



Centrul pentru Jurnalism Independent

coaliția 2009



coaliția civică
pentru alegeri libere și corecte

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

Raport nr. 4
1-7 noiembrie 2010

Acest raport este realizat în cadrul proiectului „Monitorizarea mass-media în campania electorală”, cu susținerea financiară a Ambasadei Marii Britanii în Moldova, Consiliului European 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, Nezasimsimaia Moldova, Flux, Jurnal de Chișinău, Timpul de dimineață, Komsomolskaia pravda v Moldove, Evenimentul Zilei, Panorama, Golos Bălți (Bălți), Vesti Gagauzii (Comrat), Cuvântul (Rezina), Gazeta de Sud (Cimișlia).

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

1.5 Orarul monitorizării

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

Sâmbătă și duminică: de la 8.00 până la 22.00

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

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

1.6. Echipa

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

2. Cadrul metodologic

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

tendința, pe o anumită perioadă de timp, ca unul dintre subiecți să fie favorizat sau defavorizat 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
LB – Lenuța Burghilă
VC- Valentina Cușnir

Subiecte pe agenda publică din perioada 1-7 noiembrie 2010

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

- Comisia Electorală Centrală a încheiat înregistrarea candidaților în cursa electorală. În total, în buletinele de vot vor figura 40 de concurenți.
- CBS AXA face publice rezultatele unui sondaj de opinie, potrivit căruia în viitorul Parlament vor intra 4 partide. AMN a contestat la CEC rezultatele sondajului.
- CCCEC verifică rapoartele financiare ale mai multor partide înregistrate în cursa electorală și anunță că nu a depistat încălcări grave.
- Ministerul de Interne dezmente acuzațiile aduse în materialul difuzat de portalul web „Omega”, privind provocarea artificială a inundațiilor din vara acestui an.
- Societatea civilă face publice mai multe rapoarte privind modul în care se desfășoară campania electorală.
- Sunt date în exploatare primele case pentru sinistrați, cu participarea Prim-ministrului Filat.

3. Tendințe generale

3.1 Audiovizual

În perioada 1-7 noiembrie 2010, cele 10 posturi audiovizuale monitorizate au difuzat în total 2818 materiale cu impact electoral direct sau indirect, în creștere cu 43% față de perioada precedentă de monitorizare. Cel mai mare volum a revenit știrilor și programelor electorale speciale, inclusiv dezbaterilor, la care reprezentanții concurenților electorali au avut posibilitatea să-și prezinte platformele electorale și să dezbată asupra platformelor altor concurenți. A crescut simțitor numărul spoturilor publicitare electorale, ca și volumul timpilor de antenă grațuiți. Dintre posturile TV, cel mai mare volum de materiale relevante prezentei monitorizării au fost difuzate de posturile Moldova 1 și NIT, iar dintre posturile radio – de Radio Moldova, care pe lângă știri, emisiuni de opinie, programe electorale speciale, a oferit și timp de antenă grațuiți.

În perioada de raport, posturile publice Moldova 1 și Radio Moldova au reflectat echilibrat campania electorală, reușind să asigure pluralism de opinie atât în știri, cât și prin intermediul programelor electorale speciale și timpilor de antenă grațuiți. Ambele posturi au oferit acces unui număr mare de concurenți electorali pentru a-și expune platformele electorale. În majoritatea cazurilor, subiectele relevante au fost prezentate în context neutru; totodată unii concurenți electorali au apărut în lumină fie pozitivă, fie negativă. La Radio Moldova, exponenții PLDM și PL au beneficiat de mai multe apariții în știri cu caracter electoral indirect, fiind vorba de subiecte ce le pot aduce credit electoral.

Postul privat cu acoperire națională Prime TV a reflectat campania preponderent în buletine de știri și emisiuni de opinie. Judecând după frecvența citării și contextul apariției concurenților în știri, dar și în emisiuni, la Prime TV se remarcă o ușoară favorizare a PDM.

Postul privat NIT este singurul post TV care face partizanat politic deschis în favoarea concurentului electoral PCRM. În perioada de raport, NIT a eșuat să asigure pluralism de opinie în buletinele de știri, majoritatea concurenților electorali având acces limitat în știrile acestui post. Datorită timpilor de antenă grațuiți și dezbaterilor, în perioada de raport la NIT și-au expus platformele electorale mai mulți concurenți electorali.

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 cu acoperire regională N4 a fost mai activ în reflectarea subiectelor electorale în buletinele de știri, asigurând pluralism de opinie, prin citarea mai multor concurenți, inclusiv candidaților independenți. De cele mai multe ori, însă, în context pozitiv au fost prezentați reprezentanții PLDM.

La postul de știri Publika TV nu este evidentă vreo tendință clară de favorizare a anumitor concurenți electorali. Judecând după frecvența apariției concurenților în context negativ, la Publika TV se remarcă o ușoară defavorizare a PCRM.

La un alt post de știri, Jurnal TV, concurenții electorali au fost prezentați preponderent neutru, dar și în context pozitiv, și negativ, în funcție de contextul reflectării. Ținând cont de numărul mare de apariții în context pozitiv a PNT în știri, dar și în emisiuni, se poate afirma că la Jurnal TV se observă o ușoară favorizare a PNT și defavorizare a PCRM.

La Vocea Basarbiei se remarcă defavorizarea PCRM și favorizarea PL și PLDM, iar la Prime FM – favorizarea PDM și o ușoară defavorizare a PCRM și PLDM.

3.2 Presa scrisă/Agenții de presă/Portaluri web

Presa scrisă, inclusiv agențiile de presă și portalurile web, a sporit atât numărul de materiale care reflectă campania electorală, cât și suprafața alocată publicării acestora. Astfel, numărul de materiale a crescut cu 17,9%: de la 508 în săptămâna 25-31 octombrie până la 599 în săptămâna 1-7 noiembrie. Cele 12 ziare monitorizate au publicat, în medie, câte 11 informații relevante în fiecare ediție, cel mai mare număr de materiale înregistrându-se în *Timpul de dimineață*, *Moldova Suverană*, *Nezavisimaia Moldova* și *Jurnal de Chișinău*, iar cel mai mic număr de materiale – în *Golos Bălți* și *Vesti Gagauzii*. Cele două agenții de știri monitorizate au difuzat, în medie, câte 18 știri pe zi, două treimi din ele revenind agenției *Infotag*. Site-urile de știri au plasat informații tematice în fiecare zi a săptămânii, cu o intensitate diferită: www.omg.md – în medie, câte 18,7 știri pe zi, iar www.unimedia.md – câte 7,8 știri pe zi.

Materialele de educație electorală nu sunt prioritare în planificarea editorială a ziarelor, agențiilor și site-urilor monitorizate, acestea ocupând mai puțin de 2% din suprafața totală, alocată articolelor despre campania electorală.

Cu unele excepții, presa continuă să mediatizeze campania electorală din perspectiva concurenților electorali pe care îi simpatizează sau de care depind patronii și editorii acestora.

O parte a instituțiilor mass-media monitorizate (în special, site-ul www.omg.md, ziarele *Nezavisimaia Moldova* și *Moldova Suverană*) par să-și fi asumat rolul de presă de partid a concurentului electoral PCRM, pe care îl promovează intens, încercând să inducă cititorilor ideea că acest concurent electoral este susținut masiv de localități întregi din țară, în detrimentul Alianței pentru Integrarea Europeană (AIE) și a concurenților electorali PLDM, PDM și PL, care sunt prezentați aproape exclusiv în culori negre.

Politica editorială a ziarelor *Timpul de dimineață* și *Jurnal de Chișinău* reliefează tendința de a defavoriza concurentul electoral PCRM în majoritatea absolută a materialelor jurnalistice, în schimb fiind avantajate editorial partidele de orientare liberală și în general partidele ne-comuniste. În parte, această afirmație este valabilă și pentru ziarele *Panorama*, *Evenimentul Zilei*, *Gazeta de Sud*, *Flux*.

Agencia de știri *Infotag* și ziarul *Cuvântul* au avut în săptămâna de raport un comportament editorial relativ echilibrat, prezentând opinii și poziții diferite ale partidelor în contextul campaniei electorale. Alte două instituții mass-media monitorizate - agenția de știri *Moldpres* și portalul www.unimedia.md au respectat principiul diversității surselor și opiniilor, manifestând totuși un anumit grad de simpatie pentru concurenții electorali de doctrină liberală.

Komsomolskaia pravda v Moldova publică multă reclamă electorală și puține știri și materiale de opinie, conținutul cărora a fost, în săptămâna de raport, favorabil PLDM și PDM.

Ziarele regionale *Vesti Gagauzii* și *Golos Bălți* în continuare par să nu fie interesate de mediatizarea campaniei electorale și aproape că nu le oferă cititorilor informație despre alegerile din 28 noiembrie 2010.

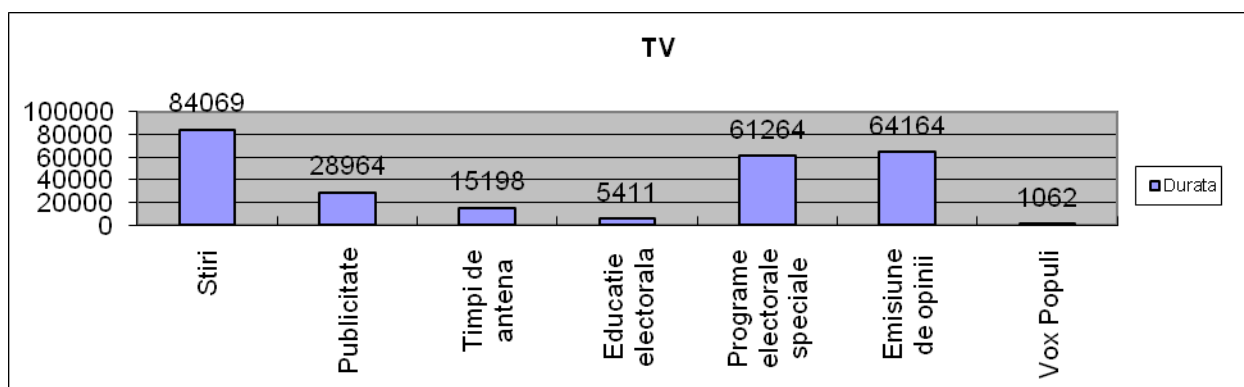
4. Datele monitorizării. Presa audiovizuală

4.1 Implicarea în campania electorală

4.1.1 TV

În perioada 1-7 noiembrie 2010, cele șapte posturi de televiziune monitorizate au avut în total 1804 materiale și emisiuni cu impact electoral, cu o durată totală de aproximativ 72 ore. Numărul acestora a crescut cu 35%, în mare parte datorită creșterii numărului de spoturi publicitare electorale. Publicitatea, care este prima în topul materialelor ca frecvență (885 în total), este urmată de știri – 754, care au avut și cel mai mare volum – 23,3 ore. În perioada de raport, a crescut frecvența și volumul emisiunilor de opinie și a programelor electorale speciale, la fel ca și numărul de materiale de educație electorală și volumul de timp de antenă (vezi Digrama 1). Spațiul alocat Vox Populi rămâne în continuare mic.

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

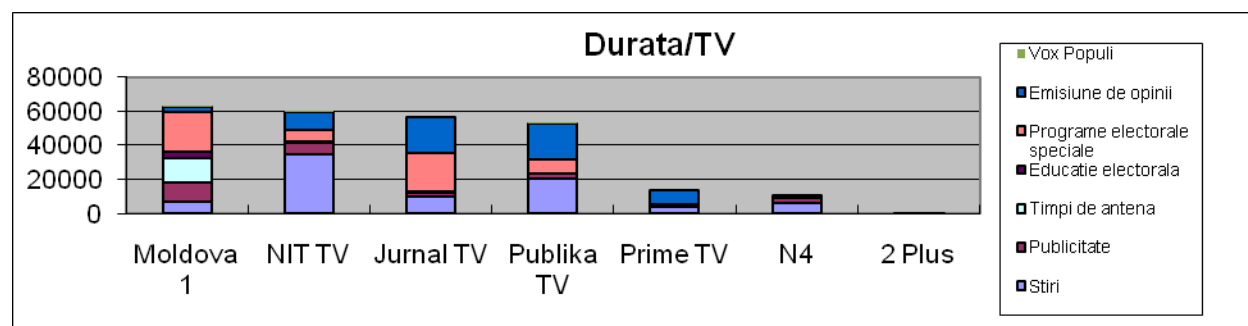


În perioada de raport, cel mai mare volum de materiale relevante au fost puse pe post de radiodifuzorul public Moldova 1, urmat de postul privat NIT. La postul public a fost înregistrată cea mai mare diversitate de materiale relevante prezentei monitorizării. În total, Moldova 1 a avut 548 de materiale, dintre care 104 au fost știri (1,9 ore), 3,1 ore au fost alocate publicității electorale, 1,03 ore – emisiunilor și materialelor de educație electorală, 6,5 ore – programelor electorale speciale, în special dezbaterilor, iar aproximativ o oră – emisiunilor de opinie. Totodată, Moldova 1 a oferit concurenților 3,9 ore de timp de antenă gratuit și a pus pe post un Vox Populi – 209 sec. Și NIT, Jurnal TV și Publika au inclus în grila de emisie programe electorale speciale, iar NIT a oferit și timp de antenă gratuit (Diagrama 1.1). Prime TV, 2 Plus și N4 au fost mai puțin variate din punctul de vedere al diversității generice.

În tematica buletinelor de știri de la cele 7 posturi monitorizate au predominat politicul și procesul electoral, urmate de problemele sociale, în mare parte fiind vorba de subiectul

construcției caselor pentru sinistrați și acordarea indemnizațiilor sociale pentru plata agentului termic.

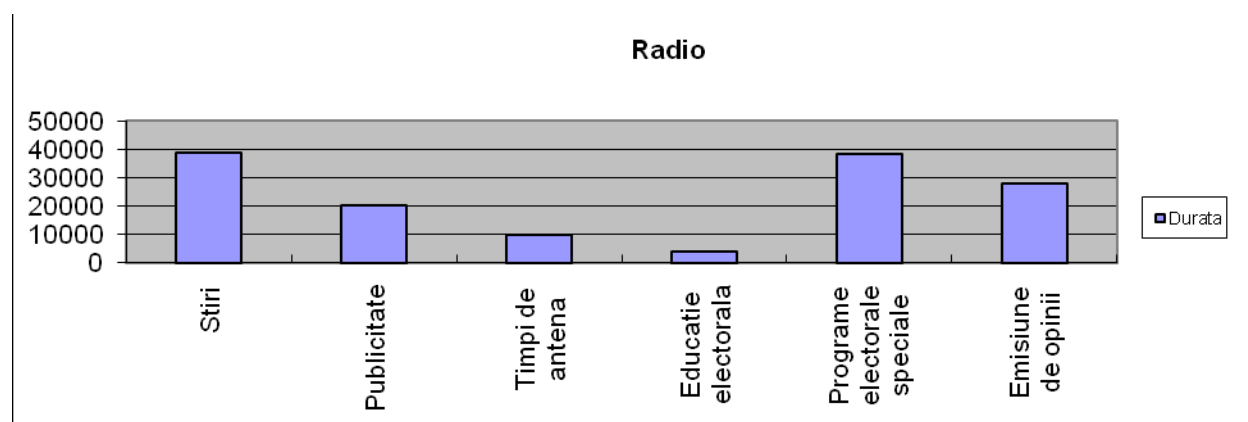
Diagrama 1.1. Volumul și genul materialelor electorale difuzate de posturile TV în perioada 1-7 noiembrie, sec



4.1.2 Radio

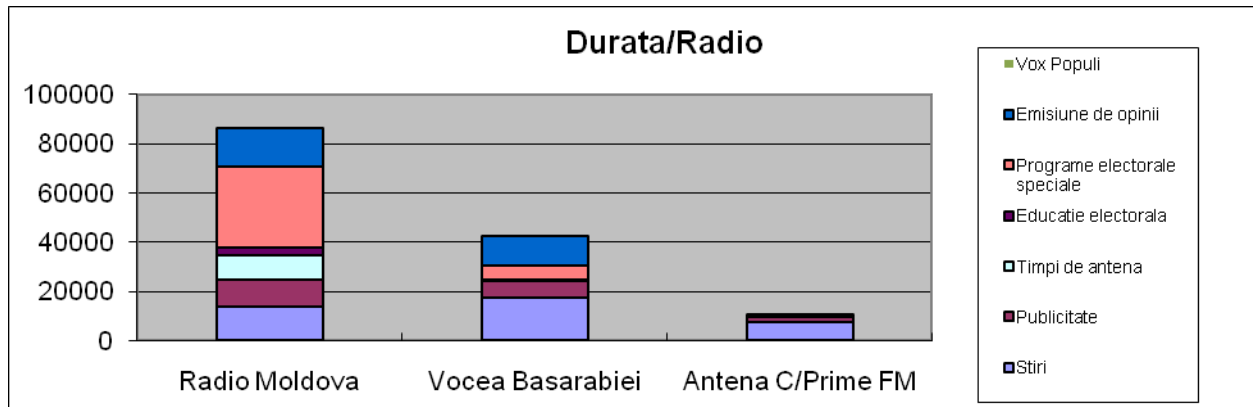
În perioada 1-7 noiembrie 2010, numărul materialelor cu impact electoral la cele trei posturi radio a crescut până la 1014 (în creștere cu 59% față de săptămâna precedentă). Volumul total al materialelor relevante prezentei monitorizării a fost de aproximativ 39 ore. Ca și la posturile tv, după frecvență au prevalat spoturile publicitare, iar după volum în prim plan au ieșit buletinele de știri, urmate de programe electorale speciale și emisiuni de opinie. De asemenea, au fost difuzate emisiuni de educație electorală, în special la postul public Radio Moldova, și oferiți timpi de antenă gratuit. Vox Populi au lipsit în perioada de raport de la posturile monitorizate (vezi Diagrama 2).

Diagrama 2. Volumul materialelor cu tentă electorală difuzate de 3 posturi de radio în perioada 1-7 noiembrie, sec



Cele mai multe și mai diverse 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 timpi 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 programe electorale speciale. 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 problemele sociale.

Diagrama 2.2. Volumul și genul materialelor electorale difuzate de posturile de radio în perioada 1-7 noiembrie, sec.



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



În perioada 1-7 noiembrie 2010, postul public Moldova 1 a recurs la diverse surse în știrile cu impact electoral direct și indirect. Astfel, Prim-ministrul împreună cu alți miniștri care nu au degrevat pe durata campaniei au fost citați ca surse de 14 ori, cu durata totală a apariției pe ecran de 301 sec. Președintele interimar a apărut în calitate de sursă de 6 ori, cu durata de 70 sec. Separat, la partidele membre ale AIE s-a făcut referire în știri după urmează: AMN – 4 ori (92 sec), PDM - 5 ori (67 sec), PLDM - 10 ori (143 sec) și PL - 11 ori (165 sec). Principalul partid de opoziție, Partidul Comuniștilor, a fost citat direct sau indirect de 22 ori, cu o durată a apariției la tv de 241 sec. Celelalte partide și candidați independenți luați împreună au servit drept surse de știri de 23 ori, reprezentanții lor apărând pe ecran timp de 506 sec. Printre sursele, altele decât candidații, citate cel mai frecvent în perioada de raport se numără cetățenii, la care s-a recurs de 18 ori (379 sec) și reprezentanți ai societății civile – 13 ori (254 sec). În emisiunile de opinie, programe electorale speciale, timpi de antenă, educație electorală și Vox Populi, au apărut ca surse diverși concurenți electorali, dar și cetățeni și reprezentanții societății civili (vezi Diagramele 3 și 3.1).

