



Centrul pentru Jurnalism Independent

coalitia 2009



coalitia civică
pentru alegeri libere și corecte

Monitorizarea mass-media în campania electorală pentru alegerile parlamentare anticipate din 28 noiembrie 2010

Raport nr .2
11 – 24 octombrie 2010

Acest raport este realizat în cadrul proiectului „Monitorizarea mass-media în campania electorală”, cu susținerea financiară a Ambasadei Marii Britanii în Moldova, Consiliului Europei și Fundației Est-Europene, din resursele acordate de Agenția Suedeză pentru Dezvoltare și Cooperare Internațională (Sida/Asdi), Ministerul Afacerilor Externe al Danemarcei, Fondului Național pentru Democrație (NED), Agenția Statelor Unite pentru Dezvoltare Internațională (USAID) prin intermediul Fundației Eurasia. De asemenea, elaborarea acestui raport este posibilă grație ajutorului generos al poporului american oferit prin intermediul Agenției SUA pentru Dezvoltare Internațională (USAID), în cadrul Programului AED - Consolidarea Societății Civile în Moldova (MCSSP). Opiniile exprimate aparțin autorilor și nu reflectă neapărat punctul de vedere al finanțatorilor.



1. Date generale

1.1 Obiectivul proiectului: evaluarea modului în care mass media reflectă campania electorală pentru alegerile parlamentare anticipate din Republica Moldova pentru a stabili dacă concurenții electorali se bucură de access egal la mass-media și dacă electoratului i se oferă suficientă informație despre candidați și platformele lor electorale.

1.2 Perioada de monitorizare: 28 septembrie – 28 noiembrie 2010

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

- ☐ forma de proprietate (publică și privată)
- ☐ audiența/ impactul
- ☐ limba difuzării

1.4 Mass-media monitorizate:

TV: Moldova 1, Prime TV, 2 Plus, NIT, N4, Jurnal TV, Publika TV

Radio: Radio Moldova, Prime FM, Vocea Basarabiei

Presa scrisă: Moldova Suverană, Nezavisimaia Moldova, Flux, Jurnal de Chișinău, Timpul de dimineață, Komsomolskaia pravda v Moldove, Evenimentul Zilei, Panorama, Golos Bălți (Bălți), Vesti Gagauzii (Comrat), Cuvântul (Rezina), Gazeta de Sud (Cimișlia).

Agenții de presă și portaluri web: Moldpres, Infotag, www.omg.md, www.unimedia.md

1.5 Orarul monitorizării

TV: Luni – vineri: de la 6.00 până la 9.00 și de la 18.00 până la 23.00

Sâmbătă și duminică: de la 8.00 până la 22.00

Radio : De la 6.00 până la 13.00 și de la 17.00 până la 20.00, zilnic.

Presa scrisă/Agenții de știri/Portaluri web: întreg conținutul, zilnic.

1.6. Echipa

Proiectul este realizat de Centrul pentru Jurnalism Independent în parteneriat cu Asociația Presei Independente și Institutul de Marketing și Sondaje IMAS-INC Chișinău.

2. Cadrul metodologic

Date statistice: Metodologia monitorizării a fost elaborată de Oxford Media Research pentru proiectele de monitorizare ale Organizației Internaționale Campania Globală pentru Libertatea de Exprimare “Articolul XIX”. Caracteristicile acestei metodologii sunt următoarele: folosirea indicatorilor 1) cantitativi, inclusiv tipul, durata, tematica mediatizării, sursele știrilor, frecvența și durata apariției concurenților electorali în buletinele de știri, și 2) calitativi, stabilindu-se părtinirea postului monitorizat în reflectarea evenimentelor. Fiecare știre sau opinie este supusă unei evaluări de conținut și de context, pentru a determina dacă sunt favorabile sau defavorabile unui sau altui partid /unei sau altei formațiuni politice. Un conținut și/sau un context al știrii pozitiv ori negativ nu indică neapărat tendențiozitatea sau partizanatul postului care difuzează șirea. E posibil ca știrea să favorizeze sau să defavorizeze pe unul dintre subiecți, și, cu toate acestea, să fie echidistantă și corectă din punct de vedere profesional. Numai dacă există tendința, pe o anumită perioadă de timp, ca unul dintre subiecți să fie favorizat sau defavorizat, atunci se poate spune că e vorba despre un dezechilibru și părtinire.

Studii de caz: A fost făcută o analiză de conținut a materialelor care au tratat cele mai importante subiecte difuzate de cele 10 posturi audiovizuale. Ținând cont de impactul major pe care îl are audiovizualul asupra creării opiniei publice și de credibilitatea mare a acestuia în rândul populației, s-a urmărit identificarea unghiurilor de abordare și modalitățile de prezentare a subiectelor relevante. Materialele au fost analizate atât din punctul de vedere al respectării principiilor unui jurnalism de calitate (obiectivitate, imparțialitate, pluralismul surselor de informare, separarea faptelor de opinie), cât și sub aspect tehnic, din perspectiva recurgerii la procedee tehnice pentru a amplifica sau diminua anumite mesaje.

Lista codurilor utilizate:

PDM = Partidul Democrat din Moldova
PCRM = Partidul Comuniștilor din Moldova
AMN = Partidul „Alianța Moldova Noastră”
PAM = Partidul Agrar din Moldova
PSM = Partidul Socialist din Moldova
PLD = Partidul Legii și Dreptății
PPCD = Partidul Popular Creștin-Democrat
PL = Partidul Liberal din Moldova
PSD = Partidul Social-Democrat
MFN = Mișcarea „Forța Nouă”
MR = Mișcarea „Ravnopravie”
PC = Partidul Conservator
RAVN= Mișcarea social-politică Ravnopravie
PPR = Partidul Popular Republican
PRM = Partidul Republican din Moldova
UCM = Uniunea Centristă din Moldova
UM = Partidul Muncii
PUM = Partidul Umanist din Moldova
PMUEM = Partidul „Moldova Unită – Edinaia Moldova”
PNL = Partidul Național Liberal
MAE = Mișcarea „Acțiunea Europeană”
PNT = Partidul „Pentru Neam și Țară”
PLDM = Partidul Liberal Democrat din Moldova
AIE = Alianța pentru Integrare Europeană
MRRM = Mișcarea Romilor din RM
PPM = Partidul Patrioții Moldovei
PRES = Președintele, președinția
PARL = Parlament
MIN = prim-ministrul, miniștrii

CEC = Comisia Electorală Centrală și birourile, secțiunile electorale

GUV = funcționari din guvern

APL = administrația publică locală

PA = Poliția/armata/CCCEC/Vama,SIS
DIP = Diplomați, oficiali și observatori străini de rang înalt
CET = Cetățeni
SOC = Societate civilă
SIN = Sindicate
EXP = Experți (străini și locali), observatori, sociologi, analiști, etc.
BUS = Business
MED = Mass media
JUD = Judecători, avocați, Procuratura, Curtea Constituțională
BIS = Biserica
Doc = Documente (rapoarte, Constituția, sondaje, etc.).
CCA= Consiliul Coordonator al Audiovizualului
GS = Gabriel Stati
VS = Victor Stepaniuc
VP= Valeriu Pleșca
LB= Lenuța Burghilă
ML= Maia Laguta
GR = Galina Rusu
AD =Alexandru Demian
SB = Sergiu Banari
IND = Candidați Independenți

Subiecte pe agenda publică din perioada 11-24 octombrie

În perioada de raport, s-au produs mai multe evenimente cu conotație electorală directă sau indirectă.

- Din 11 octombrie, după înregistrarea primilor concurenți electorali, partidele politice și candidații independenți au organizat diverse activități cu caracter electoral, inclusiv lansarea oficială în campanie.
- Comisia parlamentară juridică pentru numiri și imunități revine la subiectul ridicării imunității parlamentare a deputaților Vladimir Voronin, lider PCRM, și Anatol Popușoi, deputat pe listele PCRM.
- La Ungheni, în cadrul unei întâlniri electorale a PCRM, se produce un incident cu implicarea pazei de corp a lui Vladimir Voronin, care l-ar fi agresat fizic pe unul din simpatizanții PLDM. Subiectul a fost pe agenda publică mai multe zile la rând, revenindu-se la el după ce PCRM a anunțat că va acționa PLDM în judecată pentru defăimare.
- Au loc mai multe vizite ale oficialilor europeni interesați de derularea procesului electoral în RM.
- Continuă procesul de construcție a caselor pentru sinistrați; Guvernul a fost preocupat de subiect și ajutoarele pentru victime.
- Mai mulți miniștri incluși în listele electorale ale concurenților electorali au degrevat din funcție. Președintele interimar și Prim-ministrul își exercită în continuare funcțiile; conform legislației, primele persoane în stat nu degrevează din funcție pe parcursul campaniei electorale.

3. Tendințe generale

3.1 Audiovizual

În perioada 11-24 octombrie 2010, cele 10 posturi de radio și tv monitorizate au difuzat un număr destul de mare de materiale cu impact electoral direct sau indirect. Acestea s-au referit atât la înregistrarea concurenților electorali, procesul de organizare a alegerilor, monitorizarea campaniei de către organizații locale și străine, cât și la începerea campaniilor de către anumiți concurenți electorali și incidentele înregistrate pe parcurs.

Cele mai multe materiale au fost știri și emisiuni de opinie, în care reprezentanții diferitelor partide politice au apărut pe rol de surse citate direct sau indirect. Totodată, au fost puse pe post și spoturi electorale, programe electorale speciale, fiind oferți și timpi de antenă gratuit, de către posturile publice. Dintre posturile TV, cel mai mare volum de știri și emisiuni de opinie au fost difuzate de Jurnal TV, urmat de Publika TV și NIT, iar dintre posturile de radio – de Radio Moldova, care a avut știri și emisiuni de opinie, dar a oferit și timpi de antenă gratuit.

Posturile publice Moldova 1 și Radio Moldova au oferit acces mai multor concurenți electorali, de cele mai dese ori fiind citați reprezentanții partidelor constituate ale Alianței pentru Integrarea Europeană. Președintele interimar și Prim-ministrul, care nu au degrevat din funcție, au apărut de mai multe ori ca surse de știri în materiale cu impact electoral indirect. În majoritatea cazurilor subiectele relevante au fost prezentate în context neutru; concurenții electorali de cele mai multe ori au apărut în lumină fie pozitivă, fie negativă, în funcție de subiectul reflectat. În baza rezultatelor monitorizării se poate afirma că la posturile publice se remarcă o ușoară favorizare a partidelor aflate la guvernare, favorizare manifestată prin frecvența apariției acestora în calitate de surse.

Postul privat cu acoperire națională Prime TV a reflectat în special subiectele cu conotație electorală directă, în materialele acestui post fiind prezenți atât membrii Alianței pentru Integrare Europeană, cât și ai PCRM, preponderent în context neutru. Din punctul de vedere al frecvenței apariției concurenților electorali la Prime TV se poate conchisi că postul favorizează într-o anumită măsură concurentul electoral PDM.

Un alt post privat, cu acoperire națională, NIT continuă să facă partizanat politic deschis în favoarea PCRM. Acest concurent electoral a fost prezentat preponderent în lumină pozitivă în materialele de la NIT, care a lansat o campanie întru susținerea președintelui PCRM. Alianța de guvernământ și partidele componente ale acesteia au fost în marea majoritate a cazurilor criticate și defavorizate, iar partidele extraparlamentare și concurenții independenți au avut acces limitat la acest post de televiziune.

Postul cu acoperire națională 2 Plus a avut în perioada de referință un comportament destul de pasiv, oferind publicului informație sumară despre campania electorală. Postul respectiv, la fel ca

și N4 (cu acoperire regională) nu au avut emisiuni de opinie în care ar fi fost vorba de viitoarele alegeri. Totuși, N4 a fost mai activ în reflectarea subiectelor de acest fel în buletinele de știri. N4 a asigurat un relativ pluralism de opinie, oferind informații din mai multe perspective; de cele mai multe ori, însă, postul a oferit access reprezentanților PLDM și PCRM.

Posturile de știri Publika TV și Jurnal TV au reflectat activ evenimentele cu conotație electorală din perioada de raport, venind cu știri diverse în care au fost prezenți o mare parte din concurenții electorali, dar și cu multe emisiuni de opinie în cadrul cărora a fost tratat subiectul alegerilor. Concurenții electorali au fost prezentați preponderent neutru, dar și în context pozitiv, și negativ, în funcție de subiectele reflectate. Judecând după frecvența știrilor în context pozitiv și negativ, la Jurnal TV se remarcă o ușoară favorizare a PLDM și PL, și o defavorizare a PCRM. La Publika nu este evidentă vreo tendință evidentă de favorizare a anumitor concurenți.

Postul privat de radio Vocea Basarabiei a reflectat activ subiectele cu caracter electoral direct sau indirect, în special în buletinele de știri, emisiunile de opinie și programe electorale speciale, iar Prime FM s-a limitat în special la buletine de știri. La Vocea Basarabiei se remarcă o defavorizare a PCRM, în special în materialele de opinie, și favorizarea AIE, iar la Prime FM se observă o ușoară tendință de favorizare a PDM.

3.2 Presa scrisă/Agenții de presă/Portaluri web

Presa scrisă, inclusiv agențiile de presă și portalurile web, au continuat să mediatizeze activ campania electorală pentru alegerile parlamentare anticipate din 28 noiembrie 2010. În perioada a doua a monitorizării, numărul materialelor jurnalistice publicate de ziare, agenții și portaluri a fost de 851, față de 798 articole în primele două săptămâni ale prezentei monitorizări. În cazul unor ziare (*Moldova Suverană, Jurnal de Chișinău, Evenimentul Zilei, Timpul de dimineață Panorama, Nezașisimaia Moldova*) media articolelor despre alegeri și concurenții electorali înregistrați sau care urmează să fie înregistrați de Comisia Electorală Centrală a fost de 8-12 articole per ediție. O parte din instituțiile mass-media preferă să relateze despre campanie mai mult în știri, prezentând preponderent fapte legate de concurenții electorali, iar altă parte a mass-media publică mai multe opinii despre aceste evenimente și interpretarea acestora prin prisma propriilor simpatii sau antipatii electorale.

Ziarele *Moldova Suverană, Nezașisimaia Moldova* și site-ul de știri www.omg.md continuă să favorizeze masiv concurentul electoral PCRM și să defavorizeze Alianța pentru Integrarea Europeană (AIE), în general, și partidele PLDM, PDM și PL, în particular. Astfel, mai mult de jumătate din materialele publicate de aceste instituții mass-media prezintă în context negativ alianța de guvernare și partidele componente ale acesteia, pe când PCRM apare de fiecare dată în context pozitiv, fiind prezentate în detalii doar prevederile programului electoral al acestui concurent în alegeri. De asemenea, sunt publicate multe „declarații” și „apeluri” ale cetățenilor, majoritatea absolută a acestora fiind anonime, ceea ce diminuează din credibilitatea informației respective. În plus, se încearcă manipularea opiniei publice prin afirmații generalizate de genul „(...) localități s-au alăturat în acțiunea de susținere a PCRM” sau „Locuitorii raionului ... au semnat o Declarație în susținerea PCRM”, pe când este de presupus că doar o parte din locuitorii acestor orașe și sate susțin respectivul concurent electoral. În unele materiale, continuă

să fie utilizate expresii semi-licențioase și denigratoare la adresa oponentilor politici ai PCRM, iar în cazul lansării unor acuzații lipsește opinia părții învinuite.

Timpul de dimineață, *Jurnal de Chișinău*, *Panorama* și www.unimedia.md prezintă PCRM preponderent în context negativ sau critică acest concurent electoral. În același timp, AIE ca și alianță de guvernământ în unele cazuri este defavorizată, în altele, din contra, apare în lumină favorizantă. *Timpul de dimineață* favorizează concurentul electoral PLDM, la fel ca și Unimedia. Agenția de știri *Moldpres* prezintă în context preponderent pozitiv AIE și partidele componente ale alianței, iar PCRM apare mai mult în lumină negativă în știrile acestei agenții.

Ziarul *Flux* prezintă în context negativ toți concurenții electorali principali și favorizează Partidul Popular Creștin-Democrat.

Politica editorială din perioada 11-24 octombrie 2010 a celorlalte instituții mass-media monitorizate a indicat o atitudine mai mult sau mai puțin critică față de toți concurenții electorali fără tendințe de favorizare directă a vreunuia dintre aceștia.

În perioada de raport, a crescut numărul articolelor despre procesul electoral și al materialelor de educație electorală a cetățenilor, însă numărul acestora este în continuare insuficient. Volumul de publicitate politică și electorală, publicată în această perioadă, a crescut de patru ori față de prima perioadă de monitorizare.

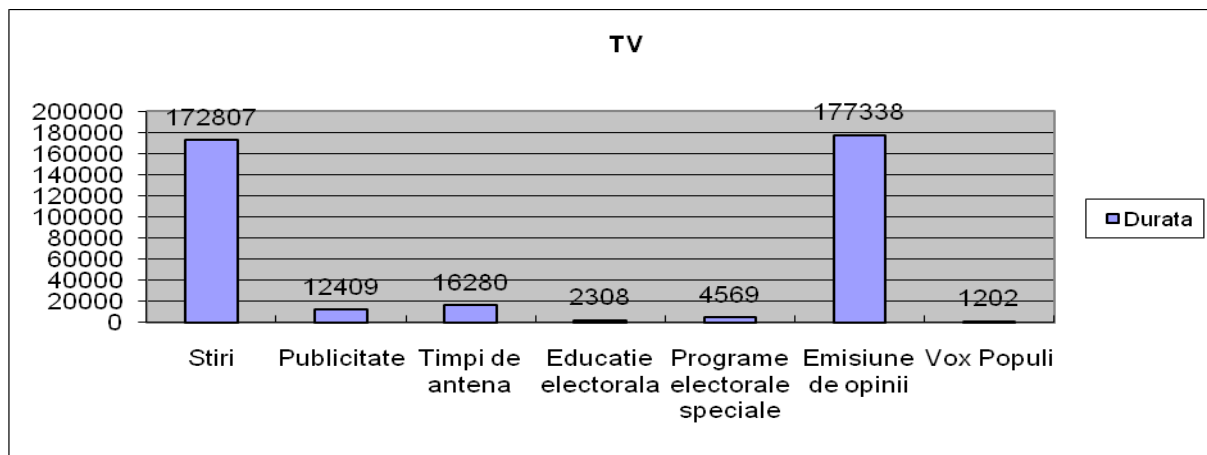
4. Datele monitorizării. Presa audiovizuală

4.1 Implicarea în campania electorală

4.1.1 TV

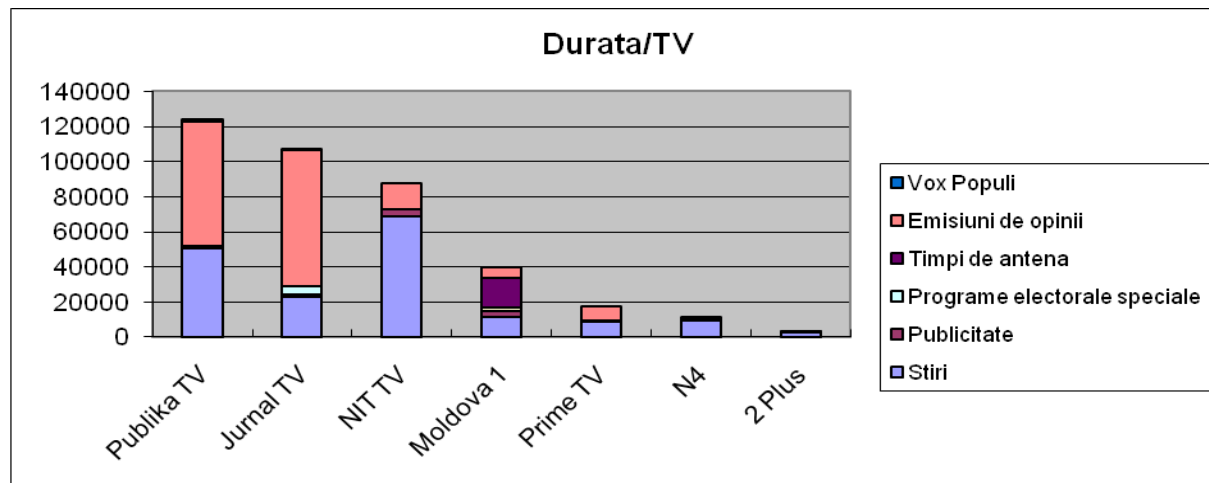
În perioada 11-24 octombrie, cele șapte posturi de televiziune monitorizate au avut în total 1891 de materiale și emisiuni cu impact electoral, cu o durată totală de 107,4 ore. Cel mai mare volum l-au avut emisiunile de opinie, urmate de știri. Totodată, posturile tv au difuzat publicitate electorală, materiale de educație electorală, Vox Populi. Unele posturi au avut programe electorale speciale, iar altele au oferit timp de antenă gratuit (vezi Digrama 1).

Diagrama 1. Volumul materialelor cu tentă electorală difuzate de 7 posturi tv în perioada 11-24 octombrie, sec.



Cel mai mare volum de materiale relevante au fost puse pe post de *Publika TV* și *Jurnal TV*, fapt explicat de specificul acestor două posturi de nișă, care difuzează 24 de ore din 24. Unele posturi au inclus în grila de emisie programe electorale speciale (*Jurnal TV*), iar altele - materiale de educație electorală și timpi de antenă gratuită (*Moldova 1*) (vezi Diagrama 1.1.). În tematica buletinelor de știri au predominat politicul și procesul electoral, temele economice și sociale fiind abordate mai rar.

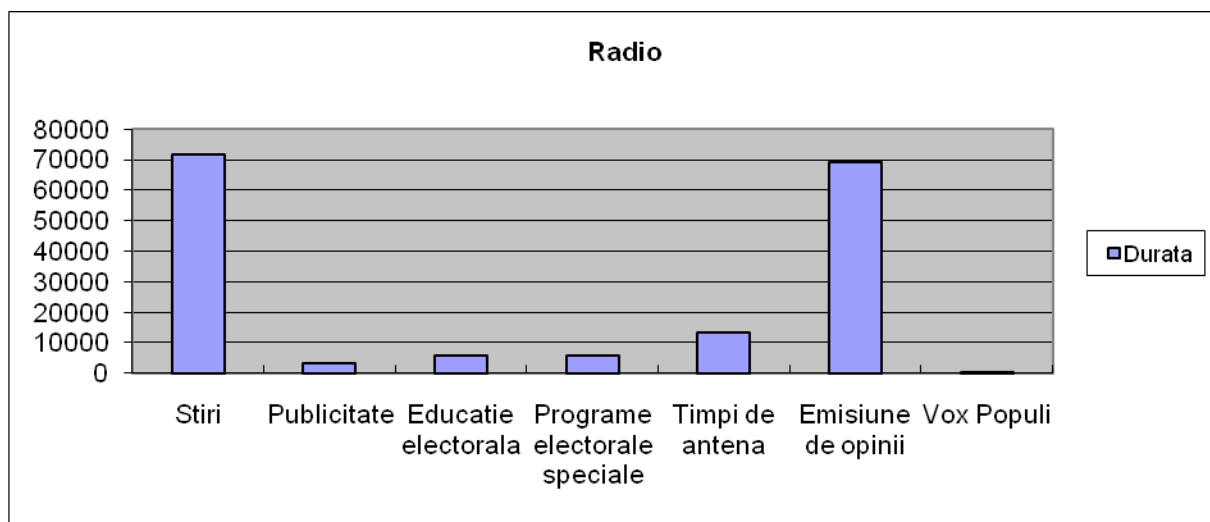
Diagrama 1.1. Volumul și genul materialelor electorale difuzate de posturile TV în perioada 11 – 24 octombrie, sec



4.1.2 Radio

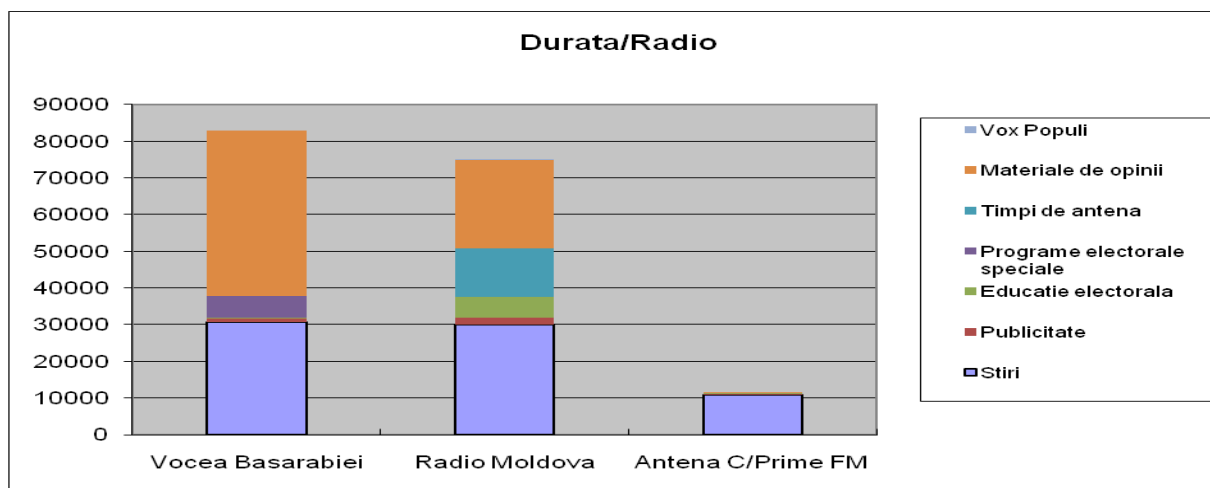
În perioada 11-24 octombrie, spre deosebire de prima perioadă de monitorizare, numărul materialelor la cele trei posturi radio a scăzut de la 630 la 456, volumul însă a crescut de la 38,7 ore până la 61,1 ore. Au prevalat știrile, dar au fost puse pe post și emisiuni de opinie, și materiale de educație electorală, au fost oferți timpi de antenă gratuită, difuzate programe electorale speciale, dar și publicitate electorală (vezi Diagrama 2).

