

**Monitorizarea mass-media  
în campania electorală pentru alegerile parlamentare 2009**

Raport Nr.1  
5 –18 februarie 2009



## 1. Date generale

**1.1 Obiectivul proiectului:** monitorizarea și informarea opiniei publice referitor la comportamentul mass-media în perioada electorală pentru alegerile parlamentare din Republica Moldova.

**1.2 Perioada de monitorizare:** 5 februarie 2009 – 5 aprilie 2009.

**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, PRO TV, NIT, Euro TV Chișinău, TV 7

**Radio:** Radio Moldova, Antena C, Vocea Basarabiei

**Presa scrisă:** Moldova Suverană, Nezhavisimaia Moldova, Săptămîna, Flux, Moldavskie vedomosti, Jurnal de Chișinău, Timpul de dimineață, Komsomolskaia pravda SP (Bălți), Vesti Gagauzii (Comrat), Realitatea (Soroca), Cuvîntul (Rezina)

**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 Asociația Presei Independente și Centrul Independent de Jurnalism în parteneriat cu Institutul de Marketing și Sondaje IMAS-INC Chișinău.

## 2. Cadrul metodologic

Metodologia monitorizării a fost elaborată de Oxford Media Research pentru proiectele de monitorizare ale Organizației Internaționale Campania Globală pentru Libertatea de Exprimare “Articolul 19”. 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 știrea. E posibil ca știrea să favorizeze sau să defavorizeze pe unul dintre subiecți, și, cu toate acestea, să fie echidistantă și corectă din punct de vedere profesional. Numai dacă există tendința, pe o anumită perioadă de timp, ca unul dintre subiecți să fie favorizat sau defavorizat, atunci se poate spune că e vorba despre un dezechilibru.

### 3. Concluzii generale

#### 3.1 Audiovizual

În perioada 5-19 februarie 2009, cele opt posturi de radio și televiziune supuse monitorizării au difuzat un număr foarte mare de materiale cu caracter electoral – 2943. Cele mai multe știri, emisiuni de opinie și publicitate electorală au fost puse pe post de Moldova 1, Radio Moldova și Antena C.

Posturile publice cu acoperire națională Moldova 1 și Radio Moldova au avut foarte multe știri ce-au prezentat realitatea din punctul de vedere al guvernării, mediatizând preponderent inițiativele electorale ale partidului de guvernământ. De regulă, cu informații de acest fel au început aproape toate buletinele de știri din perioada monitorizată. Știri care defavorizează concurenții electorali nu au fost multe, dar, în unele cazuri, s-a observat tendința de a prezenta în lumină cât mai negativă anumite partide de opoziție.

Posturile publice au avantajat PCRM și prin ordinea difuzării publicității electorale, spoturile PCRM fiind difuzate întotdeauna fie la început, fie la urmă, sau și la început, și la urmă (de exemplu, pe 18 februarie, 19.45, Radio Moldova a difuzat spoturile publicitare ale concurenților electorali în ordinea următoare: PCRM, PLDM, PLDM, PCRM).

Posturile private NIT și Antena C au difuzat un număr mare de știri în care PCRM a apărut în lumină pozitivă, iar partidele de opoziție – în lumină preponderent negativă. În buletinele de știri, EU TV a favorizat, într-o măsură mică, PCRM și PPCD, defavorizând, nesemnificativ, unele partide de opoziție. În emisiunile de opinie, EU TV a favorizat PPCD, defavorizând mai cu seamă PLDM și AMN. PRO TV, TV 7 și Vocea Basarabiei au transmis atât știri favorabile, cât și defavorabile PCRM, prevalând cele defavorabile, mai cu seamă la Vocea Basarabiei, care a criticat partidul de guvernământ și în emisiunile de opinie.

La Moldova 1, Radio Moldova, NIT și Antena C, a fost atestat un dezechilibru enorm în citarea concurenților electorali ca surse de știri electorale. La Moldova 1, reprezentanți ai Guvernului, președintele Republicii Moldova, președintele Parlamentului și alți reprezentanți ai PCRM au fost citați de 156 de ori, iar celelalte partide luate împreună au servit drept surse de știri de 129 ori. Euro TV, PRO TV, TV 7 și Vocea Basarabiei au manifestat o tendință spre echilibru din acest punct de vedere.

În perioada de raport, la posturile monitorizate nu au fost înregistrate dezbateri electorale. De remarcat că decizia de a organiza dezbaterile electorale abia după expirarea termenului prevăzut de Codul electoral pentru înregistrarea concurenților electorali favorizează partidul de guvernământ și vine în contradicție cu scopul unei informări cât mai obiective și mai depline a alegătorilor asupra ofertelor electorale ale partidelor de opoziție.

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

Presa scrisă, precum și agențiile și portalurile de știri monitorizate reflectă campania electorală de pe poziții editoriale diferite, în funcție de simpatiile sau antipatiile editorilor. Unele instituții mass-media favorizează evident un concurent electoral sau altul, prezentându-l doar în context pozitiv în știri și materiale de opinie. Astfel, *Moldova Suverană*, *Nezavisimaia Moldova* și [www.omg.md](http://www.omg.md) promovează direct un singur concurent electoral – PCRM, defavorizând clar partidele de opoziție, în special pe cele de orientare liberală. La fel, Agenția informațională de stat *Moldpres* prezintă doar în context pozitiv PCRM și neglijează sau defavorizează indirect partidele de opoziție. Efortul editorial al ziarului *Flux* de asemenea este îndreptat spre defavorizarea aceluiași partide și favorizarea PPCD. *Fluxul* nu critică decât tangențial PCRM, la

fel cum nici *Moldova suverană* sau *Nezavisimaia Moldova* nu prezintă în context negativ PPCD. Prin știrile pe care le publică, *Komsomolskaia Pravda v Moldove* a favorizat indirect PCRM și PSD.

Altă categorie de ziare defavorizează clar partidul de guvernământ și prezintă în context pozitiv unul sau mai mulți concurenți electorali din opoziție, inclusiv PLDM, AMN sau PL. Este vorba de *Timpul de dimineață*, *Jurnal de Chișinău*, *Moldavskie vedomosti*, *Cuvântul* (Rezina), parțial *Săptămîna* care nu critică PCRM, *SP* (Bălți) care prezintă negativ PCRM, dar nu favorizează clar nici un concurent electoral și [www.unimedia.md](http://www.unimedia.md).

Agenția de știri *Infotag* încearcă să se mențină pe linia prezentării proporționale a tuturor partidelor antrenate în campania electorală, reflectând toate evenimentele legate de campania electorală fără excepții și, de regulă, fără interpretarea declarațiilor sau scoaterea acestora din context.

Ziarele *Realitatea* (Soroca) și *Vesti Gagauzii* (Comrat) deocamdată nu publică materiale relevante pentru subiectul prezentei monitorizări.

În perioada monitorizării, atât la radio și TV, cât și în presa scrisă materialele de educație electorală au fost mai curând o excepție decât parte a politicii editoriale.

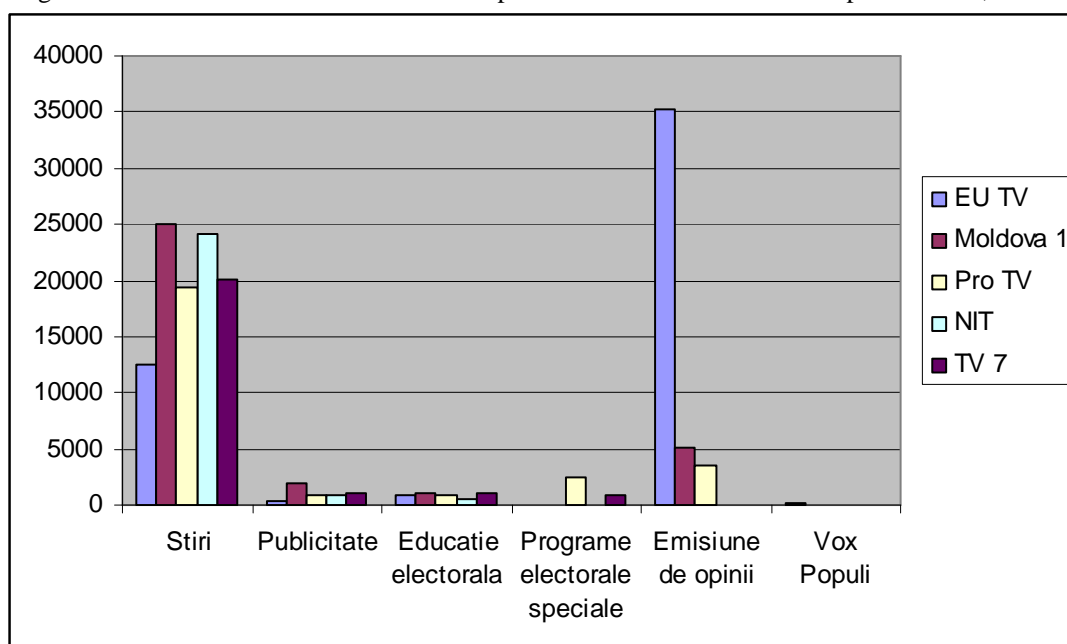
#### 4. Datele monitorizării. Presa audiovizuală

##### 4.1 Implicarea în campania electorală

###### 4.1.1 TV

În perioada 5–18 februarie 2009, fiecare dintre posturile TV supuse monitorizării a reflectat în mod activ campania electorală, difuzând știri electorale cu o durată între 12500 sec și 25000 sec. Cel mai mare volum de știri cu impact electoral a fost difuzat de Moldova 1 și NIT. Tot Moldova 1 a transmis cel mai mare volum de publicitate electorală. De menționat că, în general, volumul de publicitate electorală și de programe de educație electorală a fost relativ mic. EU TV a pus pe post cel mai mare volum de emisiuni de opinie (vezi Diagrama 1). PRO TV a fost singurul post care a invitat în studio trei concurenți electorali (vezi emisiunea „În profunzime” din 9 februarie 2009).

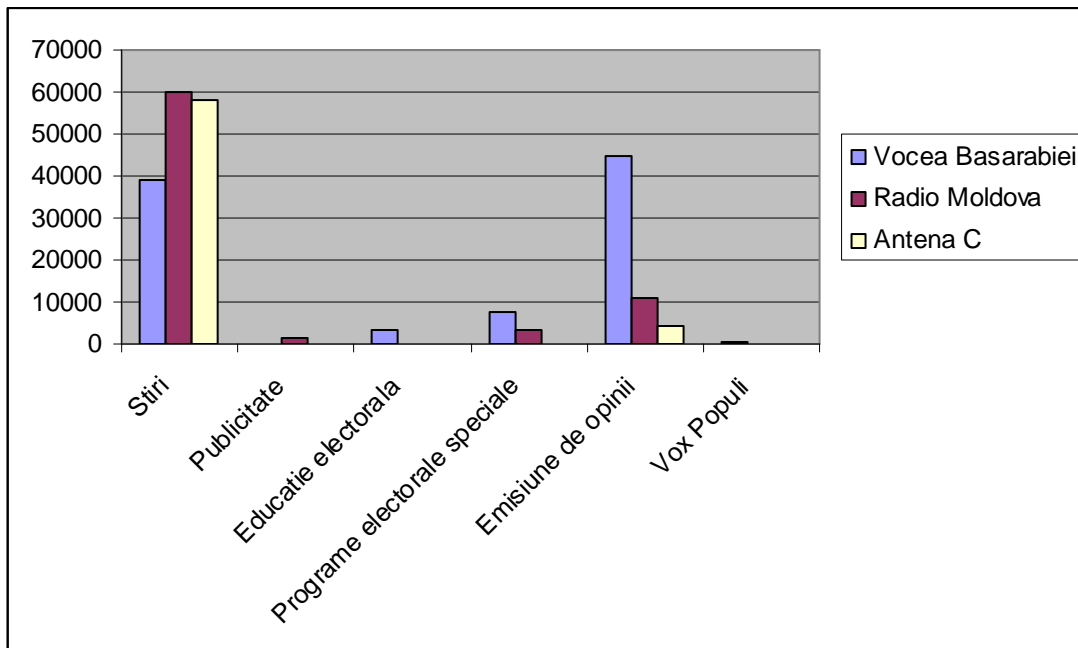
Diagrama 1. Volumul de materiale difuzate în perioada 5-18 februarie 2009 de posturile TV, sec.