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

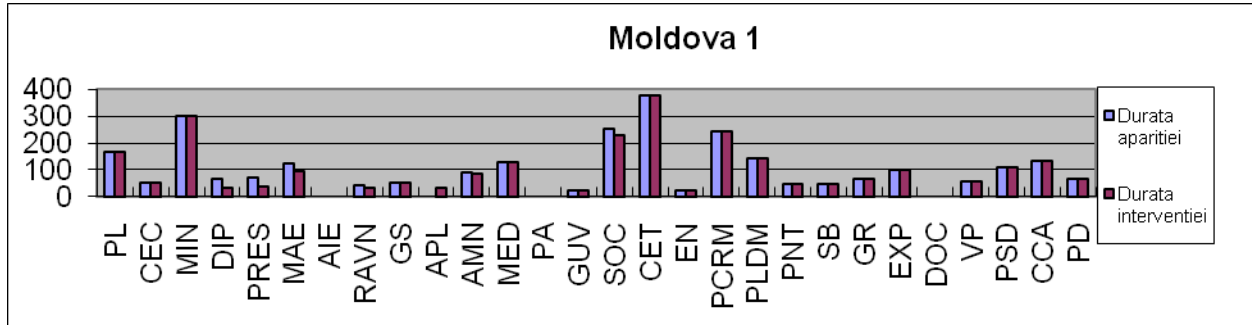
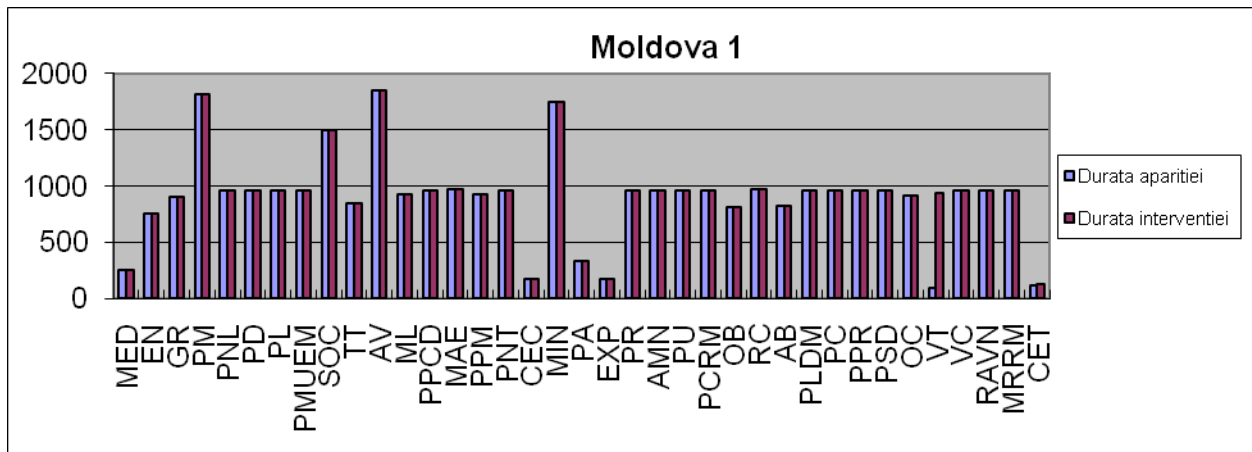


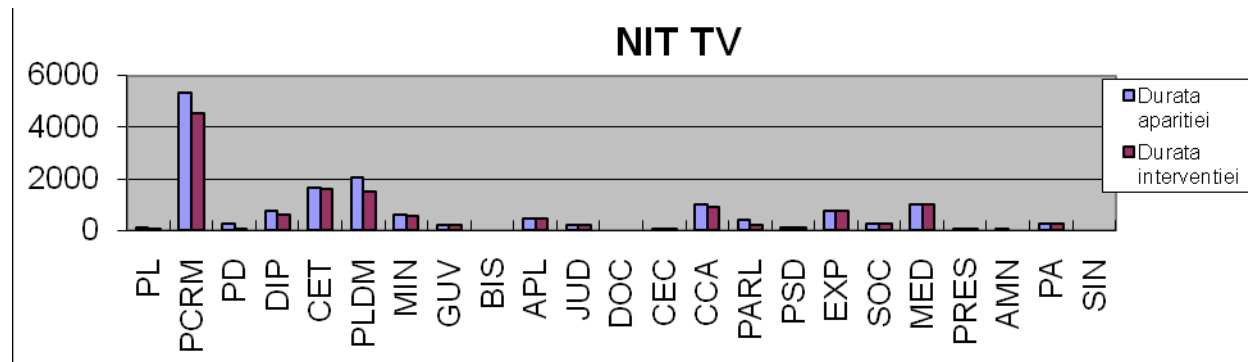
Diagrama 3.1 Durata apariției concurenților electorali în materialele relevante, altele decât buletinele de știri, sec.



La postul privat cu acoperire națională NIT se menține tendința de a apela în știri preponderent la reprezentanții PCRM, care pe parcursul unei săptămâni au fost citați de 153 de ori, cu o durată totală a apariției la tv de 1,47 ore (5327 sec). Președinția, Prim-ministrul și oficialii de rang înalt din Guvern sunt citați direct sau indirect de 19 ori, cu durata totală de 675 sec. La partidele constituente AIE s-a făcut referire de multiple ori: PLDM a fost citat de 76 ori, cu durata apariției de 2036 sec, PDM – 29 ori (285 sec), PL – 15 ori (117 sec), AMN – 10 ori (45 sec). De notat că în cazul PDM, PL și AMN, reprezentanții acestora în marea majoritate a cazurilor doar apar pe ecran în știri care se referă la ei, dar nu au intervenții. Celelalte partide extraparlamentare au apărut ca surse pe parcursul a doar 97 sec, de cele mai multe ori acestea fiind citate indirect (în total de 4 ori). Și în această perioadă se remarcă prezența mare a cetățenilor, care au fost citați ca surse de 67 ori, pe durata a 0,5 ore, preponderent în materialele din campania întru susținerea liderului PCRM. CCA și jurnaliștii, în special cei de la NIT, au servit ca surse de multiple ori (30 și, respectiv, 32 ori, cu durata de 1004 și 1001 sec), în contextul subiectului privind sancționarea

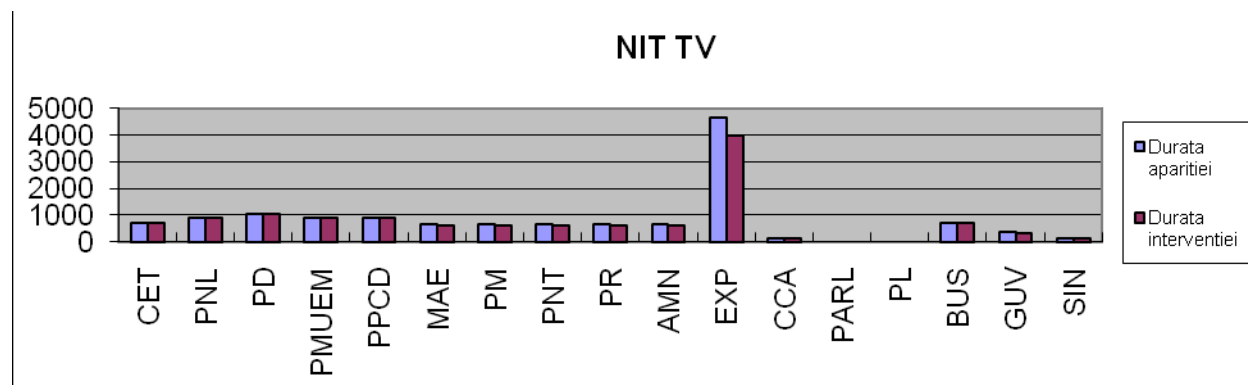
NIT de către CCA pentru neasigurarea pluralismului de opinie în buletinele de știri (Diagrama 4).

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



În emisiunile de opinie, programe electorale speciale, Vox Populi și timpi de antenă gratuită, de cele mai deseori ca surse au apărut experții (vezi Diagrama 4.1).

Diagrama 4.1 Durata apariției concurenților electorali în materialele relevante, altele decât buletinele de știri, sec.



La reflectarea subiectelor cu impact electoral direct sau indirect, postul privat cu acoperire națională Prime TV a fost mai puțin variat în sensul utilizării surselor de informație. Pe lângă reprezentanții partidelor de la guvernare și a principalului partid de opoziție, Prime TV a recurs preponderent la cetățeni și societatea civilă, iar uneori și la experți în calitate de surse. Ceilalți concurenți, inclusiv candidații independenți, au apărut pe ecran mai rar, fiind citați mai mult indirect. Postul respectiv nu a avut nici o știre în care ar fi fost citați Prim-ministrul sau alți oficiali de rang înalt din Guvern, iar la Președintele interimar și reprezentanții Președinției a făcut trimitere o singură dată, indirect. Separat, PL a fost citat în știri de 7 ori (116 sec), AMN - de 5 ori (53 sec), PLDM – de 2 ori (25 sec), iar PD – de 10 ori (165 sec). La PCRM s-a făcut referire de 8 ori (126 sec). Cetățenii, societatea civilă și experții au fost citați de 8, 10 și 6 ori

(134 sec, 107 sec și 93 sec). Ceilalți concurenți electorali au apărut la Prime TV ca surse de 10 ori, cu durata apariției pe ecran de 103 sec în total. Prime TV nu a fost mai divers nici în materialele, altele decât știri. În emisiunile puse pe post de Prime TV în perioada de raport, cea mai mare intervenție au avut-o reprezentanții Partidului Democrat, Valeriu Lazăr fiind invitat al emisiunii „VIP confidențe” și al emisiunii „Din prima sursă” (vezi Diagramele 5 și 5.1)

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

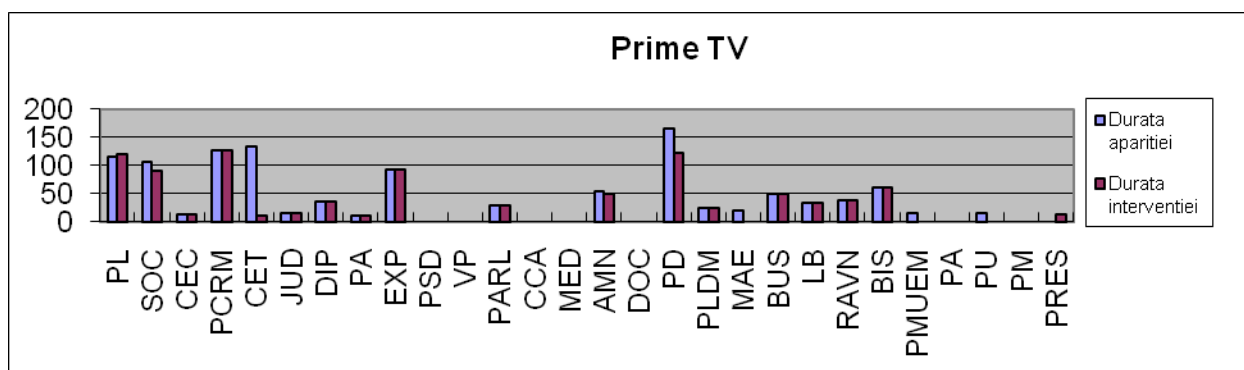
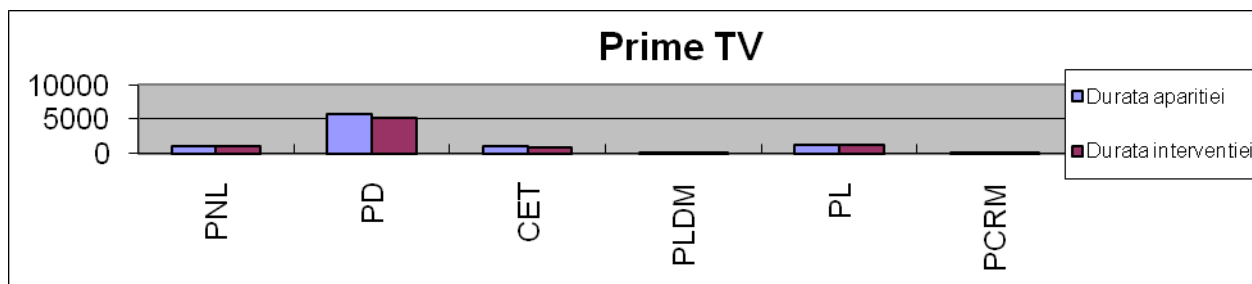
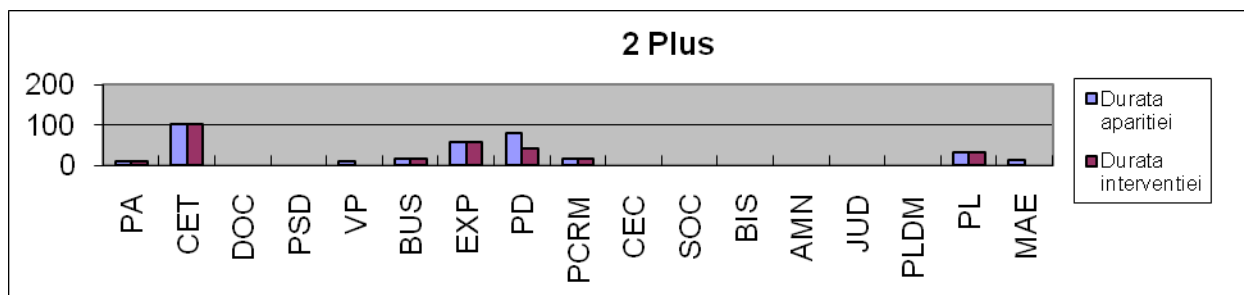


Diagrama 5.1 Durata apariției concurenților electorali în materialele relevante, altele decât buletinele de știri, sec.



În baza datelor monitorizării din ultimele săptămâni, se poate de afirmat că postul privat cu acoperire națională 2 Plus repetă la indigo politica editorială a Prime TV. Prim-ministrul și miniștrii care nu au degrevat din funcție, la fel ca și Președintele interimar, nu apar în materialele cu impact electoral direct sau indirect. Ca partide separate, dintre partidele-membre AIE, la 2 Plus au apărut PL și PD, citate câte o dată și de 4 ori, respectiv, cu durata apariției pe ecran de 33 sec și 80 sec, fiecare. La AMN și PLDM s-a făcut trimitere de câte 2 ori, reprezentanții acestor partide fiind citați indirect, fără a apărea pe ecranul televizorului. PCRM a fost citat ca sursă de 5 ori (17 sec), iar celelalte partide extraparlamentare și candidați independenți au fost citați de doar 3 ori în total, cu durata de 25 sec. 2 Plus nu a avut în perioada de raport nici o emisiune relevantă prezentei monitorizării.

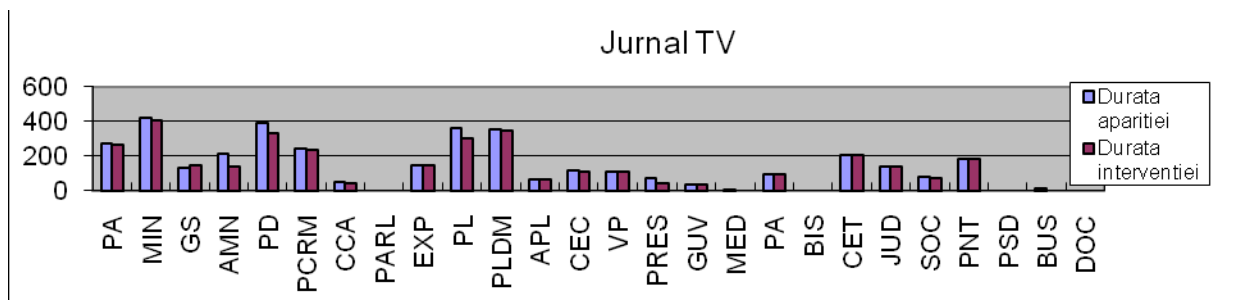
Diagrama 6. Durata apariției concurenților electorali și a intervenției directe la 2 Plus, sec.



La postul de știri Jurnal TV, în știrile cu tentă electorală directă sau indirectă, de cele mai dese ori în calitate de surse s-a apelat la Prim-ministru și oficiali de rang înalt din Guvern care nu au degrevat din funcție, dar și partidele aflate la guvernare, cărora li s-a oferit spațiu aproximativ egal, cu excepția AMN, care a apărut pe ecran mai puțin timp (211 sec). Reprezentanții PCRM au fost citați ca surse de 24 ori, cu durata totală de 245 sec.

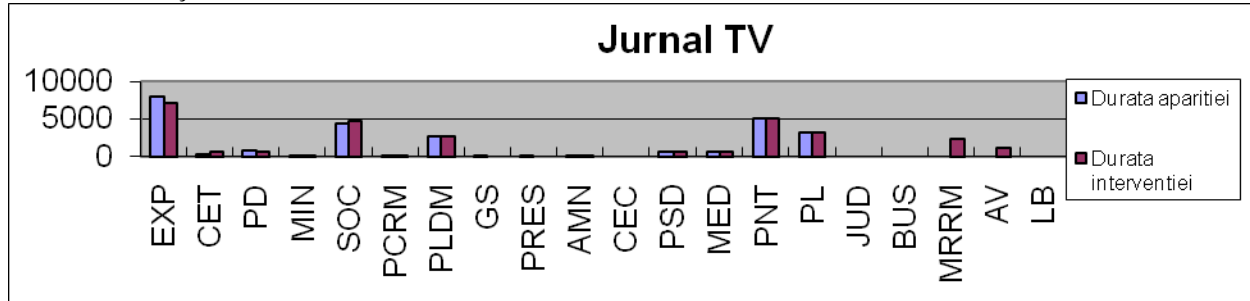
Dintre ceilalți concurenți electorali, în știrile de la Jurnal TV au intervenit ca surse doar reprezentanții PNȚ (183 sec). Postul respectiv a oferit deseori cuvânt cetățenilor, dar și experților străini și locali.

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



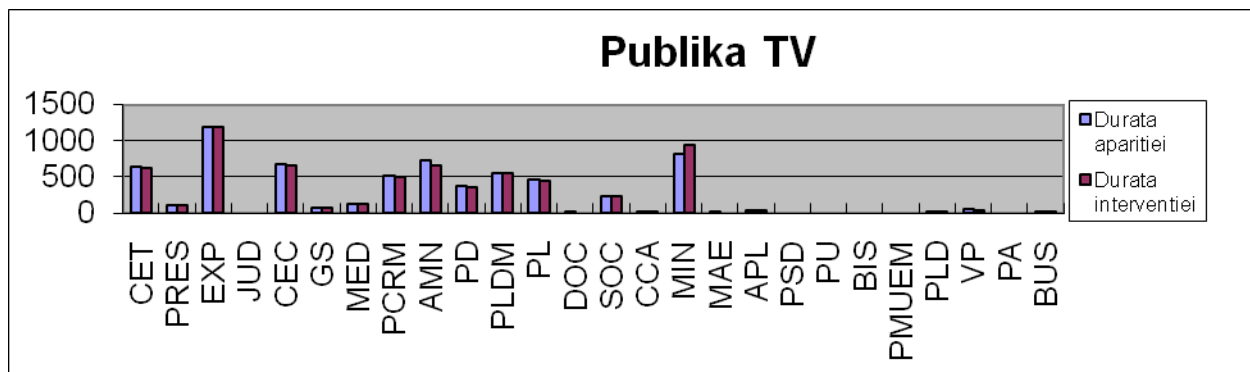
În materialele, altele decât știri, de la Jurnal TV, cel mai mult spațiu a fost alocat experților străini și locali – 7952 sec (2,2 ore). Dintre concurenții electorali, cel mai des au apărut ca surse reprezentanții PNȚ – 5138 sec (1,4 ore), care au participat la 2 emisiuni, urmași de PL și PLDM, cu câte 3180 sec (0,8 ore) și 2716 sec (0,75 ore).