Diagrama 2. Volumul materialelor cu tentă electorală difuzate de 3 posturi radio în perioada 11-24 octombrie, sec.



Postul public Radio Moldova a reflectat campania activ, remarcându-se prin utilizarea mai multor genuri jurnalistice – știri, emisiuni de opinie, materiale de educație electorală. Totodată, postul a oferit timpi de antenă gratuit concurenților electorali și a difuzat mai multe spoturi publicitare. Și Vocea Basarabiei s-a evidențiat prin volumul mare de știri, emisiuni de opinie, dezbateri și publicitate. *Prime FM* a difuzat preponderent buletine de știri (Diagrama 2.2.). Ca și la posturile TV, în tematica știrilor electorale difuzate de către posturile radio a prevalat politicul și procesul electoral.

Diagrama 2.2. Volumul și genul materialelor electorale difuzate de posturile radio între 11 și 24 octombrie, sec.



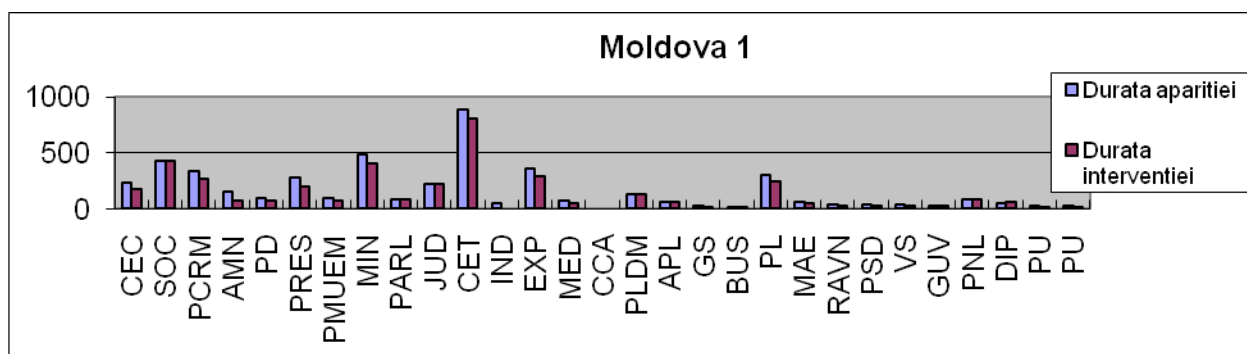
4.2 Frecvența citării concurenților electorali ca surse ale știrilor electorale, apariții la TV, intervenții directe în știri cu implicații electorale

În perioada 11-24 octombrie 2010, postul public Moldova 1 a ținut în vizor diverse subiecte cu impact electoral, cum ar fi înregistrarea concurenților electorali, lansarea oficială a acestora în campanie, situația privind procesul de organizare a alegerilor etc. Totodată, Moldova 1 a avut și materiale cu impact electoral indirect, cum ar fi derularea procesului de construcție a caselor pentru sinistrați, susținerea AIE de către partidele europene și reprezentanții UE, pentru continuarea reformelor, dosarul „Ciocârlia”, discuțiile privind retragerea imunității lui Vladimir Voronin etc. În total, Moldova 1 a avut 126 de știri cu tentă electorală.

Președintele interimar și Prim-ministrul, care nu au degrevat în campania electorală, împreună cu oficialii de rang înalt din Guvern, au apărut de 44 de ori în calitate de surse în buletinele de știri de la postul public Moldova 1. Apariția acestora pe ecranul televizorului a durat 764 sec în total. Separat, la partidele membre ale AIE s-a făcut referire în știri după urmează: AMN – 10 ori (157 sec), PDM - 10 ori (96 sec), PLDM - 10 ori (128 sec) și PL - 12 ori (301 sec).

Principalul partid de opoziție, Partidul Comuniștilor, a fost citat direct sau indirect de 27 ori, cu o durată a apariției la tv de 338 secunde. Celelalte partide și candidați independenți luați împreună au servit drept surse de știri de 27 ori, reprezentanții lor apărând pe ecran timp de 488 sec. De menționat că postul public a avut un număr mare de materiale în care sursele au fost cetățeni de rând – 32 de referințe, cu durată totală de 885 sec, dar și CEC (25 ori) și societatea civilă (17 ori) (vezi Diagrama 3).

Diagrama 3. Durata apariției concurenților electorali și a intervenției directe în buletinele de știri la Moldova 1, sec



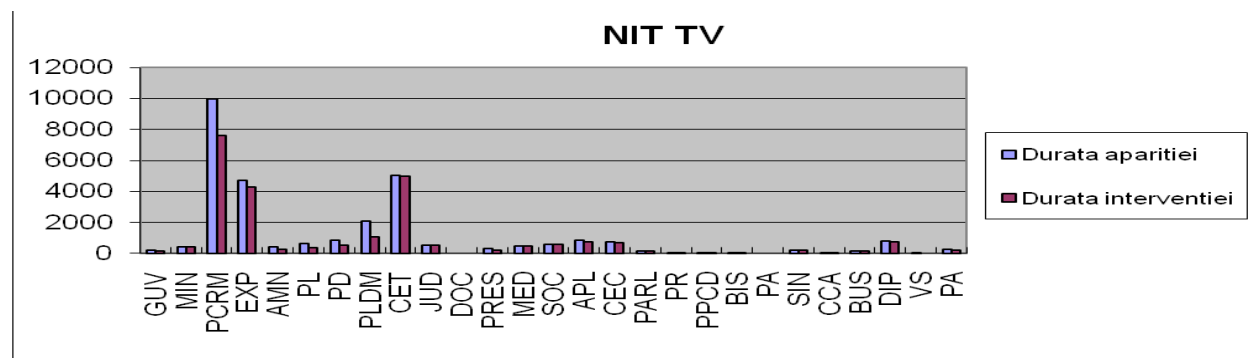
În emisiunile relevante puse pe post de Moldova 1 în perioada respectivă apar preponderent reprezentanții societății civile - 1776 sec, ai CEC - 1736 sec și experți – 1134. Totodată, Moldova 1 a oferit în perioada de raport timp de antenă gratuită unui șir de concurenți electorali (15) care au avut astfel posibilitatea să-și facă cunoscute platformele electorale și să răspundă la întrebările cetățenilor. Postul a difuzat mai multe spoturi publicitare electorale semnate de AMN, PLDM, PCRM, PDM, PL și PNȚ.



La postul privat cu acoperire națională NIT, întâietatea în sensul frecvenței și apariției pe ecran îi revine PCRM – acesta a fost citat de 233 de ori, cu o durată totală de 9977 sec. Președinția și oficialii de rang înalt din Guvern sunt citați direct sau indirect de 52 de ori, cu durată totală de

789 sec. La partidele constituante AIE s-a făcut referire de multiple ori: PLDM a fost citat de 150 de ori, cu durata de 2074 sec, PDM – 78 ori (879 sec), PL - 60 de ori (656 sec), iar AMN – 55 ori (440 sec). Celelalte partide extraparlamentare au apărut ca surse de 11 ori, pe parcursul a doar 89 secunde. Cetățenii au fost citați frecvent – 182 ori, cu durata totală de 5048 sec, preponderent în materiale din campania întru susținerea liderului PCRM, la fel ca și experții care în majoritatea cazurilor au apărut în aceeași ipostază, de susținători ai PCRM. Aceștia au fost citați de 103 ori, cu durata apariției pe ecran de 4718 sec.

Diagrama 4. Durata apariției concurenților electorali și a intervenției directe în buletinele de știri la NIT, sec.



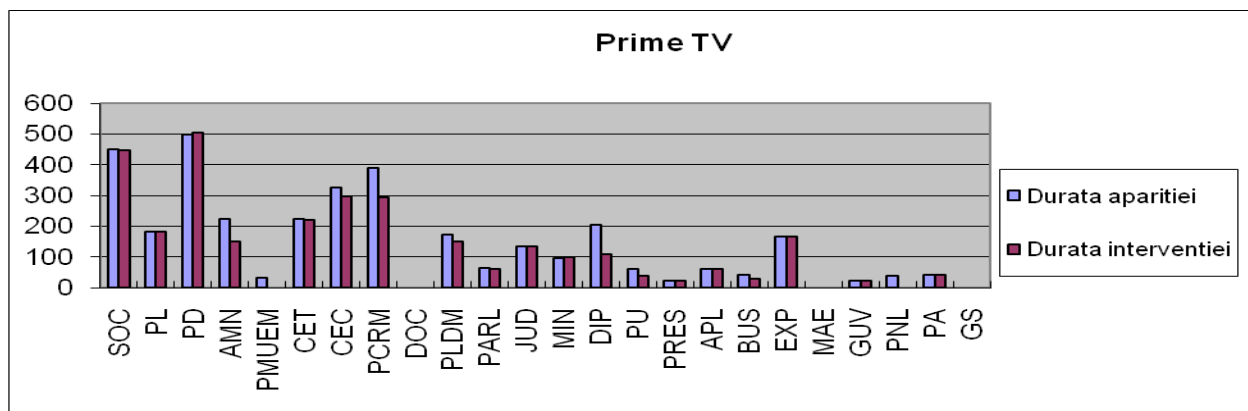
În materialele de opinie au apărut preponderent experți, și reprezentanții PCRM, dar și cetățeni simpli cu 5957 sec, 1506 sec și, respectiv, 930 sec. Publicitatea electorală de la NIT a fost semnată de PCRM, PLDM și PDM.



Postul privat cu acoperire națională Prime TV a reflectat subiectele cu impact electoral direct sau indirect, oferind deseori cuvânt atât reprezentanților concurenților electorali, cât și societății civile, oamenilor de rând, experților locali și internaționali, Comisiei Electorale Centrale etc. Prim-ministrul și miniștrii, Președintele interimar și reprezentanții Președinției au servit drept surse de informare directe sau indirecte în 11 cazuri, apărând pe ecranul televizorului timp de 120 sec. Separat, PLDM a fost citat în știri de 8 ori (173 sec), AMN - de 17 ori (223 sec), PL – de 8 ori (184 sec), iar PDM – de 25 ori (500 sec). La principalul partid de opoziție - PCRM - s-a făcut referire de 22 de ori (389 sec). Reprezentanții CEC au fost citați de 20 ori (332 sec), diplomați și oficiali străini - de 12 ori (204 sec), societatea civilă e prezentă cu 26 referințe (450 sec), iar cetățenii simpli au fost citați ca surse de 10 ori (224 sec.)

Ceilalți concurenți electorali au apărut la Prime TV ca surse de doar 10 ori, cu durata apariției pe ecran de 134 sec în total.

Diagrama 5. Durata apariției concurenților electorali și a intervenției directe în buletinele de știri la Prime TV, sec.

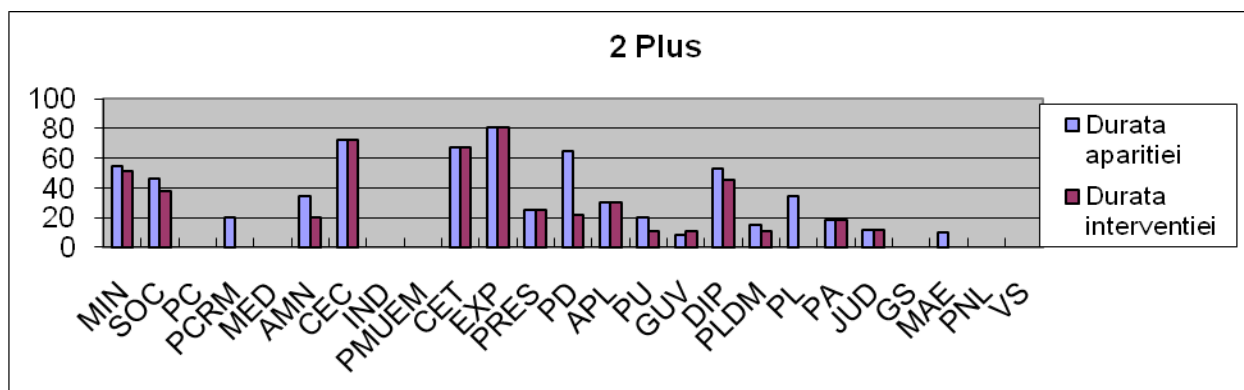


În emisiunile puse pe post de Prime TV în perioada de raport, a aparut reprezentantul PLDM 1357 sec, PD - 745 sec, ai diplomației străine – 1614 sec, dar și cetățenii - 914 sec. Acest post cu acoperire națională a difuzat pe parcursul a două săptămîni doar spoturile electorale ale PDM.



La postul privat cu acoperire națională 2 Plus se remarcă aceleași tendințe ca și la Prime TV. Prim-ministrul și Președintele apar în știri cu tentă electorală mai rar, aceștia fiind citați în total de 9 ori (80 sec). Ca partide separate, dintre partidele membre AIE, de cele mai dese ori este citat PDM - 6 ori, cu durata de 65 sec. La celelalte partide – PLDM, PL și AMN – s-a făcut referire de cîte 2, 3 și 3 ori, cu cîte 15, 34 și, respectiv, 34 sec. La PCRM s-a făcut trimitere de 3 ori, cu durata totală a apariției la tv de 20 sec. Celelalte partide extraparlamentare și candidați independenți au fost citați rareori. De notat că în unele cazuri, concurenții electorali doar au apărut pe ecranul televizorului, fără a avea intervenții directe – de exemplu PL, MAE, PCRM. 2 Plus nu a avut în perioada de raport nici o emisiune relevantă prezentei monitorizării. PDM este singurul concurent electoral care a plasat publicitate electorală la 2 Plus.

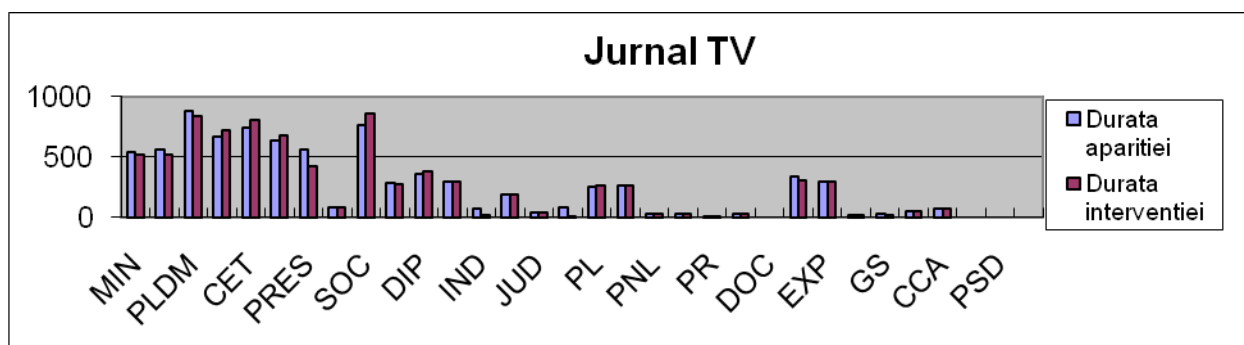
Diagrama 6. Durata apariției concurenților electorali și a intervenției directe la 2 Plus, sec.



La postul de știri Jurnal TV, Prim-ministrul și oficialii de rang înalt din Guvern și Președintele au fost citați direct sau indirect în buletinele de știri de 60 de ori, apărând pe ecran timp de 1101 sec în total. Separat, reprezentanții PCRM au fost citați ca surse de 34 de ori, cu durata de 640 sec. La PLDM s-a făcut referire de 31 ori, cu durata de 330 sec, PL - 24 ori (254 sec), PD – 27 ori (338 sec) și AMN – 18 ori (557 sec).

De remarcat o prezență mai mare a partidelor extraparlamentare la Jurnal TV, acestea fiind citate în total de 31 ori, cu durata totală de 427 sec, dintre care aproximativ jumătate au revenit PNȚ – citat de 8 ori (193 sec). De asemenea, deseori postul respectiv a oferit cuvânt cetățenilor, societății civile și experților străini și locali.

Diagrama 7. Durata apariției concurenților electorali și a intervenției directe la Jurnal TV, sec.



Jurnal TV este lider la capitolul pluralism în materialele de opinie și emisiuni, în care au apărut 11 concurenți electorali, inclusiv candidați independenți. Cel mai mult spațiu în emisiuni a fost acordat experților străini și locali – 28067 sec, și reprezentanților societății civile – 4287 sec. Reprezentanții PCRM au apărut ca surse în emisiuni timp de 173 sec. Dintre partidele extraparlamentare cel mai prezent la Jurnal TV a fost PNȚ – 3316 sec. Publicitatea plasată în perioada de raport la Jurnal TV a fost semnată de AMN, PNȚ, PLDM și PL.

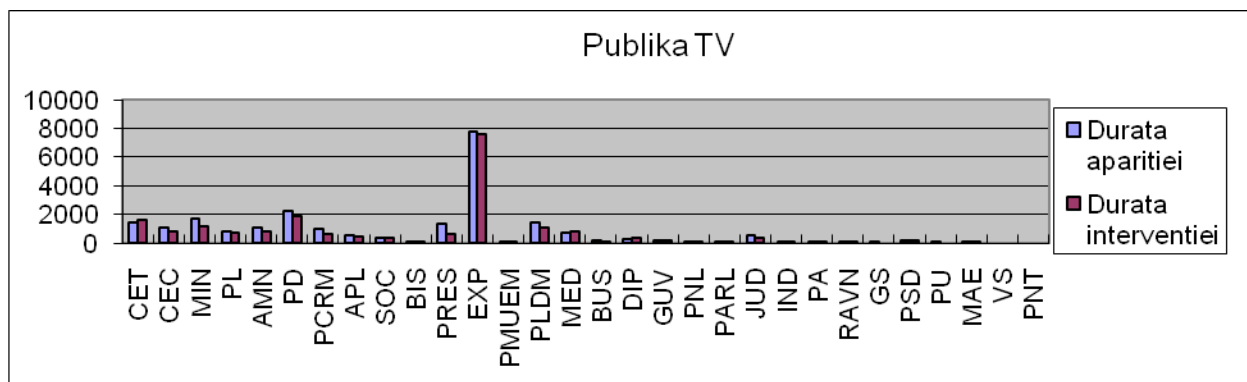


Publika TV este lider la capitolul diversitate și pluralism de opinie în buletinele de știri, oferind cuvînt în știrile sale unui număr divers de surse, dintre care în 138 cazuri (3039 sec) a fost vorba de Președintele interimar și Prim-ministru și alți oficiali de rang înalt din guvern.

Separat, partidele aflate la guvernare au apărut în calitate de surse: PL – de 54 ori (849 sec), AMN – de 67 ori (1093 sec), PDM – de 78 de ori (2261 sec) și PLDM – de 98 de ori (1469 sec).

PCRM a fost citat în total de 80 de ori, reprezentanții partidului apărînd pe ecranul tv timp de 992 sec. Se remarcă și numărul mare al celorlalți concurenți electorali, care au fost citați ca surse în știri de 65 ori (467 sec). Publika TV a oferit spațiu destul de mare și experților din diferite domenii, atît din țară cît și din străinătate, care au fost citați de 140 de ori, cu durata de 7843 sec, cetățeni simpli - 94 ori (1406 sec), CEC - 98 ori (1068 sec).

Diagrama 8. Durata apariției concurenților electorali și a intervenției directe în buletinele de știri la Publika 1, sec.



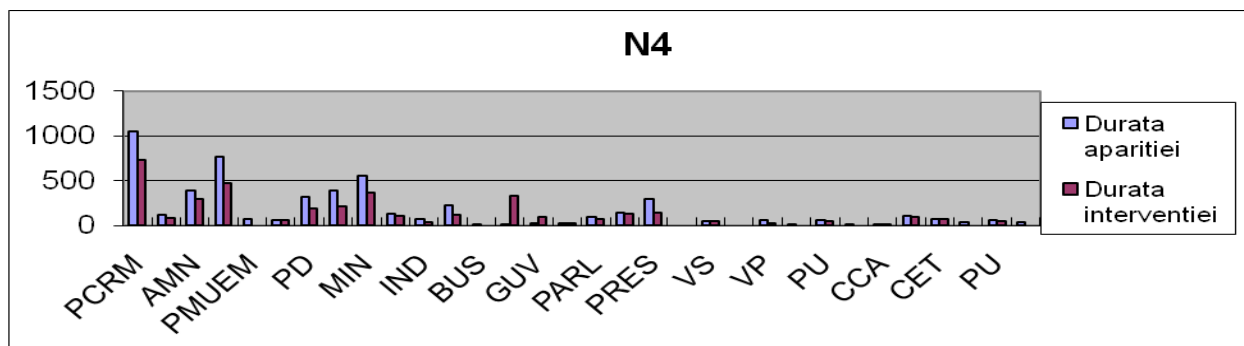
La emisiunile și materialele de opinie difuzate de Publika TV au participat preponderent experți, care au avut ocazia să intervină pe parcursul a 29800 sec și exponenții societății civile – 3451 sec. Comparativ cu alți concurenți electorali, PL, PLDM și PCRM au avut intervenții mai esențiale – 1902, 2483 și, respectiv 1000 sec. pentru fiecare. Spoturile electorale au fost semnate de AMN, PLDM, PNT și PDM.



Postul tv cu acoperire regională N4 a avut în perioada de referință un număr relativ mare de surse de știri reprezentînd preponderent concurenții electorali și reprezentanții principalelor instituții ale statului. Astfel, Pim-ministrul, miniștrii și Președintele interimar apar în calitate de surse de 6 ori, cu durata totală a apariției de 847 sec., la PLDM se face referire de 30 de ori (762 sec), PL – 14 ori (386 sec.), AMN – 14 ori (386 sec.), PD – 16 ori (315 sc). La PCRM s-a apelat în calitate de sursă de informație de 36 ori, cu durata apariției pe ecran de 1047 sec. Partidele extraparlamentare și deputații independenți au fost citați direct sau indirect de 26 de ori, cu

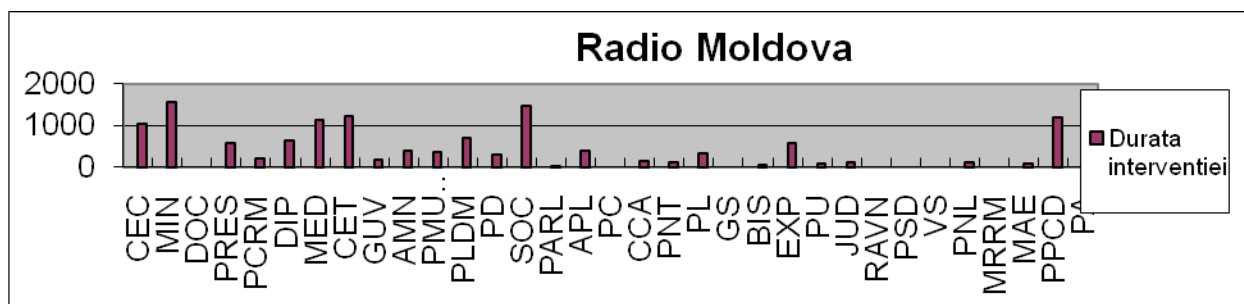
durata totală de 857 sec. N4 nu a avut în perioada de raport nicio emisiune sau alte materiale de opinie. Doar trei concurenți electorali au plasat publicitate electorală la N4 - PLDM, PCRM, PDM.

Diagrama 9. Durata apariției concurenților electorali și a intervenției directe în buletinele de știri la N4, sec.



