilor, în acest sens, iar Canal Regional și GRT – cea mai mică.

Postul TV	Emisiunea	Număr partide	Partidul
Prime TV	Replica	7	PCRM, PLR, PLDM PDM, PL, PPP, PSRM
Publika TV	Fabrika	3	PCRM, PPP, PSRM
Canal 2	Tema zilei	15	PLDM, PLR, PCRM, PDM, PPP, PSRM, PL, PPCD, PpNT, UCM, 3 candidați independenți
Canal 3	Особое мнение	6	PCRM, PSRM, PPCD, PR, PDM, PSD
TV7	Politica	12	PDM, PSRM, PPCD, PPRM, PR, BE-UV, PFP, PLDM, PCRM, PL, PLR, PPP
Jurnal TV	Cabinetul din umbră	8	PDM, PLR, PCRM, PLDM, PPP, PSRM, MPA, PL
N4	Puterea a patra	20	PL, PPP, PLR, PR, PCR, PPCD, MPA, PNL, PCRM, PDM, PSRM, PLDM, BE-UV, PPSM, PSD, MAE, MR, PPM, PRM, un candidat independent
Accent TV	1+1	8	PPP, PSRM, PLDM, PCRM, PPCD, PDM, PL, PLR
Canal	Loc de dialog	2	PCRM, PLDM

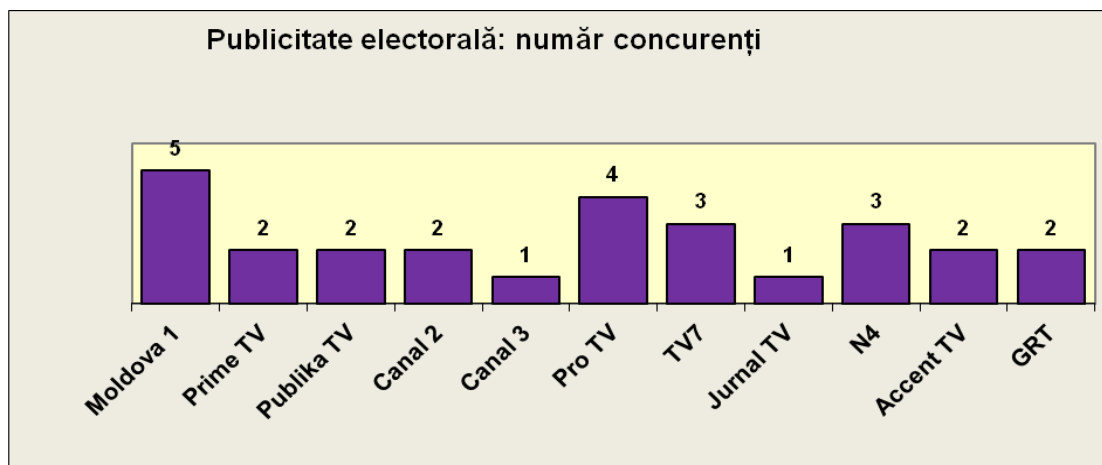
Regional			
GRT	Лицом к региону	2	PLDM, PCRM

În cazul tuturor celor 11 posturi tv atestăm preponderența netă a invitaților-*bărbați* în platoul emisiunilor electorale, în raport cu invitații-*femei*. Vitalia Pavlicenco este singura femeie invitată la o emisiune electorală – o dată la *Fabrika* de la Publika TV și o dată la *Puterea a patra* de la N4. Superioritatea *bărbaților* este atestată și în cazul mențiunilor directe sau indirecte din cadrul emisiunilor electorale analizate. Cumulat, în cele 58 de emisiuni ale televiziunilor monitorizate, din totalul de 603 apariții, 512, sau 85% au fost *bărbați*, față de 91 sau 15% de protagoniști-*femei*.

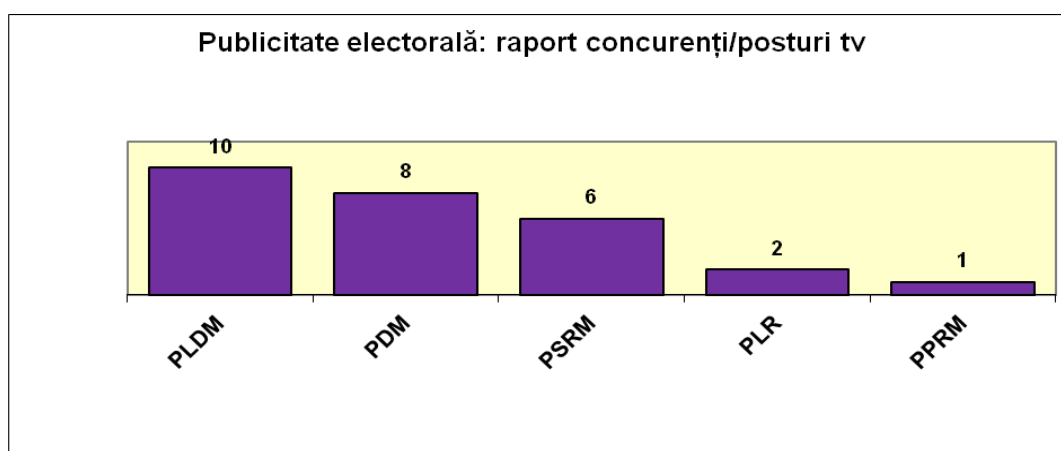


### 2.3 Publicitate electorală

În perioada 18-31 octombrie 2014, 11 din 12 posturi de televiziune monitorizate au difuzat publicitate electorală. Excepție, în acest sens, a făcut Canal Regional, care va difuza, conform *Declarației privind politica editorială în campania electorală pentru alegerile parlamentare din 30 noiembrie 2014*, doar spoturi sociale și de educație civică și electorală. În perioada monitorizată, 5 concurenți (PLDM, PDM, PLR, PSRM, PPRM) au plasat publicitate electorală la televiziunile vizate. Din 11 posturi, unul (Moldova 1) a difuzat publicitatea celor 5 concurenți. Un alt post (Pro TV Chișinău) a difuzat publicitatea a 4 concurenți electorali (PLDM, PDM, PLR, PSRM). Două televiziuni (TV7 și N4) au pus pe post publicitatea electorală contra plată a 3 concurenți (PLDM, PDM, PSRM), 5 posturi au difuzat publicitatea a 2 concurenți: Prime TV, Publika TV și Canal 2 au pus pe post spoturile electorale ale PLDM și PDM, iar Accent TV și GRT – ale PLDM și PSRM. Alte două posturi de televiziune au difuzat publicitatea unui singur concurent electoral (Canal 3 – PDM, Jurnal TV – PLDM).



Din cei cinci concurenți electorali care au plasat publicitate la cele 11 posturi de televiziune, unul (PLDM) a avut cea mai mare prezență, putând fi văzut la 10 televiziuni: Moldova 1, Prime TV, Publika TV, Canal 2, Pro TV Chișinău, TV7, Jurnal TV, N4, Accent TV și GRT, cu cea mai mare durată totală a spoturilor (13160 de secunde). La o diferență de 2 posturi tv și 320 de secunde au putut fi urmărite spoturile electorale ale PDM, acest concurent plasând publicitate la 8 posturi din 11 (Moldova 1, Prime TV, Publika TV, Canal 2, Canal 3, Pro TV Chișinău, TV7 și N4) cu o durată totală de 12840 de secunde. PSRM și-a plasat publicitatea la 6 posturi din 11 (Moldova 1, Pro TV Chișinău, TV7, N4, Accent TV și GRT), însumând 9300 de secunde, spoturile PLR au putut fi urmărite la două posturi tv (Moldova 1 și Pro TV Chișinău), cu 2120 de secunde, iar PPRM – la un singur post (Moldova 1), cu o durată de 420 de secunde.



În perioada de raport au avut loc 2 abateri de la regulile privind plasarea publicității contra plată la tv. Pe data de 27 octombrie 2014, Publika TV a difuzat un spot al unui concurent electoral (PLDM) cu o durată de 60 de secunde, și alte trei – a câte 30 de secunde. Împreună, cele 4 blocuri au constituit 150 de secunde, depășind cu 30 de secunde limita admisă de legislație. O situație identică s-a înregistrat pe 28 octombrie 2014 la postul de televiziune Pro TV Chișinău.

## 2.4 Dezbateri electorale

În perioada 18-31 octombrie, un singur post de televiziune din 12 monitorizate a organizat dezbateri electorale. Astfel, Jurnal TV a difuzat 3 emisiuni de dezbateri, la aceeași oră (19.57), două în limba română (pe 27.10 și 28.10) și una în limba rusă (pe 31.10).

Emisiunea din 27.10.2014 a durat 30 de minute și a avut doi participanți: Valeriu Munteanu de la PL și Grigore Petrenco de la Partidul Politic „Patria”. Un al treilea invitat, din partea PLDM, nu a

venit la emisiune. Fiecărui invitat i s-au oferit câte 11 minute în cadrul a 5 runde de dezbateri, iar moderatorul i-a tratat în manieră *imparțială* pe ambii.

Emisiunea din 28.10.2014 a durat 45 de minute și a avut trei participanți (Ana Ursachi de la PLR, Vlad Bătrîncea de la PSRM și Vitalia Pavlicenco de la PNL), care au avut același număr de minute pentru a se implica în rundele dezbaterilor. În acest caz vorbim despre două replici ale moderatorului care se înscriu în categoria *tratament defavorizant față de un concurent electoral*, dar și despre o atitudine mai degrabă *părtinitoare* față de un concurent electoral, acestea fiind în contradicție cu prevederile *Regulamentului CEC privind reflectarea campaniei electorale la alegerile parlamentare din 30 noiembrie 2014 în mijloacele de informare în masă din Republica Moldova*. Astfel, prin reproșul adus de către moderator invitatului Vlad Bătrîncea, precum că nu ar fi răspuns corect la întrebare, nu a propus nicio măsură concretă, nu știe ce este Freedom House și că nu citește rapoarte și presă străină, acesta a încălcat prevederile Regulamentului CEC din p.43: *Realizatorii și moderatorii emisiunilor de dezbateri electorale au următoarele obligații: să fie imparțiali*. De asemenea, în aceeași emisiune, invitatului Ana Ursachi i s-au pus întrebări doar din domeniul justiției, acesta fiind domeniul de activitate al protagonistei. Prin acest gest, moderatorul a demonstrat un comportament părtinitor față de un invitat, încălcând, astfel, prevederile p. 43 din Regulamentul CEC: *Realizatorii și moderatorii emisiunilor de dezbateri electorale au următoarele obligații: să fie imparțiali; să formuleze clar întrebările, evitând abordarea tendențioasă sau părtinitoare*.

Emisiunea de dezbateri din 31.10.2014, în limba rusă, a durat 14 minute și a avut un singur participant (Sergiu Mocanu/MPA), reprezentanții PCRM și ai PDM neonorând invitația. În acest caz, moderatorul a avut o atitudine *nepărtinitoare* față de invitat.

## **CONCLUZII:**

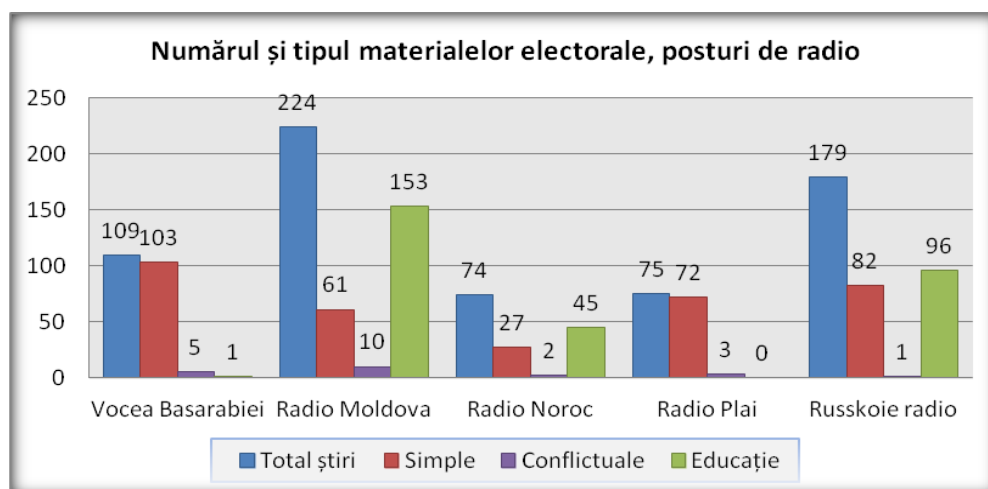
- Modul în care o parte din televiziunile monitorizate reflectă alegerile parlamentare în principalul program de știri al zilei nu contribuie la o informare adecvată a electoratului, știrile fiind realizate mai mult în scopul de a promova un concurent electoral sau altul, decât de a le oferi alegătorilor informație relevantă și complexă despre procesul și concurenții electorali;
- Fiecare a treia știre electorală cu caracter conflictual de la televiziuni a fost realizată în temeiul unei singure surse de informații, fiind astfel dezechilibrată;
- În 16% din știri, reporterii TV au demonstrat atitudine părtinitoare, ceea ce constituie o abatere de la deontologia profesională;
- Dintre toate categoriile de protagoniști ai știrilor electorale, cea mai mare vizibilitate au avut-o politicienii, iar cea mai redusă – experții. Protagonistele femei în știrile electorale de la TV continuă să ocupe un loc insignifiant (22%);
- TV Moldova 1, Canal Regional și GRT au menținut în linii mari un echilibru al prezenței actorilor monitorizați în știrile electorale difuzate în perioada de referință;
- Prime TV, Publika TV, Canal 2 și Canal 3 le-au asigurat reprezentanților PDM cel mai mare număr de apariții în știrile electorale, plasându-i preponderent în context pozitiv și favorizând masiv acest concurent electoral. Astfel, Publika TV a relatat în știri preponderent despre activitățile PDM (74 de apariții, inclusiv de 38 de ori în context pozitiv, iar celelalte în context neutru). În buletinul principal de știri de la Prime TV, PDM a fost menționat de 75 de ori, inclusiv de 60 de ori – în context pozitiv. La Canal 3 și Canal 2, PDM de asemenea a fost lider detașat ca vizibilitate în context pozitiv și neutru, depășindu-i pe ceilalți concurenți luați împreună;
- Și Jurnal TV a mediatizat cel mai des PDM, însă preponderent în context negativ (de 33 de ori din totalul de 41 de apariții). În context negativ au fost plasați și alți concurenți electorali

- (PLDM, PCRM, PSRM, PL, PPP), însă cu o frecvență mult mai mică decât PDM care este defavorizat de Jurnal TV;
- Accent TV a dat preferință vădită câtorva actori monitorizați, pe care i-a plasat mai des în context negativ, defavorizându-i (PLDM și PDM), iar în context pozitiv a apărut un singur concurent – PSRM.
  - Pro TV Chișinău a asigurat o vizibilitate relativ echilibrată în context electoral a actorilor personalizați și instituționalizați;
  - TV 7 a mediatizat cel mai des concurenții electorali PLDM, PDM, PL, PCRM, PLR și PSRM. În context pozitiv și neutru a apărut mai des PLDM, dar și PDM;
  - La TV N4, PLDM a apărut doar în context pozitiv sau neutru, iar cel mai des în context negativ au apărut PDM și PCRM;
  - 11 din 12 posturi tv monitorizate au difuzat împreună 58 de emisiuni cu caracter electoral, iar un post (Pro TV Chișinău) nu a difuzat astfel de emisiuni;
  - Protagonisții ai emisiunilor cu caracter electoral au fost reprezentanții ai 23 de partide și 5 candidați independenți;
  - Dintre protagonisți, cea mai mare pondere în emisiunile monitorizate au avut-o *politicienii*, iar cea mai mică – *experții*;
  - În general, moderatorii emisiunilor au avut o atitudine imparțială față de protagonisții direcți sau indirecți. Totuși, au fost înregistrate 5 cazuri de *favorizare* și 28 de cazuri de atitudine *defavorizantă* față de protagonisți;
  - 11 din 12 posturi tv monitorizate au difuzat publicitate electorală;
  - Cea mai mare vizibilitate prin intermediul spoturilor electorale a avut-o PLDM, iar cea mai mică – PPRM;
  - 2 posturi tv (Publika TV și Pro TV Chișinău) au admis derogări de la regulile cu privire la difuzarea publicității electorale contra plată, fapt ce atentează la corectitudinea campaniei electorale.

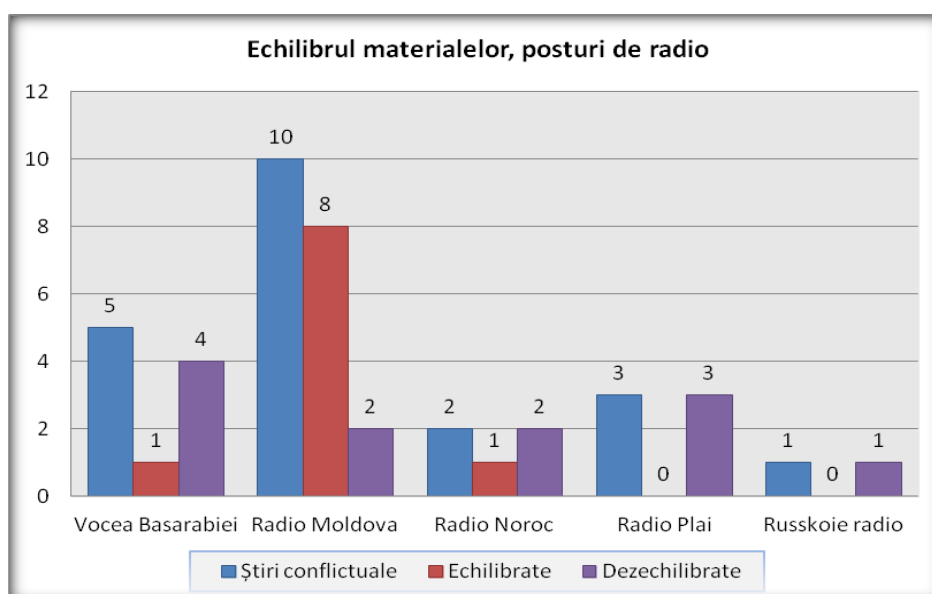
### III. Rezultatele monitorizării posturilor de radio

#### 3.1 Date generale radio

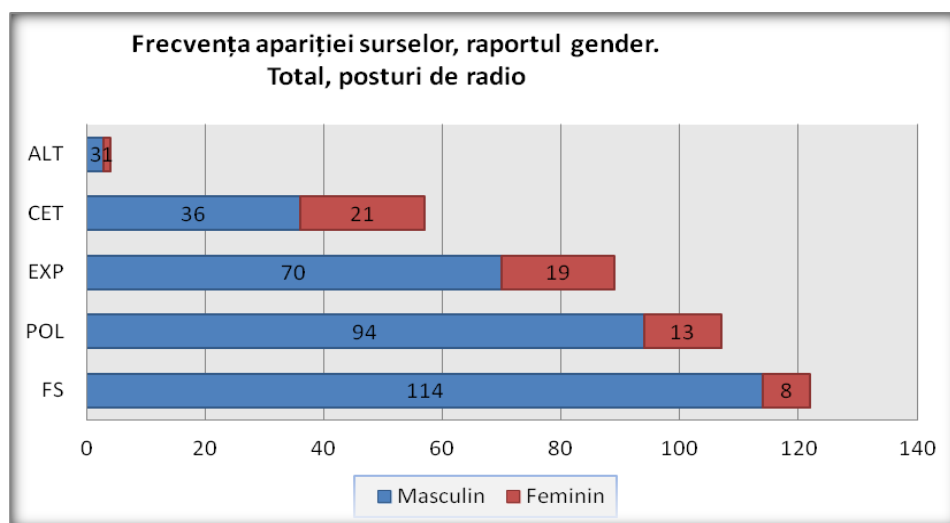
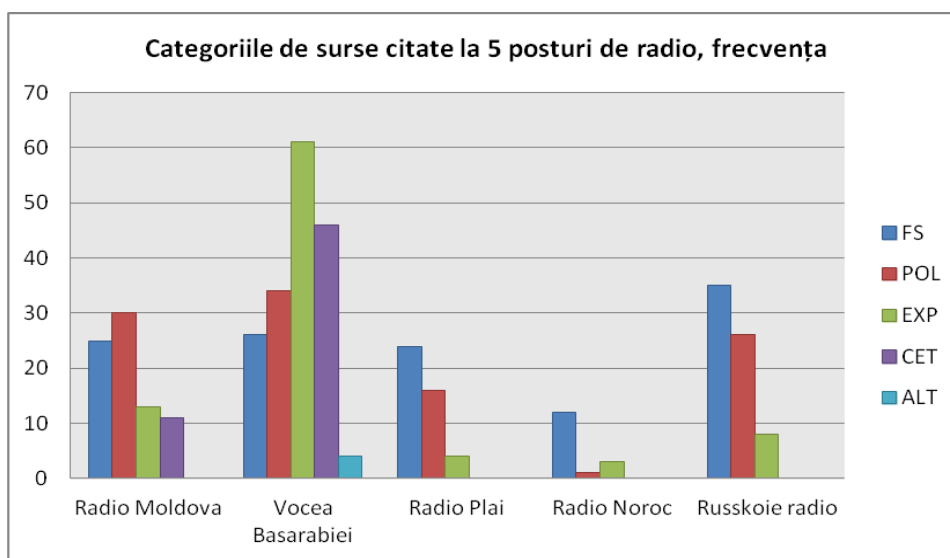
În perioada de referință, cele 5 posturi de radio monitorizare au difuzat în total 661 de materiale ce au tratat subiecte electorale sau cu tangență electorală. Dintre acestea 295 au fost materiale de educație electorală, 345 au abordat subiecte simple, iar 21 – subiecte de conflict. Cele mai multe materiale au fost difuzate de Radio Moldova, urmat de Vocea Basarabiei, iar cele mai puține – de Radio Noroc. Totodată, postul de radio Noroc a fost singurul post care a dat startul dezbaterilor electorale, fiind puse pe post 8 emisiuni de dezbateri.



