

coaliția 2009



coaliția civică  
pentru alegeri libere și corecte



Centrul Independent de Jurnalism



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

Raport Nr. 2  
19 februarie – 4 martie 2009

*Acest raport este publicat cu suportul financiar al Fundației Eurasia din resursele acordate de Agenția Suedeză pentru Dezvoltare și Cooperare Internațională (Sida/Asdi) și Agenția Statelor Unite pentru Dezvoltare Internațională (USAID). Opiniile exprimate aparțin autorilor și nu reflectă neapărat punctele de vedere ale Fundației Eurasia, USAID, Guvernului American și/sau Sida/Asdi.*



Sida



USAID  
DIN PARTEA POPORULUI  
AMERICAN

Publicarea acestui raport a fost posibilă cu suportul poporului american prin intermediul Agenției Statelor Unite pentru Dezvoltare Internațională (USAID). De conținutul acestuia este responsabil doar Centrul Independent de Jurnalism, iar informația publicată nu reflectă neapărat poziția USAID sau a Guvernului Statelor Unite.

## 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, EU TV, 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 (Sorooca), 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 Centrul Independent de Jurnalism și Asociația Presei Independente 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. Tendințe generale

#### 3.1 Audiovizual

În perioada 19 februarie – 4 martie 2009, numărul materialelor electorale difuzate de cele opt posturi de radio și televiziune supuse monitorizării a crescut semnificativ de la 2943 la 3902. Dintre posturile TV, cele mai multe știri, emisiuni de opinie și publicitate electorală au fost difuzate de Moldova 1, iar dintre posturile radio – Antena C și Vocea Basarabiei.

La posturile publice cu acoperire națională Moldova 1 și Radio Moldova s-a menținut tendința de mediatizare preponderentă a unui singur concurent electoral, PCRM, difuzându-se un mare număr de știri ce reflectau inițiativele și acțiunile electorale ale guvernării, fără să dea posibilitatea opoziției și experților independenți să se expună asupra acestora. Aproape toate buletinele din perioada monitorizată au început cu știri care au favorizat partidul de guvernământ. Ca și în perioada precedentă, știrile care vizau concurenții electorali ai PCRM au fost mult mai puține, urmărind în unele cazuri discreditarea anumitor partide de opoziție.

Posturile publice au continuat să favorizeze PCRM și prin ordinea difuzării publicității electorale, spoturile PCRM fiind plasate întotdeauna fie la început, fie la urmă, sau și la început, și la urmă.

Posturile private NIT și Antena C au dat dovadă de același comportament, prezentând în lumină pozitivă, într-un număr mare de știri, partidul de guvernământ, în timp ce partidele de opoziție fie au fost ignorate, fie reflectate în lumină negativă.

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 și NIT au difuzat știri cu participarea lui Voronin la deschiderea campionatului CSI la kickboxing (21 februarie), știri cu participarea lui Voronin la un concert de la Palatul Național, dedicat zilei Armatei Sovietice (23 februarie) și la cupa președintelui la șah (24 februarie).

La EU TV s-a accentuat tendința de discreditare, mai cu seamă în emisiunile de opinie, a unor partide de opoziție, în timp ce față de partidul de guvernământ a fost manifestată o atitudine mai echilibrată. PPCD a fost favorizat ușor atât în știri, cât și în emisiunile de opinie.

Pe de altă parte, ca și în perioada precedentă, PRO TV, TV7 și Vocea Basarabiei au oferit un acces mai mare partidelor de opoziție, menținându-se pe linia unei reflectări pluraliste, mai echilibrate, inclusiv față de partidul de guvernământ care a fost prezentat atât în știri favorizante, cât și defavorizante, prevalând cele din urmă. Vocea Basarabiei a continuat să critice partidul de guvernământ în emisiunile de opinie. De menționat că reprezentanții PCRM refuză să colaboreze cu acest post și cu PRO TV.

Ca și în perioada precedentă, la posturile monitorizate nu au fost înregistrate dezbateri electorale. Acest fapt a fost în defavoarea partidelor de opoziție, care, spre deosebire de PCRM, nu au beneficiat de acces larg la mass-media publice nici în perioada preelectorală.

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

Presa scrisă, de asemenea, a început să reflecte campania electorală mai intens, numărul și suprafața materialelor fiind în creștere pe măsură ce se apropie data scrutinului. Se înregistrează o creștere și a volumului de publicitate electorală marcată corespunzător.

Se menține tendința de a prezenta campania electorală de pe poziții editoriale diferite, în funcție de simpatiile sau antipatiile editorilor. Astfel, unele instituții mass-media (Moldova suverană, Nezașisimaia Moldova, Moldpres, www.omg.md) favorizează în mod evident concurentul electoral PCRМ, prezentându-l doar în context pozitiv în știri și materiale de opinie. În același timp, Moldova suverană și Nezașisimaia Moldova critică dur ceilalți concurenți electorali, prezentându-i în culori negre, în unele cazuri cu utilizarea limbajului licențios și atacurilor la persoană.

Alte instituții mass-media (Jurnal de Chisinau, Timpul de dimineata, Moldavskie vedomosti, www.unimedia.md) pe de o parte prezintă PCRМ doar în context negativ, criticându-l la fel de dur și învinuindu-l de guvernare defectuoasă pe parcursul ultimilor opt ani, iar pe de altă parte prezintă în context favorabil alți concurenți electorali, în special pe cei de orientare liberală. Unele instituții mass-media (săptămânalul regional SP din Bălți, săptămânalul Cuvîntul din Rezina) critică PCRМ fără să favorizeze evident un alt concurent electoral, iar alte mijloace de informare în masă (agenția Infotag) încearcă să mențină linia de prezentare mai mult sau mai puțin echilibrată a tuturor concurenților electorali.

Se înregistrează o creștere, destul de modestă, a numărului de materiale care prezintă modalitățile de exercitare a dreptului constituțional la vot, constituind educație electorală. La fel, în presa scrisă se publică mai multe materiale din categoria „Programe electorale speciale”, adică dezbateri cu participarea concurenților electorali sau interviuri cu aceștia.

### *3.3. Condiții de activitate*

În perioada monitorizării s-a înregistrat un caz de hărțuire și intimidare a echipei postului TV Albasat din Nisporeni. La 25 februarie, reprezentanți ai poliției au descins la Albasat TV fără mandat de percheziție, cerând acte contabile și demontând hardurile de la calculatoare, comportându-se brutal. Explicația MAI a fost că astfel s-a dat curs plângerii unui cetățean privitor la nereguli în evidența contabilă a acestui post. Ulterior, poliția a formulat o nouă acuzare: folosirea softurilor nelicențiate, acuzare respinsă de administrația postului respectiv. Luni, 9 martie, reprezentanții MAI s-au prezentat la postul TV Albasat cu o nouă acuzare, cerând administrației dovezi în ce privește realizarea unor emisiuni în 2006 și anunțând că postului în cauză i-a fost intentat dosar penal. Organizații de media locale și din străinătate s-au arătat îngrijorate de incidentul de la Nisporeni, calificându-l în mod justificat drept caz de presiune asupra jurnaliștilor, de îngrădire a dreptului la libertatea de exprimare.

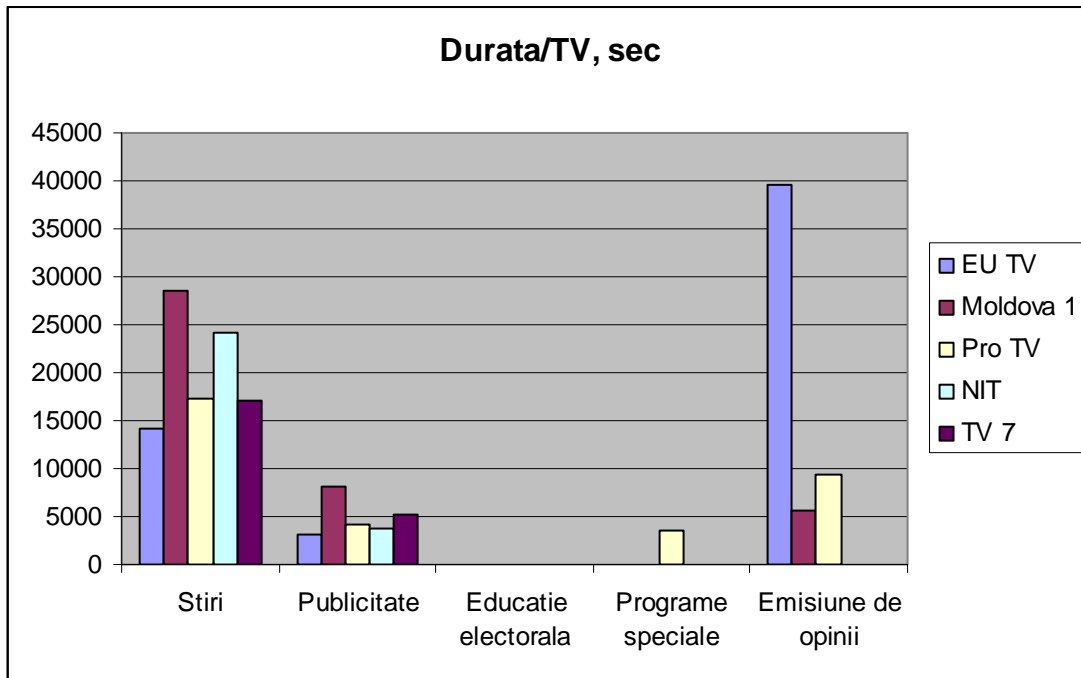
## **4. Datele monitorizării. Presa audiovizuală**

### *4.1 Implicarea în campania electorală*

#### **4.1.1 TV**

Ca și în perioada precedentă de monitorizare, 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 programe de educație electorală, programe electorale speciale (interviuri cu candidații, dezbateri), vox populi a fost neînsemnat, iar volumul de publicitate electorală a fost în creștere la toate posturile. EU TV a pus pe post cel mai mic volum de publicitate electorală și cel mare volum de emisiuni de opinie (vezi Diagrama 1).

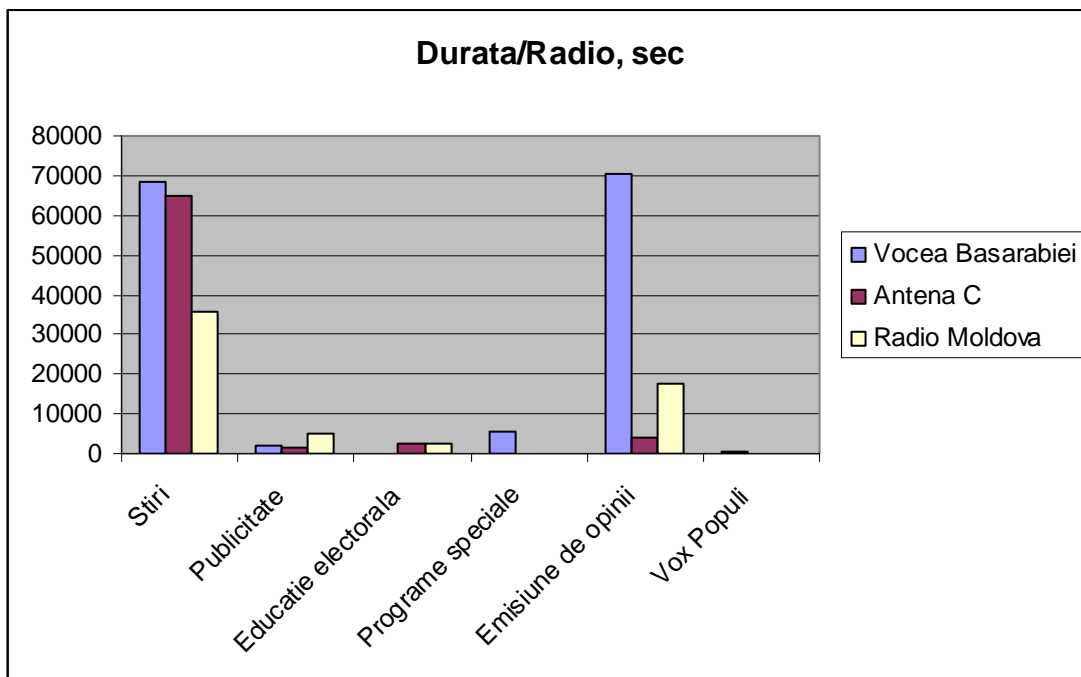
Diagrama 1. Volumul materialelor electorale difuzate la posturile TV în perioada 19 februarie – 4 martie 2009, sec



#### 4.1.2 Radio

Dintre posturile de radio, cel mai mare volum de știri cu implicații electorale a fost difuzat de Vocea Basarabiei (circa 68 mii de secunde) și Antena C (circa 65 mii de secunde). Vocea Basarabiei deține întâietatea în ce privește emisiunile de opinie (circa 70 000 sec.), programe electorale speciale și programe de educație electorală. Cel mai mare volum de publicitate electorală și programe de educație electorală a difuzat Radio Moldova (vezi diagrama 2).

