

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

Raport nr. 3  
25-31 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 acces 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](http://www.omg.md), [www.unimedia.md](http://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 masiv, 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 modalităților 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  
AV = Partidul „Alianța Verde”  
PRES = Președintele, președinția  
PARL = comisii parlamentare  
MIN = prim-ministrul, miniștrii  
CEC = Comisia Electorală Centrală și birourile, secțiile 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 = Experti (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  
GR= Gheorghe Rusu  
EN=Eugen Nazarenco

### **Subiecte pe agenda publică din perioada 25-31 octombrie 2010**

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

- Continuă înregistrarea de către Comisia Electorală Centrală a candidaților în cursa electorală.
- Comisia Electorală Centrală a fost sesizată cu referire la posibile fraude din partea PCR, acuzat de spălare de bani și de falsificarea listei persoanelor care au făcut donații pentru partid în campanie. Ca rezultat, rapoartele financiare ale tuturor partidelor sunt examinate de Centrul pentru Combaterea Crimei Organizate și Corupției.
- Portalul web „Omega” difuzează un material numit „investigație jurnalistică”, în care sunt aduse grave acuzații guvernului că ar fi provocat artificial inundațiile din vară pentru a salva de inundații orașul românesc Galați.
- Guvernul României reacționează prin intermediul ambasadorului în RM, care cere partidelor politice să nu implice România în scandaluri electorale.
- Societatea civilă face publice mai multe rapoarte privind modul în care se desfășoară campania.
- Republica Moldova este vizitată de o delegație a Adunării Parlamentare a Consiliului Europei interesată de monitorizarea desfășurării alegerilor.
- Moldova este vizitată de Prim-ministrul Ungariei, care anunță despre sprijinul Ungariei în promovarea reformelor și integrarea europeană.
- 150 de membri ai filialei Buiucani a Partidului Democrat anunță că se retrag din partid pe motiv că partidul ar fi fost vândut lui Vlad Plahotniuc.
- Postul de televiziune NIT este sancționat de către Consiliul Coordonator al Audiovizualului pentru neasigurarea pluralismului de opinie în buletinele de știri.

### 3. Tendințe generale

#### 3.1 Audiovizual

În perioada 25-31 octombrie 2010, cele 10 posturi audiovizuale monitorizate au difuzat în total 1965 de materiale cu impact electoral direct sau indirect. Acestea au ținut în vizor atât înregistrarea concurenților electorali, procesul de organizare a alegerilor, monitorizarea campaniei de către instituții locale și străine, presupusa falsificare a raportului financiar de către PCRM, cât și acuzațiile de provocare artificială a inundațiilor de către guvernare.

Cele mai multe materiale au fost știri și emisiuni de opinie, în care reprezentanții concurenților electorali au apărut pe rol de surse citate direct sau indirect. Totodată, au fost puse pe post și publicitate electorală, programe electorale speciale, în special dezbateri, fiind oferite și timpi de antenă gratuită, de către posturile publice. Dintre posturile TV, cel mai mare volum de știri și emisiuni relevante prezentei monitorizării au fost difuzate de Jurnal TV, urmat de Publika TV și NIT, iar dintre posturile de radio – de Radio Moldova, care pe lângă știri, emisiuni de opinie, programe electorale speciale, a oferit și timpi de antenă gratuită. Marea majoritatea a posturilor au reușit să asigure pluralism de opinie în materialele relevante prezentei monitorizării.

Posturile publice Moldova 1 și Radio Moldova au continuat să ofere acces în știri și programe mai multor concurenți electorali, inclusiv celor reprezentând partidele extraparlamentare și candidații independenți. De cele mai dese ori în calitate de surse au fost citați reprezentanții partidelor constituente ale Alianței pentru Integrarea Europeană, dar și ai principalului partid de opoziție PCRM. Se remarcă reducerea frecvenței citării ca surse a Președintelui interimar și Prim-ministrului în materiale cu impact electoral indirect. În majoritatea cazurilor, subiectele relevante au fost prezentate în context neutru; unii concurenți electorali au apărut și în lumină fie pozitivă, fie negativă, în funcție de subiectul reflectat.

Postul privat cu acoperire națională Prime TV a reflectat în special subiectele cu conotație electorală directă, oferind acces mai multor concurenți. În materialele acestui post de cele mai dese ori au fost citați reprezentanții PCRM, care au apărut de cele mai multe ori în context negativ. Dintre membrii Alianței pentru Integrare Europeană în materialele relevante au fost prezenți reprezentanții AMN, PL și PD, preponderent în context neutru și pozitiv.

Postul privat NIT continuă campania întru susținerea președintelui PCRM, făcând partizanat politic deschis în favoarea acestui concurent electoral. PCRM a fost masiv prezent atât în știri, cât și în emisiuni, apărând preponderent în lumină pozitivă. Alianța de guvernământ și partidele componente ale acesteia au fost în marea majoritate a cazurilor defavorizate. Postul a eșuat să asigure pluralism de opinie, partidele extraparlamentare și concurenții independenți având acces limitat la acest post de televiziune cu acoperire națională.

Alt post privat cu acoperire națională 2 Plus reflectă, în continuare, pasiv campania, oferind publicului informație sumară despre concurenți și platformele lor electorale. Astfel, postul respectiv nu își îndeplinește pe deplin rolul de a informa publicul cu privire la diferiți concurenți electorali. 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 cuvânt mai multor concurenți, inclusiv candidaților independenți; de cele mai multe ori, însă, postul a oferit acces reprezentanților PCRM, reflectat preponderent în context neutru.

Posturile de știri Publika TV și Jurnal TV continuă să reflecte activ evenimentele cu conotație electorală, în 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 contextul reflectării. Nu este evidentă vreo tendință de favorizare a anumitor concurenți. Judecând după frecvența apariției concurenților în context pozitiv și negativ, la Jurnal TV și Publika TV se remarcă o ușoară defavorizare a PCRM.

Postul privat de radio Vocea Basarabiei a reflectat activ subiectele cu caracter electoral direct sau indirect, în special în buletine de știri, emisiuni de opinie și programe electorale speciale, iar Prime FM s-a limitat la buletine de știri. La Vocea Basarabiei și la Prime FM se remarcă o defavorizare a PCRM, iar la Vocea Basarabiei - favorizarea PL, PLDM și AMN.

### *3.2 Presa scrisă/Agenții de presă/Portaluri web*

În săptămâna 25-31 octombrie 2010, presa scrisă s-a implicat mai activ în reflectarea campaniei electorale, numărul de materiale jurnalistice – știri/reportaje, articole de opinie, articole de educație electorală și de prezentare a programelor electorale ale concurenților electorali, fiind în creștere față de perioada precedentă de monitorizare. Astfel, dacă în precedentele **două săptămâni** cele 16 ziare, agenții de presă și portaluri web au publicat 806 materiale relevante despre campania electorală și concurenții în alegeri, într-o singură săptămână de la finele lunii octombrie numărul materialelor publicate a fost de 508.

În ziare, campania electorală este mediatizată mai mult în materiale de opinie, decât în știri, ceea ce indică asupra tendinței de a umple spațiul de ziar cu opinii despre candidați și interpretări ale acțiunilor acestora, și nu cu fapte/evenimente relatate echidistant. A crescut substanțial volumul de publicitate electorală în ziare, în săptămâna de raport reclama ocupând 28% din suprafața alocată materialelor despre campania electorală. Numărul materialelor de educație electorală este în continuare foarte mic, unele instituții mass-media neglijând această modalitate onestă de informare a cetățenilor despre felul în care își pot exercita dreptul de vot.

Se menține divizarea instituțiilor mass-media în funcție de preferințele politice ale editorilor.

Câteva instituții mass-media (site-ul [www.omg.md](http://www.omg.md), ziarele *Nezavisimaia Moldova*, *Moldova Suverană*) au un comportament editorial părtinitor, îndreptat, pe de o parte, spre promovarea concurentului electoral PCRM, iar pe de altă parte, spre discreditarea oponentilor politici ai PCRM – Alianța pentru Integrarea Europeană (AIE) în general și a partidelor PLDM și PL în particular. În unele cazuri, materialele selectate pentru publicare de aceste instituții mass-media poartă un caracter de speculație mediatică care distorsionează faptele și nu oferă dreptul la replică.

Ziarele *Timpul de dimineață* și *Jurnal de Chișinău* critică PCRM sau îl prezintă în context preponderent negativ. Concurenții electorali ne-comuniști, în special PLDM și PL, sunt favorizați în special în materialele de opinie.

Portalul informativ [www.unimedia.md](http://www.unimedia.md) defavorizează PCRM și prezintă mai mult în context pozitiv partidele necomuniste, în special pe cele de orientare liberală.

Ziarul *Flux* îi critică pe toți concurenții electorali, cu excepția PPCD care este favorizat atât în știri, dar în special în materialele de opinie. O abordare editorială preponderent critică în raport cu majoritatea concurenților electorali manifestă și ziarele *Evenimentul Zilei* și *Panorama*. Ambele publicații defavorizează mai mult concurentul electoral PCRM, *Evenimentul Zilei* – și concurenții electorali PL sau PLDM, fără tendințe de favorizare a vreunui alt concurent în alegeri.

Ziarele locale independente *Cuvântul* și *Gazeta de Sud* au publicat știri în principal neutre, iar în materialele de opinie concurentul electoral PCRM a apărut mai mult negativ decât pozitiv, remarcându-se tendințe ușoare de favorizare a PLDM.

Ziarele locale publice *Vesti Gagauzii* și *Golos Bălți* par să se fi autoînlăturat de la reflectarea campaniei electorale și în săptămâna de raport nu au publicat nici un material la această temă, cu excepția publicității din partea concurenților electorali. Nu se implică foarte mult în reflectarea campaniei nici *Komsomolskaia pravda v Moldove* care îi oferă cititorului informație succintă, în schimb multă reclamă electorală. În puținele materiale de opinie, publicate de acest ziar, se remarcă o tendință ușoară de favorizare a PCRM.

Agenția de știri *Moldpres* favorizează alianța de guvernământ, iar agenția de știri *Infotag* păstrează o echidistanță relativă în raport cu AIE, concurenții electorali fiind prezentați atât în lumină pozitivă, cât și negativă, în cazul PCRM predominând contextul defavorizant.

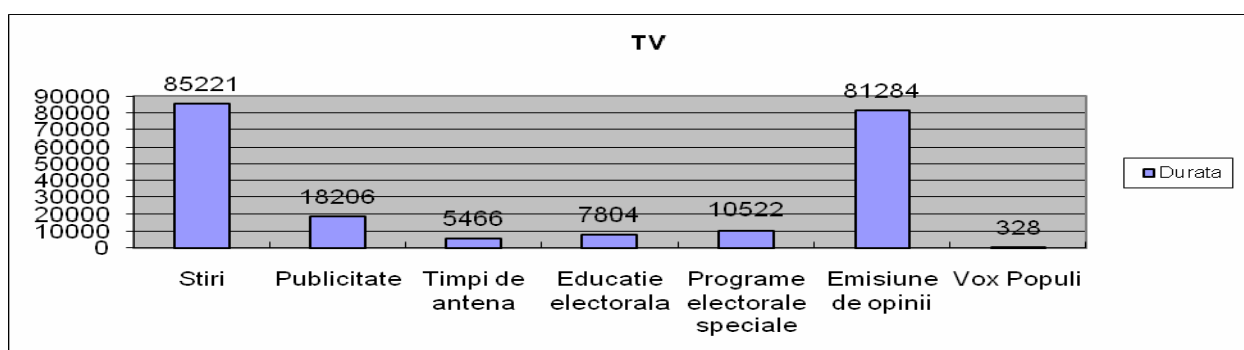
#### 4. Datele monitorizării. Presa audiovizuală

##### 4.1 Implicarea în campania electorală

###### 4.1.1 TV

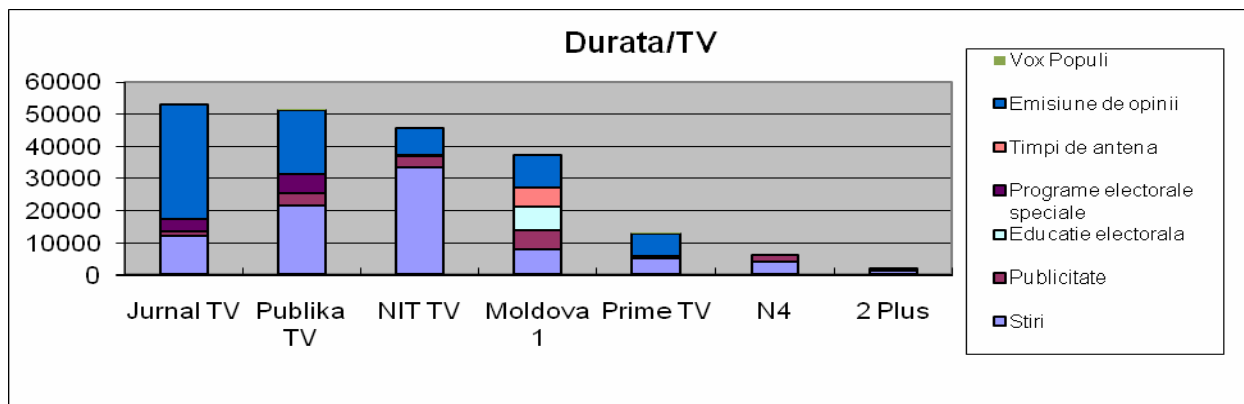
În perioada 25-31 octombrie 2010, cele șapte posturi de televiziune monitorizate au avut în total 1330 de materiale și emisiuni cu impact electoral, cu o durată totală de aproximativ 58 ore. Cel mai mare volum a revenit buletinelor de știri, urmate de emisiunile de opinie și de publicitate electorală. Totodată, posturile tv au difuzat materiale de educație electorală, programe electorale speciale și timpi de antenă grațiuți (vezi Digrama 1). Spațiul alocat Vox Populi a fost relativ mic.

Diagrama 1. Volumul materialelor cu tentă electorală difuzate de 7 posturi tv în perioada 25-31 octombrie, sec.



Cel mai mare volum de materiale relevante au fost puse pe post de *Jurnal TV și Publika TV*, fapt explicat de specificul acestor două posturi de nișă, care difuzează 24 de ore din 24. Cea mai mare diversitate de materiale relevante a fost înregistrată la postul public Moldova 1, care a reflectat campania atât în știri, cât și în emisiuni de opinie, oferind de asemenea timpi de antenă gratuită și emisiuni de educație electorală. Unele posturi au inclus în grila de emisie programe electorale speciale (*Jurnal TV și Publika TV*) (vezi Diagrama 1.1). În tematica buletinelor de știri au predominat politicul și procesul electoral, urmate de subiectul integrării europene.

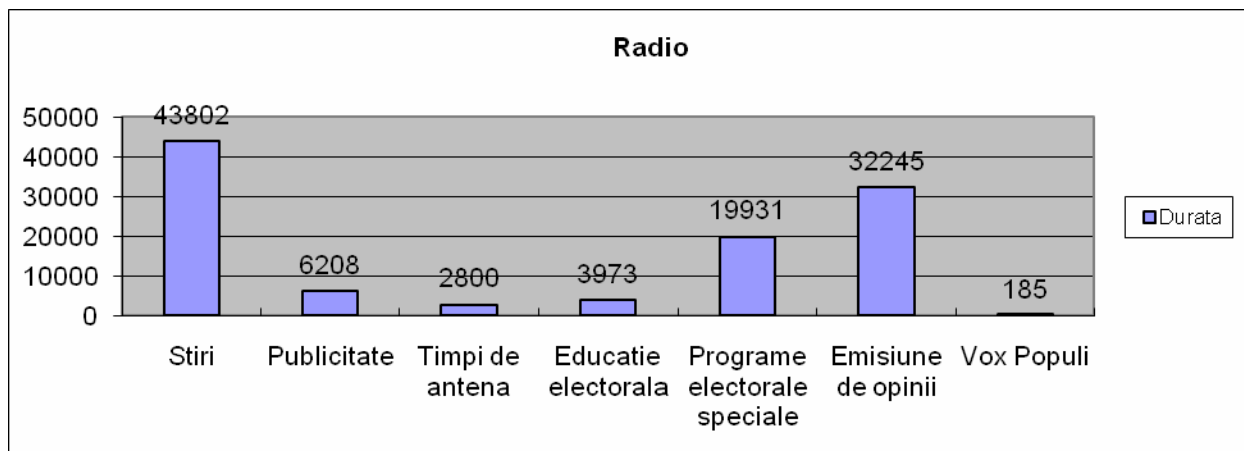
Diagrama 1.1. Volumul și genul materialelor electorale difuzate de posturile TV în perioada 25-31 octombrie, sec



#### 4.1.2 Radio

În perioada 25-31 octombrie, numărul materialelor cu impact electoral la cele trei posturi radio a crescut până la 635 (în perioada precedentă, care a cuprins 2 săptămâni, numărul acestora a constituit 456). Volumul total al materialelor relevante prezentei monitorizări a fost de 30,3 ore. Au prevalat știrile, dar au fost puse pe post și emisiuni de opinie, și materiale de educație electorală, au fost oferite 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 de radio în perioada 25-31 octombrie, sec.

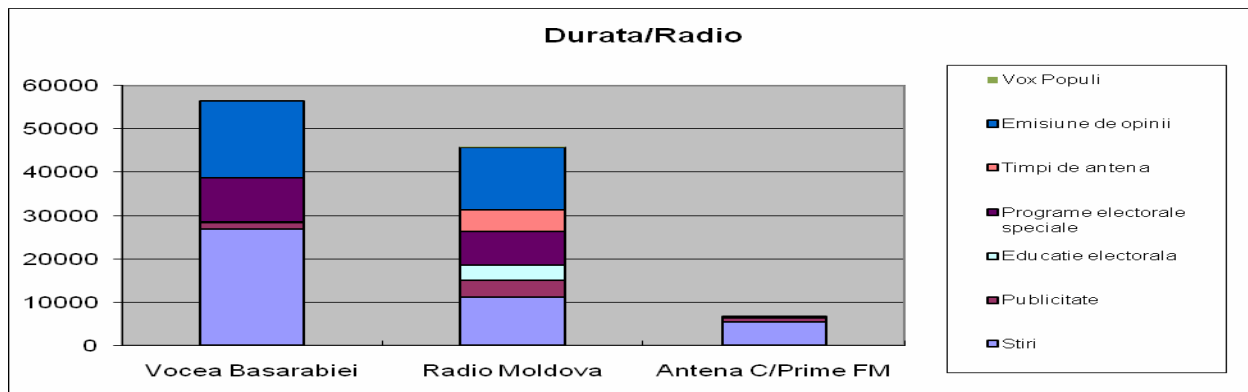


Cele mai multe materiale relevante au fost puse pe post de Radio Moldova, care a reflectat campania în știri, emisiuni de opinie, materiale de educație electorală. Totodată, postul public a



oferit timp de antenă gratuit concurenților electorali, a difuzat programe electorale speciale și spoturi publicitare. Și Vocea Basarabiei s-a evidențiat prin volumul mare de știri, emisiuni de opinie 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, urmate la distanță de integrarea europeană.

Diagrama 2.2. Volumul și genul materialelor electorale difuzate de posturile de radio în perioada 25-31 octombrie, sec.



