



**„MONITORIZAREA REFLECTĂRII CAMPANIEI ELECTORALE PENTRU ALEGERILE
PARLAMENTARE ANTICIPATE DIN 28 NOIEMBRIE 2010 DE CĂTRE
RADIODIFUZORII PUBLICI”**

Raport de monitorizare

Perioada: 01 – 28 noiembrie 2010

**Proiect realizat de Asociația Presei Electronice cu sprijinul Fundației
Soros-Moldova
în cadrul Coaliției Civice pentru Alegeri Libere și Corecte**

Chisinau - 2010
www.apel.md

1. CADRUL METODOLOGIC

Perioada: 01-28 noiembrie 2010

Obiectul monitorizării: știrile politice/electorale; emisiunile electorale; publicitatea electorală.

Scopul: determinarea modului în care radiodifuzorii publici, național și regional, își exercită atribuțiile ce le revin, conform legislației, într-o campanie electorală.

Autorul monitorizării: Asociația Presei Electronice din Moldova.

GRILA DE MONITORIZARE:

Posturi monitorizate: Radio Moldova, Tv Moldova1, Radio Gagauzia, Tv Gagauzia.

Subiecți monitorizați:

- Politicieni/partide
- Funcționari de stat
- Experți
- Cetățeni

Analiza cantitativa:

- Numărul știrilor politice/electorale, inclusiv a știrilor cu caracter conflictual;
- Frecvența și durata aparițiilor actorilor politici: a) intervenții directe; b) mențiuni/apariții
- Frecvența aparițiilor protagoniștilor (cetățeni/experti)
- Raportul categoriilor de protagoniști în știri
- Numărul și componența dezbaterilor electorale
- Volumul publicității electorale

Analiza calitativa:

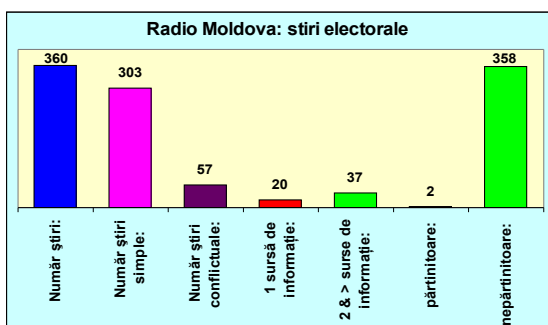
- Numărul surselor de informație în știrile cu caracter conflictual
- Contextul apariției actorilor politici în știri: a) pozitiv; b) negativ; c) neutru
- Atitudinea jurnalistului în știri: a) părtinitoare; b) nepărtinitoare
- Prestația moderatorului dezbaterilor electorale: a) adecvată; b) parțial adecvată; c) inadecvată

I IPNA TELERADIO-MOLDOVA

1.1. Radio Moldova : știri politice/electorale

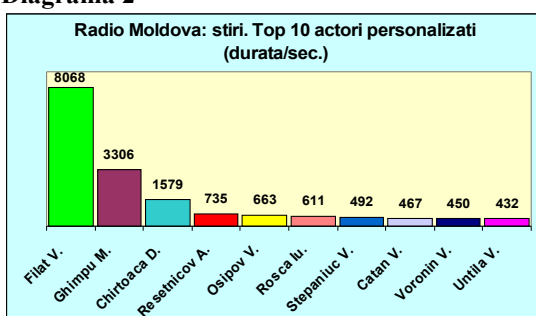
În perioada 01-28 noiembrie 2010 la Radio Moldova au fost monitorizate 360 de știri, dintre care 57, sau aproape fiecare a 6-a, cu caracter conflictual. Aproximativ una din 3 știri conflictuale a fost scrisă în temeiul unei singure surse de informație, fapt ce atestă deficiențe la acest capitol. Din numărul total de știri două au avut caracter părtinitor (vezi Diagrama 1).

Diagrama 1



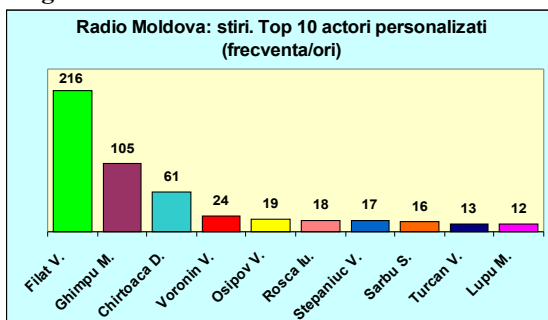
Știrile de la Radio Moldova au făcut referință la 78 de funcționari de stat și politicieni. Primele trei locuri în Top 10 actori personalizați, ca durată a aparițiilor, au fost ocupate de V. Filat (134,5 min./ 8068 sec.), M.Ghimpu (55 min./ 3306 sec.) și D. Chirtoacă (26 min/ 1579 sec.). Ceilalți actori personalizați din acest top au avut apariții cu o durată mult mai scurtă: de la 12 până la 7 min. (vezi Diagrama 2). În top 10 au intrat reprezentanți ai 4 partide parlamentare (lipsește PDM) și un candidat independent.