#### 4.1.2 Radio

Dintre posturile de radio, cel mai mare volum de știri cu implicații electorale a fost difuzat de Radio Moldova și Antena C (câte circa 60 000 secunde). Vocea Basarabiei deține întâietatea în ce privește emisiunile de opinie (circa 45 000 sec.), programe electorale speciale și programe de educație electorală. Publicitatea electorală a lipsit în această perioadă la Vocea Basarabiei și Antena C (vezi diagrama 2). Cea mai mare pondere a știrilor neutre a fost înregistrată la Vocea Basarabiei.

Diagrama 2. Volumul de materiale difuzate în perioada 5-18 februarie 2009 de posturile de radio, sec.



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

La Moldova 1, în perioada supusă monitorizării, s-a atestat un dezechilibru enorm în citarea concurenților electorali ca surse de știri electorale. Astfel, reprezentanți ai Guvernului, președintele Republicii Moldova, președintele Parlamentului și alți reprezentanți ai PCRM au fost citați de 156 de ori și au apărut pe ecranul televizorului timp de 2730 sec. Celelalte partide luate împreună au servit drept surse de știri de 129 ori, reprezentanții lor apărând pe ecran timp de 3222 sec.

Tabelul 1. Frecvența citării și apariției concurenților electorali la Moldova 1

cod	Frecvența	Durata apariției, sec	Durata intervenției, sec
GUV	100	1761	1462
PRES	24	309	65
AMN	23	580	431
PSD	20	559	407
PCRM	20	524	390
PLDM	23	512	378
PL	17	665	409
PD	13	349	261
PARL	12	116	27
PPCD	5	68	63

UC	4	107	80
PSS	3	131	78
PMU	3	115	104
MAE	3	71	64
PC	3	32	32

La NIT dezechilibrul e și mai mare. Guvernul, președintele Republicii Moldova, președintele Parlamentului și alți reprezentanți ai PCRM au fost citați ca surse în 196 de cazuri, iar celelalte partide – de 50 de ori. Durata apariției pe ecran este de, respectiv, 4106 sec și 959 sec.

Tabelul 2. Frecvența citării și apariției concurenților electorali la NIT

cod	Frecvența	Durata apariției, sec	Durata intervenției, sec
GUV	90	1608	1282
PCRM	49	1019	734
PRES	39	1068	98
PARL	18	411	286
AMN	15	212	148
PL	8	215	162
PLDM	7	44	29
PSD	6	162	111
PS	4	174	170
PPCD	4	68	39
UM	4	64	64
PD	2	20	0

PRO TV a tratat guvernarea ca și pe ceilalți concurenții electorali. Guvernul, președintele Republicii Moldova, președintele Parlamentului și alți reprezentanți ai PCRM au fost citați ca surse în 69 de cazuri, PL – 56, PLDM – 53, PSD – 44, AMN – 36. După durata apariției pe ecran, pe primele locuri se află PL cu 714 sec, PSD – 656, PLDM – 650, AMN – 553, iar reprezentanții guvernării - 327 sec.

Tabelul 3. Frecvența citării și apariției concurenților electorali la PRO TV

cod	Frecvența	Durata apariției, sec	Durata intervenției, sec
PL	56	714	809
PLDM	53	650	633
PSD	44	656	552
AMN	36	533	580
GUV	34	39	138
PCRM	33	288	266
PD	29	292	288
PPCD	14	146	93
UC	13	124	178
MAE	12	184	208
PMU	9	85	112
PC	5	90	54
PSS	3	40	62
SB	2	64	38
RAVN	1	8	8

PPR	1	5	0
PARL	1	2	0
PRES	1	0	0

În știrile electorale de la EU TV, Guvernul, președintele Republicii Moldova, președintele Parlamentului și alți reprezentanți ai PCRM au fost citați ca surse în 42 de cazuri, PSD – 22, PPCD – 20, PLDM – 10, PL – 6, AMN – 6. Durata apariției pe ecran este proporțională frecvenței surselor: Guvernul, președintele Republicii Moldova, președintele Parlamentului și alți reprezentanți ai PCRM – 672 sec, PSD – 477, PLDM – 241, PPCD – 181, PL – 57 sec.

Tabelul 4. Frecvența citării și apariției concurenților electorali la EU TV

cod	Frecvența	Durata apariției, sec	Durata intervenției, sec
GUV	34	569	686
PSD	22	477	305
PPCD	20	181	319
PLDM	10	241	97
PL	6	57	20
AMN	6	29	17
PRES	5	0	0
PCRM	3	103	64
PD	3	15	25
AV	2	0	22
PSS	2	0	0
MAE	1	14	14

La TV 7, Guvernul, președintele Republicii Moldova, președintele Parlamentului și alți reprezentanți ai PCRM au servit drept surse de știri cu impact electoral de 43 ori, PLDM – 61, PD – 53, PL – 48, PSD – 23, AMN – 20, PPCD -16. MAE și UCM – câte 11. Ca durată a apariției pe ecranul televizorului, pe primul loc se află PL cu 1042 sec, PD – 1032 sec, PLDM – 795. Guvernul, președintele Republicii Moldova, președintele Parlamentului și alți reprezentanți ai PCRM au apărut în cadrul știrilor electorale timp de 436 sec.

Tabelul 5. Frecvența citării și apariției concurenților electorali la TV7

cod	Frecvența	Durata apariției, sec	Durata intervenției, sec
PLDM	61	795	690
PD	53	1032	985
PL	48	1042	791
PSD	23	392	307
PCRM	22	239	155
AMN	20	241	150
GUV	19	155	135
PPCD	16	87	26
MAE	11	278	245
UC	11	216	152
PPR	5	55	38
PC	3	93	89
PRES	2	42	13
RAVN	2	40	0
UM	1	13	13
PS	1	0	5

În știrile electorale difuzate de Radio Moldova predomină Guvernul, președintele Republicii Moldova, președintele Parlamentului și alți reprezentanți ai PCRM, care au fost citați de 381 ori, aceștia vorbind timp de 11 276 sec. Ceilalți concurenți electorali au servit drept surse de știri electorale de 56 ori (de 6,8 ori mai puțin), intervenind direct timp de 800 sec (de 14 ori mai puțin).

Tabelul 6. Frecvența citării și durata intervenției concurenților electorali la Radio Moldova

cod	Frecvența	Durata intervenției, sec
GUV	251	8823
PRES	55	518
PCRM	41	380
PARL	34	1555
AMN	15	129
PSD	11	180
PL	10	123
PD	10	55
MAE	7	52
PLDM	6	50
PPCD	4	0
UC	3	0
PSS	2	122
PU	2	89
PMU	1	0

În știrile electorale difuzate de Radio Moldova, Guvernul, președintele Republicii Moldova, președintele Parlamentului și alți reprezentanți ai PCRM, au fost citați ca surse de știri electorale de 314 ori, ei vorbind timp de 4287 sec. Ceilalți concurenți electorali au servit drept surse de știri electorale de 45 ori (de 7 ori mai puțin), intervenind pe o durată de timp de 182 sec (de 23 ori mai puțin).

Tabelul 7. Frecvența citării și durata intervenției concurenților electorali la Antena C

cod	Frecvența	Durata intervenției, sec
GUV	171	3068
PCRM	90	1105
PRES	45	114
PSD	14	56
PL	11	56
PARL	8	0
AMN	7	50
PSS	3	30
PLDM	3	0
UC	2	0
PD	2	0
AV	1	0
PR	1	0
RAVN	1	0



La Vocea Basarabiei, Guvernul, președintele Republicii Moldova, președintele Parlamentului și alți reprezentanți ai PCRM au servit drept surse de știri cu impact electoral de 56 ori, PL – 52, PLDM – 52, PD – 24, PSD – 22, AMN – 18, UCM - 12, MAE - 9, PPCD - 8. Ca durată a intervențiilor, pe primul loc se află PL cu 1074 sec, PLDM - 1071 sec, AMN – 718, MAE – 350, UCM – 303, PD – 203, PSD – 195 sec. Guvernul, președintele Republicii Moldova, președintele Parlamentului și alți reprezentanți ai PCRM au vorbit în cadrul știrilor electorale la Vocea Basarabiei timp de 119 sec. De menționat că reprezentanții guvernării, de regulă, refuză să colaboreze cu acest post.

Tabelul 8. Frecvența citării și durata intervenției concurenților electorali la Vocea Basarabiei

cod	Frecvența	Durata intervenției, sec
PL	52	1074
PLDM	52	1071
PCRM	32	75
PD	24	203
PSD	22	195
AMN	18	718
GUV	17	44
UC	12	303
MAE	9	350
PPCD	8	63
PRES	5	0
PC	4	0
PPR	4	0
PMU	3	0
PARL	2	0
PS	1	38

### ***4.3 Concurenții electorali favorizați sau defavorizați, direct sau indirect, în buletinele de știri - frecvența***

#### **4.3.1 TV**

Moldova 1, NIT, Radio Moldova și Antrena C au difuzat un număr mare de știri în care PCRM a apărut în lumină pozitivă. Este vorba, în special, de inițiativele guvernării de a majora bursele și salariile în sectorul medico-sanitar și bugetar, de a începe a doua etapă de indexare a depozitelor bănești din perioada sovietică, de a reduce prețurile la pâine, tarifele la transportul interurban, de a acorda familiilor defavorizate polițele pe gratis, la inițiativa președintelui Voronin. Alte știri au prezentat tineri „încântați că președintele se gândește la problemele lor”, au comunicat despre „succesele importante în politica de tineret”, au informat că, în domeniul asigurării medicale, Republica Moldova este, „un model regional”, că investițiile externe au atins în anul acesta un nivel record, că moldovenii din Portugalia vor beneficia de protecție socială, grație acordului încheiat de Greceanîi la Lisabona, că populația stabilă s-a majorat și moldovenii se întorc de peste hotare. Aceste posturi au defavorizat în special PL, prin modul în care au informat despre conflictul dintre Termocom și Primăria Chișinăului. Una din știrile din 07 februarie ale „Mesagerului” a fost dedicată unei stații de autobuz care lipsește de pe strada Vadul lui Vodă. A fost pomenit numele Primarului Chirtoacă, dar acestuia nu i s-a cerut opinia. De asemenea, Moldova 1 a mediatizat cu lux de amănunte, adresând întrebări insinuante la conferințele de presă ale unor membri PL și AMN, nemulțumiți de locul lor pe lista candidaților. Pe de altă parte, în cazul unor știri defavorabile PCRM, Moldova 1 le-a prezentat în așa fel încât

telespectatorul să nu înțeleagă despre ce e vorba sau că e vorba despre PCRM. Astfel, la 10 februarie a fost difuzată o știre despre aceea că AMN a cerut excluderea PCRM din campania electorală pentru încălcarea Codului Electoral, dar nu s-a precizat că e vorba despre lansarea PCRM în campania electorală înainte de a fi înregistrată la CEC. Un alt exemplu este interpelarea PD în privința organizării unui concert dedicat zilei îndrăgostiților, în cadrul căruia s-a făcut propagandă electorală în folosul PCRM. Știrea a fost prezentată de o manieră în care din discursul reprezentatului PD nu se înțelegea care sunt pretențiile PD. PCRM nici măcar nu a fost pomenit (vezi, de exemplu, buletinul de știri din 15.02.2009, 21-00).

Deși regulamentul aprobat de CEC interzice instituțiilor audiovizualului, cu excepția emisiunilor cu caracter electoral, să difuzeze materiale cu participarea concurenților electorali la evenimente sportive, emisiuni de divertisment, talk-show-uri, Moldova 1 a difuzat, în buletinul din 15 februarie, o știre despre concertul dedicat zilei îndrăgostiților din piața Marii Adunări Naționale, în cadrul căreia a apărut președintele Voronin și a vorbit în fața tinerilor adunați acolo. O politică editorială asemănătoare s-a atestat la NIT și Antena C.

NIT a defavorizat PLDM, informând, pe data de 7 februarie, că unul dintre cei care i-au atacat pe manifestanții din fața Procuraturii Generale ar fi candidat pe listele lui Filat la alegerile pentru Consiliul Municipal în 2007 (vezi diagramele 3-6).