Diagrama 2. Volumul de materiale difuzate de posturile de radio în perioada 19 februarie – 4 martie 2009, 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 mărit dezechilibrul în citarea concurenților electorali ca surse de știri cu impact electoral. Astfel, reprezentanți ai Guvernului, președintele Republicii Moldova, președintele Parlamentului și alți reprezentanți ai PCRM au fost citați de 161 de ori și au apărut pe ecranul televizorului timp de 2450 sec. Celelalte partide și candidați independenți luați împreună au servit drept surse de știri de 77 ori, reprezentanții lor apărând pe ecran timp de 1968 sec.

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

cod	Durata apariției	Durata intervenției	Frecvența
GUV	1479	1204	95
PRES	516	200	48
AMN	487	408	18
PCRM	255	251	14
MAE	268	147	11
PD	172	172	7
PSD	210	164	6
PLDM	86	62	6
PMU	263	241	8
AIS	200	56	4
AV	135	111	4
SB	116	94	4
US	99	71	4
PPCD	0	188	4
PL	105	52	3
PNT	0	0	1
VR	0	0	1
UCM	27	27	2

Și la NIT s-a menținut dezechilibrul surselor în știrile cu impact electoral. Guvernul, președintele Republicii Moldova, președintele Parlamentului și alți reprezentanți ai PCRM au fost citați ca surse în 134 de cazuri, iar celelalte partide – de 36 de ori. Durata apariției pe ecran este de 2640 sec și, respectiv, 465 sec.

Tabelul 2. Frecvența citării și apariției concurenților electorali la NIT

cod	Durata apariției	Durata intervenției	Frecvența
PRES	1504	337	60
GUV	802	556	53
PCRM	254	123	19
AMN	199	192	16
PSD	75	51	7
PL	46	72	5
PARL	80	72	2
PLDM	56	18	2
UCM	53	26	4
PD	36	36	2

PRO TV a continuat să trateze guvernarea ca și pe ceilalți concurenți electorali. Guvernul, președintele Republicii Moldova, președintele Parlamentului și alți reprezentanți ai PCRM au

fost citați ca surse în 60 de cazuri, AMN – 35, PLDM – 25, PSD – 16, UCM -14, PD – 14, PL - 11. După durata apariției pe ecran, pe primele locuri se află PLDM cu 202 sec., UCM – 201, AMN – 193, PSD – 185, PL – 114, PD – 53, iar reprezentanții guvernării - 189 sec.

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

cod	Durata apariției	Durata intervenției	Frecvența
AMN	193	238	35
GUV	75	72	25
PCRM	92	127	21
PLDM	202	187	25
PSD	185	153	16
UCM	201	196	14
PD	53	64	14
PL	114	155	11
PMU	60	18	8
PRES	15	0	7
SB	92	135	6
MAE	111	96	5
AV	86	69	4
PC	60	60	4
UM	81	51	3
RAVN	49	56	3
PNT	45	30	3
US	27	51	3
PPCD	30	30	2
PARL	7	0	2
PR	0	0	2
AIS	0	0	1

În știrile electorale de la EU TV, Guvernul, președintele Republicii Moldova, președintele Parlamentului și alți reprezentanți ai PCRM au fost citați ca surse în 28 de cazuri, AMN – 16, PPCD – 12, PSD – 8. Reprezentanți ai guvernării, președintele Republicii Moldova, președintele Parlamentului și alți reprezentanți ai PCRM au apărut pe ecran timp de 393 sec., PPCD – 201, AMN – 168, PSD – 118, UCM – 108 sec.

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

cod	Durata apariției	Durata intervenției	Frecvența
GUV	45	45	18
AMN	168	134	16
PPCD	201	252	12
PSD	118	118	8
PCRM	115	95	6
UCM	108	129	4
PRES	44	24	4
RAVN	20	20	4
PLDM	13	8	3
PMU	10	0	1
MAE	10	0	1
PC	0	0	1

La TV 7, Guvernul, președintele Republicii Moldova, președintele Parlamentului și alți reprezentanți ai PCRM au servit drept surse de știri cu impact electoral de 17 ori, PD – 33, MAE – 33, AMN – 23, PLDM – 23, PSD – 20, PL – 12, PMU – 12. Ca durată a apariției pe ecranul televizorului, pe primul loc se află PD cu 1009 sec, AMN – 635, PSD – 600, MAE – 464, PL – 352, PMU – 318. Guvernul, președintele Republicii Moldova, președintele Parlamentului și alți reprezentanți ai PCRM au apărut în cadrul știrilor electorale timp de 382 sec.

Tabelul 5. Frecvența citării și apariției concurenților electorali la TV7

cod	Durata apariției	Durata intervenției	Frecvența
PD	1009	688	33
MAE	464	384	33
AMN	635	523	23
PLDM	539	459	23
PSD	600	512	20
PL	352	260	12
PMU	318	216	12
GUV	64	64	9
PCRM	203	203	8
UC	361	233	7
SB	286	222	6
RAVN	143	138	3
US	10	0	1

În știrile electorale difuzate de Radio Moldova se menține la capitolul surse predominanța reprezentanților Guvernului și altor instituții de stat, a președintelui Republicii Moldova, președintelui Parlamentului și altor reprezentanți ai PCRM, care au fost citați de 314 ori, aceștia vorbind timp de 4 432 sec. Ceilalți concurenți electorali au servit drept surse de știri electorale de 41 ori (de 7,7 ori mai puțin), intervenind direct timp de 951 sec. (de 4,7 ori mai puțin).

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

cod	Durata intervenției	Frecvența
GUV	3171	125
PRES	135	60
PCRM	216	16
AMN	130	11
AIS	910	12
MAE	175	5
PMU	100	4
SB	126	3
PD	119	3
UCM	80	3
RAVN	94	2
UM	61	2
PPCD	30	2
PL	22	2
PSD	12	2
PLDM	0	2
PARL	0	1



În știrile electorale difuzate de Antena C, Guvernul, președintele Republicii Moldova, președintele Parlamentului și alți reprezentanți ai PCRM au fost citați ca surse de știri electorale de 369 ori, ei vorbind timp de 3143 sec. Ceilalți concurenți electorali au servit drept surse de știri electorale de 108 ori (de 3,4 ori mai puțin), intervenind pe o durată de timp de 1183 sec. (de 2,7 ori mai puțin).

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

cod	Durata intervenției	Frecvența
GUV	2737	209
PRES	195	109
AMN	114	51
PCRM	211	42
UCM	254	16
PSD	369	15
PL	183	8
MAE	129	7
PD	70	6
PPR	39	6
AIS	0	6
PARL	0	3
SB	0	3
RAVN	25	2
US	0	2
AV	0	2

La Vocea Basarabiei, Guvernul, președintele Republicii Moldova, președintele Parlamentului și alți reprezentanți ai PCRM au servit drept surse de știri cu impact electoral de 127 ori, PLDM – 67, AMN – 48, PL – 35, MAE – 20, PSD – 19, PD – 15, PPCD -12, UCM – 11. Ca durată a intervențiilor, pe primele locuri se află AMN cu 1871 sec, PLDM – 1459, PL - 1347. Guvernul, președintele Republicii Moldova, președintele Parlamentului și alți reprezentanți ai PCRM au vorbit în cadrul știrilor electorale la Vocea Basarabiei timp de 309 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	Durata intervenției	Frecvența
PCRM	236	71
PLDM	1459	67
AMN	1871	48
GUV	309	42
PL	1347	35
MAE	286	20
PSD	387	19
PD	356	15
PPCD	109	12
UC	144	11
PRES	0	10
SB	379	8
US	376	8

AV	192	6
RAVN	0	4
UM	0	4
AIS	0	3
PMU	51	2
PPR	0	2
PNT	0	2
VR	0	2
PARL	0	1

### ***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 Antena C au continuat să difuzeze un număr mare de știri care au favorizat din punct de vedere electoral partidul de guvernământ. Alegătorii au fost informați că: pedagogii și funcționarii publici vor avea salarii mai mari; statul va procura 40 mii tone de grâu furajer de la producătorii autohtoni; a fost lansată, cu participarea președintelui Voronin, o linie automată la Farmaco; sănătatea populației se află în atenția permanentă a statului, având loc o consfătuire cu participarea lui Voronin; alocațiile au crescut de 10 ori pentru asigurări medicale; gazele au ajuns la Boldurești cu suportul financiar al Guvernului; Centrele de sănătate sunt dotate cu utilaj modern, oferit de Comisia Europeană, conform unui program guvernamental; Mitropolitul Vladimir mulțumește conducerii de vârf a RM că „ne merge la întâmpinare” în procesul de deschidere a bisericilor; „s-au deschis multe biserici”; „stabilitatea este mai importantă decât schimbarea”; Guvernul alocă 2 lei pentru sinistrați și 0,5 milioane lei pentru invalizi și participanții la războiul de pe Nistru; leul este cea mai stabilă valută europeană; 40 milioane de lei vor fi alocate pentru indexarea depozitelor; alocațiile în sfera socială au crescut; planul de acumulări a fost supraîmplinit; Voronin cere măsuri urgente pentru protecția consumatorului și mărirea alocațiilor pentru participanții la cel de-al doilea război mondial; începând cu 2003, RM și-a onorat toate obligațiile la ONU; invalizii se bucură de protezare pe gratis; la Ungheni s-a redeschis combinatul de carne, cu participarea președintelui Voronin; deși Ministerul Finanțelor a transferat banii, din cauza unor președinți de raioane, profesorii și alți bugetari nu și-au primit salariile mărite....

Un exemplu de știre, care putea să nu fie electorală, dar căreia i s-a dat o tentă electorală este cea privind protezarea invalizilor pe gratis. După ce s-a vorbit despre proteze, s-a adăugat că în ultimii opt ani alocările din bugetul de stat pentru protezare pe gratis au crescut de 30 de ori. (vezi, de exemplu, buletinul din 03 martie, 21-00).

Pe data de 27 februarie, în cadrul Mesagerului (21-00), Moldova 1 a transmis, cu referire la Moldpres, o știre precum că „UCM va lupta pentru ieșirea din CSI”, deși liderii UCM nu au declarat acest lucru. Știrea respectivă a fost difuzată în aceeași zi de Radio Moldova, NIT, iar a doua zi și de Antena C, fapt care confirmă existența unei coordonări în politica de reflectare a campaniei electorale de către aceste posturi (vezi diagramele 3-6).

Posturile respective nu au ratat nici o ocazie să defavorizeze concurenții PCRM. Pe 19 februarie, Moldova 1 a transmis că facturile pentru căldură în Chișinău sunt mai mari din vina funcționarilor fondului locativ, care se subordonează primăriei. Uneori, concurenții PCRM au fost atacați prin procedee „regizate”. Între-un reportaj lung, care prezenta în culori negative starea de lucruri de la Cimișlia, s-a menționat printre altele că primarul este membru al AMN (22

februarie, 21-00). Alteori, s-a profitat de ocazie. De exemplu, relatând despre un caz de tănuire a armelor în satul Sipoteni, NIT a menționat că făptașul este membru al AMN (21 februarie, 21-30).

Conferințele de presă ale partidelor de opoziție au fost reflectate doar atunci când defavorizau un alt partid de opoziție sau favorizau PCR. De exemplu, de la conferința de presă a PDM s-a transmis că PDM consideră ciudată insistența unor partide de a se deschide secții de votare în afara ambasadelor, dar a fost ignorat faptul că PD a calificat vizita lui Lavrov drept una electorală (26 februarie, 21-00).