În materialele cu conotație electorală, postul public Radio Moldova a citat frecvent experți din cadrul organizațiilor neguvernamentale, cetățeni de rând, experți străini și CEC. Totuși, prioritate au avut oficialii, aceștia reprezentând structurile de stat de nivel înalt, dar și partidele membre ale AIE. Astfel, Președintele, Prim-ministrul și oficialii de rang înalt din guvern au apărut la Radio Moldova ca sursă de știri de 74 de ori (2151 sec). Separat, reprezentanții PLDM au fost citați de 17 ori, cu durată de 710 sec, ai PL – de 10 ori (338 sec), PD – de 11 ori (304 sec) și AMN - de 9 ori (406 sec.). Reprezentanții PCRM au fost citați în total de 7 ori (220 sec). Societatea civilă a apărut ca sursă de 15 ori (1481 sec), iar cetățenii de rand - de 17 ori, cu durată de 1212 sec. Celelalte partide extraparlamentare și candidați independenți au acumulat împreună 1589 sec, fiind citați direct sau indirect de 27 ori.

Diagrama 10. Durata intervenției directe a concurenților electorali în buletinele de știri la Radio Moldova, sec.



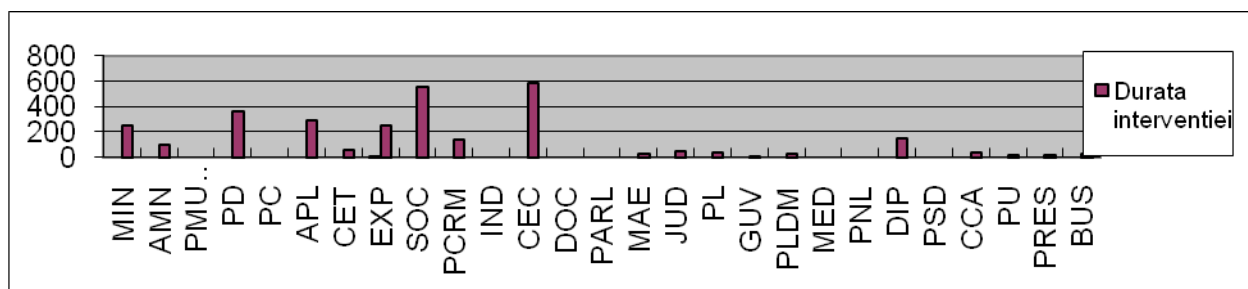
În materialele de opinie, cei mai vizibili au fost reprezentanții societății civile – 6158 sec, urmați de experți – 5150 sec și cetățenii de rând – 2974 sec. Reprezentanții Președinției, Prim-ministrul și alți miniștri au intervenit pe durată de 2151 sec., partidele constituante AIE având o prezență mai modestă – 1758 sec în total. În perioada de raport, Radio Moldova a oferit timp de antenă

gratuiți reprezentanților a 15 concurenți electorali. Publicitatea a fost semnată de AMN, care a avut cel mai mare număr de spoturi, PLDM, PNT, PDM.



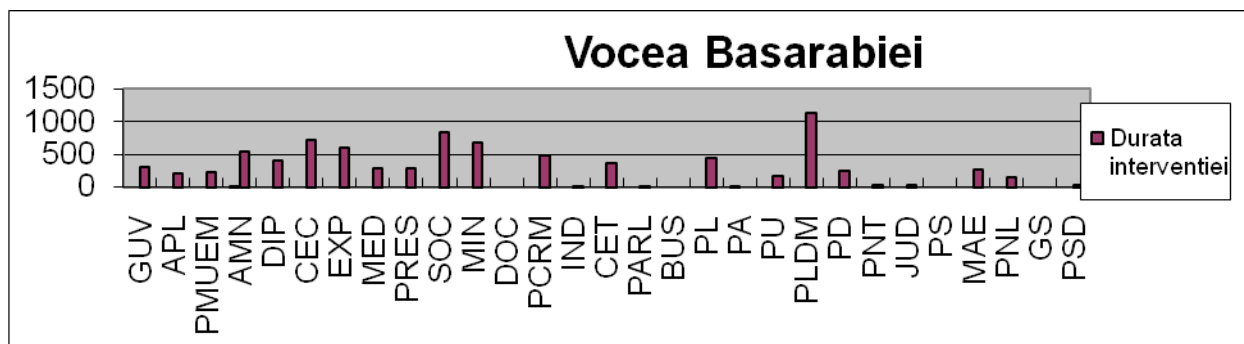
În programele sale de știri, postul privat de radio Prime FM a oferit mai mult acces reprezentanților CEC, experților, cetățenilor simpli, și unor concurenți electorali, preponderent partidelor aflate la guvernare și PCRM. Postul a difuzat mai puține materiale cu conotație electorală în care ar fi apărut ca surse Președintele interimar, Prim ministrul sau alți oficiali de rang înalt, aceștia fiind citați în total de 13 ori, fiindu-le alocate 261 sec. PLDM a fost citat direct sau indirect de 12 ori, cu un volum total al intervenției de 24 sec, PL – de 7 ori (37 sec), AMN – de 6 ori (156 sec) și PD – de 22 ori (362 sec). Pe de altă parte, PCRM a fost citat în 16 materiale, cu durata totală de 140 sec, iar partidele extraparlamentare – de 18 ori, mai mult indirect, durata intervenției fiind de doar 48 sec (!). Postul Prime FM nu a avut în perioada de raport emisiuni de opinie. Singurul partid care a plasat publicitate electorală la Prime FM este PDM.

Diagrama 11. Durata intervenției directe a concurenților electorali în buletinele de știri la Prime FM, sec.



În perioada de raport, Vocea Basarabiei a recurs la Președinte, Prim-ministru și alți miniștri de 73 de ori în calitate de surse, oferindu-le în total 962 sec. Partidele constituante AIE au fost citate ca surse după cum urmează: PLDM – 42 ori (2247 sec), AMN – 17 ori (532 sec), PL – 23 ori (442 sec), PD - 20 de ori (248 sec). Pe de altă parte, PCRM a fost citat direct sau indirect de 32 ori (479 sec). La celelalte partide extraparlamentare și candidați independenți s-a făcut trimitere în buletinele de știri de la Vocea Basarabiei de 51 de ori, aceștia intervenind direct timp de 853 sec. De notat că postul a recurs deseori în știri la reprezentanții CEC, ai societății civile și la experți străini și locali.

Diagrama 12. Durata intervenției directe a concurenților electorali în buletinele de știri la Vocea Basarabiei, sec.



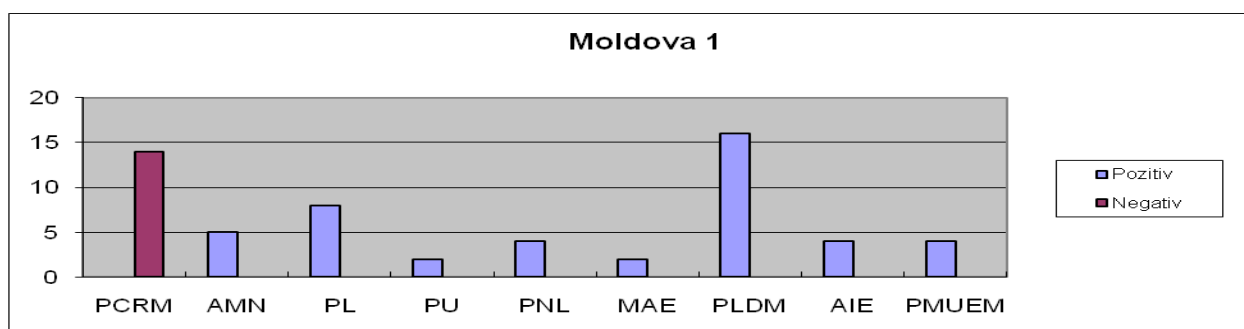
Pe lângă știri, Vocea Basarabiei a avut un număr important de materiale de opinie, emisiuni, interviuri, dezbateri în care concurenții electorali au avut posibilitatea să intervină direct, alături de experți și cetățeni. Primii în topul surselor sunt experții, cu 10247 sec, urmați de reprezentanți ai societății civile – 8347 sec, PL – 5220 sec și PLDM – 4486 sec. Partidele care au plasat spoturi publicitare electorale la Vocea Basarabiei sunt PLDM, AMN și PNT.

4.3 Concurenții electorali favorizați sau defavorizați, direct sau indirect - Frecvența

4.3.1 TV

În intervalul 11-24 octombrie 2010, din totalul de 287 de știri relevante monitorizării de la Moldova 1, 35,6% au prezentat anumiți actori electorali în lumină pozitivă, iar 11,1% - în lumină negativă. Ponderea știrilor favorabile PLDM a fost de 12,6%, PL a apărut în context pozitiv în 6,3% din știri, AMN – în 3,9%. În lumină pozitivă au apărut și câteva partide extraparlamentare. În majoritatea cazurilor, contextul pozitiv al apariției concurenților electorali a fost generat de evenimentele de lansare a acestora în campanie, la care, de regulă, au fost prezentate platforme și făcute promisiuni electorale, pe de o parte, și lansate acuzații la adresa anumitor oponenți, de cele mai multe ori PCRM, pe de altă parte. PCRM a apărut în context defavorabil în 11,1% din numărul total de știri cu conotație electorală.

Diagrama 13. Contextul în care apar concurenții electorali în buletinele de știri la Moldova 1, frecvența

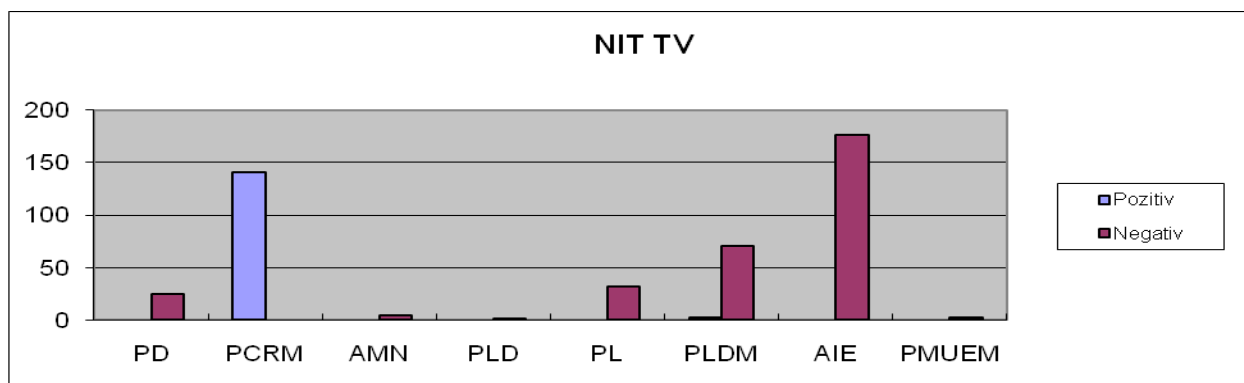


Postul public Moldova 1 a avut în perioada de referință publicitate electorală cu un volum total de 3814 sec, dar și materiale de educație electorală, cu durata de 2162 sec. Totodată Moldova 1 a oferit unui număr de 15 candidați timp de antenă gratuit, cu un volum total de 16280 sec. În emisiunile de opinie, de cele mai multe ori în context negativ a fost menționat PCRM - 13 ori.

NIT

La postul privat NIT, în perioada de referință, concurenții electorali au apărut în context pozitiv în aproximativ 37% din numărul total de știri (378), iar în context negativ – în 82% din știri. Ponderea știrilor favorabile PCRM în numărul total de știri cu impact electoral a fost în perioada 11-24 octombrie de 37,3%. Acest partid a apărut în context pozitiv de 141 de ori, fiind vorba în special de materiale întru susținerea liderului PCRM, în contextul discuțiilor privind ridicarea imunității parlamentare a acestuia. Pe lângă scrisorile, declarațiile, intervențiile care veneau să susțină PCRM și să condamne acțiunile AIE, NIT a avut un număr mare de știri care au reflectat pe larg întâlnirile electorale ale reprezentanților PCRM cu alegătorii în diverse localități ale republicii. În contrast, AIE a fost menționată în context negativ în 46,5% din materiale (177 de ori). Totodată, partidele membre ale AIE au apărut în lumină negativă separat: PD – 25 de ori sau 6,6%, AMN - 4 ori sau 1%, PL – 32 ori sau 8,4% și PLDM - 71 ori sau 18,7%. Știrile privind lansarea oficială în campanie a anumitor concurenți electorali, cu excepția PCRM, au avut conotații negative, acestea fiind structurate astfel încât să scoată în prim plan diverse elemente negative, defavorabile pentru partidele respective.

Diagrama 15. Contextul în care apar concurenții electorali în buletinele de știri la NIT, frecvența



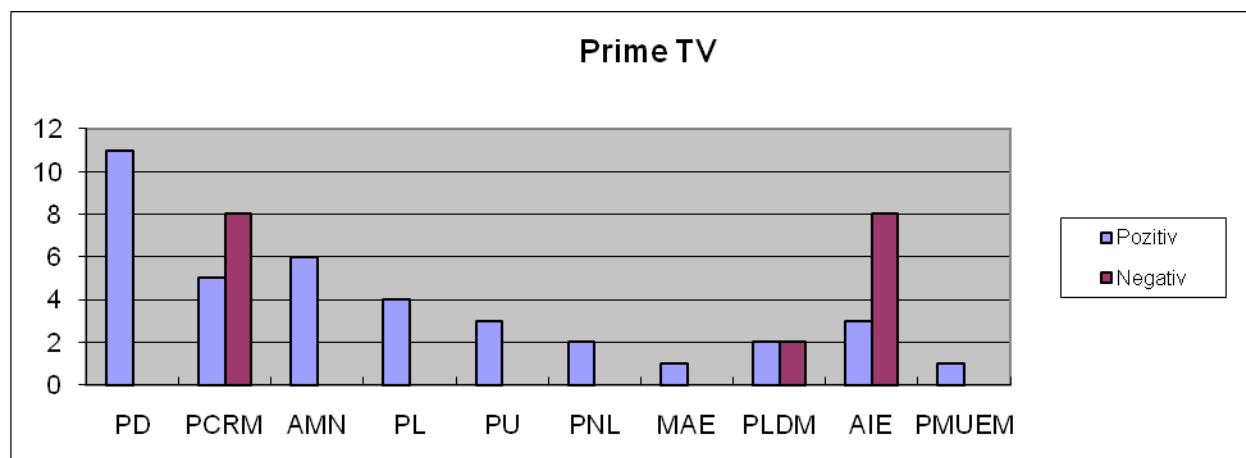
NIT a avut în perioada de raport publicitate electorală care a favorizat sau defavorizat anumiti concurenți electorali, dar și un șir de materiale la rubrica „NIT, ochit de putere”, în cadrul cărora partidele constituate ale AIE apar în lumină negativă. În emisiunile de opinie puse pe post de NIT în perioada de referință în trei cazuri a fost favorizat PCRM, iar în 13 cazuri au fost defavorizați PD, PL și AIE.

Prime TV

În jur de 38% din știrile puse pe post de Prime TV au prezentat un șir de concurenți electorali în context pozitiv, iar 18,1% - în context negativ. Singurul concurent care apare doar în context favorabil de mai multe ori este PD (11,1% din numărul total de știri relevante). Ponderea știrilor favorabile și defavorabile pentru AIE a fost de 3% și, respectiv, 8%. AMN și PL au apărut în

context favorabil în 6% și, respectiv, 4% din știri, iar PLDM a fost favorizat și defavorizat într-un număr egal de știri – 2%. PCRM a fost vizat atât în știri pozitive, cât și negative (5% și 8%, respectiv). Și patru partide extraparlamentare au beneficiat de reflectare în context pozitiv – PU, PNL, MAE și PMUEM. În materialele de opinie la Prime TV a apărut în lumină favorabilă doar PD, o singură dată.

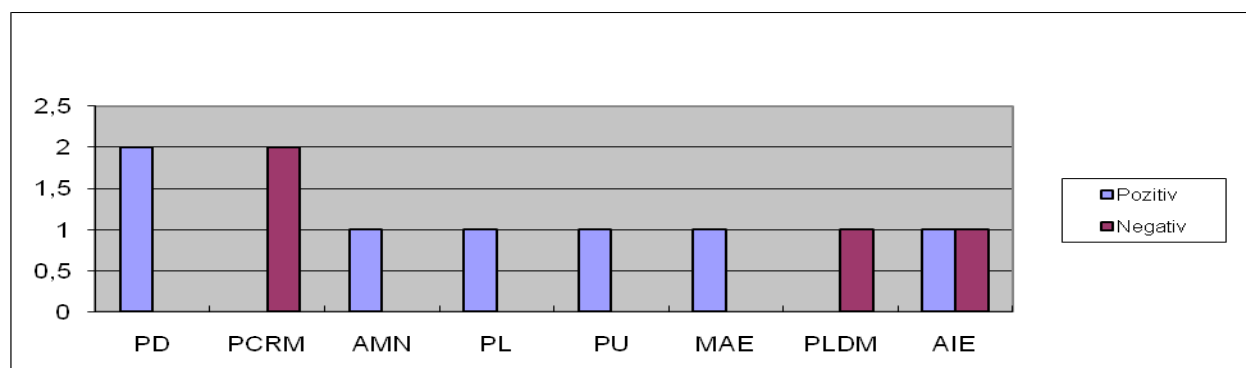
Diagrama 16. Contextul în care apar concurenții electorali în buletinele de știri la Prime TV, frecvența



2 Plus

În cele 43 de știri de la 2 Plus, în câteva cazuri concurenții au fost prezentați negativ sau pozitiv: PD e favorizat de două ori sau în 4,6% din numărul total de știri, PCRM a apărut în context negativ de două ori (4,6%), PLDM a apărut în context negativ o dată (2,3%), iar PL, AMN, dar și AIE – câte o dată în context pozitiv (câte 2,3%). Alte câteva partide extraparlamentare au fost menționate în context pozitiv.

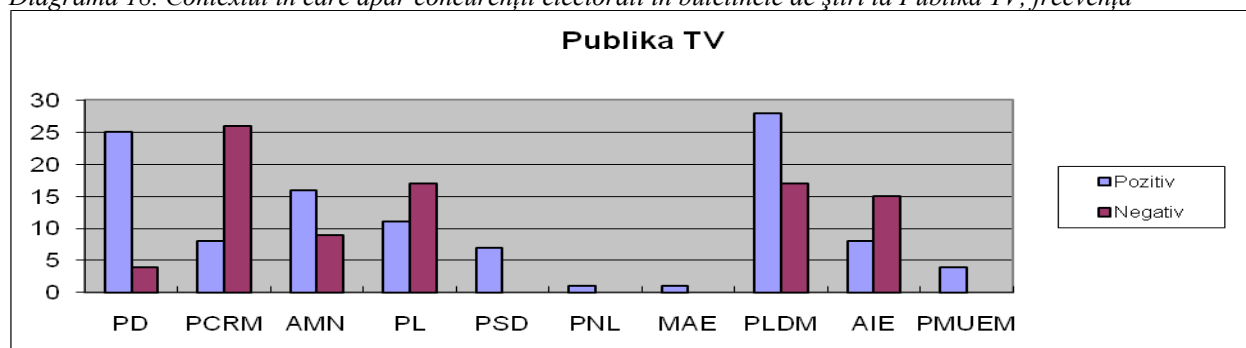
Diagrama 17. Contextul în care apar concurenții electorali în buletinele de știri la 2 Plus, frecvența



Publika TV

La Publika TV a fost înregistrat un echilibru relativ, concurenții fiind prezentați preponderent în context neutru, dar și negativ, și pozitiv, în 26,6% și, respectiv 20,1% din știrile relevante. Astfel, AIE apare în știri defavorizante și favorizante în 2% și, respectiv, 3,4% din totalul știrilor. Ca partide separate, PLDM apare în context favorabil în 6,8% și defavorabil în 3,8% din știri (30 și 17 apariții în context pozitiv și negativ, respectiv). PL este menționat în 2,5% și 3,9% de știri favorabile și defavorabile, PDM apare în lumină pozitivă în 6,1% și negativă în circa 1% din știri, iar AMN este menționat pozitiv în 4,1% din știri și negativ – în 2%. PCRM apare în context pozitiv în 1,8% din numărul total de știri de la Publika TV și în context negativ - în 5,9% (8 și, respectiv, 26 ori

Diagrama 18. Contextul în care apar concurenții electorali în buletinele de știri la Publika TV, frecvența

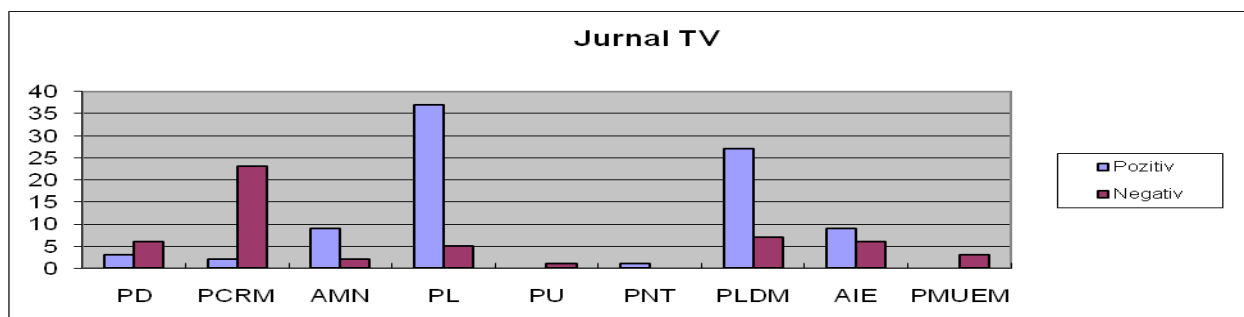


În materialele de opinie, VOX Populi, materiale de educație electorală de la Publika TV, PCRM a fost mai mult defavorizat decât favorizat, apărând în context negativ de 8 ori, și de 2 ori în context pozitiv. PL a fost și favorizat, și defavorizat (câte 4 ori în context negativ și pozitiv), PLDM – de 2 ori a apărut în lumină pozitivă și de 3 ori în lumină negativă, în timp ce AMN a apărut și pozitiv, și negativ, câte o singură dată. PD a fost favorizat într-un singur caz.

Jurnal TV

La Jurnal TV, din numărul total de 219 știri ce cad sub incidența prezentei monitorizări, aproximativ 40 la sută au prezentat în context pozitiv diverși concurenți, preponderent cei aflați la guvernare, iar 24% au constituit știri în care concurenții au apărut în lumină negativă. PCRM a apărut de 23 ori în context negativ și de 2 ori – pozitiv, ceea ce reprezintă 10,5% și aproximativ 1% din numărul total de știri difuzate de Jurnal TV. În contrast, PLDM apare de 27 ori în lumină pozitivă și de 7 ori în lumină negativă (12,3 și 3,1%, respectiv). PL este menționat în context pozitiv de 37 ori, iar în context negativ de 5 ori (16,8 și 2,9%, respectiv). AMN apare în context pozitiv de 9 ori, iar negativ – de 2 ori (aproximativ 4 și 1%). PD apare mai mult negativ decât pozitiv – 6 și, respectiv 3 ori, sau 2,7% și 1,3% din totalul de știri relevante. De asemenea, trei partide extraparlamentare apar în lumină fie negativă, fie pozitivă.

Diagrama 19. Contextul în care apar concurenții electorali în buletinele de știri la Jurnal TV, frecvența

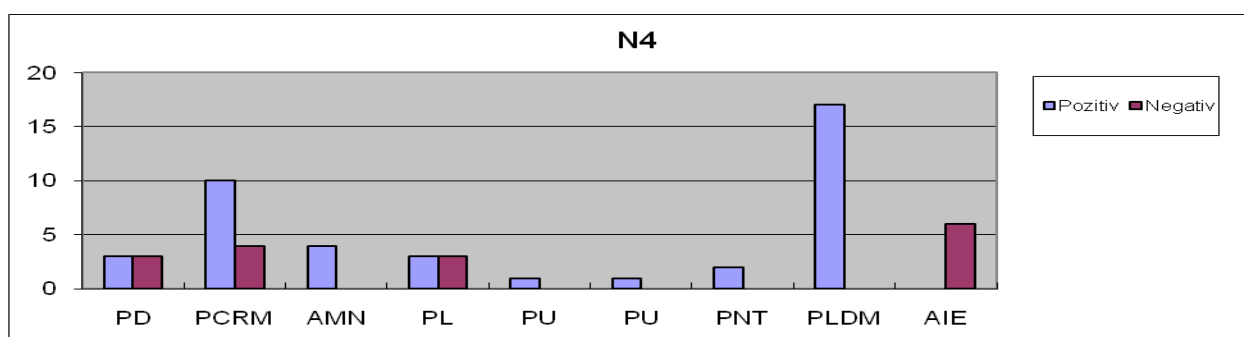


În materialele de opinie de la Jurnal TV, de cele mai dese ori a apărut în context negativ PCRM – 14 ori, dar și PLDM, și AIE, câte 4 ori fiecare. Aceeași actori apar și în context pozitiv, câte o singură dată.

N4

La postul cu acoperire regională N4, ponderea știrilor favorabile anumitor concurenți electorali este de 45,5%, iar cea a știrilor defavorabile – de 17,7%. Rata știrilor pozitive pentru PCRM este de 11,1%, iar a celor negative - de 4,4% din numărul total de știri relevante. AIE este defavorizată în 6,6% din știri, PLDM apare în lumină pozitivă în 18,8%, iar AMN – în 3,3% din știri. PL și PDM apare în egală măsură în știri pozitive și negative – câte 3,3% fiecare.