Diagrama 2



În Top 10 actori personalizați, sub aspectul frecvenței aparițiilor, pe primele trei locuri de asemenea se plasează aceiași V. Filat (216 ori), M. Ghimpu (105 ori) și D. Chirtoacă (61 ori). În top se regăsesc reprezentanții tuturor partidelor parlamentare și un candidat independent (vezi Diagrama 3).

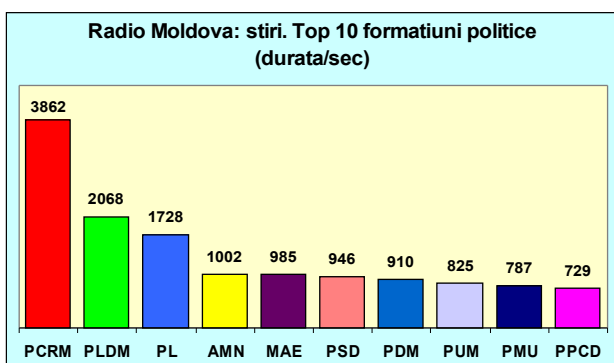
Diagrama 3



Radio Moldova s-a referit în știri la 20 de concurenți electorali-formațiuni politice și la candidați independenți.

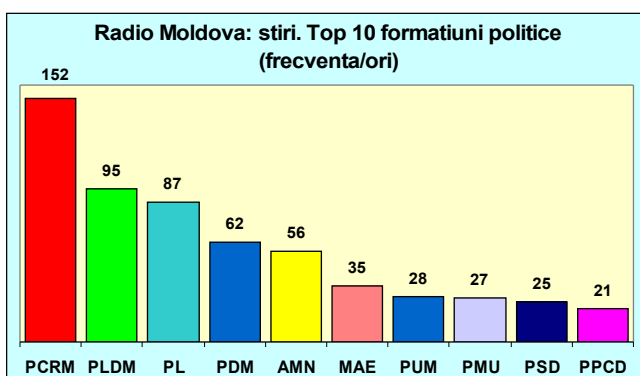
În Top 10 al celor mai mediatizate formațiuni politice, din punctul de vedere al duratei aparițiilor, se regăsesc toate partidele parlamentare, precum și MAE, PSD, PUM, PMU, PPCD. Primele trei locuri sunt ocupate de PCRM (64,3 min./ 3862 sec.), PLDM (34,4 min./ 2068 sec.) și PL (28,8 min./ 1728 sec.) (vezi Diagrama 4).

Diagrama 4



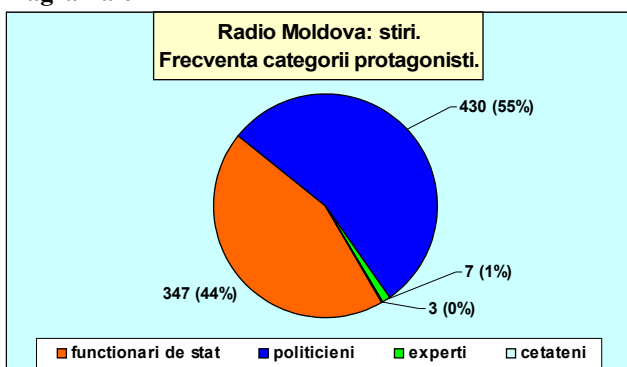
Sub aspectul frecvenței, în Top 10 formațiuni politice partidele parlamentare ocupă primele cinci poziții, în fruntea clasamentului situându-se PCR (152 ori), PLDM (95 ori) și PL (87 ori). Celelalte formațiuni au avut o frecvență cuprinsă între 35 (MAE) și 21 ori (PPCD) (vezi Diagrama 5).

Diagrama 5



În perioada monitorizată, în cadrul știrilor difuzate de Radio Moldova, au fost prezente toate cele patru categorii de protagoniști monitorizați: funcționari de stat, politicieni, experți și cetățeni. Sub aspectul frecvenței aparițiilor întâietatea îi revine categoriei *politicieni* (430 apariții), urmată la mică distanță de categoria *funcționari de stat* (347 apariții). Categoriile *experți* și *cetățeni* au avut o prezență insignifiantă (7 și, respectiv, 3 apariții) (vezi Diagrama 6).

Diagrama 6



Funcționarii de stat și politicienii au apărut în știri, preponderent, în context neutru. În același timp, conform datelor monitorizării, 4 funcționari de stat/politicieni au apărut și în context pozitiv (V. Filat - de 12 ori, D. Chirtoacă - de 4 ori, M. Ghimpu - o dată, V. Untilă - o dată), iar 13 dintre ei au apărut și în context negativ (V. Voronin - de 5 ori; V. Filat și A. Reșetnicov - de câte 3 ori; M. Lupu - de 2 ori; V. Stepaniuc, V. Catan, G. Petrenco, S. Sârbu, V. Șelin, N. Axenova, V. Cușnir, V. Plahotniuc și V. Braga - câte o dată).