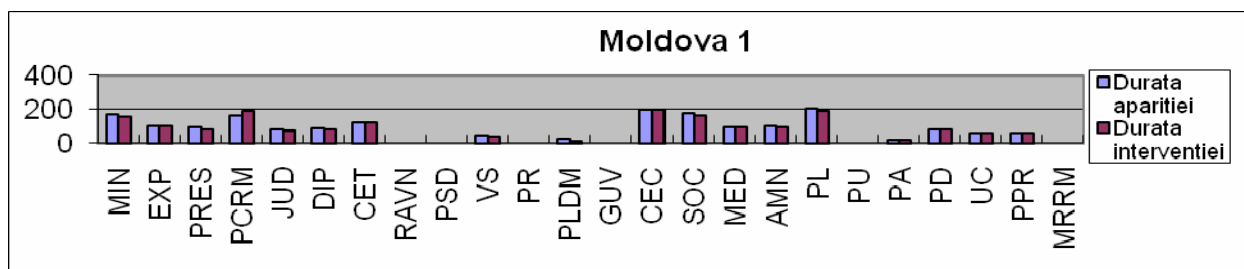
#### 4.2 Frecvența citării concurenților electorali ca surse ale știrilor electorale, apariții la TV, intervenții directe în știri cu implicații electorale



În perioada 25-31 octombrie 2010, postul public Moldova 1 a ținut în vizor majoritatea subiectelor de pe agenda publică. În total, Moldova 1 a avut 79 de știri cu tentă electorală.

Prim-ministrul împreună cu alți miniștri care nu au degrevat în campanie au fost citați ca surse de 9 ori, cu durata totală a apariției pe ecran de 168 sec. Președintele interimar a apărut în calitate de sursă de 6 ori, cu durata de 93 sec. Separat, la partidele membre ale AIE s-a făcut referire în știri după urmează: AMN – 6 ori (100 sec), PDM - 4 ori (82 sec), PLDM - 7 ori (29 sec) și PL - 10 ori (208 sec). Principalul partid de opoziție, Partidul Comuniștilor, a fost citat direct sau indirect de 18 ori, cu o durată a apariției la tv de 166 sec. Celelalte partide și candidați independenți luați împreună au servit drept surse de știri de 19 ori, reprezentanții lor apărând pe ecran timp de 166 sec. Una din sursele citate frecvent în perioada de raport este CEC – 19 ori (198 sec). La cetățenii de rând s-a recurs în calitate de surse de 5 ori (125 sec), iar la experți - de 4 ori (102 sec) (vezi Diagrama 3).

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



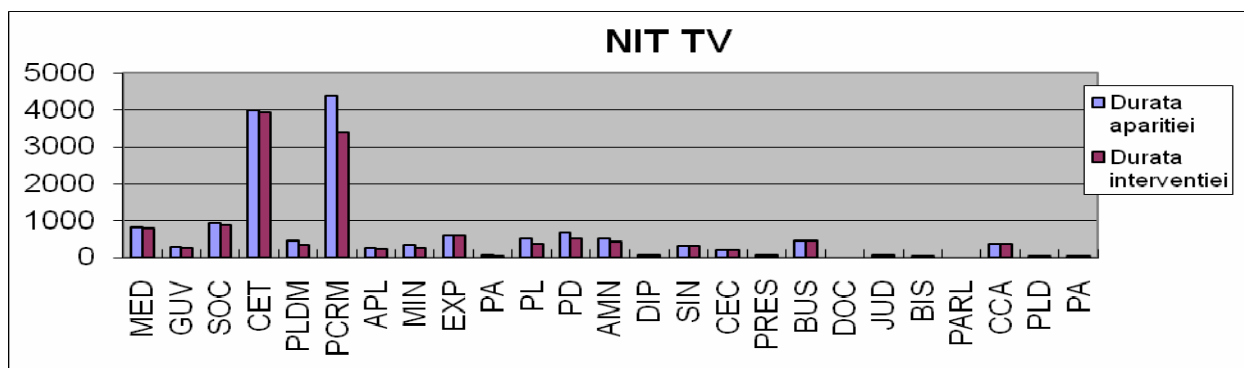
În emisiunile relevante puse pe post de Moldova 1 în perioada respectivă apar preponderent reprezentanții societății civile - 2833 sec, ai CEC - 2202 sec, ai administrației publice locale – 2063 sec. și experții locali și străini – 1244. În perioada de raport, 4 concurenți electorali au beneficiat de timpi de antenă grațuiți, de câte 20 min, având astfel posibilitatea să-și facă cunoscute platformele electorale și să răspundă la întrebările cetățenilor.



La postul privat cu acoperire națională NIT, întâietatea în sensul frecvenței și apariției pe ecran îi revine PCRM – pe parcursul unei săptămâni acesta a fost citat de 133 de ori, cu o durată totală de 4400 sec. Președinția, Prim-ministrul și oficialii de rang înalt din Guvern sunt citați direct sau indirect de 18 ori, cu durata totală de 394 sec. La partidele constituente AIE s-a făcut referire de multiple ori: PLDM a fost citat de 26 ori, cu durata de 453 sec, PDM – 41 ori (673 sec), PL – 29 ori (511 sec), iar AMN – 17 ori (502 sec). Celelalte partide extraparlamentare au apărut ca surse pe parcursul a doar 66 sec, de cele mai multe ori acestea fiind citate indirect (în total de 8 ori). Și în această perioadă se remarcă prezența mare a cetățenilor, care au fost citați ca surse de 144 de ori, pe durata a 3999 sec, preponderent în materialele din campania întru susținerea liderului PCRM. De remarcat că în perioada de raport NIT a urmărit în de aproape subiectul privind acuzațiile la adresa guvernării că ar fi dispus detonarea barajului de la Nemțeni, provocând astfel inundațiile și chiar moartea oamenilor. Materialele preluate de pe Omega, dar și știrile proprii, și emisiunile de opinie au fost organizate zilnic, acestora fiindu-le oferite spațiu amplu (vezi Diagrama 4). Din 27 noiembrie până la 30 noiembrie, NIT a pus pe post știri la tema respectivă cu volumul total de aproximativ o oră. Totodată, postul a avut emisiunea „Impact”, cu durata de 3110 sec, la care au participat directorul Omega, care a produs materialul „Trădați de vii”( acesta fiind candidat pe listele PCRM), și un analist politic. În studio nu au fost invitați experți și factori de decizie care ar fi putut vărsa lumină asupra acuzațiilor.

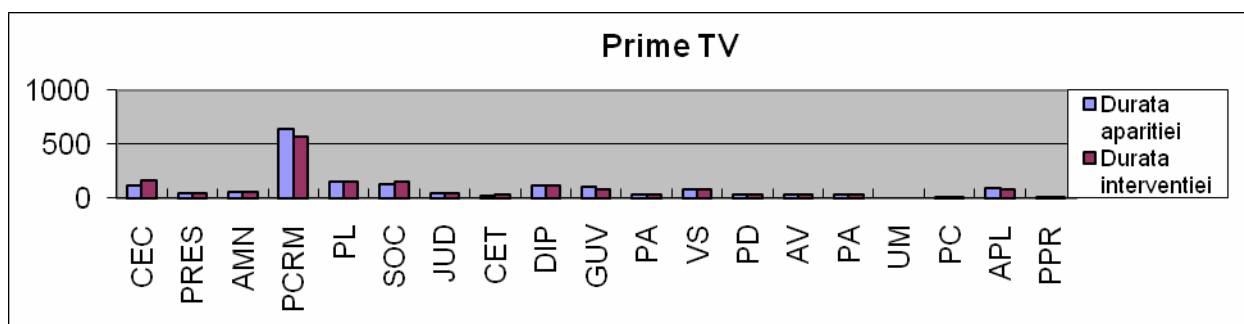
În materialele de opinie au apărut preponderent experți, și reprezentanții PCRM, dar și cetățeni simpli cu 1752 sec, 1433 sec și, respectiv, 576 sec.

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



Postul privat cu acoperire națională Prime TV a reflectat subiectele cu impact electoral direct sau indirect, oferind deseori cuvînt atît reprezentanților concurenților electorali, cît și ai societății civile, oamenilor de rînd, experților locali și internaționali, Comisiei Electorale Centrale etc. Președintele interimar și reprezentanții Președinției au servit drept surse de informare directe sau indirecte în 4 cazuri, apărînd pe ecranul televizorului timp de 45 sec. Separat, PL a fost citat în știri de 6 ori (150 sec), AMN - de 5 ori (63 sec), PD – de 2 ori (30 sec). PLDM, la fel ca și Prim-ministrul și alți miniștri care nu au degrevat din funcție, nu au avut nici o apariție la Prime TV, iar la PCRM s-a făcut referire de 21 de ori (639 sec), în special în știri care lansează acuzații la adresa guvernării sau în cele în care vin replici la acuzațiile aduse PCRM. Reprezentanții CEC au fost citați de 18 ori (115 sec), iar la societatea civilă s-a făcut trimitere de 7 ori (134 sec.) Ceilalți concurenți electorali au apărut la Prime TV ca surse de 9 ori, cu durata apariției pe ecran de 171 sec în total.

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

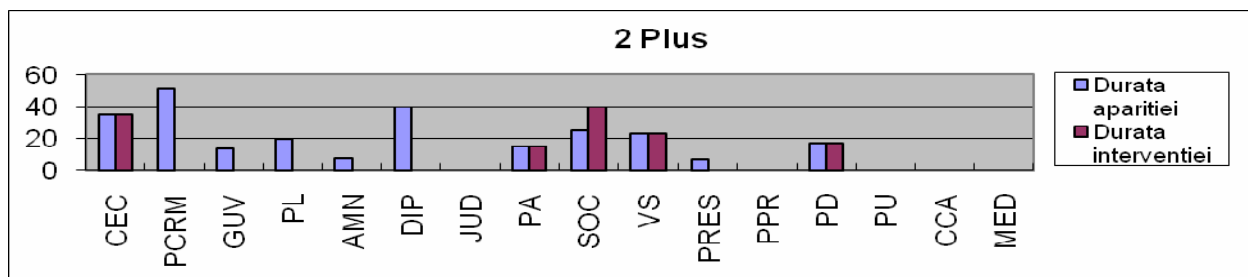


În emisiunile puse pe post de Prime TV în perioada de raport, cea mai mare intervenție au avut-o reprezentanții societății civile – 4089 sec, urmați de CEC – 3146 sec și reprezentanții Președinției – 1501 sec. Pe lângă spoturile PDM, în perioada de raport pe post au fost puse și spoturile electorale ale PLDM.



La postul privat cu acoperire națională 2 Plus se remarcă aceleași tendințe ca și la Prime TV. Prim-ministrul și miniștrii care nu au degrevat din funcție nu apar în materialele cu impact electoral direct sau indirect. Președintele interimar apare în știri cu tentă electorală o singură dată, cu durata de 7 sec. Ca partide separate, dintre partidele membre AIE, au fost citate PD, AMN și PL, în total de 5 ori, cu durata de 45 sec. La PCRM s-a făcut trimitere de 8 ori, cu durata totală a apariției la tv de 51 sec. Celelalte partide extraparlamentare și candidați independenți au fost citați rareori – de doar 3 ori, cu durata de 27 sec. De notat că în unele cazuri, concurenții electorali doar au apărut pe ecranul televizorului, fără a avea intervenții directe. 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.

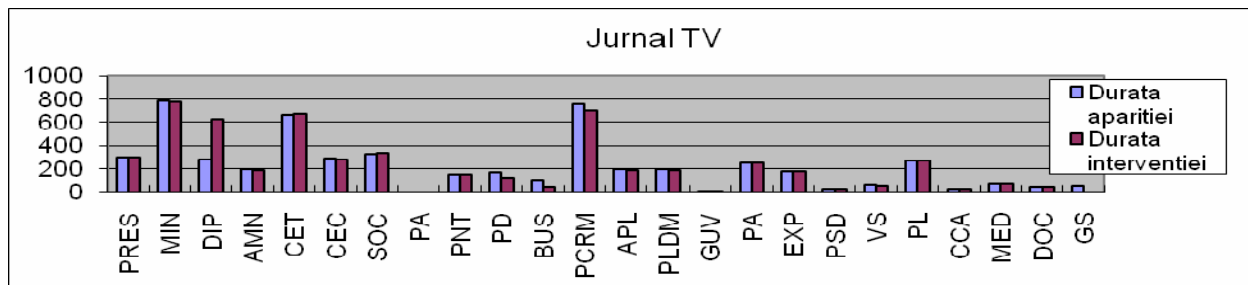
Diagrama 6. Durata apariției concurenților electorali și a intervenției directe la 2 Plus, sec.



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 35 ori, apărând pe ecran timp de 1082 sec în total. Separat, la PLDM s-a făcut referire de 7 ori, cu durata de 195 sec, PL - 15 ori (273 sec), PD - 15 ori (163 sec) și AMN - 11 ori (195 sec). Reprezentanții PCRM au fost citați ca surse de 29 de ori, cu durata de 753 sec.

Partidele extraparlamentare și candidații independenți au fost citați direct sau indirect la Jurnal TV de 11 ori, cu durata totală de 284 sec, dintre care aproximativ jumătate au revenit PNT - citat de 6 ori (147 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.



În materialele altele decât știri, de la Jurnal TV, cel mai mult spațiu a fost alocat experților străini și locali – 7848 sec, Prim-ministrului și altor miniștri – 3162, dar și cetățenilor simpli – 2028 sec. și reprezentanților societății civile – 4287 sec. Dintre partidele extraparlamentare în emisiunile de la Jurnal TV a fost prezent doar PNT – 1860 sec.

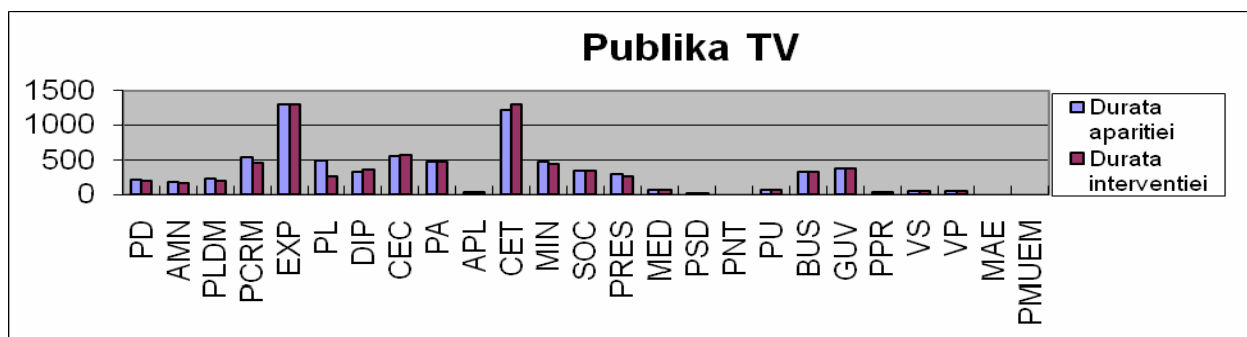


Publika TV este lider la capitolul diversitate și pluralism de opinie în buletinele de știri, oferind cuvânt în știrile sale unui număr divers de surse, dintre care în 51 cazuri (783 sec) a fost vorba de Președintele interimar și Prim-ministru și alți miniștri care nu au degrevat în campanie.

Separat, partidele aflate la guvernare au apărut în calitate de surse: PL – de 23 ori (496 sec), AMN – de 21 ori (188 sec), PDM – de 23 de ori (220 sec) și PLDM – de 17 ori (233 sec).

PCRM a fost citat în total de 47 de ori, reprezentanții partidului apărând pe ecranul tv timp de 551 sec. Se remarcă și numărul mare al celorlalti concurenți electorali, care au fost citați ca surse în știri de 25 ori (236 sec). Publika TV a oferit spațiu destul de mare și experților din diferite domenii, atât din țară cât și din străinătate, care au fost citați de 43 de ori, cu durata de 1298 sec, cetățeni simpli - 55 ori (1214 sec), CEC - 98 ori (1068 sec).

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

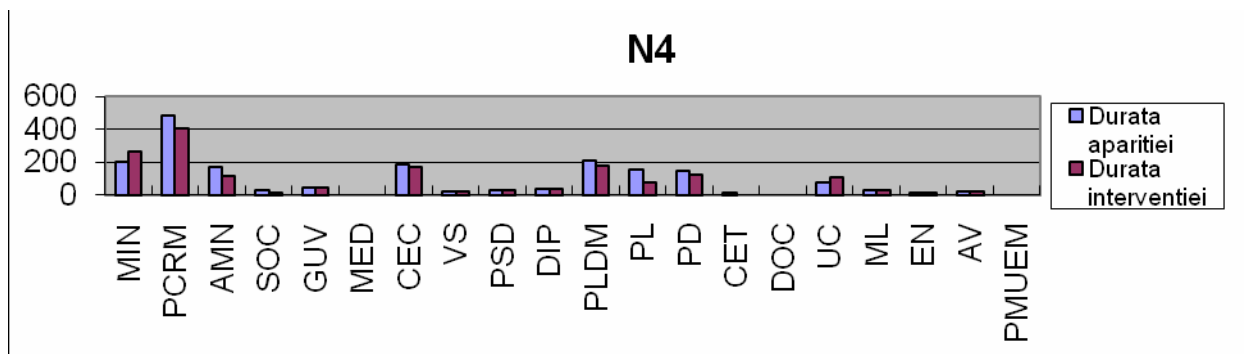


În emisiunile și materialele de opinie difuzate de Publika TV au participat preponderent experți, care au avut ocazia să intervină pe parcursul a 5152 sec, urmați de reprezentanții PDM, PLDM și PCRM, cu intervenții de câte 1794 sec, 1482 și, respectiv, 1085 sec. Concurenții electorali reprezentaând partide extraparlamentare și candidați independenți au fost citați în materiale, altele decât știrile, pe durata a 2181 sec. în total.



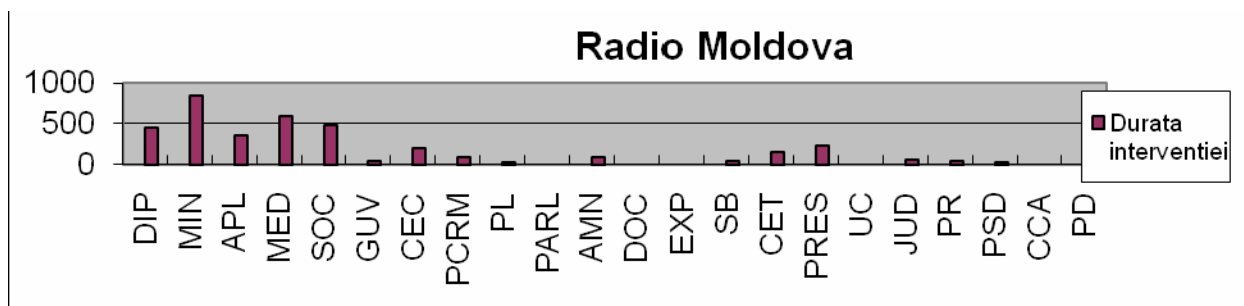
La postul tv cu acoperire regională N4, întâietate în topul surselor citate în știrile cu conotație electorală revine PCRM – 19 ori (481 sec), urmat de PLDM cu 208 sec (8 ori). Prim-ministrul și alți miniștri care activează în guvern au fost citați de 6 ori pe durata a 202 sec. Celorlalte 3 partide membre ale AIE le-a fost alocat spațiu relativ egal: AMN, 171 sec, PL – 157 sec și PD - 146 sec. Partidele extraparlamentare și deputații independenți au fost citați direct sau indirect de 11 ori, cu durata totală de 197 sec. N4 nu a avut în perioada de raport nicio emisiune sau alte materiale de opinie.

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



În știrile cu impact electoral direct sau indirect, postul public Radio Moldova a citat frecvent experți din cadrul organizațiilor neguvernamentale, cetățenii de rând, și CEC. Totuși, prioritate au avut oficialii, aceștia reprezentând structurile de stat de nivel înalt. Astfel, Președintele, Prim-ministrul și alți miniștri care nu au degrevat au apărut la Radio Moldova ca sursă de știri de 30 de ori (1062 sec). Dintre partidele membre ale AIE, în perioada de raport ca surse de știri au apărut doar reprezentanții AMN (90 sec), PD (76 sec) și PL (34 sec). Reprezentanții PCRM au fost citați în total de 5 ori (87 sec). Societatea civilă a apărut ca sursă de 16 ori (485 sec), iar cetățenii de rând - de 8 ori, cu durata de 150 sec. Celelalte partide extraparlamentare și candidați independenți au acumulat împreună 117 sec, fiind citați direct sau indirect de 4 ori.