Diagrama 20. Contextul în care apar concurenții electorali în buletinele de știri la N4, frecvența

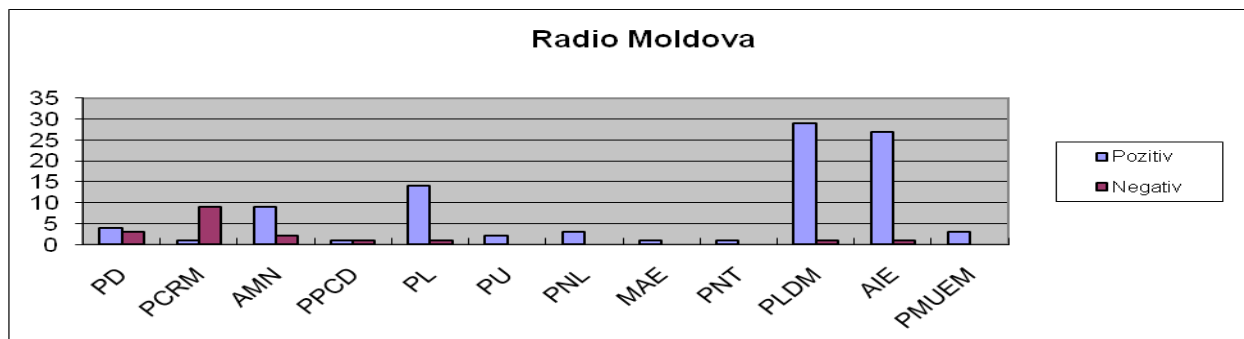


Radio Moldova

Aproximativ 42% din știrile relevante (223) de la postul public Radio Moldova au prezentat concurenții electorali în lumină pozitivă, iar 8% - în lumină negativă. În perioada de referință, la Radio Moldova rata știrilor favorabile AIE a fost de 12%. PLDM apare în context pozitiv în 13%, PL – în 6,2%, iar AMN în 4% din numărul total de știri. PD apare în context pozitiv, dar și negativ în 1,7% și, respectiv, 1,3% din numărul total al știrilor relevante. PCRM a apărut în context negativ în aproximativ 4% din știrile cu conotație electorală difuzate de Radio Moldova

în perioada de raport. De menționat că în context pozitiv au apărut, în câteva rânduri, și șase partide extraparlamentare.

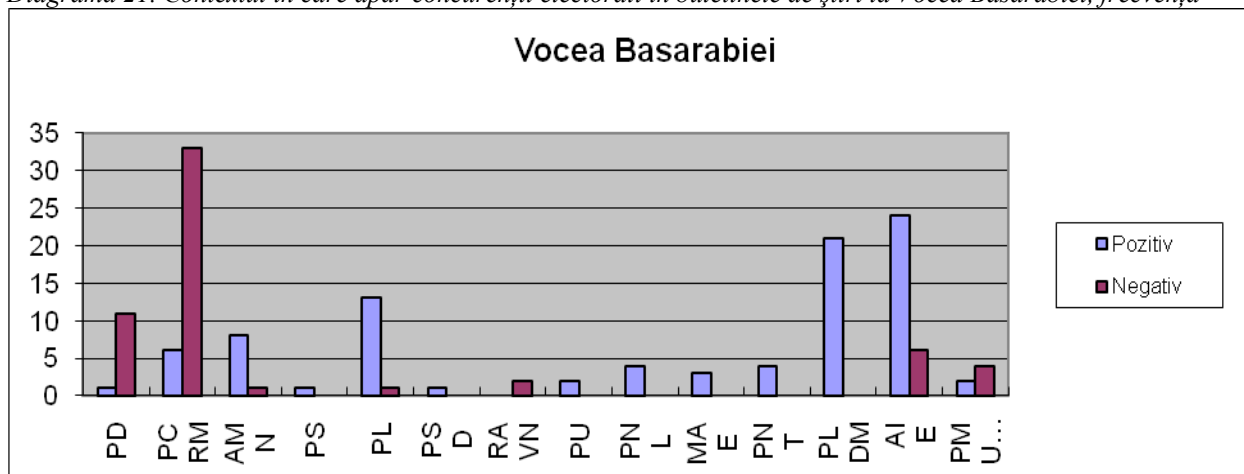
Diagrama 14. Contextul în care apar concurenții electorali în buletinele de știri la Radio Moldova, frecvența



Vocea Basarabiei

În 31% din numărul total de știri (290) de la Vocea Basarabiei, de cele mai multe ori concurenții electorali au apărut în lumină pozitivă, ponderea știrilor defavorabile fiind mai mică – 20%. AIE a apărut în știri preponderent în context pozitiv – 8,6%, dar și negativ – 2%. PLDM apare doar în lumină pozitivă de 21 ori (7,2%), PL - de 13 ori pozitiv și o dată negativ (4,4% și 0,3%), AMN la fel, 8 apariții în lumină pozitivă și 1 – negativă (2,7% și 0,3%). PDM și PCRM au apărut preponderent în context negativ – 3,7% și 11,7%, având și câteva mențiuni în context pozitiv – 0,03% și 2%, respectiv. Mai multe partide extraparlamentare au fost reflectate fie pozitiv, fie negativ.

Diagrama 21. Contextul în care apar concurenții electorali în buletinele de știri la Vocea Basarabiei, frecvența

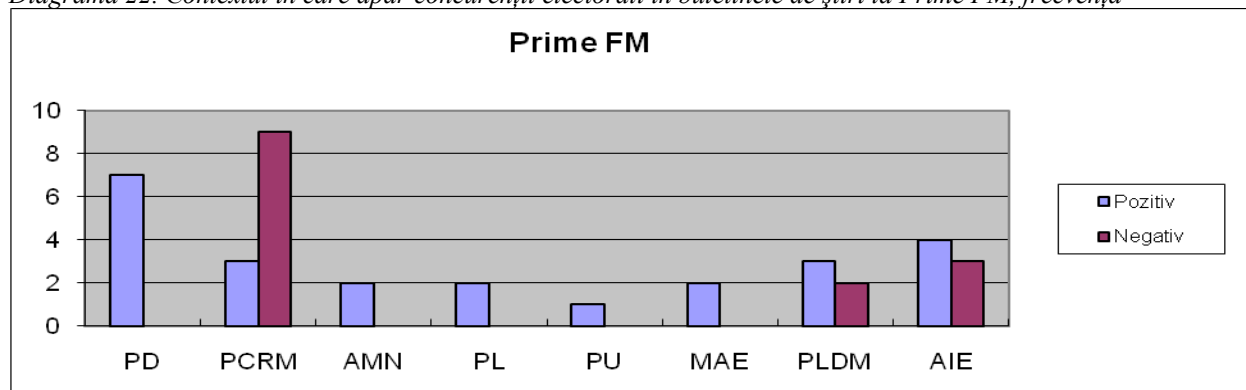


În materialele de opinie de la Vocea Basarabiei, PCRM apare de 16 ori în context negativ, iar PLDM – de 2 ori. Totodată, PLDM apare de 2 ori și în lumină pozitivă, alături de PL și AIE, cu câte 5 apariții în lumină pozitivă.

Prime FM

Prime FM a pus pe post în total 138 de știri cu caracter electoral direct sau indirect, dintre care 18% au prezentat anumiți concurenți în lumină pozitivă, iar 10% - în lumină negativă. La Prime FM se atestă aceeași tendință ca și la Prime TV și 2 Plus – PD apare preponderent în context pozitiv (7 ori sau 5%), AMN și PL – pozitiv de 3 și, respectiv 2 ori (2,1% și 1,4%) PLDM - și pozitiv, și negativ (3 și 2 ori sau 2,1% și 1,4%, respectiv), la fel ca și AIE, care apare în context pozitiv de 4 și 3 ori (2,8% și 2,1%). PCRM apare și pozitiv, și negativ de 3 și 9 ori, respectiv, sau 2,1%, și 6,5%.

Diagrama 22. Contextul în care apar concurenții electorali în buletinele de știri la Prime FM, frecvența



5. Presa scrisă, presa online

5.1 Implicarea în campania electorală

5.1.1 Ziare

În perioada 11 – 24 octombrie 2010, ziarele supuse monitorizării au continuat să mediatizeze campania electorală la fel de activ ca și în precedentele două săptămâni. Astfel, cele 12 ziare au publicat 501 materiale jurnalistice care au vizat, direct sau indirect, alegerile parlamentare anticipate, pe o suprafață totală de peste 235 mii cm.p. Campania este reflectată preponderent în știri și articole de opinie. Comparativ cu perioada precedentă de monitorizare, a crescut ponderea știrilor (55% din totalul materialelor și 42% din totalul suprafeței afectată materialelor tematice) și a publicității electorale (13,8% din materiale și 15% din suprafață). Publicitatea politică și electorală marcată a ocupat în aceste două săptămâni peste 37 mii centimetri pătrați sau de patru ori mai mult față de perioada precedentă de monitorizare. A crescut puțin numărul materialelor de educație electorală, au fost publicate și primele materiale din categoria programelor electorale speciale, adică interviuri și alte texte care prezintă platformele partidelor politice pentru alegerile parlamentare anticipate. Totuși, ponderea acestor materiale deocamdată este prea mică pentru a asigura informarea complexă a cititorilor despre campanie și concurenții electorali. Sondajele de opinie de tip „Vox populi” sunt genul cel mai rar utilizat de jurnaliști în perioada de raportare.

Diagrama 23. Frecvența (numărul) materialelor ce vizează campania electorală, publicate în 12 ziare

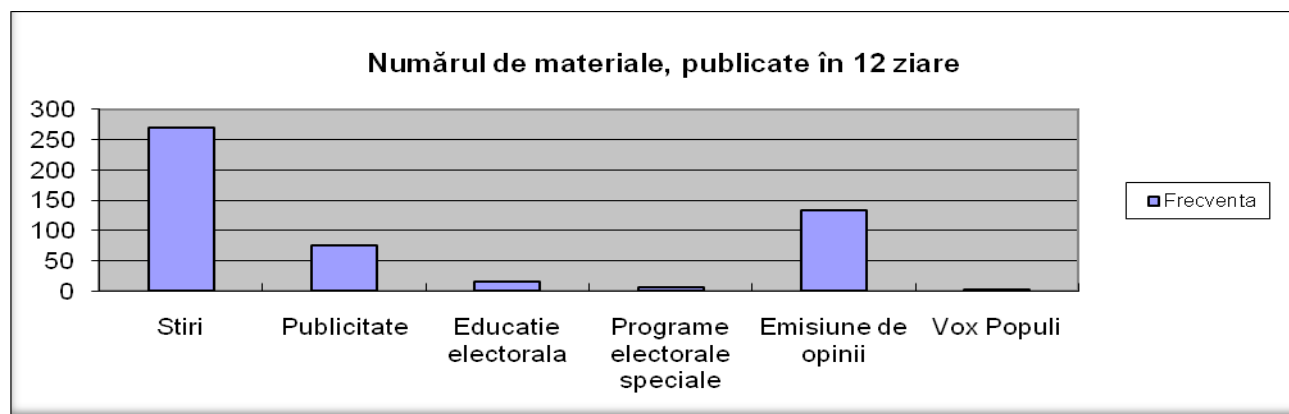
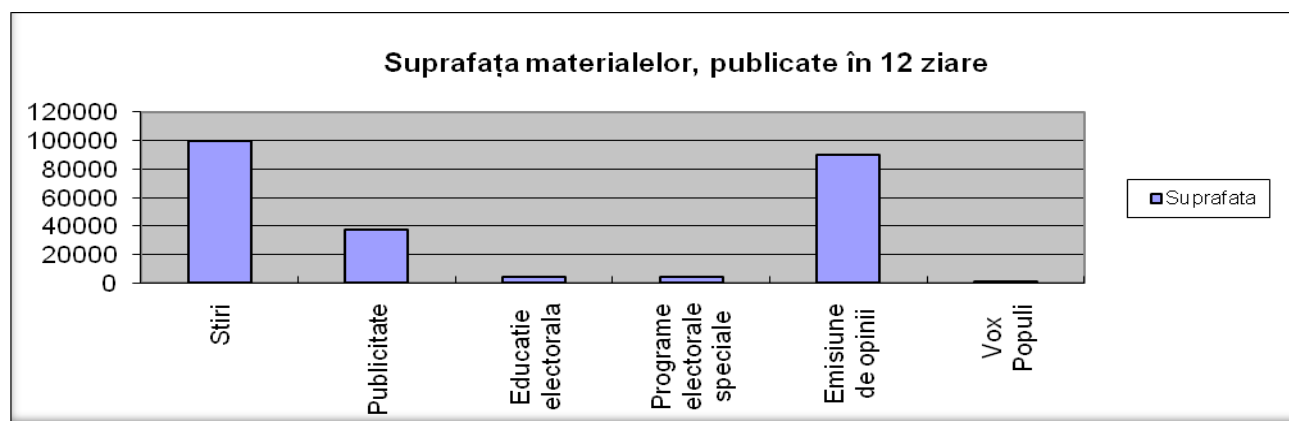


Diagrama 24. Suprafața materialelor ce vizează campania electorală, publicate în 12 ziare, cm.p.



Interesul editorial, pe care îl manifestă ziarele pentru campania electorală parlamentară, se reflectă în numărul și suprafața rezervată materialelor la tema alegerilor parlamentare anticipate, într-o anumită măsură acest interes fiind condiționat și de periodicitatea apariției publicațiilor. Astfel, ziarul *Moldova Suverană* a publicat cele mai multe articole tematice – 97 la număr care au ocupat o suprafață de peste 43 mii centimetri pătrați. Urmează *Nezavisimaia Moldova* cu 68 de articole pe o suprafață de peste 44 mii cm.p. și *Timpul de dimineață* (88 materiale pe 37800 cm.p.). De remarcat că mai mult de jumătate din suprafața materialelor tematice din ziarele *Moldova Suverană* și *Nezavisimaia Moldova* nu au fost știri, ci articole de opinie, ceea ce indică tendința de a le transmite cititorilor nu faptele propriu-zise, ci opinii despre evenimente care se produc și interpretarea acestor evenimente. Și ziarul *Flux* preferă să mediatizeze campania mai mult în articole de opinie decât în știri, peste 46% din totalul materialelor tematice din acest ziar fiind editoriale sau alte texte de opinie. Pe mai mult de jumătate (56%) din suprafața de ziar afectată materialelor tematice în cotidianul *Timpul de dimineață* au fost publicate știri, pe circa 24% - articole de opinie, pe restul suprafeței a fost publicată reclamă politică și electorală, precum și câteva materiale de educație electorală.

În ziarele *Jurnal de Chișinău*, *Panorama*, *Evenimentul Zilei*, *Cuvântul* și *Gazeta de Sud* raportul dintre suprafața ocupată de materialele de opinie și știri a fost favorabil știrilor.

Publicațiile *Komsomolskaia pravda v Moldova*, *Vesti Gagauzii* și *Golos Bălți* par să fie puțin interesate în reflectarea campaniei electorale, or, numărul știrilor tematice în aceste ziare a fost relativ mic. În schimb, mai mult de o treime din suprafața totală de ziar ocupată de publicitate politică și electorală și marcată corespunzător în cele 12 ziare monitorizate au revenit ziarului *Komsomolskaia pravda v Moldova* – în jur de 11 mii centimetri pătrați, ceea ce este de două ori mai mare față de suprafața rezervată de acest ziar pentru știrile despre campania electorală. În cele două ediții ale ziarului *Golos Bălți* care au apărut în perioada de raportare a fost publicat un singur material mic care ține de alegeri și campania electorală.

Diagrama 25. Frecvența (numărul) de materiale relevante publicate în ziare

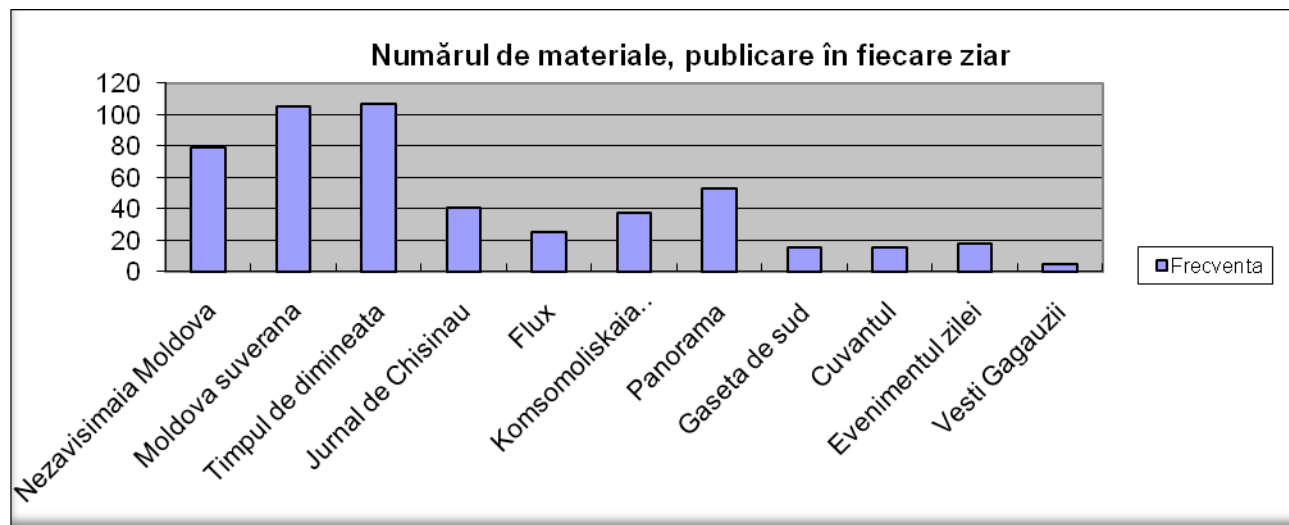
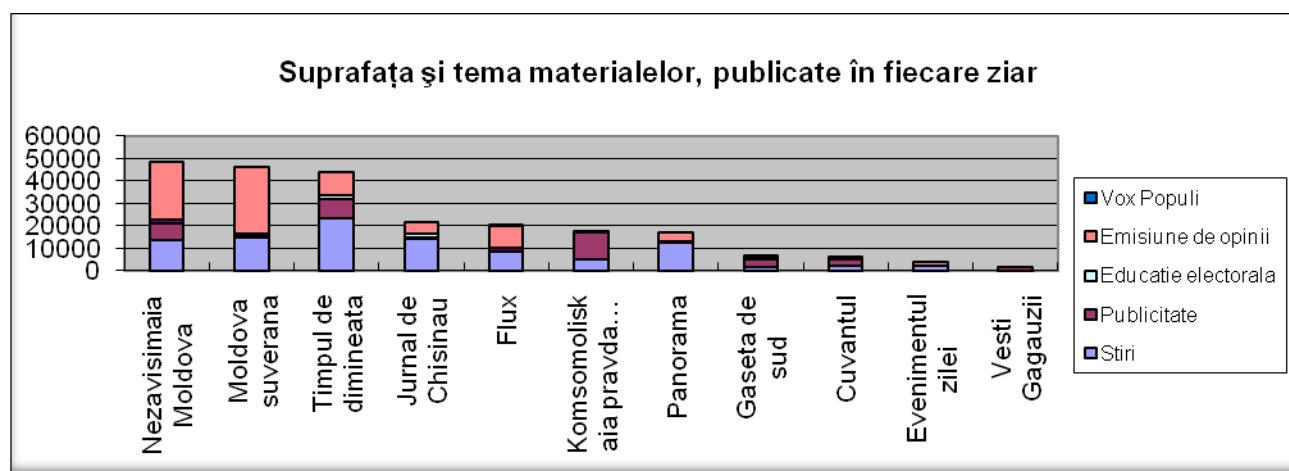


Diagrama 26. Suprafața materialelor ce vizează campania electorală în ziare, cm. p.



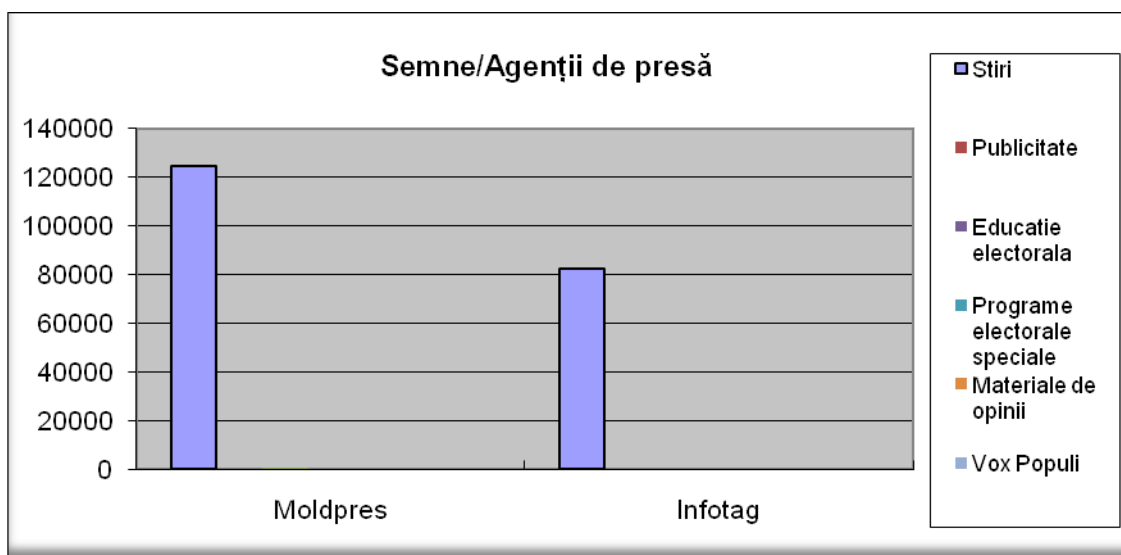
Din punct de vedere tematic, până la finele perioadei a doua de monitorizare, majoritatea materialelor jurnalistice publicate în cele 12 ziare au abordat politicul în general, la mare distanță

fiind tema desfășurării procesului electoral. Destul de rar sunt publicate materiale care analizează probleme și situații concrete din domeniile economic sau social.

5.1.2 Agenții de presă și portaluri de știri

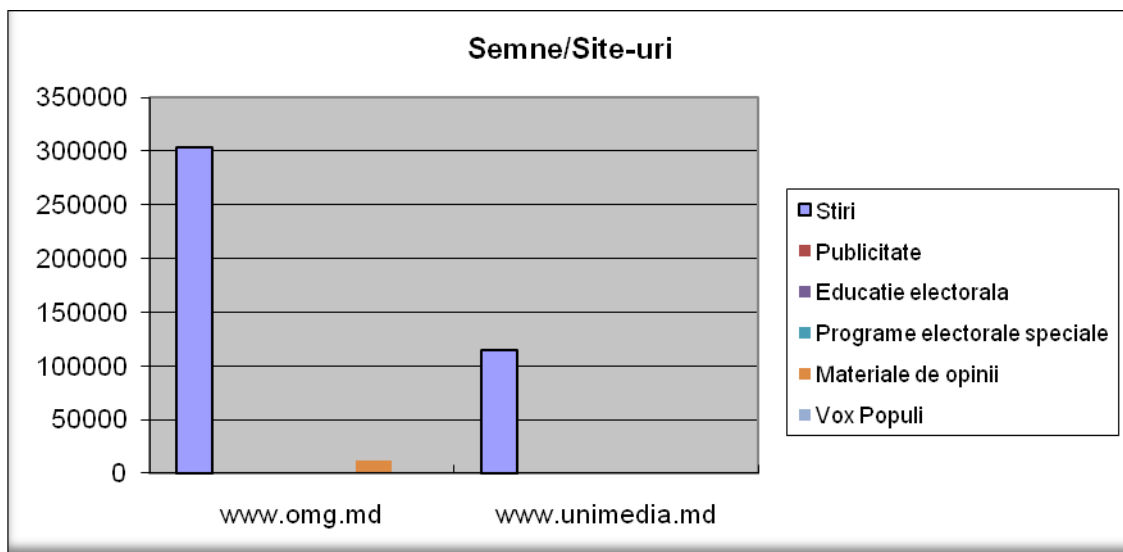
Cele doua agenții de știri monitorizate, *Moldpres* și *Infotag*, au inclus în fluxurile lor cotidiene un număr total de 108 știri relevante pentru subiectul prezentei monitorizări, cu un total de peste 207 mii semne (fără spațiu). Acești indicatori sunt comparabili cu primele două săptămâni monitorizate, deși într-o scădere nesemnificativă. Spre deosebire de perioada precedentă, Agenția Informațională de Stat „Moldpres” și-a intensificat eforturile editoriale de reflectare a campaniei electorale, astfel 53% din numărul total al știrilor difuzate de agențiile de presă monitorizate și 60% din suprafață au revenit anume *Moldpres*.