Toate partidele au apărut în știri, în perioada de referință, preponderant, în context neutru. Totodată, datele monitorizării denotă că 9 partide apar și în context pozitiv; 15 partide - și în context negativ; 9 partide apar în toate contextele. Cel mai des în context negativ apare PCR (de 31 ori) urmat de PLDM și PDM (de câte 10 ori).

Privitor la raportul *gender* în știri - acesta este net în favoarea bărbaților.

1.2 Emisiuni electorale

În perioada monitorizată Radio Moldova a difuzat 46 de emisiuni electorale cu o durată de 106680 sec. (1778 min.) și 19 dezbateri electorale cu o durată de 83185 sec. (1386 min.).

În emisiunile electorale au fost prezente toate cele patru categorii de protagoniști monitorizate, întâietatea, sub aspect numeric, revenindu-i categoriei *cețășeni* (335 apariții).

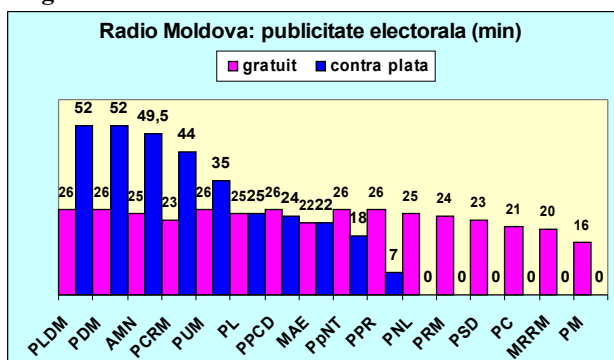
În ceea ce privește raportul bărbați/femei în toate categoriile se atestă o ușoară predominare a celor dintâi.

În cadrul dezbaterilor electorale difuzate de Radio Moldova în perioada de referință au participat toți concurenții electorali-formațiuni politice și majoritatea candidaților independenți. Radio Moldova a organizat dezbaterile în 2 ture și a antrenat în ele, de rând cu politicienii, și experți independenți.

1.3 Publicitate electorală

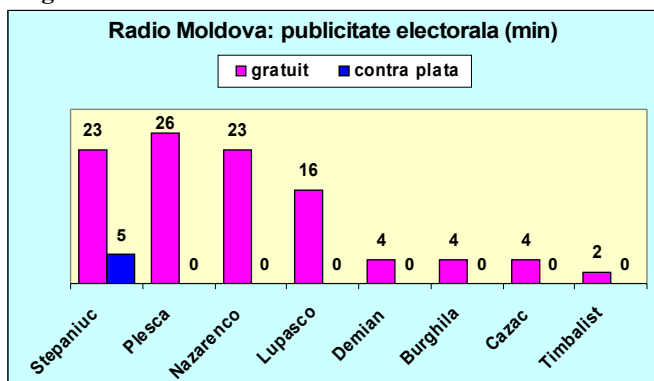
În perioada de referință la Radio Moldova au beneficiat de publicitate electorală 16 partide. Au utilizat tot volumul de timp rezervat publicității electorale, gratuit și contra plată, două formațiuni: PLDM și PDM. Mai aproape de acest obiectiv se situează AMN, PCRM și PUM. 6 partide au plasat exclusiv publicitate electorală gratuit (PNL, PRM, PSD, PC, MRRM și PM) (vezi Diagrama 7).

Diagrama 7



În perioada monitorizată la Radio Moldova 1 au beneficiat de publicitate electorală 8 candidați independenți, dintre care doar unul - V. Stepaniuc, a plasat publicitate gratuit și contra plată (vezi Diagrama 8).

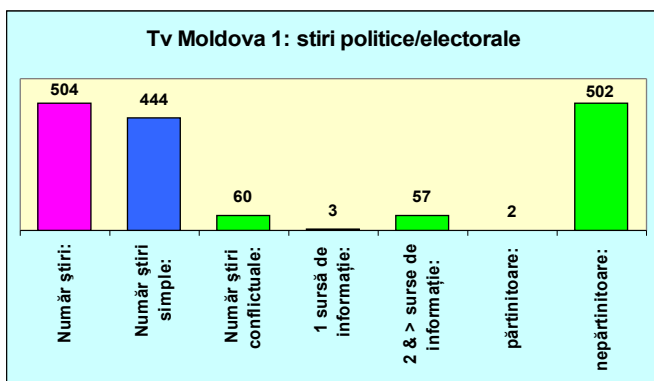
Diagrama 8



II.1. Tv Moldova 1: știri politice/electorale

În perioada 01-28 noiembrie 2010 la Tv Moldova 1 au fost monitorizate 504 știri, dintre care 60 - cu caracter conflictual. În 3 rânduri știrile cu caracter conflictual au fost scrise pe baza unei singure surse de informație. În 2 cazuri realizatorii știrilor au demonstrat în știri atitudine părtinitoare (vezi Diagrama 1).

