

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

Raport nr. 6  
23 – 30 noiembrie 2014<sup>1</sup>



National Endowment for Democracy  
*Supporting freedom around the world*



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.

<sup>1</sup> Raportul integral va fi publicat 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)

## **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>2</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, Nezhavisimaia 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>2</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 23-30 NOIEMBRIE 2014

### TV:

- În ultima săptămâna a campaniei electorale, 11 din cele 12 televiziuni monitorizate (excepție: *GRT*) au difuzat un număr de știri electorale semnificativ mai mare în comparație cu cel din perioadele anterioare. *GRT*, prin numărul redus de știri electorale și prin numărul extrem de redus de protagoniști, nu a oferit publicului din regiune o informație amplă și suficientă despre alegerile parlamentare;
- În comparație cu perioadele precedente, situația s-a îmbunătățit ușor în ce privește numărul de surse în știri conflictuale și respectarea principiului imparțialității;
- În linii mari, televiziunile monitorizate, ca și data trecută, au asigurat în știri un anumit echilibru al prezenței în știrile electorale a două categorii de protagoniști: funcționarii de stat și politicienii;
- Pe toată perioada de monitorizare, 4 televiziuni – *Prime Tv*, *Publika Tv*, *Canal 2* și *Canal 3*, au mediatizat masiv un singur concurent electoral – PDM, plasându-l deseori în context pozitiv și favorizându-l;
- Ca și în perioadele anterioare, 2 televiziuni – *Accent Tv* și *Jurnal Tv*, au mediatizat masiv concurentul electoral PDM, plasându-l, preponderent, în context negativ și defavorizându-l;
- *Tv7* și *N4* au favorizat într-o anumită măsură concurentul electoral PLDM și pe liderii acestuia;
- **Concluzie generală: televiziunile monitorizate nu și-au schimbat politicile editoriale în ultima săptămână de campanie electorală, iar o parte din posturile de televiziune au continuat să favorizeze anumiți concurenți electorali și/sau să-i defavorizeze pe alții, în detrimentul informării adecvate a electoratului;**
- În perioada 23-28 noiembrie 2014, 11 din 12 posturi tv monitorizate au difuzat împreună 40 de emisiuni cu caracter electoral, în cadrul cărora au fost mediatizați 17 concurenți electorali din totalul de 25. Cei mai mulți concurenți electorali au fost mediatizați la emisiunea *Politica* de la *TV7* (10), iar cei mai puțini – la *În profunzime* de la *Pro TV Chișinău* (1);
- Moderatorii emisiunilor au avut o atitudine părtinitoare față de protagoniștii personalizați și sau/concurenții electorali de 53 de ori, fiind semnalate 11 cazuri de favorizare și 42 de cazuri de atitudine defavorizantă față de protagoniști;
- 11 din cele 12 posturi tv monitorizate au difuzat publicitatea electorală cu plată a 13 concurenți electorali;
- Cinci concurenți electorali (PLDM, PSRM, PPP, PL și candidatul independent Oleg Cernei) au plasat publicitatea electorală cu plată la aceleași posturi tv ca și în perioada precedentă de raport, iar trei concurenți electorali (PCRM, PLR și PPRM) au suplimentat numărul posturilor tv pentru plasarea publicității electorale contra plată;
- Cea mai mare vizibilitate prin intermediul spoturilor electorale a avut-o PDM, iar cea mai mică – BE-UV și PFP;
- În perioada de raport nu au fost semnalate cazuri de încălcare a regulilor privind plasarea publicității contra plată la tv.
- 6 din cele 12 posturi tv monitorizate au difuzat emisiuni de dezbateri electorale, la care au fost prezenți, cumulativ, reprezentanți ai 20 de concurenți electorali;
- În cele mai multe cazuri, moderatorii au avut un comportament adecvat față de concurenții electorali. Totuși, la postul public de televiziune s-au înregistrat abateri în acest sens. Moderatorii dezbaterilor electorale de la *Moldova 1* au continuat și în ultimele zile de campanie să ignore principiul echidistanței și al corectitudinii, adoptând o atitudine mai degrabă defavorizantă față de concurenții electorali.