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



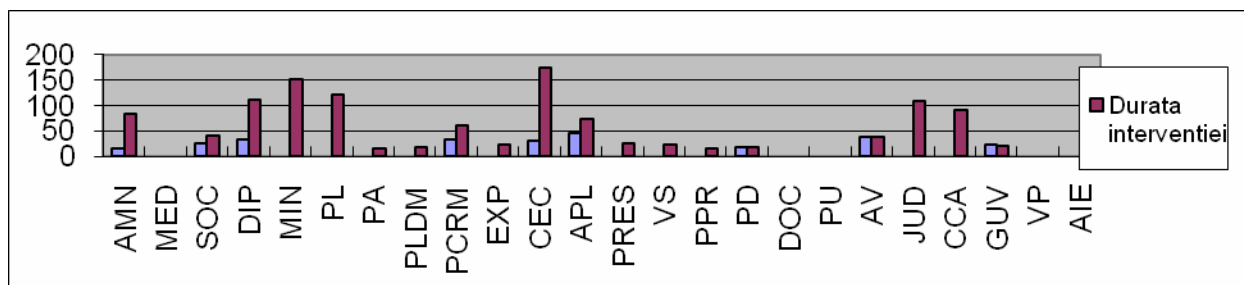
În materialele de opinie, cei mai vizibili continuă să fie reprezentanții societății civile – 7899 sec, urmați de cetățeni simpli - 2992 sec și CEC 1448 sec. Dintre partidele membre ale AIE, AMN a intervenit pe parcursul a 1448 sec. Datorită timpilor de antenă grațiuți oferiți de Radio Moldova, patru concurenți au avut posibilitatea să-și prezinte platformele electorale.



În programele sale de știri, postul privat de radio Prime FM a oferit mai mult acces reprezentanților CEC, diplomaților și reprezentanților organizațiilor internaționale, și ai APL. Postul a difuzat câteva materiale cu conotație electorală în care au apărut ca surse Președintele interimar, Prim ministrul sau alți miniștri, aceștia fiind citați în total de 8 ori, fiindu-le alocate 60 sec în total. PLDM a fost citat direct sau indirect de 3 ori, cu un volum total al intervenției de 18

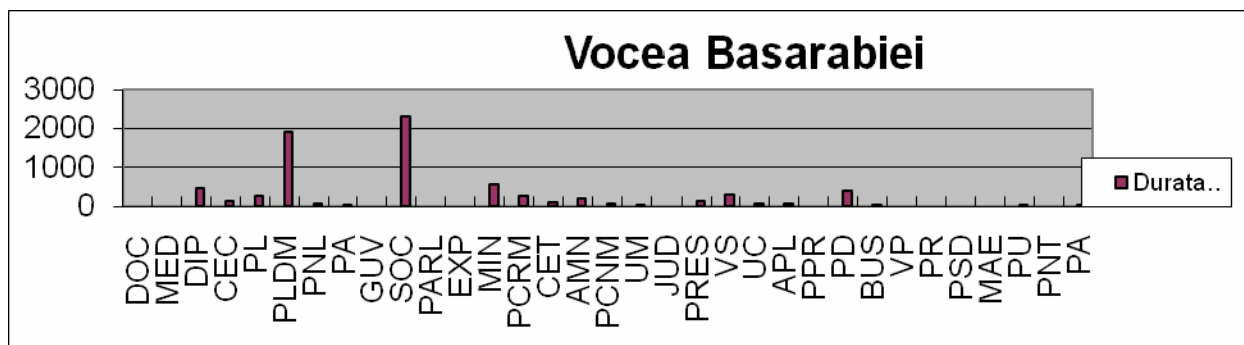
sec, PL – de 6 ori (120 sec), AMN – de 4 ori (93 sec) și PD – de 3 ori (34 sec). Pe de altă parte, PCRM a fost citat în 16 materiale, fiindu-i alocate 61 sec în total, iar partidele extraparlamentare – de 8 ori, mai mult indirect, durata intervenției fiind de 75 sec. Postul Prime FM nu a avut în perioada de raport emisiuni de opinie. Pe lângă PDM, la Prime FM a plasat publicitate electorală și PLDM.

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



În perioada de raport, știrile puse pe post de Vocea Basarabiei au citat de cele mai multe ori reprezentanții societății civile, care au intervenit în total de 20 ori pe parcursul a 2304 sec. Urmează PLDM cu 1917 sec, acesta fiind citat de 14 ori. PL, AMN și PD au fost citați direct sau indirect de 9 ori (275 sec), de 12 ori (192 sec) și, respectiv, de 15 ori (396 sec). La reprezentanții Președinției, Prim-ministru și alți miniștri s-a recurs de 40 ori în calitate de surse, oferindu-le în total 715 sec. Pe de altă parte, PCRM a fost citat direct sau indirect de 14 ori (288 sec). La celelalte partide extraparlamentare și candidați independenți s-a făcut trimitere în buletinele de știri de la Vocea Basarabiei de 21 de ori, aceștia intervenind direct timp de 547 sec. De notat că postul a recurs deseori în știri la reprezentanții CEC, ai societății civile și la reprezentanți ai diplomației străine.

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 reprezentanții Președinției cu 3811 sec, urmați

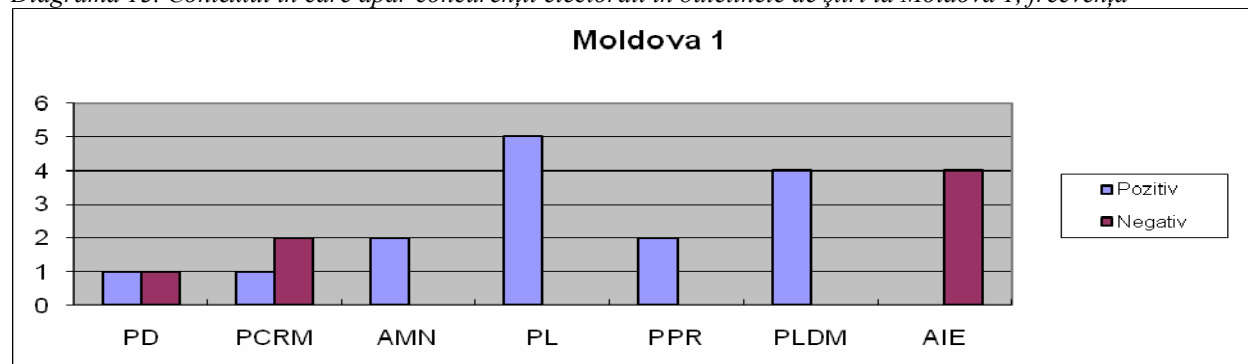
de experți, cu 3592 sec, PNT – 3001 sec, AMN – 2440 sec, PLDM - 1896 sec, PL – 1777 sec. și PD - 1432 sec.

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

##### **4.3.1 TV**

În intervalul 11-24 octombrie 2010, din totalul de 79 de știri relevante monitorizării de la Moldova 1, 18,9% au prezentat anumiți actori electorali în lumină pozitivă, iar 10,1% - în lumină negativă. Ponderea știrilor favorabile PLDM a fost de 5% , PL a apărut în context pozitiv în 6,3% din știri, iar AMN – în 2,5%. PD a apărut și în lumină pozitivă, și negativă, câte o dată (1,1%). AIE a apărut doar în context negativ – în 5% din știri. În lumină pozitivă au apărut și un partid extraparlamentar PPR – 2,5%. PCRМ a apărut în context favorabil în 1,1% din știri și defavorabil în 2,5% din numărul total de știri cu conotație electorală.

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



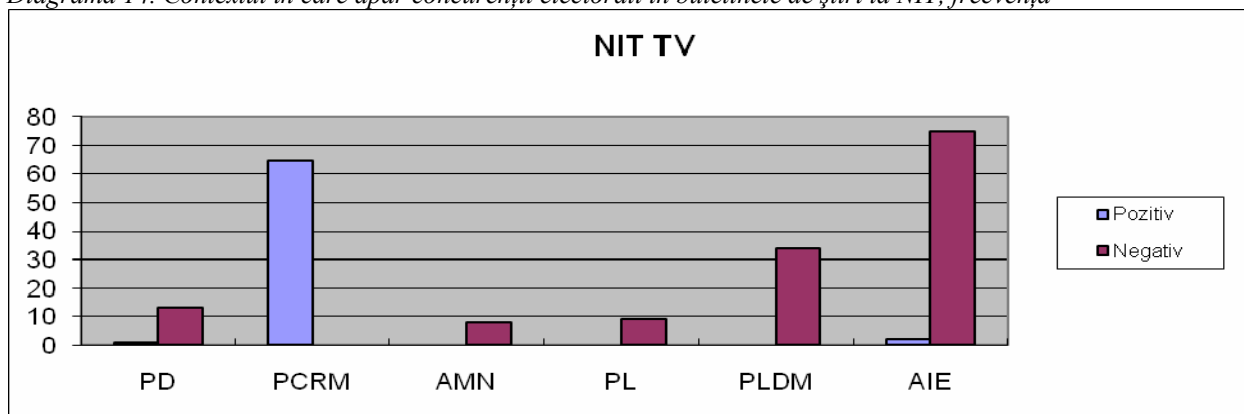
Postul public Moldova 1 a avut în perioada de referință publicitate electorală cu un volum total de 6208 sec, dar și materiale de educație electorală, cu durata de 7509 sec. Totodată Moldova 1 a oferit timpi de antenă gratuită pentru patru candidați. În programele, altele decât știri, de cele mai multe ori în context negativ au fost menționate PCRМ și AIE de 6 și 5 ori, respectiv.

##### ***NIT***

La postul privat NIT, în perioada de referință, concurenții electorali au apărut în context pozitiv în aproximativ 37% din numărul total de știri (183), iar în context negativ – în 69% din știri. Ponderea știrilor favorabile PCRМ în numărul total de știri cu impact electoral a fost în perioada de raport de 35,5%. Acest partid a apărut în context pozitiv de 65 de ori, fiind vorba în special de materiale într-o susținerea liderului PCRМ, în contextul discuțiilor privind ridicarea imunității parlamentare a acestuia. Pe lângă scrisorile, declarațiile, intervențiile care veneau să susțină PCRМ și să condamne acțiunile AIE, NIT a avut un număr mare de știri care au reflectat pe larg întâlnirile electorale ale reprezentanților PCRМ cu alegătorii în diverse localități ale republicii. În contrast, AIE a fost menționată în context negativ în 41% din materiale (75 ori). Totodată, partidele membre ale AIE au apărut în lumină negativă separat: PD – 13 ori sau 7,15%, AMN - 8 ori sau 4,3%, PL – 9 ori sau 4,9% și PLDM - 34 ori sau 18,5%.



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

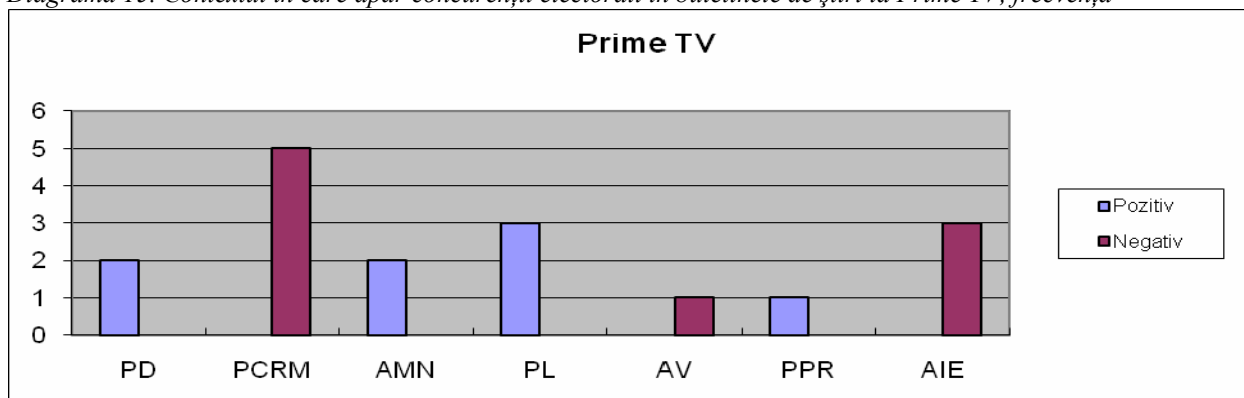


NIT a avut în perioada de raport publicitate electorală, dar și un șir de materiale la rubrica „NIT, ochit de putere”, în cadrul căror partidele constituate ale AIE apar în lumină negativă. În emisiunile de opinie puse pe post de NIT în perioada de referință în două cazuri a fost favorizat PCRM, iar în 12 cazuri au fost defavorizați AMN, PL, PLDM și AIE.

### Prime TV

În jur de 13% din știrile puse pe post de Prime TV au prezentat un șir de concurenți electorali în context pozitiv, iar 15% - în context negativ. Ponderea știrilor defavorabile pentru AIE a fost de 5%. PDM, AMN și PL au apărut în context favorabil în 3%, 3% și, respectiv, 5% din știri. PCRM a fost vizat doar în context negativ (8%). În materialele de opinie la Prime TV a apărut în lumină defavorabilă doar PCRM, o singură dată.

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

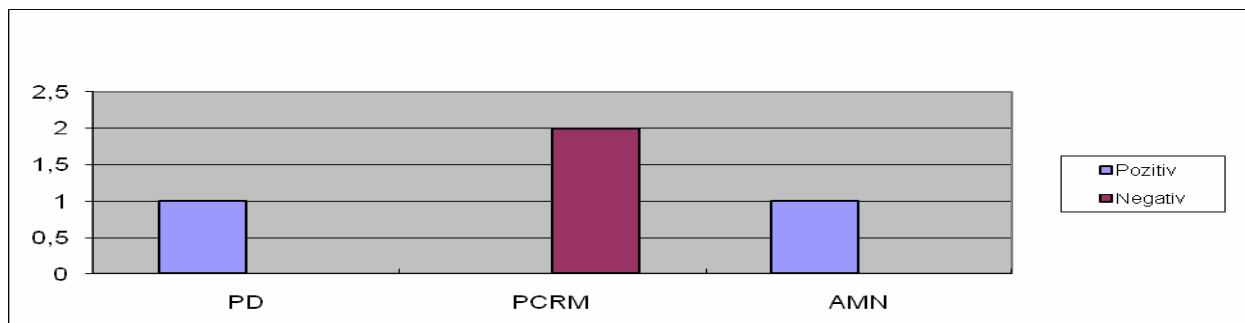


### 2 Plus

Majoritatea din cele 24 de știri de la 2 Plus au prezentat subiecții în context neutru. Doar în câteva cazuri concurenții au fost prezentați negativ sau pozitiv. Astfel, PD și AMN sunt

favorizați câte o dată sau în 4% din numărul total de știri, PCRM a apărut în context negativ de două ori (8%).

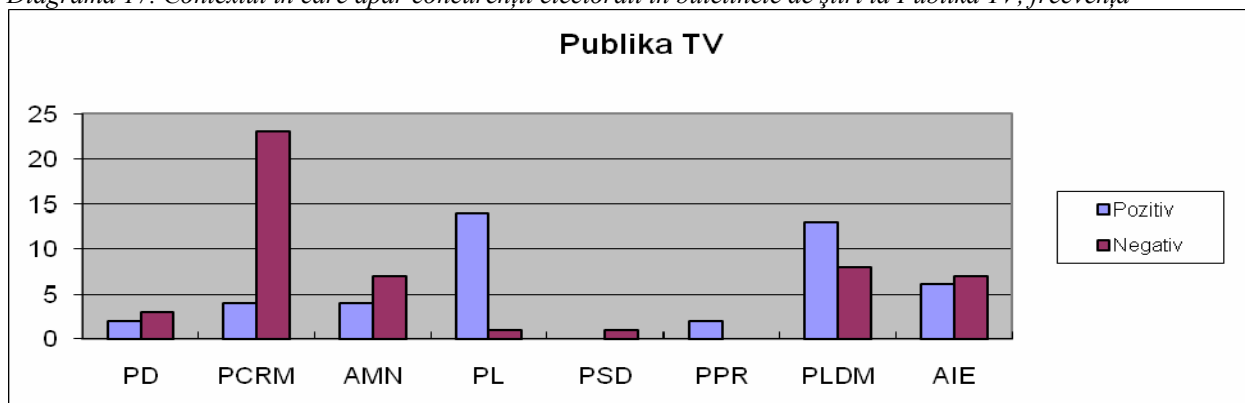
Diagrama 16. Contextul în care apar concurenții electorali în buletinele de știri la 2 Plus, frecvența



### Publika TV

La Publika TV concurenții au fost prezentați preponderent în context neutru, dar și negativ, și pozitiv, în 22% și, respectiv 25% din cele 200 de știri relevante. Astfel, AIE apare în știri defavorizante și favorizante aproximativ în număr egal, care constituie 3% din totalul știrilor. Ca partide separate, PLDM apare în context favorabil în 6,5% și defavorabil în 4% din știri (13 și 8 apariții în context pozitiv și negativ, respectiv). PL este menționat în 7% și 0,5% de știri favorabile și defavorabile, PDM apare în lumină pozitivă, dar și negativă în număr aproximativ egal – 1%, iar AMN este menționat pozitiv în 2% din știri și negativ – în 3,5%. PCRM apare în context pozitiv în 2% din numărul total de știri de la Publika TV și în context negativ - în 11,5% (4 și, respectiv, 23 ori).

Diagrama 17. Contextul în care apar concurenții electorali în buletinele de știri la Publika TV, frecvența

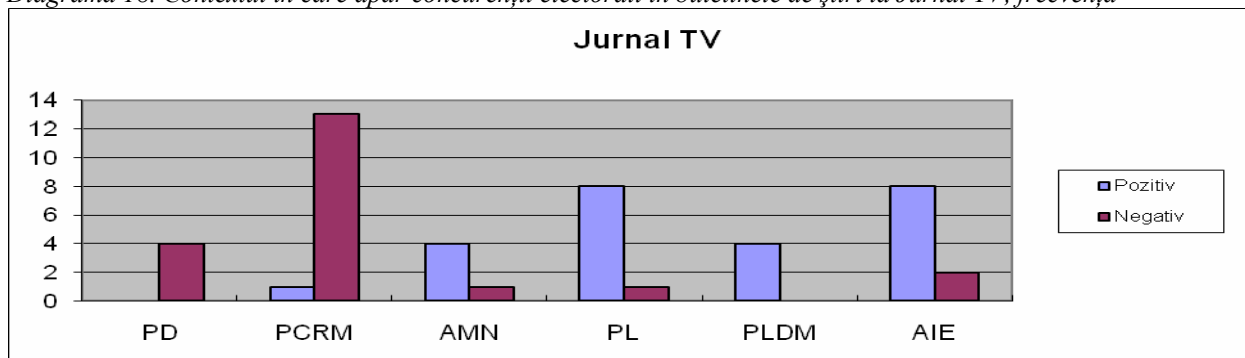


În materialele de opinie, VOX Populi, materiale de educație electorală de la Publika TV, PCRM a fost mai mult defavorizat decât favorizat, apărând în context negativ de 5 ori, și o dată în context pozitiv. PL a fost și favorizat, și defavorizat (câte o dată în context pozitiv și 2 ori în context negativ), PLDM – de 2 ori a apărut în lumină pozitivă și de 3 ori în lumină negativă, în timp ce AMN a apărut pozitiv o singură dată. PD a fost favorizat și defavorizat câte o dată, iar AIE a apărut în context negativ de 3 ori.