Diagrama 27. Spațiul (semne fără spațiu) alocat materialelor tematice de agențiile de presă.



Utilizatorii de internet au putut accesa în această perioadă 242 de știri proprii sau preluate, plasate pe site-urile www.unimedia.md și www.omg.md (în creștere cu 10% față de perioada precedentă), cu un total de circa 429 mii semne. Unele știri au fost însoțite și de secvențe video care au putut fi urmărite de cei care au accesat site-urile respective. Peste 70% din numărul știrilor revine site-ului www.omg.md.

Diagrama 28. Spațiul (semne fără spațiu) alocat materialelor tematice de site-uri.



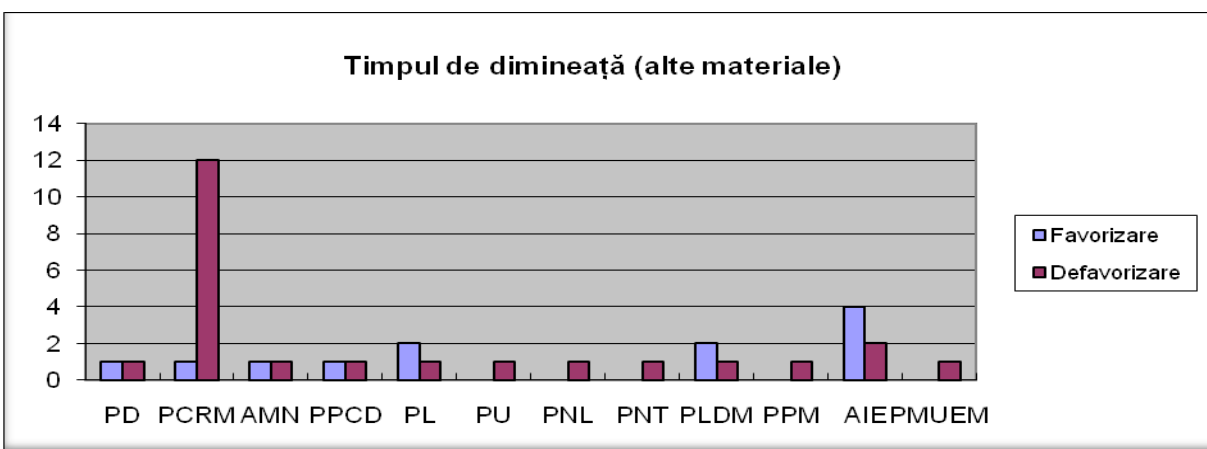
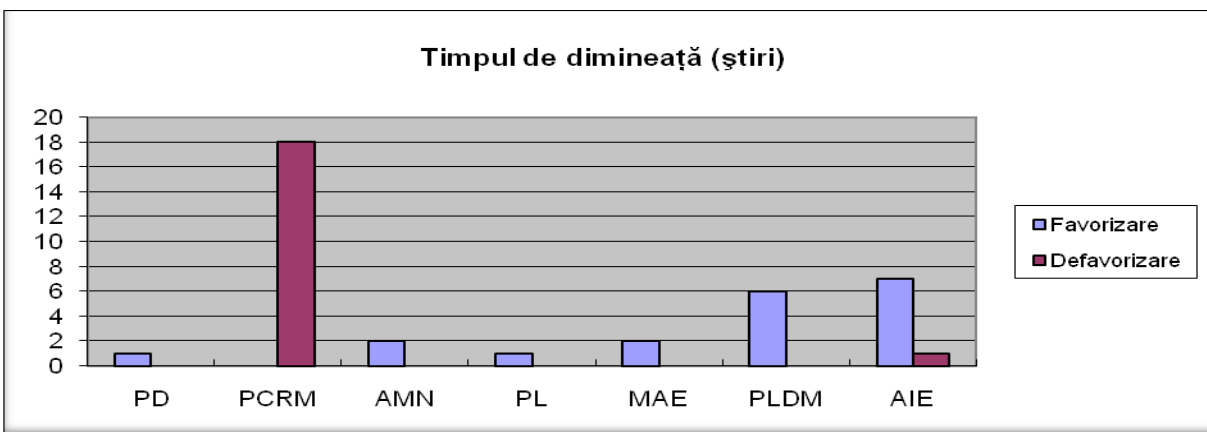
5.2 Candidații, partidele favorizate sau defavorizate, direct sau indirect, în știri și materialele de opinie - frecvența

5.2.1 Ziare

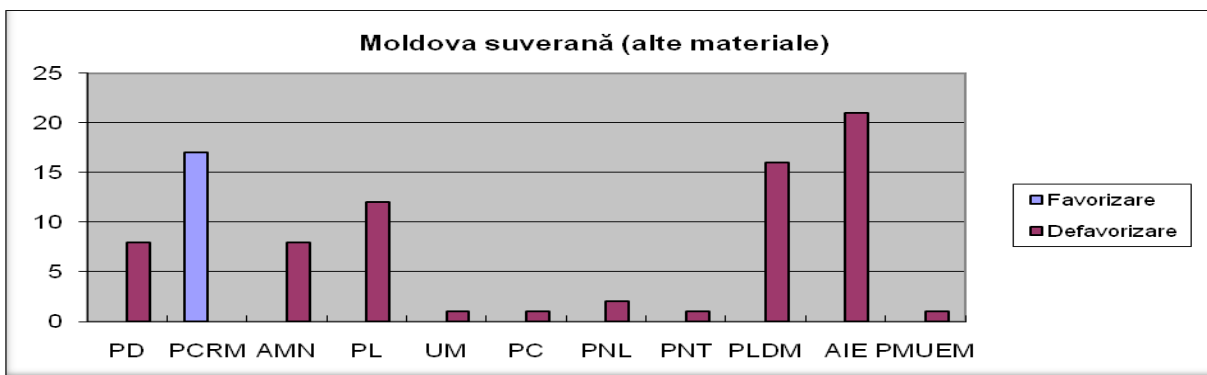
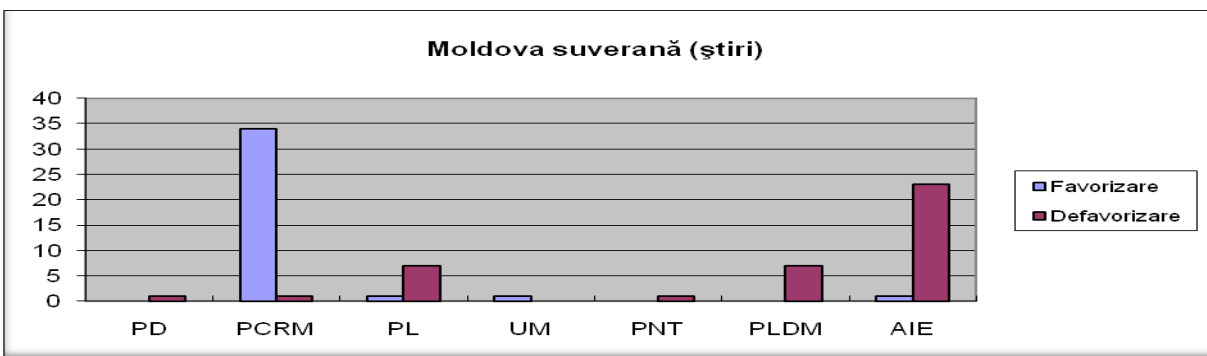
În cele două săptămâni de monitorizare, reflectate de prezentul raport, cotidianul *Timpul de dimineață* a publicat 47 de știri sau alte texte cu caracter strict informativ. În toate știrile care au vizat PCRM, 18 la număr (38% din totalul știrilor), acest concurent electoral a fost prezentat într-o lumină negativă. Alianța pentru Integrare Europeană (AIE) ca și alianță de guvernământ a apărut preponderent în știri și reportaje favorizante sau neutre, într-o știre AIE a fost defavorizată. Partidele componente ale AIE de asemenea au fost prezentate mai mult în știri pozitive. Astfel, PLDM a fost favorizat în șase știri, AMN – în două știri, PL și PD în câte o știre. *Timpul de dimineață* a publicat și câteva știri care favorizează Mișcarea „Acțiunea Europeană”.

Tendința de defavorizare a PCRM devine mai pronunțată în materialele de opinie, publicate în ziarul *Timpul de dimineață* în perioada de raport. În ce privește alți actori politici și concurenți electorali, materialele de opinie îi prezintă pe aceștia diferit, când în lumină pozitivă sau neutră, când în lumină negativă.

Diagramele 29 și 30. Concurenții favorizați sau defavorizați în materialele din *Timpul de dimineață* - frecvența



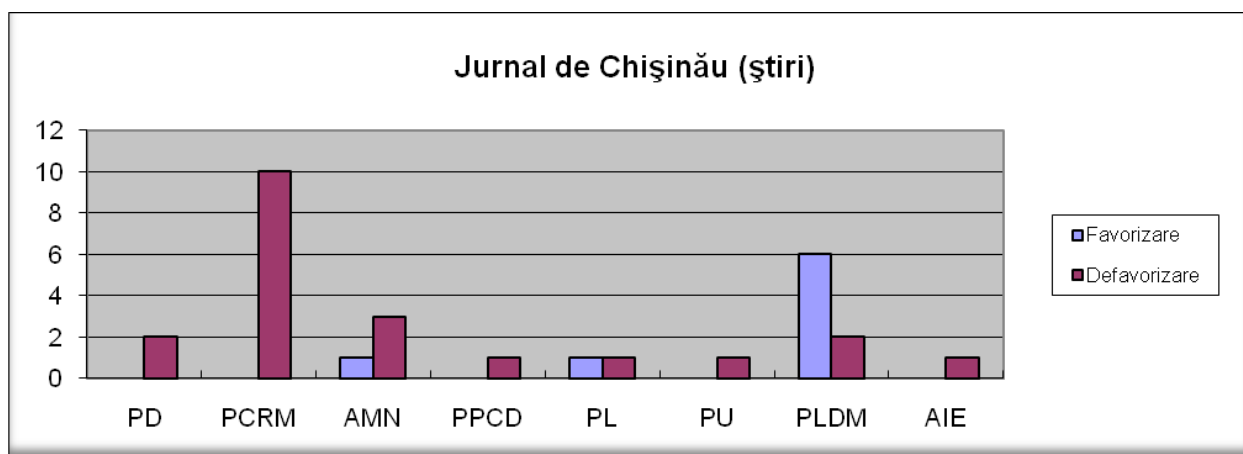
Din cele 59 de știri din ziarul *Moldova Suverană*, publicate în perioada 11-24 octombrie și care au vizat direct sau indirect campania electorală, 34 de știri (sau cca 58%) au prezentat pozitiv Partidul Comuniștilor, în contrast cu AIE și partidele componente ale alianței de guvernământ PLDM, PL și PDM care au fost prezentate aproape de fiecare dată în culori negative. În celelalte materiale publicate în ziar (editoriale, materiale de opinie etc.), toți ceilalți concurenți electorali, cu excepția PCRM, sunt prezentați exclusiv în context defavorizat, într-un limbaj semi-licențios care urmărește denigrarea oponenților politici ai comuniștilor, în special AIE, PLDM, PL, AMN, PDM (iată doar câteva exemple dintr-un singur articol „După ce fusese tot timpul gol, regele s-a arătat acum și cu pielea”/ MS, 12 octombrie 2010: „...Mihai Ghimpu, jalnicul dublu prezident...”, „...Prost-prost, dar s-a supărat rău de tot pe dra Morari...”, „...nebunul acesta nu a ajuns acolo unde a ajuns doar prin propriile eforturi, el a fost promovat în fruntea statului de ceilalți trei iresponsabili din adunătura de oameni de pripas, numită Alianța pentru Integrare Europeană”). Deseori articolele respective sunt însoțite de caricaturi și colaje jignitoare.

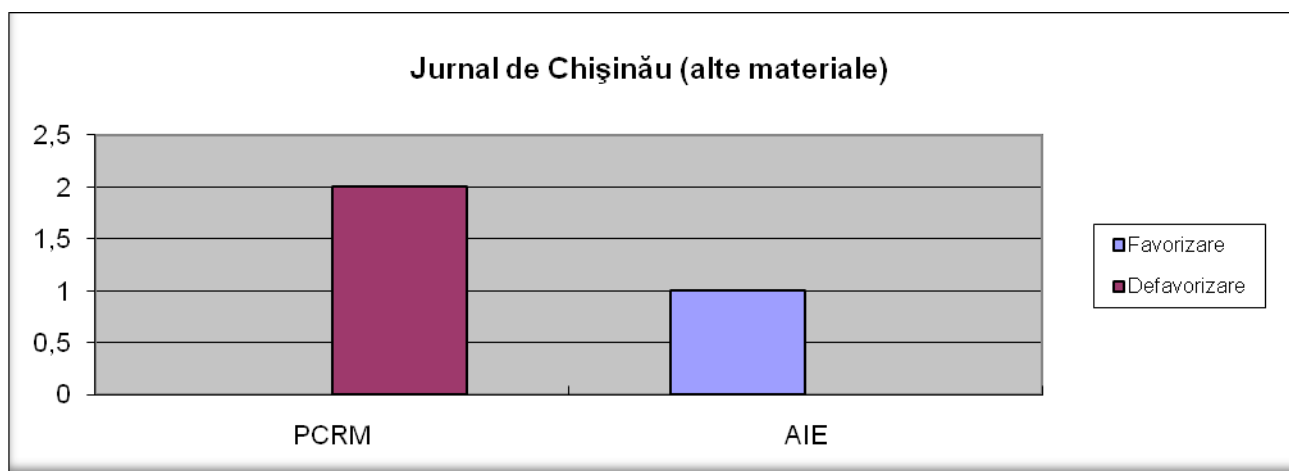


În știrile din *Jurnal de Chișinău* au apărut în context defavorizat toți concurenții electorali despre care s-a scris, mai des PCRM care a fost criticat sau prezentat în context negativ în toate cele 10 știri în care a fost vizat (40% din totalul știrilor publicate în această perioadă). De mai multe ori, ziarul a favorizat PLDM (șase cazuri, 24% din totalul știrilor), dar același concurent electoral a fost și defavorizat în două din cele opt știri care l-au vizat direct sau indirect.

În articolele de opinie din *Jurnal de Chișinău* PCRM la fel apare în context negativ, iar AIE – pozitiv.

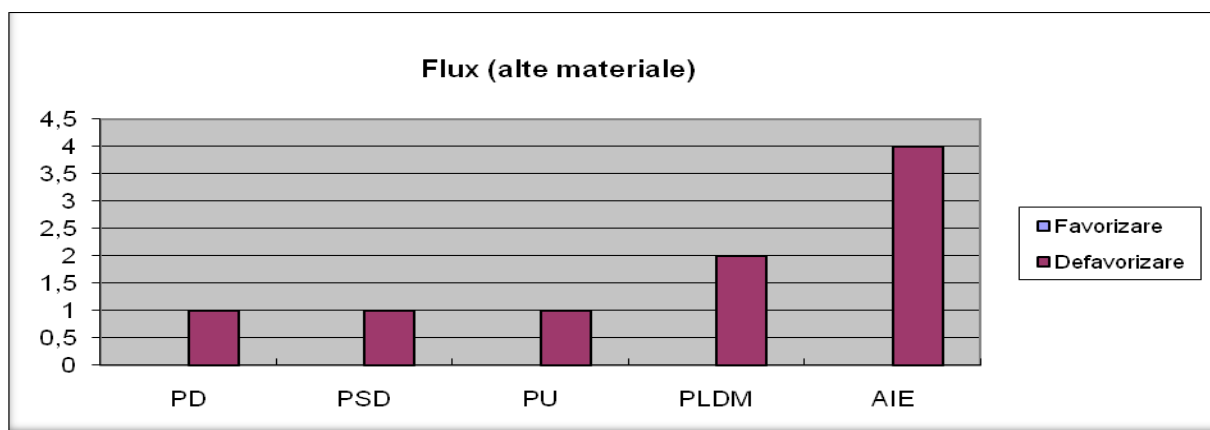
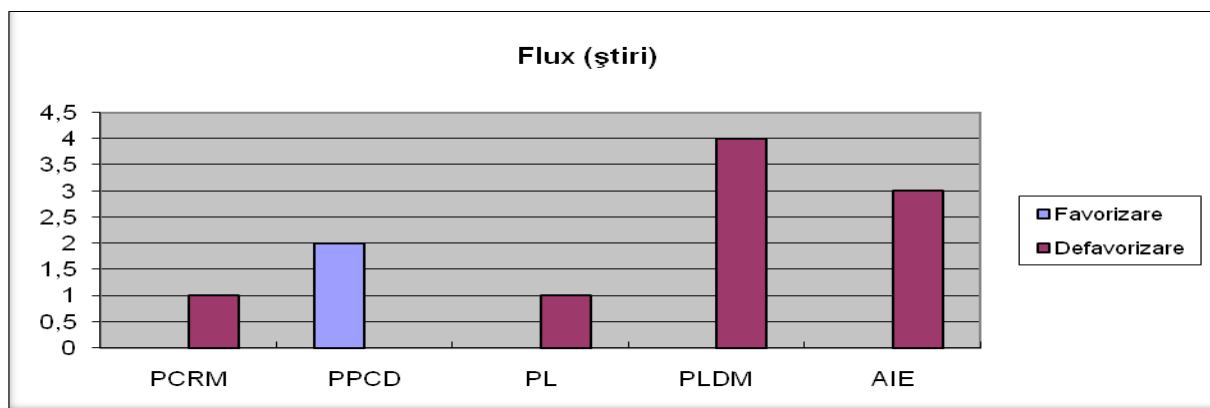
Diagramele 33 și 34. Concurenții favorizați sau defavorizați în *Jurnal de Chișinău* - frecvența





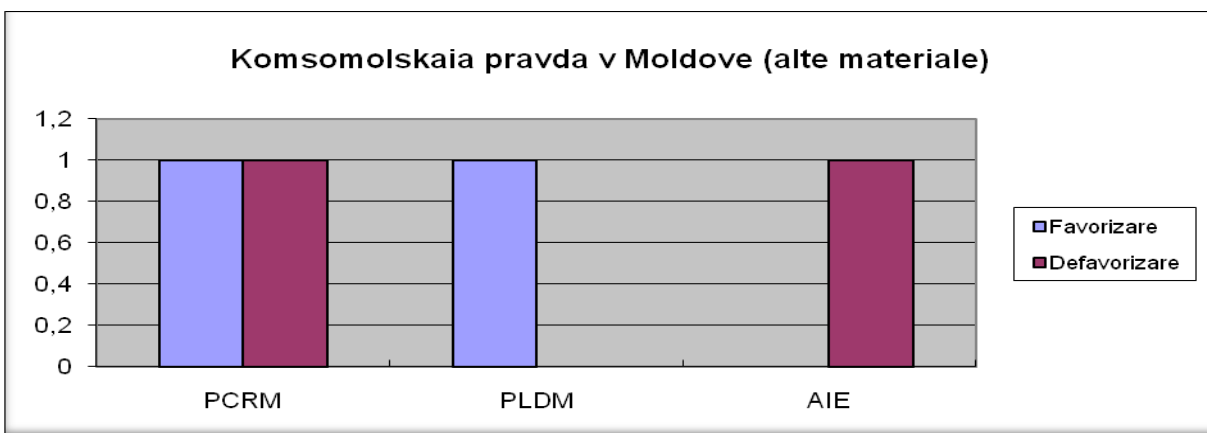
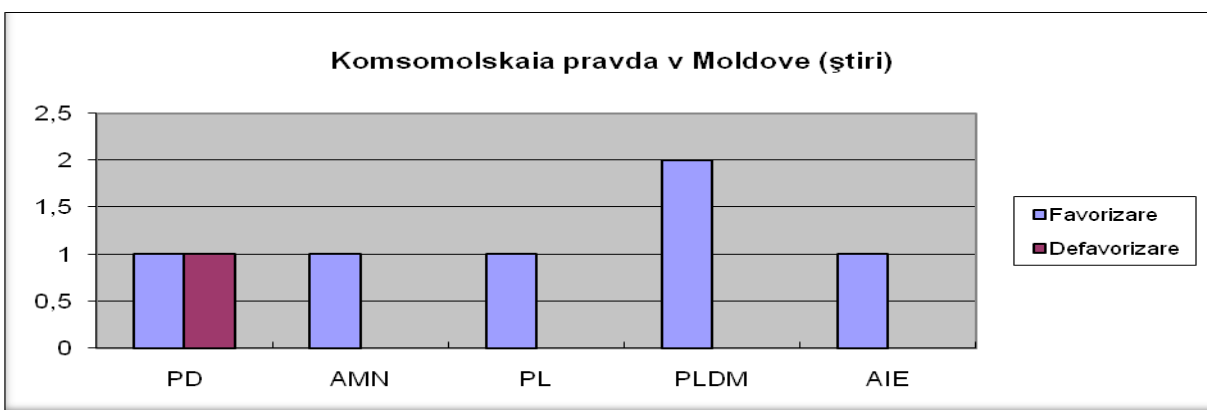
În știrile din *Flux* se menține tendința de a prezenta preponderent negativ, în special, PLDM și alianța de guvernământ în general. La fel, au apărut în știri defavorizate PCR și PL. În a doua perioadă de raport, la fel ca și în prima, unicul concurent electoral care a apărut în context pozitiv a fost PPCD, fiind prezentate în detalii prevederile programului acestui concurent electoral. În celelalte materiale din ziar, sunt defavorizați actuala alianță de guvernământ și concurenții electorali PLDM, PDM, PSD și PUM.

Diagramele 35 și 36. Concurenții favorizați sau defavorizați în materialele din *Flux* - frecvența



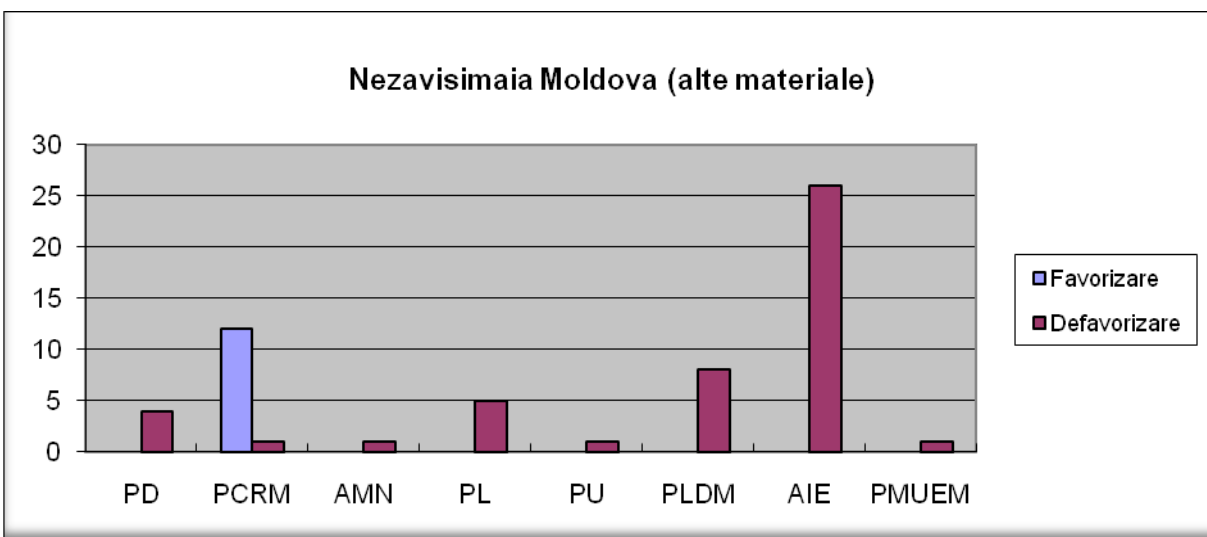
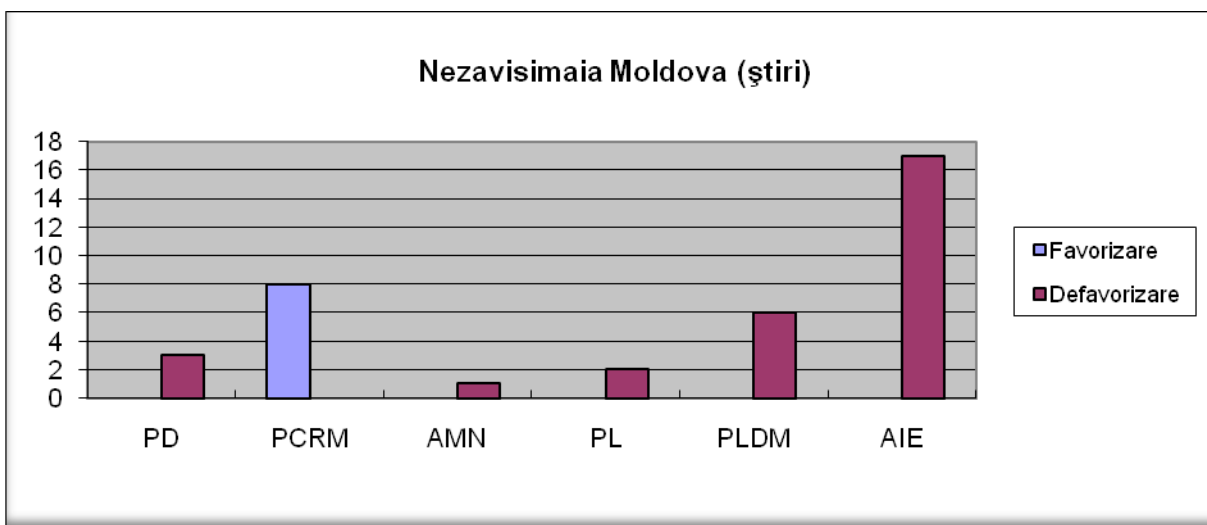
Komsomolskaia pravda v Moldova nu a publicat foarte multe știri legate de campania electorală, în schimb a plasat multă reclamă din partea diferitor concurenți electorali. În știrile și materialele de opinie, ziarul a prezentat concurenții electorali diferit, în unele cazuri – pozitiv, în altele – negativ. De cea mai mare atenție s-a bucurat PLDM care a fost prezentat preponderent neutru sau pozitiv.

