

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

Raport nr. 4
9 – 15 noiembrie 2014¹



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

¹ Raportul integral va fi plasat până pe 25 noiembrie 2014 pe paginile web: www.alegeliber.md, www.api.md, www.media-azi.md, www.apel.md

I. Date generale

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

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

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

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

1.4 Mass-media monitorizate²:

TV

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

Radio

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

Presa scrisă

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

Portaluri online

Deschide.md, [Jurnal.md](#), Moldova24.info, Moldova.org, Newsmaker.md, [Noi.md](#), [Omg.md](#), [Politik.md](#), Realitatea.md, Unimedia.info

1.5 Obiectul monitorizării

TV

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

Radio

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

Presa scrisă

Întreg conținutul editorial al publicațiilor periodice monitorizate, inclusiv publicitatea.

Portaluri online

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

² În ordine alfabetică

1.6. Echipa

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

1.7 Cadrul metodologic

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

Categorii de protagoniști:

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

Categorii de instituții:

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

Analiza cantitativă:

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

Analiza calitativă:

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

Concluzii generale 9-15 noiembrie 2014

TV:

- În săptămâna 9-15 noiembrie 2014, cele 12 televiziuni monitorizate au difuzat 452 de știri cu caracter electoral în principala ediție informativă a zilei, număr comparabil cu cel din perioada precedentă. Cele mai multe știri au difuzat *Moldova 1* (57), *TV7* (52) și *Publika TV* (50), iar cele mai puține, ca și săptămâna trecută – *GRT* (24);
- 9 televiziuni au asigurat în știrile electorale un echilibru relativ al politicianilor. În același timp, *Publika TV* și *Canal 3* au demonstrat exces de zel în frecvența prezentării unui politician – V. Plahotniuc, preponderent în context pozitiv. *Jurnal TV* i-a prezentat în știri dezechilibrat ca frecvență pe doi politicieni – V. Plahotniuc și M. Lupu, preponderent în context negativ;
- Televiziunile monitorizate, mai puțin *GRT*, au admis în știri un dezechilibru clar în numărul de apariții ale concurenților electorali: la *Moldova 1* dezechilibrul a fost creat de frecvența aparițiilor PLR; la *Prime TV* – de PDM; la *Publika TV* – de PDM și PCR; la *Canal 2* – de PDM; la *Canal 3* – de PDM și PCR; la *ProTV* – de PDM; la *TV 7* – de PLDM; la *Jurnal TV* – de PDM; la *N4* – de PLDM; la *Accent TV* – de PDM, PLDM și PPP; la *Canal Regional* – de PSRM;
- *Prime TV*, *Publika TV*, *Canal 2* și *Canal 3* au continuat să favorizeze, prin numărul mare de apariții în context pozitiv, un singur concurent electoral – PDM;
- Prin numărul mare de apariții în context pozitiv, *N4* și *TV7* au favorizat concurentul electoral PLDM, iar *Accent TV* – concurentul electoral PSRM;
- *Jurnal TV* a defavorizat, prin numărul mare de apariții în context negativ, concurentul electoral PDM, iar *Accent TV* a defavorizat prin numărul de apariții în context negativ doi concurenți electorali – PDM și PLDM.
- **Concluzie generală: chiar dacă, în săptămâna 9-15 noiembrie 2014, unele televiziuni (care anterior i-au favorizat masiv pe unii concurenți electorali și/sau i-au defavorizat pe alții) și-au mai temperat zelul, totuși nu se remarcă tendința spre reflectarea adecvată a alegerilor parlamentare;**
- În cele 32 de emisiuni cu caracter electoral, difuzate în total la televiziunile monitorizate, au fost înregistrate 25 de cazuri, când moderatorii emisiunilor au avut o atitudine părtinitoare față de protagoniștii personalizați și instituționalizați, 3 cazuri de favorizare și 22 de cazuri de atitudine defavorizantă față de protagoniști;
- Cei mai mulți concurenți electorali au fost mediatizați la emisiunea *Politica* de la *TV7* (15), iar cei mai puțini – la *Fabrika* de la *Publika TV* și la *Особое мнение* de la *Canal 3* (câte 3);
- PCR a fost concurentul electoral cu cea mai mare vizibilitate, fiind menționat în cadrul emisiunilor cu caracter electoral de la 8 posturi tv;
- Șapte concurenți electorali au plasat publicitate contra plată la 11 din cele 12 posturi tv monitorizate;
- Concurenți electorali PLDM, PDM, PSRM, PL, PLR și PPRM au plasat publicitatea electorală cu plată la aceleași posturi tv ca și în perioada precedentă de raport;
- Un concurent electoral (PPP) și-a sporit vizibilitatea, plasând spoturi electorale la 5 posturi tv, față de un post în perioada anterioară;
- Cea mai mare vizibilitate prin intermediul spoturilor electorale au avut-o PLDM și PDM, iar cea mai mică – PPRM;
- 7 din cele 12 posturi tv monitorizate au difuzat emisiuni de dezbateri electorale;
- În linii mari, moderatorii dezbaterilor au avut un comportament adecvat față de concurenții electorali. Totuși, la posturile *Moldova 1* și *Jurnal TV* s-au înregistrat abateri în acest sens. În cazul unei emisiuni de dezbateri, moderatorul de la *Jurnal TV* a avut o atitudine defavorizantă față de toți invitații în platou.