### ***Jurnal TV***

La Jurnal TV, din numărul total de 95 știri ce cad sub incidența prezentei monitorizării, aproximativ 26 la sută au prezentat în context pozitiv diverși concurenți, iar 22% au constituit știri în care concurenții au apărut în lumină negativă. PCRM a apărut de 13 ori în context negativ și o dată – pozitiv, ceea ce reprezintă 13,6% și aproximativ 1% din numărul total de știri difuzate de Jurnal TV. În contrast, PL apare de 8 ori în context pozitiv (8,4%), și o dată în lumină negativă (1%). PLDM apare de 4 ori în lumină pozitivă (4%). AMN apare în context pozitiv de 4 ori, iar negativ – o dată (aproximativ 4 și 1%). PD apare în context negativ de 4 ori - 4% din totalul de știri relevante. AIE a apărut de 8 ori în lumină pozitivă (8%) și de 2 ori în context negativ (2%).

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

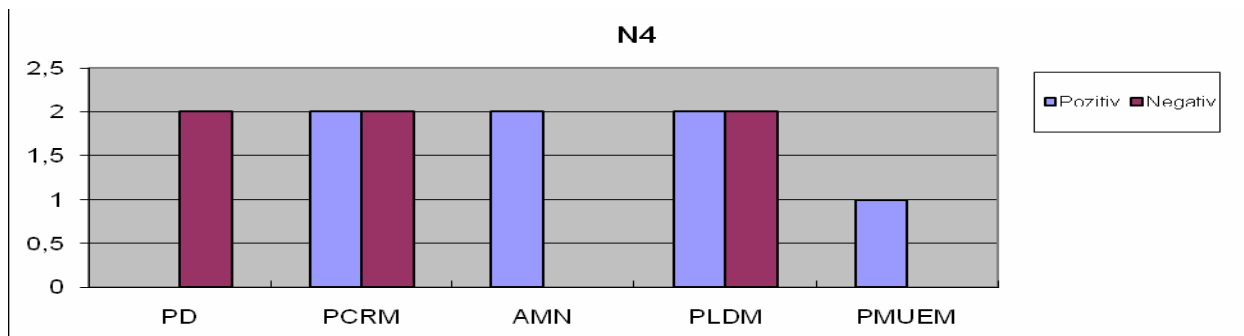


În materialele de opinie de la Jurnal TV, de cele mai dese ori a apărut în context negativ PCRM – 6 ori, dar și PD – de 2 ori.

### ***N4***

La postul cu acoperire regională N4, ponderea știrilor favorabile anumitor concurenți electorali este de 18%, iar cea a știrilor defavorabile – de 16%. Rata știrilor pozitive pentru PCRM este de 5,2%, iar a celor negative – la fel, de 5,2% din numărul total de știri relevante. PLDM apare în lumină pozitivă și negativă în câte 5,2% iar AMN – pozitiv în același număr – 5,2%. PDM apare în știri negative în 5,2%.

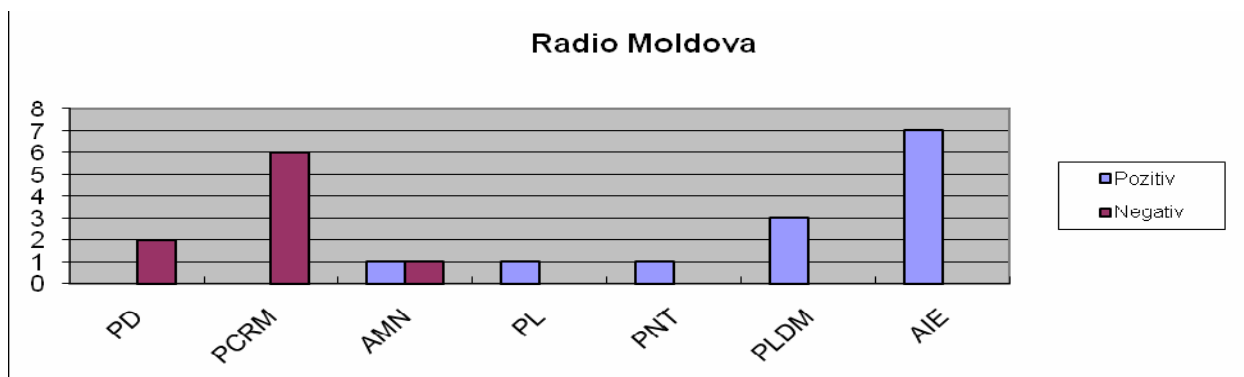
*Diagrama 19. Contextul în care apar concurenții electorali în buletinele de știri la N4, frecvența*



### **Radio Moldova**

Aproximativ 13% din știrile relevante (102) de la postul public Radio Moldova au prezentat concurenții electorali în lumină pozitivă, iar 9% - în lumină negativă. În perioada de referință, la Radio Moldova rata știrilor favorabile AIE a fost de 6,8%. PLDM apare în context pozitiv în aproximativ 3%, PL – în aproximativ 1%, iar AMN în lumină negativă și pozitivă câte o singură dată – aproximativ 1% din numărul total de știri. PD apare în context negativ de 2 ori – 2%, iar PCRM a apărut în context negativ în aproximativ 6% din știrile cu conotație electorală difuzate de Radio Moldova în perioada de raport. În materialele altele de cât știrile de cele mai multe ori în context defavorizant au apărut PCRM și AIE, de câte 4 și 3 ori.

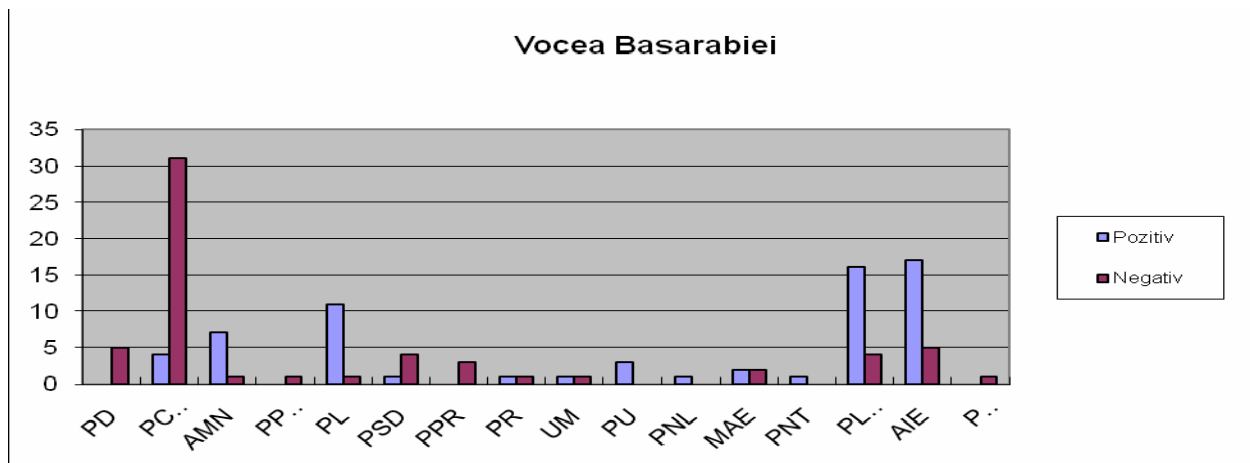
*Diagrama 20. Contextul în care apar concurenții electorali în buletinele de știri la Radio Moldova, frecvența*



### **Vocea Basarabiei**

În 36% din numărul total de știri (180) de la Vocea Basarabiei, concurenții electorali au apărut în lumină pozitivă, ponderea știrilor defavorabile fiind puțin mai mică – 33%. AIE a apărut în știri preponderent în context pozitiv de 17 ori – 9,4%, dar și de 5 ori negativ – 2,7%. PLDM apare în lumină pozitivă de 16 ori (8,8%) și negativă de 4 ori (2,2%), PL - de 11 ori pozitiv (6,1%) și o dată negativ (0,5%), AMN la fel, 7 apariții în lumină pozitivă și 1 – negativă (3,8% și 0,5%). PDM și PCRM au apărut preponderent în context negativ – 2,7% și 17,2%, PCRM având și câteva mențiuni în context pozitiv – 4 ori (2,2%). 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*

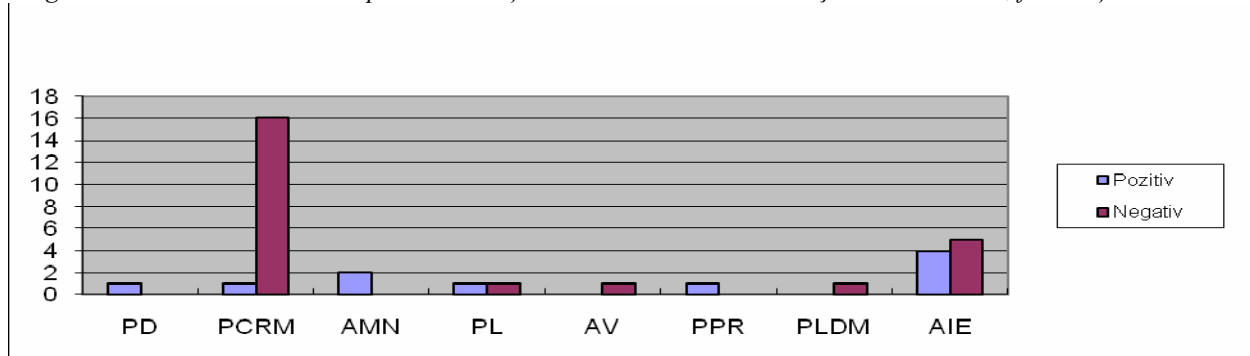


În materialele de opinie de la Vocea Basarabiei, PCRМ apare de 16 ori în context negativ, iar PPCD – de 3 ori. Totodată, AIE și PL apar de 8 ori și 4 ori în lumină pozitivă.

### **Prime FM**

Prime FM a pus pe post în total 77 de știri cu caracter electoral direct sau indirect, dintre care 13% au prezentat anumiți concurenți în lumină pozitivă, iar 31% - în lumină negativă. AIE apare în context pozitiv de 4 și 5 ori (5,1% și 6,4%). PD apare o dată în context pozitiv (1,2%), AMN – pozitiv de 2 ori (2,5%) PLDM – apare negativ o dată (1,2%), iar PL cîte o dată pozitiv și negativ (1,2%). PCRМ apare pozitiv o dată și de 16 ori în context negativ (1,2% și 20%).

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 25-31 octombrie 2010, ziarele supuse monitorizării și-au amplificat eforturile de reflectare a campaniei electorale. Astfel, cele 12 ziare au publicat, într-o singură săptămână, 311 materiale jurnalistice care au vizat, direct sau indirect, alegerile parlamentare anticipate, față de 456 materiale în precedentele două săptămâni. Altfel spus, media săptămânală a articolelor despre campania electorală a crescut cu peste 36%. Suprafața totală de ziar, afectată materialelor

tematice, de asemenea a crescut, depășind în săptămâna de raport 145 mii centimetri pătrați, față de 220 mii cm.p. în precedentele *două* săptămâni.

Campania este reflectată preponderent în articole de opinie, știri și publicitate electorală. Astfel, 50856 cm.p. sau circa 35% din totalul suprafeței de ziar ocupată cu materiale relevante au fost editoriale și alte materiale de opinie, 44397 cm.p. sau 30,5% au fost știri, iar 40771 cm.p. sau 28% - publicitate electorală a concurenților în alegeri. Este în continuă creștere suprafața de ziar procurată de concurenții electorali pentru a-și plasa reclama electorală, volumul publicității marcate corespunzător în săptămâna de raport fiind cu peste 7 mii cm.p. mai mare față de precedentele *două* săptămâni. Numărul materialelor de educație electorală este foarte mic, unele ziare neglijând această modalitate onestă de informare a cetățenilor despre felul în care își pot exercita dreptul de vot, preferând în schimb să ocupe spațiul de ziar cu opinii despre candidați și interpretări ale acțiunilor acestora. Materiale din categoria programelor electorale speciale, adică interviuri și alte texte care prezintă platformele partidelor politice pentru alegerile parlamentare anticipate au publicat în această perioadă doar trei ziare, iar sondaje de opinie cu cetățenii de tip „Vox populi” nu au fost publicate în general.

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

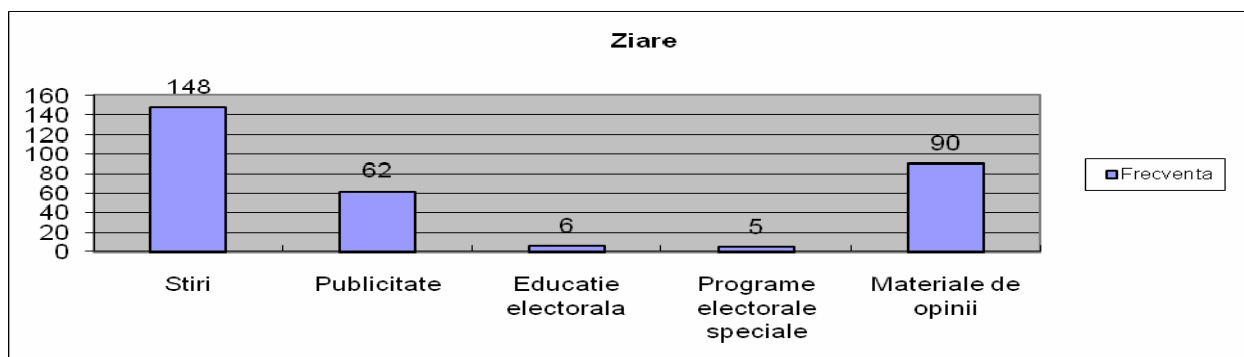
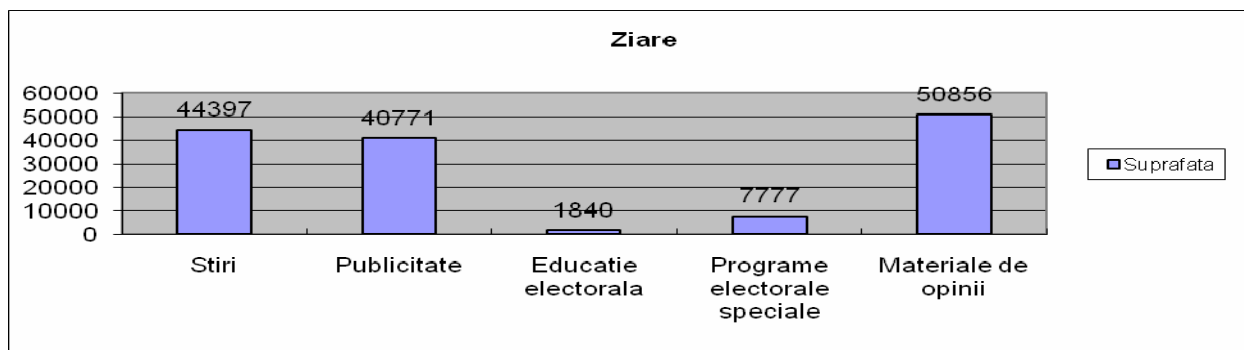


Diagrama 24. Suprafața materialelor ce vizează campania electorală, publicate în 12 ziare, cm.p.



Cele mai multe materiale la tema alegerilor parlamentare anticipate (80) au fost publicate în cotidianul *Timpul de dimineață* care au ocupat și cea mai mare suprafață în comparație cu celelalte ziare monitorizate (32706 cm.p.). Ca și pondere editorială, suprafața afectată în ziar temei alegerilor, a fost repartizată în felul următor: 44% au fost știri, câte 27% - materiale de opinie și publicitate electorală, pe o suprafață de puțin peste 1% au fost publicate câteva materiale de educație electorală. După numărul de materiale tematice, urmează *Nezavisimaia Moldova* (40 articole), *Moldova Suverană* (38), *Jurnal de Chișinău* (34), *Komsomolskaia pravda*

v *Moldove* (32), *Panorama* (26), *Cuvântul* (19), *Gazeta de Sud* (17), *Flux* (13), *Evenimentul Zilei* (10), *Vesti Gagauzii* (2), iar ziarul *Golos Bălți* nu a publicat în săptămâna de raport niciun material relevant. Ca și suprafață, după *Timpul de dimineață* urmează *Flux* (21200 cm.p.), *Nezavisimaia Moldova* (19756 cm.p.), *Jurnal de Chișinău* (17151 cm.p.), *Moldova Suverană* (16059 cm.p.), *Komsomolskaia pravda v Moldove* (11277 cm.p.). **Notă:** la analiza acestui indicator trebuie luată în considerare periodicitatea apariției fiecărui ziar în parte.

În câteva din ziarurile monitorizate raportul dintre știri și materiale de opinie a fost defavorabil știrilor – în *Moldova Suverană* și *Evenimentul Zilei*, spre exemplu,  $\frac{3}{4}$  din suprafața totală relevantă este ocupată anume de materiale de opinie. În ziarul *Nezavisimaia Moldova* fiecărei știri despre campania electorală îi revin 1,4 materiale de opinie, iar în *Flux* mai mult de jumătate din suprafață a fost afectată publicității electorale și unor materiale de prezentare detaliată a programului electoral al unuia dintre concurenții electorali. În ziarurile *Jurnal de Chișinău*, *Panorama*, *Gazeta de Sud (Cimișlia)*, *Komsomolskaia pravda v Moldove* și *Cuvântul (Rezina)* suprafața afectată știrilor a fost mai mare sau egală cu cea a materialelor de opinie.

Suprafața de ziar ocupată de publicitate electorală în cele 12 ziare monitorizate este în continuă creștere, cea mai multă reclamă marcată corespunzător fiind publicată în ziarurile *Timpul de dimineață*, *Komsomolskaia pravda v Moldove*, *Flux* și *Jurnal de Chișinău*. În săptămâna de raport, ziarul *Vesti Gagauzii* a publicat doar reclamă electorală.