Diagrama 1



Numărul funcționarilor de stat și al politicienilor mediatizați în știri la Tv Moldova 1 a crescut simțitor față de perioada monitorizată anterior, ajungând la 120 de subiecți. Ca frecvență și durată, topul este condus în continuare de premierul V.Filat (65 de intervenții directe, 108 mențiuni, 2094 de secunde) și președintele interimar al țării M.Ghimpu (51 de intervenții directe, 73 de mențiuni, 1475 de secunde). Pe locul 3 figurează vicepreședintele liberal Dorin Chirtoacă (vezi Diagramele 2 și 3).

Diagrama 2

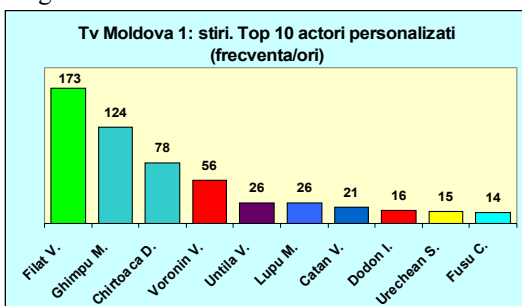
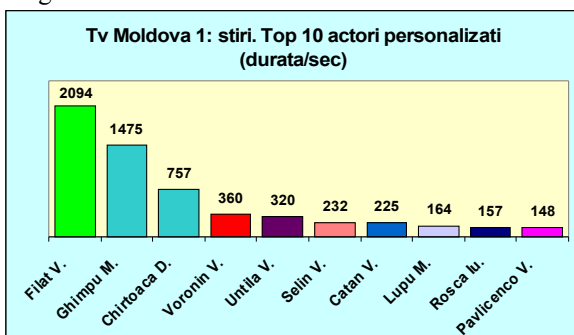
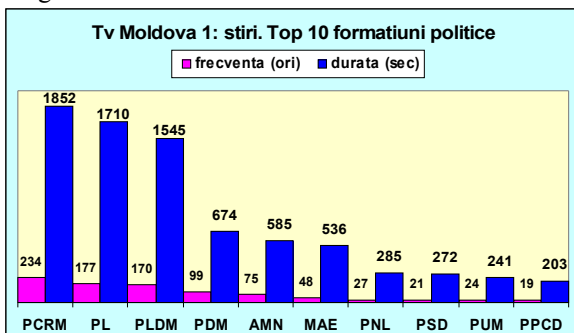


Diagrama 3



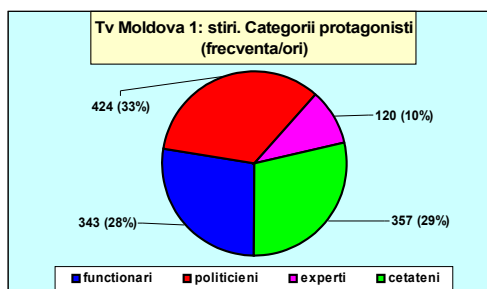
16 formațiuni politice și candidați independenți au figurat în știrile de la Moldova 1, pe primul loc situându-se, ca frecvență și durată, la fel ca și în perioada monitorizată anterior, principalul partid de opoziție, PCR. Acesta este urmat îndeaproape de PL și PLDM (vezi Diagrama 4).

Diagrama 4



Raportul dintre cele 4 categorii de protagoniști monitorizați s-a echilibrat în comparație cu perioada monitorizată anterior. De exemplu, a crescut substanțial numărul cetățenilor care apar în știri (vezi Diagrama 5).

Diagrama 5



Din 160 de funcționari și politicieni mediatizați de Tv Moldova 1 în știri, 14 apar în context pozitiv, iar 7 – în context negativ. Cel mai des apar în context pozitiv membrul PCRМ, I. Dodon (de 7 ori) și ministrul adjunct al Sănătății, M. Magdei (de 6 ori). De cele mai multe ori apar în context negativ liderul PLDM, V. Filat (de 7 ori) și liderul PCRМ, V. Voronin, (de 5 ori).

Din 16 formațiuni politice mediatizate în știri, PCRМ apare cel mai des în context pozitiv (de 9 ori), dar și cel mai des în context negativ (de 25 de ori). Următoarea clasată, PLDM, este pomenită de 6 ori în context pozitiv și de 13 ori - în context negativ. În total 9 partide, cărora li se alătură și candidații independenți, apar în context pozitiv. 8 partide și candidați independenți apar în context negativ. Restul formațiunilor politice apar în context neutru.

II.2. Emisiuni electorale

Moldova 1 a difuzat în perioada de referință 85 de emisiuni și dezbateri electorale, cu o durată totală de 205 mii 980 de secunde sau 57, 2 ore. La aceste emisiuni au participat 102 funcționari și politicieni, 20 de formațiuni politice și candidați independenți (de 53 de ori).