Radio:

- Cele cinci posturi de radio monitorizate au reflectat diferit campania electorală: unii radiodifuzori au alocat spațiu atât în buletinele de știri, cât și pentru spoturi de educație electorală, dar și dezbaterilor și publicității electorale, iar alții s-au limitat la difuzarea spoturilor de educație electorală și a publicității electorale;
- Cele mai multe și diverse știri au fost difuzate de radiodifuzorul public *Radio Moldova* (50), iar cele mai puține - de postul de radio *Noroc* (26). *Radio Moldova*, *Russkoie radio* și *Radio Noroc* s-au remarcat prin difuzarea unui număr mare de spoturi de educație electorală, dar și printr-un număr mare de spoturi publicitare ale concurenților electorali;
- Posturile de radio au reflectat campania electorală preponderent în știri simple, rata știrilor conflictuale fiind mică (aproximativ 6%). O mare parte a știrilor controversate au fost echilibrate (57%), iar poziția autorilor a fost nepărtinitoare în marea majoritate a cazurilor;
- Majoritatea posturilor au citat preponderent funcționari de stat și politicieni în știrile relevante, excepție făcând *Vocea Basarabiei* și *Radio Moldova* care au asigurat o diversitate mai mare a surselor;
- Din punctul de vedere al raportului gender al surselor citate, se constată un dezechilibru masiv în defavoarea surselor de sex feminin (14% versus 86% surse de sex masculin);
- Judecând după frecvența și contextul aparițiilor concurenților electorali reflectați de radiodifuzori, se poate afirma că la *Radio Moldova*, *Radio Noroc* și *Russkoie radio* nu se constată tendințe de favorizare sau defavorizare clară a vreunui concurent electoral;
- Postul de radio *Plai* a favorizat PDM prin numărul mare de mențiuni în știri, iar *Vocea Basarabiei* a continuat să favorizeze PLDM prin numărul mare de intervenții directe, mențiuni în context pozitiv atât ale reprezentanților acestui concurent electoral, cât și ale reprezentanților Guvernului, exponenți PLDM.
- *Radio Moldova* și *Vocea Basarabiei* au asigurat accesul unui număr mare de concurenți electorali atât în știri, cât și în emisiunile de dezbateri, în timp ce *Russkoie radio*, *Radio Noroc* și *Radio Plai* au oferit cuvânt unui număr limitat de concurenți electorali.