Din numărul total de 21 de materiale cu caracter controversat, în 12 cazuri au fost citate ambele părți din conflict, iar în 9 – doar o parte. Cei mai buni indicatori la acest capitol au fost înregistrați la Radio Moldova – 8 știri echilibrate versus 2 dezechilibrate. Vocea Basarabiei a avut 5 știri conflictuale, dintre care 4 au fost dezechilibrate. Știrile controversate de la Radio Plai și Russkoie radio au fost în totalitate dezechilibrate din punctul de vedere al prezenței ambelor surse. Absoluta majoritate a știrilor au fost nepărtinitoare.



În calitate de surse posturile de radio monitorizate au citat de cele mai dese ori funcționarii de stat – 122 de ori, dintre care marea majoritate – 114 - au fost de sex masculin. Politicienii s-au situat pe locul doi, cu 107 intervenții directe și mențiuni (94 bărbați și 13 femei). La experți s-a recurs de 89 de ori, în mare parte bărbați (70), iar la cetățeni simpli – de 57 de ori, raportul gender al surselor fiind relativ echilibrat (36 bărbați și 21 femei). Postul de radio la care au apărut cei mai mulți experți și cetățeni simpli este Vocea Basarabiei – 61 (47 bărbați și 14 femei) și, respectiv, 48 (31 bărbați și 15 femei). Russkoie Radio, Radio Noroc și Radio Plai au dat preferință politicianilor și funcționarilor de stat ca surse.

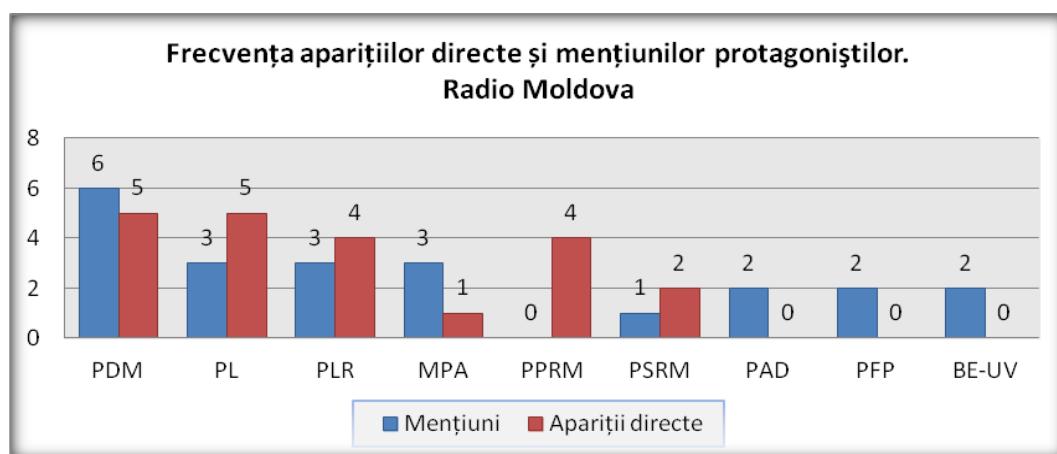


### 3.1.1 Radio Moldova

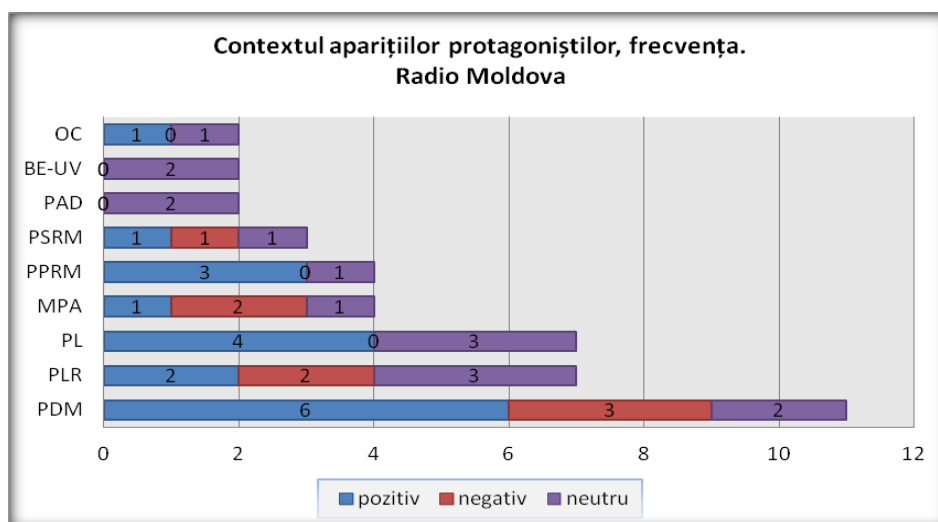
Radiodifuzorul public a difuzat în perioada de raport 224 de materiale relevante prezentei monitorizării, cu durată totală de 11693 secunde sau 3,24 ore. 153 de materiale au fost materiale de educație electorală. Postul public de radio a reflectat intens activitatea CEC (înregistrarea concurenților electorali, detalii privind pregătirile pentru scrutin), ținând totodată în vizor și subiecte ce țin de activitatea guvernului în perioada electorală.

Dintre concurenții electorali, de cel mai mare volum a beneficiat PPRM, care a intervenit direct timp de 200 de secunde, urmat de PLR cu 190 de secunde și PDM cu 124 de secunde.

Printre cei mai mediatizați concurenți electorali figurează PDM, care a avut cel mai mare număr de intervenții directe – 5, fiind totodată menționat de 6 ori. Reprezentanților PL-lui le-a fost oferită voce de 5 ori, fiind menționați de 3 ori, iar PLR a avut 4 intervenții directe și 3 mențiuni.



Contextul apariției protagoniștilor principali din cadrul PDM a fost preponderent pozitiv, acest concurent fiind menționat și în context neutru și negativ. PL și PPRM au apărut în lumină pozitivă și neutru.



Reprezentanții de rang înalt ai administrației publice centrale au avut 4 intervenții directe pe parcursul a 209 secunde, fiind menționați și de 12 ori, preponderent în context neutru și pozitiv. Dintre acestea, cele mai multe intervenții și mențiuni au revenit premierului Iurie Leancă (6) și ministrului Economiei Andrian Candu (4), ministrului Agriculturii (4), în mare parte în context pozitiv.

Radio Moldova a difuzat în perioada de raport publicitatea concurenților electorali PDM (43 apariții cu un volum total de 1290 secunde), PLDM (52 apariții, volum total 1560 secunde), PSRM (41 apariții, volum total 1230 secunde), PPRM (30 apariții, volum total 600 secunde) și PLR (3 apariții, 90 secunde în total).

### 3.1.2 Vocea Basarabiei

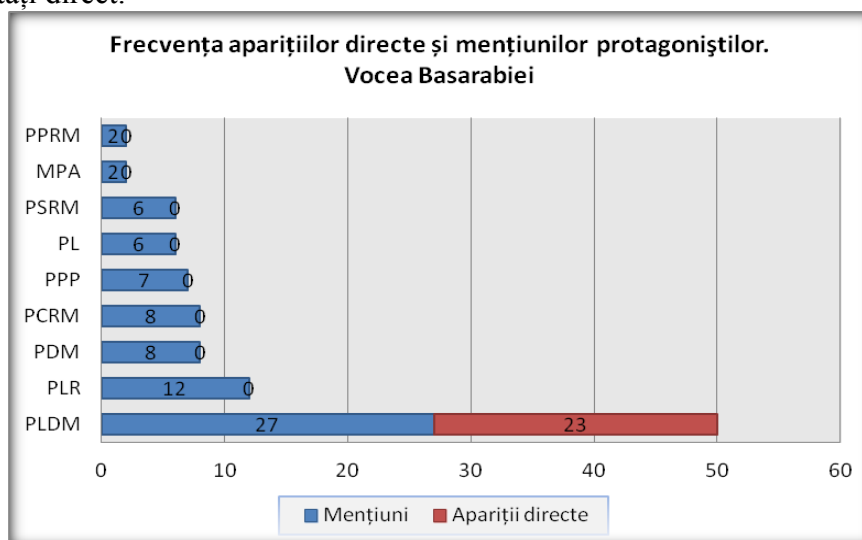
Postul de radio privat cu acoperire națională Vocea Basarabiei a reflectat activ campania, difuzând în total 109 materiale jurnalistice cu caracter electoral direct sau indirect, cu durata totală de 12703 secunde sau 3,5 ore. Pe lângă știrile privind activitatea CEC, postul a difuzat mai multe materiale



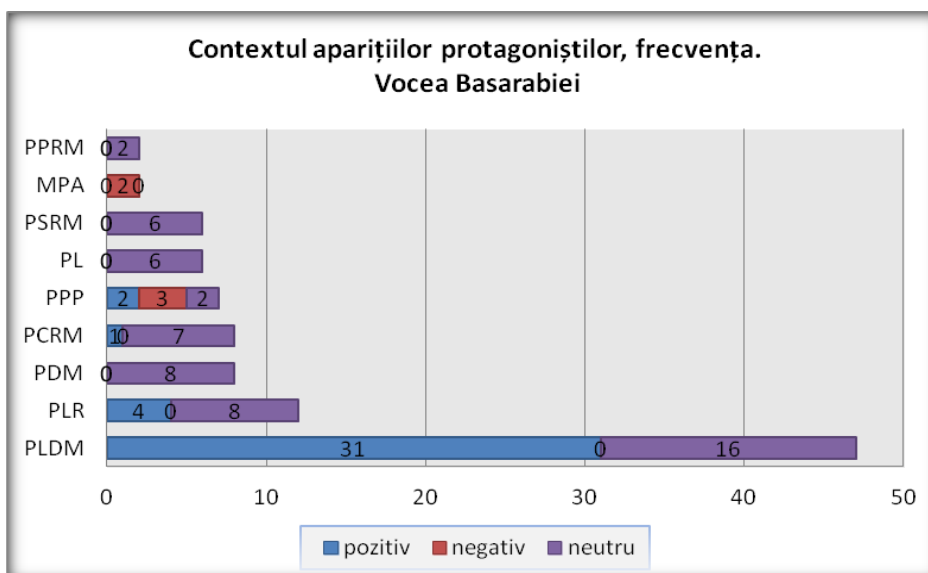
privind deplasarea liderului PLDM Vlad Filat la întâlnirile cu alegătorii dar și la inaugurarea diferitelor obiective cu destinație socială. Totodată, Vocea Basarabiei a reflectat și activitatea Guvernului, în special subiectele cu implicarea premierului Leancă.

Primul și singurul în Top 10 al celor mai mediatizați protagoniști care au avut intervenții directe la Vocea Basarabiei este PLDM, reprezentanții acestui partid intervenind direct pe parcursul a 829 de secunde.

După frecvența aparițiilor directe și mențiunilor, pe primul loc în top se situează PLDM care a avut 23 de intervenții directe și 27 de mențiuni. Ceilalți concurenți electorali au fost doar menționați în știri, fără a fi citați direct.



Contextul în care au apărut protagoniștii din categoria politicianilor a fost diferit. PLDM a fost prezentat de cele mai multe ori în context pozitiv și neutru – 31 și, respectiv, 16 ori. Contextul apariției și menționării PLR și PCRM a fost neutru și pozitiv, iar PDM a apărut doar în lumină neutră. PPP a fost menționat în diferite contexte, negativ, pozitiv și neutru, iar MPA doar în context negativ.



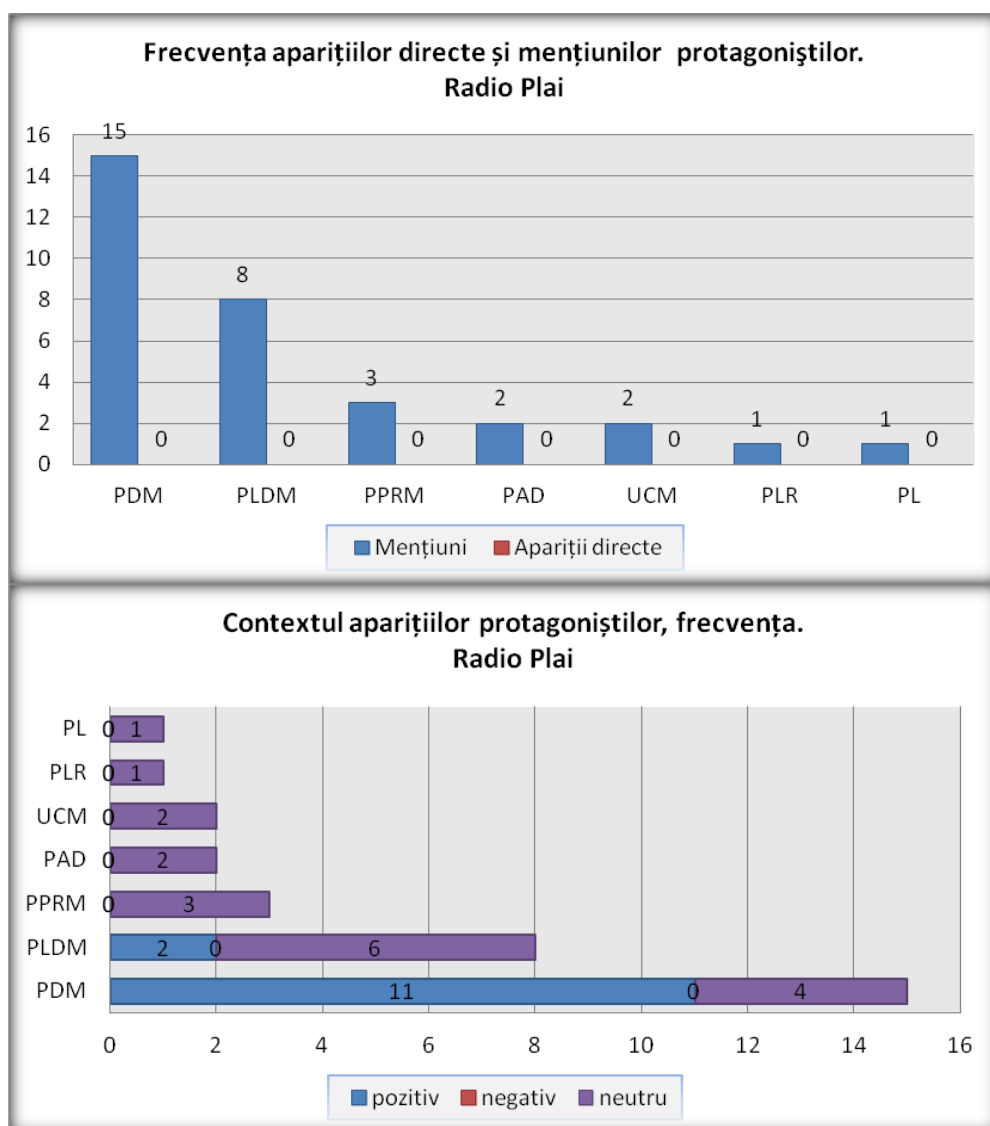
De notat că reprezentanții de rang înalt din cadrul Guvernului au fost citați direct pe durata a 245 de secunde, având 6 intervenții directe. Aceștia au fost de asemenea menționați de 14 ori, preponderent în context neutru și pozitiv. Premierul Iurie Leancă a intervenit și a fost menționat în total de 8 ori, în mare parte pozitiv, iar ministrul Agriculturii Vasile Bumacov – de 3 ori, în context pozitiv.

În perioada de raport, Vocea Basarabiei a difuzat publicitate electorală a PLDM – 35 apariții și volum total de 1122 secunde.

### 3.1.3 Radio Plai

Postul de radio cu acoperire națională Plai a difuzat în perioada de raport 72 de știri cu caracter electoral direct sau indirect, cu durata totală de 3532 de secunde sau aproximativ o oră. Subiectele mediatizate mai frecvent s-au referit la participarea membrilor PDM la întâlnirile electorale, dar și la activitatea ministrului Economiei Andrian Candu și eforturile depuse de acesta pentru a soluționa diverse probleme, inclusiv compensațiile acordate de Guvern fermierilor.

Actorii politici mediatizați cel mai des în știrile de la Radio Plai au fost reprezentanții PDM și PLDM, iar contextul apariției acestora a fost preponderent pozitiv pentru PDM și neutru pentru PLDM. Ceilalți actori au fost prezentați în context neutru.



Reprezentanții guvernului au fost menționați de 22 de ori, dintre care 12 ori în context pozitiv, 3 ori negativ și de 7 ori - neutru. De cele mai dese ori în context pozitiv au fost menționați ministrul Economiei Andrian Candu (4 ori) și ministrul Agriculturii Vasile Bumacov – 3 ori. Premierul Leancă a fost menționat în context pozitiv – 4 ori, dar și în context negativ și neutru (câte 3 ori).

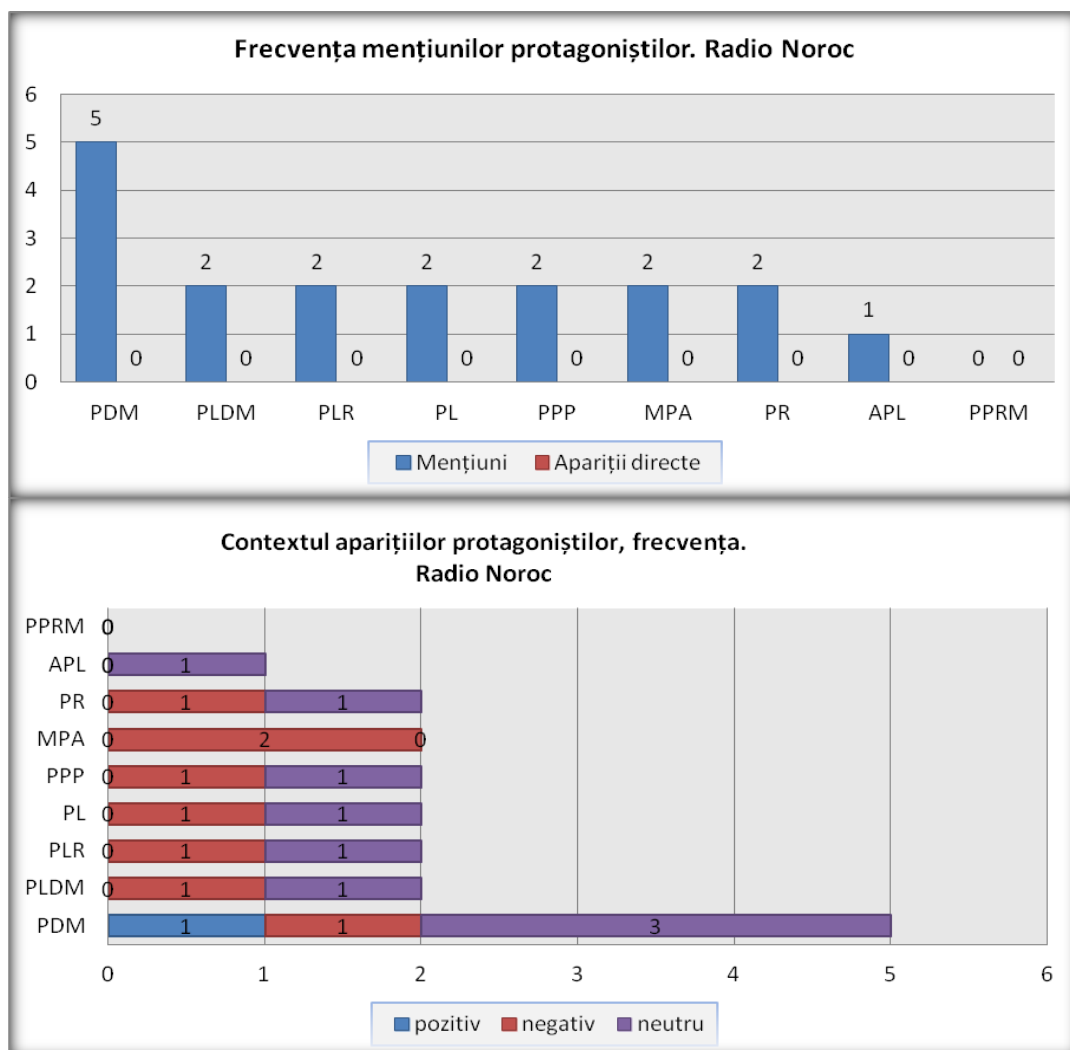
Radio Plai a difuzat publicitatea electorală a concurenților electorali PDM și PLDM – de câte 42 ori fiecare și cu volumul total de 1260 secunde fiecare.

### 3.1.4 Radio Noroc

Comparativ cu prima perioadă de monitorizare, postul de radio cu acoperire națională Noroc s-a implicat mai activ în reflectarea campaniei electorale, difuzând în perioada 18-31 octombrie 74 materiale, dintre care 45 au fost materiale de educație electorală. Volumul de emisie alocat subiectelor cu caracter electoral direct sau indirect a fost de 2553 de secunde sau 42 minute. Printre subiectele abordate mai frecvent s-au numărat cele ce țin de activitatea CEC și deschiderea secțiilor de votare în Federația Rusia, dar și subiecte cu caracter electoral indirect, cum ar fi acordarea compensațiilor pentru fermieri, posibila reducere a prețului la carburanți.

Ca și surse, de cele mai multe ori în știrile de la Radio Noroc au apărut doar funcționari de stat - de 12 ori, toți bărbați. Experții au fost citați de 3 ori, iar politicienii – o dată, în toate cazurile sursele fiind de sex feminin. De regulă știrile s-au bazat pe comunicate de presă ale instituțiilor sau au făcut trimitere la alte media, fără a cita direct sau indirect surse din diferite categorii.

Nici un protagonist din rândul funcționarilor de rang înalt sau a politicienilor nu a avut intervenții directe în știri. Dintre concurenții electorali PDM a fost menționat de 5 ori, de 3 ori pozitiv, o dată negativ și o dată neutru, iar PLDM, PL, PLR, PPP și MPA au fost menționați de câte 2 ori fiecare – o dată în context neutru și o dată în context negativ, cu excepția MPA care a apărut în context negativ de 2 ori.



Dintre protagoniștii din categoria funcționarilor de stat, de cele mai dese ori la Radio Noroc au fost menționați reprezentanții Guvernului, de 21 ori, dintre care 10 ori în context pozitiv, 2 – negativ și 5 neutru. Premierul Leancă și ministrul Economiei Candu au fost menționați cel mai des (6 și 4 ori), în marea majoritate a cazurilor în context pozitiv – câte 5 și 3 mențiuni fiecare.