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

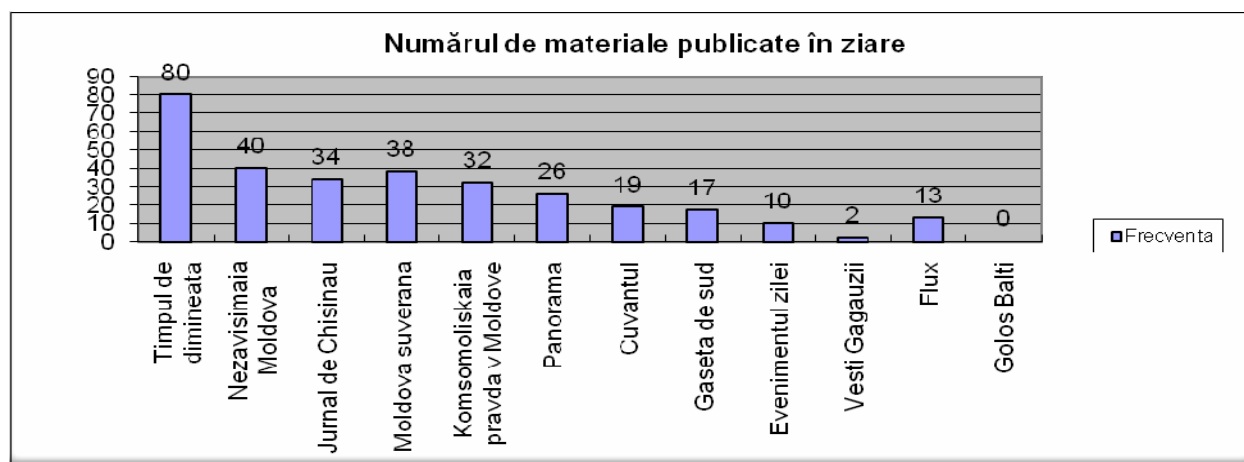
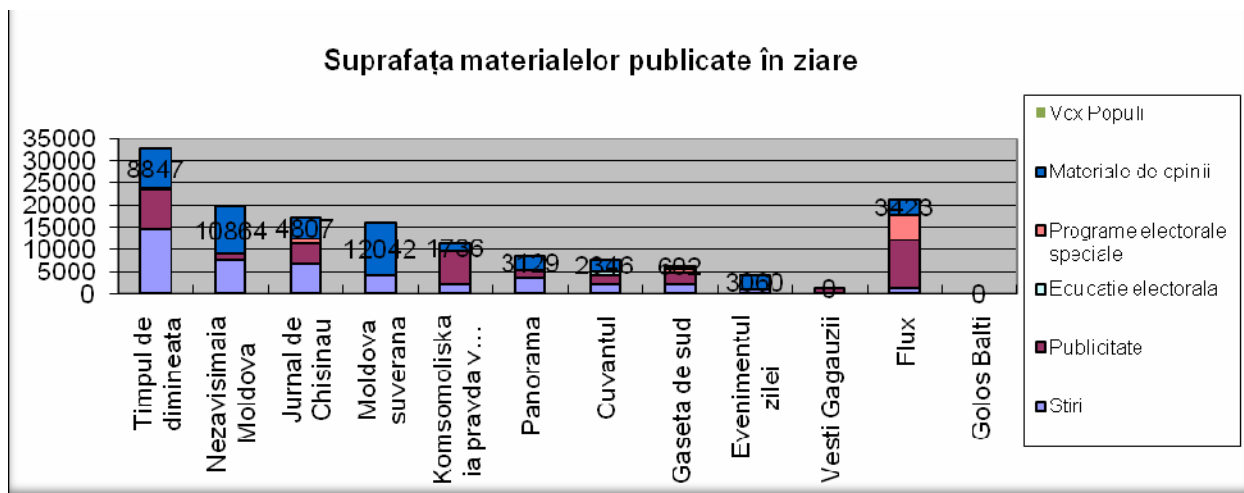
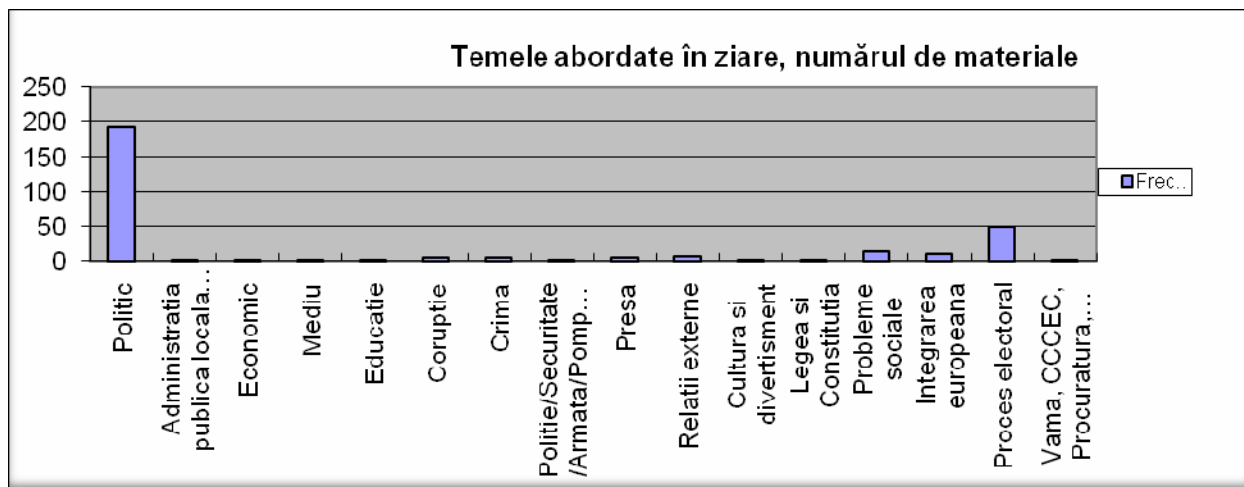


Diagrama 26. Suprafața materialelor ce vizează campania electorală în ziare, cm. p.



Din punct de vedere tematic, circa 60% din materialele jurnalistice care au vizat direct sau indirect campania electorală au abordat politicul în general, la mare distanță fiind tema desfășurării procesului electoral, acest subiect fiind detaliat în 15,8% din materialele relevante. Problemele sociale și integrarea europeană a țării noastre sunt temele care au fost dezbătute mai des în contextul campaniei electorale, deși ponderea materialelor la aceste teme este în continuare nesemnificativă. Destul de rar se discută în campanie despre reintegrarea țării și combaterea corupției, iar asemenea teme ca mediul ambient sau problemele educației aproape că nu se întâlnesc în articolele despre campania și concurenții electorali. Subiecții știrilor și sursele de informații au fost variate, totuși selectarea acestora a indicat inclusiv asupra preferințelor politice și electorale ale unei sau altei instituții mass-media.

Diagrama 27. Temele abordate de ziare, frecvența, cm. p.



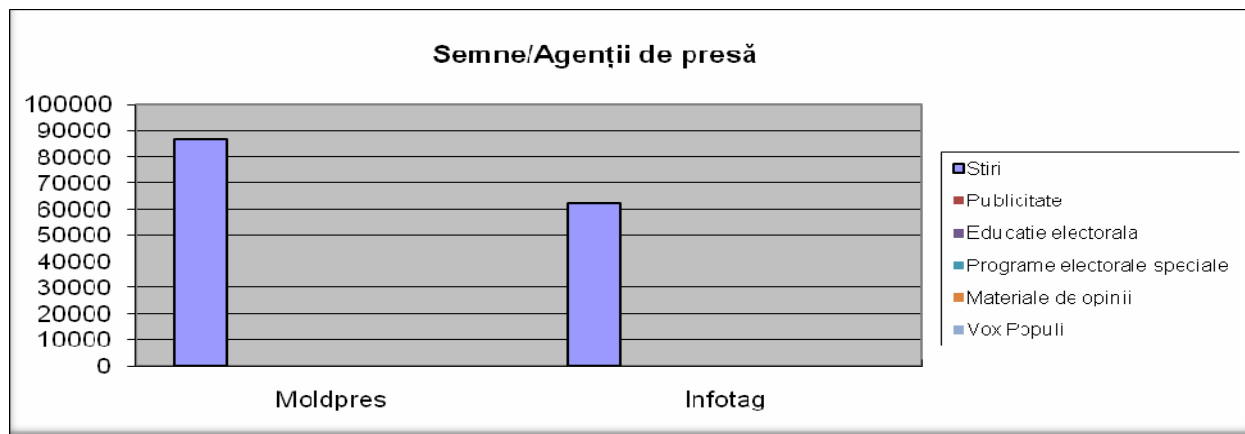
### 5.1.2 Agenții de presă și portaluri de știri

Și agențiile de știri monitorizate, *Moldpres* și *Infotag*, au început să difuzeze mai multe știri despre campania electorală în fluxurile lor cotidiene, în săptămâna de raport fiind difuzate 74 de știri relevante pentru subiectul prezentei monitorizări (față de 108 știri în precedentele două săptămâni). Știrile difuzate au avut un număr total de circa 149 mii semne (fără spațiu).



Ambele agenții monitorizate au fost la fel de active în mediatizarea campaniei, 38 de știri (51% din numărul total) fiind difuzate de agenția privată *Infotag*, alte 36 de știri (49%) au revenit Agenției informaționale de stat *Moldpres*.

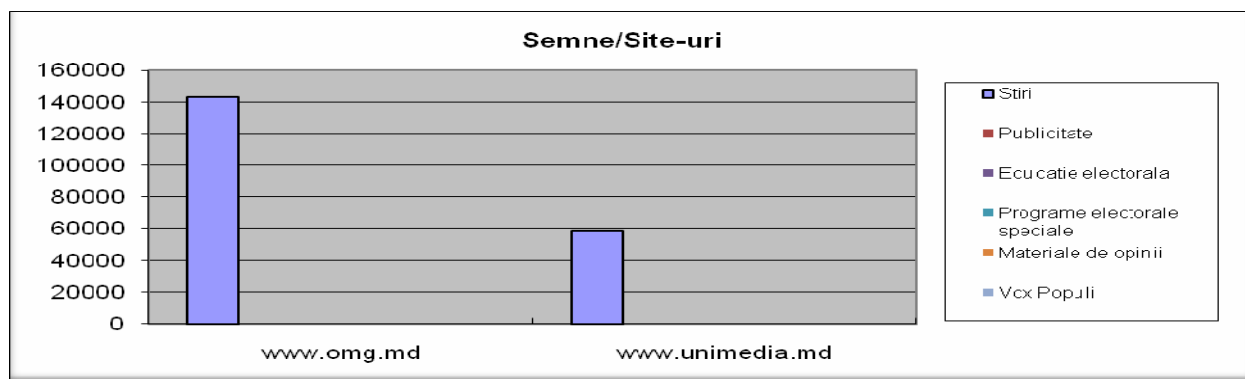
Diagrama 28. Spațiul (semne fără spațiu) alocat materialelor tematice de agențiile de presă.



Utilizatorii de internet au putut accesa în această săptămână 123 de știri proprii sau preluate, plasate pe site-urile [www.unimedia.md](http://www.unimedia.md) și [www.omg.md](http://www.omg.md), cu un total de peste 202 mii semne. Comparând aceste date cu cele indicate în ultimul raport de monitorizare, constatăm că interesul surselor de informare on-line față de campania electorală s-a menținut la același nivel, atât în ce privește numărul cât și a suprafeței materialelor plasate. Deseori materialele plasate pe site-uri sunt însoțite de secvențe video care pot fi urmărite de utilizatori, efectul informațional fiind astfel amplificat. De notat, că în special pe site-ul [www.unimedia.md](http://www.unimedia.md) este plasată reclamă electorală, iar suprafața acesteia nu este contabilizată în diagramele de mai jos.

Circa 70% din numărul și suprafața totală a știrilor plasate de cele două portaluri monitorizate revin site-ului [www.omg.md](http://www.omg.md).

Diagrama 29. Spațiul (semne fără spațiu) alocat materialelor tematice de site-uri.



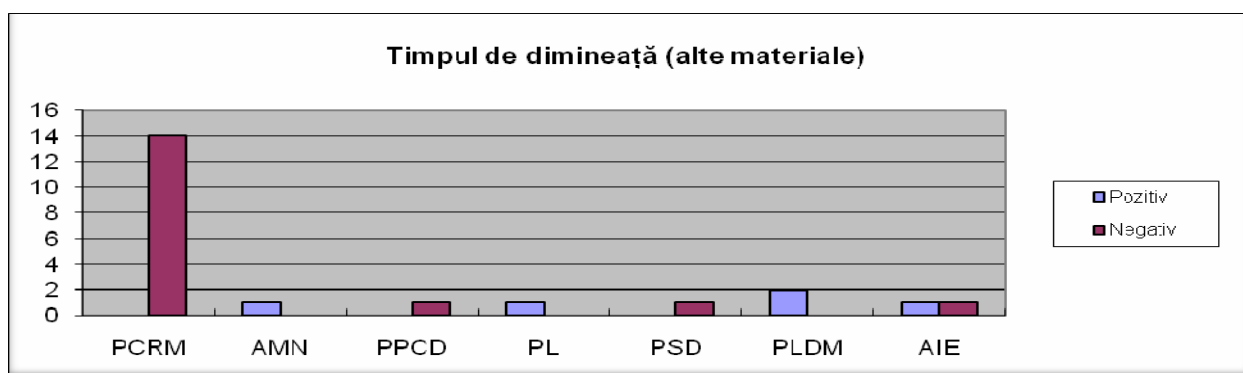
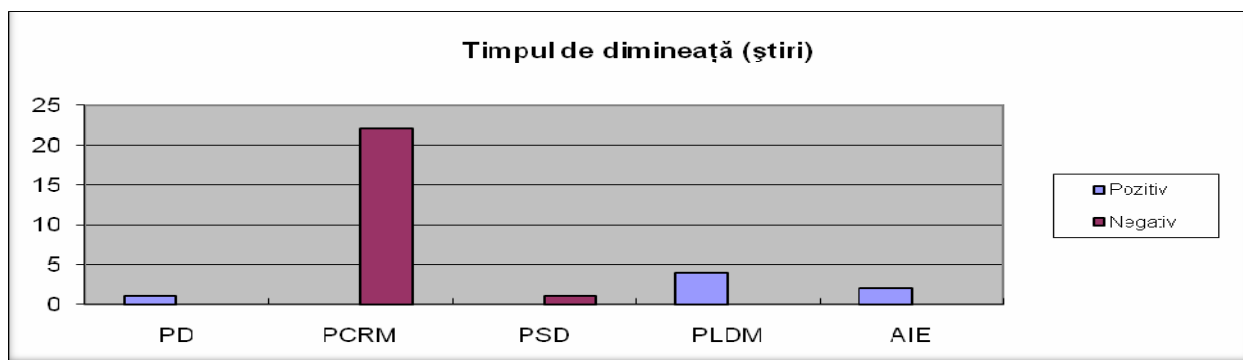
## 5.2 Candidații, partidele favorizate sau defavorizate, direct sau indirect, în știri și emisiunile de opinii - frecvența

### 5.2.1 Ziare

În știrile care au fost publicate în *Timpul de dimineață* în săptămâna de monitorizare reflectată de prezentul raport au fost vizați concurenții electorali PDM, PCRM, PSD, PLDM. Partidul comunistilor a apărut de fiecare dată în context negativ (22 de cazuri, 56,4% din totalul de 39 de știri). Alianța pentru Integrare Europeană (AIE) ca și alianță de guvernământ și partidele componente ale acesteia, în special PLDM și PDM, au apărut în știri favorizante sau neutre.

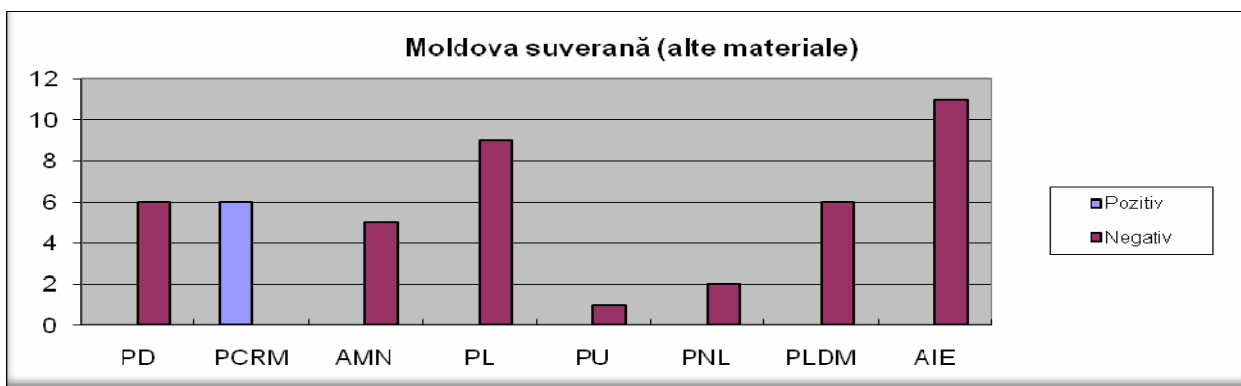
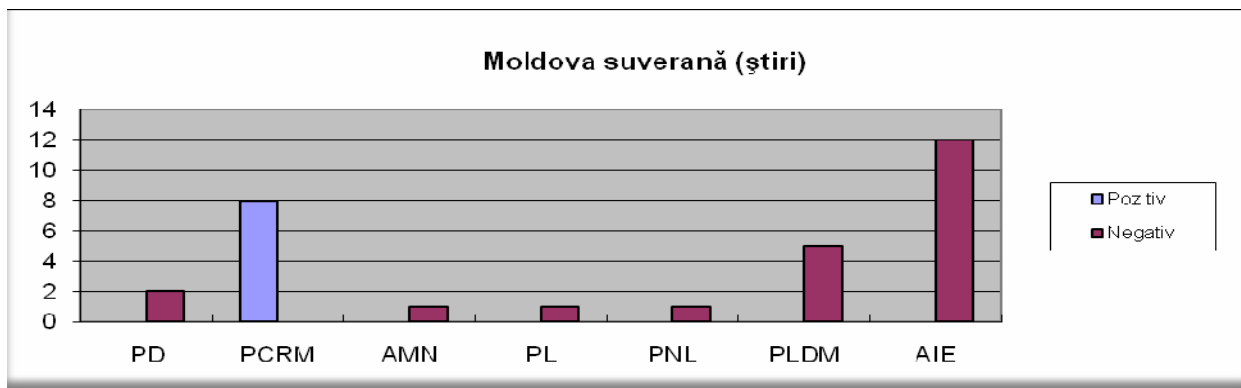
Tendința de defavorizare a PCRM se remarcă și în materialele de opinie, publicate în ziar în perioada de raport, în toate cele 14 cazuri (66,7% din totalul materialelor) când a fost vizat direct sau indirect, PCRM apărând în context negativ.

Diagramele 30 și 31. Concurenții favorizați sau defavorizați în materialele din *Timpul de dimineață* - frecvența



Ziarul *Moldova Suverană* își construiește politica editorială, pe de o parte, pe critica dură a oricăror inițiative ale AIE și PLDM, PDM și în general a tuturor partidelor necomuniste (AIE a apărut în context negativ în 60% din cele 20 de știri tematice, PLDM – în 25%, iar PDM – în 10% din totalul de știri); iar pe de altă parte, pe lauda PCRM și a liderilor acestui partid, precum și pe prezentarea detaliată a prevederilor programului electoral al PCRM (în 40% din știrile care au vizat campania electorală, PCRM a apărut în context pozitiv). În celelalte materiale publicate în ziar (editoriale, materiale de opinie etc.), toți ceilalți concurenți electorali, cu excepția PCRM, sunt prezentați doar în context defavorizant, deseori denigrator. AIE apare în context defavorizant în 61% din totalul materialelor de opinie, PL – în fiecare al doilea material de opinie, PLDM și PDM – în câte 33%, AMN – în circa 28% din totalul acestor materiale.

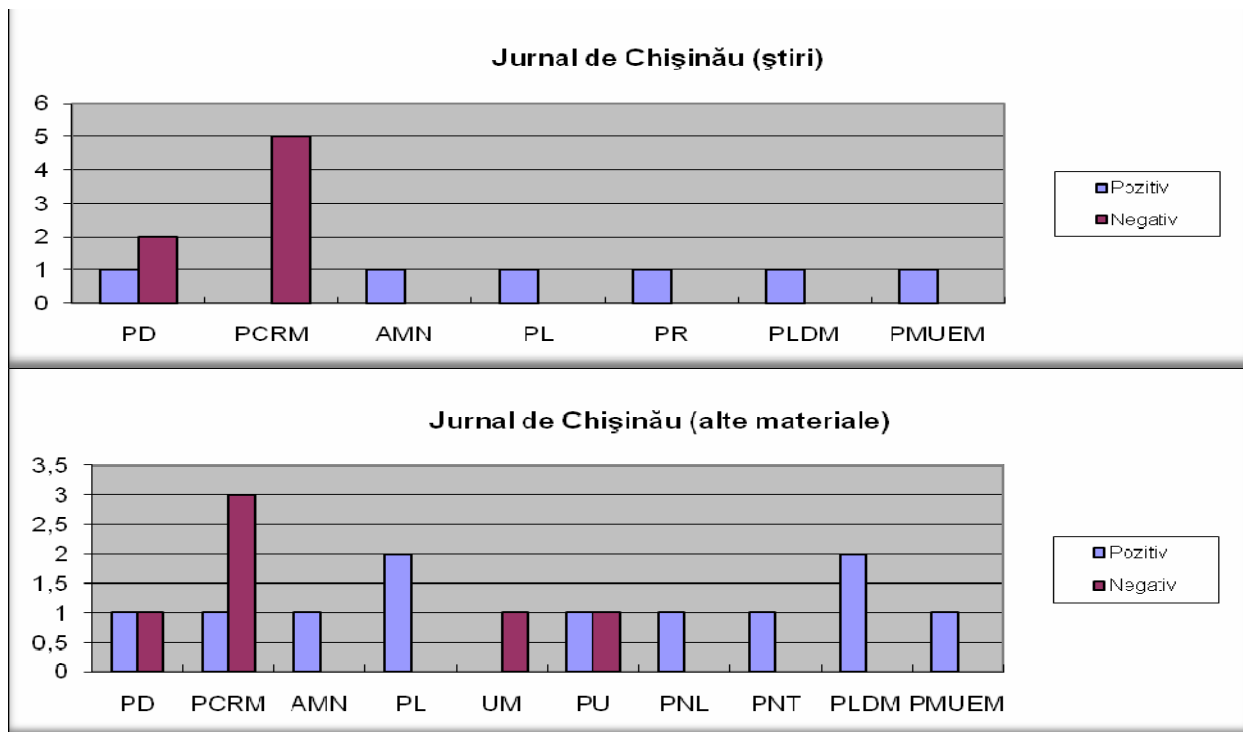
Diagramele 32 și 33. Concurenții favorizați sau defavorizați în materialele din *Moldova Suverană* - frecvența



În știrile din *Jurnal de Chișinău*, publicate în această săptămână, au apărut în context defavorizant doi concurenții electorali: PCRM de fiecare dată când a fost vizat (5 cazuri, 31,25% din totalul știrilor publicate în această perioadă), iar PDM în două cazuri. Toți ceilalți concurenți electorali despre care s-a scris au apărut în ziar câte o singură dată, în context neutru sau pozitiv.