Diagrama 3. Concurenții favorizați sau defavorizați în buletinele de știri la Moldova 1 - frecvența

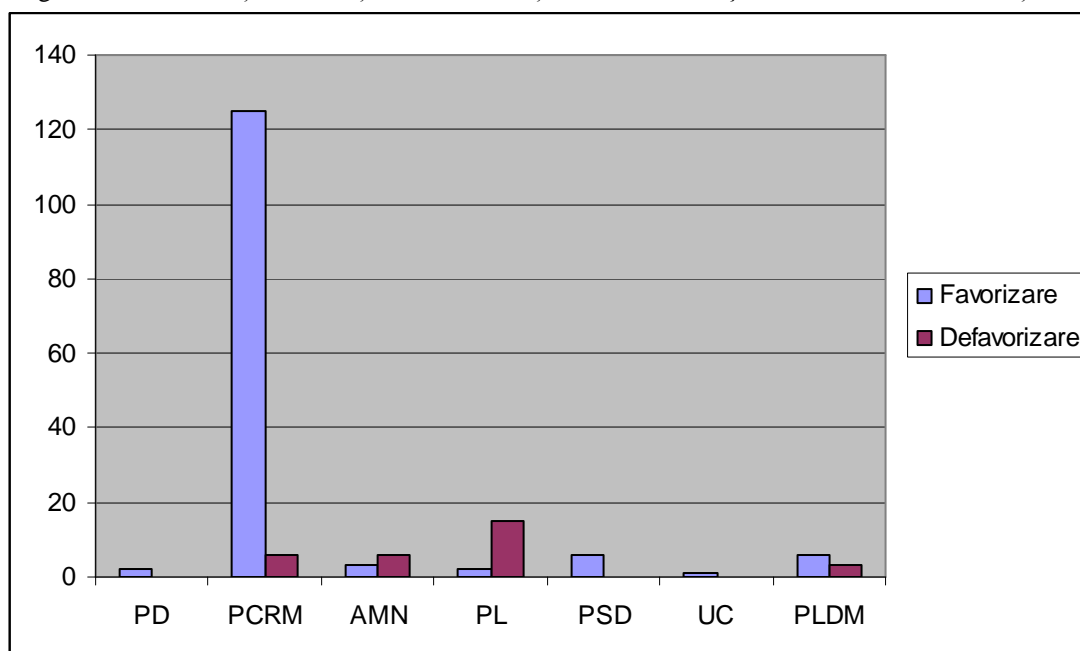


Diagrama 4. Conurenții favorizați sau defavorizați în buletinele de știri la NIT - frecvența

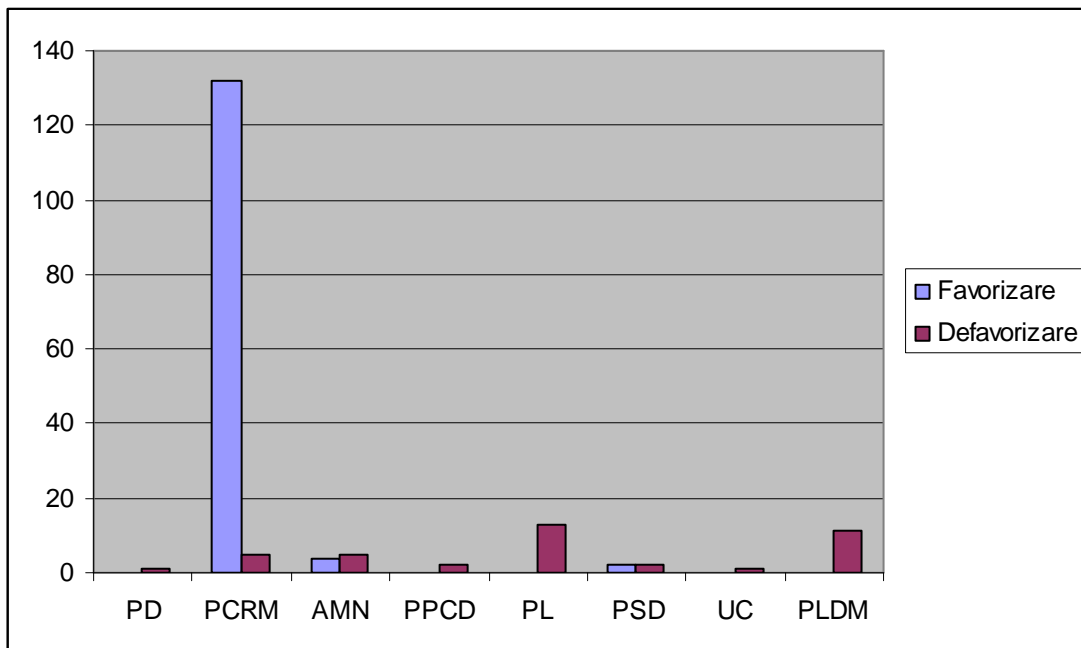


Diagrama 5. Conurenții favorizați sau defavorizați în buletinele de știri la Radio Moldova - frecvența

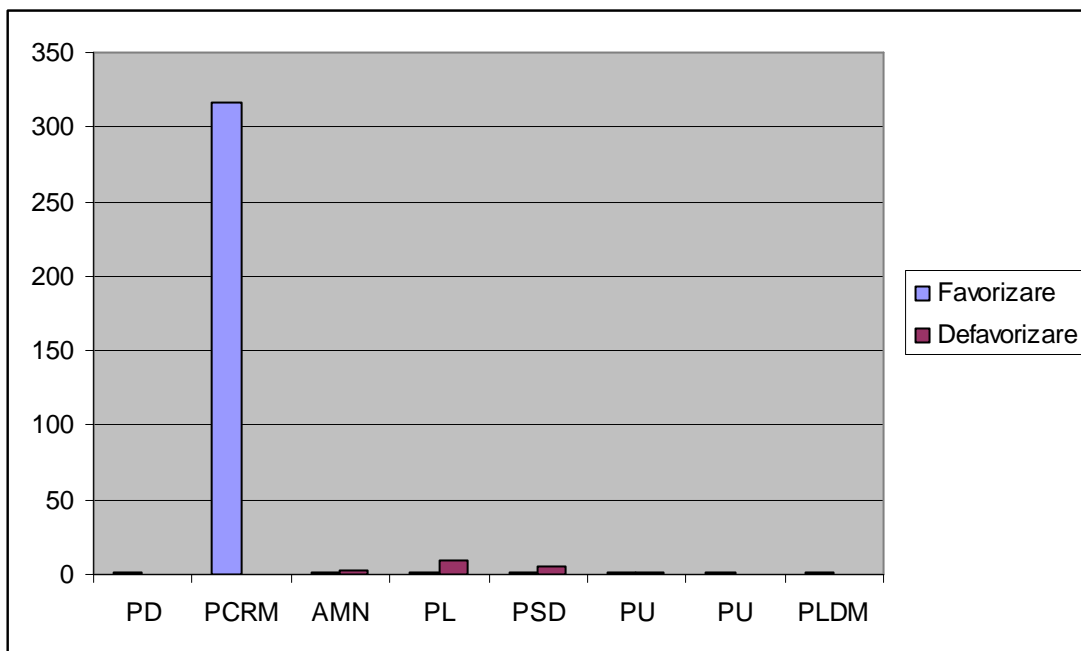
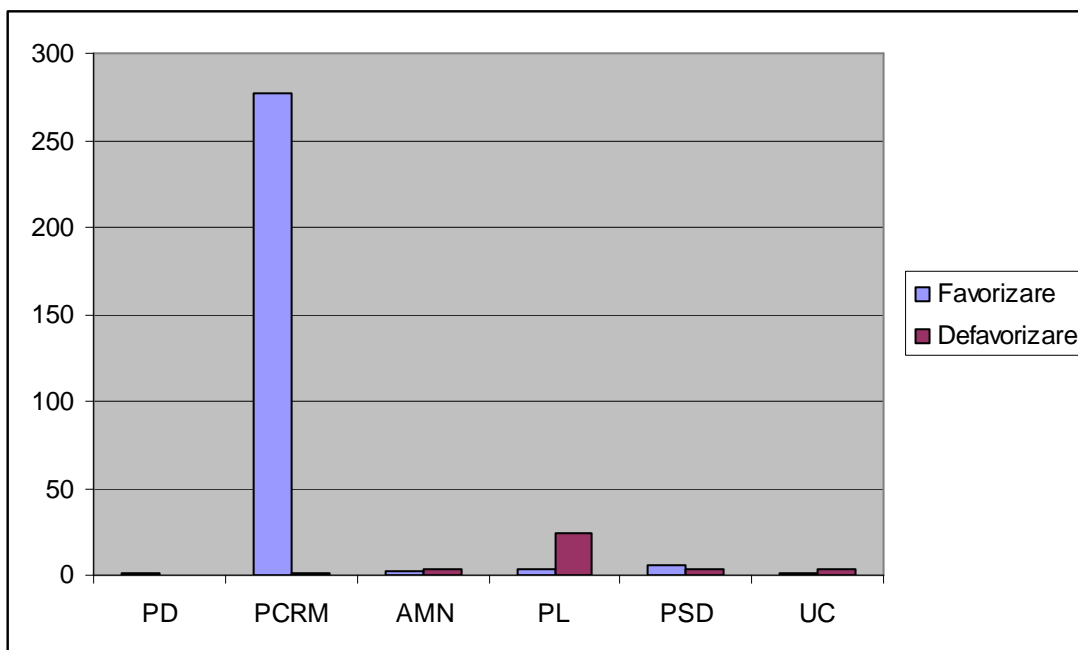
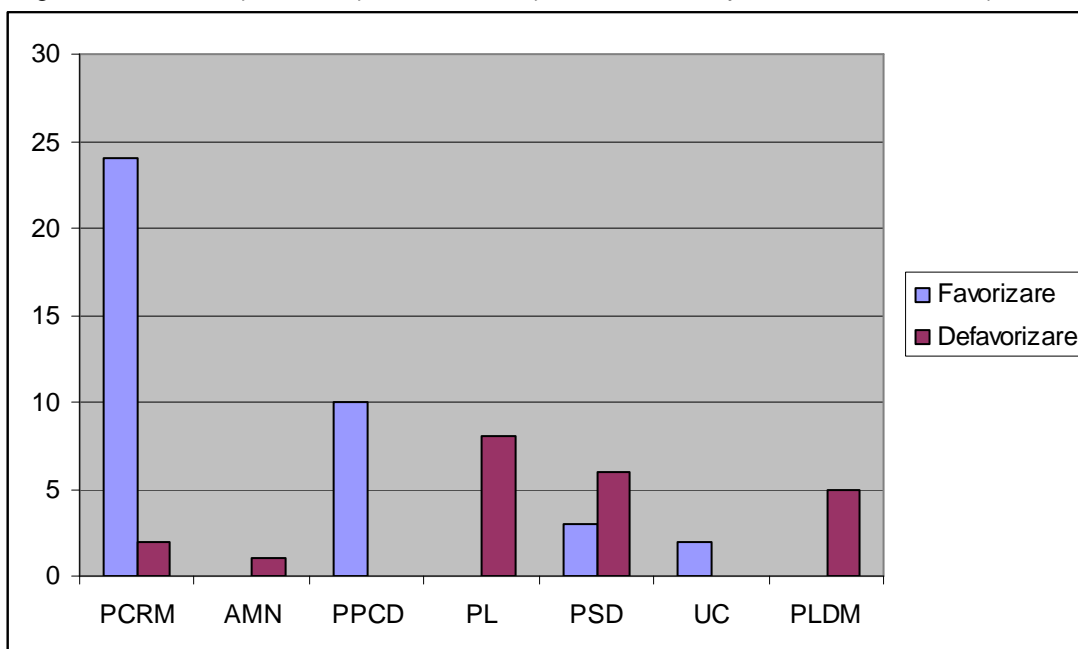


Diagrama 6. Concurenții favorizați sau defavorizați în buletinele de știri la Antena C - frecvența



EU TV a favorizat în buletinele de știri PCRM, mediatizând unele acțiuni electorale ale guvernării (cum ar fi majorarea salariilor medicilor și asigurarea cu spațiu locativ a 38 de tineri ș.a.), însă numărul știrilor de acest fel este nesemnificativ în comparație cu Moldova 1, NIT, Radio Moldova și Antena C. Au mai fost favorizați PPCD, PSD, UCM. Au fost defavorizați, indirect, PL, PLDM (în primele zile ale campaniei), PSD, PCRM și AMN (vezi diagrama 7.)