Postul de radio Noroc a difuzat în perioada de referință publicitatea electorală a PDM (55 ori cu volumul total de 1614 secunde), PLDM (54 apariții cu volumul total de 1620 secunde), PSRM (12 apariții și volumul total de 349 secunde) și PPP (3 apariții și 90 secunde).

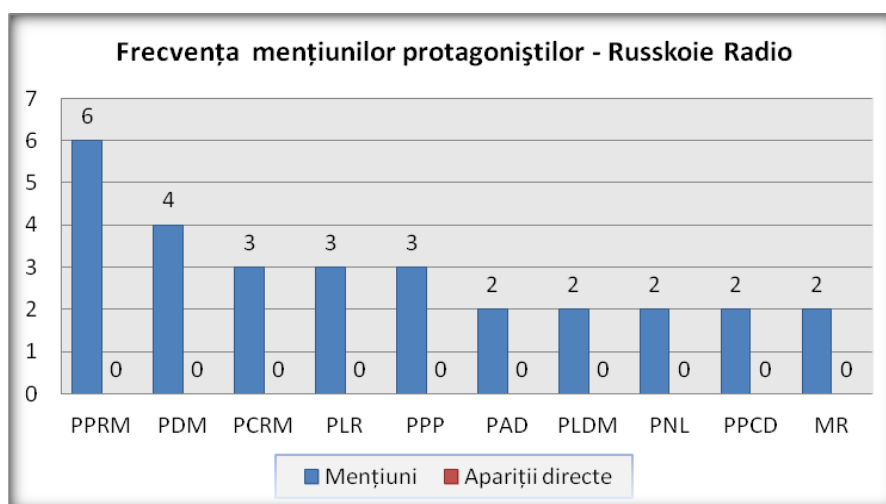
Din 20 noiembrie, la Radio Noroc au început dezbaterile electorale, pe parcursul a opt zile fiind invitați la dezbateri reprezentanții PPCD, PD, PLDM, PFP, PLR, PCR, MPA și PNL care au beneficiat de câte 540 secunde fiecare, PDA, PPRM și PLR – 615 secunde fiecare și PCR - 630 secunde.

### 3.1.5 Russkoe radio

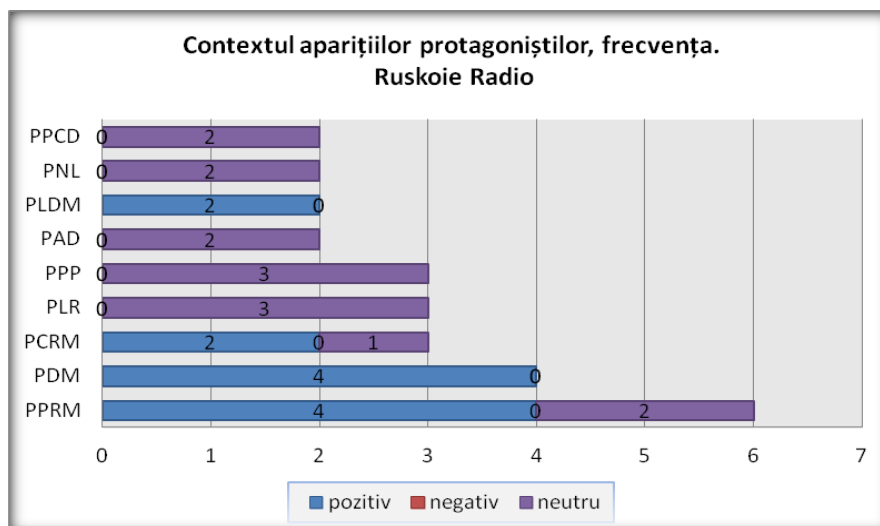
Radiodifuzorul cu acoperire regională Russkoie radio a difuzat în total 179 de materiale relevante prezentei monitorizării, cu durata totală de 5698 secunde sau 1,6 ore. 95 din ele au fost materiale de educație electorală, iar restul au fost știri – 82, inclusiv 1 controversată, care a fost dezechilibrată din punctul de vedere al prezentei surselor. Postul a reflectat preponderent subiecte cu caracter electoral indirect ce țin de activitatea Guvernului, în special subiectele cu implicarea ministrului Economiei Andrian Candu (posibila reducere a prețului la combustibil, majorarea compensațiilor pentru fermieri, posibilitatea ca Moldova să aibă gaze naturale în 2015 etc.), dar și activitatea CEC (înregistrarea concurenților electorali, pregătirea pentru scrutin, înregistrarea observatorilor).

De cele mai dese ori, Russkoie radio a apelat la funcționari de stat în calitate de surse – 35, dintre care 30 au fost bărbați. La politicieni s-a recurs de 26 ori, dintre care 23 de sex masculin, iar la experți - de 3 ori.

Protagoniștii mediatizați în știrile de la Russkoie Radio nu au avut intervenții directe. Concurantul electoral PPRM a fost menționat de 6 ori, PCR - de 3 ori, PLR și PPP - de câte 3 ori, iar PLDM, PAD, PNL, PPCD și MR de câte 2 ori fiecare.



Contextul aparițiilor pentru PPRM și PCR a fost mai mult pozitiv, dar și neutru. PLDM și PDM au fost menționați doar pozitiv, iar ceilalți concurenți menționați au apărut în context neutru.



Reprezentanții Guvernului au fost menționați de 27 de ori, în toate cazurile pozitiv. De cele mai multe ori a fost menționat ministrul Economiei Andrian Candu – 11, toate în context pozitiv, premierul Leancă – 5 ori în context pozitiv și ministra Muncii, Protecției Sociale și Familiei Valentina Buliga, menționată de 4 ori în context pozitiv.

În perioada de referință, Ruskoie Radio a difuzat publicitate electorală a concurenților electorali PDM (55 apariții, volum total de 1650 secunde), PLDM (53 apariții, volumul total de 1560 secunde), PSRM (44 apariții, 1320 secunde) și PPP (4 apariții, 120 secunde).

## CONCLUZII:

- Radiodifuzorul public Radio Moldova și postul privat Vocea Basarabiei s-au implicat activ în reflectarea campaniei electorale în știri, Radio Moldova difuzând și un număr mare de materiale de educație electorală. Cele mai puține știri cu caracter electoral direct sau indirect au fost difuzate de postul de radio cu acoperire națională Noroc. În același timp, radio Noroc a fost singurul post care la 20 octombrie a demarat dezbaterile electorale.

- În majoritatea știrilor de la Radio Moldova și Vocea Basarabiei a fost asigurat pluralismul de opinie și diversitatea de surse. Știrile de la Vocea Basarabiei s-au evidențiat atât prin includerea mai multor cetățeni și experți, cât și prin prezența unui număr mai mare al surselor de sex feminin. Radio Noroc, Radio Plai și Ruskoie Radio au avut carențe la acest capitol, recurgând preponderent la politicieni și funcționari de stat în calitate de surse.

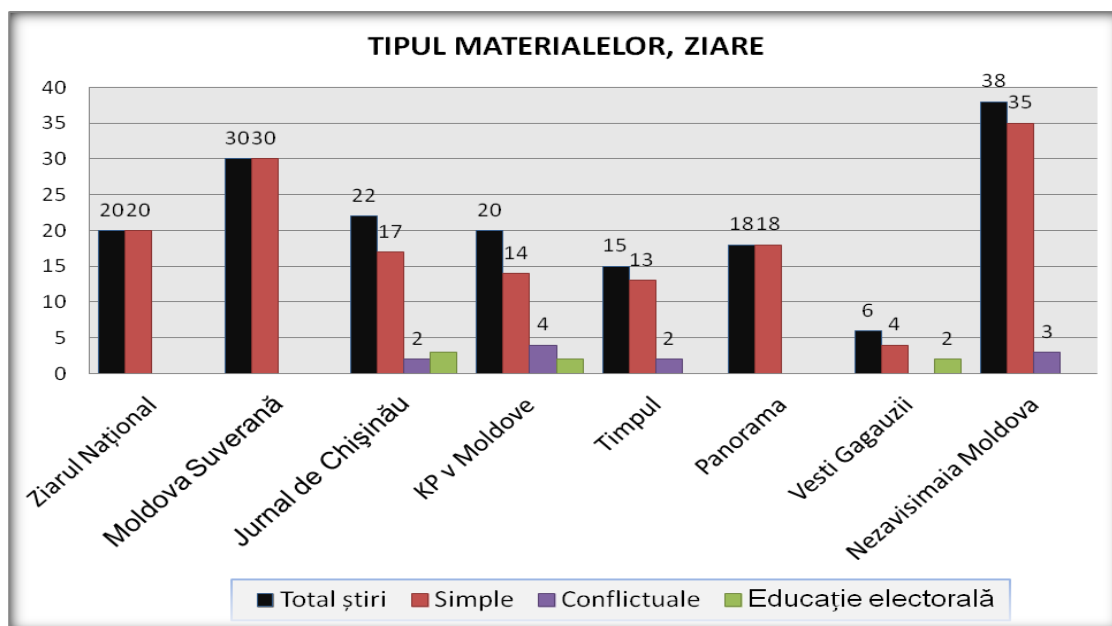
- În topul celor mai mediatizați protagoniști la cele 5 posturi de radio monitorizate se numără reprezentanții partidelor parlamentare PDM, PLDM și PL, care au avut cele mai multe intervenții și mențiuni în context pozitiv și neutru. Bazat pe frecvența și contextul apariției acestora în știri constatăm o ușoară tendință de favorizare a PDM și PL la Radio Moldova, și favorizarea masivă a PLDM la Vocea Basarabiei. Postul de radio Plai a favorizat PDM prin numărul mare de mențiuni, preponderent în context pozitiv atât a reprezentanților acestui concurent electoral, cât și a ministrului Economiei, care urmează să fie reinclus pe lista electorală a PDM. Ruskoie radio a favorizat ușor PDM, în special prin știri despre activitatea ministrului Economiei, exponent PDM.

- Marea majoritate a posturilor de radio monitorizate au avut probleme la capitolul echilibrului știrilor controversate.

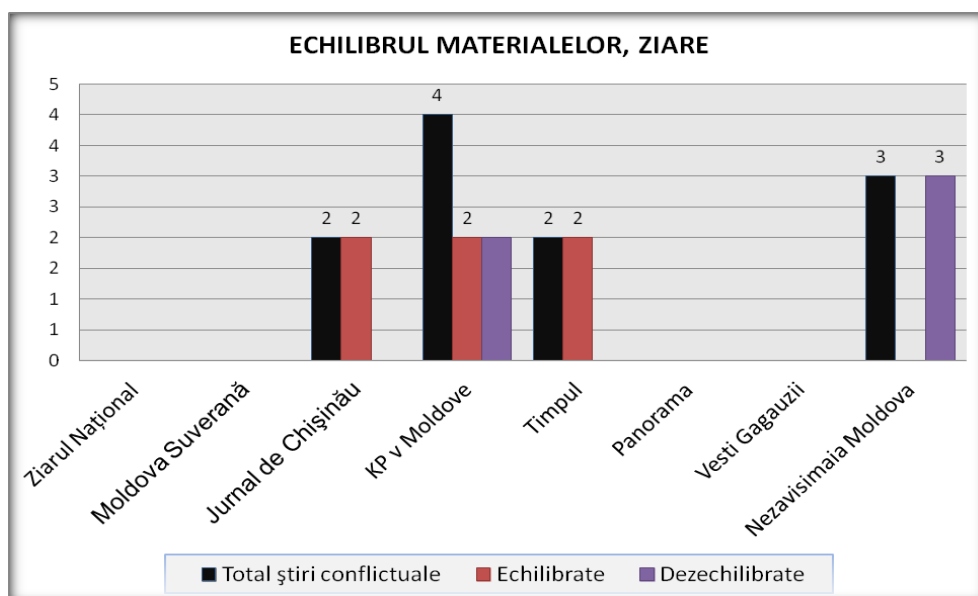
## IV. Rezultatele monitorizării ziareor

### 4.1 Date generale ziare

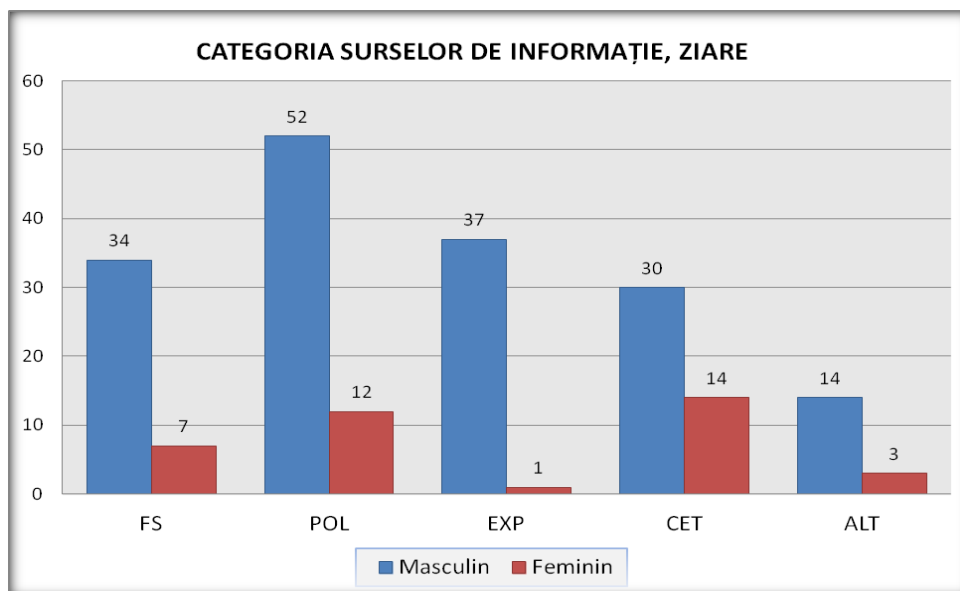
În perioada 18-31 octombrie 2014, cele opt ziare monitorizate au publicat în total 169 de articole cu caracter electoral direct sau indirect, cu un spațiu total de 95,018 centimetri pătrați. 151 de texte au fost materiale simple, 11 au tratat subiecte controversate și numai 7 articole au prezentat detalii despre exercitarea dreptului la vot, fiind astfel de educație electorală. Acestea au fost publicate în Jurnal de Chișinău, KP v Moldova și Vesti Gagauzii.



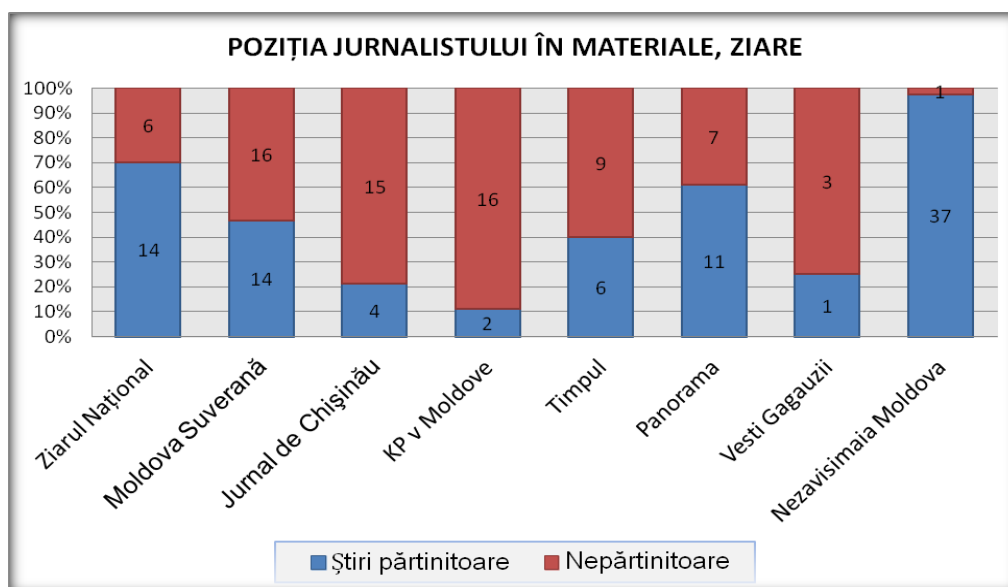
Doar patru ziare au publicat știri care abordează un conflict în contextul alegerilor parlamentare, iar numărul acestor știri nu a fost prea mare în perioada de raportare – doar 11 texte. Jumătate din articolele de acest gen au fost echilibrate, adică au fost prezentate opiniile tuturor părților vizate. Totodată, Nezavisimaia Moldova este unicul ziar în care toate articolele conflictuale au reflectat un singur punct de vedere, fiind astfel dezechilibrate.



În majoritatea cazurilor, sursele de informație ale ziarelor au fost politicienii (POL) de genul masculin. Astfel, din totalul de 204 surse de informație citate în materialele publicate de ziare, 31,4% (64) au fost politicieni, însă doar 12 dintre aceștia au fost femei, ceea ce reprezintă 18,6% din totalul surselor din domeniul politicului. În topul preferințelor ca surse de informație, urmează funcționarii de diferit nivel (FS), care au fost citați de 41 de ori și numai în 7 cazuri a fost vorba de femei, cetățenii (CET) – 44 surse, inclusiv 14 femei, experții (EXP) care au fost citați de 38 de ori, inclusiv o singură femeie.



55% din știrile publicate în această perioadă au fost părtinitoare, adică poziția jurnalistului a putut fi ușor percepută de cititori. Toate ziarele au probleme la acest capitol, însă cea mai gravă situație a fost atestată în articolele publicate de *Nezavisimaia Moldova*, unde toate textele, cu o singură excepție, au fost părtinitoare.



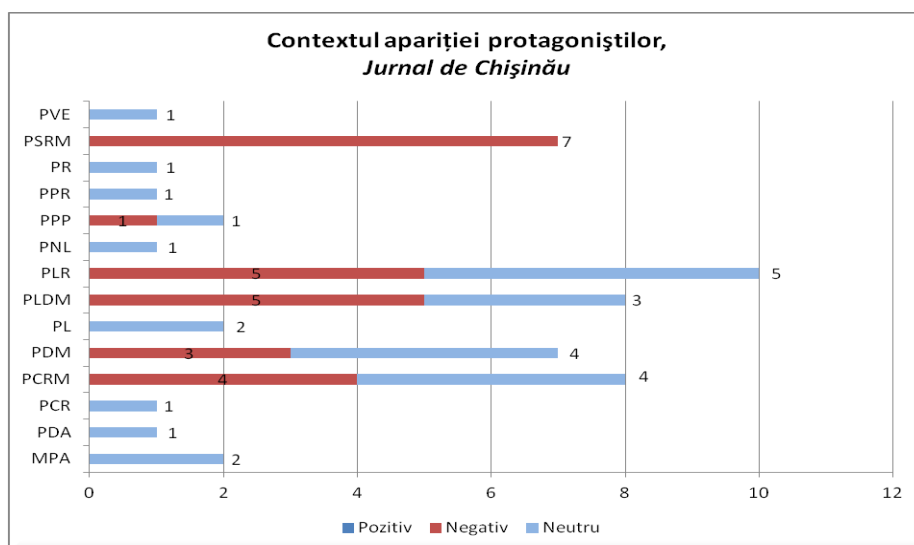
#### 4.1.1 Jurnal de Chișinău

În cele patru ediții ale ziarului *Jurnal de Chișinău* care au fost editate în perioada de raportare, au fost publicate 22 de articole care au vizat direct sau indirect campania electorală, alegerile și actorii

politici concurenți, inclusiv 3 materiale de educație electorală a tinerilor, 12 știri simple și 2 materiale care au abordat o situație conflictuală în context electoral (ambele au fost prezentate relativ echilibrat). Suprafața totală afectată materialelor electorale a fost de 11939 cm.p. Sursele de informație au fost politiceini, experți, funcționari de stat, însă multe subiecte la teme electorale au avut ca surse și cetățenii simpli. În 15 articole din totalul textelor fără materialele de educație electorală, subiectul a fost prezentat nepărtinitor, în alte 4 materiale opinia subiectivă a autorului/redacției a putut fi remarcată de cititori.

În total, 14 actori politici au fost vizați în articolele publicate de Jurnal de Chișinău, cel mai des amintiți fiind reprezentanții PLR, PLDM, PCR, PDM și PSRM).

Contextul prezentării actorilor politici a fost de cele mai multe ori neutru, în unele cazuri (PLDM, PLR, PCR, PDM) – neutru și negativ, cu excepția PSRM care a apărut doar în context negativ.



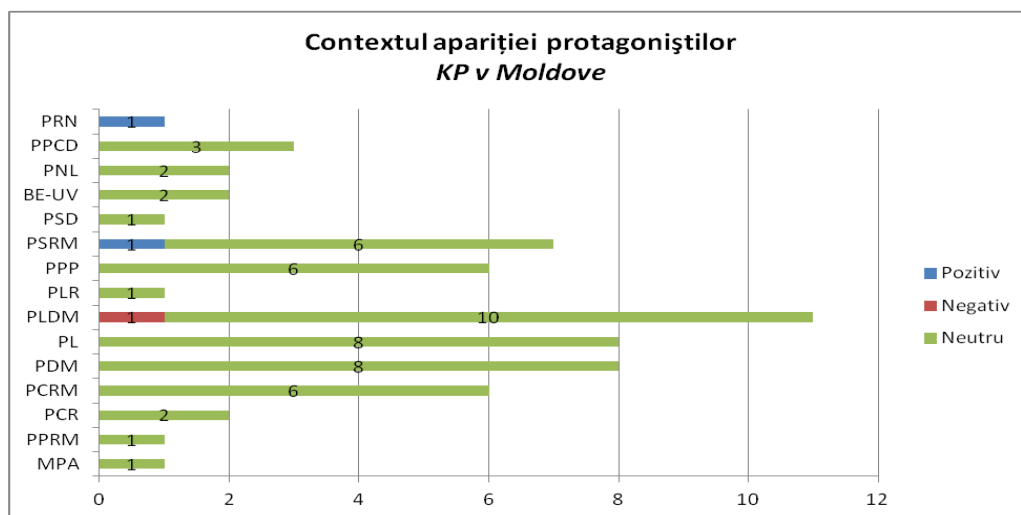
În perioada de raportare, în *Jurnal de Chișinău* au plasat publicitate electoral concurenții PLDM (machete și articole publicitare) și PLR (articol publicitar).