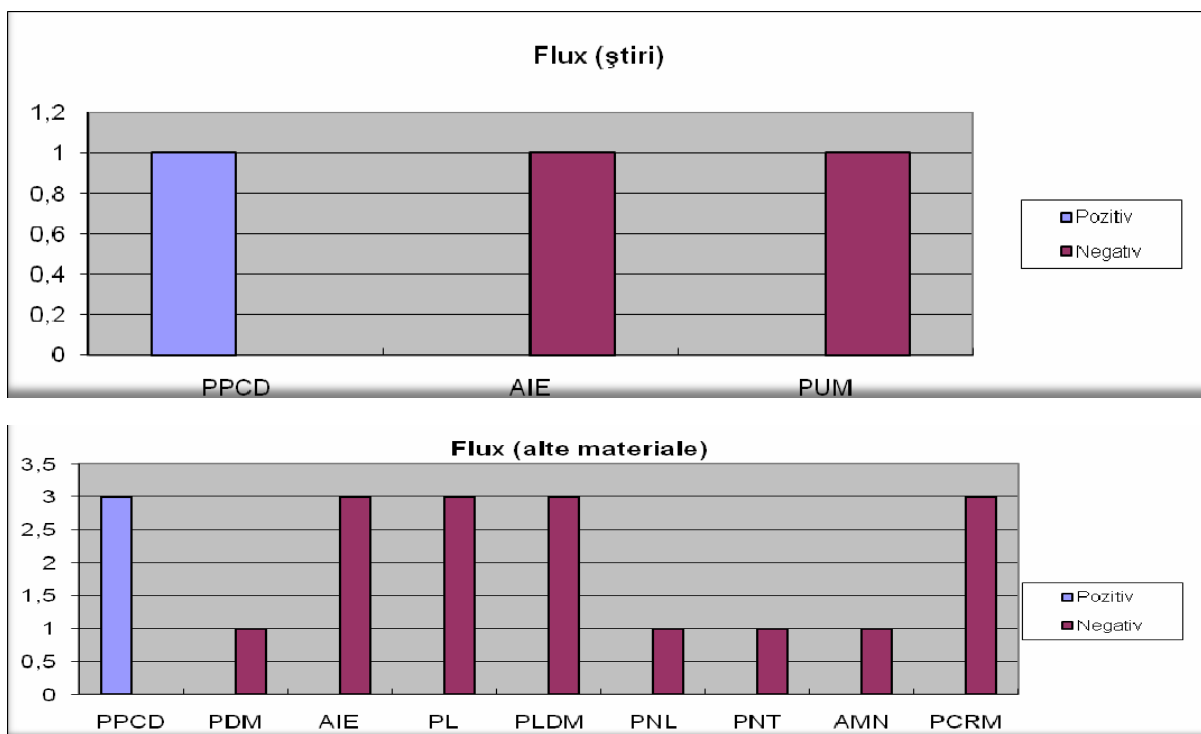
În articolele de opinie din *Jurnal de Chișinău* PCRM apare în context negativ în trei din cele patru cazuri când a fost vizat (27,3% din totalul materialelor de acest fel). Au mai apărut în context negativ Partidul Democrat, Partidul Umanist și Partidul Muncii. Dintre concurenții electorali care au apărut mai des în context pozitiv sunt PLDM și PL.

*Diagramele 34 și 35. Concurenții favorizați sau defavorizați în materialele din Jurnal de Chișinău - frecvența*



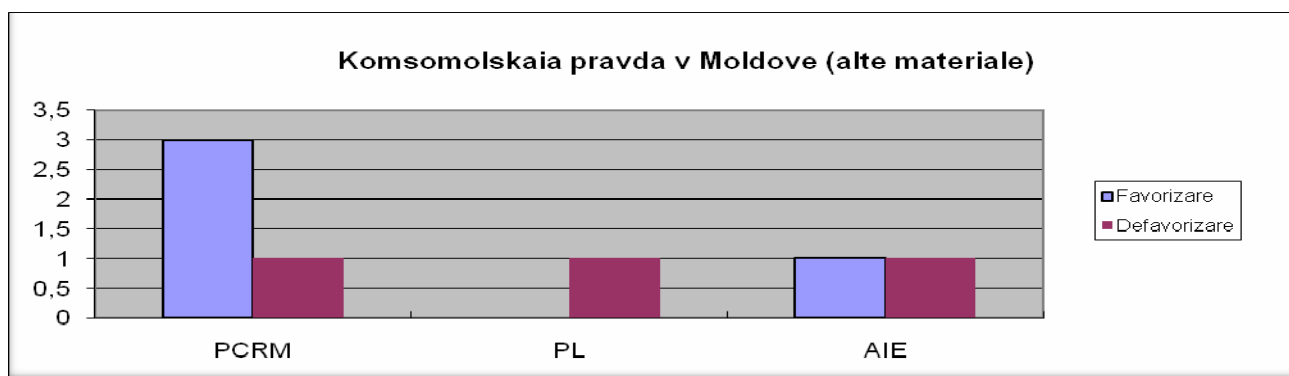
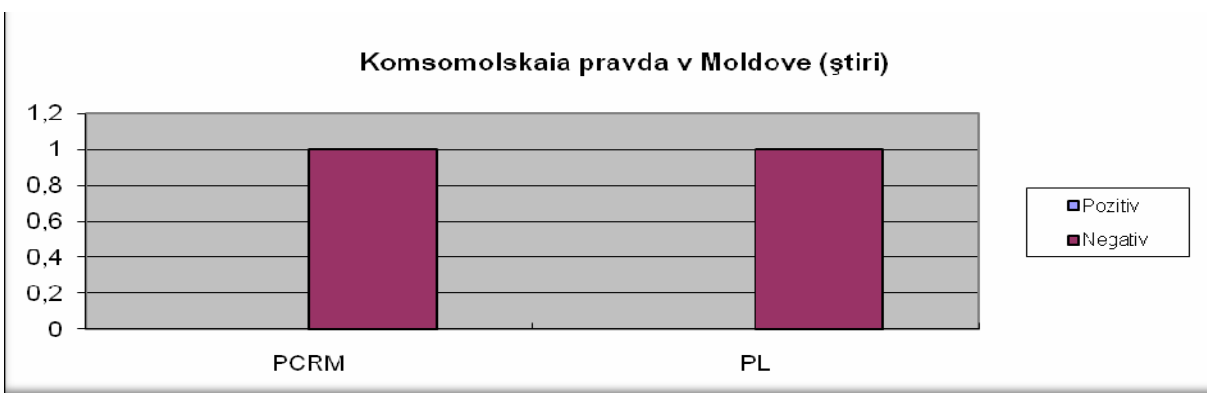
În materialele publicate în ziarul *Flux* (materiale de opinie și știri) sunt prezentați în context negativ toți concurenții electorali, cu excepția PPCD care, dimpotrivă, este lăudat și promovat.

Diagramele 36 și 37. Concurenții favorizați sau defavorizați în materialele din *Flux* – frecvența



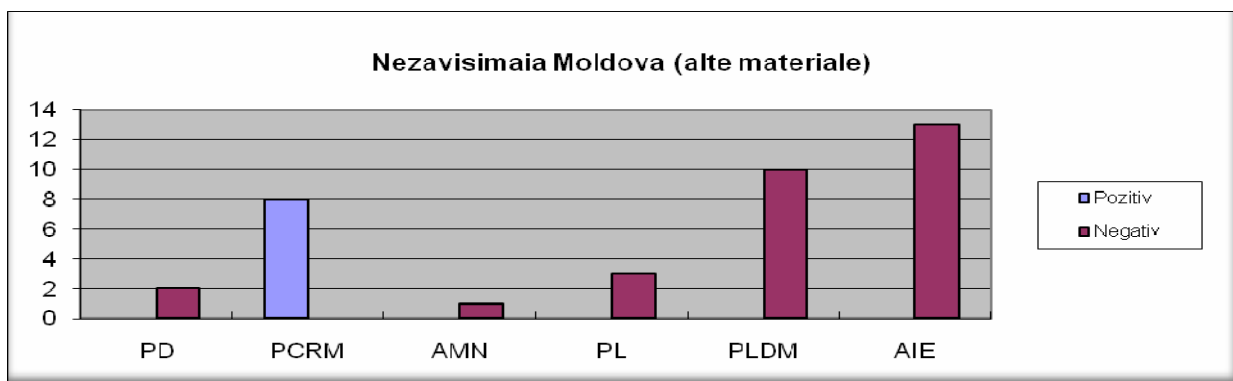
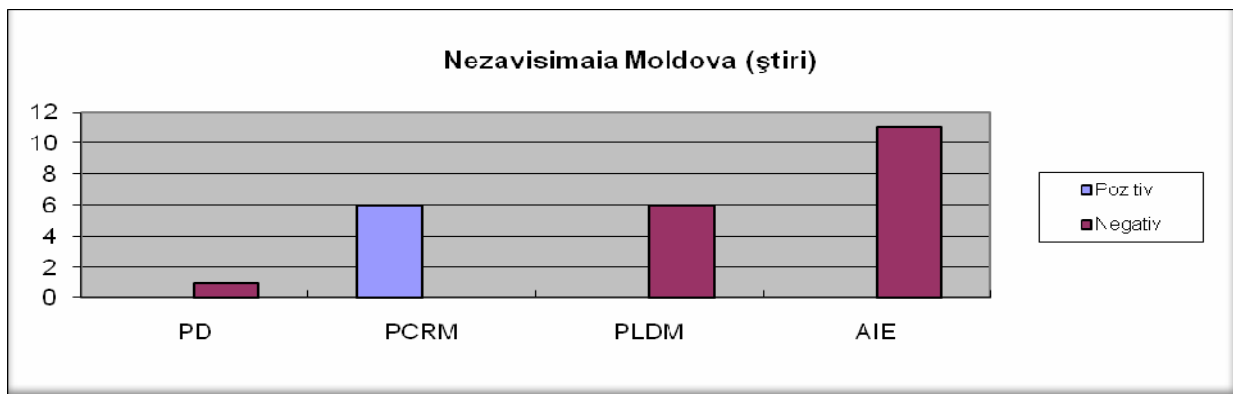
În săptămâna de raport, *Komsomolskaia pravda v Moldova* a publicat doar șase știri care au vizat campania electorală, cele mai multe fiind neutre, totuși în câte un caz au fost prezentați în context negativ concurenții electorali PL și PCRM. În materialele de opinie care au apărut în această perioadă alianța de guvernare a fost prezentată atât în context negativ, cât și pozitiv, concurentul electoral PL a fost defavorizat într-un material, iar PCRM a fost favorizat în trei din cele patru materiale care au vizat acest concurent electoral direct sau indirect.

Diagramele 38 și 39. Concurenții favorizați sau defavorizați în știrile din *Komsomolskaia pravda v Moldova* - frecvența



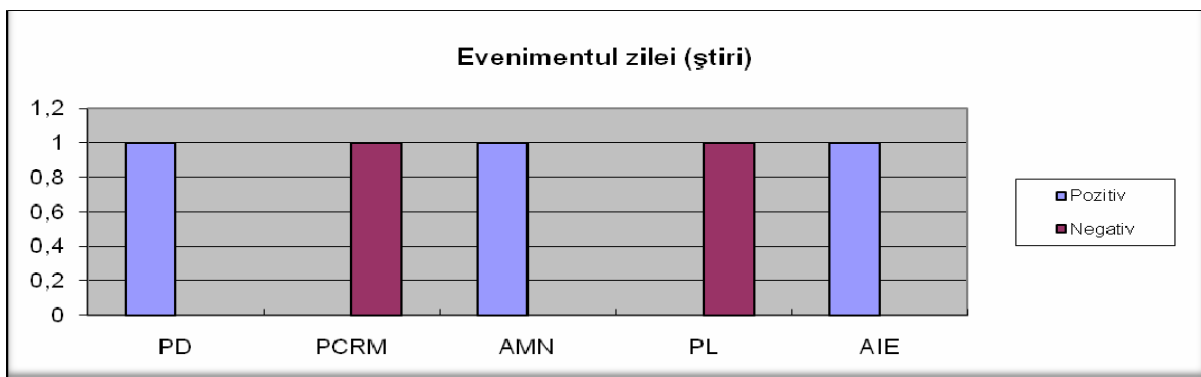
*Nezavisimaia Moldova* defavorizează intens AIE și partidele componente ale alianței de guvernământ, în special PLDM, mai rar PDM. Astfel, în săptămâna de raport, AIE a apărut în context negativ în toate cele 11 știri care au vizat-o direct sau indirect (55% din 20 de știri) și în toate cele 13 materiale de opinie (72% din 18 articole de opinie), iar PLDM – în 6 știri (30% din total) și 10 articole de opinie (55,5% din total). În schimb, PCRM apare atât în știri, cât și în materialele de opinie publicate în paginile ziarului doar în context laudativ: 6 știri (30% din total) și 8 materiale de opinie (44,4% din total).

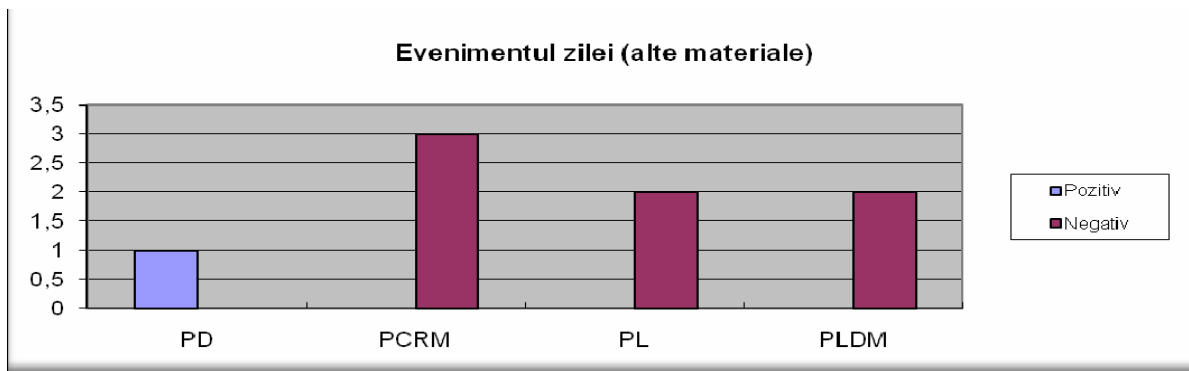
Diagramele 40 și 41. Concurenții favorizați sau defavorizați în materialele din *Nezavisimaia Moldova* - frecvența



În materialele publicate în ziarul *Evenimentul Zilei* (știri și materiale de opinie) se remarcă o tendință de prezentare în context negativ a concurenților electorali PCRM, PL și PLDM și de favorizare a concurentului electoral PDM.

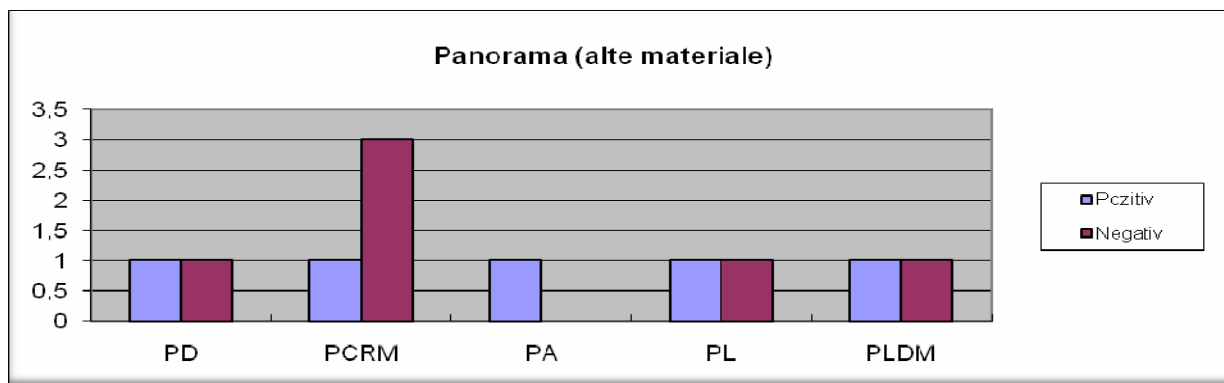
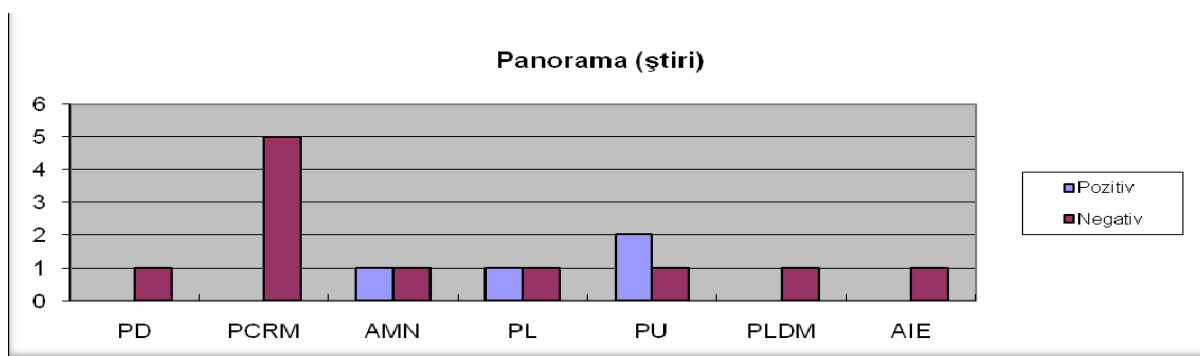
Diagramele 42 și 43. Concurenții favorizați sau defavorizați în materialele din *Evenimentul Zilei* – frecvența





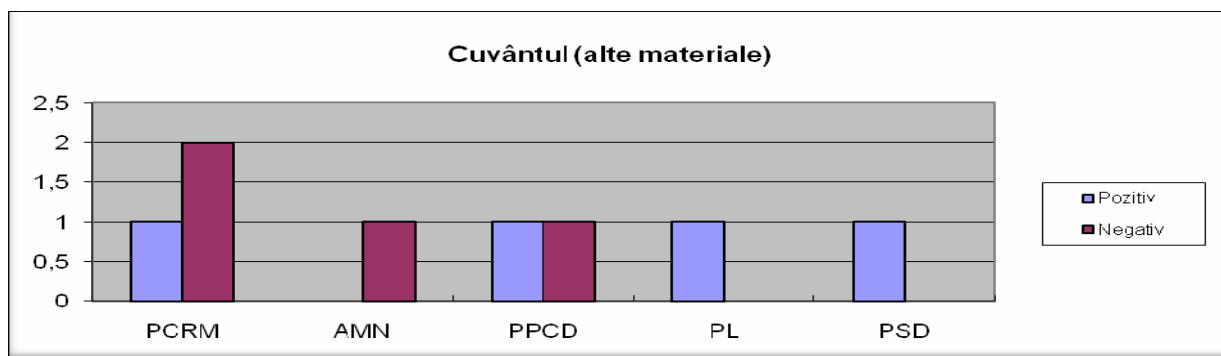
În ziarul *Panorama* apar în context negativ majoritatea concurenților electorali, în special PCRM (29,4% din totalul de 17 știri și 50% din cele 6 materiale de opinie). Se observă și o ușoară favorizare a concurentului electoral PUM.