În emisiunile electorale, categoria cea mai solicitată a fost categoria *experți* (de 78 de ori), urmata de categoria *cetateni* (de 57 de ori). Raportul bărbați-femei este de aproximativ 2 la 1 (125 de bărbați și 64 de femei).

Pe 27 noiembrie 2010, în ziua premergătoare alegerilor parlamentare, Moldova 1 a ignorat recomandarea Consiliului Coordonator al Audiovizualului, potrivit căreia „Radiodifuzorii (...) nu vor difuza pe 27 și 28 noiembrie emisiuni cu participarea concurenților electorali sau subiecte ce vizează concurenții electorali, transmițând în direct Gala premiilor TVR Internațional cu participarea dlor M. Ghimpu (PL) și V. Filat (PLDM), care aveau și calitatea de concurenți electorali.

II.3. Publicitate electorală

În perioada de referință 18 partide și 8 candidați independenți au utilizat dreptul de a plasa la Tv Moldova 1 publicitate electorală gratuită. 15 partide și 2 candidați independenți au plasat publicitate electorală cu plată (vezi Diagramele 6 și 7). Cea mai multă publicitate electorală aparține partidelor parlamentare PLDM, PDM și AMN și formațiunii extraparlamentare MAE.

Moldova 1 a difuzat în această perioadă cu regularitate, pe toată perioada și uniform, spoturi motivaționale și de educație electorală.

Diagrama 6

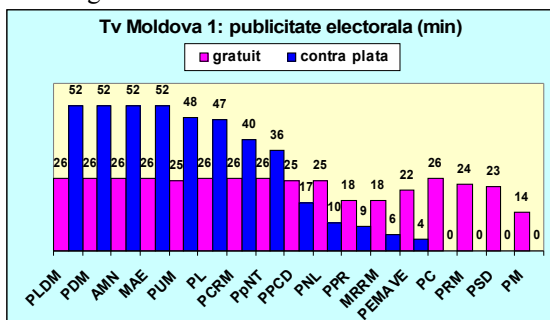
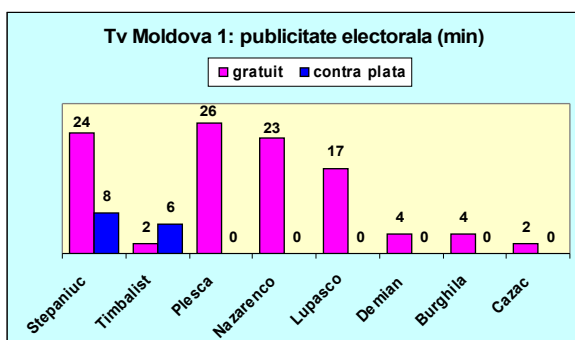


Diagrama 7



Concluzii:

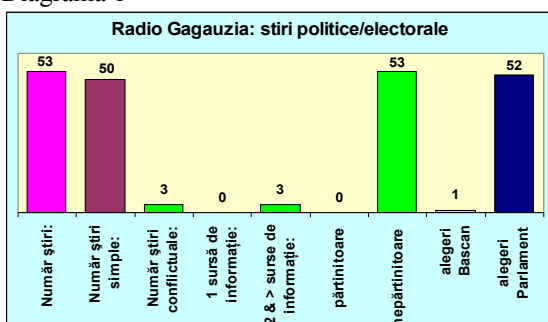
- În perioada monitorizată IPNA Compania Teleradio-Moldova a asigurat pluralismul politic în programele de știri și actualități, precum și pluralismul de opinie în emisiunile electorale, respectând, în marea majoritate a cazurilor, normele legale și cele deontologice. Totodată, a fost constatată o abatere de la normele deontologice, când, în preziua scrutinului, a difuzat în direct o emisiune cu participarea președintelui și premierului țării, care aveau și calitatea de concurenți electorali;
- IPNA Compania Teleradio-Moldova a oferit acces și șanse egale la emisie tuturor concurenților electorali, partidelor politice și candidaților independenți;
- În perioada de referință IPNA Compania Teleradio-Moldova a desfășurat o campanie largă de educație electorală, adjuccându-și, astfel, calitatea de radiodifuzor public.

III. IPRA Compania „Teleradio-Găgăuzia”

3.1. Radio Găgăuzia. Știri politice/electorale

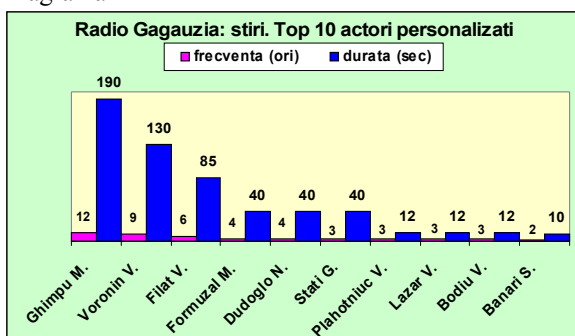
În perioada 1-28 noiembrie 2010 au fost monitorizate 53 de știri. Majoritatea covârșitoare au fost știri obișnuite și doar 3 – cu caracter conflictual. În toate știrile politice/electorale autorii lor au avut o poziție nepărtinitoare. De menționat că o singură știre s-a referit la alegerea Bașcanului (vezi Diagrama 1), perioadă ce s-a suprapus parțial pe perioada alegerilor parlamentare anticipate.