#### 4.1.2 Komsomolskaia pravda v Moldove

În cele 10 numere ale publicației *Komsomolskaia pravda v Moldove* din perioada de raportare, au fost publicate 20 de texte care cad sub incidența prezentei monitorizării cu o suprafață totală de 10230 cm.p. 14 materiale au fost știri simple, alte 4 au abordat o situație de conflict (numai două din ele au fost prezentate echilibrat), iar 2 materiale au fost de educație electorală despre votarea peste hotare și despre documentele necesare pentru exercitarea votului. De cele mai multe ori, sursele de informație pentru articolele relevante au fost diferiți experți și politicieni, dar și funcționari de stat. În 16 articole subiectul a fost prezentat părtinitor și în 2 texte autorul/redacția s-a putut detașa de propria opinie pentru a le prezenta cititorilor informația nepărtinitor.

În total, 15 concurenți electorali au apărut în paginile ziarului în perioada de raportare, iar contextul prezentării acestora a fost neutru în majoritatea absolută a cazurilor.



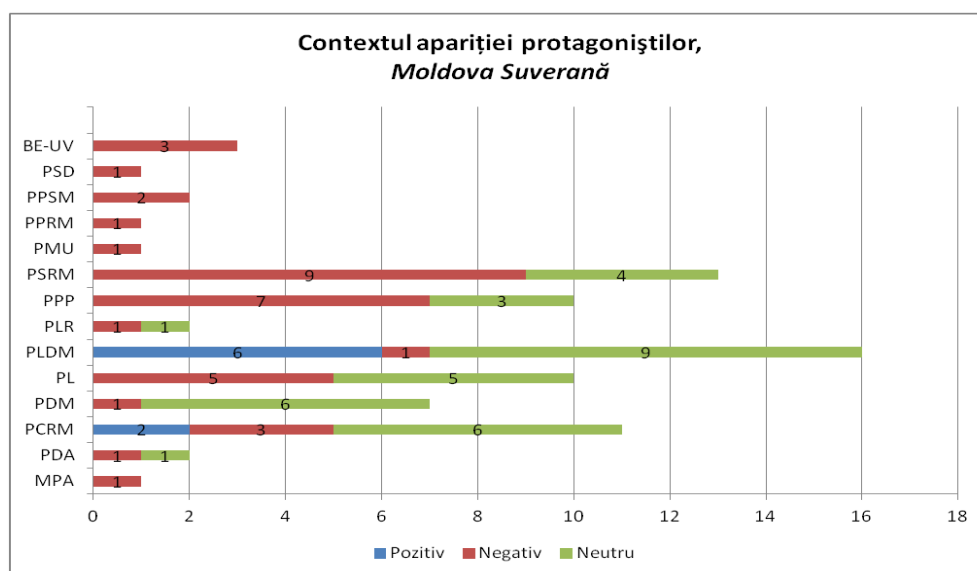


În perioada de raportare, în ziarul *Komsomolskaia pravda v Moldova* a fost publicată reclama următorilor concurenți electorali: PLDM și PSRM – machete publicitare și articole; PPP și PDM – articole publicitare.

#### 4.1.3 Moldova Suverană

Ziarul *Moldova Suverană* a editat opt numere în perioada de raportare, în care au fost publicate 30 de articole care au vizat, direct sau indirect, alegerile parlamentare, toate fiind știri simple. Suprafață totală a materialelor relevante a fost de 16208 cm.p. Sursele de informație pentru articole au fost mai des din rândul experților, a funcționarilor de stat și politicienilor. În doar 16 articole subiectul a fost prezentat nepărtinitor, în alte 14 cazuri materialele a fost mai mult sau mai puțin părtinitoare.

14 concurenți electorali au fost vizați în articolele publicate în *Moldova Suverană* în context diferit, unii doar sau preponderent în context negativ (BE-UV, PPSRM, PSRM, PPP, ș.a.), alții în context mai des neutru (PCRM, PDM), iar concurentul electoral PLDM a fost prezentat aproape de fiecare dată în context neutru sau pozitiv.

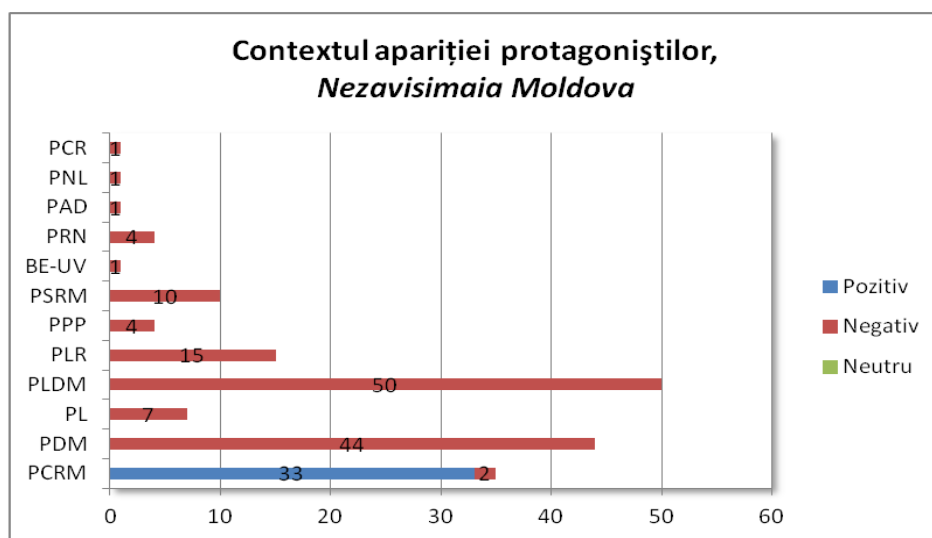


Publicitate electorală în perioada de referință în *Moldova Suverană* nu a apărut.

#### 4.1.4 Nezașisimaia Moldova

Ziarul *Nezavisimaia Moldova* a apărut de două ori în perioada 18-31 octombrie 2014 și a publicat 38 de articole relevante prezentei monitorizării, 35 fiind știri simple, iar celelalte 3 referindu-se la un subiect conflictual. Toate articolele conflictuale au reflectat o singură părere, adică au fost dezechilibrate. Într-un singur articol din cele 38 redacția și autorii au asigurat principiul profesional al atitudinii nepărtinitoare față de persoanele vizate. Suprafață totală a materialelor care au vizat direct sau indirect campania electorală a fost de 23395 cm.p., iar principalele surse de informație au fost politicienii din opoziție și cetățenii nemulțumiți de actuala guvernare.

*Nezavisimaia Moldova* critic vehement și prezintă doar în context negativ actuala guvernare și partidele de stânga care fac competiție Partidului comuniștilor. Astfel, în această perioadă au fost ținta materialelor negative: PLDM, PDM, PLR, PSRM, PL, precum și PPP, PRN. În schimb, PCRМ este prezentat aproape exclusiv în context pozitiv. De asemenea, acestui concurent electoral i s-a oferit cea mai mare suprafață pentru intervenții directe (3430 cm.p.), de zeci de ori mai mare decât altor concurenți electorali.

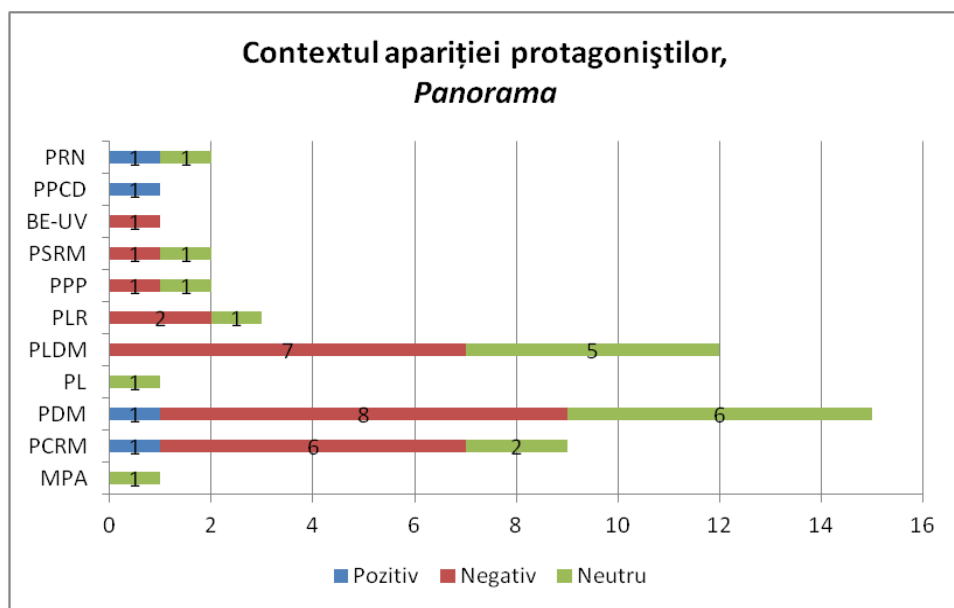


Tot PCRМ a fost unicul concurent electoral care a beneficiat de publicitate electorală în *Nezavisimaia Moldova* (un articol publicitar).

#### 4.1.5 Panorama

Ziarul *Panorama* a editat două numere în perioada de raportare, în care a publicat 18 articole relevante prezentei monitorizării, toate fiind știri simple. Doar 7 texte au fost nepărtinitoare, în celelalte 11 cazuri în articole a fost nuanțată și opinia autorului. Suprafață totală a materialelor care au vizat direct sau indirect campania electorală a fost de 8671 cm.p. Sursele de informație pentru articole au fost mai ales funcționarii de stat, mai rar politicienii și unii experți.

Partidele politice din coaliția de guvernare, în special PDM și PLDM, dar și PCRМ ca principal partid de opoziție, au fost prezentate de *Panorama* în context mai des negativ, uneori neutru. Au fost menționate câte o dată în context pozitiv PDM, PCRМ, PRN și PPCD, ultimul concurent electoral fiind favorizat după suprafața intervențiilor/citadelor directe (1760 cm.p.), prin publicarea la 24 octombrie 2014 a unui interviu de două pagini cu Iurie Roșca, liderul PPCD.

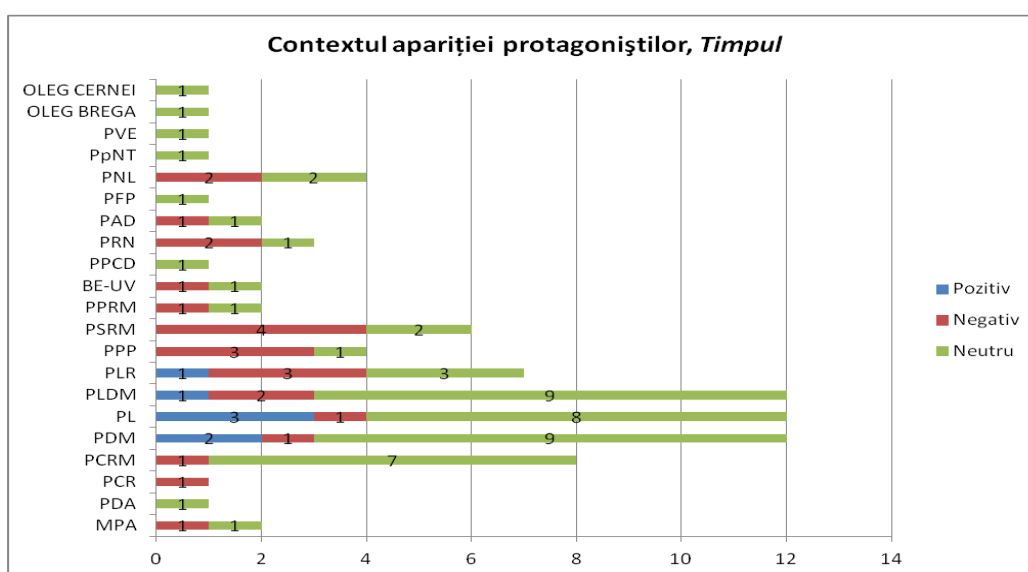


De spațiu publicitar în *Panorama* au beneficiat în perioada de raportare următorii concurenți electorali: PPP, PRN, PSRM, PDM (articole publicitare), PLDM – (machete publicitare).

#### 4.1.6 Timpul

În cele două ediții ale ziarului *Timpul* din perioada de raportare au fost publicate 15 articole care au vizat direct sau indirect campania electorală cu suprafață totală de 9698 cm.p. În calitate de surse de informație pentru articole au fost în special politicienii, mult mai rar funcționarii de stat și experții. 13 articole au fost știri simple, iar celelalte două au abordat o situație de conflict, în ambele cazuri fiind asigurat echilibrul prezentării părților. În 9 cazuri, informația a fost transmisă nepărtinitor, în alte 6 articole însă opinia autorului a putut fi percepută de cititori, textele respective fiind părtinitoare.

*Timpul* a relatat despre cei mai mulți dintre concurenții electorali, în total – 21 în perioada de raportare. Prezentarea a fost de cele mai multe ori în context neutru, dar și negative, PL, PDM, PLDM și PLR fiind menționați de câte 1-3 ori și în context pozitiv.



În perioada de raportare, în *Timpul* nu a fost plasată publicitate electorală.

#### 4.1.7 Vesti Gagauzii

Publicația Adunării Populare a UTA Gagauz Yeri *Vesti Gagauzii* a editat două numere în această perioadă, în care au fost inserate 6 articole despre campania electorală cu suprafață totală de 3953 cm.p. 2 articole au fost educație electorală (lista secțiilor electorale din autonomie), iar celelalte 4 – știri simple care au fost prezentate, cu o excepție, nepărtinitor. În calitate de surse de informație pentru articole au fost funcționarii de stat și cetățenii.

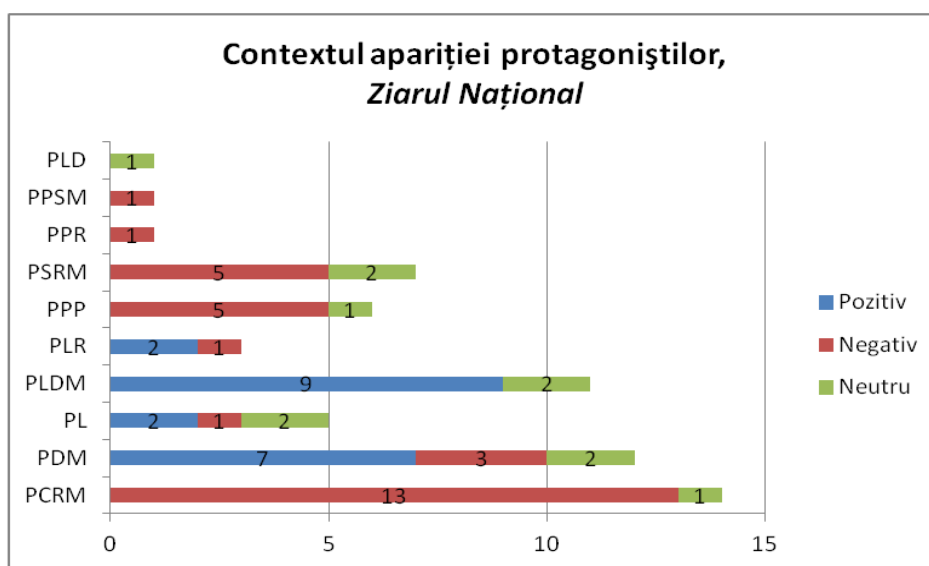
Într-unul din articolele publicate în *Vesti Gagauzii* a fost prezentat în context pozitiv concurentul electoral PSRM, în alte știri au apărut în context ușor favorizant unii miniștri de la diferite partide.

În perioada de raportare, de publicitate în *Vesti Gagauzii* a beneficiat concurentul electoral PPP (machete și articole publicitare).

#### 4.1.8 Ziarul Național

În perioada 18-31 octombrie 2014, *Ziarul Național* a difuzat trei ediții, inclusive una restantă din 17 octombrie. În total, în aceste ediții au fost publicate 20 de articole care au vizat direct sau indirect campania electorală, cu suprafață totală de 10924 cm.p. În calitate de surse de informație pentru articole au fost politicienii, cetățenii, mai rar experții și funcționarii. Toate textele publicate au fost din categoria știrilor simple, 6 din ele au fost nepărtinitoare, iar alte 14 articole au transmis cititorilor și opinia autorului.

Din cei 10 concurenți electorali care au apărut în paginile *Ziarului Național*, PCRM a fost prezentat cel mai des în context negativ (de 13 ori din 14 apariții), de asemenea PPP și PSRM au fost mai degrabă defavorizate. Partidele din coaliția de guvernare sunt prezentate în context favorizant, în special PLDM care apare doar pozitiv, iar rareori și neutru.



În perioada de raportare, de publicitate în *Ziarul Național* au beneficiat: PLDM (machete publicitare), PDM (articol publicitar).

#### CONCLUZII:

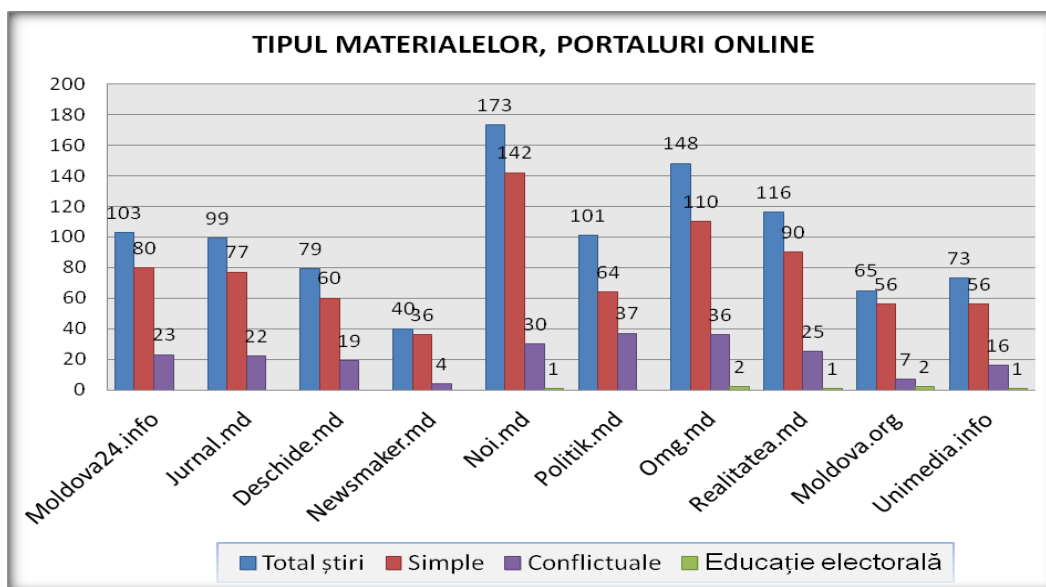
- Majoritatea ziarelor monitorizate reface campania electorală prin prisma simpatiilor/antipatiilor electorale ale editorilor, deseori în detrimentul informării obiective a cititorilor;

- 55% din materialele publicate în această perioadă în ziarele monitorizate au fost părtinitoare, adică poziția jurnalistului a putut fi ușor percepută de cititori;
- În majoritatea cazurilor, sursele de informație ale ziarelor au fost politicienii de genul masculin, în topul preferințelor ca surse de informație urmând funcționarii de diferit nivel, cetățenii și experții;
- *Nezavisimaia Moldova* este publicația cu cele mai multe probleme deontologice: toate articolele cu subiecte controversate au reflectat un singur punct de vedere, fiind astfel dezechilibrate, iar toate textele care s-au referit la alegeri, cu o singură excepție, au fost părtinitoare deoarece au prezentat (și) poziția jurnalistului. Ziarul favorizează masiv PCRM și critică majoritatea absolută a celorlalți concurenți electorali, în special PLDM, PDM, PLR, PL, dar și PSRM, PPP;
- *Moldova Suverană* defavorizează editorial PSRM care este prezentat mai mult în context negativ (în unele cazuri și neutru), dar și PPP. Totodată, ziarul simpatizează cu PLDM care este prezentat preponderent neutru sau pozitiv;
- *Jurnal de Chișinău* nu a prezentat în perioada de referință niciun concurent electoral în context pozitiv, PLR, PLDM, PCRM și PDM fiind cele mai mediatizate partide atât în context neutru, cât și negativ;
- *Komsomolskaia pravda v Moldove* a prezentat concurenții electorali preponderent neutru, cei mai mediatizați fiind PLDM, PDM, PL, PSRM PCRM și PPP. Ziarul a plasat multe materiale cu caracter comercial, în special articole de promovare și machete ale PLDM, PDM, PPP, PSRM;
- *Timpul* a prezentat concurenții electorali în context diferit, PDM, PLDM și PL fiind cei mai mediatizați, preponderent în context neutru. Concurenții electorali PSRM și PPP apar mai des în context negativ în acest ziar;
- *Panorama* defavorizează unele partidele parlamentare (PLDM, PDM, PCRM), concurentul electoral PPCD fiind unicul prezentat doar în context pozitiv și favorizat prin suprafața intervenției directe (un interviu de două pagini cu Iurie Roșca);
- *Vesti Gagauzii* a reflectat sumar campania electorală în perioada de referință, dar a favorizat PSRM în unul din articolele publicate;
- *Ziarul Național* favorizează PLDM, acest concurent electoral fiind prezentat doar în context pozitiv, uneori și neutru. Mai rar au fost prezentați în context pozitiv PDM, PLR și PL. În schimb, PCRM, PSRM și PPP au apărut aproape de fiecare dată în context negativ și defavorizant.