Diagramele 37 și 38. Concurenții favorizați sau defavorizați în materialele din *Komsomolskaia pravda v Moldova* - frecvența



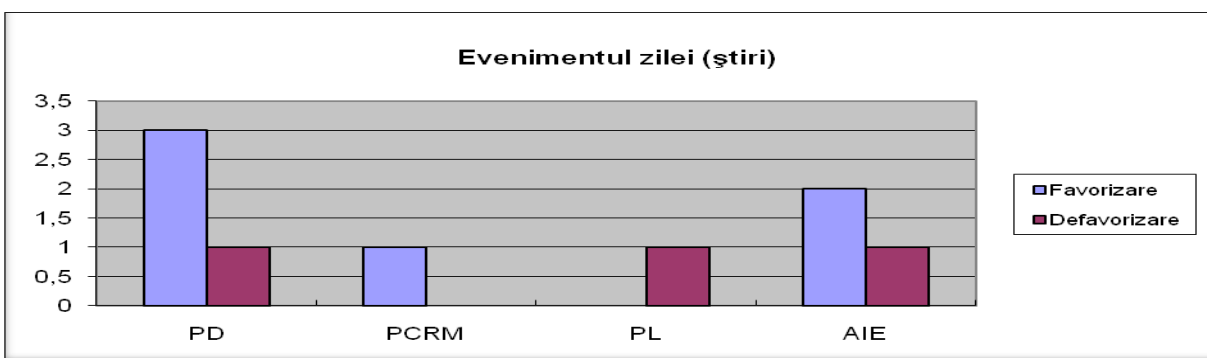
Politica editorială a ziarului *Nezavisimaia Moldova* este în continuare îndreptată spre compromiterea actualei puteri și favorizarea intensă a PCRM atât în știri, cât și în alte materiale publicate. Astfel, în cele două săptămâni de raport, ziarul a publicat 25 de știri, în 17 cazuri (68% din totalul știrilor) prezentând în lumină negativă AIE în general, PLDM și PDM în particular. În același timp, PCRM a fost de fiecare dată favorizat (opt știri, 32% din totalul știrilor). Ziarul a găzduit ample interviuri cu candidații pe lista PCRM, oferind detalii despre programul acestui concurent electoral. În materialele de opinie (care prevalează ca și număr față de știri) această tendință se accentuează, în 26 de cazuri din cele 37 (70% din total) AIE fiind ținta criticii autorilor textelor publicate în acest ziar. Deseori, sunt criticate și partidele componente ale alianței de guvernământ, în special PLDM. Concurentul electoral PCRM apare aproape de fiecare dată neutru sau pozitiv.

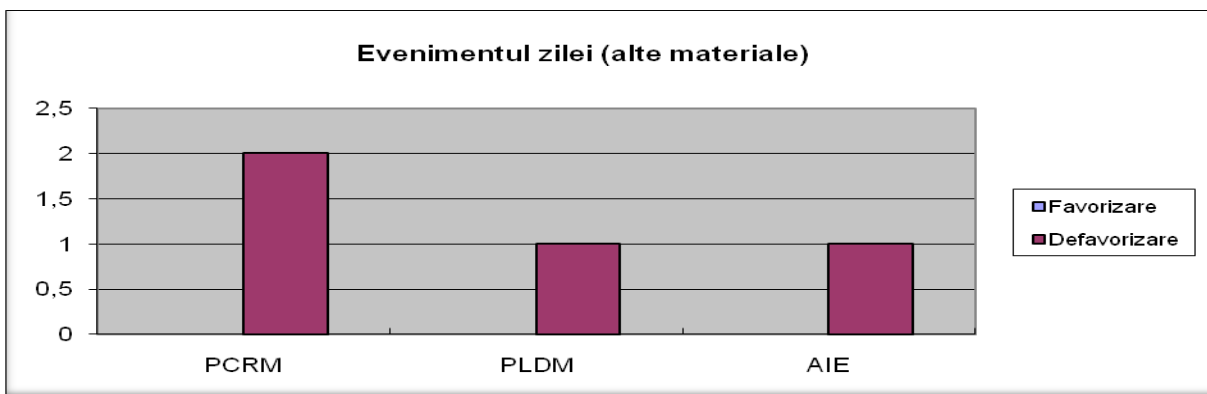
Diagramele 39 și 40. Concurenții favorizați sau defavorizați în materialele din Nezavisimaia Moldova - frecvența



În materialele publicate în ziarul *Evenimentul Zilei* (știri și materiale de opinie) se remarcă o ușoară tendință de prezentare în context favorizant a PDM, ceilalți concurenți electorali apar în paginile ziarului atât pozitiv, cât și negativ, unele partide în general par să fie neglijate editorial.

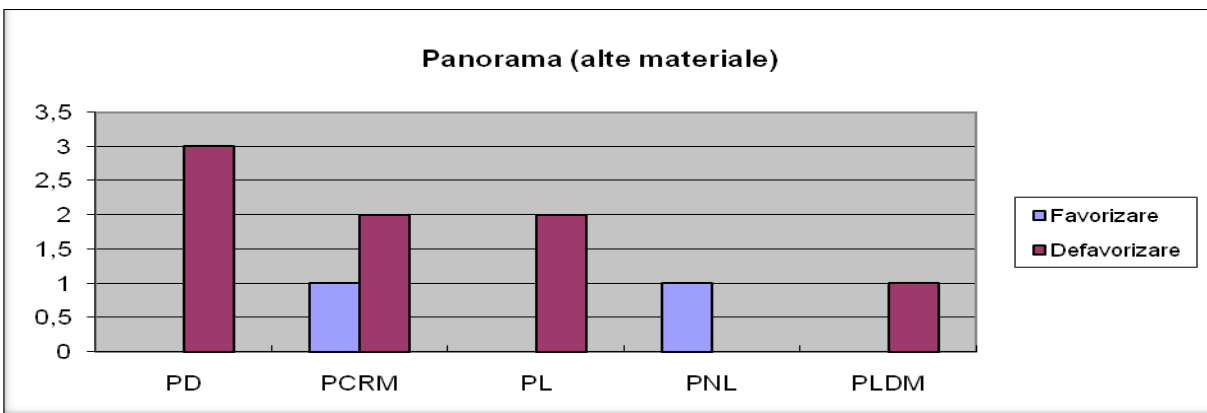
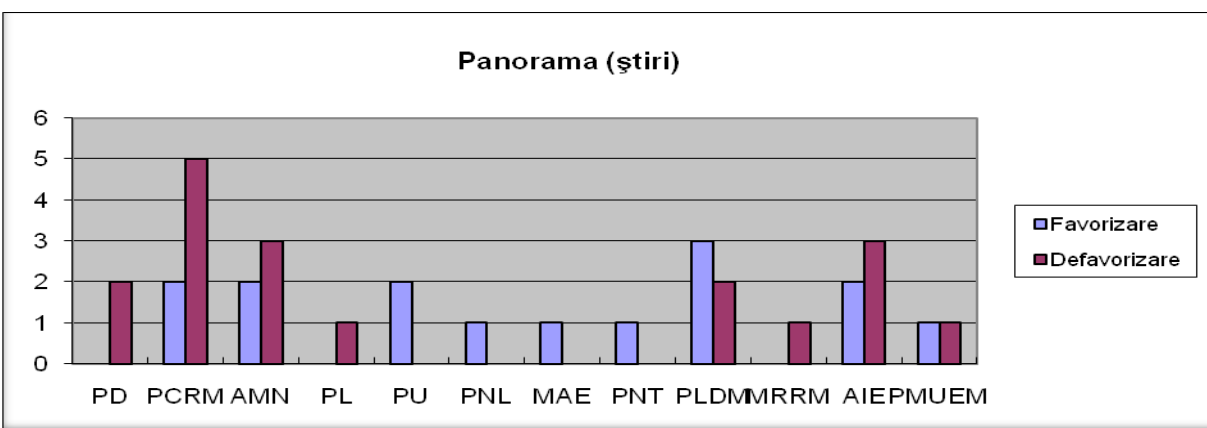
Diagramele 41 și 42. Concurenții favorizați sau defavorizați în materialele din Evenimentul Zilei – frecvența





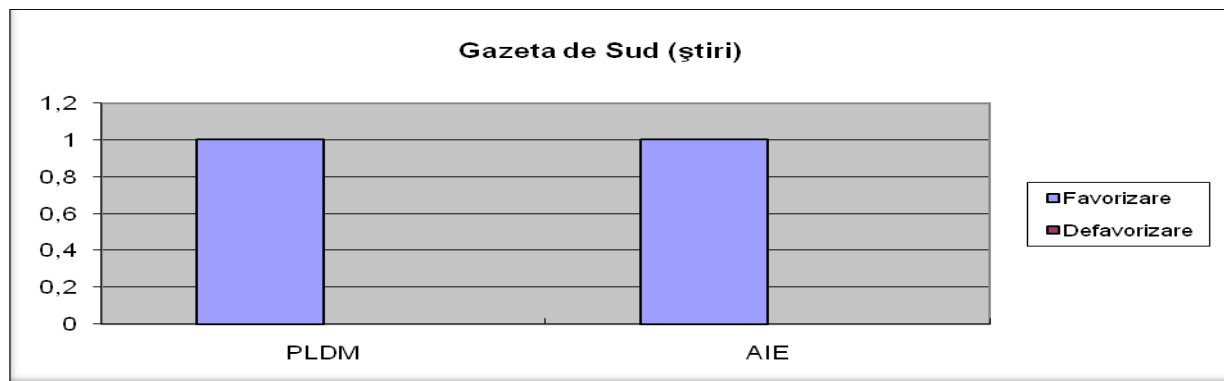
Marea majoritate a concurenților electorali au apărut în ziarul *Panorama* preponderent în context negativ, dar și pozitiv. PDM și PL au fost defavorizați de fiecare dată când au fost vizați. La fel, PCRM a fost prezentat negativ în cinci știri și în două materiale de opinie, față de două știri și un material de opinie în care acest concurent electoral a apărut pozitiv. Concurenții electorali PUM, PNL, MAE și PNT au apărut în câte un material-două care i-a favorizat.

Diagramele 43 și 44. Concurenții favorizați sau defavorizați în știrile din *Panorama* – frecvența



Săptămânalul de la Cimișlia *Gazeta de Sud* nu a publicat în perioada de raport materiale de opinie, doar știri, publicitate și materiale de educație electorală. Știrile au fost preponderent neutre, în câte un caz fiind favorizată alianța de guvernământ și concurentul electoral PLDM.

Diagrama 45. Concurenții favorizați sau defavorizați în știrile din *Gazeta de Sud* - frecvența



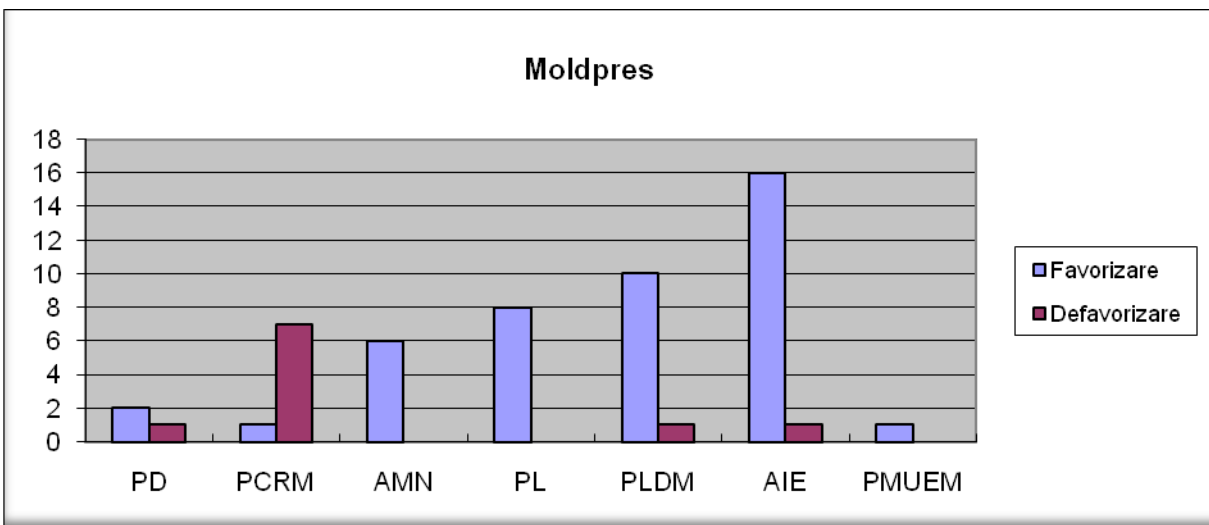
În perioada 11 – 24 octombrie, săptămânalul *Cuvântul* din Rezina a publicat mai multe știri neutre care au vizat campania electorală și un material de opinie defavorizat pentru PCRM.

Ziarele publice săptămânale *Golos Bălți* (Bălți) și *Vesti Gagauzii* (Comrat) nu s-au implicat în mediatizarea campaniei electorale decât prin știri telegrafice, iar în cazul ziarului de la Comrat – prin publicitatea concurenților electorali.

5.2.2 Agenții de presă și portaluri de știri

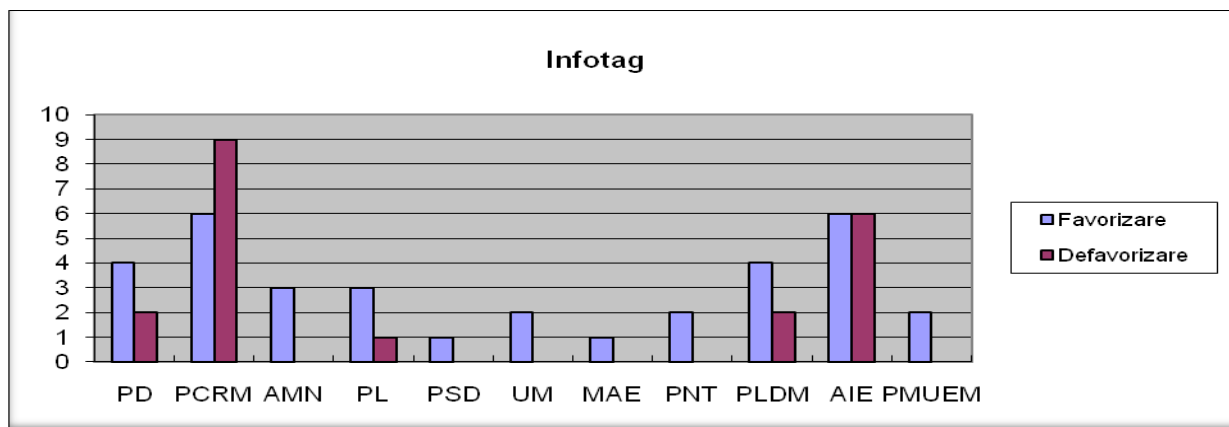
Știrile agenției *Moldpres* favorizează alianța de guvernământ, prin difuzarea unor informații de la diferite evenimente cu participarea oficialilor din conducerii țării, în cadrul cărora AIE este prezentată în context pozitiv. De asemenea, în știrile agenției apar în lumină pozitivă concurenții electorali PLDM, PL și AMN, iar PCRM este prezentat în mai multe știri care îl defavorizează.

Diagrama 46. Concurenții favorizați sau defavorizați în știrile *Moldpres* - frecvența



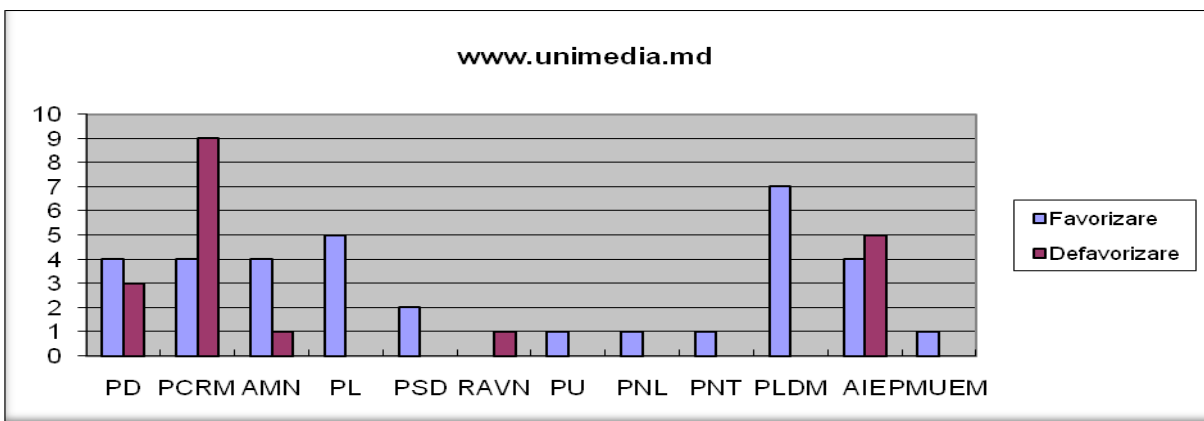
Agencia de știri *Infotag* continuă să mediatizeze campania electorală fără preferințe politice evidente, prezentând evenimentele/declarațiile concurenților electorali sau cu participarea acestora în știri separate care însă nu întotdeauna respectă principiul deontologic al „celor două opinii” în cazul unor acuzații publice.

Diagrama 47. Concurenții favorizați sau defavorizați în știrile Infotag – frecvența



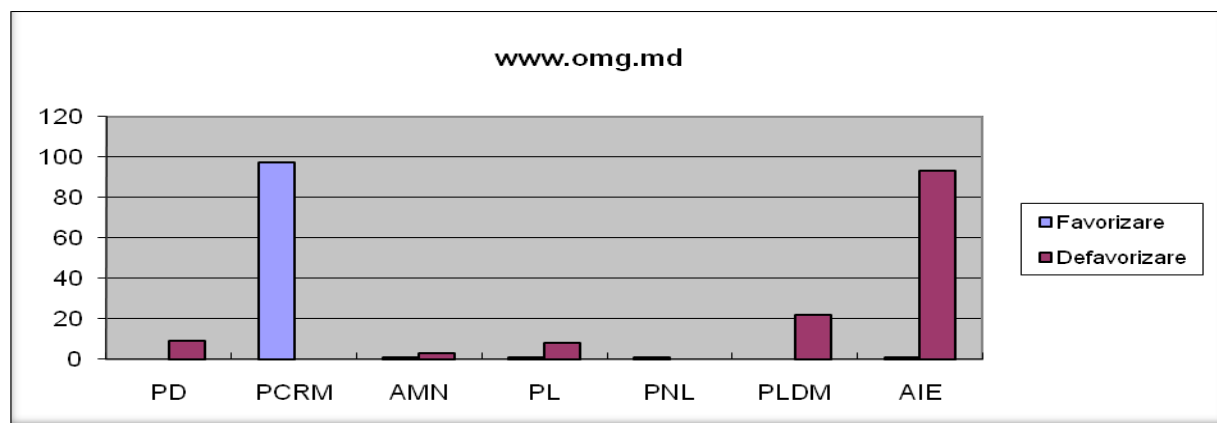
În știrile plasate pe www.unimedia.md, 68 la număr, se face remarcată tendință de favorizare a concurentului electoral PLDM, care apare în mai multe știri pozitive (10% din numărul total de știri). Alianța de guvernământ este prezentată și pozitiv, și negativ, la fel ca și PCRM. În cazul Partidului comunistilor numărul materialelor care prezintă acest concurent electoral într-o lumină favorabilă este de două ori mai mic în comparație cu materialele defavorizate.

Diagrama 48. Concurenții favorizați sau defavorizați în știrile de pe www.unimedia.md - frecvența



Site-ul www.omg.md promovează intens concurentul electoral PCRM și încearcă să discrediteze AIE și partidele componente ale acesteia. Deseori, materialele plasate pe acest site se bazează pe surse anonime și nu oferă dreptul la replică în cazurile când sunt lansate acuzații unor concurenți electorali. În perioada de raport, cca 57% din totalul de 171 de știri laudă concurentul electoral PCRM, iar 54,4% - critică alianța de guvernământ.

Diagrama 49. Concurenții favorizați sau defavorizați în știrile de pe www.omg.md – frecvența



ANEXĂ

Analiza se referă la felul cum au reflectat posturile de radio și televiziune lansarea campaniilor electorale ale partidelor parlamentare și capacitatea mass media de a reacționa prompt la evenimentele din campanie.

Studiu de caz nr. 1

Context 09.10.2010 Lansarea campaniei electorale PCRM			
N	Media	Prezentare media	Constatări
1	Moldova 1	Partidul Comuniștilor și-a lansat astăzi platforma electorală. Reprezentanții PCRM s-au întrunit la un cinematograful din capitală. Cei prezenți au vizionat două filme. Unul despre insuccesele actualei guvernări, iar altul despre promisiunile electorale ale PCRM. Tot astăzi Vladimir Voronin i-a prezentat pe candidații pentru funcția de deputat. Comuniștii merg cu genericul “Moldova alege Victoria”.	Postul prezintă o știre scurtă (31 sec.) imparțială despre lansarea campaniei electorale a PCRM. Sunt utilizate imagini de la eveniment fără comentarii și interviuri. <i>Știrea prea scurtă și utilizarea doar a unor imagini generale de la lansarea campaniei electorale a PCRM fără intervenția liderilor acestui partid, denotă faptul că postul nu a atras mare atenție evenimentului.</i>
2	N4	Nu a reflectat subiectul	Nu a avut buletine de știri.
3	Jurnal TV	<i>18.00</i> Învățămint gratuit până în anul 2015, pensii majorate de două ori pe an și salarii de trei ori mai mari decât minimul de existență. Cu aceste promisiuni se lansează în campania electorală PCRM. Știrea se repetă la ora 20.00, aceasta însă include mai multe detalii. Relatare despre felul cum a decurs întrunirea de lansare a campaniei electorale a PCRM. Citate din liderii partidului în	<i>18.00</i> Subiectul se bazează mai mult pe două sincrone din alocuțiunile a doi lideri ai PCRM. Știrea este imparțială, echidistantă. <i>20.00.</i> Materialul este imparțial și echidistant, dar nu și echilibrat. <i>În cele 11 buletine și jurnale de știri cuprinse de perioada de monitorizare, Jurnal TV difuzează doar în două</i>

		care aceștia vorbesc despre specificul campaniei electorale pentru alegerile anticipate. Totodată, postul folosește imagini din filmele lansate de PCRM despre guvernarea AIE, dar și alternativele pe care le oferă comuniștii	<i>informații despre lansarea campaniei electorale a PCRM. Pentru comparație, postul oferă spațiu în cinci jurnale de știri Congresului Anti Mafie. Aceste date arată că Jurnal TV nu a atras mare atenție evenimentului organizat de PCRM. Cu toate acestea cele două materiale sunt imparțiale și echidistante, dar nu și echilibrate.</i>
4	2 Plus	Nu a reflectat subiectul	Nu a avut buletine de știri.
5	Prime TV	Nu a reflectat subiectul	Nu a avut buletine de știri.
6	NIT	Nu a reflectat subiectul	Nu a avut buletine de știri. NIT a revenit la subiect pe 11 octombrie și 12 octombrie, cu ample știri, în care pe lângă reprezentanții PCRM apar și experți care vin să explice de ce programul electoral este puternic și realist.
7	Publika TV	10.00. 12.00. Activul PCRM se întrunește peste o oră pentru a prezenta lista și platforma electorală. Evenimentul este prezentat într-un anunț. După relatarea în direct, Publika TV pune pe post o intervenție a lui Vladimir Voronin din emisiunea „Fabrika” în care acestea spune că va lua în alegeri 61 de mandate și se referă la viitoarele coaliții. El lasă să se înțeleagă că PD și AMN nu acced în Parlament. 14.00 Moldova alege victoria, este sloganul PCRM pentru campania electorală. Relatare în direct de la locul unde a fost lansată campania electorală a	10.00. Pe fundalul afirmațiilor neechilibrate ale lui Vladimir Voronin, știrea pare parțială și neechilibrată. Ea tinde să favorizeze PCRM. 14.00 Știrea este imparțială și echidistantă.