Diagrama 1



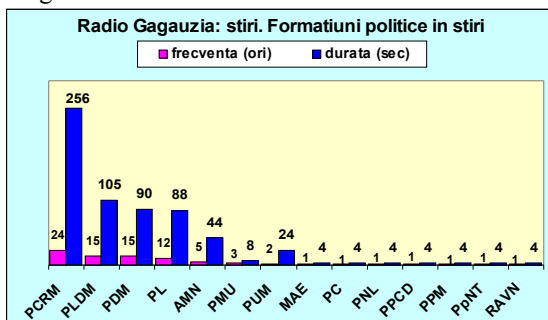
Știrile politice/electorale au vizat, cu frecvență și durată diferită, 20 de actori personalizați. Vizibilitatea a 10 dintre ei, cei mai mediatizați la Radio Găgăuzia, este reprezentată în Diagrama 2. Primele 3 poziții în top, și ca frecvență, și ca durată, au fost ocupate de M.Ghimpu, V.Voronin și V.Filat. Doi din 3 candidați la funcția de bașcan – M.Formuzal și N.Dudoglo, se regăsesc, pe picior de egalitate, pe următoarele poziții, ei fiind și unicii reprezentanți ai regiunii între personajele cele mai mediatizate. În top au intrat și doi candidați independenți. De notat că nici un actor personalizat nu a avut intervenții directe în știri.

Diagrama 2



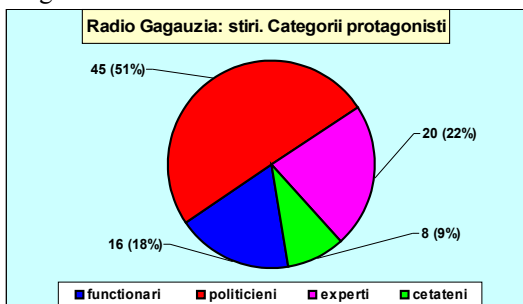
În perioada de referință Radio Găgăuzia a făcut referință în știri la 14 formațiuni politice, iar cel mai des și cu durata cea mai mare – la PCR (vezi Diagrama 3). Primele poziții, ca vizibilitate, sunt ocupate de partidele parlamentare. Toate formațiunile au apărut în știri în context neutru.

Diagrama 3



Între categoriile de protagoniști ai știrilor, cota cea mai mare au deținut-o politicienii – 51%, iar cea mai mică – cetățenii - 9 la sută (vezi Diagrama 4). Raportul bărbați/femei în rândul protagoniștilor știrilor este net în favoarea bărbaților.

Diagrama 4

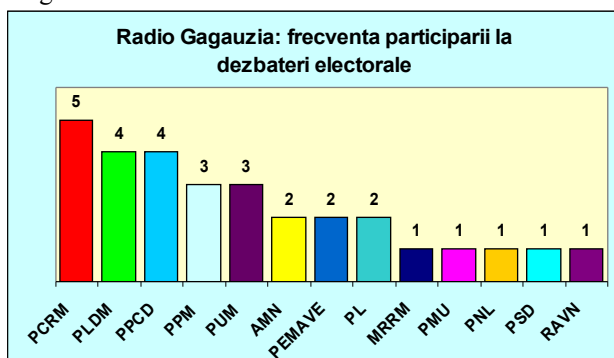


3.2. Emisiuni electorale

În perioada de referință Radio Găgăuzia nu a realizat emisiuni cu tematică electorală, în afară de dezbateri. Radio Găgăuzia a desfășurat 19 dezbateri electorale cu participarea reprezentanților a 14 concurenți. Astfel, PCR a participat la 5 dezbateri, PLDM și PPCD – la câte 4; PPM și PUM – la câte 3, iar 5 formațiuni – la câte una (vezi Diagrama 5). Faptul în sine ar trebui să sugereze că Radio Găgăuzia a planificat dezbaterile în 5 ture, lucru imposibil de realizat în condițiile existenței a 39 de concurenți electorali. În realitate, însă, a fost atestată o încălcare a principiului unei atitudini egale și nediscriminatorii față de toți concurenții.

De menționat că în ultimele zile ale campaniei 4 concurenți electorali au utilizat timpii de antenă (10 minute) gratuit, ce le revin conform legislației în vigoare.

Diagrama 5



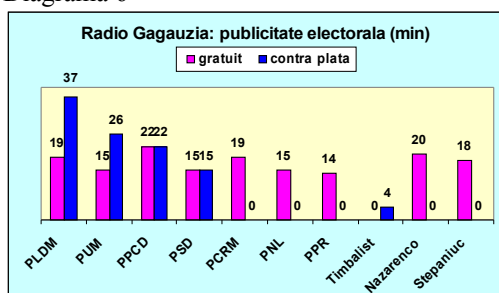
Radio Găgăuzia a început relativ târziu – de pe data de 3 noiembrie – să difuzeze spoturi motivaționale și de educație electorală.