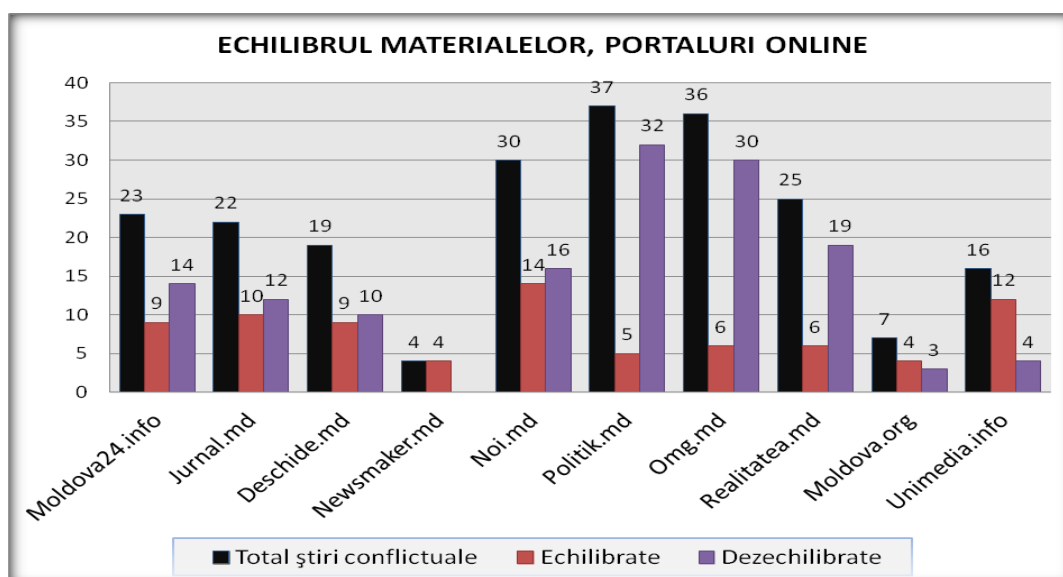
## V. Rezultatele monitorizării portalurilor online

### 5.1 Date generale portaluri online

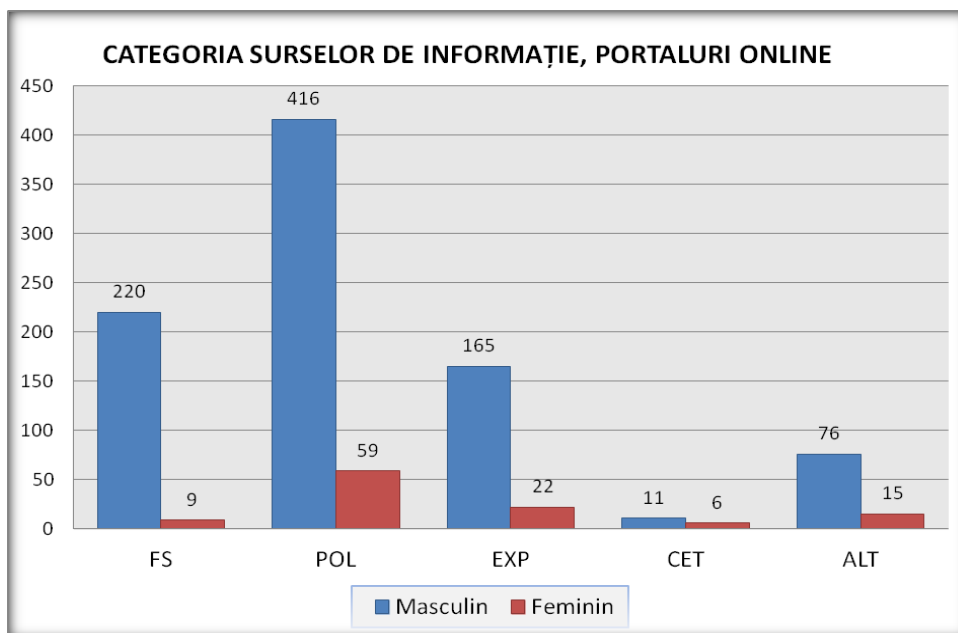
În perioada 18-31 octombrie 2014, cele 10 portaluri online monitorizate au publicat 997 de materiale cu caracter electoral direct sau indirect, cu un spațiu total de 1,978,475 de caractere. 771 dintre ele au fost materiale simple, iar 219 au tratat subiecte controversate. Doar cinci portaluri (Moldova.org, Omg.md, Noi.md, Realitatea.md și Unimedia.md) au plasat și câte 1-2 materiale de educație electorală.



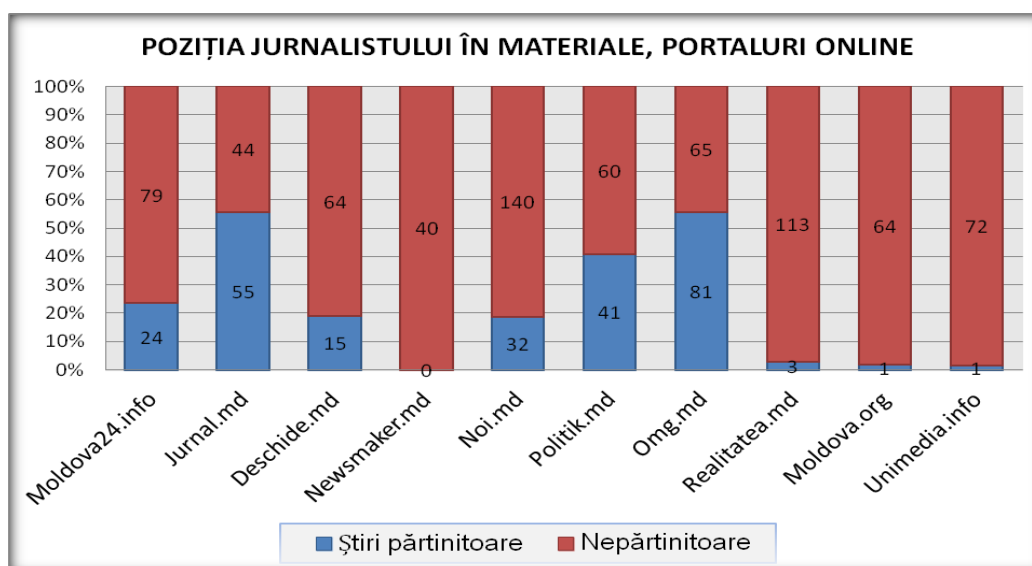
Doar 35,6% din știrile conflictuale au fost prezentate profesionist, fiind citate toate părțile în conflict. Newsmaker.md este unicul portal care a prezentat echilibrat toate materialele care au abordat un subiect controversat, în cazul portalurilor Politik.md, Omg.md și Realitatea.md înregistrându-se cea mai mare discrepanță dintre numărul știrilor conflictuale prezentate relativ echilibrat și numărul știrilor conflictuale în care a fost prezentată doar poziția unei singure părți, adică știrile au fost dezechilibrate.



În majoritatea absolută a cazurilor, sursele de informație ale portalurilor online au fost politicienii de genul masculin. Astfel, din totalul de 999 de surse de informație citate în materialele publicate pe site-uri, aproape jumătate au fost politicieni (475), însă doar 59 dintre aceștia au fost femei, ceea ce reprezintă 12,4% din totalul surselor din domeniul politicului. În topul preferințelor ca surse de informație, urmează funcționarii de diferit nivel, care au fost citați de 229 de ori și numai în 9 cazuri a fost vorba de femei, și experții (165 bărbați și 22 femei). Cetățenilor simpli rareori li se oferă posibilitatea să-și expună opinia/păreră în materialele electorale publicate de portalurile online monitorizate.



Portalul Newsmaker.md a prezentat știrile electorale în toate cazurile nepărtinitor, adică poziția jurnalistului nu a fost nuanțată direct sau indirect în textul publicat, portalurile Realitatea.md, Unimedia.info și Moldova.org au avut puține cazuri de prezentare părtinitoare a subiectelor electorale, deși nu în toate cazurile materialele au fost echilibrate editorial (*a se vedea diagrama de mai sus „Echilibrul materialelor, portaluri online”*). Cele mai multe materiale părtinitoare au publicat Jurnal.md (55,5% din totalul textelor), Omg.md (55,5%) și Politik.md (40,6%).



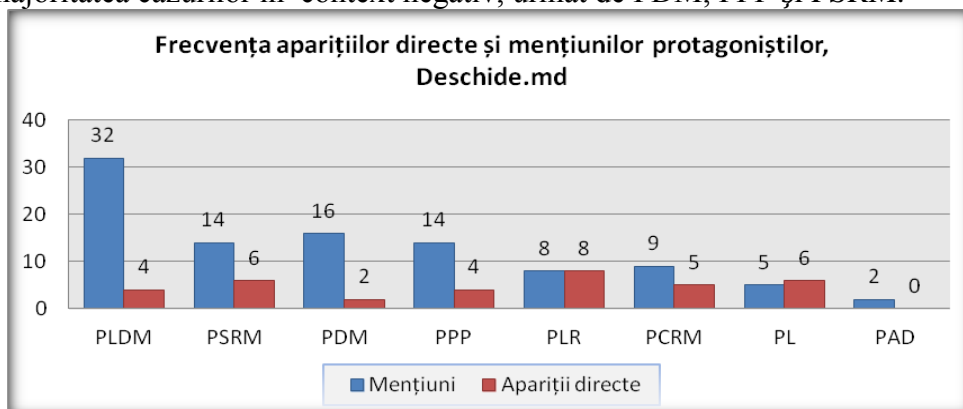
### 5.1.1 Deschide.md

În perioada 18-31 octombrie 2014, portalul de știri Deschide.md a publicat în total 79 de materiale relevante prezentei monitorizării (număr aproximativ egal cu cel din perioada precedentă de monitorizare), cu un spațiu total de 149889 de caractere. Subiectele abordate au fost diverse, referindu-se atât la activitatea CEC, cât și la evenimente organizate de unii concurenți electorali, dar și situațiile de conflict iscate între aceștia (acuzățiile lansate de Renato Usatfi la adresa lui Vlad Filat, acuzațiile de „raider politic” în cazul concesionării licenței postului de radio Vocea Basarabiei, perchezițiile de la domiciliul rudelor lui Dorin Chirtoacă). Majoritatea materialelor au fost corecte, însă au fost înregistrate și cazuri (15 materiale sau 19%) în care a putut fi remarcată poziția părtinitoare a autorului, în special fiind vorba de titluri tendențioase, uneori exagerate.

Ca și surse, de cele mai dese ori reporterii de la Deschide.md au făcut trimitere la politicieni – 49 de ori (dintre care 43 bărbați și 6 femei) și funcționarii de stat – 12 ori (11 bărbați și 1 femeie).

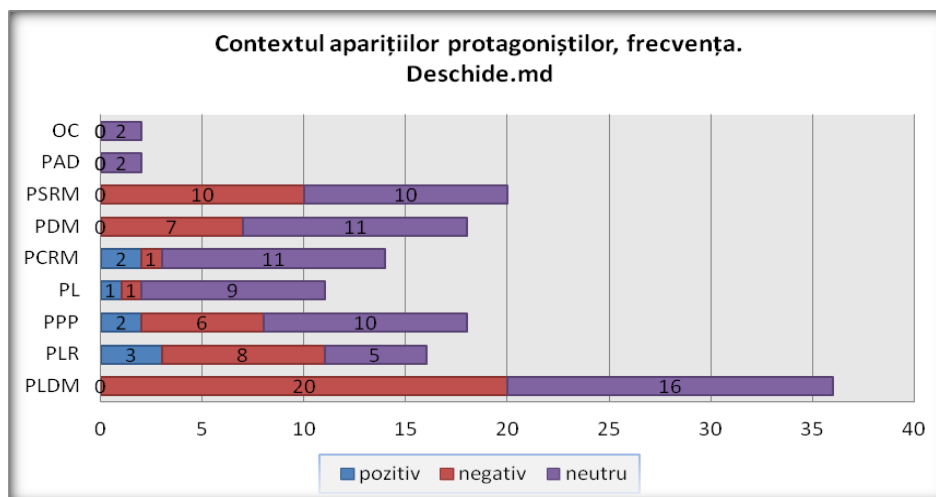
Cel mai mare spațiu alocat protagoniștilor a revenit partidelor parlamentare din opoziție și celor din arcul guvernamental. Astfel, pe primele cinci poziții în Top 10 al spațiului alocat concurenților electorali se numără reprezentanții PLR, cu un spațiu total de 6340 de caractere, urmați de reprezentanții PL – 3077, PCRM – 3029 de caractere, PSRM – 2321 de caractere și PLDM – 1675 de caractere.

Din punctul de vedere al frecvenței aparițiilor directe, primii în top figurează PLR, PL și PSRM. Când privește mențiunile, de cele mai multe ori în materiale a fost menționat concurentul electoral PLDM, în majoritatea cazurilor în context negativ, urmat de PDM, PPP și PSRM.



Contextul mediatizării majorității actorilor electorali a fost mai mult neutru și negativ. PLDM a fost menționat preponderent în context negativ, PSRM – în egală măsură în context neutru și negativ, iar PDM, PCRM, PL, PPP – mai mult neutru.





De menționat că portalul Deschide.md a publicat mai multe materiale cu caracter electoral indirect în care au apărut sau au fost menționați reprezentanții Guvernului. Dintre aceștia, de cele mai dese ori a fost citat sau menționat premierul Iurie Leancă – 7 ori, dintre care de 2 ori în context negativ și de 5 ori - neutru.

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

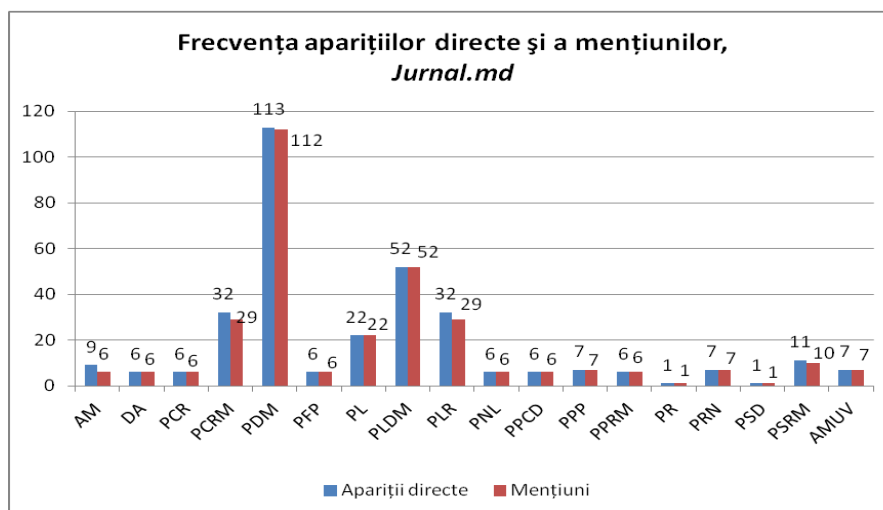
### 5.1.2 Jurnal.md

Portalul de știri Jurnal.md a publicat în perioada de raportare 99 de materiale cu caracter electoral direct sau indirect, cu o suprafață totală de 360658 de caractere. 77 dintre ele au fost materiale simple, iar celelalte 22 au tratat subiecte controversate în cadrul cărora au fost lansate diverse acuzații în adresa unor actori politici. În doar 45,5% din știrile controversate (10 din 22) cititorilor le-au fost prezentate opiniile tuturor părților implicate în conflicte, aceste materiale fiind mai mult sau mai puțin echilibrate, celelalte 12 materiale fiind prezentate dintr-o singură perspectivă.

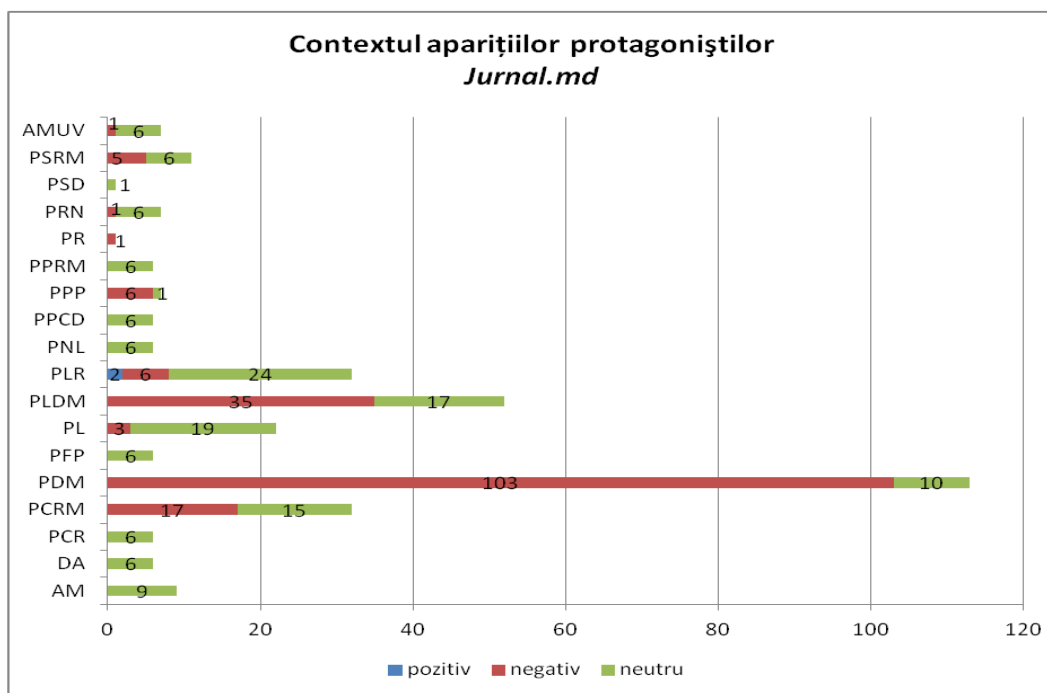
Caracterul nepărtinitor al prezentării subiectului a fost asigurat în 44 din cele 99 de materiale jurnalistice, celelalte materiale cu caracter electoral direct sau indirect au fost părtinitoare, unele au exprimat doar opinii sau au fost preluate de pe diverse bloguri, fiind plasate la rubricile de știri ale portalului.

Sursele de informație ale Jurnal.md sunt diverse, predominând experții, funcționarii și politicienii, de cele mai multe ori bărbați (experți – 29 bărbați și 6 femei, funcționari – 26 bărbați și o femeie, politicieni – 14 bărbați și 9 femei).

După numărul de apariții directe și mențiuni, concurentul electoral cel mai des vizat în această perioadă a fost PDM (113 de apariții și 112 de mențiuni), urmat de PLDM, PCRM și PLR. Cele mai mari suprafețe pentru aparițiile în direct au fost afectate PLR și PDM.



Portalul Jurnal.md defavorizează PDM, acest actor politic fiind prezentat preponderent în context negativ (de 103 ori) și foarte rar în context neutru (10 ori). În 2/3 din cazuri a apărut în context negativ și PLDM (de 35 de ori în context negativ și de 17 ori în context neutru), PCRM apare mai des în context negativ (de 17 ori) decât în context neutru (de 15 ori). Unicul concurent electoral care a fost prezentat în context pozitiv de Jurnal.md în această perioadă a fost PLR (în 2 cazuri).



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

### 5.1.3 Moldova24.info

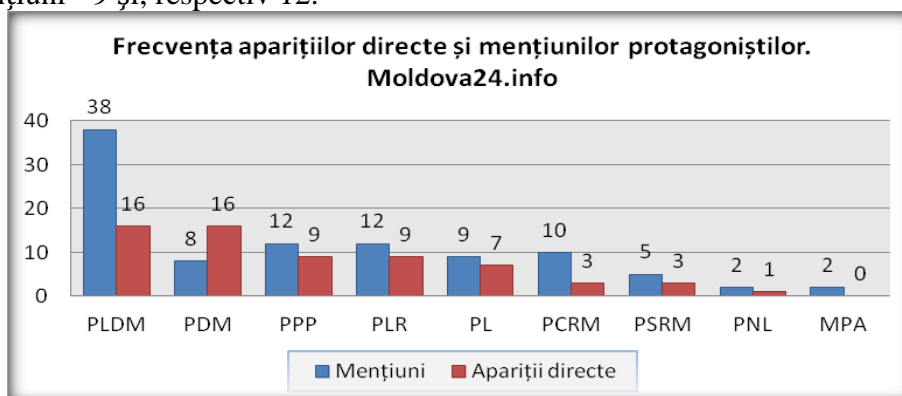
Portalul informațional Moldova24.info a difuzat în perioada 18-31 octombrie 103 materiale (aproape dublu comparativ cu perioada precedentă de monitorizare, când au fost publicate 53 de materiale), cu o suprafață totală de 166 484 de caractere. Portalul a pus accent pe subiecte despre situații de conflict dintre diverși concurenți, în special pe acuzațiile lansate de Renato Usatîi la adresa lui Vlad Filat și perchezițiile de la domiciliul rudelor lui Dorin Chirtoacă. Pe lângă materialele scrise, portalul a inserat deseori și materiale video. Din punctual de vedere al

imparțialității au fost constatate probleme în 24 știri din totalul de 79 sau aproximativ în 30%. Acestea au fost părtinitoare, nu au separat faptele de opinie, fiind evidentă poziția jurnalistului față de protagoniști.

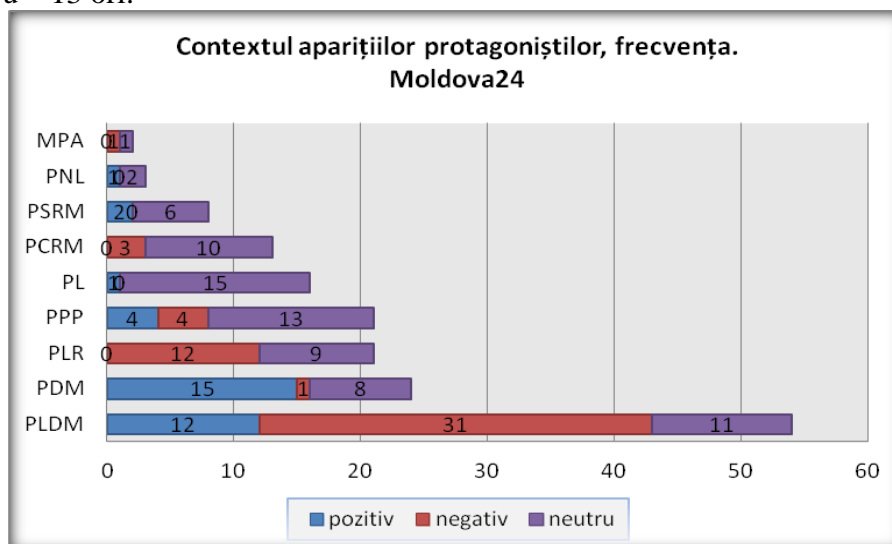
De cele mai dese ori reporterii de la Moldova24.info au recurs la politicieni în calitate de surse – 74 în total, dintre care 68 au fost bărbați. La funcționarii de stat, inclusiv reprezentanți ai CEC, s-a apelat de 4 ori (4 bărbați), la experți – de 7 ori (5 bărbați).