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

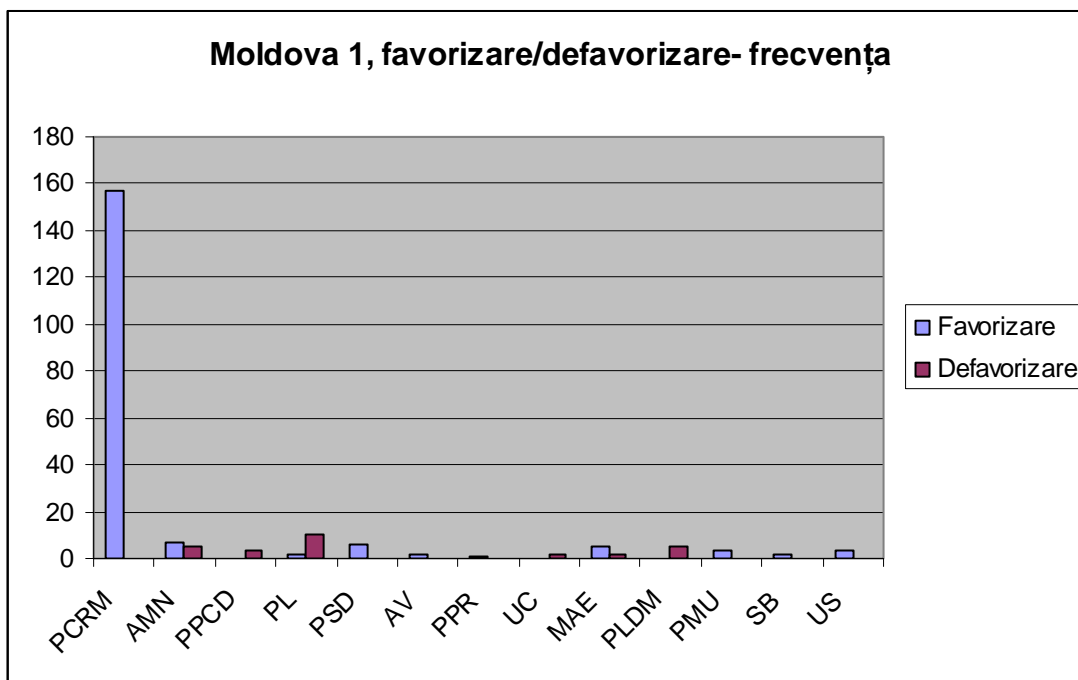


Diagrama 4. Concurenții favorizați sau defavorizați în buletinele de știri la NIT - frecvența

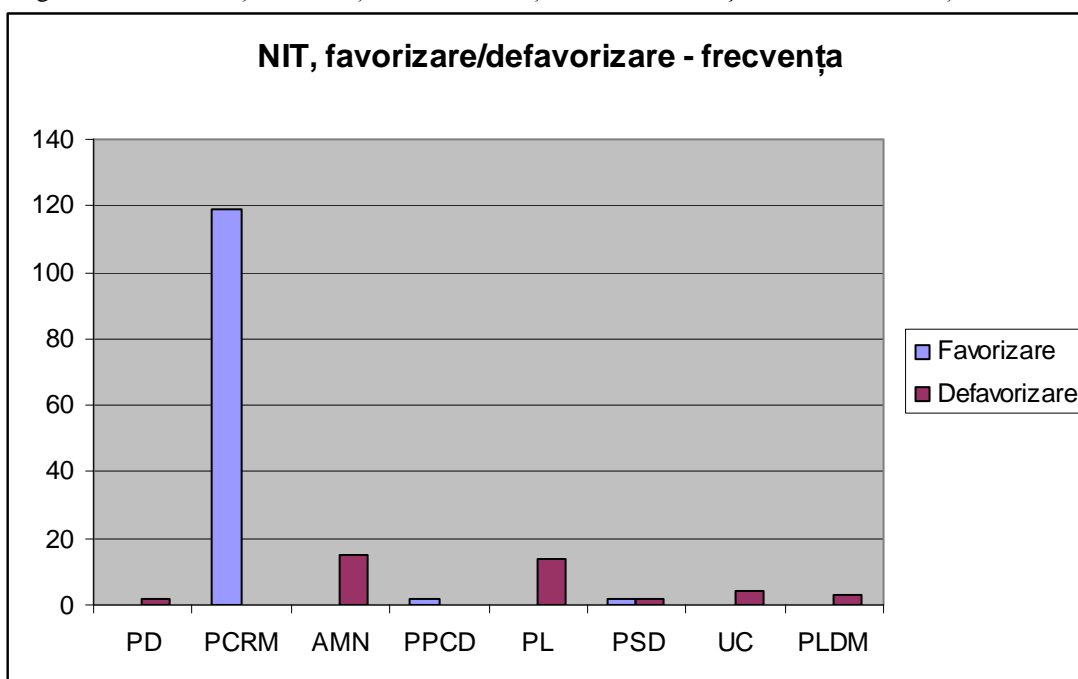


Diagrama 5. Concurenții favorizați sau defavorizați în buletinele de știri la Radio Moldova - frecvența

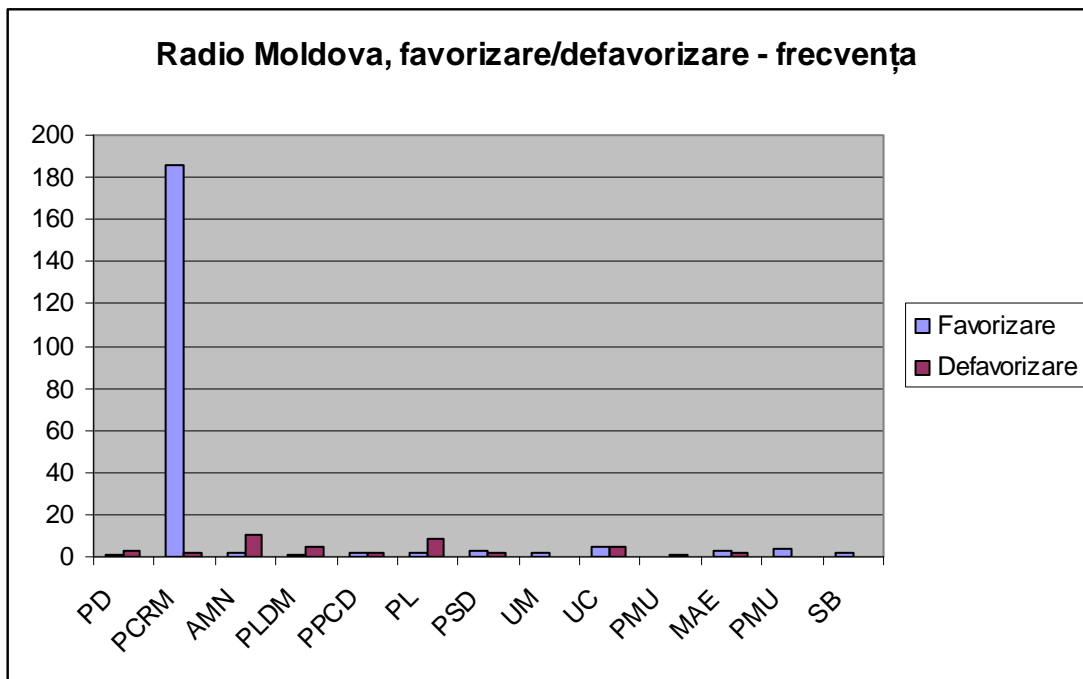
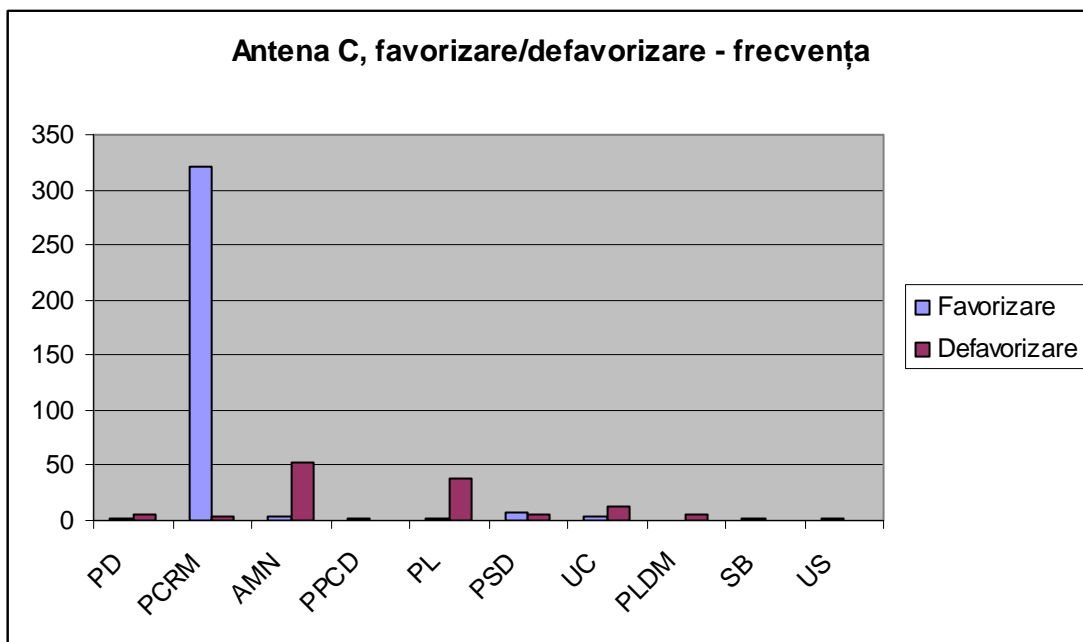
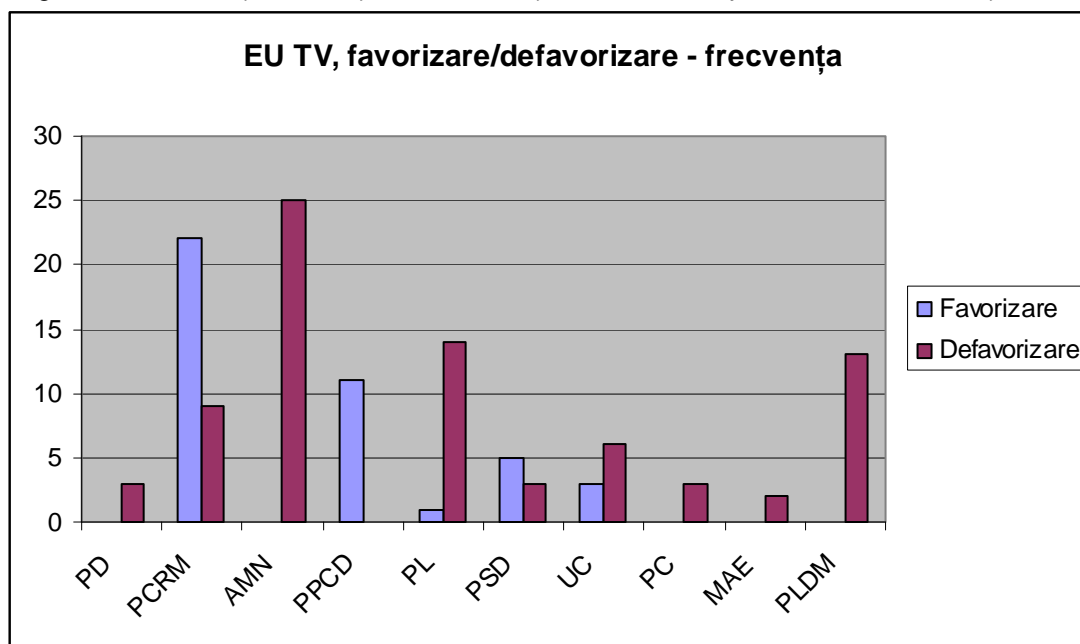


Diagrama 6. Concurenții favorizați sau defavorizați în buletinele de știri la Antena C - frecvența



La EU TV s-a accentuat tendința de defavorizare a unor partide de opoziție – AMN, PL, PLDM și s-a menținut tendința de favorizare ușoară a PCRM (de exemplu, materialele privind alocarea a 2 milioane de lei pentru achiziționarea locuințelor pentru sinistrați și acordarea unor sume bănești persoanelor ce au suferit în conflictul militar din 1992 ș.a.), PPCD și PSD (vezi diagrama 7).

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



La PRO TV, TV 7 și Vocea Basarabiei numărul știrilor care favorizează PCRM este mai mic decât al știrilor defavorizante, în timp ce partidele de opoziție se bucură de un acces mai mare și de o reflectare mai echidistantă decât la celelalte posturi (vezi diagramele 8-10). De exemplu, mitingul PLDM din data de 22 februarie, întru susținerea deschiderii mai multor secții de votare peste hotare, a fost reflectat în mod echilibrat doar de aceste trei posturi, în timp ce Moldova 1, NIT, Antena C, Radio Moldova și EU TV s-au interesat mai mult de latura ce ține de organizarea mitingului.