	PCRM. <i>15.00</i> Moldova alege victoria, este sloganul PCRM pentru campania electorală... În afară de prezentarea candidaților și a platformei electorale, PCRM a criticat actuala guvernare. Comuniștii numesc anul de guvernare AIE drept o perioadă neagră din istoria Moldovei. <i>16.00, 17.00, 19.00, 21.00</i> Moldova alege victoria, este sloganul PCRM pentru campania electorală. Acesta a fost anunțat astăzi de liderul PCRM la o întâlnire cu membrii partidului. Comuniștii nu au ezitat să critice actuala guvernare.	<i>15.00</i> Știrea este imparțială, dar nu reușește să fie echilibrată din cauză că predomină doar poziția PCRM. <i>16.00, 17.00</i> Relatarea oferă detalii despre ședința PCRM, dar se referă mai mult la criticile aduse de liderul PCRM alianței de guvernământ. Subiectul este imparțial, dar nu reușește să fie echilibrat din cauză că predomină doar poziția PCRM. <i>19.00</i> Postul oferă un grupaj de știri pe marginea lansării campaniei electorale a PCRM. Prima relatare oferă detalii despre ședința PCRM. Subiectul este imparțial și echilibrat. În reportajul de la lansare, reporterul folosește mai multe citate din liderii PCRM în care aceștia atacă AIE. Sincronele din reportaj se referă strict la ceea ce prezintă PCRM în campania pentru alegeri anticipate. Prezența unui analist încearcă să echilibreze subiectul. Grupajul de știri despre lansarea campaniei electorale a PCRM mai conține și un material din emisiunea „Fabrika” în care V. Voronin vorbește despre majoritatea voturilor pe care speră că le va lua PCRM în alegerile din 28 noiembrie. <i>21.00</i> În reportajul de la lansare, reporterul folosește mai multe citate din liderii PCRM în care aceștia atacă AIE. Sincronele din reportaj se referă strict la ceea ce prezintă PCRM în campania pentru alegeri anticipate. Prezența unui analist încearcă să echilibreze subiectul.
--	--	--

			<i>Lansarea campaniei electorale a PCRM este oglindită de Publika TV imparțial și echidistant, chiar dacă postul nu întotdeauna reușește să prezinte echilibrat subiectul.</i>
8	Vocea Basarabiei	Nu a reflectat subiectul	
9	Prime FM	Nu a reflectat subiectul	
10	Radio Moldova	Nu a reflectat subiectul	
Concluzii Majoritatea posturilor de televiziune și radio monitorizate nu au reflectat evenimentul produs de PCRM, cu excepția Moldova 1, Publika TV și Jurnal TV. Spre deosebire de Publika TV care a realizat mai multe știri și relatări de la eveniment, postul public de televiziune și Jurnal TV oferă puțin spațiu în cel rezervat buletinelor de știri. Cu toate acestea, materialele difuzate de cele trei posturi TV sunt imparțiale, echidistante, dar nu întotdeauna și echilibrate. Ele nu asigură accesul publicului la o analiză a celor expuse, ceea ce face ca unele atacuri din partea PCRM la adresa alianței de guvernare să devină proeminente și să afecteze percepția publicului despre realitățile din societate.			

Studiu de caz nr. 2

Context 13.10.2010 Lansarea campaniei electorale AMN			
N	Media	Prezentare media	Constatări
1	Moldova 1	19.00 AMN a început campania electorală cu lozinca „Da, vom reuși”. Sloganul e inspirat de campania președintelui american, recunoaște liderul AMN. AMN a început campania cu o slujbă religioasă. 21.00 Știrea se repetă, fiind inclus detaliul că AMN a început campania cu binecuvântarea preotului, iar candidații au fost	19.00 Știre bazată pe oferta electorală și descrierea candidaților din partea AMN. Materialul este imparțial și echidistant. 21.00 Știre bazată pe oferta electorală și descrierea candidaților din partea AMN. Materialul este imparțial și echidistant.

		stropiți cu agheasmă.	<i>Știrile de la Moldova 1 despre lansarea campaniei electorale a AMN sunt imparțiale și echidistante.</i>
2	N4	19.30 AMN și-a prezentat astăzi programul cu care merge în campania electorală, lista candidaților și sloganul electoral. <i>Și pentru ca drumul alianței spre parlament să fie mai ușor</i> , membrii Alianței au fost binecuvântați de către doi preoți, dar au și fost stropiți cu agheasmă. După un an de aflare la putere AMN <i>va lupta oricum</i> împotriva comuniștilor. Nu doar comuniștii, dar și partenerii de Alianță au fost <i>nițel</i> înțepați de liderul AMN.	Materialul are tendințe de prezentare a realității prin prisma jurnalistului. În relatare apar unele precizări care pot fi înțelese drept aprecieri ale jurnalistului (a se vedea Prezentarea media). Imaginea cu care începe subiectul – o mașină cu numere parlamentare parcată în fața sediului AMN – vrea să sugereze că partidul folosește resurse administrative chiar la începutul campaniei. <i>Aprecierile jurnalistului prejudiciază imparțialitatea și echidistanța subiectului. Aceste atribute fac relatarea confuză, iar imaginile de la început rămân neacoperite până la capăt și neînțelese de majoritatea telespectatorilor.</i>
3	Jurnal TV	<i>13.00</i> Alianța Moldova Noastră a dat startul campaniei electorale. Formațiunea politică și-a prezentat platforma electorală și sloganul pentru alegerile parlamentare anticipate. AMN-iștii au adus și un sobor de preoți de la Mitropolia Moldovei ca să-i binecuvânteze în cursa electorală. <i>20.00</i> Alianța Moldova Noastră se roagă la Dumnezeu să ajungă în Parlament. Și cum fără forța celui de sus, nu se putea membrii partidului au apelat și la cele sfinte. Pentru a fi mai credibili în	<i>13.00</i> Reportaj de la lansare imparțial și echidistant. <i>20.00</i> Prezentarea reportajului este ușor ironică la adresa AMN, ceea ce face ca materialul să piardă din imparțialitate și echidistanță, chiar dacă reportajul în sine este unul corect. În el sunt prezentare sloganul AMN, lista candidaților și

		fața cetățenilor, ei au adus și un sobor de preoți care sa-i binecuvânteze. Nu de alta dar au nevoie pentru acest început de campanie electorală... Inspirat de sloganul președintelui american Barac Obama „Da, putem!”, liderul AMN a dat start campaniei cu mesajul electoral „Da, vom reuși!”. Sloganul AMN în campanie va fi „Noi ne facem datoria. Mergem înainte”. Primii cinci candidații în lista electorală prezentată de Alianța Moldova Noastră, sunt Serafim Urechean, Victor Osipov, Valeriu Cosarciuc, Leonid Bujor și Alexandru Oleinic.	specificul campaniei lansate de formațiune. <i>Jurnal TV a exagerat cu prezentarea reportajului de la lansarea campaniei electorale a AMN. Acest lucru afectează înțelegerea subiectului și deformează mesajul, mai ales că prezentatorii își expun propriile păreri despre lansare. Subiectele de la lansare sunt însă corecte, imparțiale și echidistante.</i>
4	2 Plus	19.30 AMN a intrat oficial în campania electorală. Lozinca oficială este „Noi ne facem datoria. Mergem înainte”. Primii cinci candidați sunt... o treime din candidați sunt femei. În listele electorale partidul va figura cu numărul zece.	Știre imparțială și echidistantă.
5	Prime TV	18.00 AMN a intrat oficial în campania electorală pentru alegerile anticipate din 28 noiembrie. Lozinca electorală este „Noi ne facem datoria. Mergem înainte”. Primii cinci pe lista electorală. O treime din candidați sunt femei. 21.00 Cu slogan nou, inspirat din cel pentru prezidențialele lui Barack Obama și binecuvântați de preoți. Așa a pornit AMN în	18.00 Știre imparțială și echidistantă. 21.00 Știre imparțială și echidistantă, mai puțin însă echilibrată.

		parlamentarele din 28 noiembrie. Au făcut noi promisiuni, dar nu au uitat nici de cele vechi.	<i>Prime Tv prezintă evenimentul imparțial și echidistant. Al doilea subiect nu reușește să fie și echilibrat deoarece nu ajută telespectatorul să înțeleagă mai bine mesajul AMN pentru alegeri.</i>
6	NIT	Nu a reflectat evenimentul	
7	Publika TV	Postul de televiziune a prezentat anunțuri despre lansarea campaniei electorale AMN în buletinele de știri de la ora 07.00, 08.00, 08.30, 09.00, 09.30, 10.00. „AMN se va lansa astăzi oficial în campania electorală. Liderii Alianței își vor prezenta candidații și platforma electorală. Mai târziu vor merge să depună flori la monumentului lui Ștefan cel Mare. Au fost anunțate mai multe slogane electorale. În campania precedentă, AMN a promis salarii de 500 Euro și pensii de 300 Euro”. 19.00 După ce au fost stropiți cu agheasmă, președintele AMN a prezentat programul electoral și lista celor o sută trei candidați la funcția de deputat. Primii cinci sunt... AMN va pune accentul pe educație și agricultură. 20.00 După ce au fost stropiți cu agheasmă, președintele AMN a prezentat programul electoral și lista celor o sută trei candidați la	19.00 Reportajul începe cu imagini de la slujba de lansare a campaniei electorale. AMN a prezentat și spoturile electorale, iar în unul din ele apare și nepoțica lui Urechean în vârstă de cinci ani. Materialul este unul imparțial și echidistant. Cu toate acestea relatarea tinde să meargă mai mult pe imagini care reflectă spectacolul lansării cu preoți și participarea nepoatei liderului AMN, și nu pe prezentarea propriu-zisă a mesajului electoral și candidaților partidului. 20.00 A se vedea constatările pentru relatarea de la ora 19.00

		funcția de deputat. Primii cinci sunt...	
8	Vocea Basarabiei	10.00 Anunț despre lansarea campaniei electorale a Alianței Moldova Noastră. 18.00 AMN se arată încrezută că va obține un scor bun cu sloganul „Da, vom reuși”... Liderii și-au exprimat convingerea că vor accede în Parlament, pledând pentru coaliții cu alte partide.	18.00 Știrea despre lansarea campaniei electorale AMN este combinată cu știrea despre lansarea unui alt concurent electoral, Partidul Moldova Unită. Materialul prezintă oferta partidelor și avantajele acestora în comparație cu alte formațiuni. Melanjul de programe electorale din relatare, vocea unui singur reporter, dar și denumirile apropiate ale partidelor – Alianța Moldova Noastră și Partidul Moldova Unită – face greu deslușită oferta fiecărei formațiuni în parte. Materialul este echidistant și imparțial. <i>Postul de radio prezintă oferta AMN, echidistant și imparțial. Cu toate acestea, îmbinarea în una și aceeași relatare a două evenimente distincte, dezechilibrează prezentarea și denotă faptul că postul a făcut economie pe marginea acestui subiect.</i>
9	Prime FM	Nu a reflectat evenimentul	
10	Radio Moldova	18.00 AMN a intrat oficial în campania electorală pentru alegerile anticipate din 28 noiembrie. Candidații au primit legitimații de la conducerea partidului la o ceremonie care a început cu o slujbă religioasă. Sunt date mai multe citate indirecte din Serafim Urecheanu și prezenți primii cinci candidați din lista electorală.	18.00 Știrea, preluată de la Moldpres, este una imparțială și echidistantă.

		19.00 AMN s-a lansat astăzi în campania electorală cu sloganul „Da, vom reuși”, inspirat din sloganul electoral al președintelui american. Serafim Urechean a declarat că partidul nu a trădat niciodată și nu o va face și a menținut calmul și funcționalitatea AIE. Relatare cu multe citate din S.Urechean.	19.00 Relatarea este imparțială și echidistantă. Informația prezintă pasaje din programul electoral și lista electorală a formațiunii. <i>Cele două materialele prezentate de postul național sunt imparțiale și echidistante. Relatarea nu necesită opina unor persoane vizate sau interpretări din partea unor terțe persoane.</i>
Concluzii Știrile despre lansarea campaniei electorale a Alianței Moldova Noastră au fost prezentate diferit de către posturile monitorizate, iar unele dintre acestea nu au reflectat în genere evenimentul – Prime FM, NIT. Radio Moldova și Radio Vocea Basarabiei au îmbinat prezentarea lansării campaniei electorale cu cea a altui concurent electoral (Partidul Moldova Unită), fapt care a făcut confuz mesajul Alianței. Moldova 1, 2 PLUS și Prime TV au oferit spațiu minim evenimentului, iar Jurnal TV, Publika TV și N4, deși au acordat mai mult spațiu, nu au reușit să descifreze până la capăt oferta electorală a partidului și lista candidaților pentru funcția de deputat din cauza unor elemente care au distorsionat mesajul AMN – lansarea campaniei cu preoți. N4 – din cauza aprecierilor jurnalistului, iar Publika Tv și Jurnal Tv din cauza prezentării exagerate a spectacolului religios de la lansarea AMN în campanie.			

Studiu de caz nr. 3

Context 16.10.2010 Lansarea campaniei electorale PLDM			
N	Media	Prezentare media	Constatări
1	Moldova 1	19.00 PLDM a dat astăzi startul campaniei electorale. Partidul și-a pus drept scop să nu lupte cu vreun partid, dar cu sărăcia. Moldova fără sărăcie, este un obiectiv ambițios, dar realizabil. 21.00 PLDM a dat astăzi startul campaniei electorale. Partidul și-a pus drept scop să nu lupte cu	19.00 Subiectul este unul echidistant și imparțial. 21.00 Nu este clar cine a plasat fundalul muzical pe durata reportajului, fie acesta făcea parte din evenimentul lansării, fie a fost suprapus în studio. Acest lucru a atras

		vreun partid, dar cu sărăcia. PLDM promite mai multe locuri de muncă, că va majora pensiile și salariile oamenilor. Moldova fără sărăcie, este un obiectiv ambițios, dar realizabil, a spus liderul PLDM, Vlad Filat.	atenția, cu atât mai mult că piesa face parte din campania PLDM. Fără această observație, subiectul este unul echidistant și imparțial. <i>Moldova 1 a prezentat evenimentul corect. Jurnaliștii au fost imparțiali și echidistanți. Cu toate acestea a fost necesar mai mult echilibru, adică o sursă terță care să explice sloganul pe fundalul unui an de guvernare cu participare PLDM.</i>
2	N4	Nu a reflectat evenimentul.	Nu a avut buletine de știri.
3	Jurnal TV	13.00 PLDM a dat startul campaniei electorale. Formațiunea își asumă responsabilitatea să scoată Moldova din sărăcie. Liberal-democrații au promis că pensie minimă va fi de 1500 lei, iar până în anul 2012 moldovenii vor putea circula fără vize în UE. Relatare de la locul unde s-a lansat campania electorală. 14.00, 17.00, 18.00, 20.00, 21.00 PLDM a dat startul campaniei electorale. Formațiunea își asumă responsabilitatea să scoată Moldova din sărăcie... Reportaj. 20.00, 21.00 PLDM a dat startul campaniei electorale. Formațiunea își asumă responsabilitatea să scoată Moldova din sărăcie... Reportaj. Liderul PLDM este convins că va obține un număr mare de mandate în viitorul legislativ... Motivul pentru care au venit în scuar a rămas necunoscut	13.00 Reporterul relatează de la fața locului pe fundalul lucrărilor de curățare a scuarului unde a avut loc lansarea. Sunt trecute mai multe capitole din programul electoral al partidului. Știre imparțială și echidistantă. 14.00, 17.00, 18.00 Reportajul cuprinde doar un citat din liderul PLDM, Vlad Filat în care acesta anunță că vor scoate imunitatea deputaților și mări sancțiunile pentru dare și luare de mită. Știre imparțială și echidistantă. 20.00, 21.00 Reportajul începe cu un citat din liderul PLDM, Vlad Filat în care acesta anunță că vor scoate imunitatea deputaților și mărirea sancțiunilor pentru dare și luare de mită. Reportajul este echidistant, dar nu și imparțial din cauza sondajului realizat printre participanții la eveniment. Niciunul nu spune de ce a venit, iar jurnalista anunță că pentru mulți motivul a rămas necunoscut. Nu putem

		pentru mulți cei veniți, spune reporterul înainte de un sondaj în rândurile celor prezenți.	vorbi și de echilibrul surselor. <i>Jurnal TV a avut mai multe relatări despre lansarea campaniei electorale a PLDM. Acestea au fost echidistante și imparțiale. Cu toate acestea, știrile din prime time au inclus un sondaj printre participanții la eveniment, care face reportajul neechilibrat prin răspunsurile univoce selectate de reporter.</i>
4	2 Plus	Nu a reflectat evenimentul.	Nu a avut buletine de știri.
5	Prime TV	Nu a reflectat evenimentul.	Nu a avut buletine de știri.
6	NIT	20.00 Astăzi în scuarul Teatrului de operă și balet câteva zeci de camere de filmat profesionale luau imagini de la lansarea campaniei electorale a partidului lui Vlad Filat. Autorul mai spune că special pentru asta în scuar au fost aduși circa 2500 de simpatizanți ai partidului. Filmările scumpe au fost făcute sub deviza „Moldova fără sărăcie”. Pentru confort și spectacol, PLDM a creat un amfiteatru. Promo-ul era filmat de zeci de camere de filmat profesionale. Potrivit specialiștilor, costul unui promo poate ajunge la 20 mii Euro pentru fiecare. Printre realizările guvernului Filat este trecută și libertatea de exprimare. Iar pe ecran apar imagini de la incidentul din primăvara anului trecut când un membru PLDM are un comportament agresiv cu un cameraman. Jurnalistul conchide că după ce a rezolvat problemele presei, Filat se apucă de soluționat	20.00 Autorul materialului fuge de la temă chiar din lead-ul materialului, când anunță nu evenimentul, ci numărul camerelor de filmat de acolo și costurile la care se ridică toată manifestația. Pe tot parcursul subiectului nu se vorbește despre programul electoral, iar când se face se număra banii partidului și ai liderilor acestuia. Autorul insistă să creeze impresia că PLDM nu și-a lansat campania, ci a filmat un promo foarte costisitor. Imaginile de la eveniment sunt făcute din focusări ale camerei înainte și înapoi, ceea ce face greu de perceput cine este la tribună. Persoanele de acolo apar mereu în mișcare: fie coboară sau urcă, privesc prin părți sau citesc din foi. Sunt utilizate și imagini din arhivă de la un incident din campania electorală precedentă. Chiar dacă se menționează că acestea sunt din arhivă, jurnalistul uită să spună care a fost atitudinea PLDM față de incident. Subiectul este total parțial și nu este echidistant, iar jurnalistul dă dovadă de

		și sărăcia. Jurnalistul mai spune că prin ceea ce a făcut până acum PLDM a reușit să rezolve sărăcia în rândurile liderilor săi. Potrivit declarației de avere, Filat este cel mai bogat candidat la funcția de deputat. Venitul lui se ridică la peste șapte milioane de lei. 21.30 Știrea repetă informația difuzată la 20.00, cu mici schimbări de stil și comentarii. PLDM s-a lansat oficial în campania electorală. Deși lozinca partidului este „Moldova fără sărăcie”, martorii spun că la lansare au fost aduși peste 2500 de reprezentanți ai partidului pentru filmări într-un spot publicitar. În acțiunea de lux, Vlad Filat s-a angajat să scoată țara din sărăcie. Jurnalistul mai spune că prin ceea ce a făcut până acum PLDM a reușit să rezolve sărăcia în rândurile liderilor săi. Potrivit declarației de avere, Filat este cel mai bogat candidat la funcția de deputat. Venitul lui se ridică la peste șapte milioane de lei. Panoul publicitar gigantic, miile de oameni aduși în centrul capitalei la filmările comandate pe platou dezvăluie o organizare scumpă și ambiții mari ale partidului.	rea credință în tot ceea ce pune pe post. 21.30 Postul reia reportajul de la ora 20.00 și tirajează din nou etichetările, comentariile și concluziile reporterului. Subiectul este total parțial și nu este echidistant, iar jurnalistul dă dovadă de rea credință în tot ceea ce pune pe post. <i>Cele două materiale identice, cu mici schimbări de stil și comentarii la traducere, duc lipsă crasă de imparțialitate și echidistanță, iar reporterul dă dovadă de rea credință în tot ceea ce pune pe post.</i>
7	Publika	08.00, 09.00 PLDM a primit undă	08.00, 09.00, 10.00, 11.00, 12.00

	TV	verde de la CEC și se lansează în campanie electorală. Aceasta va începe în scuarul Teatrului de operă și balet. PLDM se lansează în campanie „Moldova fără sărăcie”. Potrivit liderului Vlad Filat acesta nu este doar un slogan, ci un program de dezvoltare a țării. <i>10.00, 11.00, 12.00</i> PLDM a primit undă verde de la CEC și se lansează în campanie electorală. Aceasta a început astăzi în scuarul Teatrului de operă și balet. Relatare în direct. <i>13.00</i> PLDM s-a lansat în campanie electorală. Aceasta a început astăzi în scuarul Teatrului de operă și balet. Interviu cu analistul politic Corneliu Ciurea. <i>14.00, 15.00</i> Lupta contra sărăciei aceasta este prioritatea PLDM care și-a lansat astăzi oficial programul electoral. La eveniment au participat liderii partidului și peste două mii de simpatizanți. Reportaj. <i>17.00, 19.00, 20.00, 21.00</i> Lupta contra sărăciei aceasta este prioritatea PLDM care și-a lansat astăzi oficial programul electoral. La eveniment au participat liderii partidului și peste două mii de	Informația este prezentată fie printr-un anunț imparțial și echidistant, fie prin relatări despre ultimele pregătiri de lansare și ce se întâmplă în scuarul Teatrului de operă și balet. Materialele sunt imparțiale și echidistante. <i>13.00</i> Știrea este imparțială, ceea ce nu putem spune despre comportamentul jurnalistului care pune întrebări părtinitoare și insistă pe anumite subiecte care nu țin de lansarea campaniei electorale (Cum poate fi adunată atâta lume? Este adevărat că se plătește pentru prezență? Cât de populistă este lozinca PLDM?) și vine cu propriile interpretări. <i>14.00, 15.00</i> Reportaj de ambianță în care Vlad Filat anunță că se lansează să lupte nu cu un partid, ci cu sărăcia. Sincron cu Vlad Filat și Alexandru Tănase. Material echidistant și imparțial. <i>17.00, 19.00, 20.00, 21.00</i> Reportaj de ambianță în care Vlad Filat anunță că se lansează să lupte nu cu un partid, ci cu sărăcia. Sincron cu Vlad Filat și Alexandru Tănase. Materialul mai conține și un sondaj în rândurile celor prezenți despre evenimentul la care au participat.
--	----	---	--

		simpatizanți. Reportaj.	Material echidistant și imparțial. <i>Publika TV prezintă mai multe materiale despre lansarea campaniei electorale a PLDM. Majoritatea acestora sunt echidistante și imparțiale. Excepție face interviul din jurnalul de la ora 13.00 în care jurnalistul a fost părtinitor. Pentru o mai bună înțelegere a subiectului era nevoie și de mai multe explicații pe marginea programului electoral.</i>
8	Vocea Basarabiei	08.00 Anunț despre lansarea campaniei electorale a PLDM. Radio Vocea Basarabiei menționează că va transmite în direct la ora 11.00 evenimentul din scuarul Teatrului de Operă și Balet. 14.50 Astăzi la ora unsprezece scuarul operei era acoperit cu drapele verzi ale PLDM. Pe lângă acestea erau arborate și drapele ale UE și RM. Din întreaga republică inclusiv și din așa-numita RMN au venit reprezentanți ai partidului ca să susțină campania antisărăcie a partidului. Liderul Vlad Filat a declarat că această campanie nu este împotriva unui partid, ci împotriva sărăciei. La ora 19.15 postul pune pe post în reluare înregistrarea de la lansarea campaniei electorale a PLDM.	Postul a transmis în direct la ora 11.00 lansarea campaniei electorale a PLDM. 14.50 Materialul este structurat ca un subiect de campanie electorală realizat de către un partid cu citate din alocuțiunile liderilor. Toți vorbitorii susțin sloganul și se declară gata să continue realizările premierului Filat. Este un reportaj parțial care nu reușește să fie echidistant față de un partid politic. Subiectul nu este echilibrat. <i>Subiectul transmis de Radio Vocea Basarabiei nu este imparțial și echidistant în reflectarea evenimentului. Postul dă dovadă de implicare prin prezentarea proeminentă a unor puncte de vedere fără a oferi și comentarii sau interpretări care să echilibreze reportajul transmis la ora 14.50.</i>
9	Prime FM	06.00, 09.00 și 17.00 Prime FM preia un comunicat de presă de la	<i>Postul de radio transmite de trei ori în aceeași zi un anunț scris în baza unui</i>

		PLDM care anunță că se lansează mâine în campania electorală. Postul de radio citează serviciul de presă al partidului care spune că pe 16 octombrie își prezintă programul electoral „Moldova fără sărăcie”. La eveniment vor fi prezenți și candidații la funcția de deputat.	comunicat de presă lansat de PLDM. Cu excepția zilei lansării, subiectul este unul echidistant și imparțial. Cu toate acestea, greșeala schimbă mult caracterul anunțului.
10	Radio Moldova	17.00 PLDM a dat astăzi startul campaniei electorale pentru scrutinul electoral din 28 noiembrie. PLDM s-a lansat cu sloganul „Moldova fără sărăcie”, care va constitui și obiectivul primordial al partidului. 18.00 PLDM s-a lansat astăzi în campania electorală pentru scrutinul electoral din 28 noiembrie. 19.00 PLDM a dat astăzi startul campaniei electorale pentru scrutinul electoral din 28 noiembrie. Reportaj.	17.00 Știrea preluată de la Moldpres citează liderul PLDM, care spune că obiectivul este ambițios, dar realizabil. În știre sunt menționate punctele principalele din program, dar și unii candidați mai cunoscuți. Știrea este echidistantă și imparțială. 18.00 Știrea este preluată de la Info Prim Neo și este echidistantă și imparțială, nu și echilibrată. Era nevoie de o terță persoană care să explice unele citate din Vlad Filat, citat în calitate de premier. 19.00 Reportajul prezintă principalele puncte din programul electoral al partidului. Citate din Vlad Filat. Subiectul este unul echidistant și imparțial, dar nu și echilibrat. Era nevoie de o terță persoană care să explice unele citate din Vlad Filat, care este și premier în exercițiu, nu doar lider de partid. Radio Moldova prezintă evenimentul în două știri preluate de agenții de presă și un reportaj. Toate trei materiale sunt imparțiale și echidistante, dar duc lipsă de un echilibru. Era nevoie de o terță persoană care să analizeze obiectivele propuse de partid pe fundalul suprapunerii funcțiilor de premier și cel de lider de partid ale lui Vlad Filat.