Diagramele 44 și 45. Concurenții favorizați sau defavorizați în știrile din *Panorama* – frecvența



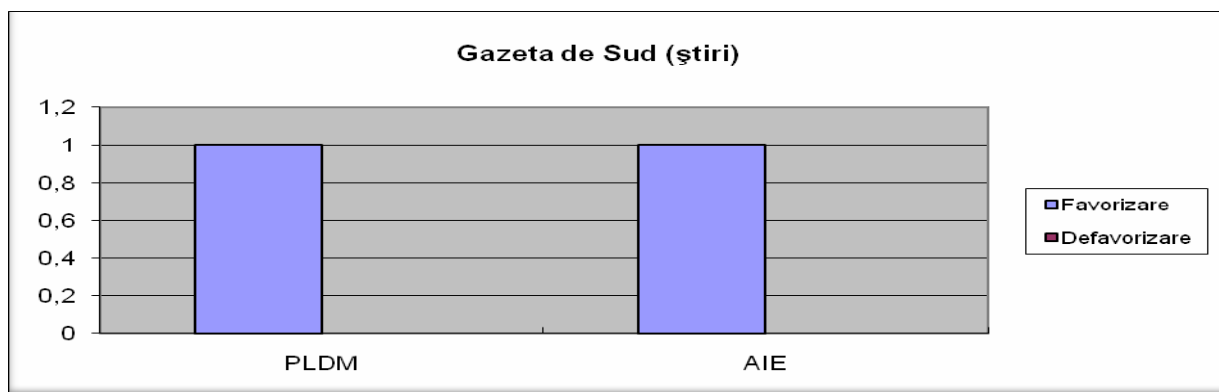
Știrile tematice, publicate de ziarul *Cuvântul* din Rezina în perioada de raport au fost neutre, iar în materialele de opinie se remarcă tendință de prezentare a PCRM în context devaforizant.

Diagrama 46. Concurenții favorizați sau defavorizați în materialele de opinie din Cuvântul - 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 47. Concurenții favorizați sau defavorizați în știrile din *Gazeta de Sud* - frecvența



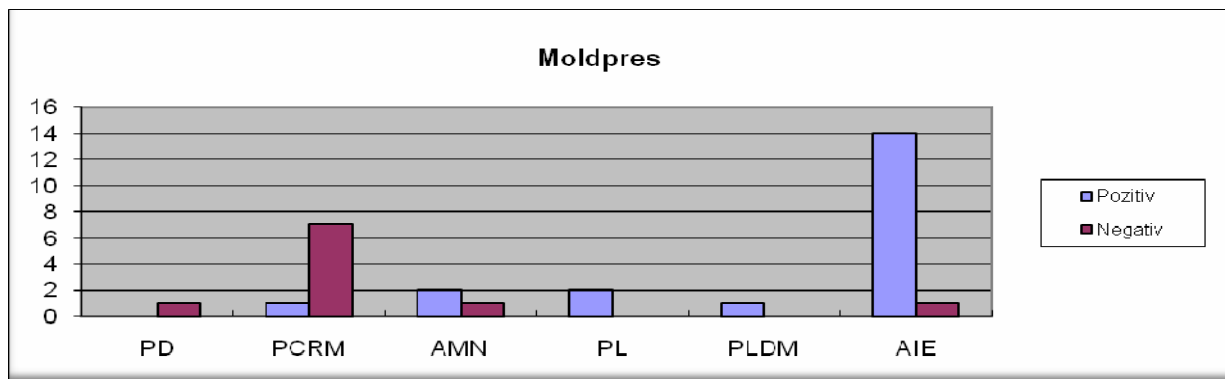
Ziarul *Vesti Gagauzii* (Comrat) a publicat în săptămâna de raport doar materiale de publicitate electorală, iar *Golos Bălți* (Bălți) nu a publicat nimic care să aibă legătură cu campania electorală.

### 5.2.2 Agenții de presă și portaluri de știri

Prin difuzarea știrilor de la diferite evenimente oficiale și întâlniri ale demnitarilor de stat cu cetățenii și oficiali din străinătate, știrile agenției *Moldpres* favorizează alianța de guvernământ, prezentând-o preponderent în context pozitiv sau neutru (14 din 36 de știri relevante). În lumină negativă a apărut mai des concurentul electoral PCRM (7 știri sau 19,4% din total).

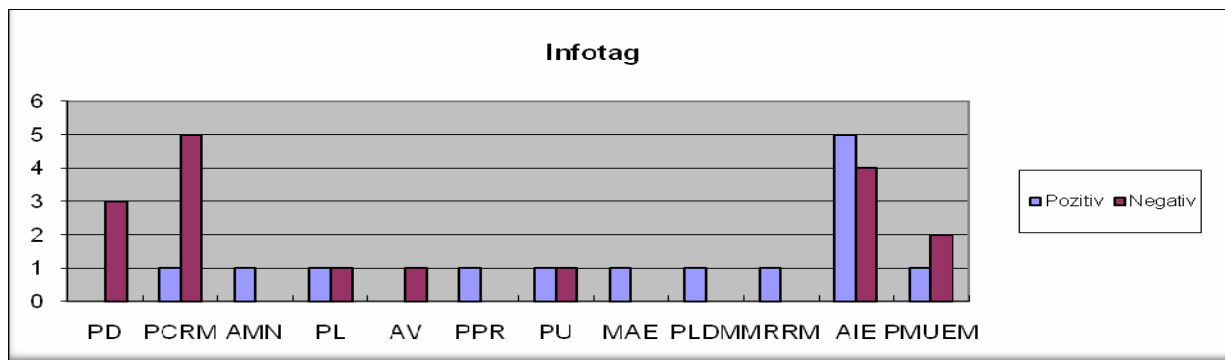


Diagrama 48. Concurenții favorizați sau defavorizați în știrile Moldpres - frecvența



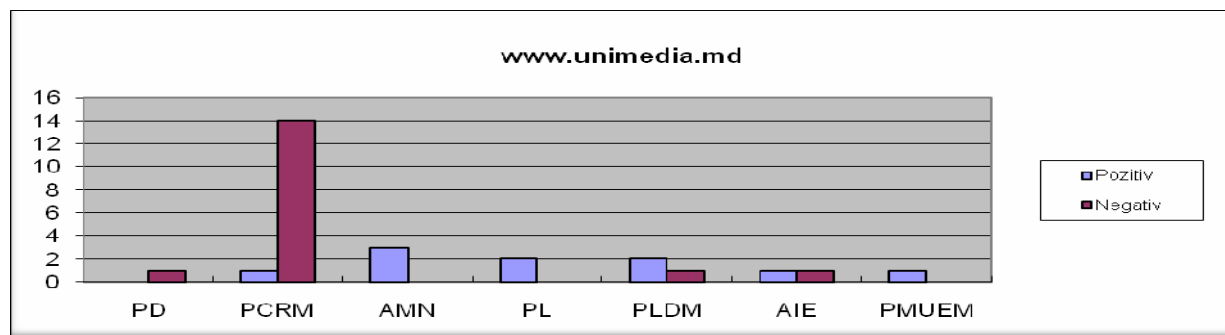
Agenția de știri *Infotag* continuă să păstreze o echidistanță relativă în raport cu alianța de guvernământ, prezentând-o atât în context pozitiv, cât și negativ. Prin selectarea știrilor, inclusiv prin nerespectarea principiului „celor două surse” în cazul unor materiale controversate, agenția a prezentat în context negativ concurenții electorali PCRM (în 5 din cele 6 cazuri relevante) și PDM (3 cazuri).

Diagrama 49. Concurenții favorizați sau defavorizați în știrile Infotag – frecvența



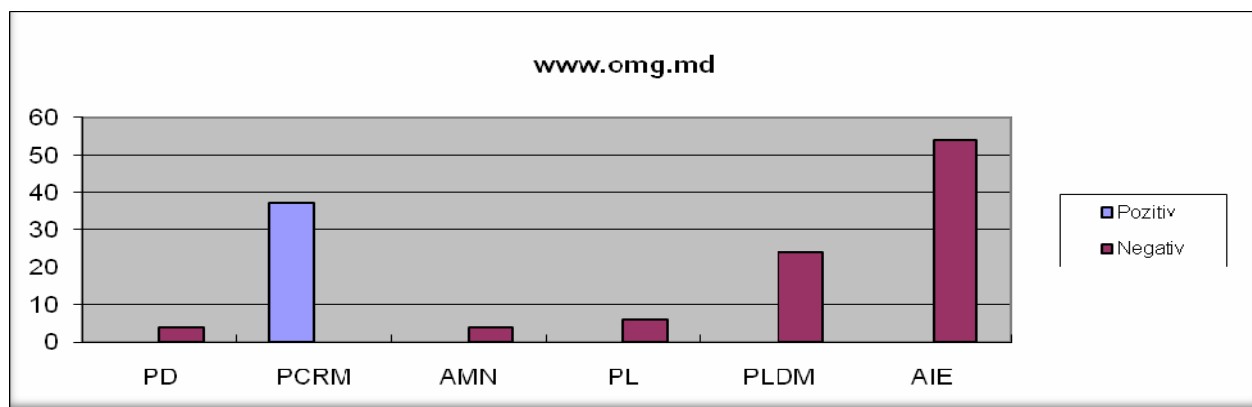
În perioada de raport, majoritatea materialelor plasate pe [www.unimedia.md](http://www.unimedia.md) au defavorizat concurentul electoral PCRM (14 știri sau circa 36% din totalul de 39 de știri). Cealți concurenți electorali au fost prezentați de o manieră mai mult sau mai puțin echidistantă.

Diagrama 50. Concurenții favorizați sau defavorizați în știrile de pe [www.unimedia.md](http://www.unimedia.md) - frecvența



Peste 64% din informațiile plasate pe site-ul [www.omg.md](http://www.omg.md) defavorizează, în unele cazuri discreditează AIE ca și alianță de guvernare, fiind prezentați separat în context negativ și partidele componente ale alianței, concurenții electorali PLDM (24 de informații sau 28,5% din totalul de 84 știri relevante), PL (6 știri, 7% din total), PDM și AMN (câte 4 știri, 4,8% din total). În schimb, site-ul promovează intens concurentul electoral PCRM, acest partid fiind unicul care apare în context pozitiv în perioada de raport (37 de materiale sau 44% din total).

Diagrama 51. Concurenții favorizați sau defavorizați în știrile de pe [www.omg.md](http://www.omg.md) – frecvența



## ANEXĂ

Raportul analizează corectitudinea știrilor și echilibrul surselor în subiectele despre modul în care au fost completate rapoartele financiare prezentate la Comisia Electorală Centrală de către partidele politice implicate în campania electorală pentru alegerile anticipate din 28 noiembrie.

<b>Studiu de caz nr1. Moldova 1</b>			
<b>N</b>	<b>Data</b>	<b>Prezentare media</b>	<b>Constatări</b>
1	25.10.2010	Partidele care nu manifestă transparență în ceea ce privește veniturile și cheltuielile pentru campania electorală vor fi sancționate de CEC.	Știre echilibrată, imparțială și echidistantă.
2	26.10.2010	Aproape 5 mln. lei au cheltuit primele 12 partide înscrise în cursa electorală. Așa arată rapoartele prezentate de concurenți la CEC. Cel mai mult au cheltuit până acum comuniștii, peste 2 mln lei. În raport se menționează că banii s-au adunat din donații. Reportajul menționează marii donatori.	Știre imparțială și echidistantă.
3	27.10.2010		
4	28.10.2010	CEC a solicitat de la CCCEC să analizeze raportul PCRМ privind proveniența și cheltuirea banilor pentru campania electorală.	Știre imparțială și echidistantă.
5	29.10.2010	Cercetările legate de veridicitatea datelor financiare din rapoartele comuniștilor continuă. CCCEC împreună cu Procuratura Generală și Inspectoratul Fiscal de Stat încă nu au decis de competența cărei instituții ține elucidarea cazului. Probleme cu donatori fictivi apar și la PD. Aceștia resping acuzațiile.	Știre echidistantă și imparțială, dar nu și echilibrată. Nu apare poziția PCRМ, spre deosebire de cazul cu PDM unde formațiunea este prezentă cu o replică citită de prezentator.
6	30.10.2010		
<b>Concluzii</b> Postul de televiziune Moldova 1 reușește să mențină echidistanța și imparțialitatea prin prezentarea unor știri sumare și neutre despre veniturile și cheltuielile partidelor în campania			

electorală. Publicul află despre neregulile admise în completarea listelor cu donatori ai partidelor, dar nu putem spune că știe și amănunte despre ceea ce s-a produs, dat fiind numărul limitat de surse de documentare. Pentru mai multă corectitudine, Moldova 1 evită confruntările dintre diferite surse implicate în scandal și se limitează doar la un text sobru și succint, fără a-și asuma riscul unor detalii care să încline balanța într-o parte sau alta.

#### Studiu de caz nr. N4

N	Data	Prezentare media	Constatări
1	25.10.2010		
2	26.10.2010	<i>19.30</i> CEC avertizează concurenții electorali să prezinte corect banii pe care îi utilizează în campania electorală, altfel ei riscă să fie excluși din cursa pentru anticipate.	Știre imparțială și echidistantă. Subiectul este prezentat general fără să dea vreun nume de concurent electoral.
3	27.10.2010	<i>06.00</i> Știre reluată din jurnalul 26.10.2010.	
4	28.10.2010	<i>19.30</i> Mâine dimineață toate partidele care și-au prezentat dosarele la CEC vor fi verificate de CCCEC și Fisc. Decizia a fost luată ca urmare a unor informații din presă precum că doi din finanțatorii campaniei electorale a PCRM au donat câteva sute de mii de lei, însă în realitate aceștia nu au avut niciun venit timp de doi ani. În replică PCRM declară într-un comunicat de presă că partidul respectă cu strictețe toate prevederile legale fără nicio abatere.	Știre imparțială, echidistantă și echilibrată.
5	29.10.2010	<i>06.00</i> Știre reluată din jurnalul 28.10.2010.	
6	30.10.2010		

**Concluzii** Postul de televiziune N4 reflectă superficial situația legată de depistarea unor nereguli în finanțarea unor concurenți electorali echidistant și imparțial. Corectitudinea exagerată a jurnaliștilor creează uneori chiar confuzii în ceea ce privește informarea telespectatorilor. Exemplu poate servi știrea din jurnalul din 26 noiembrie în care nu este trecut niciun nume de concurent electoral menționat de CEC.

Studiu de caz nr. Jurnal TV			
N	Data	Prezentare media	Constatări
1	25.10.2010		
2	26.10.2010		
3	27.10.2010	<p>1. Se jură că au strâns gura ciorapului. Liderul comuniștilor V.Voronin se jură că PCRМ duce cea mai economă campanie electorală pentru că oamenii din formațiunea sa sunt foarte cunoscuți și nu au nevoie de promovare. Totuși rapoartele financiare prezentate la CEC denotă o altă realitate. Comuniștii sunt campioni la cheltuieli de campanie.</p> <p>2. Finanțatori fictivi în rapoartele financiare prezentate de PCRМ. În ultimul raport financiar prezentat de PCRМ la CEC la capitolul donații din partea persoanelor fizice figurează cel puțin două persoane inexistente care ar fi sponsorizat partidul cu câte 250 mii lei. Jurnal TV a contactat telefonic persoanele care, <i>culmea!</i>, fac parte din familii social-vulnerabile. Secretarul CEC a declarat că partidul riscă excluderea din lista electorală. Ce spun părinții tinerilor. Comuniștii <i>s-au supărat foc</i> și ne-au amenințat că ne dau în judecată. Ei spun că actul este legal.</p> <p>Subiectele sunt reluate în cele două jurnale de seară și a doua zi.</p>	<p>Relatare, cel puțin în prezentarea acesteia, are mai multe expresii plastice care atrag asupra lor o doză de parțialitate. Aceasta este accentuată și de contrapunerea declarațiilor liderului PCRМ cu rapoartele financiare ale formațiunii. În rest informația este prezentată echidistant și imparțial.</p> <p>Investigația prezintă toate sursele. Singurele mici scăpări sunt interpretările și accentele puse de prezentatori și reporter care trădează lipsa de echidistanță din partea acestora. În general materialul tinde să fie echidistant și imparțial.</p>
4	28.10.2010	Comuniștii riscă să fie anchetați penal pentru fals în acte sau abuz în serviciu. Cel puțin așa susțin	Relatare imparțială și echidistantă.

		<p>reprezentanții CCCEC. Ei au examinat cererea CEC cu privire la donațiile făcute PCRМ de către unele persoane fizice. Vor fi verificate toate partidele care au depus rapoarte financiare. PCRМ neagă acuzațiile. Știrea este reluată a doua zi dimineața.</p>	
5	29.10.2010	<p>Curați ca lacrima. Așa se consideră comuniștii. Aceștia neagă faptul că în rapoartele lor financiare pe care le-au prezentat la CEC ar apărea finanțatori fictivi. Liderul PCRМ jură că nu știe de unde au apărut acești oameni care, spune el, discreditează formațiunea. Astfel a reacționat PCRМ, după ce Jurnal TV a identificat în rapoartele financiare două persoane inexistente. Știrea este reluată a doua zi dimineața.</p>	<p>Relatarea pornește de la o reacție a liderului comunist la investigațiile Jurnal TV. În rest sunt reluate subiectele din 27 și 28 octombrie.</p>
6	30.10.2010	<p>Scandalul donațiilor fictive a deconspirat o nouă schemă prin intermediul căror partidele erau finanțate de oligarhi care au condus ostilitățile din RM din umbră. Este părerea experților politici care explică rapoartele PCRМ la CEC. Jurnal TV a intrat în posesia declarațiilor făcute de finanțatori. Investigație reluată de mai multe ori.</p>	<p>Materialul întrunește condițiile unei investigații reportericești. Subiectul este echidistant, imparțial și echilibrat.</p>
<p><b>Concluzii</b> Jurnal TV este singurul post de televiziune care face o investigație pe marginea cazului privind donatorii fictivi ai PCRМ. Cu toate acestea, postul evită să vorbească despre problemele altor partide privind completarea listelor cu donatori. Prezentările materialelor conțin expresii plastice și interpretări, iar accentul plasat pe diferența dintre rapoartele și declarațiile PCRМ atrag asupra lor o doză de parțialitate. Ceea ce nu se poate spune despre investigațiile propriu-zise care tind spre echidistanță și imparțialitate.</p>			
<p><b>Studiu de caz nr.4. 2 Plus</b></p>			
<b>N</b>	<b>Data</b>	<b>Prezentare media</b>	<b>Constatări</b>

1	25.10.2010	Societatea civilă stă cu ochii pe partide. Cheltuielile fiecărei formațiuni politice vor fi monitorizate cu atenție pentru a evita implicarea acestora în acțiuni de propagandă sau favoruri către alegători.	Știre neutră.
2	26.10.2010	CEC a prezentat raportul financiar pentru primele două săptămâni de campanie electorală. Potrivit raportului, campion la cheltuieli este PCRM cu peste 2 mln lei, pe locul doi se situează PDM...	Știre neutră bazată doar pe datele CEC.
3	27.10.2010		
4	28.10.2010	<p>CCCEC s-a autosesizat în urma unor articole apărute în presă potrivit cărora unii donatori înscriși în lista PCRM sunt fictivi. Pe de altă parte PCRM califică articolele din presă drept manipulări din partea jurnaliștilor. În acest context CEC a cerut CCCEC și Fiscului să verifice rapoartele financiare ale celor 12 formațiuni incluse în lista electorală.</p> <p>PCRM a ajuns în centrul unui scandal după ce a inclus în listă doi tineri care au făcut donații, dar nu au declarat venituri. CCCEC spune că sunt posibile două componente de infracțiune: fals în acte publice și abuz în serviciu. Dar nu poate începe investigațiile pentru că de acestea trebuie să se ocupe alte instituții de stat. PCRM susține că are toate actele și declară că acestea sunt manipulări electorale.</p>	Știre imparțială și echidistantă.
5	29.10.2010	Au început controalele la partidele politice. Grupuri de ofițeri ai CCCEC și ai Fiscului	Știre imparțială și echidistantă.