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

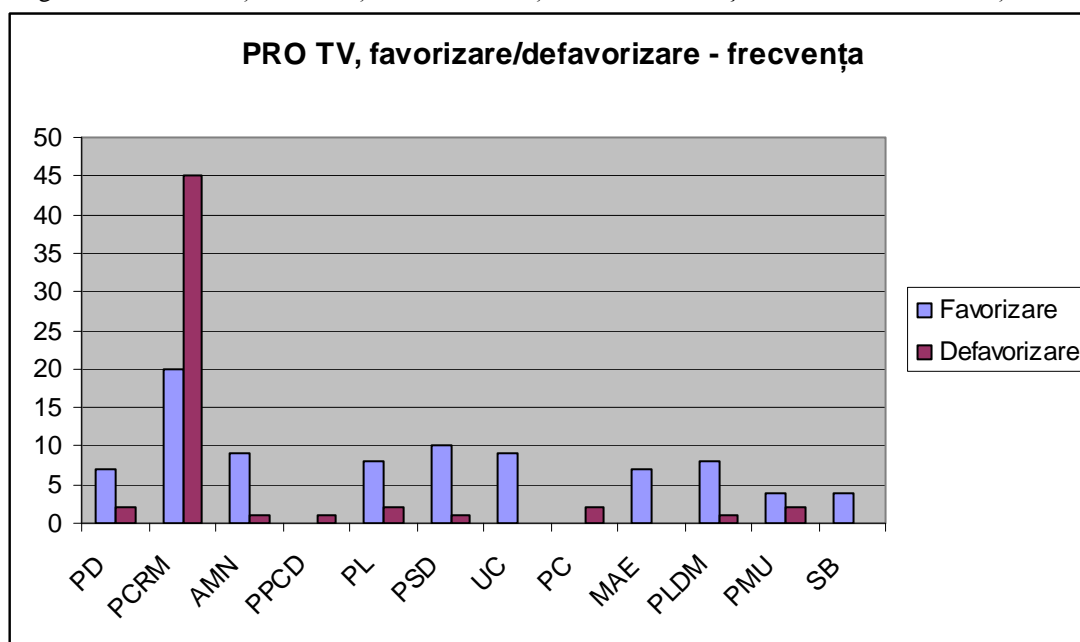


Diagrama 9. Concurenții favorizați sau defavorizați în buletinele de știri la TV7 - frecvența

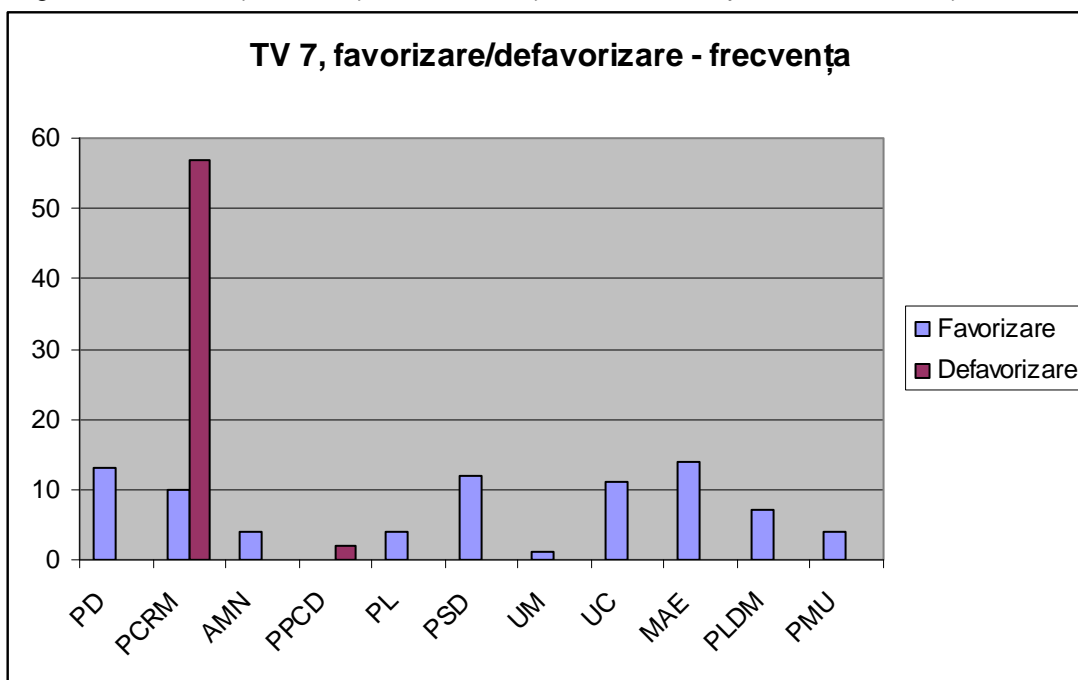
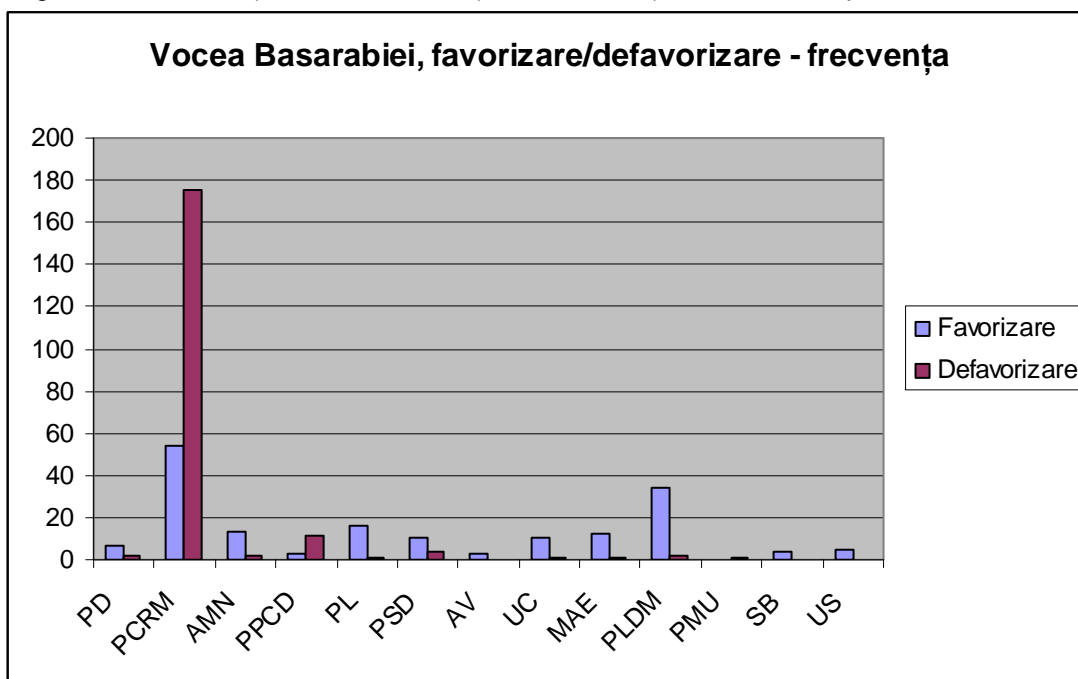


Diagrama 10. Concurenții electorali favorizați sau defavorizați în buletinele de știri la Vocea Basarabiei- frecvența



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

În emisiunile de opinie, EU TV a continuat să defavorizeze partidele de opoziție, în special AMN și PLDM, laudând în același timp PPCD și, uneori, PCRM. Ca și în perioada precedentă, în emisiunile de opinie puse pe post de Vocea Basarabiei a fost criticat de cele mai multe ori partidul de guvernământ, iar favorizate, uneori, au fost PLDM și AMN.

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

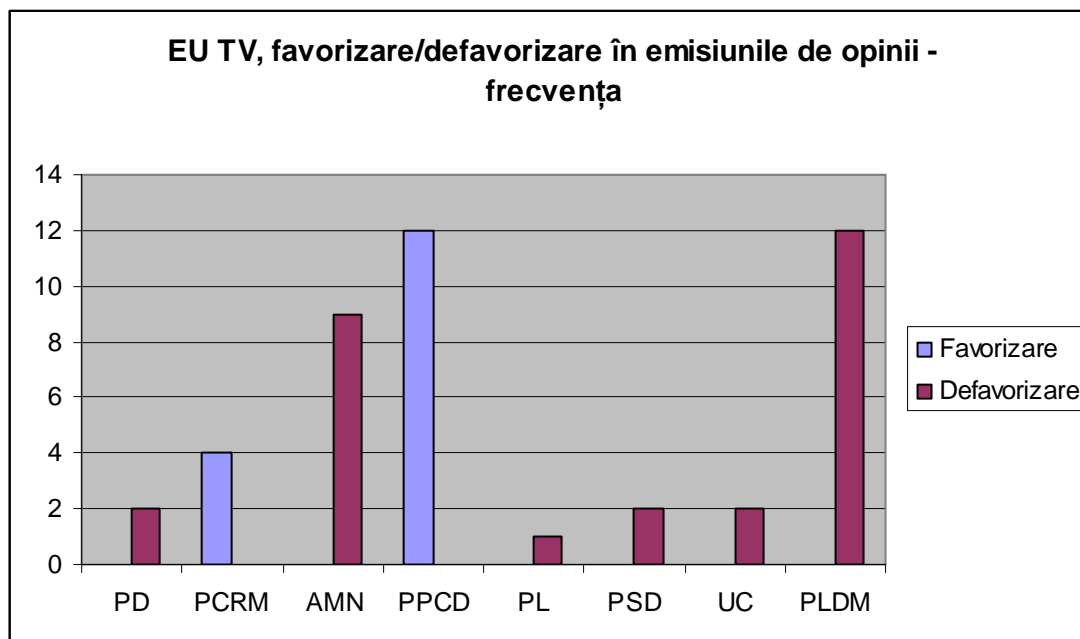
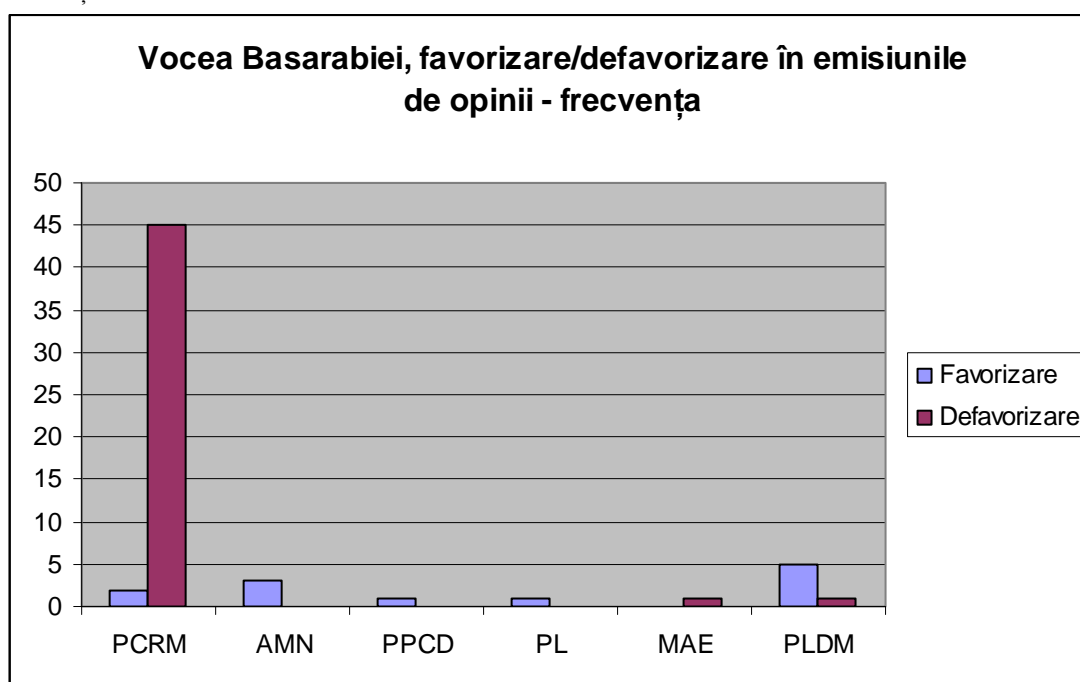


Diagrama 10. Conurenții electorali favorizați sau defavorizați în emisiunile de opinii la Vocea Basarabiei- frecvența



## 5. Datele monitorizării. Presa scrisă, presa online

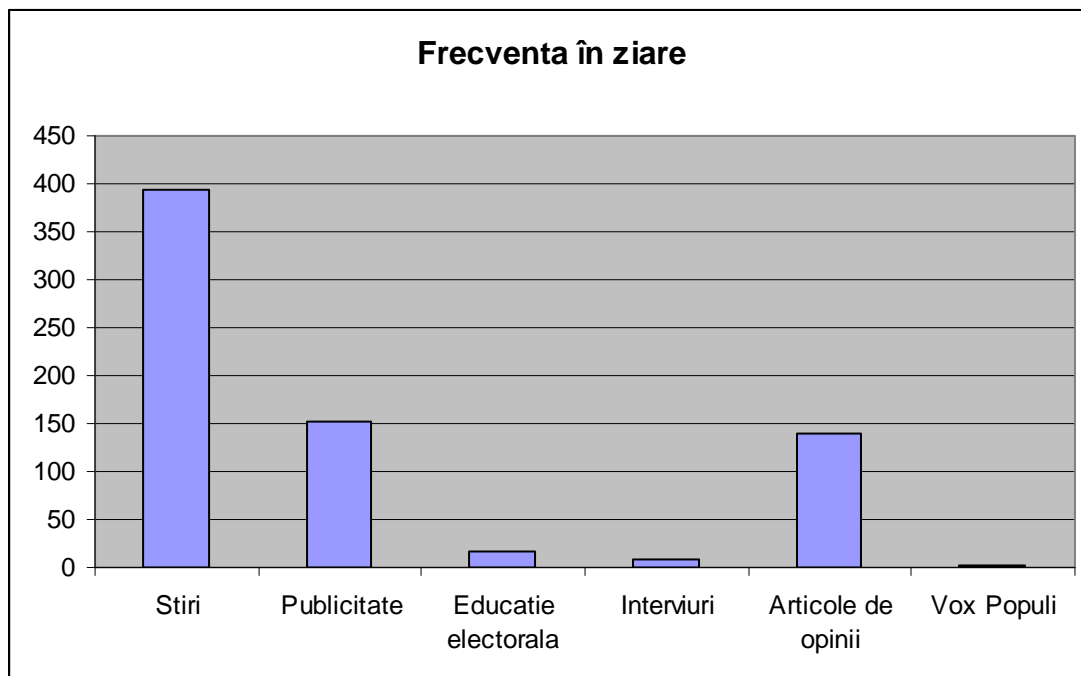
### 5.1 Implicarea în campania electorală

#### 5.1.3 Ziare

În perioada 19 februarie – 4 martie 2009, ziarele supuse monitorizării au reflectat campania electorală mai activ în comparație cu primele două săptămâni ale campaniei. Astfel, cele 12 ziare au publicat 715 articole care au vizat, direct sau indirect, campania electorală, ceea ce este cu circa 20% mai mult față de perioada precedentă de monitorizare. Suprafața totală a acestor

materiale a fost de peste 297 mii centimetri pătrați. Majoritatea absolută a materialelor au fost știri (394), urmate de publicitate marcată corespunzător (153) și articole de opinie (140). Suprafața totală a publicității electorale în cele 12 ziare a fost de peste 86 mii centimetri pătrați. A crescut puțin numărul materialelor de educație electorală, în această perioadă fiind publicate 17 articole de acest fel. Genul cel mai puțin exploatat au fost sondajele de tip „Vox populi”.