Diagrama 7.1. Durata apariției cocurenților electorali în materialele relevante, altele decât buletinele de știri, sec.



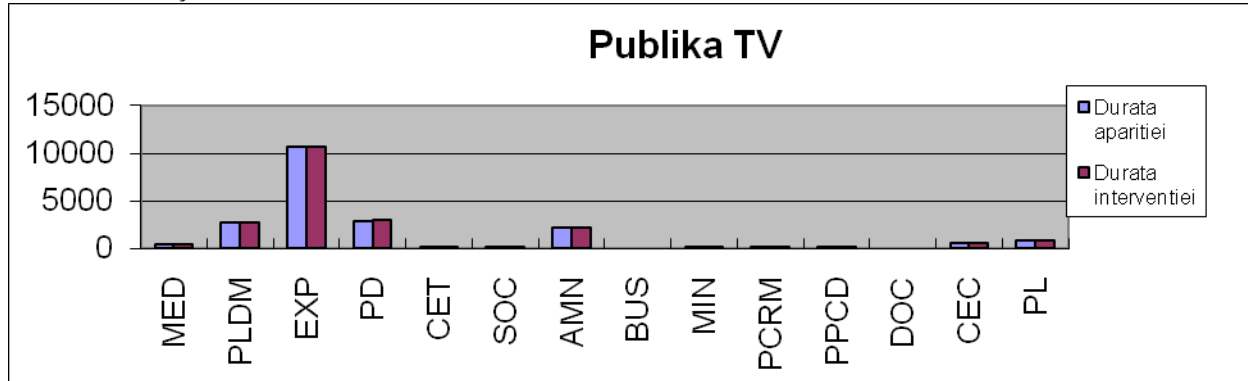
În perioada de raport, de cele mai dese ori Publika TV a oferit acces în știrile sale experților străini și locali, care au fost citați de 69 ori (1196 sec). Dintre concurenții electorali, mai des au fost citați ca surse de știri reprezentanții partidelor de guvernământ și ai principalului partid de opoziție. Separat, partidele din cadrul AIE au apărut în calitate de surse după cum urmează: PL – de 26 ori (469 sec), AMN – de 35 ori (525 sec), PDM – de 19 ori (376 sec) și PLDM – de 26 ori (546 sec). PCRM a fost citat în total de 43 de ori, reprezentanții partidului apărând pe ecranul tv timp de 525 sec. Ceilalți concurenți electorali au fost citați ca surse în știri de 12 ori (164 sec).

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



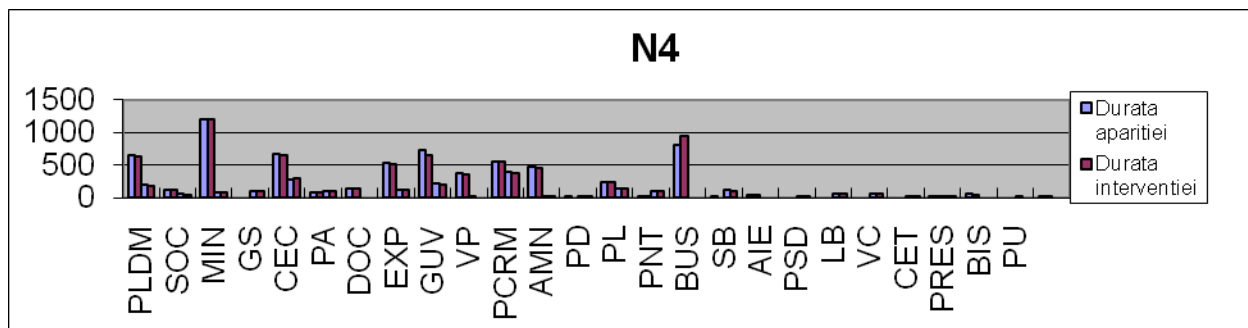
În emisiunile și materialele de opinie difuzate de Publika TV au participat preponderent experți, care au avut ocazia să intervină pe parcursul a 10651 sec (2,95 ore), urmați de reprezentanții PDM, PLDM și AMN, cu apariții de câte 2816 sec (0,78 ore), 2737 sec (0,76 ore) și respectiv 2191 sec (0,6 ore).

Diagrama 8.1 Durata apariției cocurenților electorali în materialele relevante, altele decât buletinele de știri, sec.



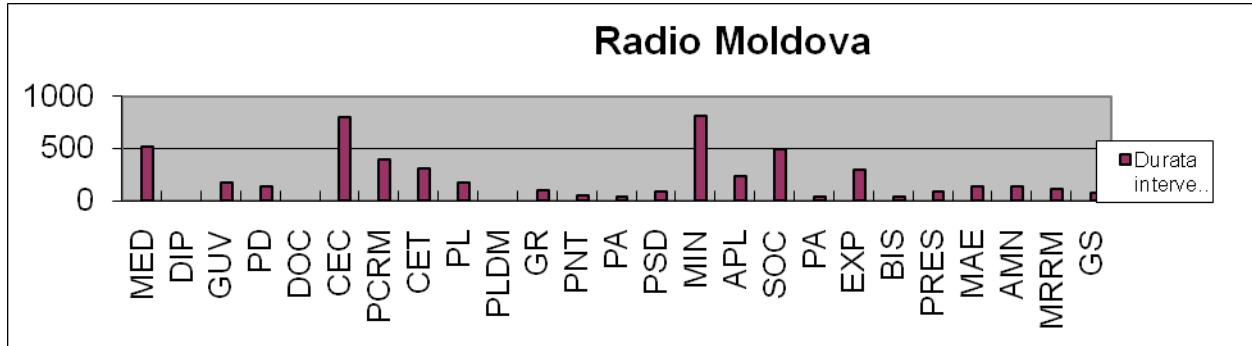
La postul tv cu acoperire regională N4, primii în topul surselor citate în știrile cu conotație electorală sunt reprezentanții PCRM – 19 ori (402 sec), urmați de CEC cu 274 sec (17 ori) și PLDM - cu 194 sec (citată de 6 ori). N4 este unul din puținele posturi care în știrile relevante a citat ca surse cei mai mulți concurenți electorali, alții decât partidele din AIE și PCRM. Astfel, opt partide extraparlamentare și deputați independenți au fost citați direct sau indirect de 19 ori, cu durata totală de 494 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.



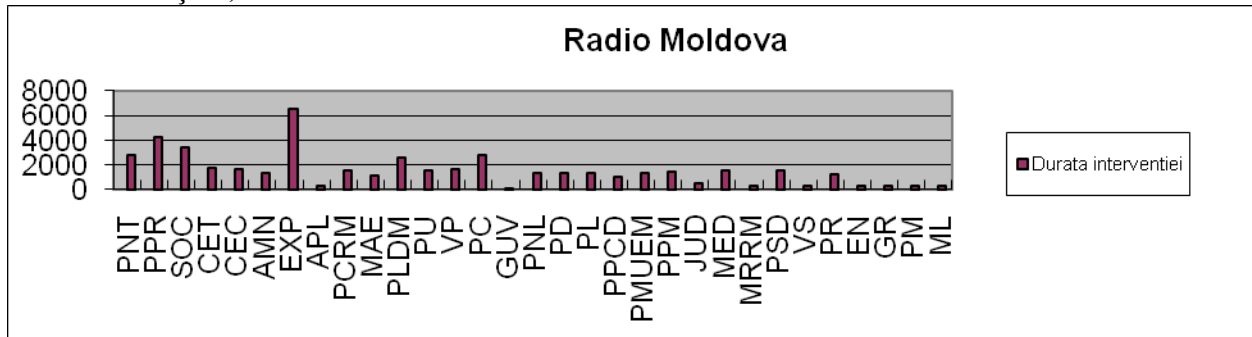
În știrile cu impact electoral direct sau indirect, postul public Radio Moldova a preferat să citeze Prim-ministrul și alți miniștri care activează în guvern, la care s-a apelat de 23 de ori, cu o durată a intervenției de 811 sec în total. Ca frecvență și ca volum, CEC a fost citat aproximativ la fel – de 22 ori, cu durata de 806 sec. Urmează societatea civilă și experții, care au fost prezenți în știri, preponderent în cele ce țin de monitorizarea procesului electoral. Dintre partidele aflate la guvernare, în perioada de raport ca surse de știri au apărut reprezentanții PL, PD și AMN (173, 138 și, respectiv, 70 sec). PLDM a fost citat de două ori, indirect. Reprezentanții partidului de opoziție PCRM au fost citați în total de 11 ori (395 sec).

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



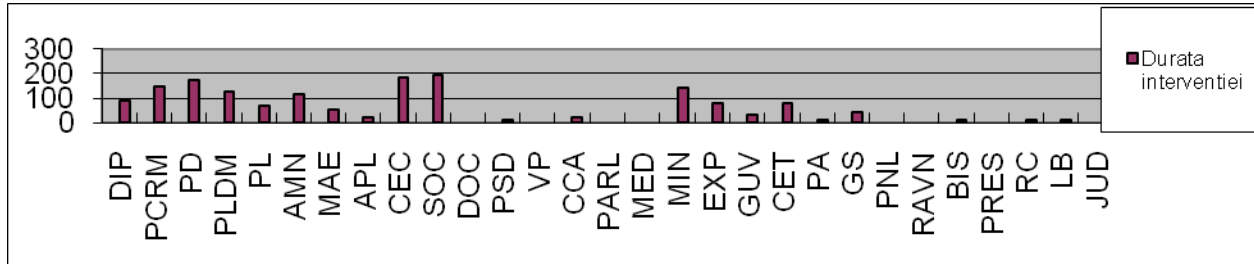
În materialele, altele decât știrile, cei mai vizibili au fost experții, urmați de reprezentanții societății civile. Datorită timpilor de antenă grațiuși oferiuși de Radio Moldova, mai mulți concurenții au avut posibilitatea să-și prezinte platformele electorale.

Diagrama 10.1 Durata apariției cocurenților electorali în materialele relevante, altele decât buletinele de știri, sec.



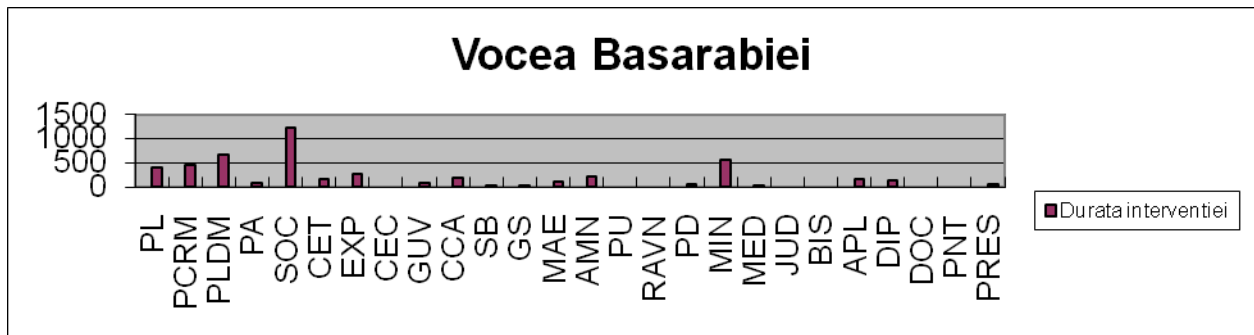
În programele sale de știri, postul privat de radio Prime FM a citat de cele mai dese ori reprezentanții CEC și ai societății civile. Postul a oferit acces tuturor partidelor-membre ale AIE: PD a fost citat de 14 ori, cu durata de 176 sec, PLDM – de 12 ori (125 sec), AMN – 8 ori (116 sec) și PL – 10 ori (68 sec). Pe de altă parte, PCRM a fost citat în 18 materiale, acestui concurent fiindu-i alocate 176 sec în total, iar partidele extraparlamentare – de 15 ori, mai mult indirect, durata intervenției fiind de 80 sec. Postul Prime FM nu a avut în perioada de raport emisiuni sau alte materiale de opinie.

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



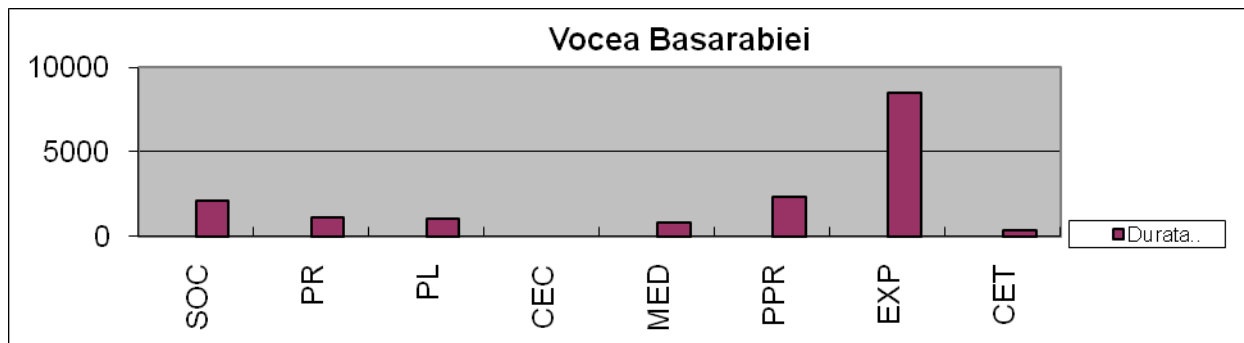
În perioada de raport, știrile puse pe post de Vocea Basarabiei au citat de cele mai multe ori reprezentanții societății civile, care au intervenit în total de 53 ori pe parcursul a 1218 sec. Urmează PLDM cu 668 sec, acesta fiind citat de 25 ori. PL, AMN și PD au fost citați direct sau indirect de 17 ori (405 sec), de 8 ori (214 sec) și, respectiv, de 5 ori (46 sec). La reprezentanții Președinției, Prim-ministru și alți miniștri s-a recurs de 34 ori în calitate de surse, oferindu-le în total 612 sec. Pe de altă parte, PCRM a fost citat direct sau indirect de 30 ori (449 sec). La celelalte partide extraparlamentare și candidați independenți s-a făcut trimitere în buletinele de știri de la Vocea Basarabiei de 22 de ori, aceștia intervenind direct timp de 121 sec.

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



Pe lângă știri, Vocea Basarabiei a avut și materiale de opinie, emisiuni, interviuri, dezbateri în care concurenții electorali au avut posibilitatea să intervină direct, alături de experți și cetățeni. Primii în topul surselor sunt experții, urmași de societatea civilă. Dintre concurenții electorali, în materialele respective au apărut reprezentanții PPR, PL și PR, cu câte 2328 sec, 1102 și 1107 sec, respectiv.

Diagrama 12.1 Durata apariției cocurenților electorali în materialele relevante, altele decât buletinele de știri, sec.



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

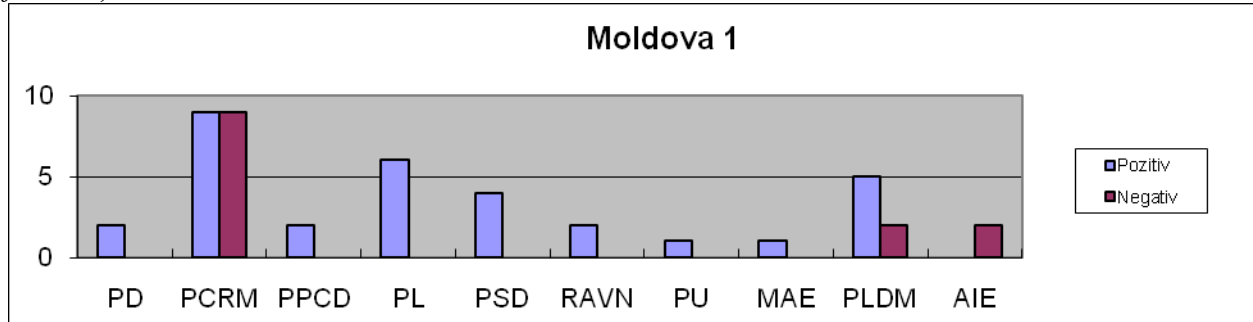
4.3.1 TV

În intervalul 1-7 noiembrie 2010, contextul în care au fost prezentate majoritatea subiectelor la Moldova 1 a fost preponderent neutru, fiind totodată înregistrate și câteva cazuri în care anumiți concurenți electorali au apărut fie în lumină pozitivă, fie în lumină negativă. Astfel, în context pozitiv a apărut PLDM – 5 ori, fiind vorba de știri privind *participarea lui Vlad Filat la darea în exploatare a caselor pentru sinistrați și alocarea compensațiilor pentru căldură*. PLDM a fost menționat de 2 ori și în context negativ, în știrea privind *raportul societății civile asupra monitorizării alegerilor*. Pondere știrilor favorabile PLDM din numărul total de știri relevante pus pe post de Moldova a fost de 4,8% , iar a celor defavorabile – de 1,9% . PL a apărut doar în context pozitiv de 6 ori sau în 5,7% din știri (în materiale privind *lansarea platformei electorale la Orhei, Cahul, dar și în știri privind promisiunile lui Mihai Ghimpu către sinistrați*). PD apare în context pozitiv în 2 știri sau în 1,9% din total, iar AIE a apărut doar în context negativ de 2 ori (1,9%). În lumină pozitivă au apărut și un șir de partide extraparlamentare.

PCRM a apărut în context pozitiv și negativ într-un număr egal de știri – câte 9, sau în 8,6% din numărul total de știri relevante prezentei monitorizării. Contextul pozitiv a fost determinat de *promisiunile electorale ale PCRM în plan social și economic, strategiile de prevenire a catastrofelor naturale*, iar cel negativ – de *dezmințirea acuzațiilor PCRM privind provocarea inundațiilor artificiale la Nemțeni, constatarea de către societatea civilă a încălcării drepturilor omului la întâlnirile electorale ale PCRM, dar și de unele acuzații la adresa PCRM lansate de alți concurenți la întâlnirile cu alegătorii* (vezi Diagrama 13).

În programele, altele decât știri, de cele mai multe ori în context negativ au fost menționați PCRM și AIE: de câte 10 și 9 ori, respectiv, fiind vorba de diverse acuzații din partea altor concurenți electorali în timpul dezbaterilor electorale.