## Radio:

- În ultima săptămână de campanie, unii radiodifuzori (*Radio Moldova, Vocea Basarabiei*) au alocat spațiu pentru reflectarea subiectelor electorale atât în buletinele de știri, cât și spoturilor de educație electorală, dar și dezbaterilor și publicității electorale, iar alții s-au limitat la difuzarea spoturilor de educație electorală și a publicității concurenților în alegeri (*Radio Noroc, Radio Plai*). Cele mai multe și diverse știri au fost difuzate de radiodifuzorul public național *Radio Moldova* (207), iar cele mai puține - de postul de radio *Noroc* (28). *Radio Moldova* s-a evidențiat și prin difuzarea unui număr mare de spoturi de educație electorală (134), dar și prin organizarea emisiunilor de dezbateri cu participarea unui număr mare și divers de concurenți electorali;
- Posturile monitorizate au reflectat campania preponderent în materiale simple, rata știrilor conflictuale fiind mică (aproximativ 5%). O mare parte a știrilor controversate au fost dezechilibrate (57%), iar atitudinea autorilor a fost corectă și nepărtinitoare în marea majoritate a cazurilor (97%). Cele mai multe materiale dezechilibrate au fost înregistrate la *Vocea Basarabiei* și *Ruskoie radio* (câte 7 și, respectiv, 5);
- Majoritatea posturilor au citat preponderent funcționari de stat în știrile relevante, excepție făcând *Vocea Basarabiei* și *Radio Moldova* care au asigurat o diversitate mai mare a surselor. Totodată, din punctul de vedere al raportului gender al surselor citate, se constată un dezechilibru masiv în defavoarea surselor de sex feminin (10% versus 90% surse de sex masculin);
- *Radio Moldova, Vocea Basarabiei* și *Ruskoie radio* au asigurat accesul unui număr mare de concurenți electorali atât în știri, cât și în emisiunile de dezbateri, în timp ce *Radio Noroc* și *Radio Plai* au oferit cuvânt unui număr infim de concurenți, eșuând să reflecte campania electorală în știri;
- Judecând după frecvența și contextul aparițiilor concurenților electorali, se poate afirma că la *Radio Moldova* și *Ruskoie radio* nu se constată favorizarea sau defavorizarea clară a vreunui concurent electoral;
- Postul de radio *Vocea Basarabiei* a continuat să favorizeze PLDM prin numărul mare de intervenții directe și mențiuni în context pozitiv;
- Celelalte posturi de radio monitorizate – *Radio Noroc* și *Radio Plai* – nu au avut suficiente știri referitoare la concurenții electorali pentru a putea fi evaluat comportamentul acestora.

## Online:

- Numărul materialelor cu caracter electoral direct și indirect, publicate de cele 10 portaluri monitorizate în săptămâna 23-30 noiembrie 2014, a crescut foarte mult, aproape dublându-se față de săptămâna precedentă (1160 știri electorale pe o suprafață de peste 2 milioane de semne). Printre portalurile cu cele mai multe materiale relevante se numără *Realitatea.md* (152), *Deschide.md* (150), *Politik.md* (135) și *Unimedia.info* (129).
- A crescut și numărul materialelor de educație electorală, în total fiind publicate 35 de articole de acest fel, cele mai multe pe *Realitatea.md* (11) și *Moldova 24.info* (10);
- Tendința de prezentare dezechilibrată a părților în materialele de conflict s-a păstrat la majoritatea portalurilor. Astfel, peste 71% din totalul celor 153 de materiale controversate au citat o singură parte în conflict. Cea mai mare cotă a știrilor dezechilibrate din totalul materialelor conflictuale au fost înregistrată la *Noi.md* (36 din cele 38 știri care au abordat un conflict au fost dezechilibrate – 94,7%), *Jurnal.md* (94,1%), *Deschide.md* (65%), *Moldova 24.info* (73,9%) și *Moldova.org* (88%, notă: în cazul acestui portal numărul materialelor de conflict a fost mai mic);
- Majoritatea materialelor (81,7% din știri, cu excepția materialelor de educație electorală) au fost nepărtinitoare, în celelalte însă poziția autorului a fost evidentă. La *Unimedia.info* au fost nepărtinitoare toate materialele, cu o singură excepție. Portalurile *Omg.md*, *Noi.md*,