Diagrama 11. Numărul de materiale ce vizează campania electorală



*Moldova suverană* continuă să dețină întâietatea privind spațiul dedicat tematicii electorale (60380 cm.p.). Acest ziar este urmat de *Nezavisimaia Moldova* (circa 50280 cm.p.), *Flux* (44930 cm.p.), *Jurnal de Chișinău* (44480 cm.p.), *Timpul de dimineață* (40400 cm.p.). Urmează, în ordine descrescătoare, *Moldavskie vedomosti*, *SP* (Bălți), *Cuvântul* (Rezina), *Săptămâna*, *Komsomolskaia pravda v Moldove*, *Realitatea* (Soroca) și *Vesti Gagauzii* (Comrat).

După suprafața de ziar rezervată știrilor despre campania electorală, pe primul loc se situează *Jurnal de Chișinău* care a oferit pentru știri 22400 cm.p. sau mai mult de jumătate din spațiul total dedicat de ziar acestei teme. *Moldova suverană* și *Timpul de dimineață* au publicat știri la tema campaniei electorale pe 19075 cm.p. și, corespunzător, 18060 cm.p., în *Flux* știrile au ocupat 14890 cm.p., în *Nezavisimaia Moldova* – 12980 cm.p. Ziarul regional *Vesti Gagauzii* este cel mai puțin interesat de alegerile parlamentare din 5 aprilie 2009 – în perioada de raport acesta a publicat un singur articol la această temă.

Volumul publicității electorale în presa scrisă a crescut de aproape 2,5 ori, de la 35500 cm.p. în primele două săptămâni ale campaniei până la 86447 cm.p. în perioada 19 februarie – 4 martie. *Moldova suverană* și *Nezavisimaia Moldova* sunt ziarele care plasează cea mai multă publicitate electorală marcată corespunzător (31160 cm.p. și, respectiv, 26100 cm.p.). Ambele publicații au publicat pagini întregi de reclamă în favoarea concurentului electoral Partidul Comuniștilor din Republica Moldova. Urmează *Jurnal de Chișinău* (9135 cm.p.), *SP* (7250 cm.p.) și *Timpul de dimineață* cu 5600 cm.p. de publicitate electorală comandată de alți concurenți electorali. Celelalte ziare au avut volume considerabil mai mici sau nu au avut în general publicitate electorală marcată corespunzător.

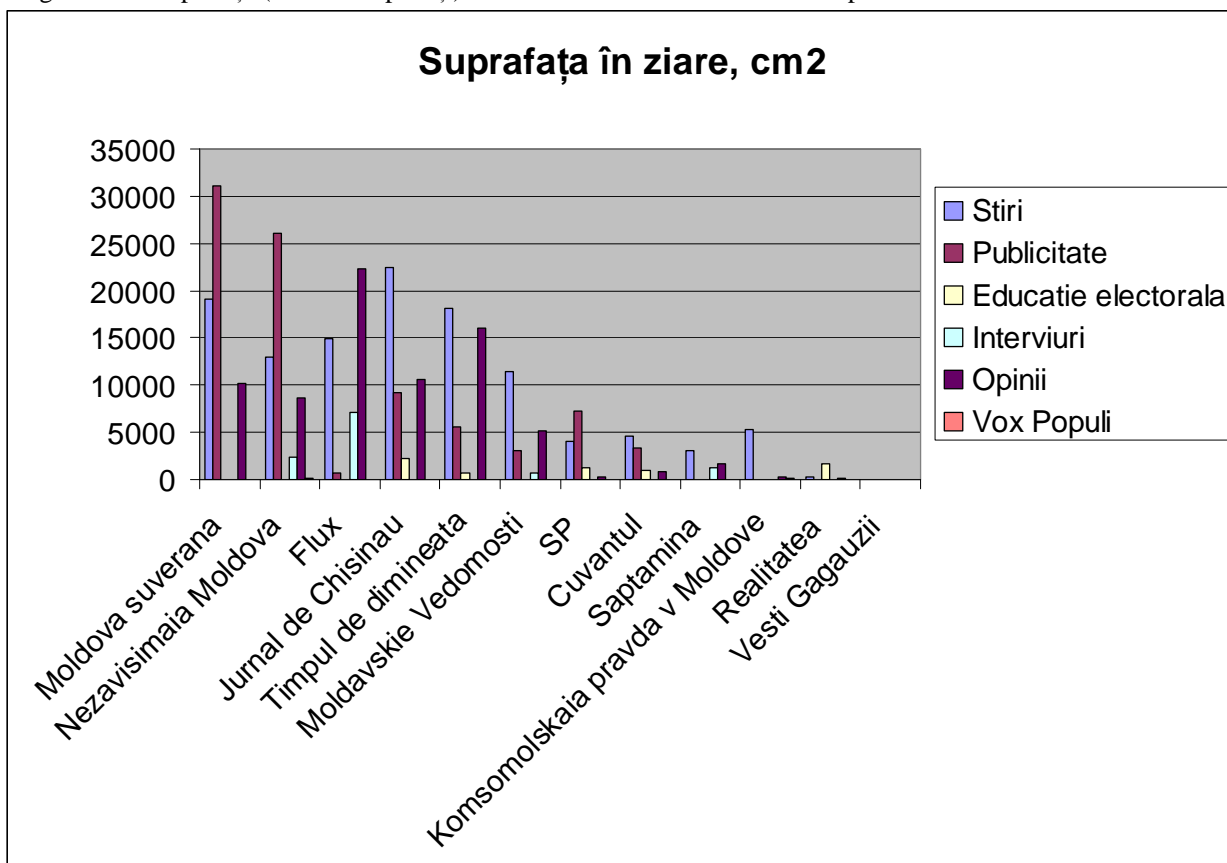
Articolele de opinie care vizează campania electorală au ocupat 25% din suprafața totală a materialelor de presă relevante. Cel mai mult spațiu a oferit articolelor de opinie și editorialelor



ziarul *Flux* (circa 22300 cm.p., ceea ce reprezintă aproape jumătate din suprafața totală afectată campaniei electorale de acest ziar). *Timpul de dimineață* a publicat articole de opinie pe 16000 cm.p., *Jurnal de Chișinău* și *Moldova suverană* – pe câte 10000 cm.p., *Nezavismaia Moldova* – 8700 cm.p., *Moldavskie vedomosti* – peste 5000 cm.p.

În comparație cu perioada precedentă de monitorizare, a crescut numărul și suprafața articolelor care constituie educație electorală. Materiale de acest fel au apărut în *Jurnal de Chișinău*, *SP (Bălți)*, *Realitatea (Soroca)*, *Cuvântul (Rezina)*, *Timpul de dimineață* și *Vesti Gagauzii (Comrat)*. Doar două ziare – *Nezavismaia Moldova* și *Komsomolskaia pravda v Moldove* au publicat în această perioadă sondaje de tip „Vox populi” care au vizat, direct sau indirect, campania electorală.

Diagrama 12. Suprafața (centimetri pătrați) alocată materialelor ce vizează campania electorală

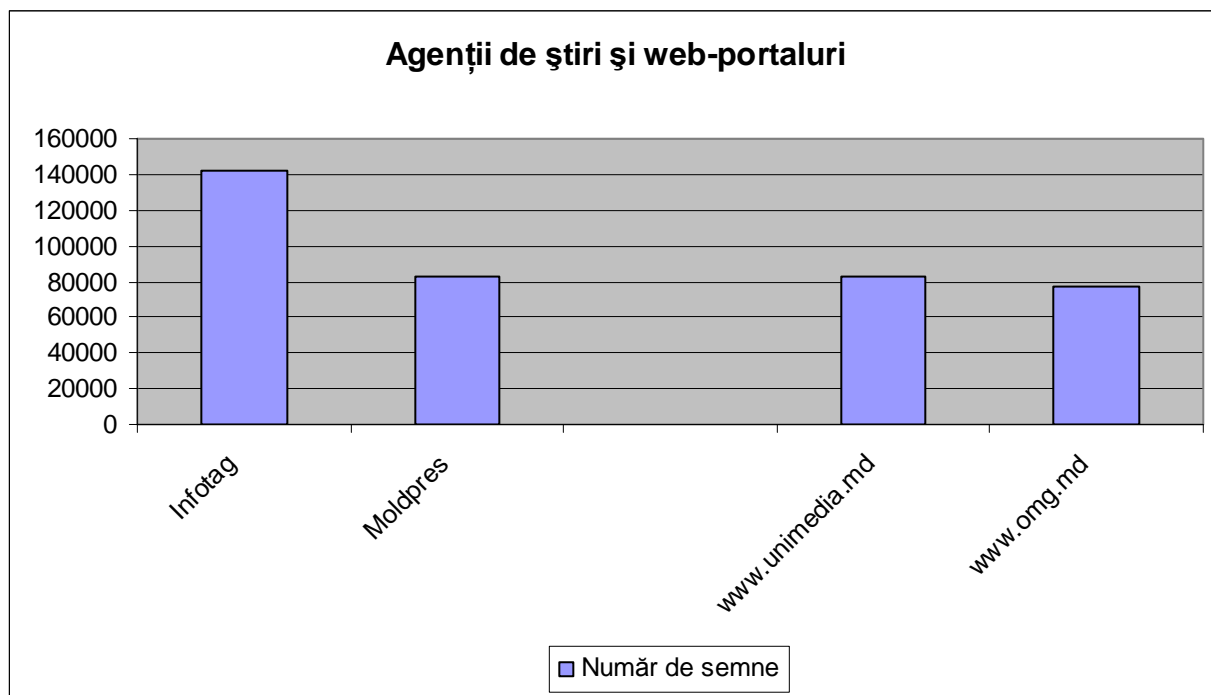


#### 5.1.4 Agenții de presă și portaluri de știri

Cele două agenții de știri monitorizate, *Moldpres* și *Infotag*, au inclus în fluxurile lor cotidiene un număr total de 149 de știri relevante pentru subiectul prezentei monitorizări, cu un total de circa 225 mii semne (fără spațiu). În raport cu perioada precedentă de raport, s-a înregistrat o creștere de aproape două ori atât a numărului de știri, cât și a suprafeței acestora. Circa 63% din totalul știrilor și al suprafeței afectate au revenit Agenției *Infotag*. Această agenție a început să publice și interviuri cu reprezentanți ai partidelor concurente în alegeri, materiale care se încadrează în categoria „Programe electorale speciale”. Primele interviuri de acest fel i-au avut ca protagoniști pe președintele PSD Dumitru Braghiș și pe președintele PL Mihai Ghimpu.

Utilizatorii de internet au putut accesa în această perioadă 116 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 circa 160 mii semne. Tendința atestată în perioada precedentă de monitorizare se menține: portalul [www.omg.md](http://www.omg.md) publică mai multe știri mici, iar [www.unimedia.md](http://www.unimedia.md) plasează știri mai puține pe o suprafață (număr de semne) mai mare.