		<p>au descins astăzi la 9 din cele 12 partide care au reprezentat rapoarte la comisia electorală. Reprezentanții organelor de control nu au oferit informații despre rezultatele verificării. Verificările se fac după ce presa a scris că PCRM ar fi primit donații de sute de mii de lei de la persoane care nu au declarat venituri la fisc. Comuniștii neagă acuzațiile și spun că actuala guvernare încearcă să îi scoată din cursa electorală.</p>	
6	30.10.2010		
<p><b>Concluzii 2</b> Plus își păstrează echidistanța și imparțialitatea față de toți actorii politici implicați în scandalul completării listelor cu donatori prezentate la Comisia Electorală Centrală.</p>			
<p><b>Studiu de caz nr 5. Prime TV</b></p>			
N	Data	Prezentare media	Constatări
1	25.10.2010	<p>Societatea civilă stă cu ochii pe partide. Inițiativa civică pentru transparența financiară în alegerile anticipate va monitoriza resursele financiare folosite de partide în campania electorală pentru favoruri sau publicitate.</p>	<p>Știre imparțială și echidistantă, dar nu și echilibrată. Doar o singură sursă din partea unui ONG.</p>
2	26.10.2010	<p>PCRM a cheltuit deja în această campanie cei mai mulți bani. În două săptămâni staful acestei formațiuni a operat cu 2 mln lei. Potrivit CEC majoritatea concurenților electorali au cheltuit până la 500 mii lei, însă există concurenți care se descurcă fără bani.</p>	<p>Material imparțial și echidistant.</p>
3	27.10.2010		
4	28.10.2010	<p>CCCEC s-a autosesizat în urma informațiilor apărute în presă potrivit cărora unii donatori înscriși în lista PCRM sunt</p>	<p>Știre echidistantă și imparțială.</p>



		fictivi. Măine inspectorii vor începe controlul la 12 partide din cele 18 înscrise în campania electorală. PCRМ califică articolele despre donatorii fictivi drept manipulări cinice din partea ziariștilor.	
5	29.10.2010	<p>Cu ochii pe partidele politice. Grupuri de ofițeri de la CCCEC și ai Inspectoratului Fiscal au descins astăzi la nouă din cel 12 partide care au prezentat rapoarte financiare la CEC.</p> <p>Reprezentanții organelor de control nu au oferit informații suplimentare. Verificările au început după ce presa a scris că PCRМ ar fi primit donații de sute de mii de lei de la persoane care nu au declarat venituri la Fisc.</p> <p>Comuniștii susțin că au toate actele în regulă și că astfel guvernarea încearcă să îi scoată din campania electorală.</p>	Știre echidistantă și imparțială.
6	30.10.2010		
<p><b>Concluzii</b> Prime TV prezintă subiectul despre donatorii fictivi din listele PCRМ echidistant și imparțial. Textul rigid și bine echilibrat nu lasă loc pentru interpretări și comentarii. Acest fapt face ca telespectatorul să nu fie lămurit până la capăt ce stă în spatele scandalului cu donatorii fictivi ai unor partide.</p>			
<p><b>Studiu de caz nr 6. NIT</b></p>			
N	Data	Prezentare media	Constatări
1	25.10.2010		
2	26.10.2010		
3	27.10.2010		
4	28.10.2010	<p>Presa și analiști politici apropiați actualei guvernări cer CEC să excludă PCRМ din cursa electorală. Ei invocă faptul că în rapoartele financiare există nereguli. CEC declară că</p>	<p>Subiectul este conceput mai degrabă ca o reacție la ceea ce se discută în societate și este departe de informarea echilibrată și echidistantă a telespectatorilor despre neregulile din listele cu donatori prezentate de partide la CEC. Știrea este</p>

		<p>excluderea se face după ce se demonstrează abateri în procesul de colectare a fondurilor pentru campania electorală. Comuniștii cred că este vorba despre un nou atac mediatic împotriva lor.</p> <p>Știre reluată a doua zi dimineța.</p>	<p>total dezechilibrată prin spațiul exagerat acordat PCRМ fie ca citat dintr-o declarație, fie ca interviu cu unul din frunțașii formațiunii. Cu excepția secretarului CEC nu mai apare nici o sursă. Celelalte sunt citate doar pentru a li se da un răspuns.</p>
5	29.10.2010	<p>Angajații Fiscului și ai CCCEC au efectuat un control financiar la sediul PCRМ. Verificarea a avut loc imediat după ce presa apropiată guvernării a tirajat declarația secretarului CEC privind așa-numita excludere din cursa electorală a PCRМ din cauza unor inexactități în raportul financiar prezentat. În material reprezentantul PCRМ solicită ca aceste controale să fie făcute mai des pentru a răspunde insinuărilor din presă pe care le consideră manipulări și provocări pentru discreditarea celui mai puternic partid din RM. Staff-ul PCRМ s-a arătat nedumerit de întrebările inspectorilor care nu aveau nici o legătură cu verificările în cauză. Potrivit PCRМ toată această agitație este din cauza că partidele de la guvernare sunt conștiente de pierderea popularității lor și de faptul că nivelul de încredere față de PCRМ este în creștere.</p>	<p>Subiectul este parțial prin oferirea unui spațiu extins pentru prezentarea poziției PCRМ față de această problemă. Jurnalistul nu este echidistant prin comentariile și citatele pe care le utilizează în defavoarea unei alte surse. Materialul nu este nici echilibrat, deoarece nu oferă loc și pentru cei care sunt atacați de către reprezentantul PCRМ, adică cei care fac acuzațiile despre felul cum este finanțat partidul.</p>
6	30.10.2010	<p>Principalul subiect de săptămâna aceasta a fost finanțarea partidelor politice din campania electorală. Un interes deosebit a stârnit un singur partid - PCRМ. În special declarația secretarului CEC privind posibila excludere a acestuia din cursă, a celui mai important de fapt partid de opoziție. Presa afiliată, inclusiv</p>	<p>Acuzații la adresa unor mijloace mass media, patronii cărora ar fi primit funcții în Guvern.</p> <p>Materialul nu este imparțial și echidistant. Autorii vin cu comentarii și interpretări pe marginea subiectului.</p> <p>Nu este echilibrat deoarece nu oferă spațiu și celor care au fost atacați.</p>

		patronii cărora au primit funcții în Guvern.  Materialul este o totalizare a celor întâmplare pe parcursul săptămânii.	Pe fundalul unor acuzații privind finanțarea frauduloasă a altor partide apar imagini cu Ghimpu, Lupu.
<p><b>Concluzii</b> Majoritatea materialelor puse pe post sunt concepute ca reacții din partea PCRМ la ceea ce se întâmplă și se discută și nu ca subiecte despre ceea ce se produce sau dezbate în societate. Această abordare face ca relatările puse pe post să ducă lipsă de echilibru și echidistanță din partea reporterului. Jurnalistul comentează și interpretează informațiile în detrimentul unor alte surse pe care nici nu încearcă să le solicite pentru a confirma sau infirma cele spuse. Ceea ce nu putem spune despre prezența reprezentanților Partidului Comuniștilor, care domină relatările din jurnalele de la NIT. De multe ori jurnaliștii se ascund după imagini grăitoare. Ei utilizează comentarii și interpretări privind finanțarea frauduloasă a altor partide, iar pe fundal apar imagini cu Ghimpu, Lupu.</p>			
<p><b>Studiu de caz nr 7. Publika TV</b></p>			
N	Data	Prezentare media	Constatări
1	25.10.2010	Partidul Comuniștilor a cheltuit până acum cei mai mulți bani pentru campania electorală, iar Partidul Liberal - cei mai puțini. 11 din cei 12 concurenți electorali, înregistrați acum două săptămâni de Comisia Electorală Centrală, și-au prezentat astăzi rapoartele financiare. Partidul "Patrioții Moldovei" este formațiunea care încă nu a prezentat documentul la CEC.	Știre imparțială, echidistantă și echilibrată. Sunt utilizate interpretări ale cifrelor date de analiști politici.
2	26.10.2010	4,8 milioane de lei. Atât au cheltuit în primele două săptămâni de campanie electorală 11 concurenți, înregistrați până acum pentru anticipatele din 28 noiembrie. CEC a aprobat astăzi rapoartele lor financiare. Numai PCRМ a cheltuit peste 2 mln lei. Experții pun la îndoială proveniența banilor donați pentru susținerea partidelor în campania electorală. Potrivit lor, o persoană cu un venit de sute de	Știre imparțială, echidistantă și echilibrată. Sunt utilizate interpretări ale cifrelor date de analiști politici.

		lei nu poate dona mii de lei.	
3	27.10.2010	În două săptămâni de campanie, PD și PLDM și-au amplasat cele mai multe panouri de publicitate stradală. În top urmează AMN, în timp ce PL nu apare pe niciun panou electoral din țară. De asemenea, la început de campanie, printre finanțatorii oficiali ai partidelor nu este niciun om de afaceri înstărit. Deocamdată, partidele sunt finanțate de șomeri, profesori și membri de rând.	Știre imparțială, echidistantă și echilibrată.
4	28.10.2010	Rapoartele financiare ale concurenților electorali au ajuns la CCCEC. Instituția admite existența componentelor de infrațiune în rapoartele prezentate de PCRM. În cazul în care va fi depistată ilegalitatea finanțării comunistilor în campania pentru anticipate, CEC poate solicita CSJ excluderea lor din cursa electorală. Pe de altă parte, PCRM susține că este vorba despre o intimidare a donatorilor săi și o încercare de a elimina partidul din cursa electorală.	Relatare imparțială, echidistantă și echilibrată cu elemente de anchetă reportericească.
5	29.10.2010	1. Comuniștii critică democrația și-i învinuiesc de scrierea unor scenarii pentru excluderea lor din cursa electorală. În același timp, la comanda PCRM, o agenție de presă face știri, dar și filme pe bandă rulantă pentru a discredita actuala guvernare.  2. Rapoartele financiare ale concurenților electorali au ajuns la CCCEC. Instituția admite existența componentelor de infrațiune în rapoartele	Prezentare a evenimentelor de pe parcursul săptămânii legate de corectitudinea unor liste electorale cu finanțatori depuse la CEC de către partidele participante la scrutinul din din 28 noiembrie.

		prezentate de PCRM. Pe de altă parte, Partidul Comuniștilor susține că este vorba despre o intimidare a donatorilor săi și o încercare de a elimina formațiunea din cursa electorală.	
6	30.10.2010		
<p><b>Concluzii</b> Publika TV este singurul post de televiziune care pe lângă echidistanță și imparțialitate oferă publicului și interpretări din partea actorilor politici, dar și a unor cunoscuți analiști politici pe marginea scandalului legat de alcătuirea defectuoasă a listelor cu finanțatori ai partidelor politice. Televiziunea a prezentat subiectul din diferite puncte de vedere și a încercat să ofere spațiu egal tuturor surselor solicitate să ofere sau să comenteze subiectul.</p>			
<p><b>Studiu de caz nr 8. Vocea Basarabiei</b></p>			
N	Data	Prezentare media	Constatări
1	25.10.2010	Inițiativa civică pentru transparența financiară în alegerile anticipate va monitoriza veniturile și cheltuielile partidelor politice în alegeri.	Relatarea imparțială și echidistantă.
2	26.10.2010	<p>1. Doar 11 partide și-au prezentat ieri rapoartele financiare la CEC. Cel mai mult au cheltuit potrivit datelor PCRM, PDM, AMN...</p> <p>2. Relatare despre veniturile și cheltuielile partidelor politice și despre donatorii acestora în baza rapoartelor depuse la CEC.</p> <p>3. PCRM este campion la cheltuieli în campania electorală. Potrivit raportului financiar, formațiunea a dat peste 2 mln lei pentru publicitate electorală...</p>	Știri și relatări imparțiale și echidistante.
3	27.10.2010	Este reluată știrea despre Rapoartele financiare depuse la CEC.	
4	28.10.2010	1. Citat din tatăl tânărului donator. Informații preluate de pe Unimedia, potrivit căruia Inspectoratul Fiscal a confirmat	Știre imparțială și echidistantă.

		<p>că tânărul nu a avut niciun venit în ultimii trei ani. Un alt tânăr donator face parte din familie social vulnerabilă, scrie jurnal.md. Juristul PCRМ spune pentru Unimedia că rapoartele sunt adevărate și că donatorii PCRМ sunt intimidați.</p> <p>2. (11.15) Au crezut că nimeni nu va ști nimic, dar a bătut la ochi lista donațiilor PCRМ. Este reluată informația de mai sus, după care prezentatorul spune: „Așadar, un adevărat paradox moldovenesc, tânărul donator declară că prima dată aude acest lucru.” „Iar până la 20 de ani cu siguranță nu a avut mai mulți bani”. CEC a trimis CCCEC și la Inspectoratul Fiscal rapoartele financiare ale partidelor implicate în campania electorală.</p> <p>3. (18.00) CEC a expediat la CCCEC și la Inspectoratul Fiscal rapoartele financiare ale partidelor implicate în campania electorală pentru a cerceta veridicitatea acestora. CEC face trimitere la rapoartele PCRМ care includ sume despre care donatorii nu știu nimic.</p> <p>4. (18.00) CCCEC a convocat mai multe ședințe cu participarea procurorilor și a responsabililor de la Inspectoratul Fiscal despre începerea verificării PCRМ despre veniturile și cheltuielile din actuala campanie electorală. Știre despre reacția CCCEC la articolele din presă.</p>	<p>Informația este prezentată cu mai multe comentarii și interpretări din partea prezentatorului, astfel că nu este clar dacă materialul este o știre sau un comentariu. Totodată acesta este citit pe fundal muzical cu anumite accente care lasă loc de interpretări în defavoarea PCRМ. Știrea nu se referă și la alte formațiuni care au avut nereguli cu înregistrarea unor donații din partea persoanelor fizice.</p> <p>Știre preluată de pe Unimedia. Deși sunt făcute mai multe acuzații la adresa PCRМ privind unele falsificări de date din raportul financiar, postul de radio nu prezintă nici o reacție din partea acestei formațiuni. Știrea nu este imparțială, echidistantă și echilibrată.</p> <p>Știre imparțială și echidistantă.</p>
5	29.10.2010	Sunt reluate știrile din jurnalul de la ora 18.00 din ziua precedentă.	

6	30.10.2010		
<p><b>Concluzii</b> Vocea Basarabiei a oferit publicului informații amănunțite despre veniturile și cheltuielile partidelor politice implicate în campania electorală. Majoritatea acestora sunt corecte și neutre. Cu toate acestea se remarcă prezentarea neechidistantă și lipsită de imparțialitate a subiectului în mai multe buletine de știri, fie din cauza unor comentarii făcute de jurnaliști și felul în care acesta citește informațiile (28.10.2010, 11.15), fie prin lipsa unei reacții din partea formațiunii acuzate de falsificarea raportului financiar (28.10.2010, 18.00, N3).</p>			
<p><b>Studiu de caz nr 9. Prime FM</b></p>			
<b>N</b>	<b>Data</b>	<b>Prezentare media</b>	<b>Constatări</b>
1	25.10.2010		
2	26.10.2010	06.00 (Reluarea jurnalului de la Prime TV) Societatea civilă stă cu ochii pe partide. Inițiativa civică pentru transparența financiară în alegerile anticipate va monitoriza resursele financiare folosite de partide în campania electorală.	Știre imparțială și echidistantă, dar nu și echilibrată. Doar o singură sursă din partea unui ONG.
3	27.10.2010	06.00 (Reluarea jurnalului de la Prime TV) PCRM a cheltuit deja în această campanie cei mai mulți bani. În două săptămâni stafful acestei formațiuni a operat cu 2 mln lei. Potrivit CEC majoritatea concurenților electorali au cheltuit până la 500 mii lei, însă există concurenți care se descurcă fără bani.	Material imparțial și echidistant.
4	28.10.2010	PCRM verificat de CCCEC și Inspectoratul fiscal. Aceștia riscă să fie excluși din campania electorală, declară Iurie Ciocan. CEC solicită celor două instituții verificarea rapoartelor financiare pentru a verifica veridicitatea. Este vorba de donații despre care persoanele donatoare nu știu nimic. (12.00, 17.00)	Știrea preluată de pe Unimedia. Postul nu prezintă poziția PCRM.
5	29.10.2010	06.00 (Reluarea jurnalului de la Prime TV) CCCEC s-a	Știre echidistantă și imparțială.

		autosesizat în urma informațiilor apărute în presă potrivit cărora unii donatori înscrși în lista PCRМ sunt fictivi. Măine inspectorii vor începe controlul la 12 partide din cele 18 înscrise în campania electorală. PCRМ califică articolele despre donatorii fictivi drept manipulări cinice din partea ziariștilor.	
6	30.10.2010	06.00 (Reluarea jurnalului de la Prime TV) 40 sec.	

**Concluzii** Postul de radio a prezentat evenimentul imparțial și echidistant, deși nu întotdeauna reușește să fie și echilibrat. Chiar dacă citează un site de știri unde se respectă echilibrul surselor, nu este clar de ce Prime FM evită să ofere spațiu și formațiunii acuzate.

#### **Studiu de caz nr 10. Radio Moldova**

<b>N</b>	<b>Data</b>	<b>Prezentare media</b>	<b>Constatări</b>
1	25.10.2010		
2	26.10.2010	Concurenții electorali și-au expus veniturile și cheltuielile din campanie la vedere. Cel mai <i>risipitor</i> concurent electoral este PCRМ, pe locul doi la capitolul cheltuieli se plasează democrații lui Marian Lupu...	Știre imparțială și echidistantă. Există doar sursa oficială de la CEC. Lipsesc reprezentanții partidelor.
3	27.10.2010		
4	28.10.2010	Dimineața (09.00), la două zile de la lansarea subiectului, a fost reluată o știre despre prezentarea de către CEC a raportului financiar pentru primele două săptămâni de campanie electorală.	Știre imparțială și echidistantă.
5	29.10.2010	CEC a expediat la CCCEC și Inspectoratul Fiscal rapoartele financiare ale tuturor partidelor politice pentru a cerceta veridicitatea acestora. CEC a menționat că situația vine ca urmare a subiectelor mediatizate	Știre citată de pe Unimedia. Subiectul este imparțial și echidistant. Lipsesc reprezentanții partidelor politice și din partea societății civile care ar face relatarea mai interesantă și i-ar oferi un echilibru.



		de presă în care se face referire la donațiile în fondul electoral al PCRМ despre care persoanele vizate spun că nu cunosc nimic.	
6	30.10.2010		
<p><b>Concluzii:</b> Subiectul rapoartelor electorale este prezentat în știri scurte și neutre. Postul de radio tratează tema cu maximă precauție și se bazează doar pe date oficiale furnizate de Comisia Electorală Centrală. Lipsesc actorii politici și experții în domeniu, dar și reprezentanții altor instituții ale statului cum ar fi Centrul de Combatere a Crimelor Economice și Corupției, Inspectoratul Fiscal și Procuratura. Prudența exagerată cu care abordează Radio Moldova subiectul în cauză face ca ascultătorul să rămână neinformațat despre scandalurile electorale legate de crearea fondurilor electorale ale unor concurenți electorali. Astfel că știrile despre reacțiile unor instituții ale statului la felul cum au fost scrise rapoartele financiare ale partidelor politice sunt mai puțin înțelese deoarece nu a fost prezentată problema în fond – încălcările admise de partide la alcătuirea listelor cu donatori.</p>			