3.3. Publicitate electorală

La Radio Găgăuzi au beneficiat de spații pentru publicitate electorală 7 formațiuni politice și 3 candidați independenți (vezi Diagrama 6). Dintre partidele parlamentare doar două – PLDM și PCR - au plasat publicitate electorală, dintre care PCR – doar gratuit. 3 formațiuni și 2 candidați independenți au utilizat, parțial, numai timpii

de antenă pentru publicitate electorală gratuit. Nici un concurent nu a utilizat spațiul total rezervat pentru publicitate electorală, conform legislației.

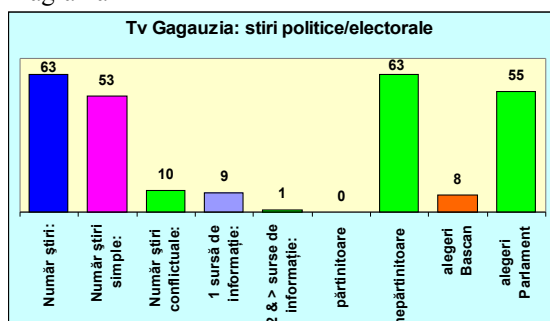
Diagrama 6



4.1. Tv Găgăuzia: știri politice/electorale

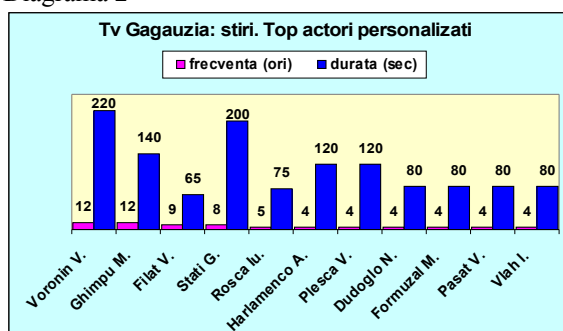
În perioada 1-28 noiembrie 2010 la Tv Găgăuzia au fost monitorizate 63 de știri, dintre care 10 – cu caracter conflictual. O singură știre cu caracter conflictual a fost scrisă în temeiul a mai multor surse de informație. Autorii tuturor știrilor au avut atitudine imparțială. Din numărul total de știri, 8 s-au referit la alegerea bașcanului (vezi Diagrama 1).

Diagrama 1



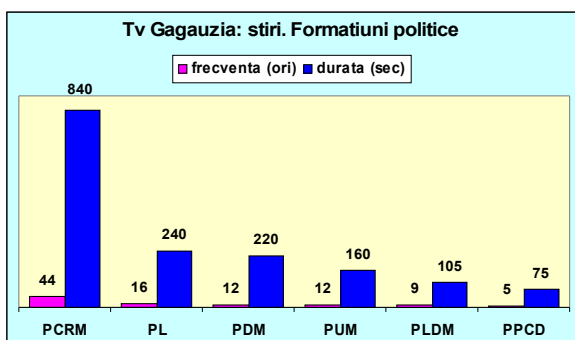
Tv Găgăuzia a mediatizat în știri 11 actori politici personalizați, diferit ca frecvență și ca durată (vezi Diagrama 2). Ca frecvență, V.Voronin și M.Ghimpu, au apărut în știri în câte 12 rânduri. Ca durată, însă, M.Ghimpu este devansat de deținătorul poziției a 4-a – G.Stati. 4 din 11 personaje mediatizate în știri sunt reprezentante din regiune. Cei 3 candidați la funcția de bașcan se regăsesc în știri, cu frecvență și durată identică.

Diagrama 2

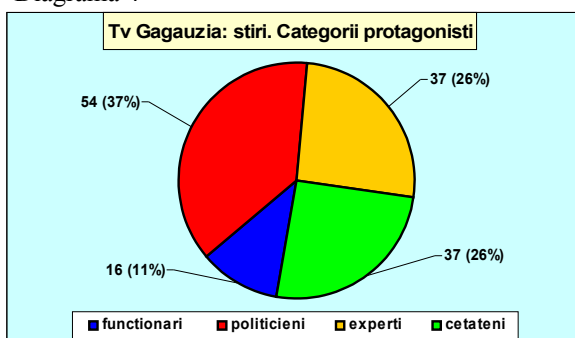


Tv Găgăuzia a făcut referință în știri la 6 formațiuni politice, cel mai des – la PCRM. Ca frecvență, această formațiune a apărut în știri de 44 de ori – cu 10 ori mai puțin decât toate celelalte luate împreună, iar ca durată – le depășește (vezi Diagrama 3). În perioada amintită știrile Tv Găgăuzia nu s-au referit la unul dintre partidele parlamentare – la AMN.