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

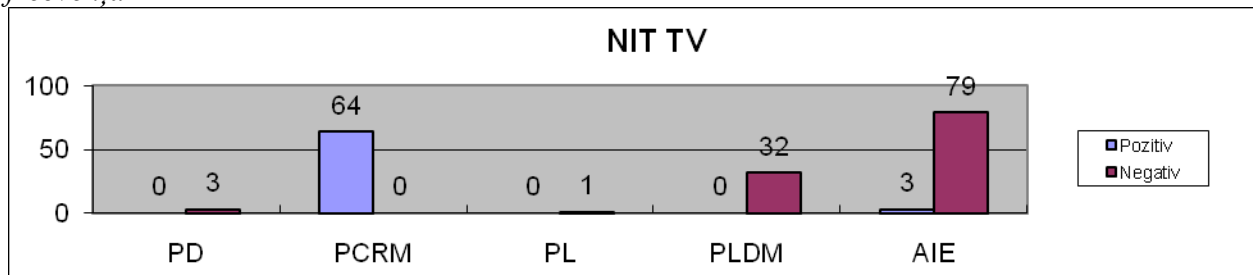


NIT

La postul privat NIT se păstrează tendința evidentă de favorizare a anumitor concurenți și defavorizare a altora. Favorizarea și defavorizarea se produce nu doar prin frecvența mare a prezentării acestor concurenți în lumină pozitivă sau negativă, ci și prin unghiul de abordare a subiectelor, tendențiozitatea autorilor și neasigurarea echilibrului surselor, precum și neseperarea faptelor de opinie de către reporteri. În perioada de referință, PCRM a apărut preponderent în context pozitiv – 64 de știri, ponderea știrilor favorabile acestui concurent electoral în numărul total de știri cu impact electoral fiind de 34,2%. PCRM apare de regulă în context pozitiv în știri despre *numeroase declarații de susținere a PCRM, întâlnirile membrilor PCRM cu alegătorii, lansarea programului economic și social, a strategiei de prevenire a calamităților naturale, sondajul CBS-AXA* etc. În contrast, AIE a fost menționată în context negativ în 42,2% din materiale (79 ori), de cele mai dese ori fiind vorba de *acuzății de distrugere a țării, de campanie incorectă, de presiuni asupra PCRM, de îngrădire a libertății presei, acuzații lansate de membrii PCRM la întâlnirile cu alegătorii*, dar și în astfel de știri ca cele privind *creșterea în ultimul an a nivelului criminalității, dezamăgirea cetățenilor cu referire la anul de guvernare a AIE, acuzații privind utilizarea resurselor administrative de membrii AIE* etc (vezi Diagrama 14).

În materialele, altele decât știri, de la NIT, în perioada de referință nu s-a observat vreo defavorizare masivă a vreunui concurent electoral, Doar AIE apare în lumină negativă de 9 ori (6% din numărul total), fiind vorba de acuzațiile lansate de alți concurenți în timpul dezbaterilor electorale.

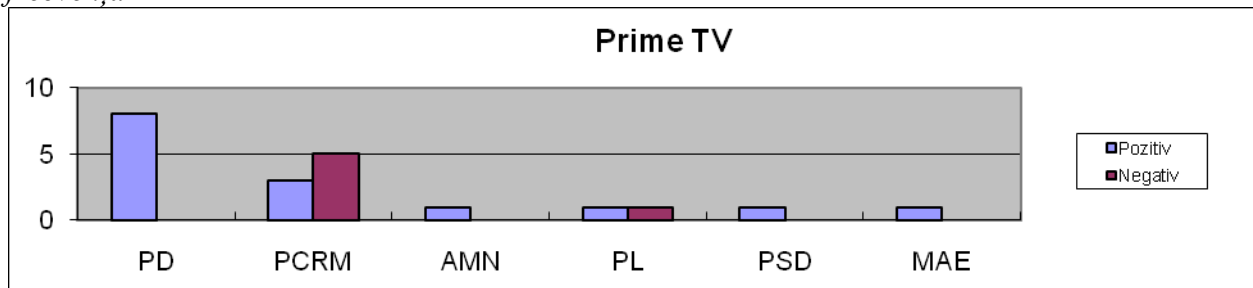
Diagrama 14. Contextul în care apar concurenții electorali în buletinele de știri la NIT, frecvența



Prime TV

Singurul candidat electoral care apare de cele mai dese ori în context pozitiv la Prime TV este PD – 9 apariții sau 14,2% din totalul știrilor cu implicații electorale. Acestea s-au referit în principal la *caravana organizată de tinerii democrați în capitală, cu genericul „Uniți pentru a merge la vot”*; *programul economic al PDM*; *întâlnirea liderului PDM de la Academia de Științe, cu genericul „Lupu împacă societatea”*; *întâlnirea lui Marian Lupu cu alegătorii de la Ungheni, participarea organizației de tineret as PD la sădit trandafiri în Chișinău*. Ponderea știrilor favorabile și defavorabile pentru PCRM a fost de 5,3% și 8,9% (3 și, respectiv 5 ori). Alte câteva partide apar în lumină negativă sau pozitivă doar câte o singură dată (*Diagrama 15*). În emisiuni la Prime TV de cele mai dese ori în context negativ au apărut PCRM și PLDM, de câte 4 ori fiecare (sau 5% din numărul total).

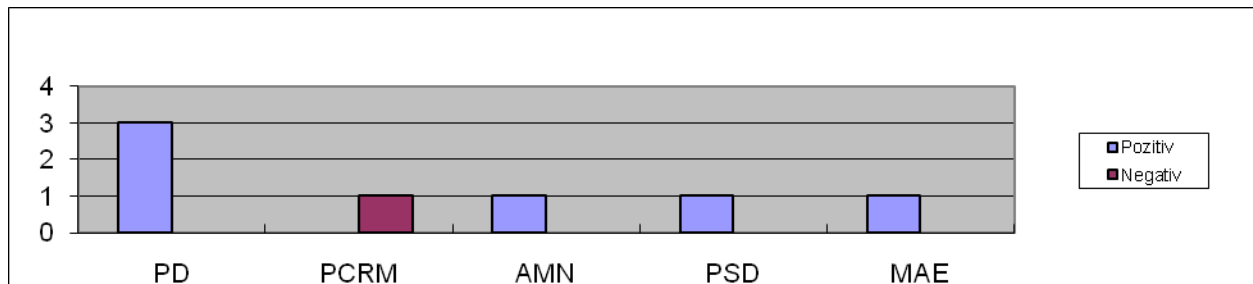
Diagrama 15. Contextul în care apar concurenții electorali în buletinele de știri la Prime TV, frecvența



2 Plus

Majoritatea din cele 26 de știri relevante de la 2 Plus au prezentat subiecții în context neutru. Doar în câteva cazuri concurenții au fost prezentați negativ sau pozitiv. Astfel, PD este favorizat de 3 ori (11,5%), iar MAE, PSD și AMN – câte o dată. PCRM apare o dată în context negativ.

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

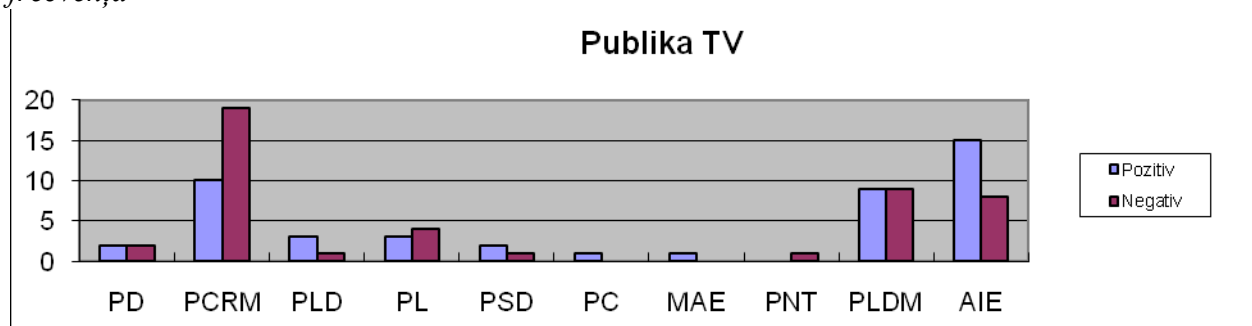


Publika TV

La Publika TV concurenții au fost prezentați preponderent în context neutru, dar și negativ, și pozitiv. De cele mai multe ori, în context defavorabil, ca și favorabil au apărut PCRM și AIE. Astfel, AIE apare în lumină pozitivă de 15 ori (*declarația lui Serafim Urechean că AIE va lua 61 de mandate în alegeri; declarația aceluiși politician că alianța rămîne puternică și că disensiunile sunt ne semnificative; părerea experților, dar și a cetățenilor că în anul de*

guvernare AIE în Moldova s-au înregistrat îmbunătățiri la capitolul libertăți democratice; schimbarea percepției structurilor europene față de Moldova datorită AIE; Alianța a adus în ultimul an finanțări mai mari etc) și negativă – de 8 ori, ceea ce constituie 7% și, respectiv, 3,7% din totalul știrilor relevante. PCRM apare în context pozitiv de 10 ori și negativ – de 19 ori, sau 4,7% și, respectiv 8,9% din numărul total de știri, fiind vorba în principal de declarațiilor lui Mihai Ghimpu că Vladimir Voronin ar trebui să rămână fără imunitate, fiind suspectat de abuz de putere în timpul evenimentelor din 7 aprilie, opinia lui Vlad Filat că PCRM ar fi menținut puterea prin minciună, acuzațiile lansate la conferințele PL și PLDM că PCRM ar încerca din răspuțeri să ajungă la guvernare pentru a mai fura din R. Moldova etc. Ceilalți concurenți au apărut și în lumină pozitivă, și negativă într-un număr mai mic de știri.

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



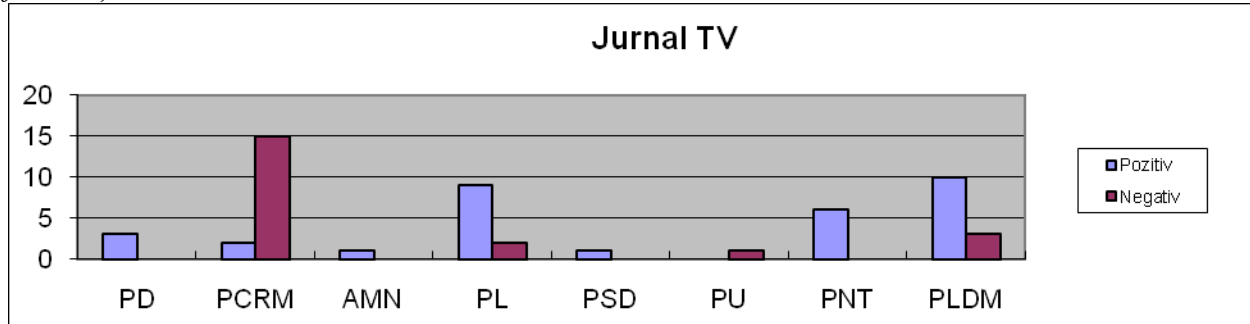
În materialele de opinie, Vox Populi, materiale de educație electorală de la Publika TV, PCRM a apărut în context negativ de 4 ori. PD, PLDM și AIE au apărut în context negativ câte o singură dată. Totodată, PLDM și AIE au fost menționați și în context pozitiv câte o dată și, respectiv 2 ori

Jurnal TV

La Jurnal TV, PCRM a apărut de 15 ori în context negativ (știrile s-au referit în special la atacurile fizice ale simpatizanților PCRM asupra altor concurenți electorali; la acuzații de vandalizare a sediilor unor concurenți; finanțarea PCRM de către donatori fictivi etc.) și de 2 ori pozitiv, ceea ce reprezintă 13,3% și aproximativ 1,7% din numărul total de 112 știri ce cad sub incidența prezentei monitorizării. În contrast, PL apare de 9 ori în context pozitiv (8%) (întâlniri cu studenții, distribuirea autospecialelor, cu participarea lui Ghimpu; promisiunile Președintelui interimar privind construcția caselor pentru sinistrați etc.) și 2 ori în lumină negativă (1,7%). PLDM apare de 10 ori în lumină pozitivă (8,9%) (anunțul privind indemnizațiile pentru căldură; înmânarea cheilor pentru casele sinistraților; necesitatea ajustării prețurilor și reducerii prețurilor la medicamente etc), și trei ori în context negativ (2,7%). PNT apare de 6 ori în context pozitiv (5,3%), fiind vorba de știrea în care Sergiu Mocanu și alți membri ai PNT apar în ipostaza de luptători cu mafia, acuzând CCCEC de corupție. Știrea este difuzată de mai multe ori (Diagrama 18).

În materialele de opinie de la Jurnal TV, de cele mai dese ori în context pozitiv a apărut PNT – 3 ori sau 7,7%, iar în context negativ PCRM – 9 ori (23%), dar și PD – 3 ori (7,7%).

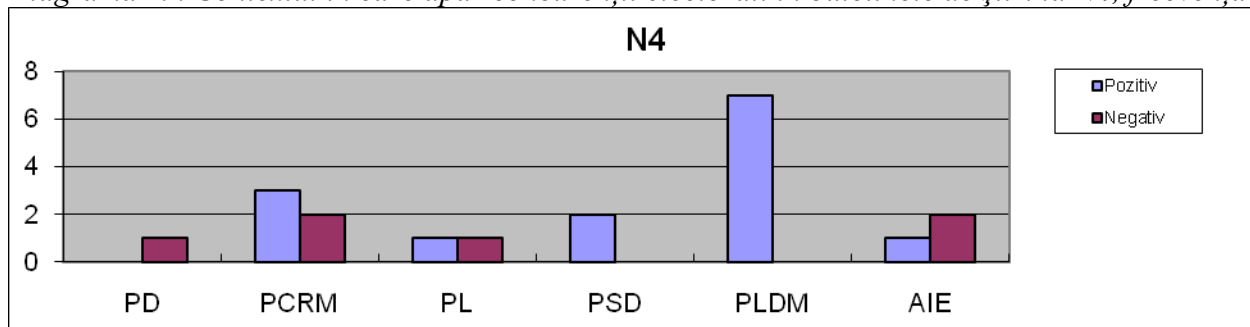
Diagrama 18. Contextul în care apar concurenții electorali în buletinele de știri la Jurnal TV, frecvența



N4

La postul cu acoperire regională N4, în lumină pozitivă apare preponderent PLDM – 7 ori sau 12,2% din numărul total de 57 știri. Este vorba în principal de știri privind *plata indemnizațiilor sociale pentru agentul termic; darea în exploatare a caselor pentru sinistrați; eventuala reducere a ratei creditelor bancare pentru agricultori, Vlad Filat solicitând să fie rezolvată problema; asigurarea, la dispoziția Guvernului, a căminelor studențești cu computere și internet*. Rata știrilor pozitive pentru PCRM este de 5,2%, iar a celor negative – de 3,5% din numărul total de știri relevante.

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



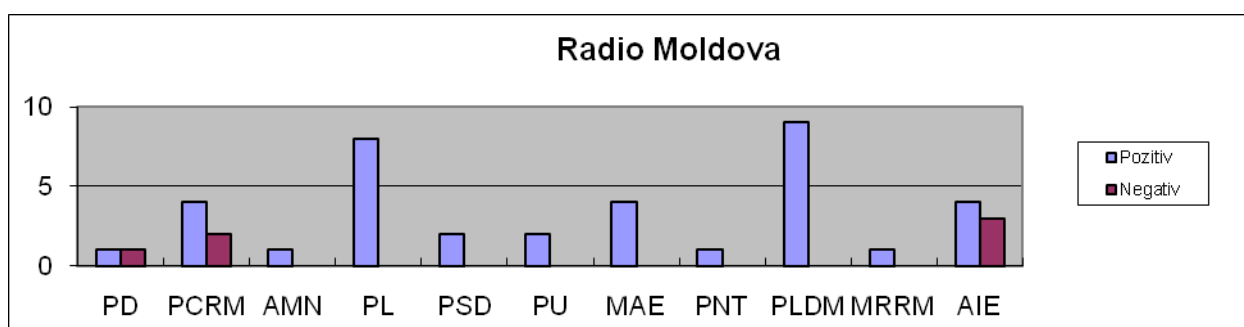
Radio Moldova

În perioada de referință, la Radio Moldova de cele mai multe ori în context pozitiv au apărut PLDM și PL – câte 9 și, respectiv, 7 ori, sau în 7,9% și, respectiv 7% din numărul total de știri cu impact electoral direct sau indirect. Este vorba de astfel de subiecte ca *plata indemnizațiilor pentru căldură, Vlad Filat având o intervenție de 270 sec, știrea fiind difuzată de mai multe ori; darea în exploatare a caselor pentru sinistrați, cu intervenția Prim-ministrului pe parcursul a 132 sec; discuții privind crearea locurilor de muncă și atragerea investițiilor străine în cadrul unei întâlniri a lui Filat cu un profesor polonez etc*. Contextul pozitiv pentru PL a fost determinat de *întâlnirea lui Mihai Ghimpu cu studenții; cu alegători din Cahul; dar și de știrea privind vizita lui Ghimpu pe șantierul de la Nemțeni*.

Rata știrilor favorabile AIE a fost de 3,5%, iar a celor defavorabile – de 2,6%. PCRM a apărut în context pozitiv de 4 ori sau aproximativ 3.5% (conferințele de presă la care au fost făcute publice inițiativele PCRM de modernizare a infrastructurii, de prevenire a calamităților naturale) și în context negativ de 2 ori sau 1,7% din știrile cu conotație electorală difuzate de Radio Moldova în perioada de raport (*Diagrama 20*).

În materialele, altele decât știrile, de cele mai multe ori în context defavorizant au apărut PCRM și AIE, de câte 6 și 10 ori, de obicei fiind vorba de diverse acuzații din partea altor concurenți electorali.

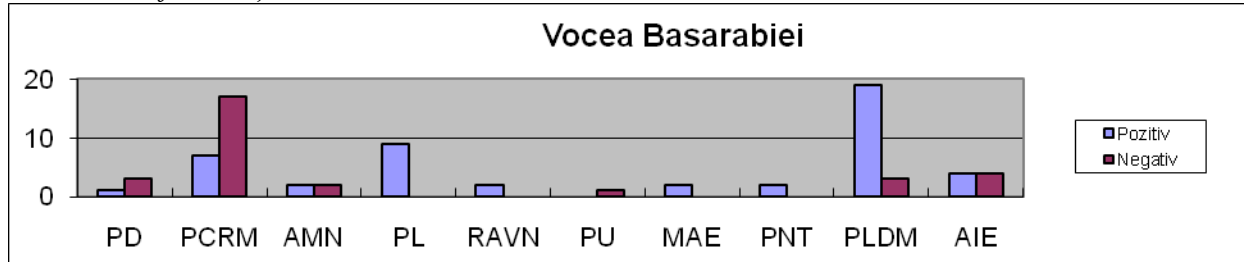
Diagrama 20. Contextul în care apar concurenții electorali în buletinele de știri la Radio Moldova, frecvența



Vocea Basarabiei

În perioada de raport, în buletinele de știri de la Vocea Basarabiei, de cele mai multe ori în context pozitiv a fost prezentat PLDM – 19 ori sau 12,2% din numărul total de 155 știri. Astfel, PLDM este favorizat prin știrile privind *plata compensațiilor pentru căldură, darea în exploatare a caselor pentru sinistrați, asigurarea căminelor studențești cu calculatoare și internet, reglementarea prețurilor la medicamente, conferința de presă a PLDM la care au fost combătute acuzațiile privind provocarea artificială a inundațiilor, acțiunile electorale ale tineretului PLDM, etc.* Acest concurent electoral apare și în lumină negativă de 3 ori (1,9%). PL apare doar în știri favorabile – 9 ori sau 5,8%, inclusiv în știri privind *distribuirea autospecialelor, cu participarea lui Mihai Ghimpu și a ministrului liberal Șalaru, întâlniri cu alegătorii, cu studenții.* AIE este și favorizată, și defavorizată, într-un număr egal de știri – 4 sau 2,6%. Iar PCRМ apare și în context pozitiv, și negativ, fiind totuși mai mult defavorizat – 17 ori, în materialele privind *acuzațiile că ar fi falsificat rapoartele financiare, acuzațiile de scheme frauduloase prin care reprezentanții PCRМ de la Briceni ar fi distribuit ajutoare sociale, pronosticurile Asociației Parlamentului 90 că simbolică de stat ar putea fi modificată în cazul revenirii PCRМ la guvernare, acuzații că în declarația de avere a lui Vladimir Voronin ar exista nereguli etc.* Mai multe partide extraparlamentare au fost reflectate fie pozitiv, fie negativ (*Diagrama 21*). În materialele de opinie de la Vocea Basarabiei, PCRМ apare de 12 ori în context negativ, iar PD și PUM – de câte 2 ori.