Diagrama 7. Concurenții favorizați sau defavorizați în buletinele de știri la EU TV - frecvența



PRO TV și TV 7 au favorizat și au defavorizat cel mai mult PCRM, însă numărul știrilor favorizante și defavorizante nu este mare. TV 7 a manifestat o ușoară tendință de favorizare a PD (vezi diagramele 8-9).

Diagrama 8. Conurenții favorizați sau defavorizați în buletinele de știri la PRO TV - frecvența

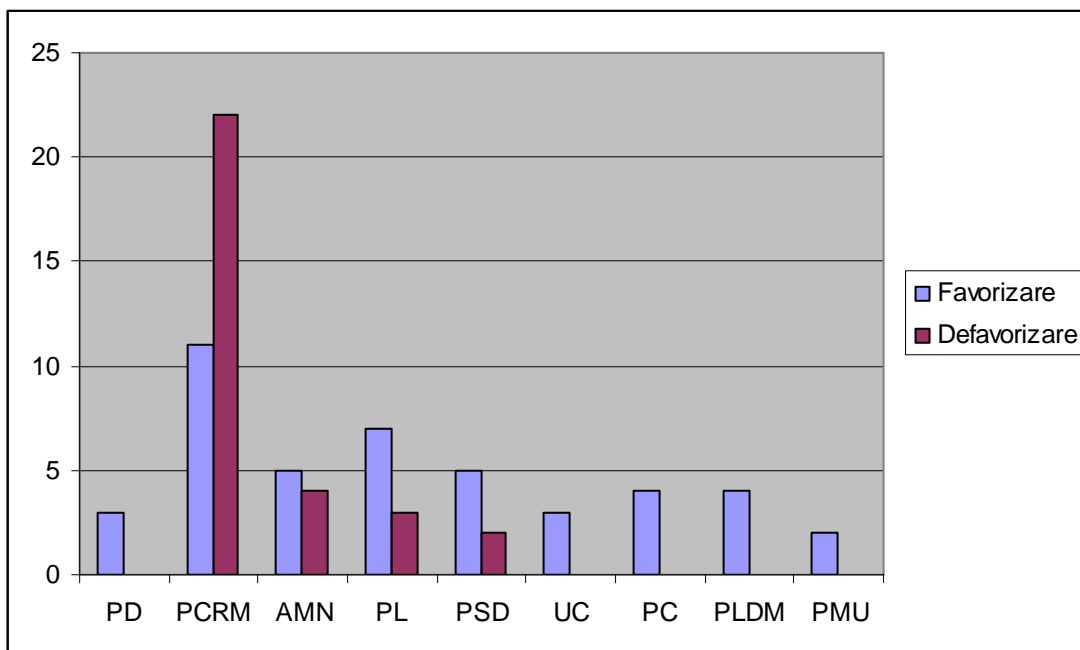
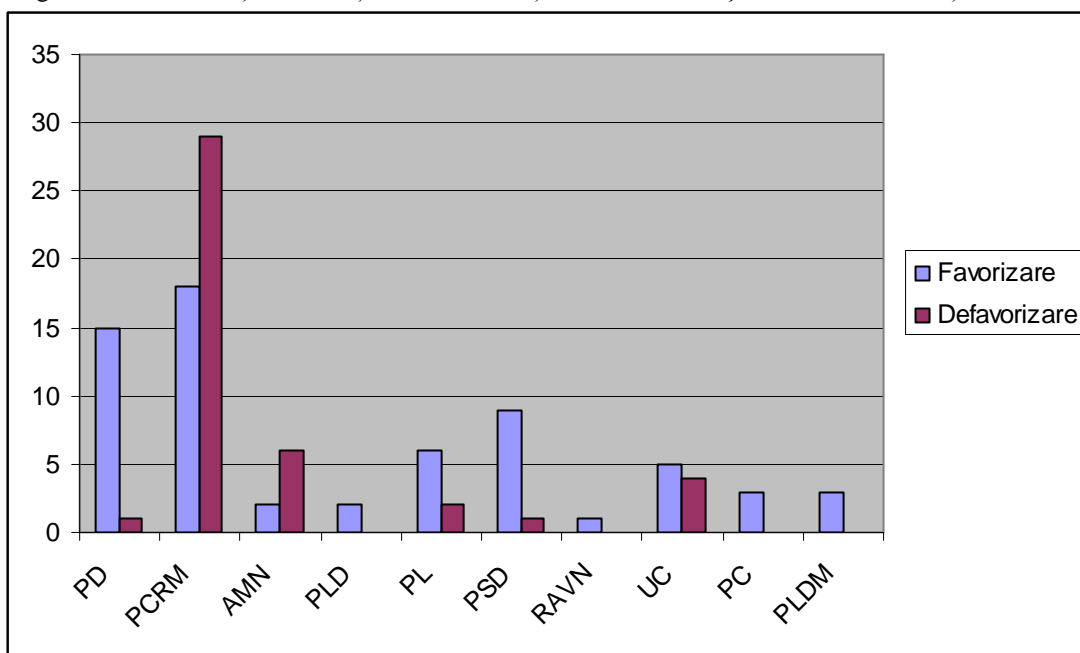
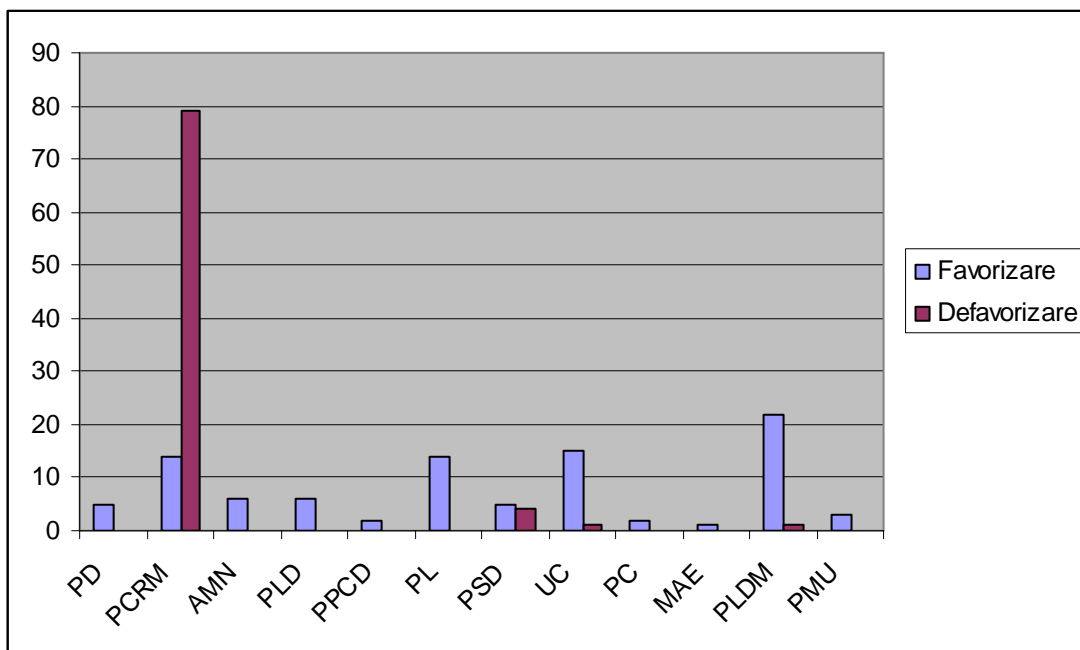


Diagrama 9. Conurenții favorizați sau defavorizați în buletinele de știri la TV7 - frecvența



Vocea Basarabiei a defavorizat în buletinele de știri PCRM, transmițând însă și știri favorabile actualei guvernări.

Diagrama 10. Concurenții electorali favorizați sau defavorizați în buletinele de știri la Vocea Basarabiei- frecvența



#### 4.4 Concurenții electorali favorizați sau defavorizați, direct sau indirect, în emisiunile de opinie - frecvența

În emisiunile de opinie, EU TV a defavorizat clar partidele de opoziție, în special PLDM și AMN, făcând campanie în favoarea PPCD. PCRM nu a fost nici favorizat, nici defavorizat. În emisiunile de opinie puse pe post de Vocea Basarabiei a fost criticat de cele mai multe ori partidul de guvernământ.

Diagrama 11. Concurenții electorali favorizați sau defavorizați în emisiunile de opinii la EU TV- frecvența

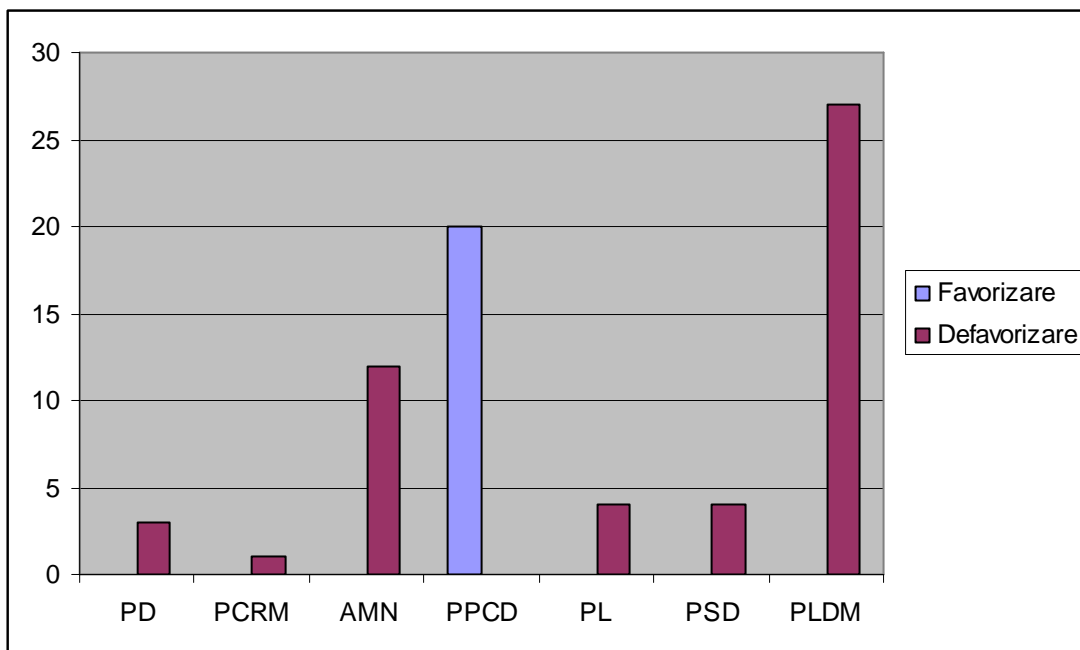
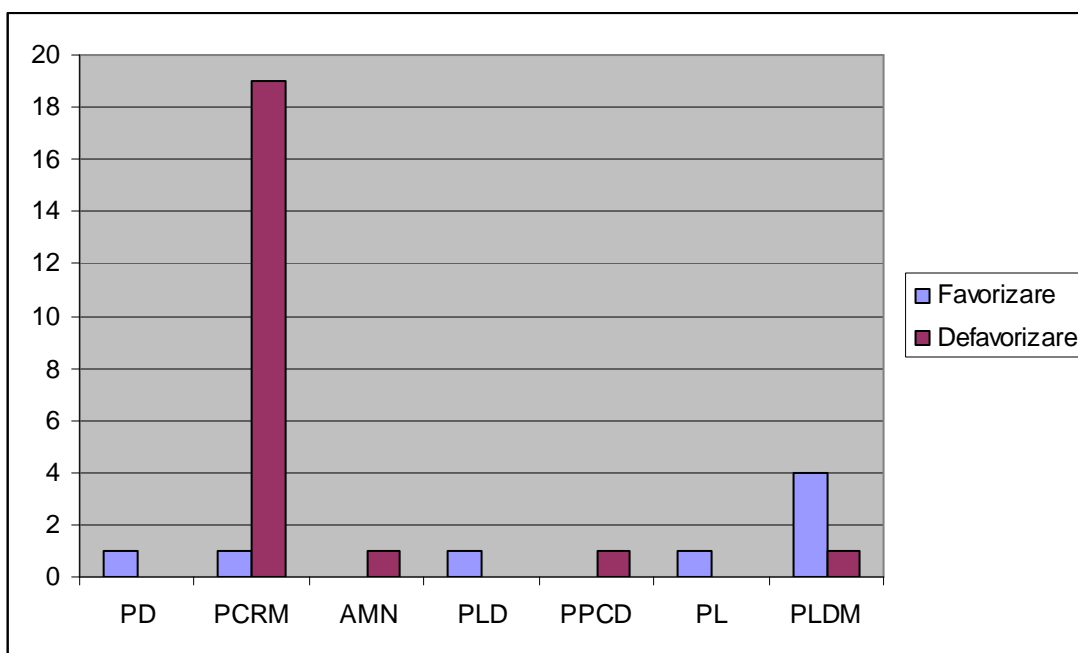