- Politik.md* și *Jurnal.md* au înregistrat cele mai mari discrepanțe dintre numărul de materiale nepărtinitoare și cele care au transmis opinia/poziția autorului față de subiectul abordat.
- În calitate de surse de informație, portalurile online au recurs de cele mai multe ori la politicieni (40,8% din cele 872 de surse), experți (25,8%) și funcționari de stat (16,7%), ponderea cetățenilor simpli fiind mult mai mică;
  - Ca și în perioadele precedente, știrile electorale au fost puternic dezechilibrate din punct de vedere al raportului gender, marea majoritate a surselor citate fiind de sex masculin (91,6%). Cel mai bun indicator de reprezentare a genurilor a fost înregistrat de *Jurnal.md* (27 surse feminine sau 21,4% din total). Portalul *Moldova24.info* nu a avut în perioada de referință nicio sursă de gen feminin;
  - Majoritatea portalurilor au reflectat preponderent subiecte despre partidele parlamentare din coaliția de guvernare și opoziția parlamentară, iar partidele extraparlamentare, la fel ca și candidații independenți, au fost reflectați mai puțin sau deloc;
  - După spațiul alocat, frecvența și contextul aparițiilor directe și a mențiunilor protagoniștilor, la *Deschide.md* s-a remarcat o ușoară favorizare a PL;
  - *Moldova.org* a favorizat ușor PLR și PDM prin numărul mai mare de apariții și mențiuni în context pozitiv;
  - În materialele publicate de portalul *Moldova 24.info* este evidentă defavorizarea PLDM și favorizarea PPP, prin numărul mare de apariții directe și mențiuni, dar și a spațiului alocat;
  - *Noi.md* a favorizat concurentul electoral PCRМ prin numărul mare de mențiuni, majoritatea în context neutru și pozitiv, dar și o suprafață mare pentru intervenții directe. Totodată, concurenții electorali PPP și PSRM au fost mai curând defavorizați, prin numărul mare a prezentărilor în context negativ;
  - *Jurnal.md* a favorizat PLR prin prezentarea aproape exclusivă în context pozitiv și suprafața mare alocată pentru intervențiile directe ale reprezentanților acestui concurent electoral, la fel și candidatul independent Oleg Cernei. Ca și pe întreaga perioadă a monitorizării, PDM a apărut aproape de fiecare dată în context negativ (de 53 de ori). În context preponderent negativ, dar mult mai rar decât PDM, a fost prezentat concurentul electorali PPP, uneori PLDM, PSRM și PCRМ;
  - *Omg.md* a continuat să mediatizeze doar câțiva concurenți electorali, favorizând masiv concurentul electoral PPP prin suprafața alocată aparițiilor directe/citate și apariții în context neutru și pozitiv. În același timp, PDM și PLDM, mai rar PCRМ, au fost criticați dur și defavorizați prin prezentarea frecventă în context negativ;
  - *Newsmaker.md* a favorizat PPP prin mediatizarea frecventă (46 de apariții, inclusiv 10 în context pozitiv și 34 în context neutru) și o suprafață foarte mare pentru intervenții directe;
  - *Politik.md* a favorizat concurenții electorali PPP, PPRM și PSRM, prin numărul mare de apariții preponderent în context pozitiv și suprafața pentru intervenții directe;
  - La celelalte portaluri nu s-au evidențiat tendințe clare de favorizare sau defavorizare a vreunui concurent electoral.