Diagrama 13. Spațiul (semne fără spațiu) alocat materialelor ce au vizat campania electorală

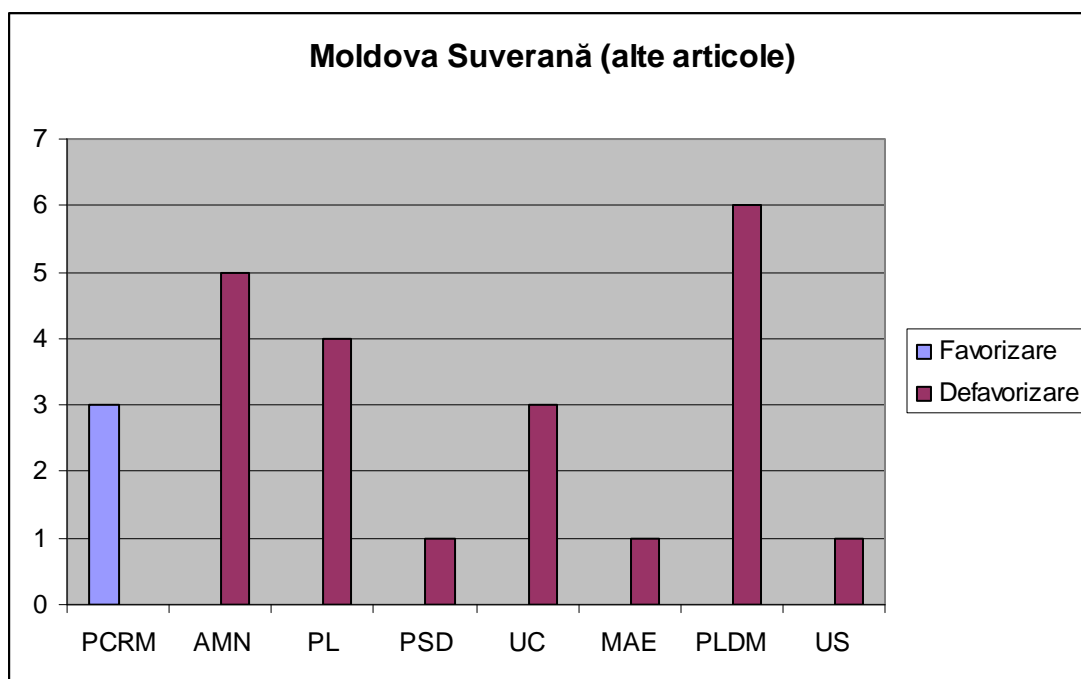
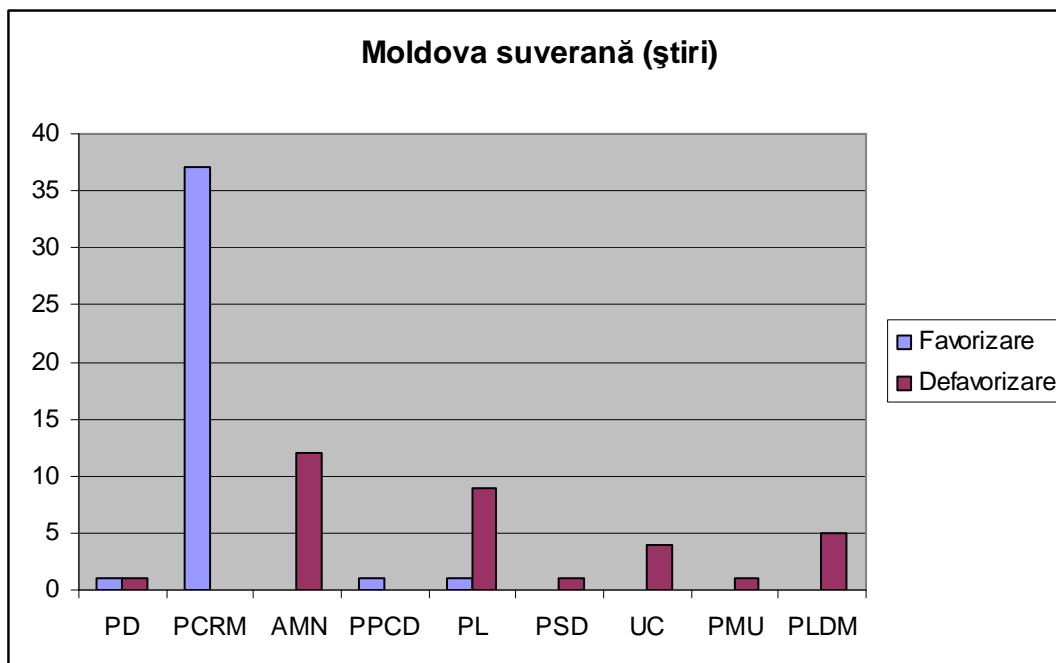


## 5.2 Candidații, partidele favorizate sau defavorizate, direct sau indirect, în știri și emisiunile de opinii - frecvența

### 5.2.3. Ziare

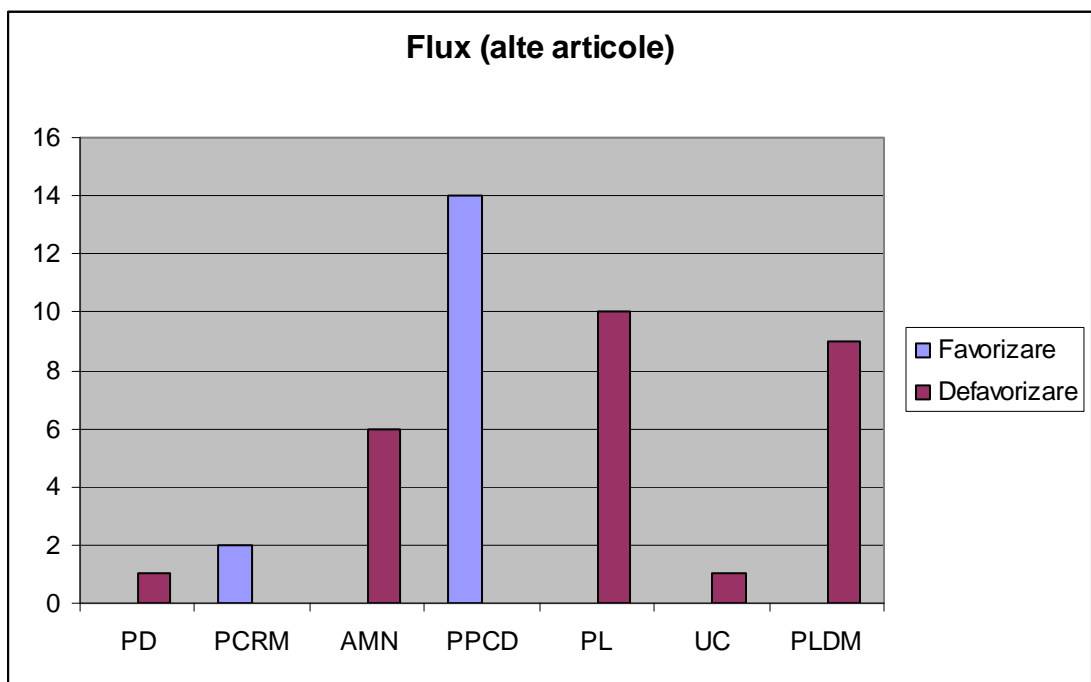
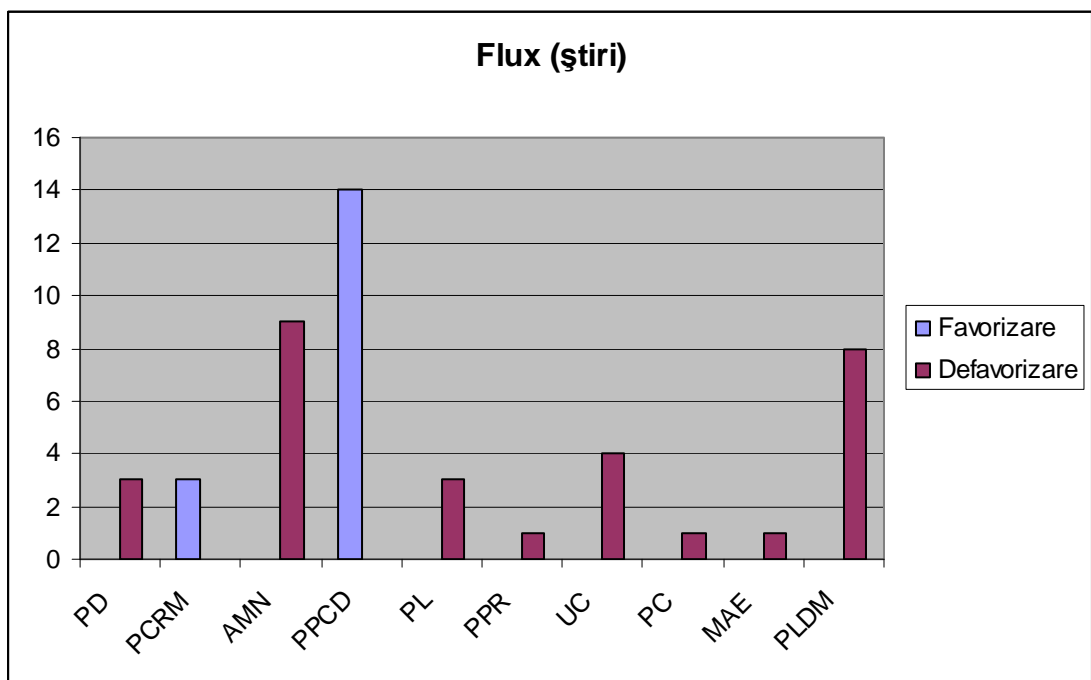
În perioada 19 februarie – 4 martie 2009, *Moldova Suverană* a continuat să favorizeze un singur concurent electoral, și anume partidul de guvernământ. Această simpatie a colectivului redacțional s-a manifestat nu doar prin plasarea aproape exclusivă a publicității electorale a PCRM în paginile ziarului, ci și prin inserarea materialelor de opinie și știrilor care au favorizat PCRM în mod direct sau indirect. În toate cele 37 de știri în care a fost vizat Partidul Comuniștilor în această perioadă, *Moldova Suverană* a prezentat acest concurent electoral de o manieră laudativă. În mod special au fost apreciate anumite rezultate înregistrate de guvernare, de cele mai multe ori făcându-se comparație cu situația de acum opt ani, adică de până la venirea la guvernare a comuniștilor. În același timp, ziarul a continuat să defavorizeze direct partidele de opoziție, în special pe cele liberale. De cele mai multe ori, în știri au fost prezentați în context negativ concurenții electorali AMN (de 12 ori), PL (de 9 ori), PLDM (de 5 ori), UCM (de 4 ori). În celelalte articole, în special în articolele de opinie și în editoriale se menține aceeași tendință de critică dură a opoziției liberale.

Diagrama 14 și 15. Concurenții favorizați sau defavorizați în materialele din *Moldova suverană* - frecvența



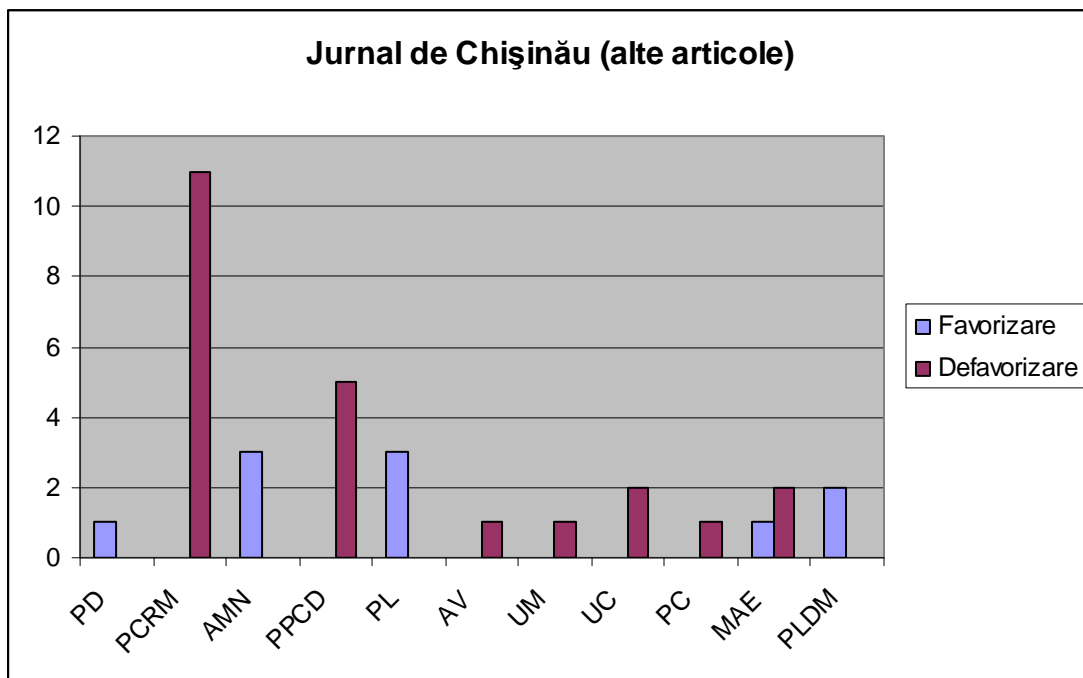
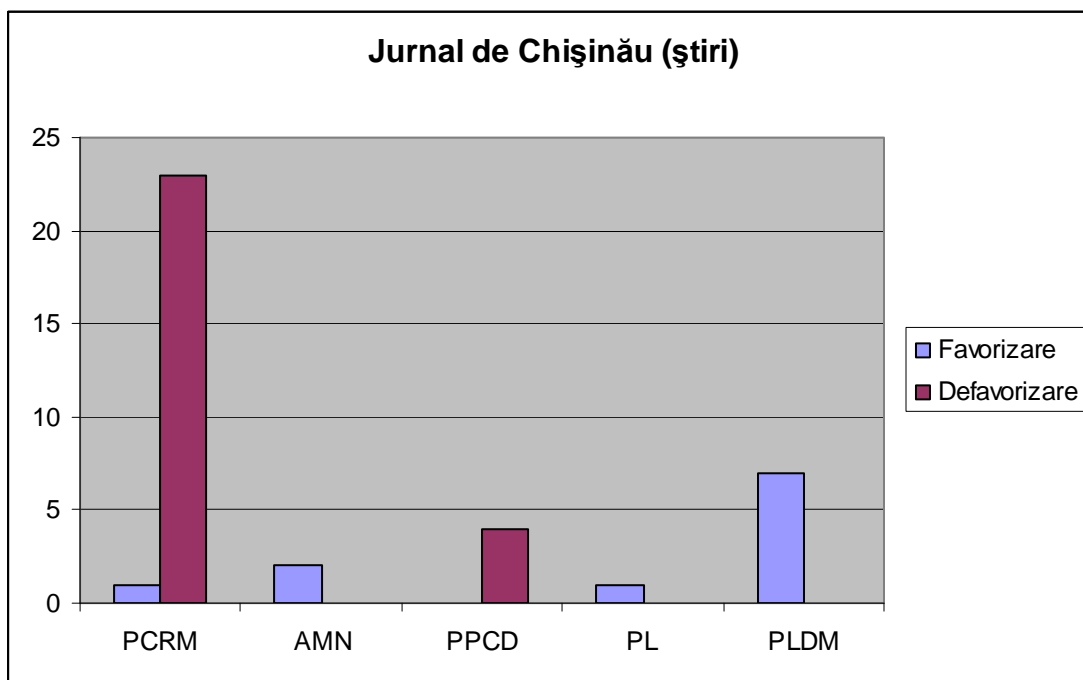
Ziarul *Flux* prezintă în context favorizant doar Partidul Popular Creștin Democrat și rareori PCRM. Toți ceilalți concurenți electorali sunt neglijați sau prezentați pe un ton zeflemitor. În articolele de opinie, Partidul Liberal, Alianța „Moldova Noastră” și Partidul Liberal Democrat sunt criticate vehement, deseori utilizându-se un limbaj dur și agresiv. Ceilalți concurenți electorali, inclusiv UCM și PD de asemenea sunt prezentați exclusiv în context care îi dezavantajează.