Diagrama 10. Conurenții electorali favorizați sau defavorizați în emisiunile de opinii la Vocea Basarabiei-frecvența



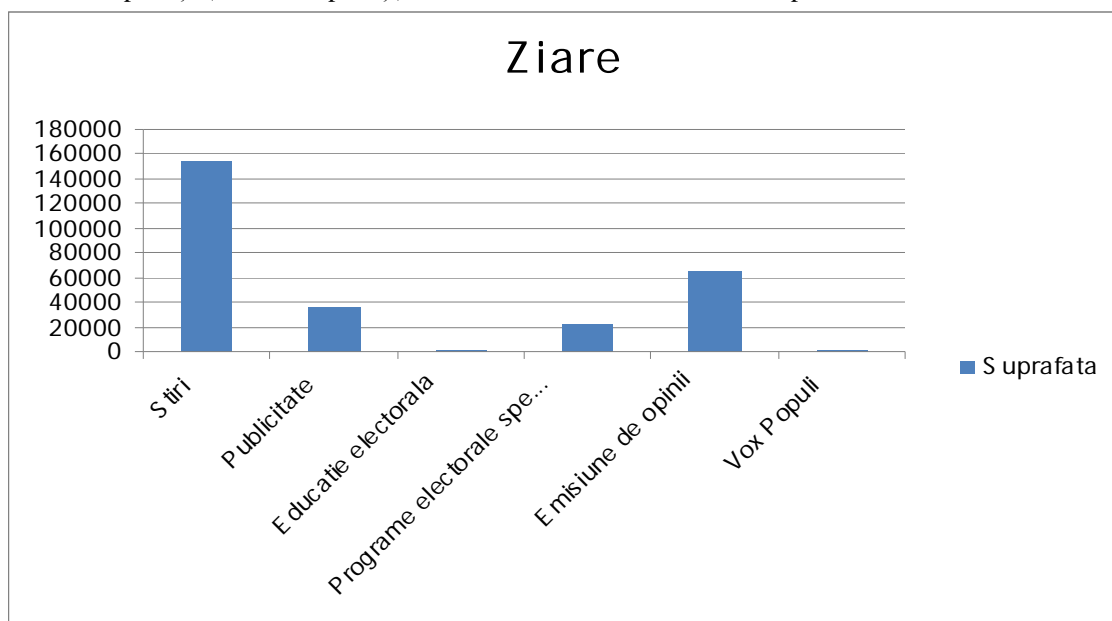
## 5. Datele monitorizării. Presa scrisă. Agenții de presă. Portaluri informaționale

### 5.1 Implicarea în campania electorală

#### 5.1.1 Ziare

În perioada 5-18 februarie 2009, cele 12 ziare supuse monitorizării au publicat 594 articole de presă care au vizat, direct sau indirect, campania electorală și/sau alegerile. Suprafața totală a acestor materiale a fost de aproape 280 mii centimetri pătrați. Marea majoritate a materialelor au fost știri (411), urmate de articole de opinie (107) și publicitate marcată corespunzător (46). În aceeași perioadă au fost publicate 18 materiale din categoria programelor electorale speciale, adică interviuri cu candidații sau dezbateri specializate. Articolele de educație electorală, la fel ca și sondajele de tip „Vox populi”, au fost genurile cele mai puțin exploatate de presa scrisă în această perioadă.

Diagrama 11. Suprafața (centimetri pătrați) alocată materialelor ce vizează campania electorală



Cel mai mult spațiu au dedicat tematicii electorale publicațiile *Moldova suverană* (80612 cm.p.), *Flux* (42383 cm.p.), *Jurnal de Chișinău* (37217 cm.p.), *Timpul de dimineață* (36506 cm.p.) și *Nezavisimaia Moldova* (36152 cm.p.). Urmează, în ordine descrescătoare, *Moldavskie vedomosti*, *SP* (Bălți), *Săptămîna*, *Komsomolskaia pravda v Moldove*, *Cuvântul* (Rezina), *Realitatea* (Soroca) și *Vesti Gagauzii* (Comrat).

Cea mai multă publicitate electorală marcată corespunzător a apărut în *Moldova suverană* (circa 16 mii cm.p.) și *Nezavisimaia Moldova* (circa 7800 cm.p.), ambele ziarele plasând în această perioadă suplimentare și/sau pagini întregi de materiale promoționale ale Partidului Comuniștilor din Republica Moldova (PCRM), inclusiv programe și rezoluții ale partidului. Peste 5000 cm.p. de publicitate electorală marcată corespunzător a fost publicată în *Jurnal de Chișinău*. Celelalte ziare au avut volume considerabil mai mici de publicitate politică, iar ziarele *Komsomolskaia pravda v Moldove*, *Realitatea* (Soroca) și *Vesti Gagauzii* (Comrat) în această perioadă nu au avut în general materiale de acest fel. În unele cazuri, articolele de publicitate politică nu au fost marcate. Spre exemplu, ziarul *Nezavisimaia Moldova* a publicat, la 17 februarie 2009, trei pagini de articole vădit publicitate favorabile PCRM care au fost plasate la rubrica „Alegeri 2009” însă fără remarca că ar fi fost achitate din fondul electoral al respectivului concurent electoral. De altfel, aceleași materiale au apărut și în *Moldova suverană*, dar marcate în corespundere cu Regulamentul privind reflectarea campaniei electorale la alegerile parlamentare din 5 aprilie 2009 în mijloacele de informare în masă din Republica Moldova, aprobat de CEC. Mai multe materiale publicitare nemarcate corespunzător au apărut și în *Săptămîna* (8 februarie 2009 – Declarația Partidului Social Democrat; 13 februarie 2009 – adresarea liderului UCM Vasile Tarlev către combatanții conflictului din Afganistan).

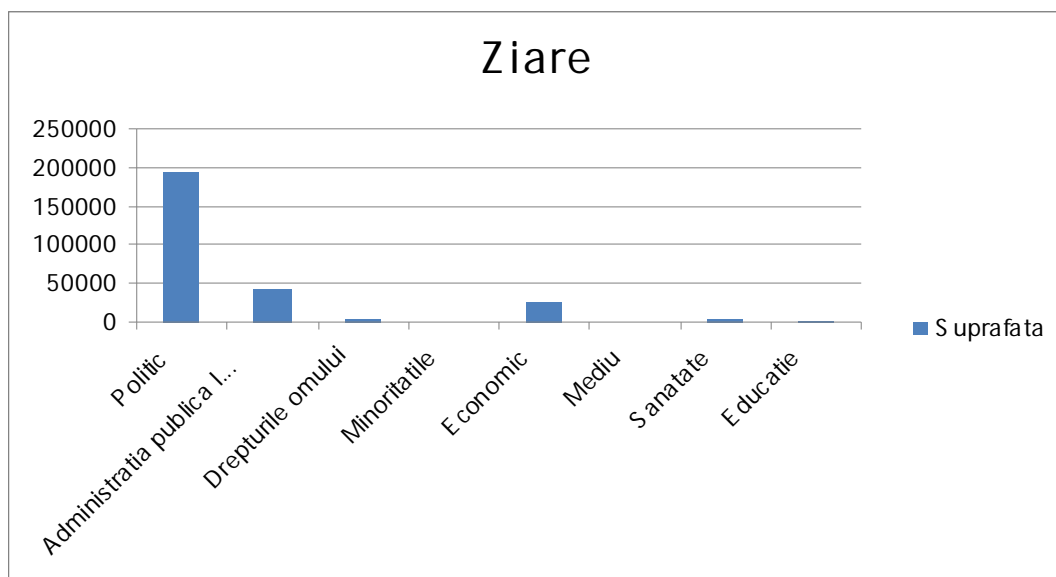
A patra parte din materialele de presă care au vizat campania electorală au fost articole de opinie sau editoriale în care autorii și-au expus propriile păreri privind procesul electoral din țara noastră și candidații care, în opinia lor, merită să fie sprijiniți sau, din contra, nu ar trebui să ajungă deputați în Parlament. Cele mai multe articole de acest fel au publicat *Moldova suverană* și *Flux*, urmate de *Jurnal de Chișinău* și *Timpul de dimineață*, *Nezavisimaia Moldova*, *Moldavskie vedomosti* și *Săptămîna*.

Singurul ziar care s-a ocupat constant de educație electorală din contul spațiului de ziar este săptămânalul *SP* din Bălți care editează un supliment specializat „Svobodnii mikrofon”.



Din punct de vedere al temelor abordate, în articolele relevante au prevalat subiectele politice, care țin de guvernare sau de procesul electoral, urmate de materiale care au dezbătut starea de lucruri din administrația publică locală și cele care au avut ca subiect central situația economică a R. Moldova. Cel mai puțin reflectate în contextul campaniei electorale au fost temele legate de protecția mediului ambiant.

Diagrama 12. Suprafața (centimetri pătrați) alocată temelor relevante

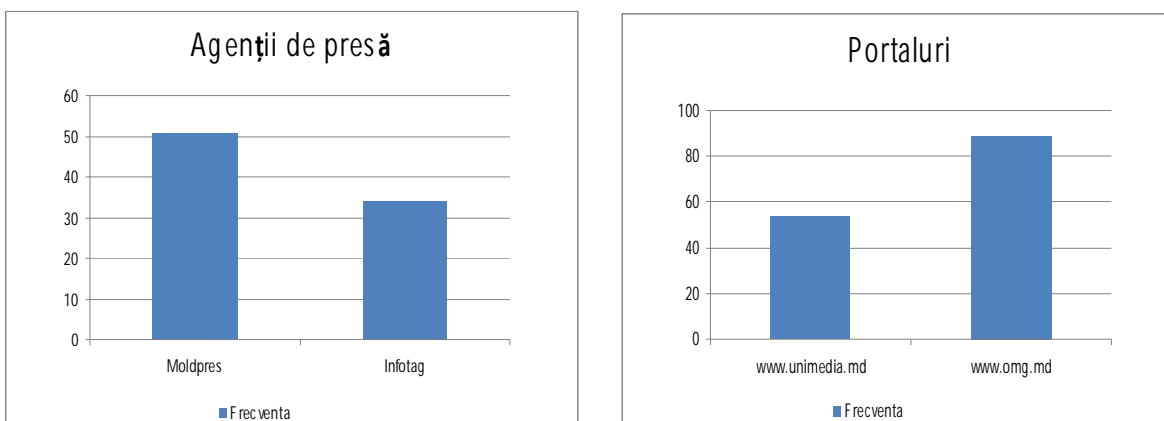


### 5.1.2 Agenții de presă și portaluri de știri

Cele două agenții de știri monitorizate, *Moldpres* și *Infotag*, au inclus în fluxurile lor cotidiene un număr total de 85 de știri relevante pentru subiectul prezentei monitorizări, cu un total de circa 120 mii semne (fără spațiu). 60% din totalul suprafeței afectate au revenit Agenției informaționale de stat *Moldpres*.

Utilizatorii de Internet au putut accesa în această perioadă 143 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 249 mii semne. Ca și număr de știri (frecvența), [www.omg.md](http://www.omg.md) a fost mai activ, publicând mai multe știri care au vizat campania electorală, însă suprafața acestora a fost mai mică în comparație cu spațiul afectat știrilor plasate pe [www.unimedia.md](http://www.unimedia.md).