Diagrama 3



În știri au fost prezente toate cele 4 categorii de protagoniști monitorizați, iar cel mai des – politicienii (vezi Diagrama 4). Experții și cetățenii au avut o prezență similară – câte 26 la sută.



4.2. Emisiuni electorale

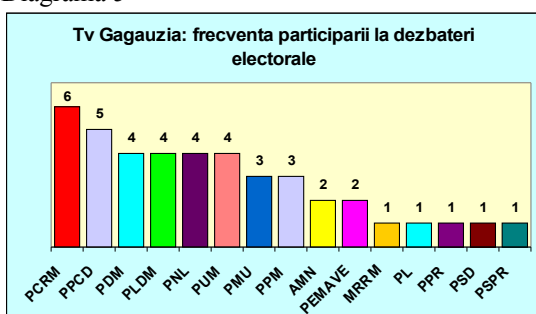
În perioada de referință Tv Găgăuzia a realizat o singură emisiune de o oră cu tematică electorală pe lângă cele 17 dezbateri.

În dezbaterile electorale au participat reprezentanți ai 15 formațiuni politice și candidați independenți. Ca și în cazul Radio Găgăuzia, au fost admise derogări de la prevederile legislației în vigoare, vizând tratamentul egal și nediscriminatoriu al concurenților electorali. Astfel, unii concurenți au participat la un număr mai mare de dezbateri, în detrimentul altora, cauza nefiind renunțarea sau refuzul de a participa (vezi Diagrama 5). În plus, Tv Găgăuzia, în interiorul dezbaterilor electorale, a difuzat publicitate electorală a unor concurenți, lucru interzis de legislație.

Doar în ultima zi televiziunea a oferit timp de antenă gratuit (5 minute) pentru 4 concurenți electorali.

În ziua de 27 noiembrie, la ora 18.00, Tv Găgăuzia a difuzat emisiunea „Lițom k rehionu”, în care, contrar recomandării CCA, apare un concurent electoral pe lista PSD (A.Harlamenco).

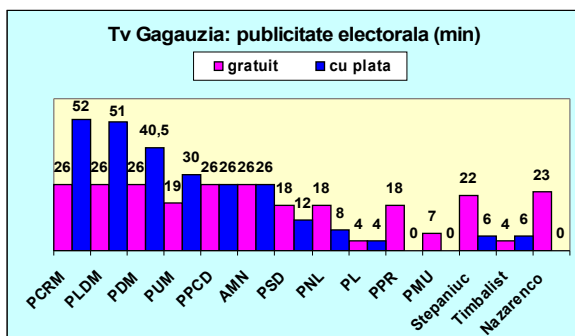
Diagrama 5



4.3. Publicitate electorală

La Tv Găgăuzia au utilizat spațiile prevăzute pentru publicitate electorală, gratuit și contra plată, 14 concurenți, inclusiv 11 formațiuni politice (vezi Diagrama 6). Un singur concurent – PCRM – a utilizat tot spațiul de timp rezervat în aceste scopuri. 3 concurenți au utilizat, parțial, doar timp de antenă pentru publicitate electorală gratuit.

Diagrama 6



Concluzii:

- IPRA Compania Teleradio-Găgăuzia, în știri, a reflectat în mod disproporționat, ca frecvență și ca durată, evenimentele cu participarea concurenților electorali;
- IPRA Compania Teleradio-Găgăuzia a ignorat funcția educativă ce-i revine unui radiodifuzor public, mai ales în perioade de importanță socială majoră;
- IPRA Compania Teleradio-Găgăuzia a realizat dezbaterile electorale cu abateri de la normele legale (tratament inegal al concurenților; plasarea publicității electorale în interiorul dezbaterilor).

Concluzii finale:

- IPNA Compania Teleradio-Moldova, în programele de știri și actualități, a recuperat în măsură semnificativă caracterul public al emisieii, dar nu a atins standardele profesionale în domeniu pe care să le mențină;
- IPNA Compania Teleradio-Moldova a utilizat în mod adecvat oportunitățile oferite de actele normative referitoare la reflectarea alegerilor de către mass-media;
- IPNA Compania Teleradio-Moldova a desfășurat o activitate amplă de motivare și de educație a electoratului;
- IPNA Compania Teleradio-Moldova a oferit tuturor concurenților electorali șanse egale de acces la timp de antenă gratuit și de participare la dezbaterile electorale;
- IPRA Compania Teleradio-Găgăuzia, în știri, a reflectat în mod disproporționat, ca frecvență și ca durată, evenimentele cu participarea concurenților electorali;
- IPRA Compania Teleradio-Găgăuzia, în mare măsură, a neglijat funcția educativă ce-i revine unui radiodifuzor public în campania electorală;
- IPRA Compania Teleradio-Găgăuzia a realizat dezbaterile electorale cu abateri de la normele legale (tratament inegal al concurenților; plasarea publicității electorale în interiorul dezbaterilor).