#### **Ziare:**

- Cele 8 ziare monitorizate au publicat în ultima săptămână a campaniei electorale 136 de articole care au vizat direct sau indirect alegerile, cu o suprafață de peste 63 mii centimetri pătrați, acești indicatori cantitativi fiind cei mai mari din toate săptămânile monitorizate. Cele mai multe materiale relevante au apărut în *Moldova Suverană* (28) și *Nezavisimaia Moldova* (26), pe când *Vesti Gagauzii* a avut doar 2 articole relevante care nu au vizat nici un concurent electoral;
- 75% din articole au fost din categoria știrilor obișnuite (102 din total), iar 30 au abordat un subiect controversat în context electoral;

- Ziarele nu s-au preocupat nici în această săptămână de educația electorală a cititorilor săi, în total fiind publicate chiar mai puține materiale de acest gen decât în săptămânile precedente, doar 4, inclusiv 2 – în *KP v Moldova*;
- Principiul deontologic al prezentării echilibrate a tuturor părților implicate în conflict a fost neglijat cu desăvârșire de ziare, *Ziarul Național* fiind unica publicație care a prezentat relativ echilibrat subiectele controversate. Toate celelalte ziare au prezentat o singură opinie/poziție atunci când s-au referit la un conflict (excepție – *Vesti Gagauzii* care nu a avut astfel de materiale). Situația rămâne gravă în cazul ziarului *Nezavisimaia Moldova* care a prezentat dezechilibrat toate cele 22 subiecte de conflict, mediatizate în această săptămână;
- Mai puțin de jumătate (47,7%) din articolele la teme electorale au fost nepărtinitoare, celelalte au relatat despre alegeri și concurenții electorali prin prisma autorului și opinia acestuia a fost evidentă. Au fost părtinitoare toate cele 25 de articole la tema alegerilor, publicate în *Nezavisimaia Moldova*, 9 din cele 15 articole publicate în *Panorama*;
- Ziarele au citat, în total, 135 de surse, în principal fiind vorba de experți (41) și politicieni (40). Cetățenii simpli au fost citați mai rar, de 26 de ori, cel mai des în *KP v Moldova* și *Nezavisimaia Moldova*;
- Principiul egalității de gen a fost în mare parte neglijat de ziarele monitorizate, la fel ca și în perioadele precedente de monitorizare: doar 14% din surse (19 din 135) au fost femei, iar *Moldova Suverană* și *Vesti Gagauzii* nu au citat nicio sursă de gen feminin în articolele despre campania electorală. Aproape jumătate din femeile-surse au apărut în *KP v Moldova*;
- După numărul aparițiilor și a mențiunilor concurenților electorali în articole, suprafața afectată acestora și contextul prezentării, se poate constata că în săptămâna 23-30 noiembrie 2014, ziarul *Moldova Suverană* a continuat să favorizeze concurentul electoral PLDM care a fost prezentat de 12 ori, de fiecare dată în context pozitiv. Concurenții electorali PPP și PSRM, dimpotrivă, au fost defavorizați prin prezentarea doar în context negativ (de 15 și, corespunzător, 14 ori);
- *Timpul* a favorizat concurentul electoral PL care a fost menționat de mai multe ori în context pozitiv. PSRM și PCRM, dimpotrivă, au avut cele mai multe apariții în context negativ, fiind astfel defavorizați, la fel ca și PPP;
- În săptămâna de raportare, *Panorama* a favorizat clar concurentul electoral PR („Renaștere-Vozrojdenie”) care a apărut în context pozitiv de 7 ori și i s-a oferit un spațiu relativ mare pentru intervenții directe (citate). În schimb, PDM a fost defavorizat masiv, prin prezentarea frecventă doar în context negativ;
- *Nezavisimaia Moldova* a continuat să favorizeze masiv PCRM care a fost prezentat aproape exclusiv în context pozitiv (din 27 apariții, 26 în context pozitiv, plus intervenții directe ale liderilor acestui partid pe o suprafață de 2720 cm.p.). PLDM, PDM, PL, mai rar PSRM și PPP, dimpotrivă, au fost defavorizați prin prezentarea aproape de fiecare dată în context negativ;
- *Ziarul Național* a defavorizat masiv PPP prin prezentarea frecventă în context negativ (de 15 ori). Concurentul electoral PLDM, dimpotrivă, a fost favorizat, fiind unicul partid prezentat în context pozitiv;
- *Jurnal de Chișinău* nu a favorizat vreun concurent electoral, iar PSRM și PPP au fost menționați preponderent în context negativ;
- *KP v Moldova* a prezentat toți concurenții electorali despre care a scris doar în context neutru, iar *Vesti Gagauzii* practic nu s-a referit la concurenții în alegeri.