Diagrama 13. Numărul de materiale ce au vizat campania electorală



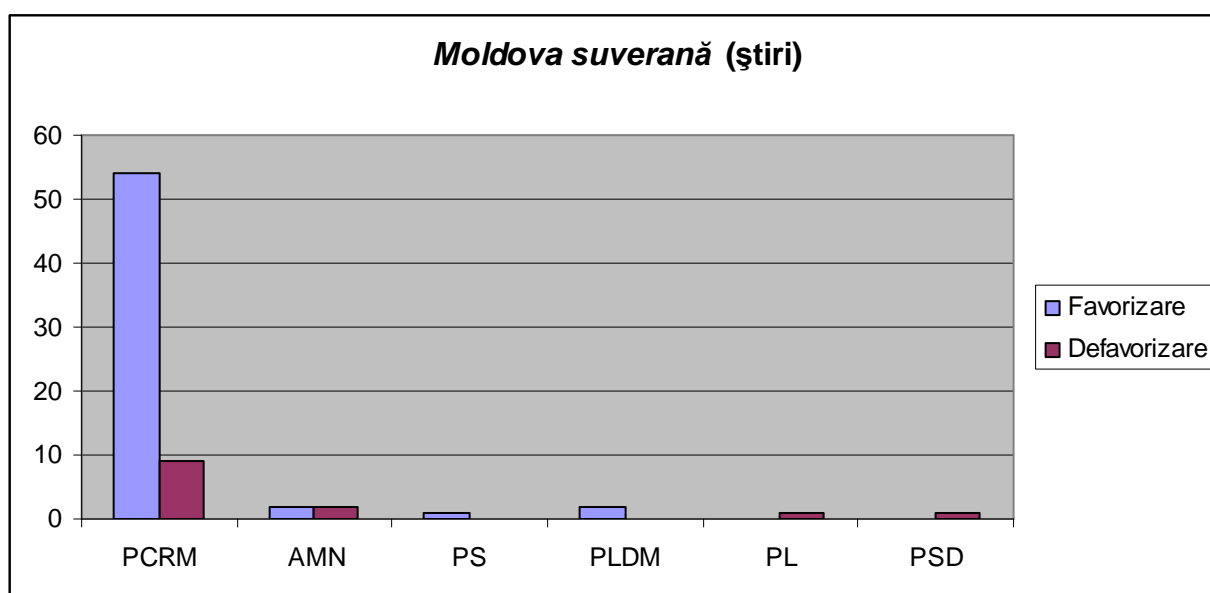
Temele abordate de agențiile de presă monitorizate în raport cu alegerile parlamentare au fost mai diverse, de la politic, administrația publică și drepturile omului până la mediu, sănătate și educație. Site-urile acoperă un spectru mai modest de teme, acestea referindu-se preponderent la politică și administrația publică, mai rar la economie și sănătate.

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

### 5.2.1. Ziare

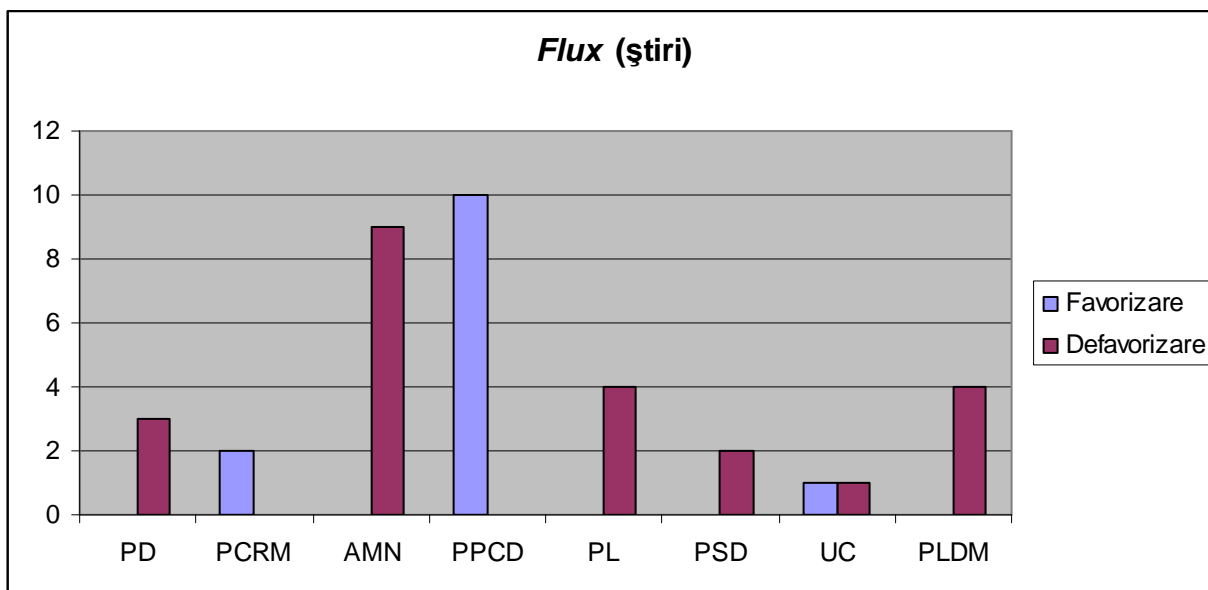
În perioada 5-18 februarie 2009, *Moldova Suverană* a favorizat foarte clar partidul de guvernământ, atât în știri, cât și în materialele de opinie. Astfel, au fost prezentate cu lux de amănunte și pe un ton laudativ inițiativele președintelui Voronin, care este și lider al PCRM, de a majora bursele studenților, a îmbunătăți situația financiară a familiilor sărace, inclusiv așa-numita „pâine socială” etc. La fel, ziarul a publicat multe articole care au relatat despre pretinse realizări economice care, de asemenea, au favorizat indirect PCRM. Spre exemplu, într-un singur număr (13 februarie), ziarul a anunțat că „Moldova a atins un volum record de investiții străine directe”, „În ultimii șapte ani a crescut volumul global al producției agricole”, „Criza financiară nu amenință vinul moldovenesc”, „Cresc salariile lucrătorilor medicali” etc. În același timp, *Moldova Suverană* publică un număr mare de articole critice, unele defăimătoare, la adresa partidelor de opoziție și a liderilor acestora. Ei sunt învinuiți de corupție, incapacitate de a administra treburile statului, sunt etichetați sau se lasă să se înțeleagă că sunt „asasini, bandiți și tâlhari”. Partidul „Alianța „Moldova Noastră”, Partidul Liberal Democrat din Moldova și Partidul Liberal sunt „țintele” preferate ale acestui ziar, liderii acestora fiind prezentați exclusiv în context negativ.

Diagrama 14. Conurenții favorizați sau defavorizați în știrile din Moldova suverană - frecvența



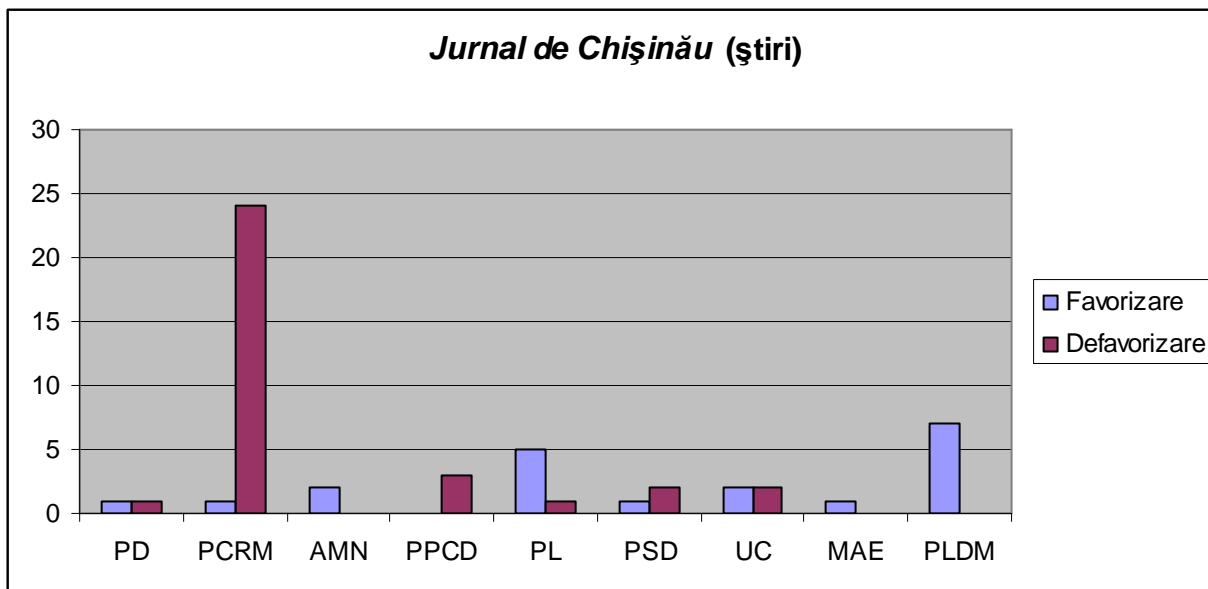
Ziarul *Flux* prezintă doar în context pozitiv și favorizant Partidul Popular Creștin Democrat și critică dur alte partide, mai puțin PCRM. Utilizând un limbaj agresiv, caricaturi, colaje și pamflete, ziarul îi prezintă în context negativ pe oponenții politici ai PPCD din AMN, PLDM, PL etc. atât în știri, cât și în articolele de opinie sau editoriale. Cu excepția PPCD și rareori a PCRM indirect, ziarul *Flux* nu găsește cuvinte bune pentru alte partide politice din R. Moldova.

Diagrama 15. Concurenții favorizați sau defavorizați în știrile din Flux - frecvența



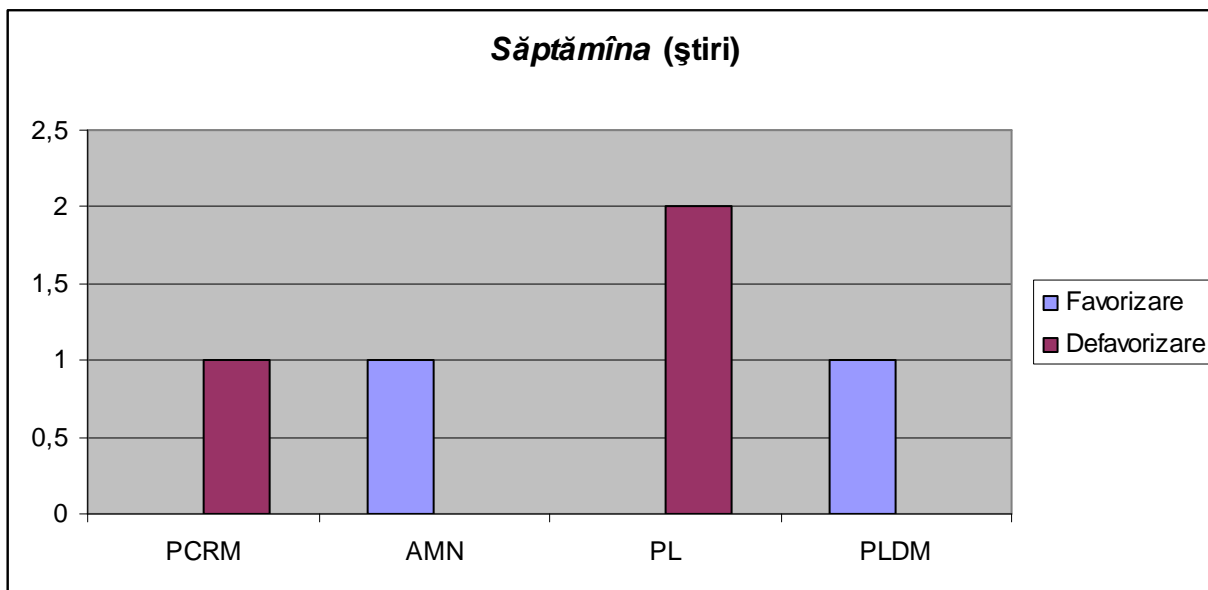
Ziarul *Jurnal de Chișinău* a defavorizat, direct sau indirect, partidul de guvernământ, publicând știri, articole de opinie și investigații jurnalistice care prezintă PCRM în context negativ. În același timp, ziarul a oferit suport informațional pentru unele inițiative promovate de partidele de opoziție, în primul rând ale PLDM. De regulă, în context negativ ziarul a fost prezentat PPCD. Ceilalți concurenți electorali au apărut în *Jurnal de Chișinău* în context mai mult neutru.