Cel mai mare spațiu alocat protagoniștilor a revenit PL, care a apărut în materiale cu suprafața totală de 14386 caractere, urmat de PDM cu 10155 semne, PPP și PLDM cu spațiu de 7749 și, respectiv, 7751 semne. PSRM, PNL și PLR au fost mediatizați pe o suprafață de 4683, 4000 și, respective 3568 caractere.

Ca și frecvența a apariției și mențiunilor, pe primul loc se situează PLDM cu 16 apariții directe și 38 de mențiuni, urmat de PDM cu 16 apariții directe și 8 mențiuni, PPP și PLR cu un număr egal de apariții și mențiuni - 9 și, respectiv 12.



Contextul apariției concurenților electorali a fost preponderent neutru pentru majoritatea concurenților reflectați, cu excepția PLDM, care a fost menționat de cele mai multe ori - 31 - în context negativ. PL a avut mai multe apariții și mențiuni pozitive – 15, iar PPP a fost menționat mai mult neutru – 13 ori.



De notat că reprezentanții Guvernului au fost menționați și citați de 7 ori, dintre care premierul Leancă a apărut de 4 ori, în context preponderent neutru.

În perioada de referință Moldova24.info nu a difuzat publicitate electorală.

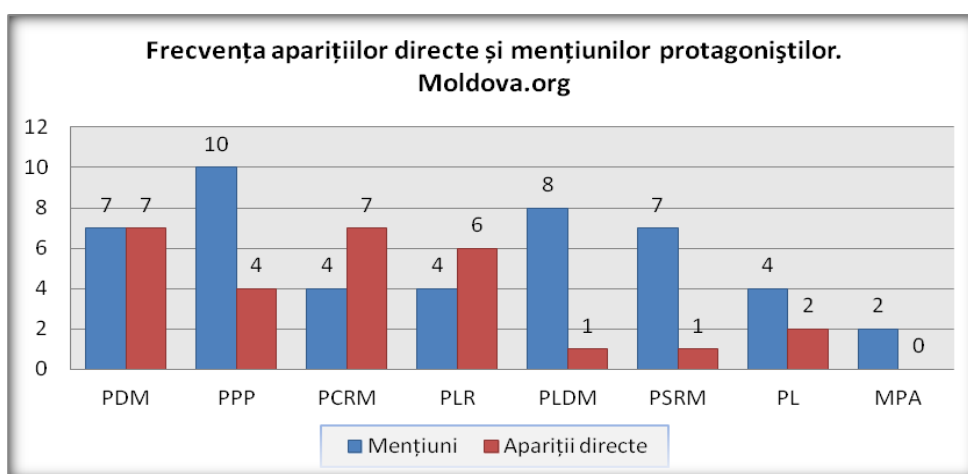
### 5.1.4 Moldova.org

În perioada de referință, portalul de știri Moldova.org a publicat în total 65 de materiale cu caracter electoral direct sau indirect, la fel ca și în perioada precedentă de monitorizare, dar cu o suprafață mai mare – 124840 caractere. Majoritatea acestora s-au axat pe activitatea CEC, dar au abordat și subiecte cu caracter electoral indirect, în mare parte vizând activitatea Guvernului.

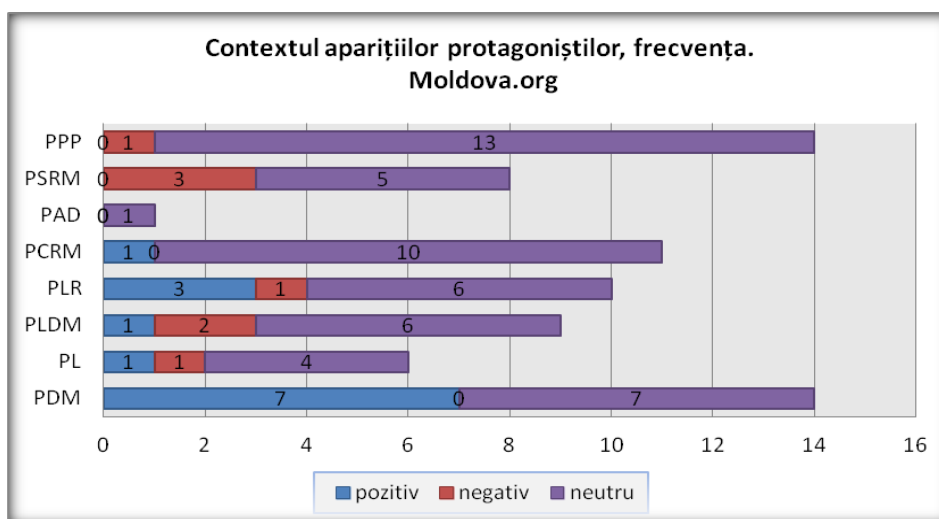
De cele mai multe ori, reporterii de la Moldova.org au citat ca surse politicieni - 29 de persoane, dintre care 28 bărbați, și politicienii - 17 (toți bărbați). Totodată, în materiale au fost incluse și păreri a 19 experți și 3 surse din alte categorii, în mare parte de sex masculin.

Cel mai mare spațiu în care protagoniștii au fost citați direct a revenit reprezentanților PCRM – 19616 caractere, PDM – 5793 caractere, PLR – 4979 caractere. PPP și PSRM au beneficiat de spații de 3180 și, respectiv, 1094 de caractere.

Frecvența aparițiilor și mențiunilor actorilor politici a fost relativ egală pentru PDM și PLR. Reprezentanții PPP și PLDM au fost mai mult menționați, fără a avea prea multe apariții directe.



Contextul apariției protagoniștilor a fost diferit, fără a ieși în evidență vreo tendință clară de favorizare a vreunui concurent electoral. Astfel, PCRM și PPP au apărut mai mult în context neutru, iar PLDM și PLR – atât neutru, cât și negativ și pozitiv. Cele mai multe apariții în context pozitiv au revenit PDM – 7, acesta fiind menționat și în context neutru de 7 ori.



De notat că portalul Moldova.org a alocat spațiu destul de mare reprezentanților Guvernului, care au avut 19 apariții directe și mențiuni, de cele mai multe ori în context pozitiv. Dintre aceștia pe primele locuri se situează premierul Leancă cu 6 apariții directe și 3 mențiuni, preponderant în

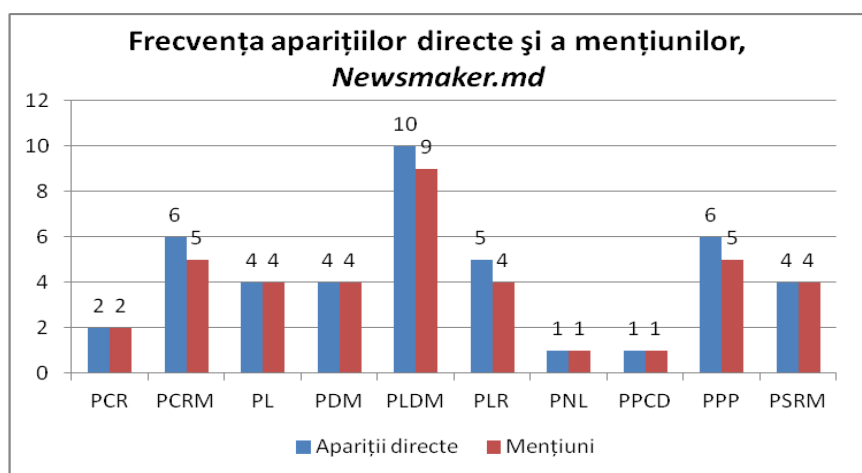
context pozitiv. Urmează ministrul Economiei Andrian Candu cu 4 apariții directe, toate în context pozitiv.

Moldova.org nu a difuzat în perioada de raport publicitate electorală.

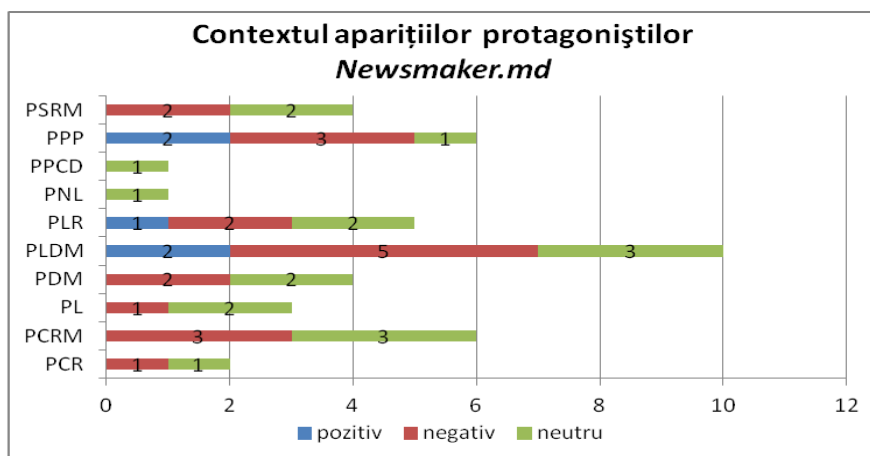
### 5.1.5 Newsmaker.md

Portalul de știri Newsmaker.md a publicat în perioada de raportare 40 de materiale cu caracter electoral direct sau indirect, cu un spațiu total de 101093 de caractere. 36 din articole au fost știri simple, iar alte 4 au abordat o situație de conflict. Toate materialele au fost prezentate echilibrat și nepărtinitor. Surse de informație pentru Newsmaker.md au fost funcționarii de stat (20 de bărbați) experții (12 bărbați și 3 femei) și politicienii (3 bărbați și o femeie).

În perioada de raportare, articolele de pe Newsmaker.md au vizat 10 concurenți electorali, cel mai vizibil fiind PLDM (10 apariții directe și 9 mențiuni), urmat de PCRМ și PPP cu câte 6 apariții directe și 5 mențiuni fiecare.



Protagonistii au fost prezentați de către Newsmaker.md în contexte diferite, fără a favoriza evident vreunul dintre concurenții electorali.



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

### 5.1.6 Noi.md

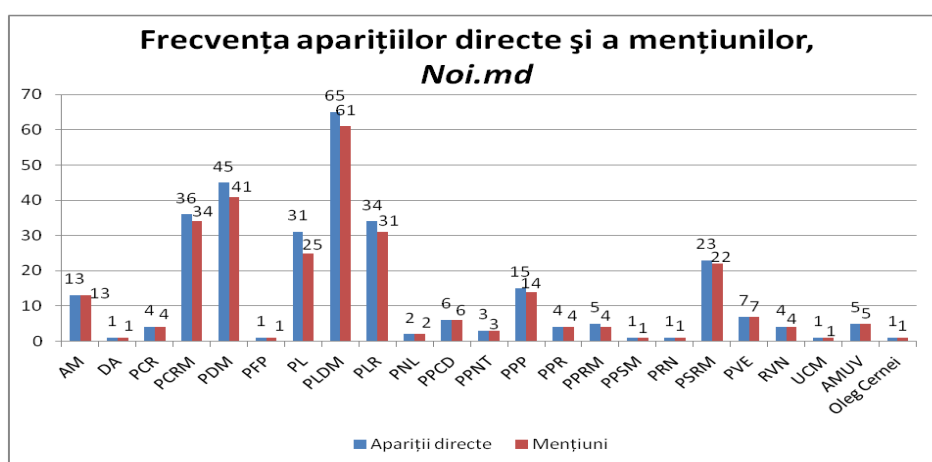
Portalul de știri Noi.md a publicat în perioada de raportare 173 de materiale cu caracter electoral direct sau indirect, cu un spațiu total de 383687 de caractere. 142 articole au avut subiecte obișnuite, 30 au tratat teme controversate sau au mediatizat acuzații în adresa unor actori politici, iar

un material a fost de educație electorală (banner cu linkuri la site-uri care explică procedura de votare în străinătate).

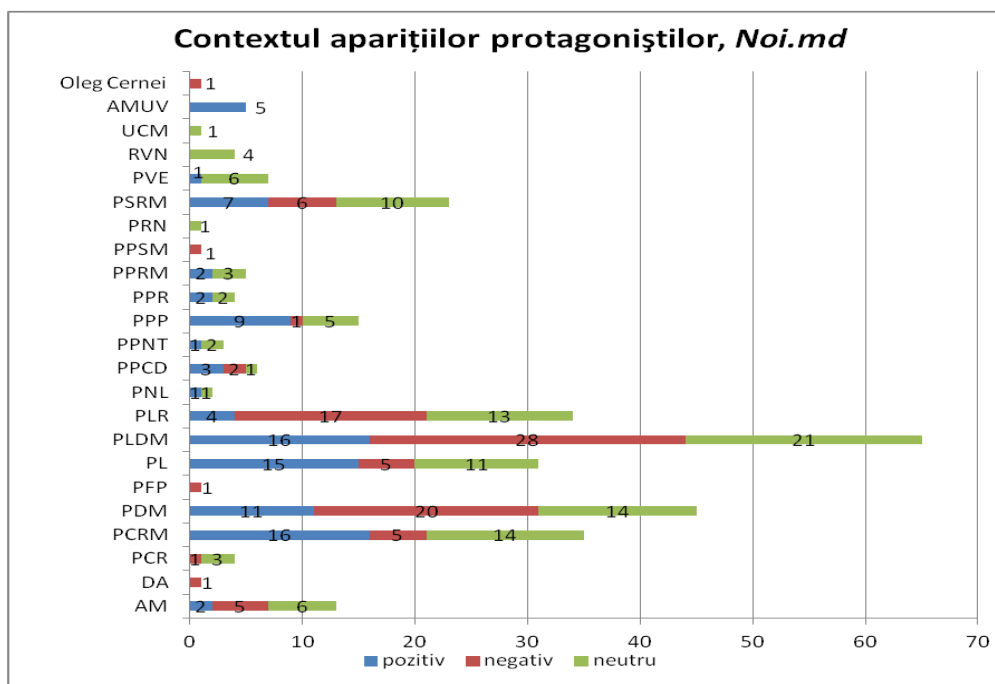
Din cele 30 de materiale care au reflectat o situație de conflict, doar jumătate (14 texte) au întrunit condițiile de prezentare echilibrată a pozițiilor tuturor părților, celelalte 16 materiale au fost mai mult sau mai puțin dezechilibrate. Caracterul nepărtinitor al prezentării subiectului a fost asigurat în 60,5% din materiale (140 din cele 172 de materiale jurnalistice relevante), celelalte materiale fiind părtinitoare.

În majoritatea cazurilor, Noi.md a apelat la surse din domeniului politicului, de asemenea au fost citate sau s-a făcut trimitere la surse din rândul funcționarilor de stat și la experți. Cu unele excepții ne semnificative, sursele au fost bărbați (politicieni – 50 bărbați și 2 femei, funcționarii de stat – 28 bărbați și 3 femei, experți – 14 bărbați).

În textele publicate de Noi.md în perioada de raportare au fost vizați 23 de concurenți electorali, în topul celor mai mediatizați fiind PLDM (65 apariții directe și 61 mențiuni), PDM (45 apariții directe și 41 mențiuni), PCRM (36 apariții directe și 34 mențiuni), aceste partide fiind urmate de PLR, PL, PSRM, PPP.



Actorii politici și electorali au fost prezentați în context diferit de Noi.md, partidele de la guvernare și din opoziția parlamentară fiind prezentate atât neutru, cât și pozitiv sau negativ (în special, au apărut în context negativ PLDM, PDM și PLR). PPP a fost prezentat mai des pozitiv sau neutru, PSRM – mai mult neutru și pozitiv.



În perioada de raportare, pe portalul Noi.md au fost plasate bannere de tip popup ale mai multor concurenți electorali: PDM, PCRM, PLDM, PSRM, PL, PPP.

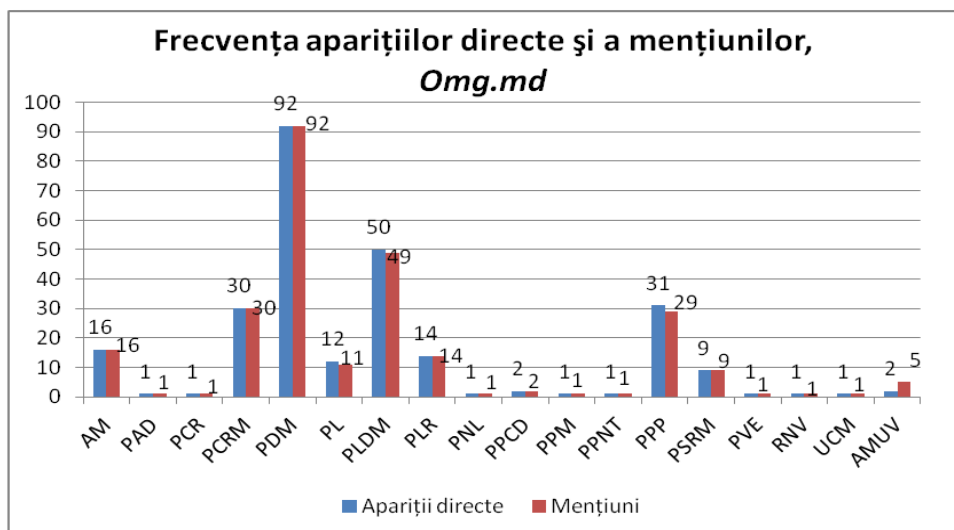
### 5.1.7 Omg.md

Portalul de știri Omg.md a publicat în perioada de raportare 148 de materiale cu caracter electoral direct sau indirect, cu un spațiu total de 210173 de caractere. 110 materiale au avut subiecte obișnuite, 36 au tratat teme controversate sau au mediatizat acuzații în adresa unor actori politici, iar 2 materiale au fost de educație electorală (votarea peste hotare, înregistrarea).

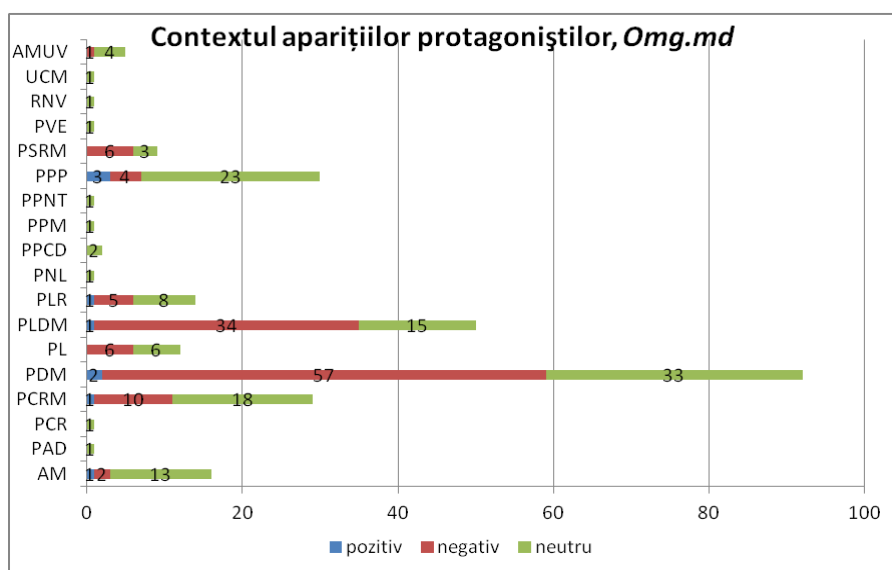
83,3% din materialele care au reflectat o situație de conflict (30 din 36) au fost dezechilibrate, deoarece au prezentat o singură opinie sau poziție în conflict/acuzațiile pe care le-au mediatizat. Caracterul nepărtinitor al prezentării subiectului a fost asigurat în doar 44,5% din materiale (65 din cele 146 de materiale jurnalistice relevante), celelalte materiale fiind părtinitoare, deoarece opinia autorului și a redacției poate fi ușor percepută de cititori.

În majoritatea cazurilor, Omg.md a apelat la surse din domeniului politicului, de asemenea au fost citate sau s-a făcut trimitere la funcționari de stat sau la experți. Cu unele excepții nesemnificative, sursele au fost bărbați (politicieni – 50 bărbați și 2 femei, funcționarii de stat – 28 bărbați și 3 femei, experți – 14 bărbați).

În textele publicate de Omg.md în perioada de raportare au fost vizați 18 concurenți electorali, în topul celor mai mediatizate formațiuni fiind PDM (92 de apariții directe și același număr de mențiuni), PLDM (50 de apariții și 49 de mențiuni), PPP (31 de apariții și 29 de mențiuni) și PCRM (30 de apariții și 30 de mențiuni).



Omg.md defavorizează PDM și PLDM, acești concurenți electorali fiind prezentați cel mai des în context negativ (PDM: 57 de apariții în context negativ, 33 în context neutru și 2 în context pozitiv; PLDM: 34 în context negativ, 15 în context neutru și o apariție în context pozitiv). PCRM apare în știrile Omg.md preponderent în context neutru sau negativ. În același timp, concurenții electorali PPP, AM și AMUV apar preponderent în context neutru.



PPP este unicul concurent electoral care a beneficiat de spațiu publicitar (bannere) pe portalul Omg.md în perioada de raportare.