			<i>Acest fapt este deslușit cu greu în materiale și poate afecta percepția publicului.</i>
Concluzii Majoritatea posturilor monitorizate au prezentat evenimentul, cu excepția posturilor de televiziune 2 Plus, Prime TV și N4 care nu au avut buletine de știri în această zi. Publika TV, Jurnal TV și Moldova 1 au avut subiecte imparțiale și echidistante, chiar dacă nu și echilibrate. Astfel publicul telespectator nu a avut parte de analize și explicații pe marginea mesajelor electorale ale PLDM. De mai mult echilibru au avut nevoie și materialele difuzate de Radio Moldova care a prezentat evenimentul în două știri preluate de agenții de presă și un reportaj. Evenimentul este prezentat exagerat de Radio Vocea Basarabiei care a dat dovadă de mai puțină imparțialitate și echidistanță prin prezentarea unui reportaj care îl face pe jurnalist partinitor prin felul cum a prezentat și a selectat informația. Postul de televiziune NIT a prezentat un material în jurnalele de la 20.00 și 21.00 în care adăpt dovadă de lipsă crasă de imparțialitate și echidistanță, iar reporterul s-a folosit de opiniile și comentariile lui pe toată durata materialului. Totodată menționăm că NIT a selectat și utilizat cu rea credință imagini din timpul evenimentului.			

Studiu de caz nr. 4

Context 17.10.2010 Lansarea campaniei electorale PDM			
N	Media	Prezentare media	Constatări
1	Moldova 1	19.00 PDM s-a lansat astăzi în campania electorală. Marian Lupu a spus: „Țara este dezbinată în două, avem o Moldovă comunistă și una anticomunistă. Vom face multe pentru a dezvolta economia țării”. 21.00 PDM i-a lansat astăzi oficial pe cei 103 candidați ai săi pentru campania electorală cu sloganul „Pentru Moldova, pentru tine”. Din străinătate au venit reprezentanți din partea socialiștilor europeni. Președintele PD a declarat că sarcina de bază este construirea unei Moldove unite.	19.00 Reportajul este foarte scurt și cuprinde un citat din discursul liderului PDM. Materialul este imparțial și echidistant. Cu toate acestea, telespectatorul nu a aflat ce fel de campanie vor face democrații și cine sunt candidații acestora. 21.00 Subiectul este imparțial și echidistant. <i>Moldova 1 reflectă lansarea în campania electorală a PDM echidistant și imparțial. Pentru o mai bună înțelegere a mesajului PD erau necesare și anumite explicații pe marginea celor propuse de partid.</i>

2	N4	Nu a reflectat evenimentul.	Nu a avut buletine de știri.
3	Jurnal TV	13.00 La această oră în incinta Palatului Național are loc reuniunea activului PDM în cadrul căreia este prezentată echipa și platforma electorală a partidului. Relatare în direct. 19.00, 20.00 Start electoral pentru PDM. Formațiunea condusă de Marian Lupu s-a lansat în campania electorală pentru alegerile anticipate. Ceremonia s-a desfășurat la Palatul Național în prezența a peste două mii de membri veniți de pe întreg teritoriul țării. Reportaj.	13.00 A fost prezentat sloganul și platforma electorală. Atmosferă din timpul ceremoniei de lansare. Cei doi lideri ai formațiunii speră la o campanie electorală corectă. Interviu cu Marian Lupu și Dumitru Diacov. Material imparțial și echidistant. 19.00, 20.00 Reporterul spune că a fost o ceremonie de fast și pompozitate. Un adevărat show de lumini și muzică. Într-o puternică lumină albastră, Marian Lupu i-a prezentat pe cei 103 candidați la funcția de deputat. Interviu cu Marian Lupu și Dumitru Diacov despre campanie. Știre imparțială și echidistantă. Subiectele prezentate de Jurnal TV sunt imparțiale și echidistante, axate strict pe eveniment și campania lansată de PDM. Pentru o mai bună informare a telespectatorului se face necesară o analiză a celor propuse de partid pentru următorii patru ani.
4	2 Plus	Nu a reflectat evenimentul.	Nu a avut buletine de știri.
5	Prime TV	Nu a reflectat evenimentul.	Nu a avut buletine de știri.
6	NIT	Nu a reflectat evenimentul.	Nu a avut buletine de știri.
7	Publika TV	08.00, 09.00, 11.00 PDM va da astăzi startul electoral pentru scrutinul din 28 noiembrie. Evenimentul de lansare va începe la ora 11. vor fi prezentate programul electoral și echipa democraților. Startul va fi dat de președintele PDM, Marian Lupu. Vor fi prezenți membri și simpatizanți ai formațiunii,	08.00, 09.00, 11.00 Informație prezentată ca un anunț imparțial și echidistant.

	precum și oaspeți de peste hotare. <i>10.00, 12.00, 13.00</i> PDM a dat astăzi startul electoral pentru scrutinul din 28 noiembrie. Evenimentul are loc la Palatul Național unde sunt prezentate programul electoral și echipa democraților. Relatare în direct de la Palatul Național. <i>14.00, 15.00, 16.00, 17.00, 18.00, 20.00</i> PDM s-a lansat astăzi în campania electorală. La eveniment au fost prezenți peste două mii de delegați din toată țara. Relatare în direct de la Palatul Național. <i>15.00, 17.00</i> PDM s-a lansat oficial în campania electorală. La eveniment au fost prezenți peste două mii de delegați din toată țara. Grupaj de materiale: știre, relatare și reportaj. Evenimentul a durat trei ore și s-a finalizat cu un spectacol cu participarea mai multor artiști. Potrivit lui Marcel Răducanu, PD a cheltuit doar 30 mii lei pentru închirierea sălii. <i>19.00, 21.00</i> PDM s-a lansat oficial în campania electorală. La eveniment au fost prezenți peste	<i>10.00, 12.00, 13.00</i> Subiectul este imparțial și echidistant. <i>14.00, 16.00, 18.00, 20.00</i> Democrații au venit cu mesaj de unificare. Marian Lupu spune că există două Moldove. El spune că după alegeri va propune semnarea unui memorandum de propășire a țării. Analistii spun că mesajul este ambiguu și asemănător cu cel de anul trecut, Cornel Ciurea și Arcadie Barbăroșie. Atmosferă de la eveniment. Reportaj echilibrat, imparțial și echidistant. <i>15.00, 17.00</i> Democrații au venit cu mesaj de unificare. Sloganul este „Pentru Moldova, pentru tine”. Marian Lupu spune că trebuie să avem o Moldovă unită în care să nu mai fie puse în discuție subiecte care divizează societatea. El spune că după alegeri va propune semnarea unui memorandum de propășire a țării. Analistii spun că mesajul este ambiguu și asemănător cu cel de anul trecut, Cornel Ciurea și Arcadie Barbăroșie. Atmosferă de la eveniment. Grupajul este imparțial și echilibrat, dar și echilibrat prin prezența analiștilor care explică mesajul democraților. <i>19.00, 21.00</i> Democrații au venit cu mesaj de unificare. Sloganul este „Pentru Moldova, pentru tine”. Marian Lupu spune că trebuie să avem o Moldovă unită în care să nu mai fie puse în discuție subiecte care
--	---	---

		două mii de delegați din toată țara. Grupaj de materiale: știre, relatare și reportaj.	divizează societatea. Analistii spun că mesajul este ambiguu și asemănător cu cel de anul trecut, Cornel Ciurea și Arcadie Barbăroșie. Atmosferă de la eveniment și vox cu cei prezenți despre ce membri marcanti ai partidului cunosc. Grupajul este imparțial și echilibrat, dar și echilibrat prin prezența analiștilor care explică mesajul democraților. <i>Publika TV vine cu cea mai bogată diversitate de știri pe marginea evenimentului. Majoritatea acestora sunt imparțiale și echidistante. Postul este singurul care oferă și echilibru în prezentarea evenimentului prin analiza mesajului electoral al PDM făcut de analiști politici.</i>
8	Vocea Basarabiei	Nu a reflectat evenimentul.	
9	Prime FM	06.00 „Pentru Moldova, pentru tine”, acesta este sloganul cu care va începe campania electorală PDM. PD se va lansa în campanie duminică, 17 octombrie. Printre prioritățile democraților este refacerea încrederii în politicieni. PD susține că va opri scandalul și contribui la o colaborare productivă între partide. Citat mare din platforma partidului. 11.00, 19.00 În campania electorală PD va miza pe sloganul „Pentru Moldova, pentru tine”. Membrii formațiunii își propun să refacă încrederea cetățenilor în clasa politică.	06.00 Știre imparțială, dar neechidistantă prin prezentarea masivă a unor citate din platforma electorală. 11.00, 19.00 Știre este neechidistantă prin prezentarea masivă a unor citate din platforma electorală. Este greu să înțelegi unde este citat din platforma politică și unde este poziția prezentatorului. Acest fapt oferă știrii mai multă parțialitate.

		Totodată în manifestul partidului sunt punctate <i>patru adevăruri care trebuiesc spuse</i>: criza actuală nu se rezolvă așteptând să vină românii, rușii sau fondurile europene, economia noastră este la pământ deoarece an de an partidele de la putere și-au abandonat electoratele și nu va fi ușor să ieșim din criză. 15.00, 18.00 Astăzi PDM și-a prezentat echipa și platforma electorală. Inserturi cu Dumitru Diacov, Marian Lupu și Veaceslav Nedelea. Relatare de 2 minute și 40 secunde. 17.00 PDM dă startul campaniei electorale prin prezentarea echipei și platformei electorale. Ne lansăm într-o campanie electorală la capătul căreia avem datoria să facem o Moldovă democratică și sunt convins că împreună vom reuși. Avem nevoie de soluții consistente pentru a construi o țară puternică...	15.00, 18.00 Este greu să se distingă unde este citatul și unde este vorbirea prezentatorului. Reportaj de la evenimentul lansării. Cu lungi inserturi din liderii acestuia. Durata și construcția știrii este diferită de celelalte știri prezentate în buletinele de la Prime Fm. Știrea este parțială și nu este echidistantă. 17.00 Citate mari din declarațiile lui Marian Lupu și Valeriu Lazăr. Știre parțială și echidistantă. <i>Este pentru prima dată când Prime FM are știri din electorală atât de mari și cu multe citate. Prezentatorii au probleme la identificarea surselor, de aceea de mai multe ori este greu să faci distincții între citate și prezentarea evenimentului. Majoritatea subiectelor despre lansarea campaniei electorale a PDM sunt parțiale și puțin echidistante. Nu putem vorbi de echilibru. Acesta lipsește cu desăvârșire.</i>
10	Radio Moldova	16.00, 17.00 PDM s-a lansat astăzi în campania electorală	16.00, 17.00 Știre imparțială și

	pentru alegerile anticipate. Partidul va merge cu sloganul „Pentru Moldova, pentru tine”. În cadrul solemnității au fost prezenți cei 103 candidați și oaspeți de onoare din străinătate. PDM își propune să protejeze drepturile persoanelor defavorizate, dezvoltarea infrastructurii și creșterea nivelului de trai. Citat din Marian Lupu despre ajutoarele din afară. Primele zece poziții sunt ocupate de... <i>18.00</i> PDM s-a lansat astăzi în campania electorală pentru alegerile anticipate. Reportaj de la lansarea campaniei cu trecerea în revistă a punctelor din programul electoral. Interviu cu Marian Lupu despre soluțiile pe care le vede pentru ieșirea din criză. <i>19.00</i> PDM s-a lansat astăzi în campania electorală pentru alegerile anticipate. Partidul va merge cu sloganul „Pentru Moldova, pentru tine”. Din discursurile liderilor partidului de la tribună <i>nu au lipsit evident promisiunile electorale</i>, printre care crearea locurilor de muncă, integrarea în UE. Relatare de la lansare.	echidistantă, preluată din fluxul Moldpres. <i>18.00</i> Material imparțial și echidistant. <i>19.00</i> Material cu citate lungi din cuvântarea liderului PD, Marian Lupu și a vicepreședintelui PD, Valeriu Lazăr. Material echidistant și imparțial, cu excepția unei remarci făcute de prezentatorul știrilor. <i>Știrile de la evenimentul lansării campaniei electorale a PDM, sunt în general echidistante și imparțiale, chiar dacă jurnaliștii de la Radio Moldova mai scapă câte o opinie proprie în relațiile cu cele afirmate de politicieni. Nu putem vorbi deocamdată și de echilibru în aceste materiale.</i>
--	---	--

Concluzii Patru posturi de televiziune – 2 Plus, Prime TV, NIT și N4 nu au reflectat evenimentul deoarece nu au avut buletine de știri, la fel a procedat și postul de radio Vocea Basarabiei. Posturile publice de radio și televiziune au prezentat relatări imparțiale și echidistante de la lansarea în campania electorală a Partidului Democrat, chiar dacă acestea nu au fost și echilibrate că să ofere mai multe explicații pe marginea programului electoral și a listei de candidați pentru funcția de deputat din partea PDM. La fel a procedat și Jurnal TV. Singurul post care, pe lângă echidistanță și imparțialitate mai vine și cu o analiză a celor propus pentru campanie de PDM este Publika TV. Acesta a venit cu explicații din partea unor analiști, fapt care a făcut mai clar mesajul acestui concurent electoral. O surpriză pentru această perioadă de monitorizare este comportamentul postului de radio Prime FM care a avut în buletine mai multe relatări de la evenimentul de lansare a PDM în campanie. Știrile au fost lungi în comparație cu alte materiale difuzate de acest post și s-au referit pe larg la obiectivele acestui partid pentru perioada campaniei electorale. Noutatea face ca prezentatorii de știri să se mai identifice cu sursele. Cu toate acestea putem vorbi în linii mari de o prezentare imparțială și echidistantă a evenimentului.

Studiu de caz nr.5

Context 24.10.2010 Lansarea campaniei electorale PL			
N	Media	Prezentare media	Constatări
1	Moldova 1	19.00, 21.00 PL s-a lansat astăzi oficial în campanie electorală pe teritoriul cetății de la Soroca. Mihai Ghimpu a spus că cetatea a fost aleasă pentru că fără trecut nu poate fi un viitor european. Sloganul PL este „Votează schimbarea până la capăt”. Reportaj de la lansare. Parte din alocuțiunea lui Mihai Ghimpu: „Noi membrii PL ne-am asumat această sarcină și o vom duce până la sfârșit ca comunismul să piară. Libertățile omului sunt valorile pe care ni le asumăm”.	19.00, 21.00 Relatare echidistantă și imparțială. Dar nu și echilibrată. Reporterii nu au reușit să ofere detalii despre programul electoral și cine sunt candidații partidului. <i>Moldova 1 are o știre echidistantă și imparțială în două jurnale, dar aceasta nu oferă minimul despre lista candidaților și programul electoral al PL. Știrea nu este echilibrată și nu oferă o analiză a celor propuse de PL.</i>
2	N4	Nu a reflectat evenimentul.	Nu a avut buletine de știri.
3	Jurnal TV	12.00, 13.00, 14.00, 16.00 Relatări	12.00, 13.00, 14.00, 16.00 Relatările sunt

		despre lansarea campaniei electorale a PL la Soroca. 17.00, 18.00, 19.00, 20.00 PL s-a lansat astăzi oficial în campania electorală. Liderii PL au împărțit promisiuni electorale și au jurat că îi vor împiedica pe comuniști la putere. Manifestarea a avut loc în inima Sorociei, lângă fortăreața întemeiată de Ștefan cel Mare. Reportaj. Cetatea lui Ștefan cel Mare are o importanță deosebită pentru liberali, de aceea au vrut să meargă în campanie binecuvântați de marele voievod. Sloganul liberalilor este „Schimbarea până la capăt”, iar liberalizarea politicilor sociale sunt declarate obiective prioritare. Mihai Ghimpu: „Dați-ne Parlamentul și noi vă dăm Europa”.	echidistante și imparțiale. 17.00, 18.00, 19.00, 20.00 Reportaj echidistant și imparțial. <i>Relatările sunt echidistante și imparțiale. Cu toate acestea, reporterii nu întotdeauna reușesc să ofere informații despre programul electoral și candidații partidului pentru alegerile din 28 noiembrie.</i>
4	2 Plus	Nu a reflectat evenimentul.	Nu a avut buletine de știri.
5	Prime TV	Nu a reflectat evenimentul.	Nu a avut buletine de știri.
6	NIT	Nu a reflectat evenimentul.	Nu a avut buletine de știri.
7	Publika TV	08.00, 09.00, 10.00 Liberalii se lansează astăzi oficial în campania electorală. Ca și celelalte formațiuni care s-au lansat deja, Partidul Liberal a ales un mod inedit de a-și anunța platforma electorală. Liberalii vor face acest lucru în fața cetății Soroca. La eveniment vor fi prezenți toți cei 103 candidați de pe lista formațiunii, simpatizanți ai partidului și membri ai	08.00, 09.00, 10.00 Anunț imparțial și echidistant.

	organizației de tineret a Partidului Liberal. Lista candidaților va fi prezentată de președintele PL, Mihai Ghimpu. După lansarea oficială, candidații dau startul acțiunilor electorale. Ei vor avea 19 întâlniri cu alegătorii din cinci raioane din nordul țării. <i>11.00, 12.00, 13.00</i> Liberalii se lansează astăzi oficial în campania electorală. Ca și celelalte formațiuni care s-au lansat deja, Partidul Liberal a ales un mod inedit de a-și anunța platforma electorală. Liberalii vor face acest lucru în fața cetății Soroca. Relatare în direct. <i>14.00, 15.00, 16.00</i> Liberalii s-au lansat astăzi oficial în campania electorală. Partidul Liberal a ales un mod inedit de a-și anunța platforma electorală - la Cetatea Soroca. Relatare în direct și reportaj de la lansare și opinia analiștilor politici despre lansare. <i>17.00, 18.00</i> Cetatea Sorociei a avut astăzi parte de mai mulți vizitatori. PL a ales acest loc pentru a se lansa oficial în campania electorală. Reportaj. Mihai Ghimpu spune de ce a ales cetatea. „Ne-a rămas doar aceasta”. „Dați-ne Parlamentul și noi vă dam Europa”. Reportaj despre oameni care sunt un pic derutați de politica. La eveniment au participat... <i>19.00</i> Cetatea Sorociei a avut astăzi	<i>11.00, 12.00, 13.00</i> Relatarea a fost una corectă, echidistantă și imparțială. <i>14.00, 15.00, 16.00</i> Materialele sunt corecte, echidistante și imparțiale. <i>17.00, 18.00</i> Reportaj imparțial și echidistant. <i>19.00</i> Grupaj amplu de materiale – relatare în direct, reportaj, analiză, vox.
--	--	---

		parte de mai mulți vizitatori. PL a ales acest loc pentru a se lansa oficial în campania electorală. Grupaj de materiale despre materiale despre lansarea campaniei electorale a PL. Transmisiune în direct de la sediul PL. Reportaj de la Soroca. Explicații de la analiști pe marginea programului electoral și a mesajului PL. 20.00, 21.00 O greșeală de redacție. Se prezintă situația candidatului Cosarciuc, dar se arată imagini din lansarea PL la Soroca.	Toate acestea sunt imparțiale, echidistante și echilibrate. 20.00, 21.00 Reportajul este echidistant și imparțial. Reportajele puse pe post de Publika TV despre lansarea campaniei electorale a PL sunt echidistante și imparțiale, plus echilibrate. Acestea oferă informații despre felul cum a decurs ceremonia, principalele elemente ale campaniei și explicații pe marginea acestor acțiuni ale partidului.
8	Vocea Basarabiei	08.00 Anunț despre lansarea campaniei electorale a PL pentru alegerile parlamentare. Lansarea are loc la Soroca. După lansare vor avea loc alte 19 întâlniri a conducerii PL cu locuitorii din nordul țării. 12.00 PL se lansează la Soroca în campanie electorală. Reportaj în direct după care urmează transmisiunea în direct a lansării campaniei electorale a PL.	08.00 Știre imparțială și echidistantă. 12.00 Material echidistant și imparțial despre ultimele lucrări de pregătire înainte de lansare. Radio Vocea Basarabiei a avut un comportament corect. A transmis știri echidistante și imparțiale.
9	Prime FM	14.00 PL se lansează în campanie electorală la Soroca. Liberalii au ales cetatea Soroca pentru a-și anunța platforma. La eveniment vor fi prezenți toți cei 103	14.00 Știre imparțială și echidistantă.

		candidați, precum și simpatizanții formațiunii. Lista va fi prezentată de Mihai Ghimpu. Lansarea va fi continuată de alte 19 întâlniri cu alegătorii în raioanele de nord. <i>15.00, 18.00</i> La Soroca, PL și-a lansat campania electorală în cetatea medievală în prezența liderului Mihai Ghimpu. Acesta a declarat Europa ne trebuie astăzi ca niciodată, comunismul trebuie să dispară ca să nu mai aducă suferință. Libertatea individului, economică, socială sunt valori pe care le promovează PL. Libertatea nu comunismul lui Voronin va salva RM. Cu dreapta nu cu stânga vom ajunge în Europa. În cadrul unui interviu, vicepreședintele Dorin Chirtoacă a menționat motivele din care au ales cetatea Sorocii și a recapitulat principalele proiecte ale campaniei PL.	<i>15.00, 18.00</i> Știre imparțială și echidistantă. <i>Postul difuzează trei știri despre lansarea campaniei electorale a PL. Toate sunt imparțiale și echidistante.</i>
10	Radio Moldova	<i>19.00</i> PL s-a lansat astăzi oficial în campania electorală 2010. Sloganul formațiunii este „Alege schimbarea până la capăt”. Evenimentul a avut loc la Soroca, iar participanții au fost simpatizanții, liderii și candidații formațiunii. Reportaj.	<i>19.00</i> Liderul a menționat principalele priorități ale PL. Au vorbit și membrii PL, candidații. <i>Reportaj echidistant și imparțial.</i>
Concluzii Patru din cele 10 posturi de radio și televiziune monitorizate – N4, 2 Plus, Prime TV și NIT – nu au reflectat lansarea în campanie a Partidului Liberal, deoarece nu au avut buletine de știri în ziua respectivă. Postul public de televiziune Moldova 1 a avut un reportaj difuzat în cele două jurnale de știri. Subiectul este foarte scurt și nu oferă destule informații despre lansare,			

program electoral și candidați. La fel se întâmplă și cu Radio Moldova. Cu toate acestea, jurnaliștii au dat dovadă de imparțialitate și echidistanță. La fel au procedat și cei de la Radio Vocea Basarabiei și Prime FM, care au avut mai multe știri de la față locului. Și posturile Publika TV și Jurnal TV au avut un comportament echidistant și imparțial în reflectarea evenimentului de la Soroca. Publika TV este însă singura televiziune care oferă și explicații ale unor analiști politici pe marginea lansării campaniei electorale a Partidului Liberal, ceea ce face ca acest post de televiziune să fie singurul echilibrat, adică să explice mesajul electoral al formațiunii politice.