Diagrama 16. Concurenții favorizați sau defavorizați în știrile din Jurnal de Chișinău - frecvența



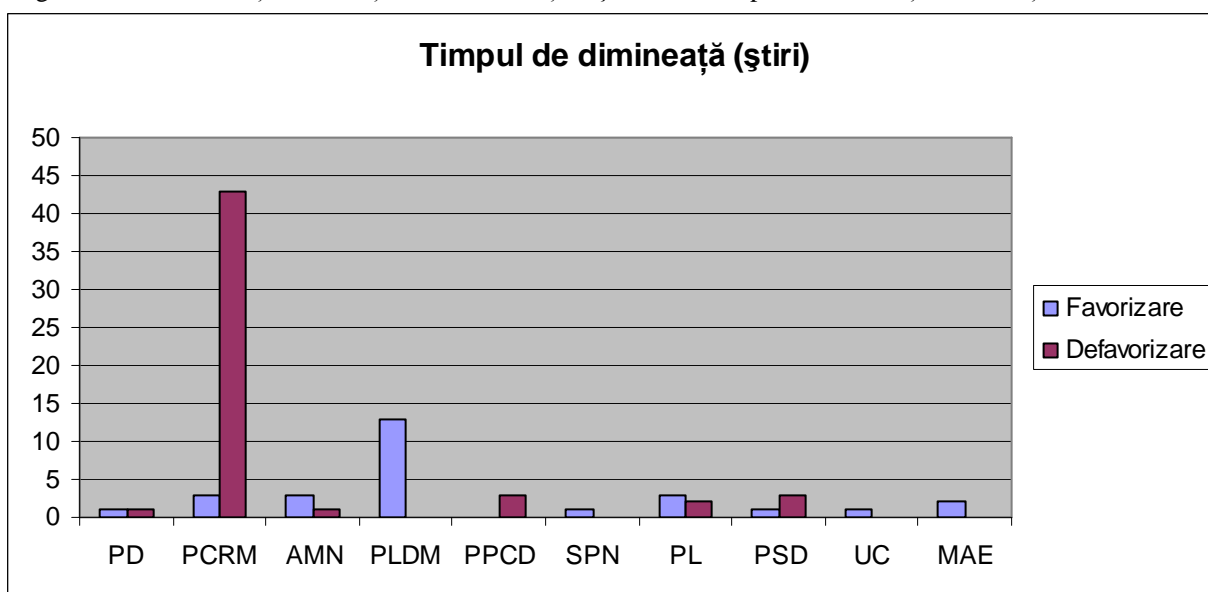
Puținele știri relevante pentru subiectul prezentei monitorizări, publicate de *Săptămîna*, au prezentat într-o lumină pozitivă AMN și PLDM, aceeași tendință păstrându-se și în articolele de opinie. În plus, acestea conțin informații care favorizează PSD. Antipațiile politice ale *Săptămîinii* sunt remarcate tranșant, vezi articolul de opinie „Taxa Chirtoacă” din 13 februarie 2009: „Oameni, fiți vigilenți! Să nu cocoțăm în parlament Prostia și incompetența din centrul Chișinăului. Variante de vot: Stejarul lui Filat, Soarele lui Serafim, Mărțișorul lui Braghiș etc. Numai nu PL. Căci PL trebuie să se ducă exact acolo unde trebuie: în PL”

Diagrama 17. Concurenții favorizați sau defavorizați în știrile din Săptămîna - frecvența



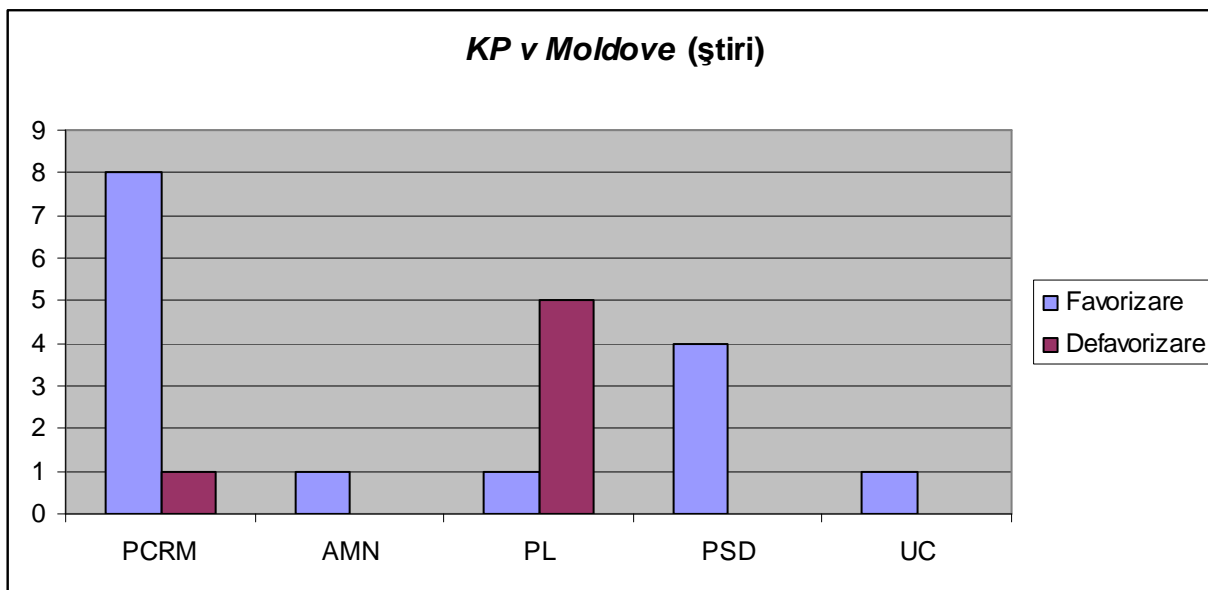
Tendința generală a articolelor din *Timpul de dimineață* a fost defavorizarea PCRM și a PPCD și prezentarea în context pozitiv a PLDM. Ca și număr de știri, cel mai des a fost criticat partidul de guvernământ, iar PPCD a fost defavorizat în mai puține articole, în schimb acestea au ocupat o suprafață mare de ziar. Ceilalți concurenți electorali apar sporadic în paginile acestui ziar, fiind prezentați atât neutru, cât și pozitiv sau negativ.

Diagrama 18. Concurenții favorizați sau defavorizați în știrile din Timpul de dimineață - frecvența



*Komsomoliskaia pravda v Moldova*. Concluzia care poate fi trasă după primele săptămâni de monitorizare este că acest ziar prezintă în context pozitiv și favorizează PCRM și PSD, defavorizând PL.

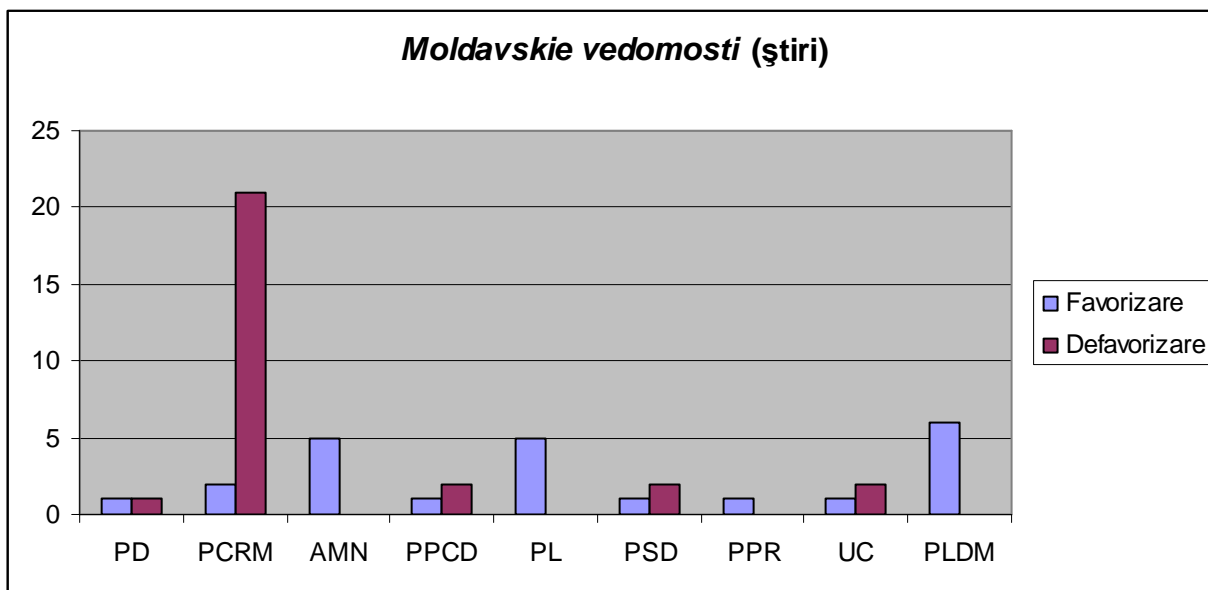
Diagrama 19. Concurenții favorizați sau defavorizați în știrile din KP v Moldove - frecvența



Ziarul *Moldavskie vedomosti* critică dur partidul de guvernământ și pe liderul acestuia, luând în derâdere inițiativele cu tentă electorală ale președintelui Voronin și ale guvernului.

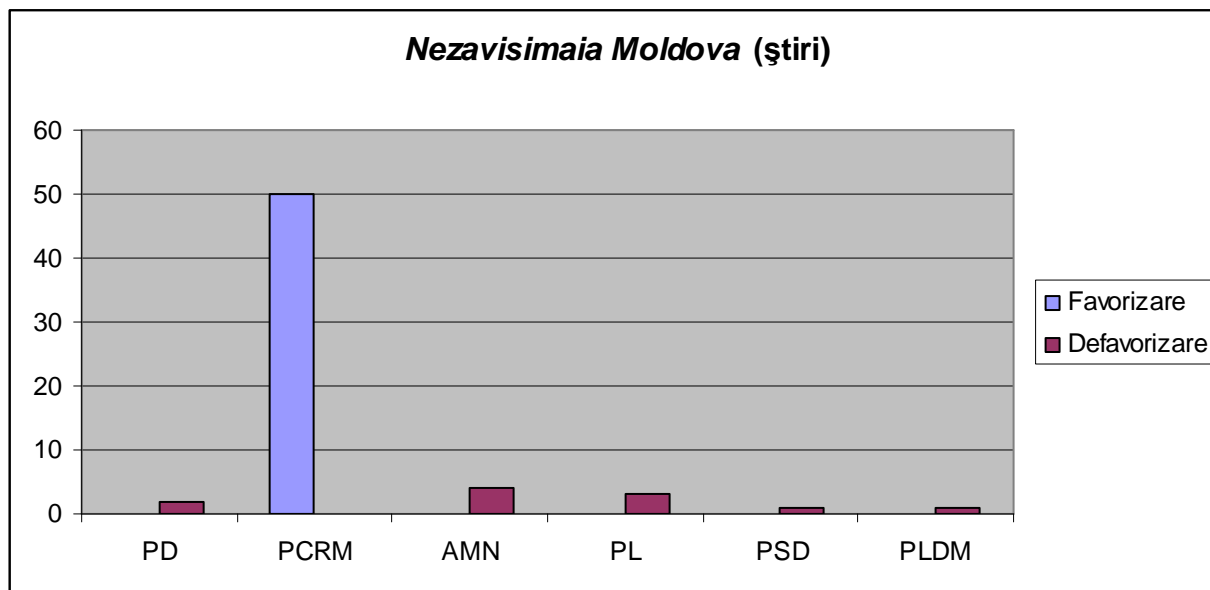
Pe de altă parte, ziarul a favorizat mai frecvent, direct sau indirect, mai multe partide de opoziție.

Diagrama 20. Concurenții favorizați sau defavorizați în știrile din *Moldavskie vedomosti* - frecvența



*Nezavisimaia Moldova* favorizează exclusiv PCRM, acest partid fiind prezentat doar în context pozitiv atât în știri, cât și în alte materiale de presă. Toate celelalte partide sunt criticate, în special PLDM, PL, AMN.