Diagrama 16 și 17. Concurenții favorizați sau defavorizați în materialele din Flux - frecvența



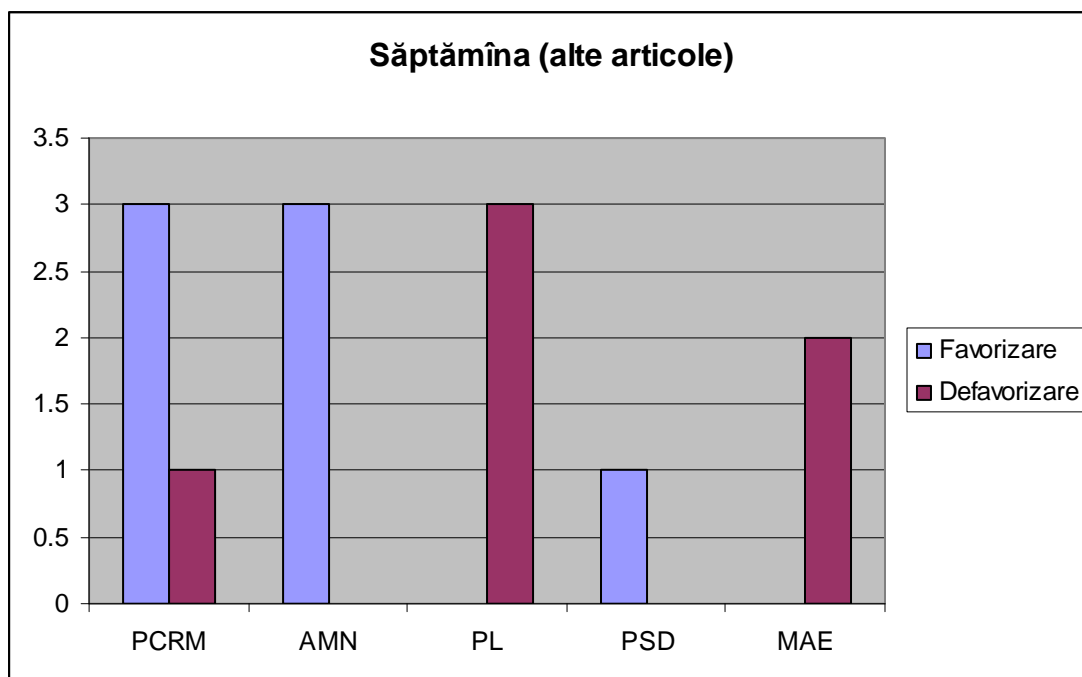
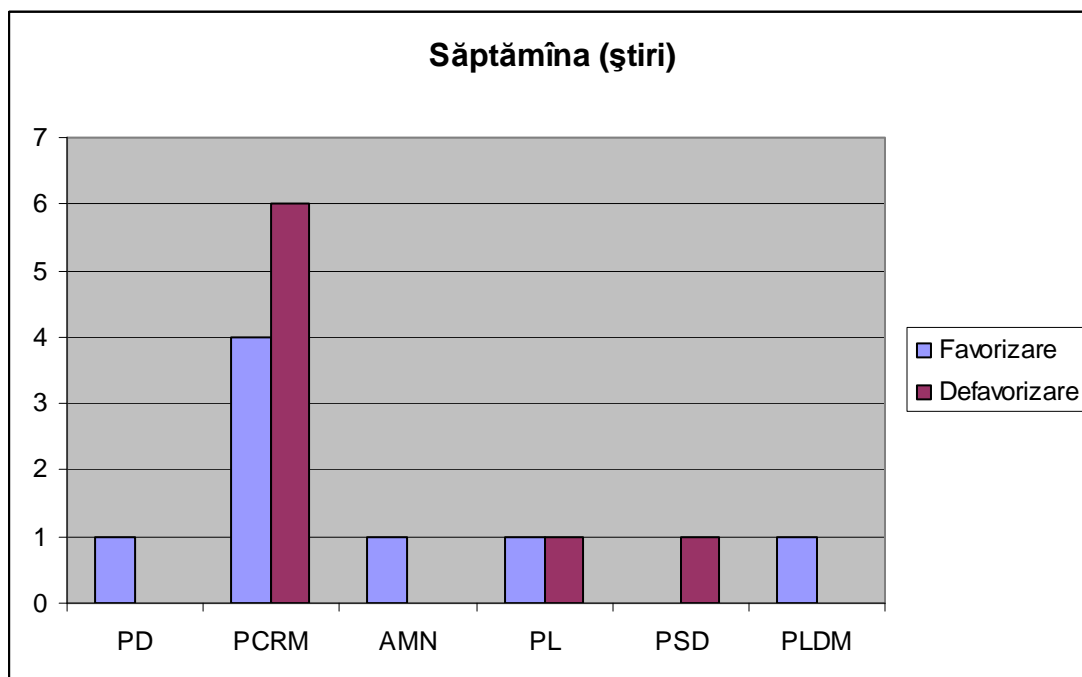
Ziarul *Jurnal de Chișinău* defavorizează partidul de guvernământ, acest concurent electoral fiind prezentat în context negativ în 23 din cele 24 de cazuri când a fost vizat. Doar în context negativ apare și PPCD (4 cazuri). În același timp, PLDM a apărut în 7 știri care l-au favorizat. În alte articole, se menține tendința de critică a PCR și PPCD și a exponenților acestora.

Diagrama 18 și 19. Concurenții favorizați sau defavorizați în materialele din *Jurnal de Chișinău* - frecvența



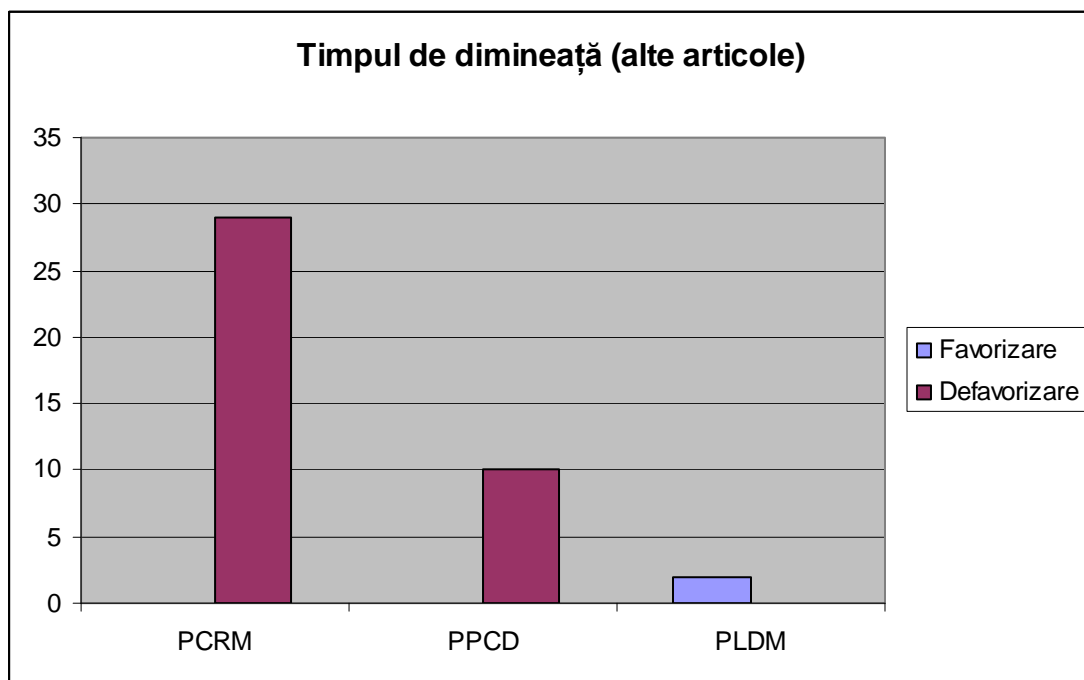
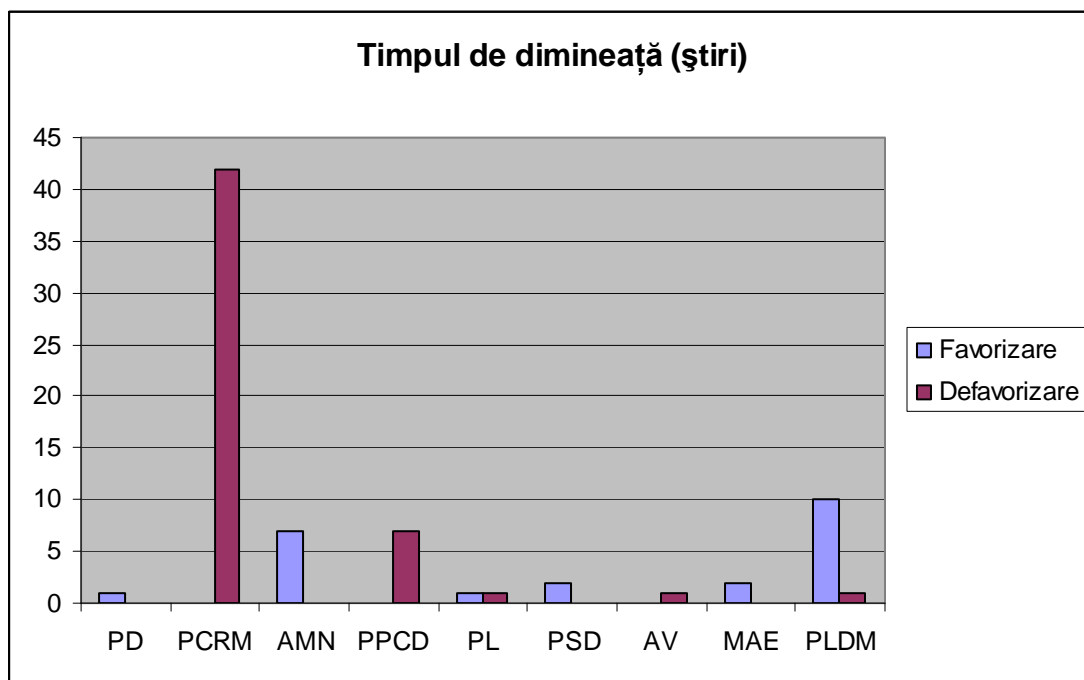
În știri, *Săptămîna* a prezentat mai des în context favorizant AMN. În raport cu partidul de guvernământ, ziarul păstrează o anumită neutralitate, în unele cazuri îl critică, iar în altele îl prezintă în context pozitiv. În articolele de opinie se remarcă simpatia redacției pentru AMN și PCRM și respingerea PL și a MAE.