Online:

- Portalurile online monitorizate au continuat să meditizeze activ campania electorală, ținând în vizor diverse subiecte cu caracter electoral direct și indirect. În total, cele 10 portaluri monitorizate au publicat 508 materiale relevante, printre portalurile cu cele mai multe știri electorale fiind *Realitatea.md* (69), *Noi.md*, *Omg.md* (câte 62) și *Jurnal.md* (60);
- 105 din știrile electorale publicate de portaluri au abordat o situație de conflict, însă marea majoritate a acestora au fost prezentate dezechilibrat, dintr-o singură sursă (79 de materiale sau 75% din totalul celor conflictuale). Cea mai gravă situație la acest capitol se atestă la *Omg.md*, unde toate cele 16 subiecte conflictuale au fost prezentate dintr-o singură sursă, la fel, au prezentat subiectele de conflict dintr-o singură perspectivă și portalurile *Politik.md* (5 cazuri) și *Moldova.org* (4 cazuri);
- Aproximativ 24% din materialele despre campania și concurenții electorali au fost părtinitoare, fiind evidentă poziția autorului față de protagoniștii materialelor. Cele mai multe știri electorale părtinitoare au publicat portalurile *Omg.md* (numărul de știri părtinitoare (33) l-a depășit pe cel al știrilor nepărtinitoare – 28), au fost părtinitoare aproximativ fiecare a treia știre publicată de *Politik.md* (15 din 48), circa jumătate din știrile publicate de *Noi.md* (30 din 62), iar la *Jurnal.md* la fiecare 1,5 texte nepărtinitoare a revenit câte unul părtinitor (36 la 23);
- Portalurile online monitorizate au recurs de cele mai dese ori la politicieni și funcționari de stat în calitate de surse de informare, ponderea experților și a cetățenilor simpli fiind mult mai mică;
- Știrile au fost puternic dezechilibrate din punctul de vedere al raportului gender, marea majoritate a surselor citate fiind de sex masculin (90%!);

- Majoritatea portalurilor au reflectat preponderent subiectele despre partidele parlamentare din coaliția de guvernare și opoziția parlamentară, iar partidele extraparlamentare, la fel ca și candidații independenți, au fost reflectați mai puțin. *Noi.md* este portalul care a reflectat cei mai mulți actori electorali (20), iar *Moldova.org* - cei mai puțini (5);
- După frecvența și contextul aparițiilor directe și a mențiunilor protagoniștilor, la *Moldova.org* se remarcă favorizarea PDM prin numărul mai mare de apariții și mențiuni în context pozitiv atât a reprezentanților PDM, cât și a reprezentanților Guvernului și Parlamentului, exponenți PDM (14 apariții și mențiuni pozitive);
- În materialele publicate de portalul *Deschide.md* se observă defavorizarea ușoară a PLDM și PDM (10 și 13 mențiuni sau aproximativ 60% de mențiuni negative), la *Moldova 24.info* – defavorizarea evidentă a PLDM (11 sau 84% mențiuni în context negativ);
- PLDM și PDM au avut cele mai multe apariții pe portalul *Noi.md*, unde au fost prezentate mai des în context negativ sau neutru. PCRM a apărut mai mult în context neutru, iar PSRM preponderent în context neutru și pozitiv;
- *Jurnal.md* defavorizează editorial concurentul electoral PDM care a avut în săptămâna de raportare 51 de apariții, inclusiv de 47 de ori în context negativ. Doar în context negativ a fost mediatizat și concurentul PPP (de 5 ori);
- *Omg.md* defavorizează masiv PDM și PLDM, mai rar PL, pe care îi critică și îi prezintă de cele mai multe ori în context negativ. În schimb, este favorizat concurentul electoral PPP care a apărut doar în context pozitiv sau neutru, la fel ca și PCRM, însă pe o suprafață de aproape două ori mai mică;
- Concurenții electorali PDM și PLDM sunt mai curând defavorizați de *Politik.md* (PDM – 19 apariții, inclusiv 12 în context negativ, PLDM – 9 apariții, inclusiv 5 în context negativ). În schimb, este favorizat PPRM care a apărut de 10 ori (2 apariții în context pozitiv și 8 în context neutru), oferindu-i-se o suprafață pentru intervenții directe de câteva ori mai mare decât celorlalți concurenți;
- La celelalte portaluri monitorizate nu se evidențiază tendințe clare de favorizare sau defavorizare a vreunui concurent electoral.