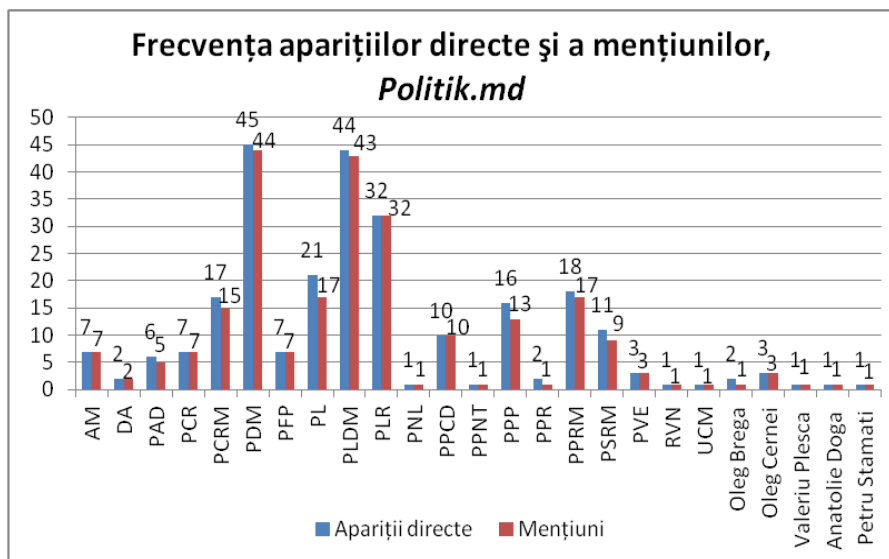
### 5.1.8 Politik.md

Portalul Politik.md a publicat în perioada de raportare 101 materiale cu caracter electoral direct sau indirect, cu un spațiu total de 169770 de caractere. 64 de materiale au avut subiecte obișnuite, iar alte 37 au tratat teme controversate sau au mediatizat conflicte, acuzații în adresa unor actori politici. 86,5% din materiale conflictuale (32 din 37 de texte) au fost dezechilibrate, adică au prezentat un singur punct de vedere asupra problemei reflectate. Caracterul nepărtinitor al prezentării subiectului a fost asigurat în 59,4% din materiale (60 din cele 101 materiale jurnalistice relevante), celelalte au fost mai mult sau mai puțin părtinoare, adică au transmis opiniile/pozițiile autorilor.

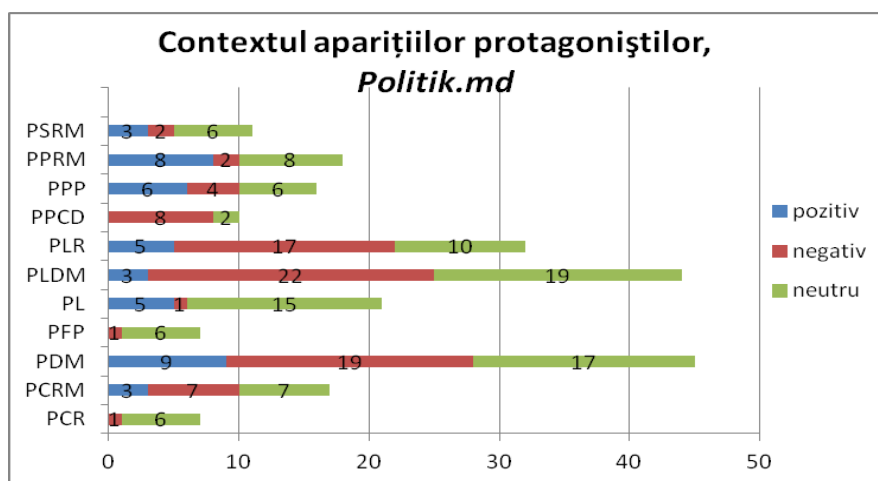


În majoritatea cazurilor, Politik.md a apelat în special la surse din domeniul politicului, mai rar s-a făcut trimitere la funcționari de stat sau la experți. Cu unele excepții ne semnificative, sursele au fost bărbați (politicieni – 56 bărbați și 5 femei, funcționarii de stat – 14 bărbați, experți – 7 bărbați și 2 femei).

În textele publicate de Politik.md în perioada de raportare au fost vizați 25 de concurenți electorali, în topul celor mai mediatizate formațiuni fiind PDM, PLDM, PLR, urmate, la distanță, de PL, PPRM, PCR, PPP și PSRM.



Politik.md prezintă partidele din coaliția de guvernare preponderent în context negativ sau neutru, rareori în context pozitiv, PDM fiind partidul de la guvernare cel mai des menționat în context pozitiv. În perioada de raportare, mai mult în context pozitiv și neutru au apărut: PPRM, PL, PPP, PSRM.



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

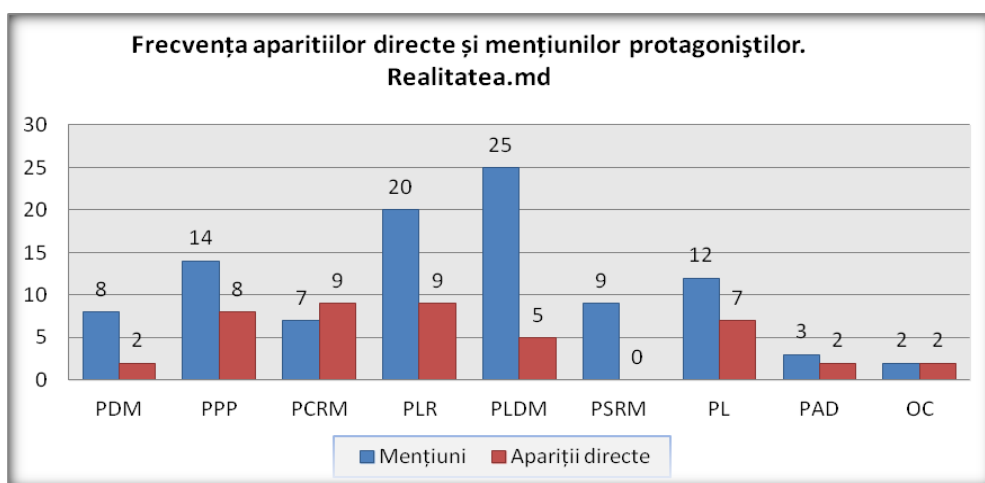
### 5.1.9 Realitatea.md

În perioada 18-31 octombrie 2014, portalul de știri Realitatea.md a publicat 116 știri cu caracter electoral direct sau indirect, cu o suprafață totală de 184 217 caractere cu spații. Subiectele reflectate au fost variate, materialele abordând atât aspecte ce țin de înregistrarea diferiților concurenți electorali, cât și acuzațiile lansate de diverși concurenți, dar și materiale ce țin de activitatea Guvernului.

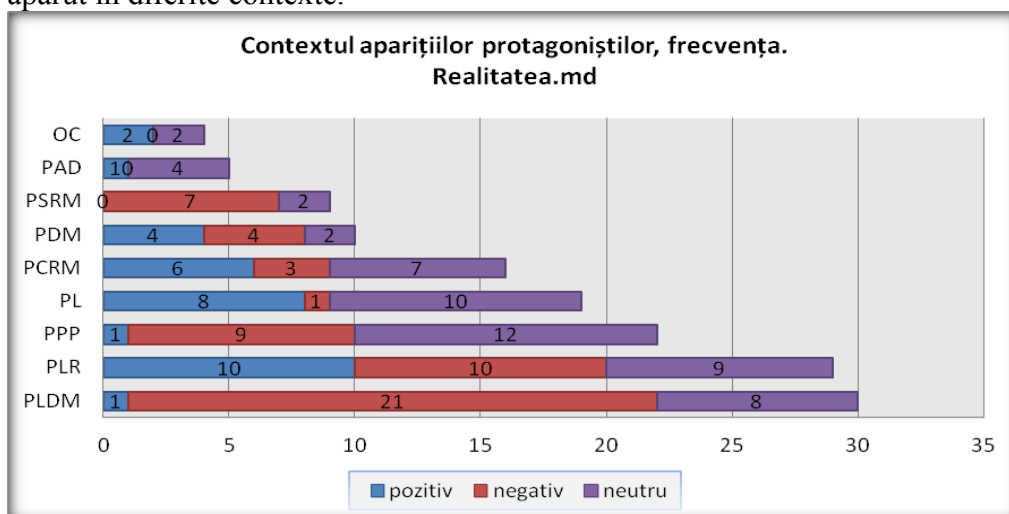
Sursele la care au apelat de cele mai dese ori reporterii de la Realitatea.md au fost din categoriile politicieni și funcționari de stat, aceștia fiind citați direct sau indirect de 56 și, respectiv, 21 ori. Marea majoritate a surselor politicieni au fost bărbați (50 din 58), iar în cazul funcționarilor de stat toți cei citați au fost de sex masculin. În materiale s-a făcut trimitere și la experți - de 5 ori și surse din alte categorii – 26 de ori.

Din rândul politicienilor, primii cinci în Top 10 al protagoniștilor cărora le-a fost alocat cel mai mare spațiu se numără: PL (5327 caractere) PCR (3714 caractere), PLR (3491 caractere), PPP (2595 caractere) și PLDM (1861 caractere).

Din punctul de vedere al aparițiilor directe și al mențiunilor, situația diferă, pe primele cinci poziții în TOP 10 situându-se PLDM și PLR, ai căror reprezentanți au fost mai mult menționați decât citați. PCR (9 apariții directe și 7 mențiuni), PPP - 8 apariții directe și 14 mențiuni, iar PL - 7 apariții și 12 mențiuni.



Contextul apariției politicienilor a fost diferit, în unele cazuri raportul dintre numărul de apariții și mențiuni în context pozitiv și negativ fiind aproximativ același (de exemplu în cazul menționării PLR sau PDM). În cazul PLDM se remarcă o discrepantă vizibilă între numărul de mențiuni în context negativ și pozitiv, acest concurent electoral fiind menționat de 21 ori în context negativ (70 la sută) și o dată pozitiv. Și în cazul PSRM a prevalat numărul de apariții în context negativ – 7, față de 2 ori neutru. PPP a fost menționat mai mult neutru, dar și negativ - 9 cazuri. PDM și PCR au apărut în diferite contexte.



Reprezentanților Guvernului le-a fost alocat un spațiu total de 6770 de caractere, aceștia fiind citați și menționați de 17 ori. Protagonistii respectivi au apărut de cele mai multe ori – 12 - în context pozitiv. O mare parte din apariții și mențiuni au revenit premierului Leancă – 12, în mare parte pozitive.

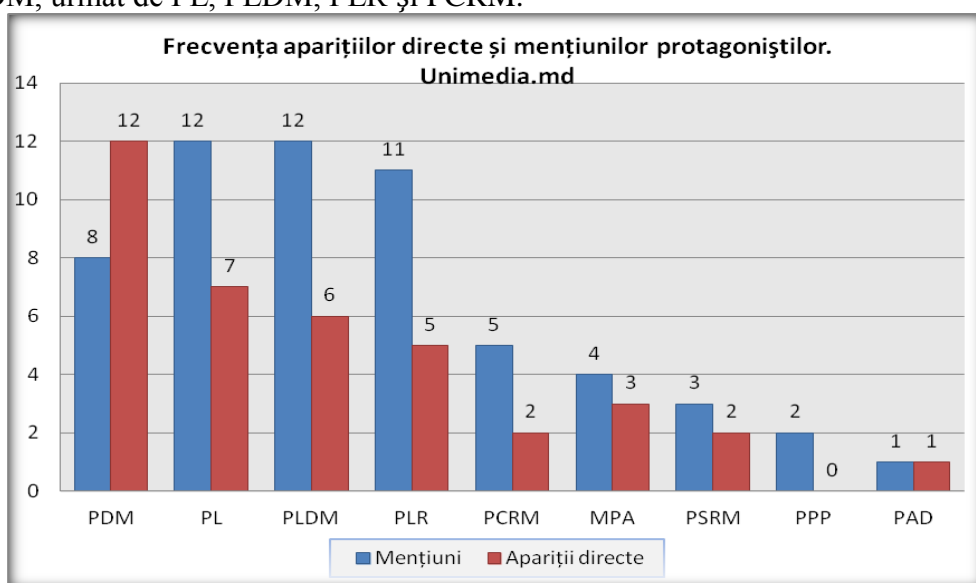
Portalul Realitatea.md nu a avut în perioada de monitorizare publicitate electorală.

### 5.1.10 Unimedia.info

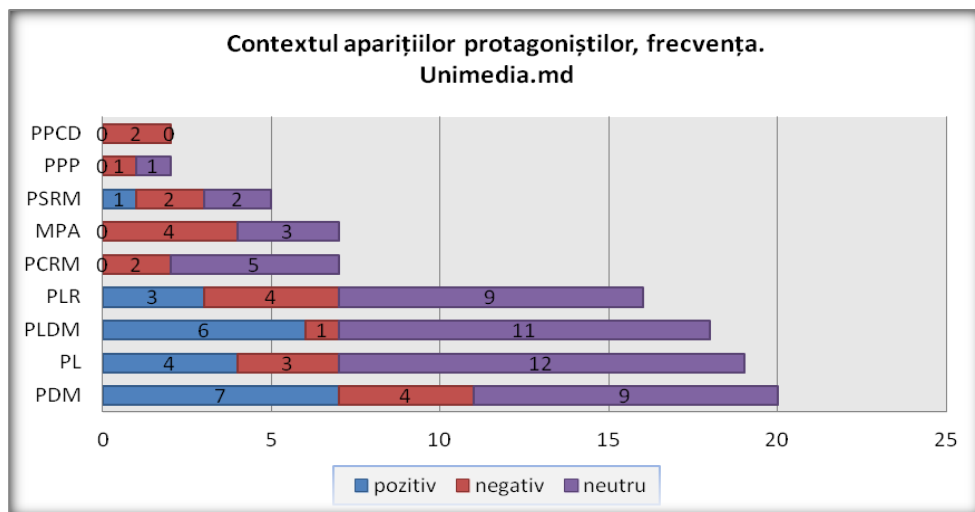
Portalul informațional Unimedia.info a publicat în perioada monitorizată 73 de materiale cu caracter electoral direct sau indirect cu o suprafață totală de 127 644 caractere cu spații, numărul fiind în scădere comparativ cu perioada precedentă de monitorizare (91). De notat că portalul a difuzat în perioada respectivă și 3 emisiuni Alb și Negru în care au fost abordate subiecte electorale. În calitate de surse, de cele mai dese ori Unimedia.info a apelat la politicieni, care au fost preponderent de sex masculin (52 din numărul total de 62). La funcționari de stat s-a apelat de 20 de ori (dintre care 18 au fost bărbați). Totodată, într-un caz în știri au fost citați cetățeni simpli, iar în șase rânduri – experți (toți de sex masculin).

Cea mai mare pondere din punctul din vedere al spațiului alocat îi revine PDM-ului – 7607 caractere, care este urmat de PLDM cu 5551 caractere, MPA – 2427, PL – 2506 și PCRM – 2054 caractere.

Din punctul de vedere al frecvenței aparițiilor directe și mențiunilor, pe primul loc în TOP 10 se situează PDM, urmat de PL, PLDM, PLR și PCRM.



Contextul aparițiilor și mențiunilor protagoniștilor a fost preponderent neutru pentru majoritatea concurenților reflectați în știri. Totodată, unii dintre ei au fost menționați în context pozitiv mai des decât în context negativ (de exemplu PLDM cu 6 apariții în context pozitiv față de 1 în context negativ, PDM - 7 apariții în context pozitiv versus 4 negativ și PL - 4 apariții pozitive și 3 negative. MPA a fost menționat preponderent în context negativ, la fel ca și PPCD.



Reprezentanții Guvernului au fost mediatizați pe o suprafață de 5933 caractere, având 13 apariții și 5 mențiuni. Dintre acestea 7 revin premierului Leancă, contextul fiind preponderent pozitiv. Portalul Unimedia.info a publicat în perioada de raport publicitatea concurentului electoral PLDM, inclusiv 3 comunicate de presă și un banner obișnuit difuzat timp de 8 zile, PDM – un banner pop up care a fost plasat la 31 octombrie și 3 comunicate de presă, PLR – 2 comunicate, PPRM – 3 comunicate, PSRM – 3 comunicate.

## CONCLUZII:

- Majoritatea mass-media online monitorizate au reflectat campania atât în materiale cu caracter electoral direct, cât și în cele cu caracter electoral indirect. În documentarea materialelor, portalurile au dat preferință politicianilor și funcționarilor de stat, în detrimentul experților și cetățenilor simpli, iar raportul dintre numărul de surse de sex masculin și feminin a fost net în favoarea bărbaților;
- Doar 35,6% din știrile conflictuale din media online au fost prezentate profesionist, fiind citate toate părțile în conflict. *Newsmaker.md* este unicul portal care a prezentat echilibrat toate materialele care au abordat un subiect controversat, în cazul portalurilor *Politik.md*, *Omg.md* și *Realitatea.md* înregistrându-se cea mai mare discrepanță dintre numărul știrilor conflictuale prezentate relativ echilibrat și numărul știrilor conflictuale în care a fost prezentată doar poziția unei singure părți, adică știrile au fost dezechilibrate;
- Cele mai multe din portalurile analizate au oferit cuvânt mai multor actori atât din arcul guvernamental, cât și din opoziția parlamentară și extraparlamentară. Bazat pe frecvența și contextul aparițiilor protagoniștilor în știrile cu caracter electoral direct sau indirect, nu se poate afirma că s-a remarcat favorizarea masivă a vreunui concurent electoral. Totodată, la *Realitatea.md* și *Deschide.md* a fost evidentă defavorizarea masivă a PLDM și mai subtilă a PSRM și PPP. La *Unimedia.info* se remarcă o ușoară favorizare a PDM și PLDM. *Moldova24.info* s-a remarcat prin defavorizarea masivă a PLDM și favorizarea PDM, se remarcă și o ușoară favorizare a PPP. *Noi.md* a prezentat în diferit context (pozitiv și neutru, dar și negativ) PLDM, PDM, PCRM și PL, dar și PSRM și PPP. *Jurnal.md* a defavorizat PDM (103 apariții în context negativ și 10 în context neutru), mai rar PLDM și PCRM. *Omg.md* a defavorizat PDM și PLDM prezentându-le preponderent în context negativ, iar *Politik.md* a prezentat principalii actori politici în context diferit, totuși mai mult negativ și neutru;
- Majoritatea portalurilor au avut carențe în sensul respectării principiilor profesionale ce țin de asigurarea pluralismului și echilibrului surselor, dar și de imparțialitate și obiectivitate. Cele mai multe probleme de acest gen au fost atestate la *Moldova24.info*;

- Portalul *Newsmaker.md* a prezentat știrile electorale în toate cazurile nepărtinitor, adică poziția jurnalistului nu a fost nuanțată direct sau indirect în textul publicat, portalurile *Realitatea.md*, *Unimedia.info* și *Moldova.org* au avut puține cazuri de prezentare părtinitoare a subiectelor electorale, deși nu în toate cazurile materialele au fost echilibrate editorial. Cele mai multe materiale părtinitoare au publicat *Jurnal.md* (55,5% din totalul textelor), *Omg.md* (55,5%) și *Politik.md* (40,6%).

## VI. Studii de caz

### Studiul de caz nr. 1. Radio Vocea Basarabiei, 21 octombrie 2014, Radio Jurnal

**Prezentator: Vitalie Enache**

**Reporter: Vasile Munteanu**

**Reportaj: Întâlnirea liderului PLDM Vlad Filat cu studenții de la Universitatea Pedagogică de Stat „Ion Creangă” din Chișinău**

**Durață: 3 minute**

În jurnalul de știri a fost inclus un material totalmente electoral, fiind un reportaj de la o întrunire electorală a Partidului Liberal Democrat. Textul este scris de o manieră favorabilă concurentului electoral, prezentatorul anunțând din start că Vlad Filat este liderul „celui mai numeros partid de la guvernare” și că educația este „o prioritate a formațiunii pe care o conduce”.

Din cele 3 minute cât durează reportajul, 1 minut și 6 secunde (textul reporterului plus voxuri) se referă la așteptările studenților de la viitoarea guvernare (nu este clar dacă se referă la PLDM sau la alte partide), iar restul de 2 minute sunt rezervate înregistrărilor din discursul lui Vlad Filat și vicepreședintei Organizației de Tineret a PLDM, Mihaela Spătaru, care povestesc despre realizările și proiectele formațiunii.

Voxurile studenților (48 de secunde) au fost selectate în așa fel încât în fiecare să fie exprimată ideea unui „viitor european”, sintagmă prezentă în sloganul electoral al PLDM: „Înainte pentru un viitor european!”. Unul dintre vorbitori cheamă deschis la susținerea PLDM: „Cu ajutorul Partidului Liberal-Democrat aș vrea să susțin pentru ca Republica Moldova să fie integrată în Uniunea Europeană cu succes”.

Partea a doua a reportajului conține două fragmente din discursul de la tribună al lui Vlad Filat - primul de 54 de secunde și al doilea de 43 de secunde - și o secvență din discursul vicepreședintei Organizației de Tineret a PLDM, Mihaela Spătaru. Ambii trec în revistă pe un ton laudativ proiectele finalizate și cele în derulare ale guvernării: adoptarea Codului Educației, sporirea exigențelor la bacalaureat, liberalizarea regimului de vize, construcția drumului Sărăteni-Soroca etc. Exemplu (Vlad Filat): „Noi nu avem practic localitate în Republica Moldova în care să nu avem investiții, fie că este vorba, încă o dată, construcții, dotări cu echipament, reconstrucția acestor instituții. Același lucru se întâmplă și în școlile noastre. Și eu spun cu mândrie că noi în sfârșit în Republica Moldova am reușit să adoptăm un Cod al Educației, care oferă soluții, în baza cărora educația în Republica Moldova să fie una performantă. (...) De aceea pentru perioada de viitor noi vom acorda o atenție mai deosebită inclusiv la acest capitol”.

Dincolo de faptul că întâlnirile electorale nu constituie prilej informațional, reportajul reprezintă o mostră de publicitate electorală, care ocupă spațiu de emisie în jurnalul de știri. Acest fapt contravine pct. 17 al Regulamentului privind reflectarea campaniei electorale, aprobat de Comisia Electorală Centrală la 30 septembrie 2014, care prevede că ”publicitatea electorală nu va fi inclusă în programele de știri” și art. 7 din Codul Audiovizualului, potrivit căruia ”radiodifuzorii au

obligăția de a reflecta campaniile electorale în mod veridic, echilibrat și imparțial”. Materialul nu informează oamenii, ci încearcă să îi convingă să susțină un concurent electoral. Reporterul nu a pus nicio clipă la îndoială cele anunțate de vorbitori, așa cum cer rigorile jurnalismului, ci, dimpotrivă, a acordat tribună pentru exprimarea opiniilor și comentarea unor fapte din trecut în folosul unui partid politic. Reportajul nu a adus nicio informație nouă (ca să justifice prezența într-un buletin de știri) - despre proiectele enumerate și lăudate de reprezentanții PLDM postul de radio a anunțat la momentul lansării/finalizării lor. Faptul că în jurnalele de știri ale postului de Radio Vocea Basarabiei găsim reportaje de la întâlnirile electorale ale reprezentanților PLDM, fără să existe vreun alt prilej informațional, și nu și ale altor candidați, confirmă concluzia că această instituție de presă face partizanat politic în favoarea PLDM.