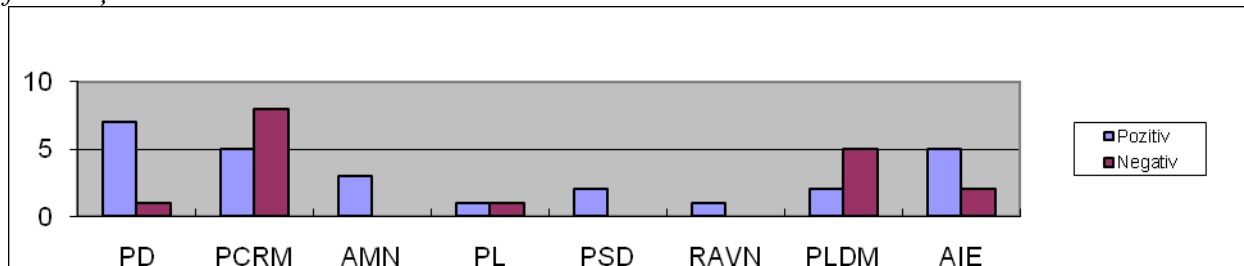
Diagrama 21. Contextul în care apar concurenții electorali în buletinele de știri la Vocea Basarabiei, frecvența



Prime FM

La Prime FM, de cele mai multe ori în context pozitiv în știri apare PDM – de 7 ori sau 5,4% (știrile privind *întâlnirea lui Marian Lupu la Academia de științe – „Lupu împacă societatea”, întâlniri electorale la Ungheni, știre despre aceea că după 28 noiembrie PDM va lăsa ușa deschisă pentru dialog cu toate forțele politice,*), acesta fiind defavorizat într-o știre (0,07%). AIE apare în context pozitiv de 5 ori (3,9%) și de 2 ori în lumină defavorabilă (1,5%). PLDM apare mai mult în context negativ decât pozitiv (5 și, respectiv 2 ori), iar AMN doar pozitiv de 3 ori sau 2,3% din cele 128 de știri relevante. PCRM este defavorizat în 8 cazuri și favorizat în 5 cazuri.

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 prima săptămână a lunii noiembrie 2010, în cele 12 ziare supuse monitorizării au fost publicate 322 materiale jurnalistice care au vizat, direct sau indirect, alegerile parlamentare anticipate, față de 311 materiale în săptămâna precedentă (+3,5%). Suprafață totală de ziar, afectată materialelor tematice în perioada de raport, de asemenea a crescut, depășind 147 mii centimetri pătrați.

Campania este reflectată preponderent în știri, articole de opinie și publicitate electorală, comparativ cu săptămâna precedentă atestându-se creșterea cotei știrilor în totalul materialelor relevante. Corespunzător, s-a micșorat puțin atât numărul, cât și suprafața ocupată de materialele de opinie; la fel s-a micșorat volumul publicității electorale marcate corespunzător. Astfel, în perioada 1-7 noiembrie 2010, în ziare au fost publicate 151 de știri pe o suprafață de 56235 cm. p., ceea ce reprezintă 46% din numărul total al materialelor și 38% din totalul suprafeței ocupate

de aceste materiale în cele 12 ziare monitorizate. Cele 84 de editoriale și alte materiale de opinie, publicate în această perioadă, au ocupat 54352 cm. p. sau 37% din totalul spațiului afectat materialelor despre alegeri, iar 28368 cm. p. sau 19,3% a fost publicitate electorală a concurenților electorali. De remarcat că în săptămâna precedentă volumul publicității a fost cu circa 10% mai mare.

În ziarele monitorizate au fost publicate doar 15 materiale de educație electorală care prezintă modalitățile de exercitare a dreptului la vot și răspund la întrebări concrete legate de participarea la scrutin. Au publicat materiale de educație electorală ziarele *Jurnal de Chișinău*, *Timpul de dimineață*, *Cuvântul* și *Gazeta de Sud*, într-o măsură mai mică *Panorama*, *Moldova Suverană* și *Evenimentul Zilei*. Totuși, ca și suprafață, acest gen de materiale nu ocupă decât 1,8% din totalul suprafeței afectate materialelor la tema alegerilor. Câte 1-2 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 4 din cele 12 ziare monitorizate, un singur ziar a publicat un sondaj de opinie cu cetățenii de tip „Vox populi”.

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

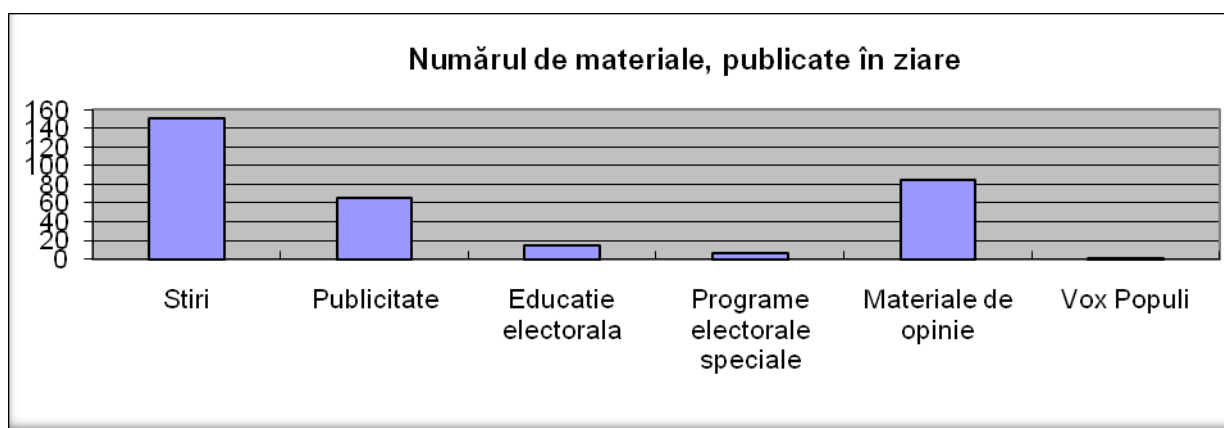
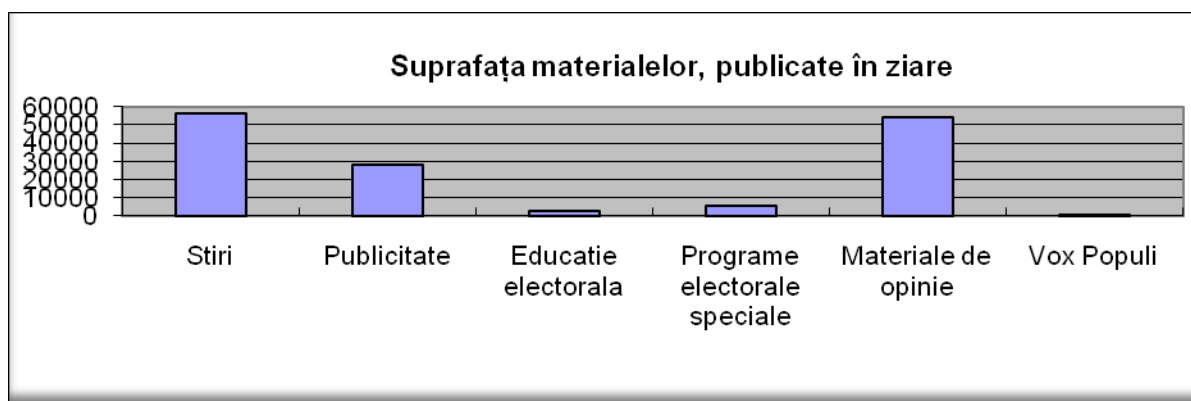


Diagrama 24. Suprafața materialelor ce vizează campania electorală, publicate în 12 ziare, cm. p.



Cele mai multe materiale la tema alegerilor parlamentare anticipate (69) au fost publicate în *Timpul de dimineață*, urmat de *Moldova Suverană* și *Nezavisimaia Moldova* cu câte 47 articole

relevante, *Jurnal de Chișinău* (36), *Panorama* (29), *Komsomolskaia pravda v Moldova* (22), *Cuvântul* (20), *Evenimentul Zilei* și *Gazeta de Sud* cu câte 16 materiale, *Flux* (13), *Vesti Gagauzii* (4) și *Golos Bălți* cu 3 materiale la tema alegerilor timp de o săptămână. În ce privește suprafața rezervată în ziare materialelor la tema alegerilor parlamentare anticipate, situația este următoarea: *Moldova suverană* (26925 cm. p.), *Timpul de dimineață* (25802 cm. p.), *Nezavisimaia Moldova* (23000 cm. p.), *Jurnal de Chișinău* (16627 cm. p.), *Panorama* (13141 cm. p.), *Flux* (12146 cm. p.), *Komsomolskaia pravda v Moldova* (9591 cm. p.), *Cuvântul* (7293 cm. p.), *Gazeta de Sud* (6364 cm. p.), *Evenimentul zilei* (4738 cm. p.), *Vesti Gagauzii* (1217 cm. p.), *Golos Bălți* (244 cm. p.). **Notă:** la analiza acestui indicator trebuie luate în considerare formatul, volumul și periodicitatea apariției fiecărui ziar în parte.

În trei din ziarurile monitorizate (*Nezavisimaia Moldova*, *Flux* și *Evenimentul Zilei*) raportul dintre materialele de opinie și știri a fost defavorabil știrilor, ceea ce înseamnă că în aceste publicații opiniilor le este rezervat mai mult spațiu decât știrilor. Cea mai multă publicitate electorală marcată corespunzător a fost publicată în ziarurile *Komsomolskaia pravda v Moldova*, *Timpul de dimineață* și *Panorama*.

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

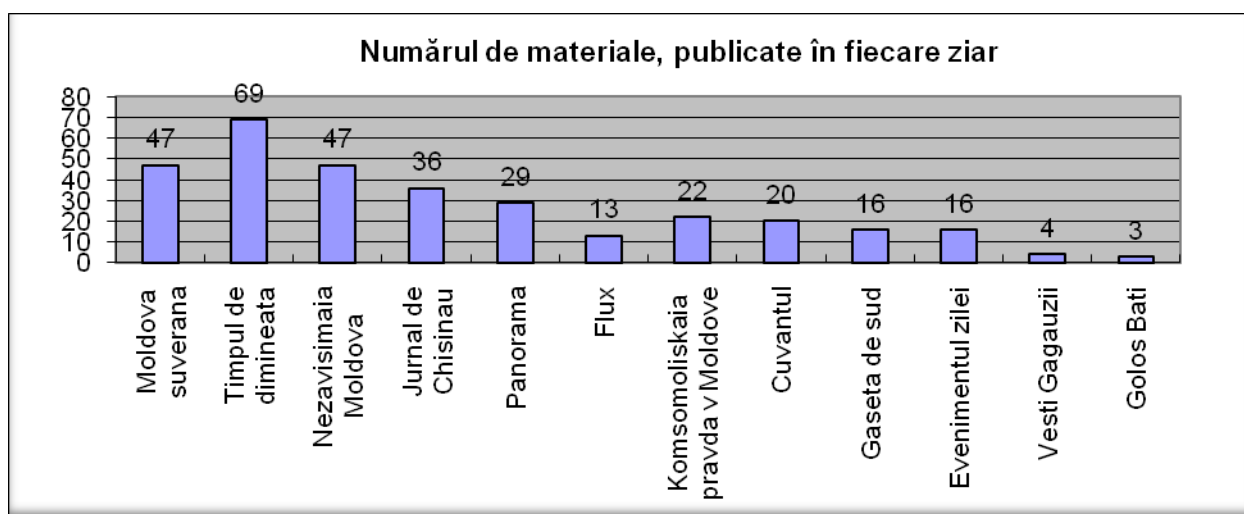
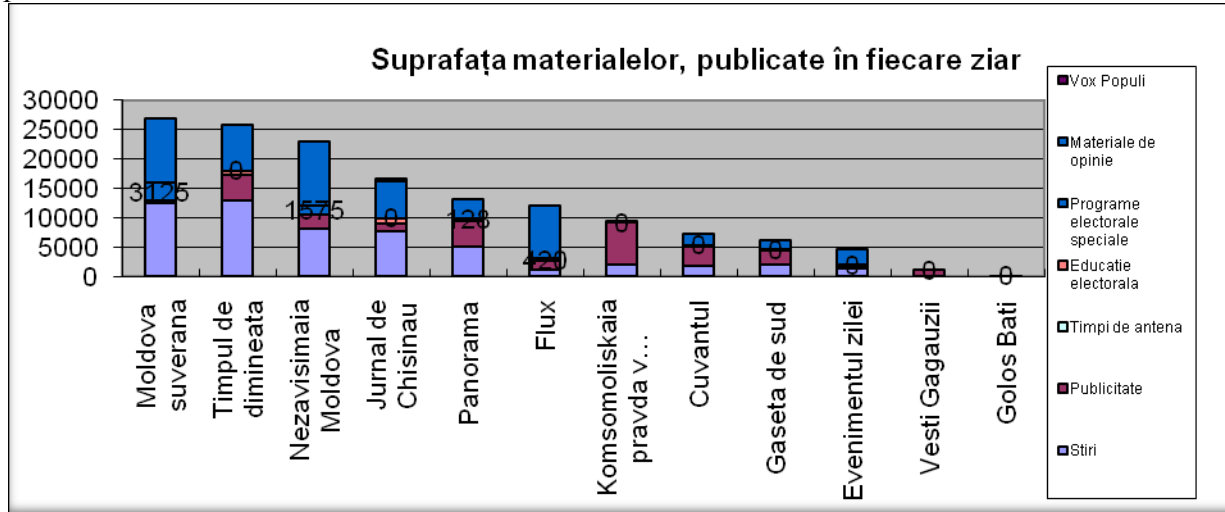
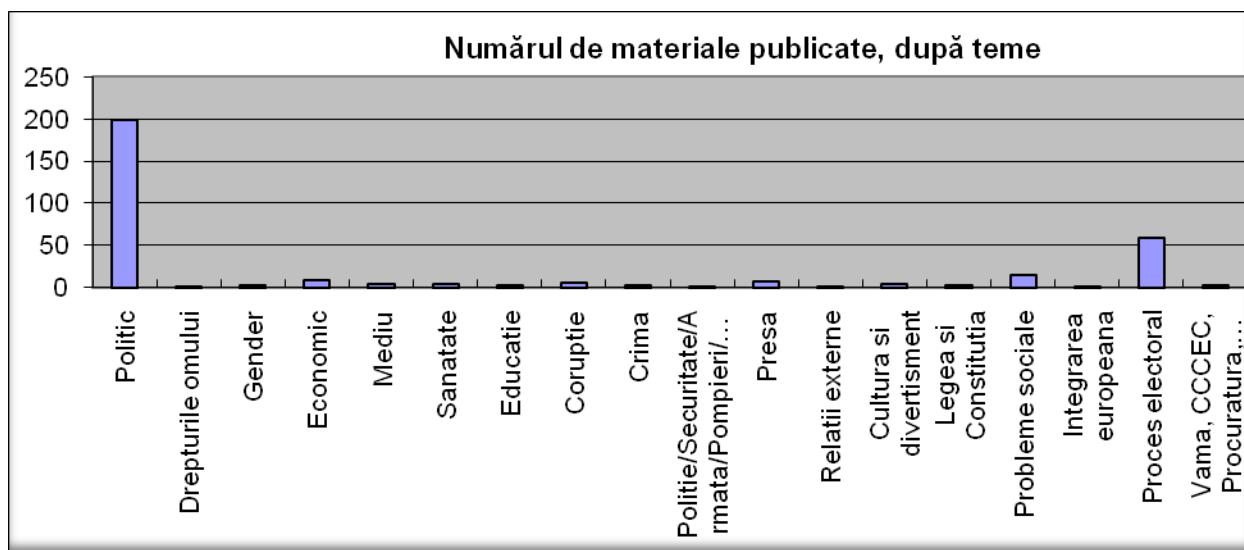


Diagrama 26. Suprafața materialelor ce vizează campania electorală în ziare, cm. p.



Din punct de vedere tematic, 61% din totalul articolelor și 65% din totalul suprafeței ocupată de materialele publicate în perioada de raport au vizat politicul în general, prezentând evenimentele/declarațiile/reacțiile publice ale concurenților electorali. Tema desfășurării procesului electoral, inclusiv hotărârile Comisie Electorale Centrale, a avut o pondere de 18,3% din numărul total al materialelor și 14,4% din suprafață. Materiale care analizează detaliat probleme și situații concrete din domeniile economic sau social au fost publicate foarte rar.

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

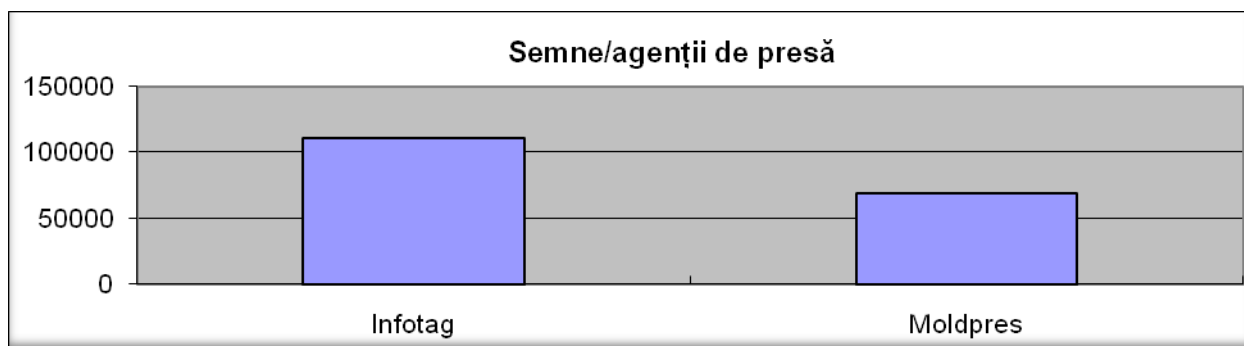


5.1.2 Agenții de presă și portaluri de știri

Ritmul de reflectare a campaniei electorale de către agențiile de știri monitorizate, *Moldpres* și *Infotag*, s-a accelerat, ambele agenții difuzând în săptămâna de raport 91 de știri relevante pentru subiectul prezentei monitorizări (față de 74 știri în săptămâna precedentă, +23%). Știrile difuzate au avut un număr total de peste 179 mii semne (fără spațiu), ceea ce reprezintă o creștere de

20% față de ultima săptămână a lunii octombrie. Agenția *Infotag* a fost mult mai activă în mediatizarea campaniei față de *Moldpres*, raportul comparativ al numărului de știri fiind de 67% pentru *Infotag* și 33% pentru *Moldpres*. Raportul suprafeței ocupate de știrile difuzate a fost de 61,5% față de 38,5%.