Diagrama 21. Concurenții favorizați sau defavorizați în știrile din Nezașivisimaia Moldova - frecvența



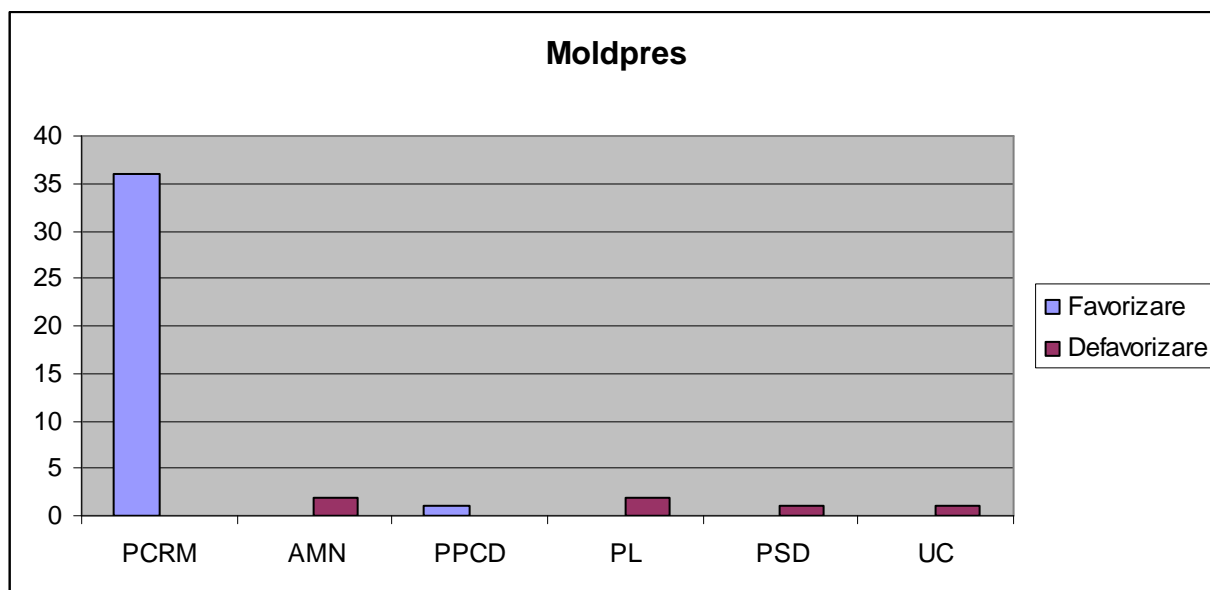
Ziarele regionale *Cuvântul* (Rezina) și *SP* (Bălți) au prezentat concurenții electorali preponderent neutru, cu unele note critice la adresa PCRM, pe care mai mult l-au criticat, deși uneori a fost prezentat și în culori neutre sau favorabile.

În prima perioadă de monitorizare, ziarele *Realitatea* (Soroca) și *Vesti Gagauzii* (Comrat) nu au publicat articole care ar fi putut constitui subiectul prezentei monitorizării.

### 5.2.2. Agenții de presă și portaluri de știri

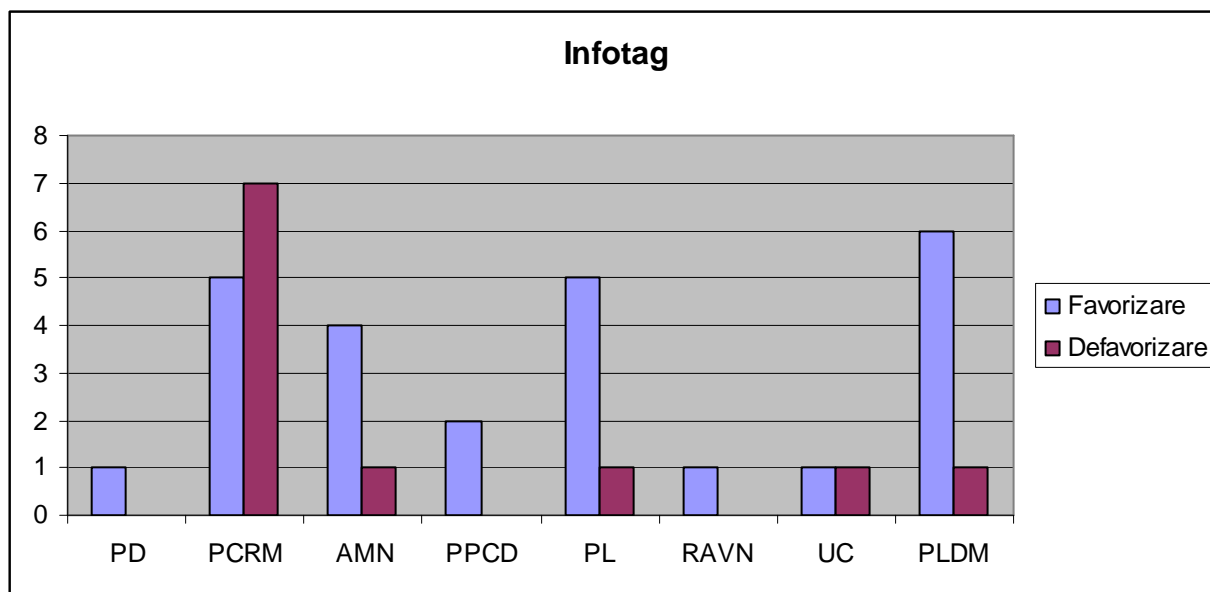
Agenția de știri *Moldpres* favorizează foarte clar partidul de guvernământ, prezentând de o manieră laudativă inițiativele președintelui și ale guvernului. Deseori, agenția triază știrile, preferând să nu reflecte evenimentul în general, decât să amintească în contextul acestui eveniment un partid de opoziție. Astfel, ceilalți concurenți electorali sunt aproape lipsă în fluxul de știri al Agenției *Moldpres*.

Diagrama 22. Concurenții favorizați sau defavorizați în știrile Moldpres - frecvența



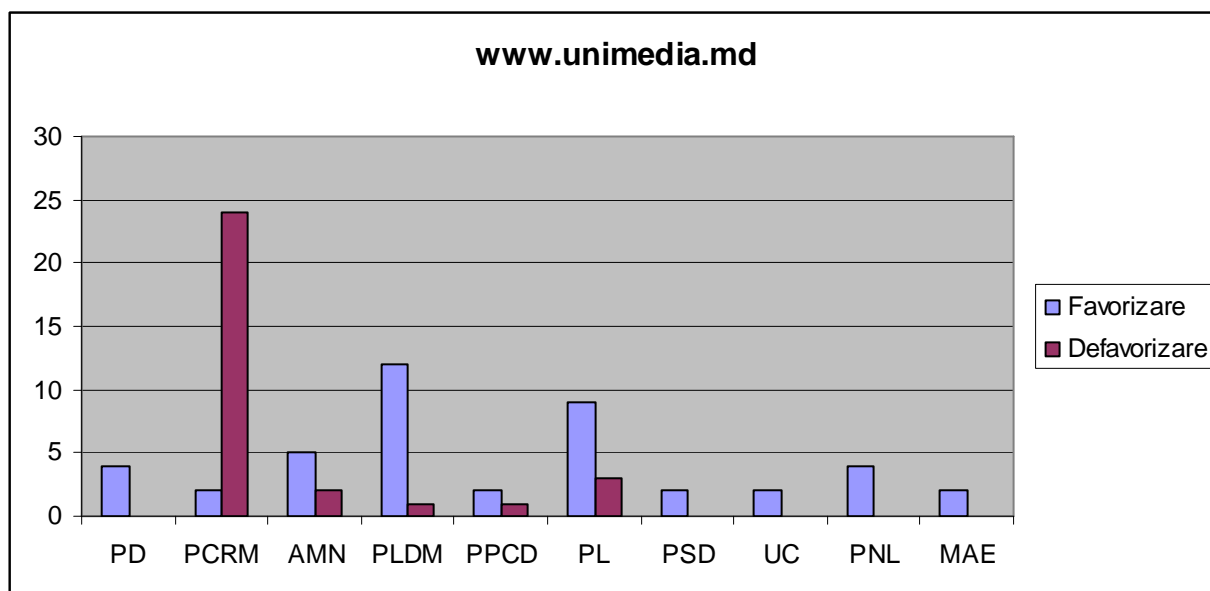
Agencia de știri *Infotag* prezintă concurenții electorali mai mult sau mai puțin echilibrat, în funcție de evenimentele care se produc cu participarea acestora.

Diagrama 23. Concurenții favorizați sau defavorizați în știrile Infotag - frecvența



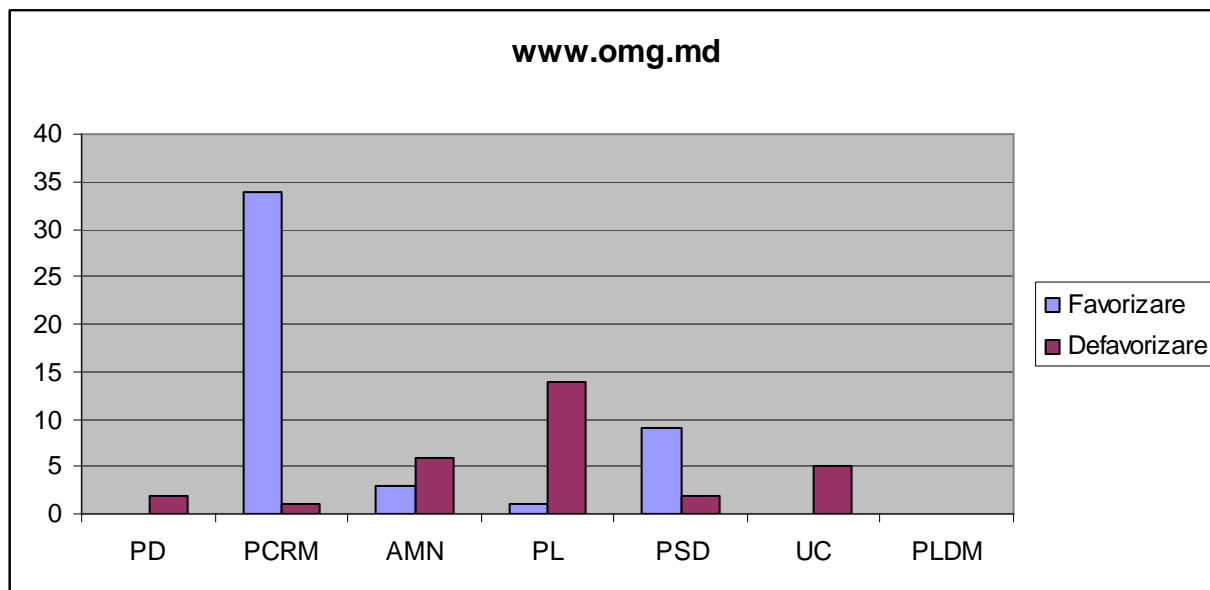
Informațiile plasate pe portalul de știri [www.unimedia.md](http://www.unimedia.md) atestă o tendință de abordare critică a PCRM și o prezentare preponderent pozitivă a partidelor de opoziție, în special a PLDM și PL.

Diagrama 24. Concurenții favorizați sau defavorizați în știrile de pe unimedia.md - frecvența



Preferințele politice ale realizatorilor portalului [www.omg.md](http://www.omg.md) sunt evidente, PCRM fiind subiectul majorității știrilor pozitive plasate pe acest site. În schimb, partidele de opoziție sunt deseori prezentate în context negativ sau care îi defavorizează.

Diagrama 25. Conurenții favorizați sau defavorizați în știrile de pe omg.md - frecvența



**Lista codurilor folosite în raport:**

- PD - Partidul Democrat din Moldova
- PCRM- Partidul Comuniștilor din Republica Moldova
- AMN - Partidul "Alianța «Moldova Noastră»
- PPCD - Partidul Popular Creștin Democrat
- PL - Partidul Liberal
- PSD – Partidul Social Democrat din Moldova
- PSS - Partidul Socialiștilor din Republica Moldova „Patria-Rodina”
- RAVN - Mișcarea social-politică "Ravnopravie"
- AV - Partidul Ecologist "Alianța Verde"
- UC - Uniunea Centristă din Moldova
- MU - Partidul Dezvoltării Spirituale "Moldova Unită"
- PC – Partidul Conservator
- MAE - Mișcarea social-politică “Acțiunea Europeană”
- SB – Sergiu Banari, candidat independent
- PLDM - Partidul Liberal Democrat din Moldova
- PRES - Președintele, președinția
- PARL - Parlament
- GUV - primul-ministru, oficiali din guvern, miniștrii, oficiali din ministere.

*Proiectul „Monitorizarea mass-media în campania electorală pentru alegerile parlamentare 2009” este susținut financiar de Fundația Eurasia din resursele acordate de Agenția Suedeză pentru Dezvoltare și Cooperare Internațională (Sida/Asdi) și Agenția Statelor Unite pentru Dezvoltare Internațională (USAID). Opiniile exprimate în acest raport aparțin autorilor și nu reflectă neapărat poziția finanțatorilor.*