Ziare:

- Cele 8 ziare monitorizate au publicat în săptămâna de referință 107 articole care au vizat direct sau indirect campania electorală, cu o suprafață de peste 55 mii centimetri pătrați. Cele mai multe materiale relevante au apărut în *Nezavisimaia Moldova* (19), urmată de *Timpul* și *KP v Moldove* (câte 17), cele mai puține în *Vesti Gaguzii* (5);
- Doar 3 ziare (*Nezavisimaia Moldova*, *Moldova Suverană* și *Jurnal de Chișinău*) au publicat articole despre o situație de conflict în context electoral (în total, 10 materiale de acest fel). Numai în 3 articole cu subiect controversat a fost respectat principiul prezentării echilibrate a tuturor părților implicate în conflict, celelalte materiale fiind dezechilibrate;
- Numărul materialelor de educație electorală, și așa foarte mic în perioadele precedente de monitorizare, a continuat să scadă (doar 3 astfel de texte, inclusiv 2 – în *KP v Moldove*);
- Doar 46,2% din articolele la teme electorale au fost nepărtinitoare, celelalte au relatat despre anumite evenimente sau situații prin prisma autorului, iar opinia acestuia a putut fi ușor percepută de cititori. Astfel, au fost părtinitoare 18 din cele 19 articole la tema alegerilor, publicate în *Nezavisimaia Moldova*, 10 din cele 13 articole din *Jurnal de Chișinău*, 11 din 17 texte din *Timpul*, 8 din 14 – în *Moldova Suverană*;
- Ziarele au apelat la surse de informație din diferite categorii: politicieni, experți, cetățeni, funcționari de stat. Principiul egalității de gen continuă să fie neglijat de ziarele monitorizate: doar 17,6% din surse (19 din 108) au fost femei, iar *Moldova Suverană* și *Panorama* nu au citat nicio sursă de gen feminin în articolele despre campania electorală;
- După numărul aparițiilor și mențiunilor concurenților electorali în articole, suprafața afectată acestora și contextul prezentării, se pot constata că în săptămâna 9-15 noiembrie 2014

Moldova Suverană a prezentat concurenții electorali PDM, PCRM și PLDM în context preponderent neutru, fără a-i favoriza evident. În același timp, PCRM și PPP au apărut mai mult negativ decât neutru;

- *Jurnal de Chișinău* a defavorizat PDM care a apărut de mai multe ori, doar în context negativ, PL a apărut în context neutru, iar alți câțiva concurenți electorali (PLDM, PCRM, PPCD) au fost menționați de câte 1-2 ori, în context mai mult negativ;
- *KP v Moldova* a favorizat ușor PDM și PPP;
- După numărul de apariții, PDM, PSRM, PLDM și PCRM au fost concurenții electorali cei mai mediatizați de *Timpul*. PDM a apărut mai des în context neutru și pozitiv în acest ziar, PSRM – preponderent negativ, PCRM – negativ, dar și neutru, PLDM – preponderent neutru;
- În săptămâna de raportare, *Panorama* a defavorizat, prin prezentare în context negativ, concurenții electorali PDM, PLDM și PL;
- *Vesti Gagauzii* a favorizat PSRM într-un articol;
- *Nezavisimaia Moldova* continuă să favorizeze masiv PCRM care este unicul concurent electoral lăudat și prezentat în context pozitiv (din 18 apariții, 17 în context pozitiv, pe o suprafață de zeci de ori mai mare decât alți actori politici). PDM a apărut doar în context negativ (de 24 de ori), la fel PLDM (din 19 apariții, 18 în context negativ), PSRM și PPP (de 11 și, corespunzător, 6 ori, toate în context negativ);
- *Ziarul Național* favorizează PLDM, acest concurent electoral fiind prezentat doar în context pozitiv sau neutru. PDM la fel a apărut în context pozitiv, dar și negativ sau neutru. PSRM, PCRM și PPP au fost prezentați mai mult în context negativ.