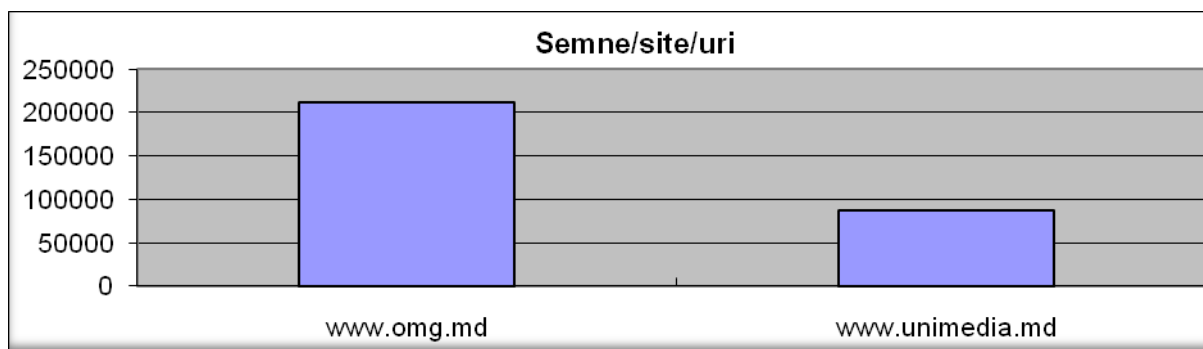
Diagrama 28. Spațiul (semne fără spațiu) alocat materialelor tematice de agențiile de presă.



A crescut și numărul de informații despre alegeri, care au putut fi accesate de utilizatorii de internet pe site-urile www.unimedia.md și www.omg.md. Astfel, în această săptămână, cele două site-uri au plasat 186 de știri proprii sau preluate, cu un total de aproape 298 mii semne. Comparând aceste date cu cele indicate în ultimul raport de monitorizare, constatăm o creștere cu 50% a numărului de știri și cu 47,5% a suprafeței totale a știrilor tematice pe cele două site-uri monitorizate. Unele materiale plasate pe site-uri sunt însoțite de secvențe video pentru amplificarea efectului informațional al acestora. Pe portalul informațional www.unimedia.md este plasată reclamă electorală în bannere aplicate, suprafața acestora nefiind contabilizată în diagramele de mai jos.

70% din numărul și suprafața totală a știrilor plasate de cele două portaluri monitorizate revin site-ului www.omg.md.

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



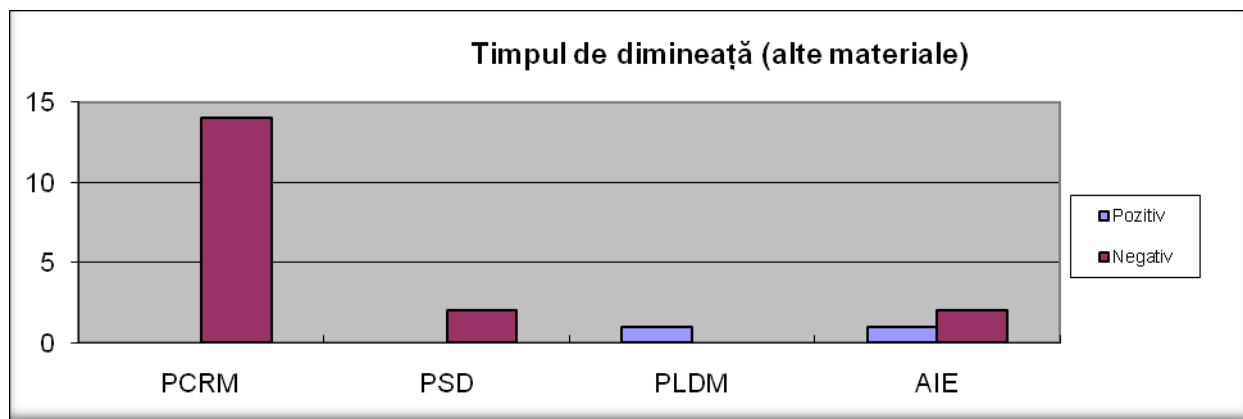
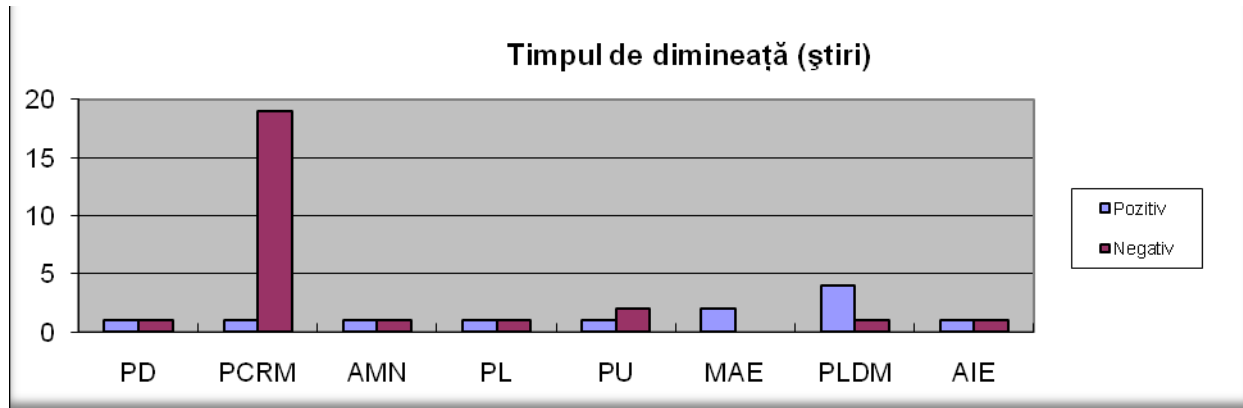
5.2 Candidații, partidele favorizate sau defavorizate, direct sau indirect, în știri și materiale de opinie - frecvența

5.2.1 Ziare

În cele 32 de știri pe care le-a publicat în săptămâna de raport ziarul *Timpul de dimineață*, au fost vizate direct sau indirect atât concurenții electorali, cât și Alianța pentru Integrare Europeană (AIE) ca și coaliție de guvernământ. Majoritatea actorilor politici au apărut în ziar echilibrat, în câte o știre care i-a prezentat în context pozitiv, și o altă știre care îi plasează în context negativ. Excepție fac trei concurenți electorali: Partidul Comuniștilor, Partidul Liberal-Democrat și Mișcarea „Acțiunea Europeană”, în raport cu care ziarul manifestă simpatii sau antipatii. Astfel, din cele 20 de știri în care a fost vizat, concurentul electoral PCRM a fost defavorizat în 19 cazuri, ceea ce constituie 59,4% din totalul de știri. În același timp, concurenții electorali PLDM și MAE sunt favorizați în știri. PLDM apare pozitiv în patru din cele cinci știri care îl vizează, iar MAE a fost prezentat de două ori doar în context pozitiv.

Tendința de defavorizare a PCRM se menține și în materialele de opinie, publicate în *Timpul de dimineață* în perioada de raport. Astfel, în toate cele 14 cazuri (circa 61% din totalul materialelor) când a fost vizat direct sau indirect, PCRM a fost criticat sau prezentat în context negativ. De asemenea, concurentul electoral PSD este defavorizat în materialele de opinie, publicate în ziar.

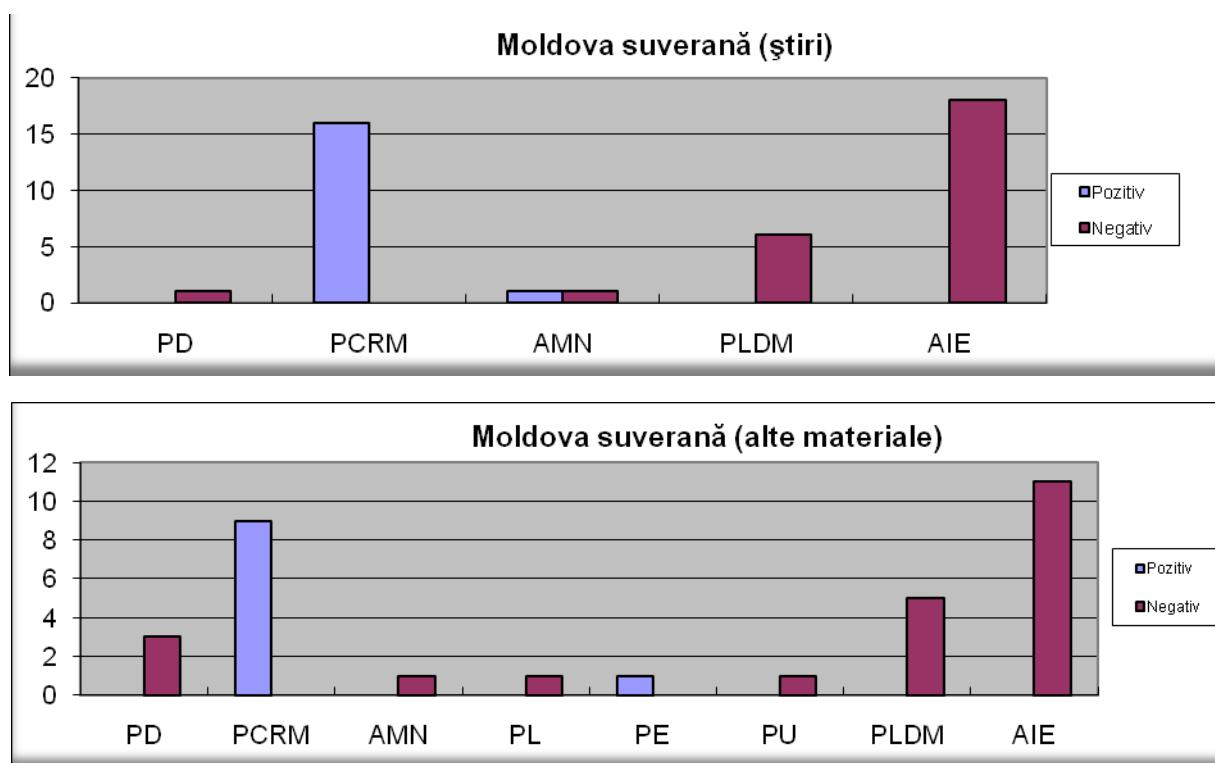
Diagramele 30 și 31. Concurenții favorizați sau defavorizați în materialele din *Timpul de dimineață* - frecvența



Cele mai multe din știrile publicate în ziarul *Moldova Suverană* (18 din 27 de știri sau 66,7% din total) prezintă în context defavorizant AIE, iar concurentul electoral PLDM a fost vizat în șase știri (22,2%), și de fiecare dată în lumină negativă pentru acest partid. În același timp, ziarul favorizează intens concurentul electoral PCRM în toate știrile publicate (16 cazuri, 59,3% din totalul de știri).

În celelalte materiale tematice din *Moldova Suverană*, 20 la număr, se menține tendința de defavorizare a AIE și a concurenților electorali PLDM și PDM, pe de o parte, și de prezentare în lumină pozitivă a PCRM, pe de altă parte. Astfel, în toate cele 11 materiale jurnalistice (altele decât știri), adică 55% din total, AIE este defavorizat, la fel cum PLDM este prezentat negativ în cinci articole (25% din total), iar PDM în trei (15%). Au mai apărut în context negativ și AMN, PL și PUM. Concurentul electoral PCRM, în schimb, a fost lăudat în toate cele nouă materiale de opinie care l-au vizat (45% din total).

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

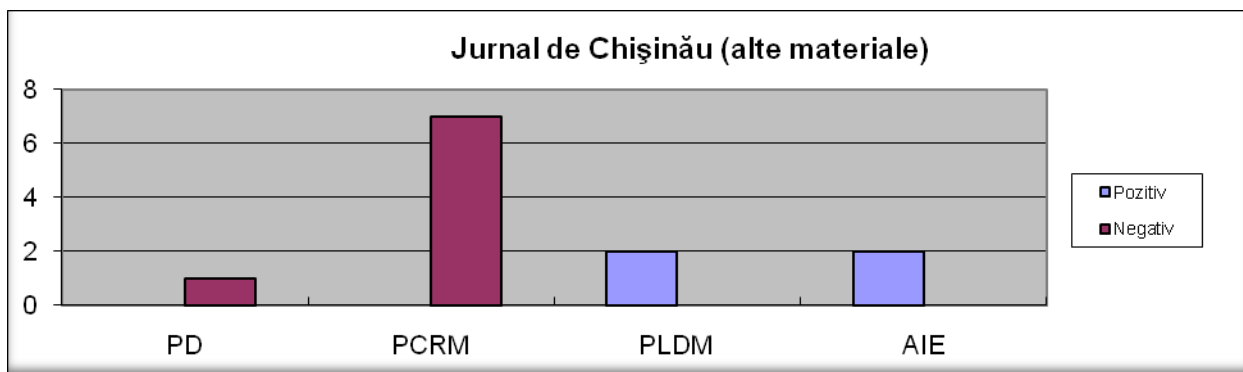
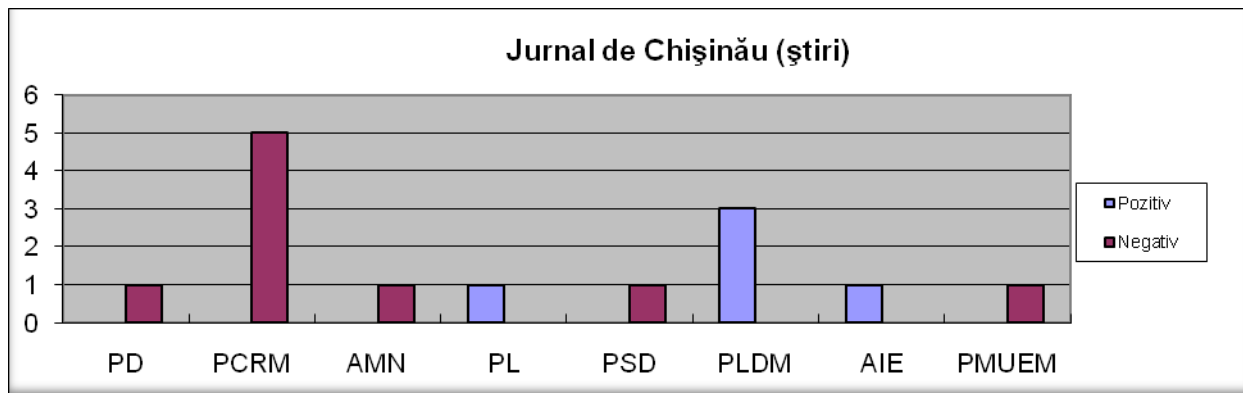


În știrile din *Jurnal de Chișinău*, publicate în această săptămână, au apărut în context defavorizant concurenții electorali PCRM (de 5 ori, 31% din totalul știrilor), în câte o știre – PDM, PSD, PMUEM și AMN. Au fost favorizați prin prezentare în context pozitiv concurenții electorali PLDM (de trei ori) și PL într-o știre.

În articolele de opinie din *Jurnal de Chișinău*, PCRM apare în context negativ în toate cele șapte cazuri când a fost vizat (46,7% din totalul materialelor de acest fel). A mai apărut în context negativ PDM într-un material de opinie. Concurentul electoral PLDM a fost favorizat prin

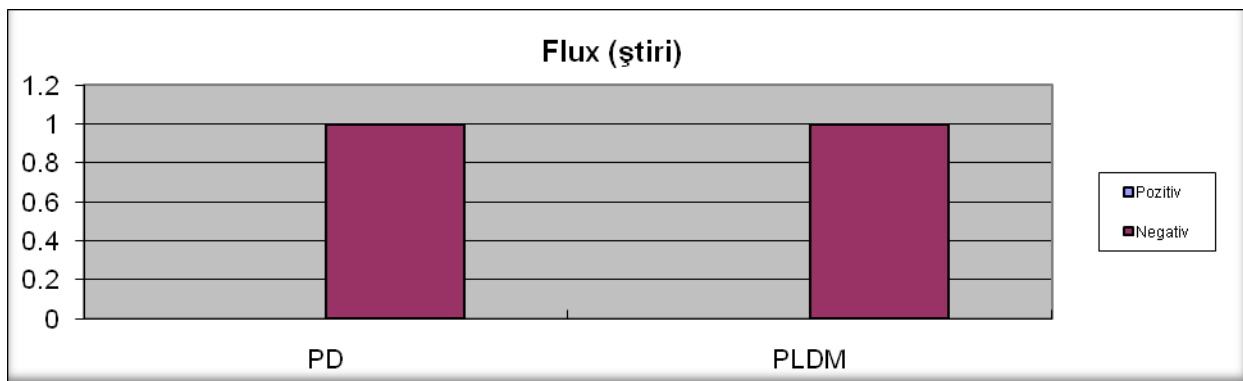
publicarea a două materiale de opinie care îl prezintă în context pozitiv. În alte două articole, apare în lumină pozitivă AIE.

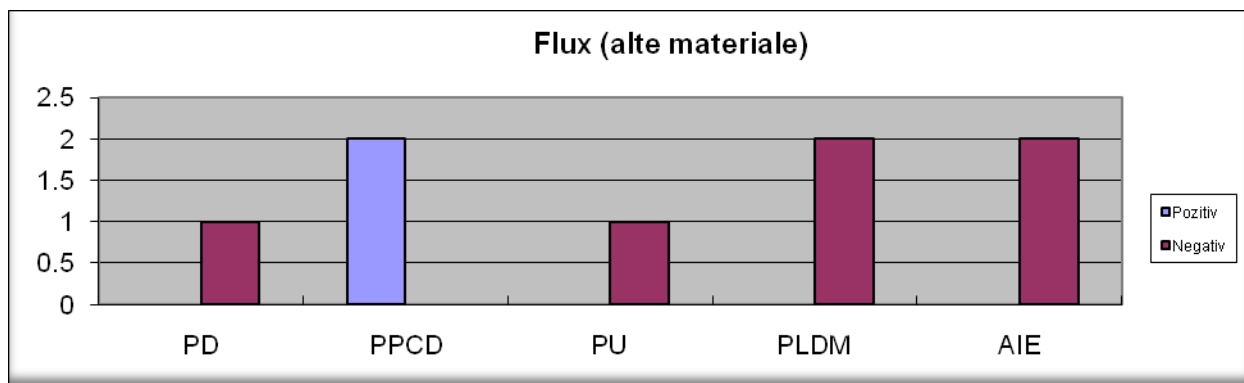
Diagramele 34 și 35. Concurenții favorizați sau defavorizați în materialele din Jurnal de Chișinău - frecvența



În ziarul *Flux* au fost publicate mai puține știri (3) și mai multe materiale de opinie (8). În câte o știre au fost prezentați în context defavorizant concurenții electorali PLDM și PDM, iar în celelalte materiale, PLDM a fost vizat negativ de două ori, la fel ca și alianța de guvernământ. Concurenții electorali PDM și PUM de asemenea au fost prezentați în context defavorizant, iar concurentul PPCD, din contra, a fost favorizat.