## **Studiu de caz nr. 2. Portalul Omg.md, 22 octombrie 2014**

**Titlu:** „Власти дискриминируют граждан Молдовы, лишая возможности голосовать на выборах (ВИДЕО)”<sup>2</sup> (în traducere: „Autoritățile privează cetățenii R.Moldova de dreptul de a-și exercita votul, astfel discriminându-i”)

**Autor:** nu este indicat

Știrea începe cu o declarație a liderului Partidului Comuniștilor din R. Moldova, Vladimir Voronin, indignat de faptul că la scrutinul din 30 noiembrie 2014 în Federația Rusă vor fi deschise doar cinci secții de votare pentru cetățenii moldoveni. Potrivit lui Voronin, astfel coaliția pro-europeană este pregătită să ia măsuri discriminatorii în raport cu alegătorii și să-i determine să-și dea votul pentru anumite partide, comode pentru autorități. Totodată, liderul PCRM a adus acuzații grave în adresa unor lideri ai partidelor pro-europene de la Chișinău. Din cele cinci aliniate ale știrii, patru sunt citate ale lui Voronin. Iată ce declară el despre deschiderea birourilor electorale în Rusia: „*Este o decizie politică cu caracter discriminatoriu în raport cu cetățenii noștri moldoveni pe care chiar această așa-numită guvernare democratică i-a alungat din țară. Nici vorbă de democrație promovată de gruparea Plahotniuc, Lupu, Filat. Această conducere este anti-democratică, inumană și tratează fără respect și în batjocoră cetățenii noștri*”. Materialul conține și o secvență video de la conferința de presă, susținută de Voronin.

Știrea are un caracter conflictual și îl prezintă pe liderul PCRM într-o lumină pozitivă, iar pe ceilalți concurenți electorali într-un context negativ. Totuși, în articol nu găsim nici o reacție din partea guvernării sau a liderilor politici acuzați. Astfel, au fost încălcate normele deontologice care spun că jurnalistul solicită opinia tuturor părților relevante pentru subiect și respectă principiul potrivit căruia orice persoană vizată direct într-un material are dreptul la replică.

Voronin s-a arătat deranjat și de faptul că în România vor fi deschise mai multe secții de vot pentru moldoveni, afirmând că autoritățile mizează pe „votul decedaților” din România. „*Politicienilor, care se află la guvernare în acest moment, le este frică că alegătorii nu vor vota așa cum își doresc aici. În schimb, în România, în fiecare județ vor fi secții de votare pentru parlamentarele din R.Moldova și vor vota chiar și alegători decedați, dar incluși în liste. Și acolo ei vor obține numărul necesar de voturi și acolo alegătorii vor vota pentru formațiunile lor*”, a spus el. Nici în acest caz, Omg.md nu a solicitat replica unui reprezentant al CEC sau al unor observatori electorali privind deschiderea secțiilor de votare în străinătate.

---

<sup>2</sup> <http://omg.md/index.php?newsid=5344>

### **Studiul de caz nr. 3. Portalul Moldova24.info, 23 octombrie 2014**

**Titlu:** „După alegeri, Filat va primi factură de 10 mii de dolari pentru un metru cub de apă. Să plătească!”<sup>3</sup>

**Autor:** Moldova24

Întregul text, prezentat drept știre pe site-ul Moldova24.info, reprezintă o opinie a candidatului electoral Renato Usatîi, însoțită de o înregistrare video cu o durată de 1,41 minute, referitoare la faptul că în facturile pentru ultima lună ale consumatorilor din Chișinău au fost incluse și pierderile de apă suportate de furnizor.

Autorul spune că Renato Usatîi este indignat că „oamenii trebuie să plătească pentru incapacitatea autorităților”. În afară de faptul că se pronunță pentru anularea urgentă a legii care prevede ca oamenii să plătească surplusul de apă, politicianul aduce acuzații la adresa adversarului său politic, liderul PLDM, Vlad Filat, dar și la adresa altor persoane și instituții, ale căror opinii nu au fost solicitate de către reporter.

„Usatîi se arată indignat de faptul că întreprinderea „Apă-Canal” nu pune în aplicare aceeași practică și dă asigurări că va pune capăt acestor fărădelegi după alegeri”, scrie reporterul, fără ca în știre să existe reacția Întreprinderii „Apă-Canal”. Această afirmație conține și o promisiune electorală.

Știrea este făcută dintr-o singură sursă, ceea ce contravine art. 2 din Codul Deontologic al Jurnalistului, care prevede că „jurnalistul solicită opinia tuturor părților relevante pentru subiect” și „prezintă informațiile într-o manieră onestă, echilibrată și numai după ce a făcut demersuri pentru verificarea lor”. Textul nu urmărește informarea cititorului, ci crearea unei imagini favorabile candidatului Renato Usatîi care, astfel, arată că înțelege problemele oamenilor, le face promisiuni electorale și, în același timp, își atacă adversarii politici. Scopul de a suscita interes prin faptul că denigrează un alt concurent electoral se confirmă prin titlul știrii, care nu este informativ, ci mai curând denigrator: „După alegeri, Filat va primi factură de 10 mii de dolari pentru un metru cub de apă. Să plătească!”

Textul se încheie cu un apel-promisiune al lui Renato Usatîi către locuitorii capitalei, în care afirmă că după alegeri va pune capăt „acestor fărădelegi”.

### **Studiu de caz nr.4. Portalul Politik.md, 23 octombrie 2014**

**Titlu:** „Usatîi bate alarma: Veteranii din Drochia sunt impuși să recunoască că le-am cumpărat voturile, să-mi fabrice un nou dosar penal”<sup>4</sup>

**Autor:** Politik.md

Știrea conține declarațiile lui Renato Usatîi, primul candidat pe lista Partidului „Patria”, privind acuzațiile unor pensionari din raionul Drochia, lansate în adresa polițiștilor de sector, cum că ar fi fost impuși de oamenii legii să semneze câte o declarație că au fost plătiți pentru a-și da votul pentru el. Liderul partidului „Patria” i-a acuzat pe liberal-democratul Vlad Filat și pe democratul Vlad Plahotniuc că ar fi interesați ca el să fie exclus din cursa electorală.

Materialul are un caracter electoral direct și este unul părtinitor, deoarece este conceput în baza unei singure surse, prezentându-l în context pozitiv pe concurentul electoral Renato Usatîi. Acesta afirmă

<sup>3</sup> <http://moldova24.info/dupa-alegeri-filat-va-primi-factura-de-10-mii-de-dolari-pentru-un-metru-cub-de-apa-sa-plateasca/>

<sup>4</sup> <http://www.politik.md/articles/politic/usatii-bate-alarma-veteranii-din-drochia-sunt-impusi-sa-recunoasca-ca-le-am-cumparat-voturile-sa-mi-fabrice-un-nou-dosar-penal/28827/>



că: „Bătrânii sunt vorbitori de limbă rusă și unii dintre ei, necunoscând limba de stat, au semnat un act pe care nu l-au înțeles. De fapt, ei au semnat precum că s-a înregistrat un caz de corupere a alegătorilor. În această privință vom sesiza Procuratura Generală, SIS și MAI, deși consider că cei de la conducerea MAI trebuie demși”, iar ca dovadă ce ar proba nemulțumirea pensionarilor este anexată o secvență video, filmată cu o cameră ascunsă, din care nu se poate desluși clar despre ce vorbesc pensionarii și în ce context. Sub știre a fost plasată și o înregistrare audio ce conține o presupusă convorbire dintre comisarul adjunct al poliției din raionul Drochia cu un subaltern despre eventualele încălcări electorale, comise de Renato Usatîi. Autorul știrii nu a căutat să confirme sau să infirme autenticitatea acestei înregistrări, publicând doar acuzațiile lui Usatîi cum că ar fi vorba de provocări, întreprinse cu scopul „de-ai fabrica încă un dosar penal pentru că Filat și colegul său de coaliție, Plahotniuc se tem de faptul că formațiunea sa va accede în Parlament”.

Știrea este prezentată într-o manieră dezechilibrată, neonestă și cu încălcarea prevederilor Codului Deontologic al Jurnalistului, potrivit cărora orice persoană vizată direct într-un material are dreptul la replică.

Portalul a plasat și varianta video integrală de la conferința de presă, susținută de Usatîi la sediul formațiunii „Patria”, cu durata de 34 minute 32 secunde. Pe lângă declarațiile făcute în legătură cu acuzațiile bătrânilor din Drochia, Usatîi folosește un limbaj defectuos: „Fiecare al doilea cetățean în stradă mă întreabă: sigur îl băgați pe Filea (n.r Vlad Filat, liderul PLDM) la pușcărie? Este o opinie publică care îmi place și mie. Dacă nu vor fi locuri la pușcărie la Chișinău, luăm cu chirie la București sau în Odessa. Filea este un obosit”.

Astfel, Politik.md a publicat doar informațiile care îl favorizează direct pe candidatul Renato Usatîi, ceea ce demonstrează partizanatul politic al acestui portal.

#### **Studiul de caz nr.5. Publicitate electorală mascată în ziarele “Timpul” și “Panorama”, 24 octombrie 2014**

**Titlu în ziarul “Timpul”: “Campania Renaște Moldova a reușit să colecteze 1 mln de euro pentru modernizarea Centrului Mamei și Copilului”**

**Autor: (D.C)**

În ziarul “Timpul” nr. 41 (2075) a fost publicat în pagina 5 un articol despre campania “Renaște Moldova” în cadrul căreia a fost adunat un milion de euro pentru reconstrucția și modernizarea Institutului Mamei și Copilului din Chișinău. Astfel, scrie ziarul, campania “Renaște Moldova” și-a atins cu succes obiectivul. Anunțul a fost făcut la finalul a 12 ore de donații maraton de către inițiatorul acțiunii, Vlad Plahotniuc, președintele Fundației Edelweiss. Din material aflăm că din donațiile oamenilor din întreaga țară au fost colectați 411.735 lei, iar Fundația Edelweiss, condusă de Vlad Plahotniuc, a adăugat restul sumei necesare până la atingerea obiectivului, respectiv 566.998 lei.

Subiectul despre campania socială “Renaște Moldova” a fost publicat la rubrica “Politic”, pe o suprafață de 468 cm.p. Deși prezentată ca o știre, acesta este un material ce conține publicitate electorală mascată, deoarece V. Plahotniuc este candidatul cu nr. 2 pe listele Partidului Democrat din R.Moldova pentru alegerile parlamentare din 30 noiembrie, iar rezultatele telemaratonului au fost anunțate în plină campanie electorală. Articolul conține citate ale politicianului democrat care s-a arătat “profund impresionat de modul în care s-au implicat moldovenii din întreaga țară în această campanie socială” și a spus: “Avem un rezultat concret. Nu ne vom opri aici, sunt multe de făcut”, această afirmație având o tentă electorală clară. Materialul conține și trei fotografii cu participanții la maraton, una avându-l ca protagonist pe candidatul Plahotniuc, prim-vicepreședintele Partidului Democrat.

Deși articolul îl prezintă în context pozitiv pe candidatul pe listele PDM V. Plahotniuc, fiind de fapt publicitar, textul nu a fost marcat corespunzător și poate fi calificat ca publicitate mascată, ceea ce



contravine Legii cu privire la publicitate<sup>5</sup> (art. 8) care prevede că publicitatea mascată este interzisă. Codul Deontologic al Jurnalistului din Republica Moldova<sup>6</sup> (alin 2.10) relevă că este obligatorie separarea clară a produselor jurnalistice de cele realizate în scop publicitar, iar acestea trebuie marcate distinct și prezentate astfel încât să nu poată fi confundate cu cele jurnalistice.

Prin publicarea publicității mascate, sunt încălcate și prevederile Regulamentului privind reflectarea campaniei electorale la alegerile parlamentare din 30 noiembrie 2014 în mijloacele de informare în masă din Republica Moldova<sup>7</sup>, aprobat de Comisia Electorală Centrală (CEC).

**În publicația de limbă rusă “Panorama”, nr. 40 (607),** materialul despre campania “Renaște Moldova”, aproape identic celui din “Timpul”, apare la rubrica “Societate” din pagina 8, pe o suprafață de 648 cm.p. Articolul “Цель достигнута!” (în traducere: “Obiectiv atins!”) este însoțit de trei imagini de la telemaraton, două fiind similare celor publicate în “Timpul”, una prezentându-l pe Vlad Plahotniuc, candidat PDM la alegerile parlamentare. Din legenda fotografiei aflăm că președintele Fundației Edelweiss, împreună cu Andreea Marin, i-a înmănat directorului Centrului Mamei și Copilului certificatul cu suma adunată în timpul telemaratonului. Toate cele trei poze au legende ce fac trimitere la campania și fondurile colectate. Sub fiecare imagine este indicată sursa pan.md. Nici în acest ziar nu este indicat că textul ar fi publicitate electorală. Articolul nu are semnătură.

Materialul privind campania “Renaște Moldova”, publicat în ziarele “Timpul” și “Panorama” este unul cu caracter publicitar electoral mascat în favoarea democratului Vlad Plahotniuc, iar încă o dovadă în acest sens poate servi mesajul electronic, transmis mai multor redacții ale ziarelor din Republica Moldova de reprezentanți ai unor agenții de publicitate la o zi după telemaratonul “Renaște Moldova”. Iată conținutul acestui mesaj: ***“În caz că puteți să plasați articolul nemarcat ca publicitate în publicația dvs., dat fiind caracterul social al acestei informații, vă rugăm să o faceți. În caz contrar, nu amplasați articolul. Dacă este posibil, vă rugăm să faceți redactările de rigoare, prezentând ca un articol al redacției. Așteptăm un răspuns. Aproximativ 400-500 cm<sup>2</sup>”*** (sublinierile aparțin autorilor prezentului raport). La acest mesaj, au fost atașate două texte în limbile română și rusă despre telemaraton, dar și opt poze cu participanții la acțiune, în una din ele fiind și V. Plahotniuc, inițiatorul campaniei. Acest mesaj confirmă intenția de a corupe presa, în scopul publicării unor articole publicitare nemarcate corespunzător. Fiind publicate contra plată în campania electorală, aceste articole se pare că au fost achitate din alte surse decât cele din fondul electoral al Partidului Democrat.

Articolul “Campania Renaște Moldova și-a atins cu succes obiectivul!” a fost publicat și în “Ziarul Național”, nr. 42 (076), în pagina 10, cu genericul “Campanie”. Nu este clar însă dacă e vorba de o campanie socială sau de campania electorală. Articolul ocupă o suprafață de 594 cm.p., inclusiv subtitlu, șapou (lead), intertitluri: “Moldovenii s-au implicat”, “Nu avem cum să nu avem un viitor frumos”, “Nu ne vom opri aici”. În materialul din “Ziarul Național” nu găsim poze cu Vlad Plahotniuc, ci o singură imagine cu prezentatoarea telemaratonului, Andreea Marin. După titlul de pagină “Campanie”, în partea de sus, pe dreapta, este indicat cu litere mici “Publicitate”. Articolul nu are semnătură.

**Notă:** *același articol a fost publicat, fără a fi marcat corespunzător, în mai multe ziare naționale, locale și regionale.*

## **Studiul de caz nr. 6. Portalul Moldova24.info, 27 octombrie 2014**

**Titlu:** „Scandalos: Vlad Filat riscă 3 dosare penale (Doc - Legitimația lui Usatii)”<sup>8</sup>

**Autor:** Moldova24

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

<sup>6</sup> [http://consiliuldepresa.md/fileadmin/fisiere/fisiere/Cod\\_deontologic\\_al\\_jurnalistului\\_din\\_Republica\\_final.pdf](http://consiliuldepresa.md/fileadmin/fisiere/fisiere/Cod_deontologic_al_jurnalistului_din_Republica_final.pdf)

<sup>7</sup> [http://cec.md/files/files/regulamentreflectare\\_4315177.pdf](http://cec.md/files/files/regulamentreflectare_4315177.pdf)

<sup>8</sup> <http://moldova24.info/scandalos-filat-risca-3-dosare-penaledoc-legitimatia-lui-usatii/>

Știrea anunță că liderul partidului „Patria”, Renato Usatîi, va merge la Procuratura Generală „unde va depune mai multe plângeri împotriva liderului PLDM”. Usatîi lansează mai multe acuzații la adresa lui Vlad Filat, dintre care două se referă la însușirea unor sume mari de bani. Reporterul ia drept fapte veridice toate afirmațiile politicianului, fără să le pună la îndoială și fără să le verifice. Astfel, după afirmația că Usatîi „i-a transmis în prezența mai multor martori 400 de mii de lei lui Vlad Filat” pentru construcția caselor sinistraților din Cotul Morii, jurnalistul nu face efortul să întrebe sursa de ce donația nu a fost fixată documentar într-un act oficial, așa cum prevede legislația, ci a fost făcută „în prezența mai multor martori”. Astfel, reporterul dă dovadă de atitudine părtinitoare față de concurentul electoral și încalcă art. 2 al Codului Deontologic al Jurnalistului, care prevede că „jurnalistul verifică, de regulă, informațiile din două surse independente una de alta” și „publică doar informațiile despre care, în urma verificărilor, are convingerea că sunt veridice”.

În general, toate declarațiile făcute de singura sursă din știre, Renato Usatîi, oferă pentru un jurnalist profesionist câmp larg pentru verificare și constatare de contradicții și fapte de interes pentru cititori. Una dintre acestea se referă la anunțul că Renato Usatîi a fost consilier secret al primului-ministru Vlad Filat între anii 2010 - 2013. Autorul însă a preferat să citeze și să preia necondiționat fiecare opinie și afirmație, dându-le drept fapte confirmate.

Textul conține și alte acuzații aduse liderului PLDM, Vlad Filat, iar pentru argumentarea uneia dintre acestea - a faptului că Filat și-ar fi însușit 200 de mii de lei salariul de consilier al lui Usatîi - reporterul citează afirmația denigratoare: „îi sticlesc ochii ca la coțofană după tot ce nu este al lui”, formulată de Renato Usatîi la adresa lui Vlad Filat.

Fiind o știre conflictuală, cu lansare de acuzații grave, jurnalistul era obligat de Codul Deontologic și de cele mai elementare reguli ale jurnalismului de calitate să solicite opinia părții acuzate, pentru a o include în știre, lucru pe care l-au făcut majoritatea mediilor care au transformat în știre declarațiile publice ale lui Renato Usatîi. Autorul de la Moldova24.info nu a făcut acest efort, întregul text fiind construit ca un manifest anti-Filat ce urmărește demascarea și răfuiala cu un oponent politic.

#### **Studiul de caz nr. 4. Portalul Realitatea.md, 30 octombrie 2014**

**Titlu:** „EXCLUSIV! Casa pe care directorul "Vocea Basarabiei" a primit-o de la Filat în schimbul postului de radio”<sup>9</sup>

**Autor:** nu este indicat

Citând declarațiile deputatului PLR și fostului fondator al postului de radio „Vocea Basarabiei”, Valeriu Saharneanu, portalul anunță că „Veaceslav Țibuleac, directorul postului de radio "Vocea Basarabiei" a primit o casă cu câteva nivele în capitală, de la liderul PLDM, Vlad Filat. În schimb, instituția mass-media a fost supusă fostului premier, devenind astfel "victima unui raider politic".

Portalul mai citează declarațiile lui Valeriu Saharneanu, potrivit cărora Veaceslav Țibuleac se comportă „arogant” după ce a devenit membru PLDM și că acesta „a devenit dependent de casieria lui Filat, iar politica editorială a postului - de agenda partidului”.

Știrea este însoțită de fotografiile unei case despre care portalul anunță că ar fi locuința cumpărată de Vlad Filat pentru Veaceslav Țibuleac, însă în text nu este adusă nicio probă care ar confirma cele afirmate.

Dacă ar fi respectat rigorile elementare ale jurnalismului de calitate, știrea ar fi trebuit să conțină cel

<sup>9</sup> [http://www.realitatea.md/exclusiv-casa-pe-care-directorul-vocea-basarabiei-a-primit-o-de-la-filat-in-schimbul-postului-de-radio\\_11087.html](http://www.realitatea.md/exclusiv-casa-pe-care-directorul-vocea-basarabiei-a-primit-o-de-la-filat-in-schimbul-postului-de-radio_11087.html)

puțin confirmarea sau infirmarea de către Veaceslav Țibuleac a faptului că locuința din imagini îi aparține. Astfel, cititorii nu au de unde să știe dacă aceasta este într-adevăr casa ”cumpărată de Vlad Filat” sau este vorba de o informație manipulatorie. Drept reacție, autorul a scris doar că Țibuleac „a calificat declarațiile lui Saharneau drept o reglare de conturi între PLR și PLDM” și nu face lumină în ce privește acuzațiile ce i se aduc.

Reacția lui Vlad Filat lipsește din știre, chiar dacă i-au fost aduse acuzații directe că a corupt o persoană și a fost acuzat de acțiuni de „raider politic”. Astfel, știrea are serioase curențe legate de deontologia jurnalistică – o persoană este pomenită în context negativ, fără să i se solicite opinia, iar cititorii nu au ocazia să afle dacă informația conținută în știre este veridică sau reprezintă o speculație electorală. Maniera în care au fost selectate declarațiile unei părți acuzatoare fără să existe și reacția celor acuzați denotă faptul că autorul a urmărit de fapt să atace un concurent electoral, indiferent dacă are suficiente argumente pentru asta sau nu. Notăm că art. 2 din Codul Deontologic al Jurnalistului prevede că „jurnalistul prezintă informațiile într-o manieră onestă, echilibrată și numai după ce a făcut demersuri pentru verificarea lor”.

---

<sup>1</sup> Rapoartele vor fi traduse în limbile engleză și rusă și vor putea fi găsite pe paginile web: [www.alegeliber.md](http://www.alegeliber.md), [www.api.md](http://www.api.md), [www.media-azi.md](http://www.media-azi.md), [www.apel.md](http://www.apel.md)