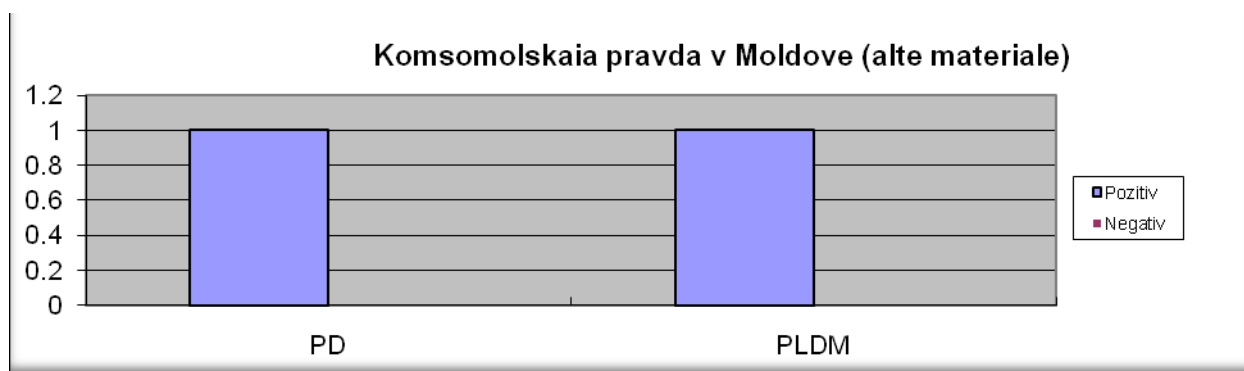
Diagramele 36 și 37. Concurenții favorizați sau defavorizați în materialele din Flux - frecvența





În cele patru numere pe care le-a editat în săptămâna de raport, *Komsomolskaia pravda v Moldove* a publicat preponderent publicitate electorală (beneficiari PDM, PLDM, PCR, PUM), câteva știri relativ neutre și două materiale de opinie care au prezentat în lumină pozitivă concurenții electorali PLDM și PDM.

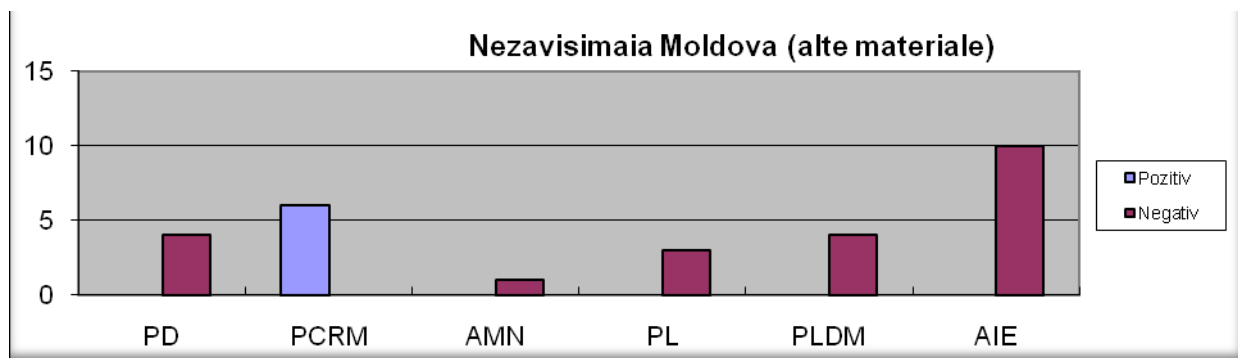
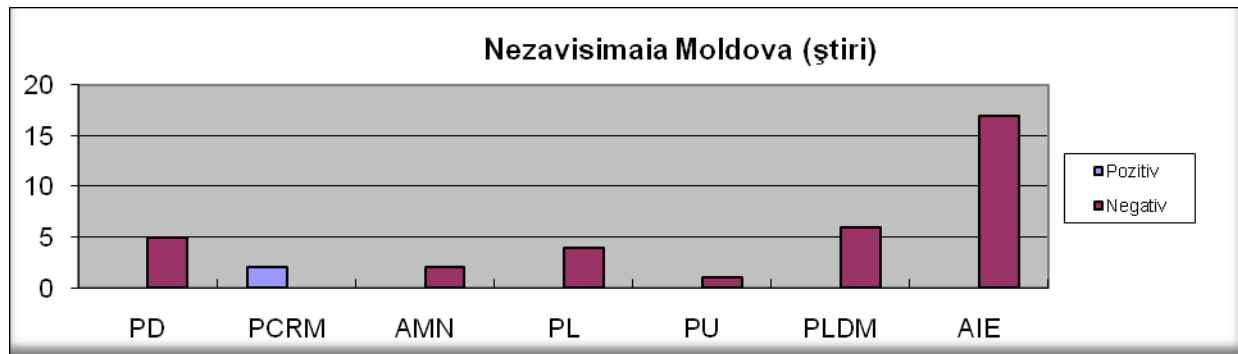
Diagramele 38. Concurenții favorizați sau defavorizați în materialele de opinie din Komsomolskaia pravda v Moldove - frecvența



Nezavisimaia Moldova selectează pentru publicare știri care, pe de o parte, defavorizează AIE (17 din 26 de știri sau 65% din total) și partidele componente ale alianței de guvernământ PLDM (6 știri, 23% din total), PDM (5 știri, 19% din total), PL (4 știri, 15% din total), AMN (2 știri, 7,7% din total), iar pe de altă parte, prezintă în lumină pozitivă PCR (2 știri sau 7,7% din total).

Aceeași tendință se păstrează și în materialele de opinie. Astfel, din cele 18 materiale de opinie publicate timp de o săptămână în patru numere ale ziarului *Nezavisimaia Moldova*, 10 (55,6%) au defavorizat AIE, iar 6 (33,3%) au favorizat PCR. În rest, au fost prezentate în lumină proastă toate partidele componente ale alianței de guvernământ: PLDM și PDM de câte patru ori, PL – de trei ori, AMN – o dată.

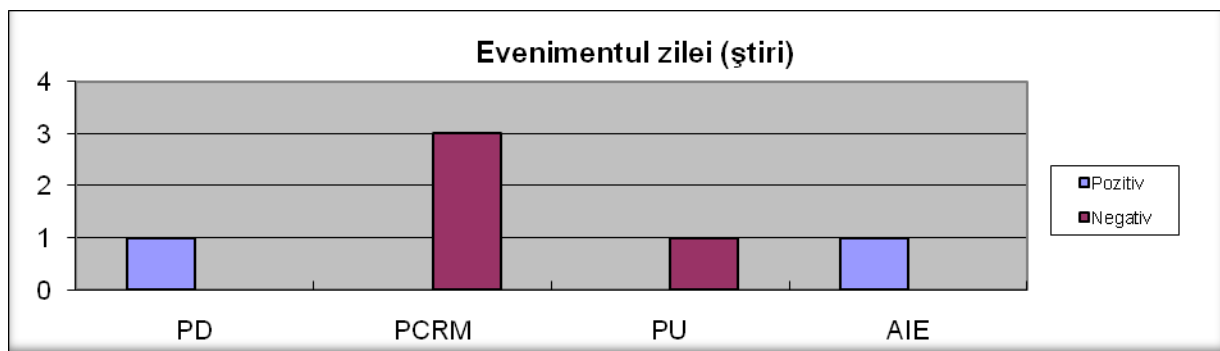
Diagramele 39 și 40. Concurenții favorizați sau defavorizați în materialele din Nezașisimaia Moldova - frecvența

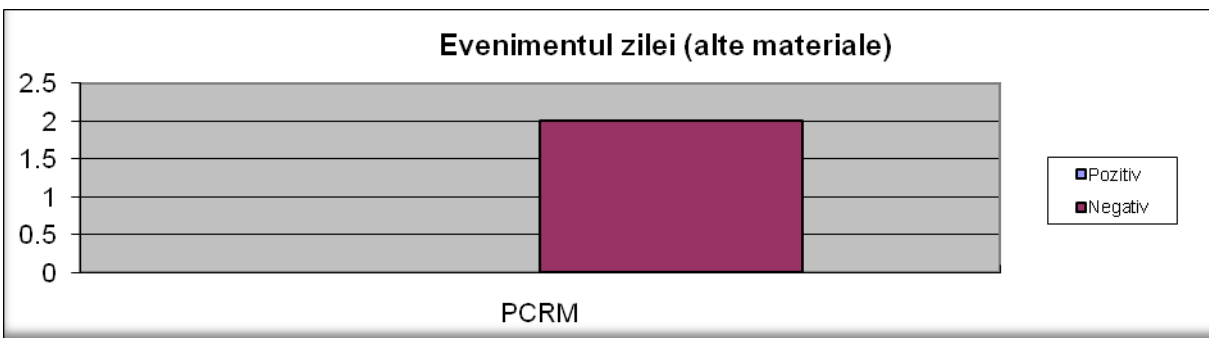


Evenimentul Zilei a publicat în săptămâna de raport atât știri neutre, cât și știri care au prezentat concurenții electorali în lumină pozitivă sau negativă. Astfel, în trei știri a fost defavorizat concurentul electoral PCRM, iar câte o știre a prezentat în context defavorizant PUM și a favorizat PDM și AIE.

În două din cele cinci materiale de opinie, publicate în această perioadă de *Evenimentul Zilei*, a fost criticat concurentul electoral PCRM.

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

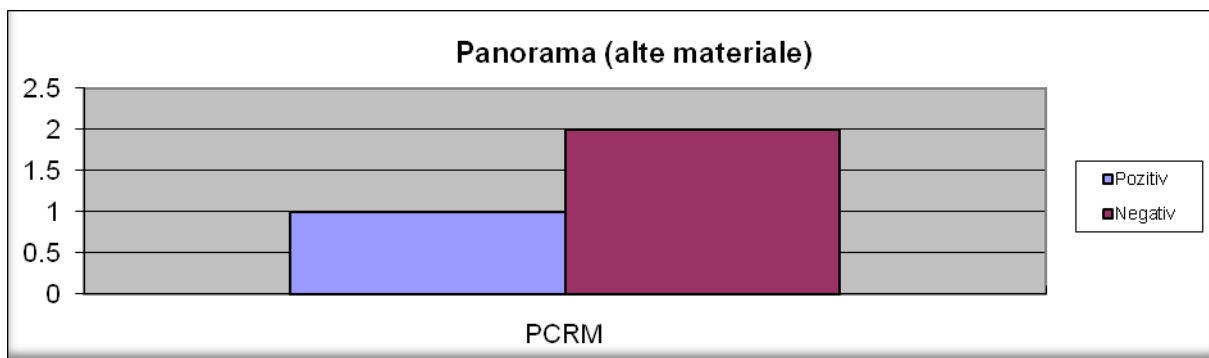
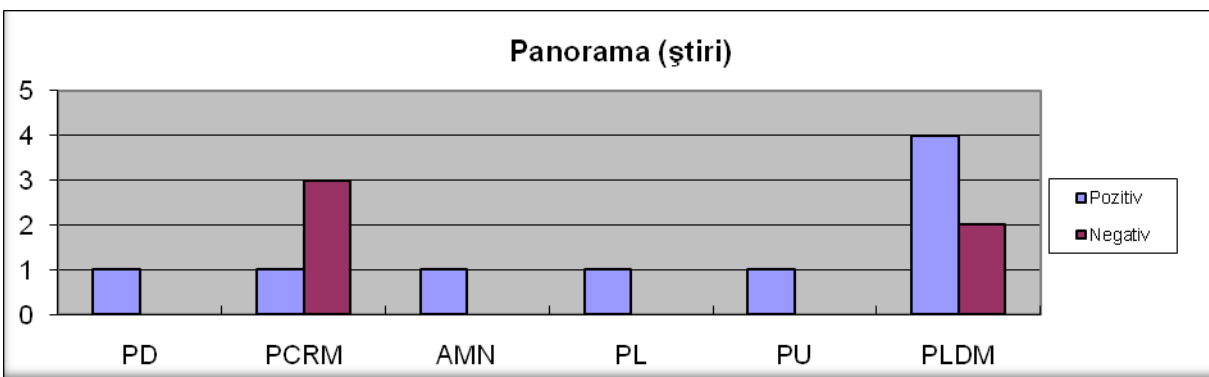




În perioada de raport, în știrile din ziarul *Panorama* au fost vizați pozitiv în câte o știre concurenții electorali PDM, PCR, PUM, AMN, PL, iar PLDM a fost favorizat în patru știri. În știri care îi plasează în lumină negativă au apărut PCR (de 3 ori) și PLDM (de 2 ori).

În celelalte materiale, inclusiv articole de opinie, ziarul nu manifestă tendințe de favorizare sau defavorizare a vreunui concurent electoral, cu excepția PCR care a apărut o dată în context favorizant, iar în alte două materiale de opinie a fost criticat.

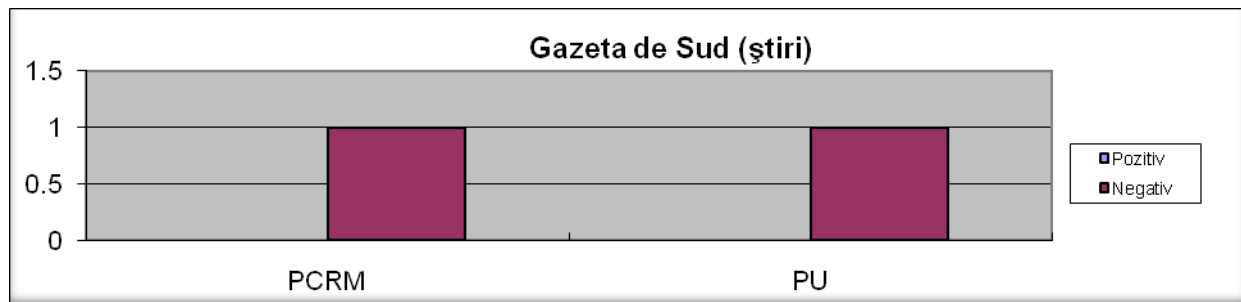
Diagramele 43 și 44. Concurenții favorizați sau defavorizați în materialele din Panorama – frecvența



Materialele jurnalistice la tema alegerilor parlamentare anticipate, publicate de ziarul *Cuvântul* din Rezina în perioada de raport au fost neutre și nu au manifestat tendințe clare de favorizare sau defavorizare a vreunui concurent electoral.

Șase din cele opt știri, publicate în prima săptămână de noiembrie în ziarul de la Cimișlia *Gazeta de Sud* au fost neutre, una a prezentat în lumină negativă PCRM, iar alta a devaforizat PUM. Celelalte materiale tematice au fost neutre.

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

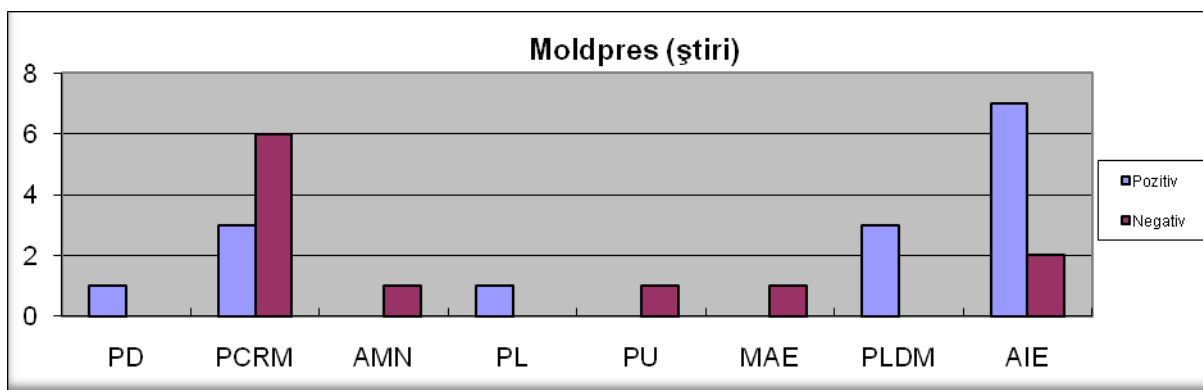


Ziarul *Vesti Gagauzii* (Comrat) nu a publicat în săptămâna de raport decât două machete publicitare ale concurențului electoral PDM, iar *Golos Bălți* (Bălți) a publicat o știre neutră despre crearea secțiilor de votare în mun. Bălți și două materiale publicitare ale concurenților electorali PLDM și PSD.

5.2.2 Agenții de presă și portaluri de știri

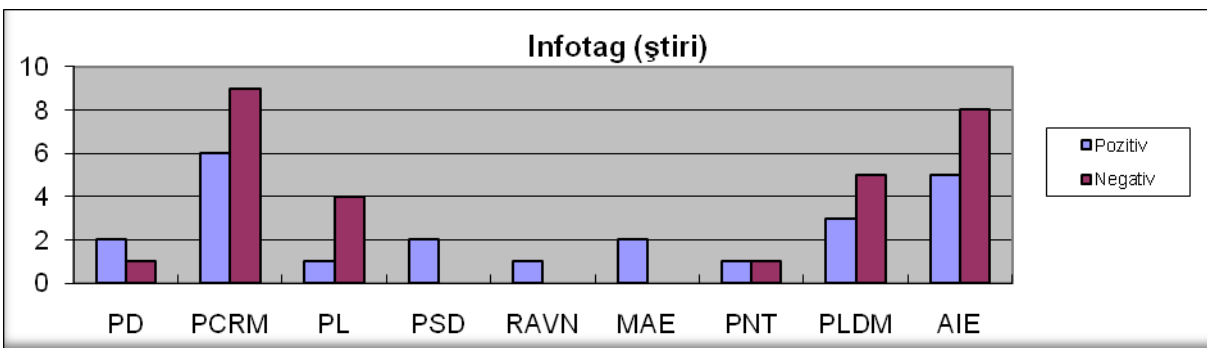
Agencia informațională de stat *Moldpres* a difuzat în această perioadă 29 de știri care au avut tangență directă sau indirectă cu campania electorală. Câteva știri au fost neutre, în altele concurenții electorali au apărut fie în context pozitiv, fie negativ. Astfel, PCRM și PLDM au fost prezentați în context favorizant de câte trei ori, iar PDM și PL – în câte o știre. Concurențulu electoral PCRM a apărut în context defavorizant de șase ori. Alianța de guvernământ a fost prezentată și pozitiv, și negativ, totuși predomină știrile care favorizează AIE.

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



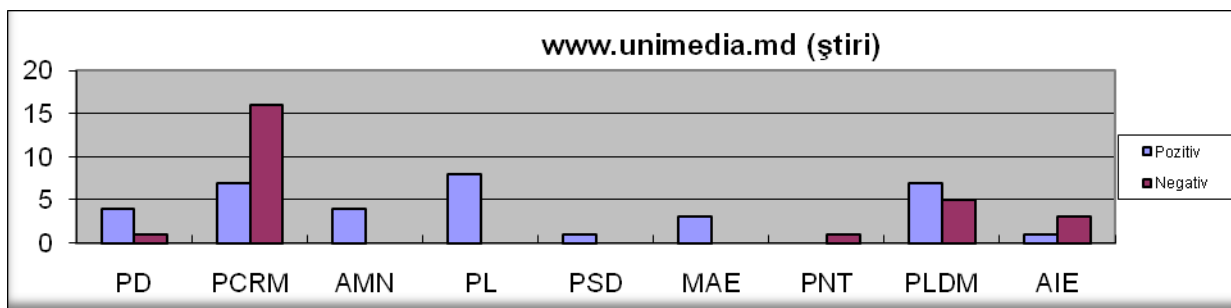
Agencia de știri *Infotag* continuă să păstreze o echidistanță relativă în raport cu alianța de guvernământ și opoziția parlamentară, care apar în fluxul agenției de știri atât în context pozitiv, cât și negativ. În săptămâna de raport, concurenții electorali PCRM, PL și PLDM au fost prezentați în mai multe știri care i-au defavorizat decât în știri care i-au favorizat.

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



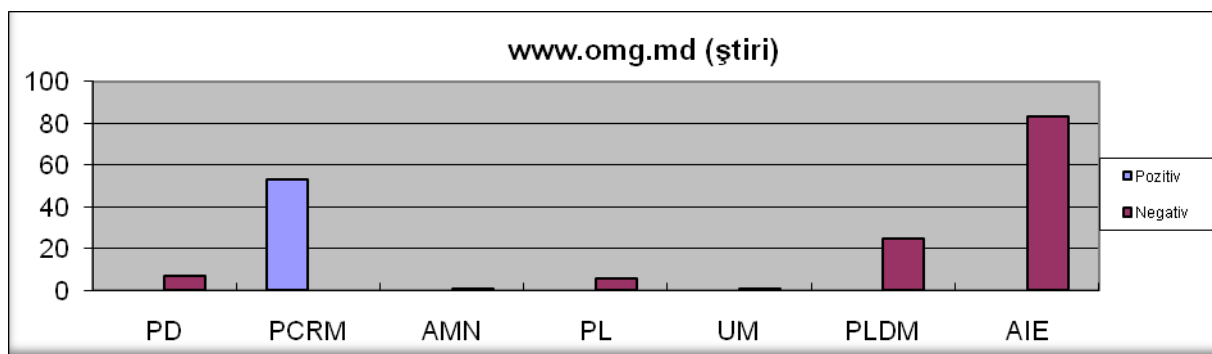
Dintre concurenții electorali vizați de www.unimedia.md în cele 55 de știri care au tangență cu campania electorală, cel mai des a fost amintit PCRM – de 16 ori (29,1%) în context negativ și de alte 7 ori (12,7%) în context pozitiv. PL a fost prezentat doar în lumină pozitivă (8 știri, 14,5%), la fel AMN și MAE. În raport cu concurentul electoral PLDM, site-ul a păstrat o echidistanță relativă în știri, PLDM fiind prezentat atât în lumină pozitivă, cât și în context negativ.

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



Politica editorială a site-ului www.omg.md este îndreptată, pe de o parte, spre defavorizarea alianței de guvernământ și a partidelor componente ale acesteia, iar pe de altă parte, spre favorizarea PCRM, prin difuzarea unui număr mare de știri (unele preluate de câteva ori cu mesaj similar sau puțin diferit), prin care este creată aparența susținerii acestui concurent electoral de localități întregi din țară. Astfel, în toate cele 83 de știri (63,4% din totalul știrilor relevante) care au vizat AIE, direct sau indirect, coaliția de guvernare a fost defavorizată. Concurentul electoral PLDM a fost prezentat în lumină negativă în 25 de informații plasate pe acest site (19,1%), PDM în 7 texte (5,3%), iar PL în 6 (4,6% din total). Concurentul electoral PCRM este unicul care apare în context pozitiv, partidul respectiv beneficiind, timp de o săptămână, de 53 de informații care l-au favorizat (40,5% din totalul materialelor relevante).

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



Anexă

Raportul analizează corectitudinea știrilor și echilibrul surselor în subiectele despre rezultatele sondajului realizat de CBS AXA care prezintă intenția de vot a alegătorilor pentru alegerile anticipate din 28 noiembrie.

Studiu de caz nr 1. Moldova 1			
N	Data	Prezentare media	Constatări
1	04.11.2010	Dacă duminica viitoare vor avea loc alegeri parlamentare, în Parlament vor ajunge patru formațiuni politice.	Știre echidistantă, imparțială și echilibrată.
2	05.11.2010	AMN îl acuză de lipsă de obiectivitate pe directorul CBS AXA, Ion Jigău, care a făcut publice rezultatele unui sondaj potrivit căruia AMN ar acumula la viitoarele alegeri numai doi la sută din votul alegătorilor. AMN a contestat astăzi la CEC rezultatele sondajului. Pe cealaltă parte, CBS AXA spune că sondajul prezintă preferințele alegătorilor și ar trebui să placă tuturor partidelor.	Știre imparțială și echidistantă.
Concluzii Moldova 1 prezintă subiectele despre sondaj și reacțiile politicienilor la acestea într-un mod imparțial și echidistant. Știrea despre datele sondajului este una bine echilibrată. Subiectul despre reacția AMN la sondaj necesită și o reacție din partea CEC pentru a se înțelege mai bine contextul în care se face contestarea.			
Studiu de caz nr2. N4			
N	Data	Prezentare media	Constatări
1	04.11.2010	Stabilitate politică. Dacă duminica asta am avea alegeri parlamentare, situația politică ar rămâne practic aceeași ca și din prezent. Așa arată datele sondajului de opinie realizat de CBS AXA. PCRM ar acumula, conform datelor din sondaj 39 la sută, urmat de PLDM care ar obține 21 procente. PD ar putea avea la alegeri, 19 la sută, iar PL	Știre echidistantă și imparțială.

		13 procente. Alte partide nu au șanse de a accede în legislativ.	
2	05.11.2010	AMN cere companiei CBS AXA să dezmință rezultatele sondajului de opinie prezentat ieri. Potrivit acestuia AMN nu are șanse de a accede în Parlament. Azi în replică la aceste date, AMN a depus la CEC o contestație pe motiv că CBS AXA nu ar fi informat din timp CEC-ul despre intenția de a face acest sondaj.	Știre echidistantă, imparțială și echilibrată.

Concluzii În cele două știri prezentate, N4 dă dovadă de echidistanță și imparțialitate. Cu toate acestea, postul de televiziune nu întotdeauna reușește să fie echilibrat în abordarea subiectelor, astfel că acestea sunt puse pe post fără explicații și comentarii din partea unor surse cheie în abordarea temei respective.

Studiu de caz nr 3. Jurnal TV

N	Data	Prezentare media	Constatări
1	04.11.2010	Următorul Legislativ ar putea fi format din patru partide politice, iar prezența la urnele de vot va fi de aproximativ 50 la sută din electorat. Cel puțin așa arată datele unui sondaj făcut public astăzi de către compania CBS-Axa. Astfel, PCRM ar putea avea cele mai multe mandate în viitorul parlament. El este urmat de PLDM, PD și PL. Conform cercetării, AMN, ar obține doar 2% și nu va trece pragul electoral necesar pentru a accede în viitorul Legislativ. Același sondaj arată că numărul respondenților indeciși de 30 la sută a rămas stabil.	Grupaj de știri echidistant, imparțial și echilibrat cu prezența tuturor actorilor politici.
2	05.11.2010	AMN va trece în Parlament, cel puțin așa cred liderii acestui partid. Asta deși ultimul sondaj de opinie realizat de CBS AXA lasă AMN în afara legislativului.	Știre echidistantă și imparțială.

		Liderii formațiunii acuză sociologii de partizanat și solicită CEC sancționarea acestei instituții.	
Concluzii Jurnal TV prezintă mai multe știri despre rezultatele sondajului și reacții din partea clasei politice. Știrile sunt echidistante, imparțiale și echilibrate.			
Studiu de caz nr 4. 2 Plus			
N	Data	Prezentare media	Constatări
1	04.11.2010	Astăzi a fost dat publicității primul sondaj CBS AXA. Potrivit acestuia intenția de vot a electoratului arată că viitorul legislativ ar putea fi format din patru partide politice. Dacă duminica viitoare ar avea loc alegeri, atunci PCRM ar acumula... Topul liderilor politici.	Știre imparțială și echidistantă.
2	05.11.2010	AMN a contestat la CEC sondajul CBS AXA, care creditează această formațiune cu doi la sută în rândurile alegătorilor. Potrivit lui Victor Osipov, datele sunt eronate, iar interviuarea a avut loc la începutul lunii septembrie.	Știre echidistantă, dar nu și echilibrată. Autorii nu dau reacția CBS AXA la contestația AMN. Se face necesară și prezența poziției CEC.
Concluzii 2 Plus își menține interesul scăzut față de scrutin prin plasarea subiectelor cu caracter electoral la capitolul știri pe scurt. Datele sondajului sunt prezentate echidistant și imparțial, dar fără a oferi telespectatorilor interpretări și aprecieri din partea partidelor politice sau ale unor experți. Menționăm aici că lipsa de echilibru este și mai mare în prezentarea subiectului despre contestarea rezultatelor sondajului de către AMN, subiect în care lipsește reacția din partea CBS AXA și a CEC.			
Studiu de caz nr 5. Prime TV			
N	Data	Prezentare media	Constatări
1	04.11.2010	- AMN cade în sondaje. Dacă duminica viitoare ar avea loc alegeri în parlament ar ajunge doar comuniștii, liberal-democrații, democrații și liberalii. Acestea sunt rezultatele	Subiectul este tratat echidistant și imparțial.

		<p>unui studiu sociologic făcut astăzi. Autorii studiului spun că situația s-ar putea schimba în ajunul alegerilor.</p> <p>- Nici bucurii, nici speranțe. Moldovenii sunt nemulțumiți de direcția în care merge țara. Se tem de creșterea prețurilor și nu au viziune clară privind politica externă a RM. Nici unirea cu România nu este o prioritate. Așa arată datele de opinie publicat de CBS AXA.</p>	<p>Subiectul este tratat echidistant și imparțial.</p>
2	05.11.2010	<p>Sondajul CBS AXA dat ieri publicității este contestat de AMN. Formațiunea cere CEC să oblige CBS AXA să dezmință informațiile prezentate în studiu. Potrivit sondajului AMN va acumula doar două la sută din voturile alegătorilor și nu va ajunge în Parlament.</p>	<p>Subiectul este tratat echidistant, imparțial și echilibrat.</p>
<p>Concluzii Prime TV reflectă sondajul realizat de CBS AXA echidistant, imparțial. Postul revine la contestarea lansată de AMN pe marginea corectitudinii rezultatelor sondajului obiectiv și echilibrat.</p>			
<p>Studiu de caz nr 6. NIT</p>			
N	Data	Prezentare media	Constatări
1	04.11.2010	<p>Institutul CBS AXA a făcut astăzi publice rezultatele primului sondaj sociologic preelectoral. Potrivit acestuia în viitor ar putea accede doar patru partide PCRM, PLDM, PD și PL. Niciunul din cele patru nu are șanse să formeze singur guvernul sau să aleagă singur președintele spune sondajul. PCRM îl califică drept agitație electorală care are</p>	<p>Subiectul este structurat mai mult ca o reacție a PCRM la rezultatele sondajului și mai puțin ca o prezentare a datelor sondajului. Autorul insistă pe incorectitudinea rezultatelor sondajului menționând că și alte studii sociologice ale instituției au fost greșite și face trimitere la alte două sondaje din vară despre intențiile electoratului de a participa la referendum care nu au coincis cu prezența la urne. Toate aceste</p>

		<p>drept scop să demonstreze că Alianța este vie și este în continuare unită.</p>	<p>argumente sunt diluate de comentariile unuia dintre liderii PCRM, M. Tkaciuk, care spune că sondajul este agitație deschisă în favoarea AIE. El face mai multe acuzații la adresa liderilor AIE de falsificare și manipulare a electoratului, de corupere a comisiilor electorale. Toate acestea rămân fără replică, jurnalistul limitându-se să pună în relatare niște imagini sau tonuri de apel pe fundalul cărora spune că nu au fost de găsit. Totodată autorul spune că, anterior, unul din liderii PLDM a declarat într-o conferință de presă că știe rezultatele sondajului fără să spună la care sondaj se referea acesta.</p> <p>Atunci când afirmă că AMN are șanse puține să intre în Parlament, conform sondajului, sunt date imagini care îl pun într-o lumină proastă pe liderul acestei formațiuni (acesta este surprins când stă relaxat și discută cu colegii).</p> <p>Postul nu prezintă reacția CBS AXA la toate aceste comentarii și aprecieri.</p> <p>Reieșind din toate aceste, relatarea este parțială, nu este echidistantă și echilibrată.</p>
<p>Concluzii NIT ignoră rezultatele sondajului și pune pe post doar poziția PCRM față de acestea. Într-o singură știre apar doar informații generale care sunt comentate de către un lider PCRM care face mai multe atacuri la alte formațiuni trecute în sondaj (92 secunde din 202 secunde, cât are subiectul). Încercările nereușite ale reporterului de a lua legătura cu ceilalți lideri pentru comentarii sunt demonstrate de pozele acestora și tonuri de apel în gol. Postul nu prezintă poziția instituției care a realizat sondajul. Subiectul este tratat de NIT parțial, neechidistant și dezechilibrat.</p>			
<p>Studiu de caz nr 7. Publika TV</p>			
N	Data	Prezentare media	Constatări
1	04.11.2010	Aproximativ jumătate din cetățenii cu drept de vot se vor prezenta, probabil, la urne, pe 28 noiembrie. Acestea sunt datele ce rezultă dintr-un sondaj realizat de Centrul CBS-AXA. Postul oferă	Relatăriile puse pe post sunt echidistante, imparțiale și echilibrate cu prezența reacțiilor din partea principalilor lideri politici și ale analiștilor politici.

		rezultatele sondajului și distribuția fotoliilor în viitorul parlament conform sondajului. Totodată se face topul liderilor politici în care respondenții declară că are încredere. Atât autorii sondajului, cât și analiștii politici consideră că până la alegeri situația care s-a conturat în prezent poate suferi schimbări importante.	
2	05.11.2010	Alianța Moldova Noastră a contestat astăzi sondajul CBS-AXA la CEC și a cerut dezmințirea rezultatelor cercetării sociologice. Victor Osipov, susține că CBS-AXA a încălcat Codul Electoral. Secretarul CEC, Iurie Ciocan, spune că examinarea acestei chestiuni ține de competența instanței de judecată, și nu CEC.	Relatare este echidistantă, imparțială și echilibrată.
Concluzii Publika TV prezintă datele sondajului și reacțiile la acestea din partea clasei politice și ale analiștilor echidistant, imparțial și echilibrat.			
Studiu de caz nr 8. Vocea Basarabiei			
N	Data	Prezentare media	Constatări
1	04.11.2010	Partidele AIE ar obține 53 la sută din voturi dacă duminica viitoare ar avea alegeri parlamentare, arată un sondaj realizat de CBS AXA. Potrivit sondajului pentru PCRM ar vota 39 la sută din electorat. Studiul indică o prezență de 50 la sută a alegătorilor la scrutinul parlamentar, indecisiile fiind de 30 la sută.	Știre imparțială și echidistantă și echilibrată prin prezența a doi analiști politici.
2	05.11.2010	Directorul CBS AXA este <i>cică</i> membru al Biroului Executiv al PDM. Vă reamintim că CBS AXA a prezenta ieri rezultatele ale unui sondaj de opinie privind	Autorul știrii dă dovadă de parțialitate și lipsă de echidistanță. El face trimitere la un alt sondaj de acum jumătate de an care îi oferă PDM-ul doar opt la sută în comparație cu sondajul realizat de CBS

		alegerile parlamentare.	AXA, care îi oferă partidului 19%. Autorul se întreabă dacă nu cumva această dublare este din cauza faptului că directorul CBS AXA este membru al Biroului Executiv al PDM. Știrea nu oferă nici echilibru, deoarece nu este citată nicio altă sursă în afară de trimiterile la cele două sondaje.
3	06.11.2010	Sondajul de opinie făcut public de către CBS AXA a fost perceput în mod diferit de către partidele menționate în top. MAE vrea să valorifice cele trei procente pe care potrivit sondajului le-ar obține la alegeri și cheamă partidele extraparlamentare să se retragă în favoarea ei. AMN declară sondajul drept unul aservit PCRM și cere CEC să îl anuleze.	Știre imparțială, echidistantă și echilibrată.

Concluzii Radio Vocea Basarabiei se focusează mai mult pe datele sondajului ce reflectă rezultatele alegerilor parlamentare, dacă acestea ar avea loc duminica viitoare. Știrile sunt echidistante, imparțiale și echilibrate. Cu toate acestea în știrea din 5 noiembrie, ora 12.30, prezentatorul dă dovadă de parțialitate și lipsă de echidistanță prin interpretarea tendențioasă a unor date care pornesc, dacă e să cităm autorul, de la o știre în care se regăsește cuvântul „cică”. Nu este clar dacă informația este o știre sau un zvon, dar nici faptul de ce autorul compară doar datele referitoare la PDM din sondajele citate, nu și cele ale altor formațiuni politice care arată la fel de diferit ca și cele ale partidului menționat.

Studiu de caz nr 9. Prime FM

N	Data	Prezentare media	Constatări
1	04.11.2010	Dacă duminica viitoare ar avea alegeri, atunci PCRM ar acumula 39 procente din voturi, urmat de PLDM cu 21 la sută, PD cu 19 procente și PL cu 13 procente. AMN nu ar trece pragul electoral deoarece ar acumula 2 procente.	Știrea abundă în cifre deoarece prezintă toate datele sondajului. Subiectul este tratat echidistant și imparțial.

2	05.11.2010	<p>- RM consideră că legea supremă a statului trebuie schimbată. Peste jumătate de respondenți consideră că în RM este prea multă democrație, arată un sondaj realizat de CBS AXA.</p> <p>- AMN a înaintat astăzi CEC o sesizare în care cere ca CBS AXA să fie sancționată și să dezmințască propriul sondaj deoarece a fost încălcată legislația electorală.</p>	<p>Știrea abundă în cifre deoarece prezintă toate datele sondajului. Subiectul este tratat echidistant și imparțial.</p> <p>Subiectul nu conține poziția CBS AXA față de învinuirile aduse de AMN.</p>
3	06.11.2010	<p>Politicienii au comentat în mod diferit rezultatele sondajului realizat de CBS AXA. PCRM i-a sfătuit pe realizatori să se ocupe de prognozarea vremii. Liberali-democrații și democrații s-au arătat mulțumiți, pe când AMN nu are prea mare încredere în veridicitatea acestora.</p>	<p>Subiectul nu conține poziția CBS AXA față de comentariile mai multor lideri politici.</p>
4	07.11.2010	<p>CEC atenționează: toți cei care doresc să facă sondaje în perioada electorală trebuie mai întâi să înștiințeze CEC.</p>	<p>Știre imparțială și echidistantă, dar nu și echilibrată.</p>

Concluzii Postul de radio reflectă în mai multe știri rezultatele sondajului. O bună parte din acestea sunt confuze din cauza abundenței de cifre. În mai multe știri despre reacțiile politicianilor la rezultatele sondajului se observă o lipsă de echilibru deoarece lipsește poziția instituției care a realizat sondajul.

Studiu de caz nr 10. Radio Moldova

N	Data	Prezentare media	Constatări
1	04.11.2010	<p>Datele ultimului sondaj de opinie arată că PLDM, PD și PL ar acumula împreună 53 procente la alegerile parlamentare anticipate, iar PCRM 39 la sută. Sondajul a fost realizat în perioada... de către CBS AXA...</p>	<p>Știrea este echidistantă și imparțială. Ea oferă și interpretări din partea realizatorilor sondajului pe marginea datelor acestuia. Subiectul este bine structurat.</p>
2	05.11.2010	<p>AMN cere ca CBS AXA să dezmințască rezultatele sondajului</p>	<p>Știrea este echidistantă, imparțială și echilibrată. Subiectul este bine structurat.</p>

		prezentat ieri care oferă partidului doar două procente din votul alegătorilor. Autorii acestui sondaj au încălcat legislația electorală a declarat prim-vicepreședintele Victor Osipov.	
Concluzii Radio Moldova prezintă rezultatele sondajului și interpretările date pe marginea acestuia într-un mod echidistant și imparțial. În știrile din principalele jurnale informative, postul oferă loc tuturor părților implicate în subiect. Menționăm aici și structura bine încheagată a materialelor difuzate pe această temă de către acest post de radio.			