Diagrama 20 și 21. Concurenții favorizați sau defavorizați în materialele din *Săptămîna* - frecvența



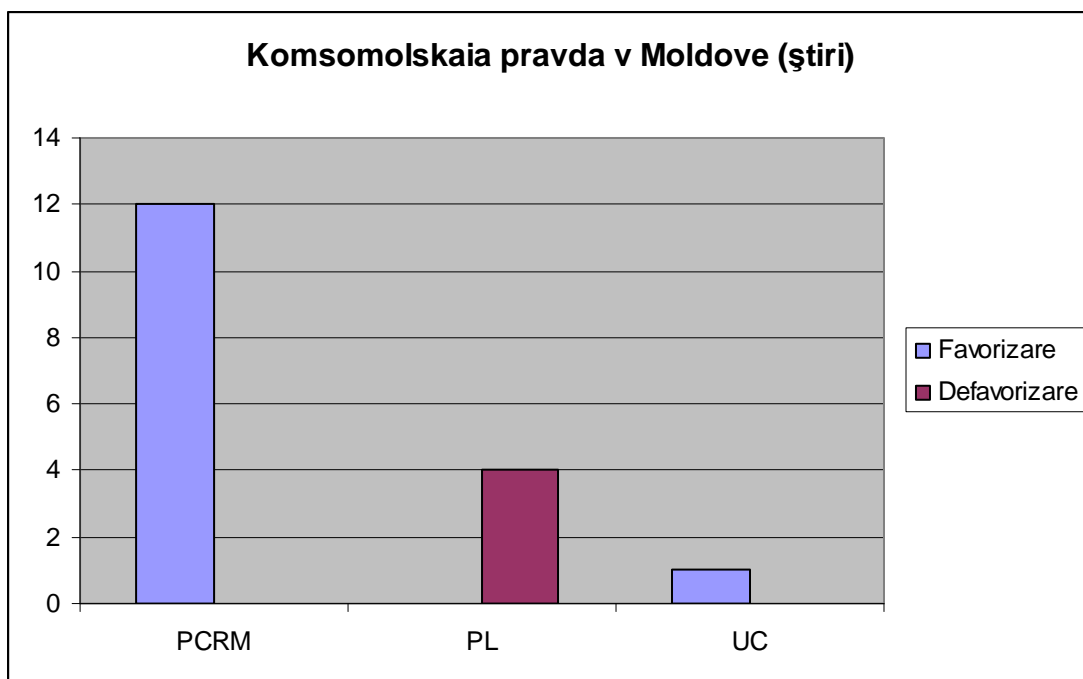
*Timpul de dimineață* prezintă PCRM exclusiv în context negativ, la fel și PPCD. Acest lucru se referă atât la știri, cât și la articolele de opinie sau alt gen de materiale. În schimb, PLDM și AMN apar în știri care îi favorizează, de cele mai multe ori, direct. O bună parte din spațiul de ziar este rezervat pentru polemici cu oponenții de la ziarul *Flux*.

Diagrama 22 și 23. Concurenții favorizați sau defavorizați în materialele din *Timpul de dimineață* - frecvența



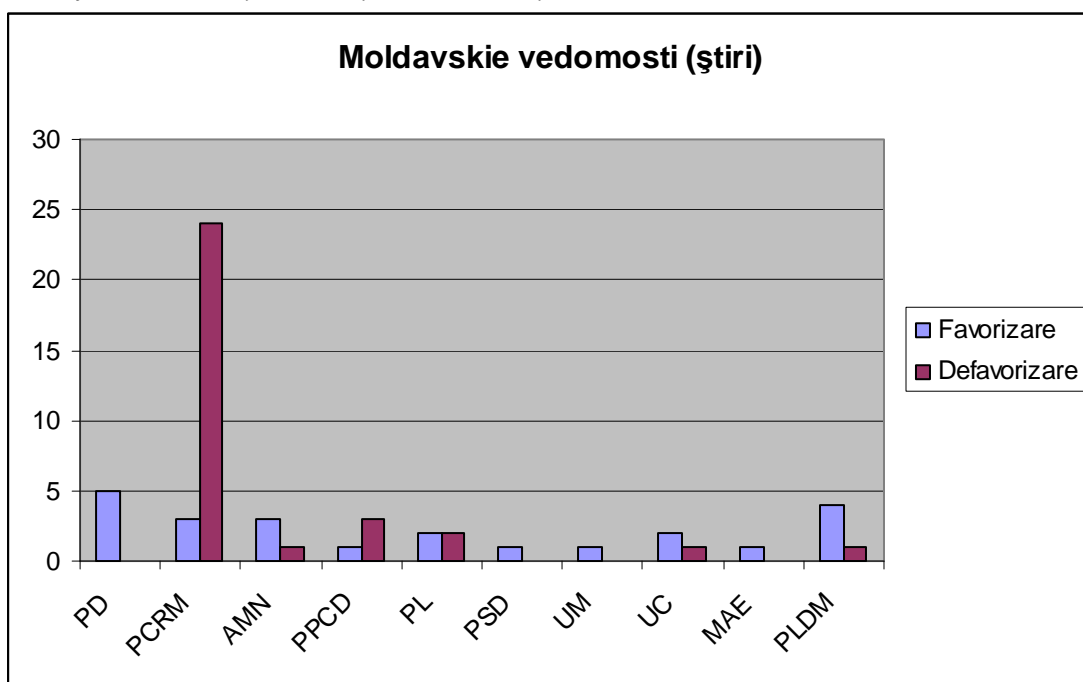
*Komsomolskaia pravda* v Moldova prezintă în context pozitiv PCRМ și defavorizează PL.

Diagrama 24. Concurenții favorizați sau defavorizați în știrile din *KP v Moldova* - frecvența

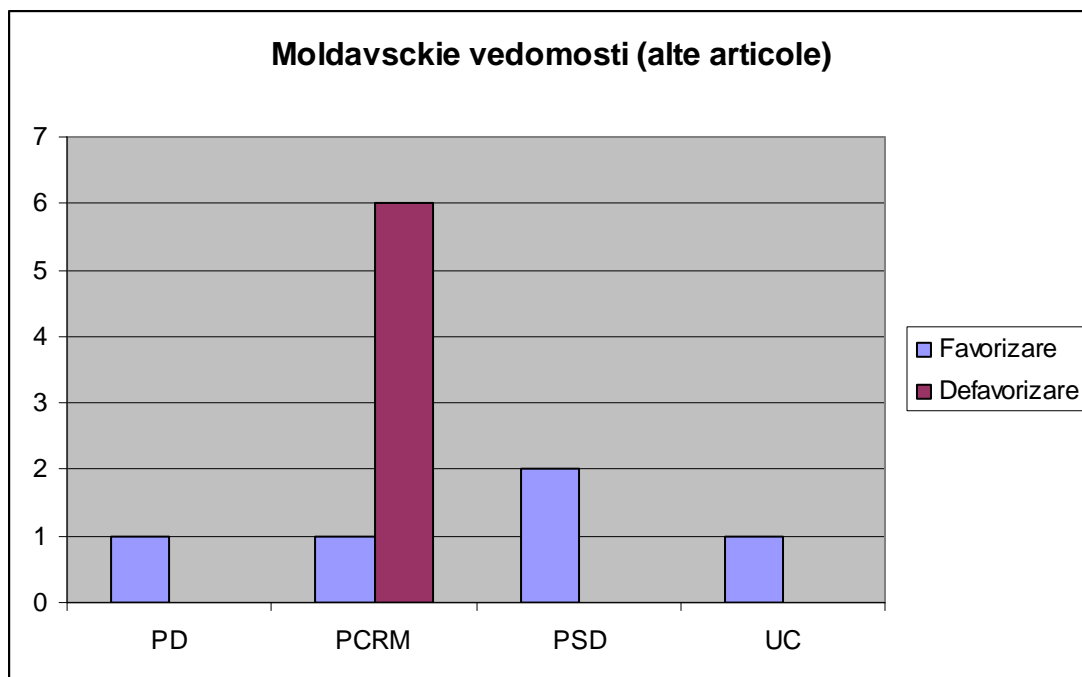


Ziarul *Moldavskie vedomosti* a continuat să critice dur partidul de guvernământ și pe liderul acestuia, prezentându-l de regulă în context negativ pe Vladimir Voronin atât în știri, cât și în articolele de opinie și în editoriale. Pe de altă parte, ziarul a prezentat în context pozitiv unele partide de opoziție, inclusiv PD, PSD și PLDM.

Diagrama 25 și 26. Concurenții favorizați sau defavorizați în materialele din *Moldavskie vedomosti* - frecvența

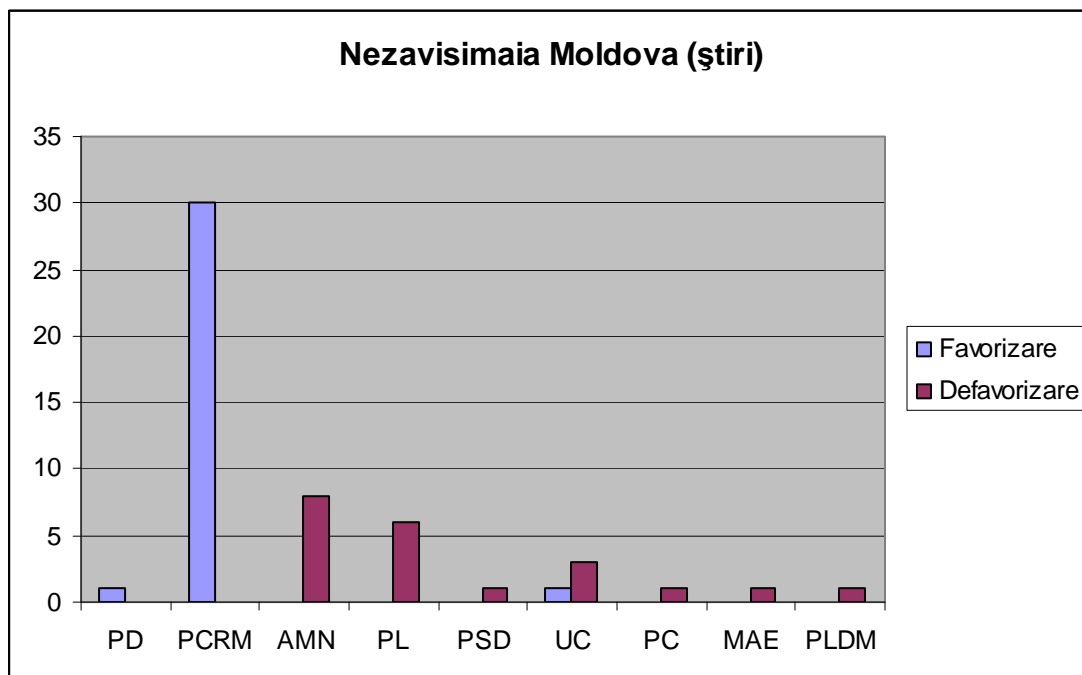


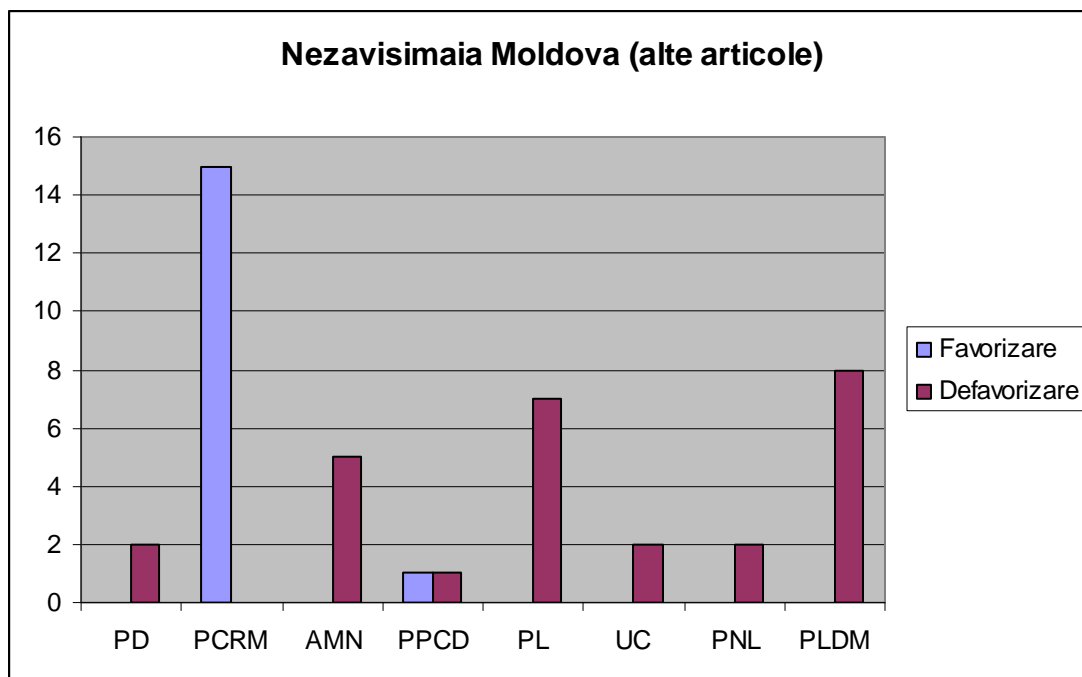




*Nezavisimaia Moldova* continuă să favorizeze exclusiv PCRM, acest partid fiind prezentat în știri, precum și în alte articole doar în context favorizant. Celelalte partide sunt prezentate, în majoritatea cazurilor, ca niște grupări cu interese obscure, fiind luate în derâdere.

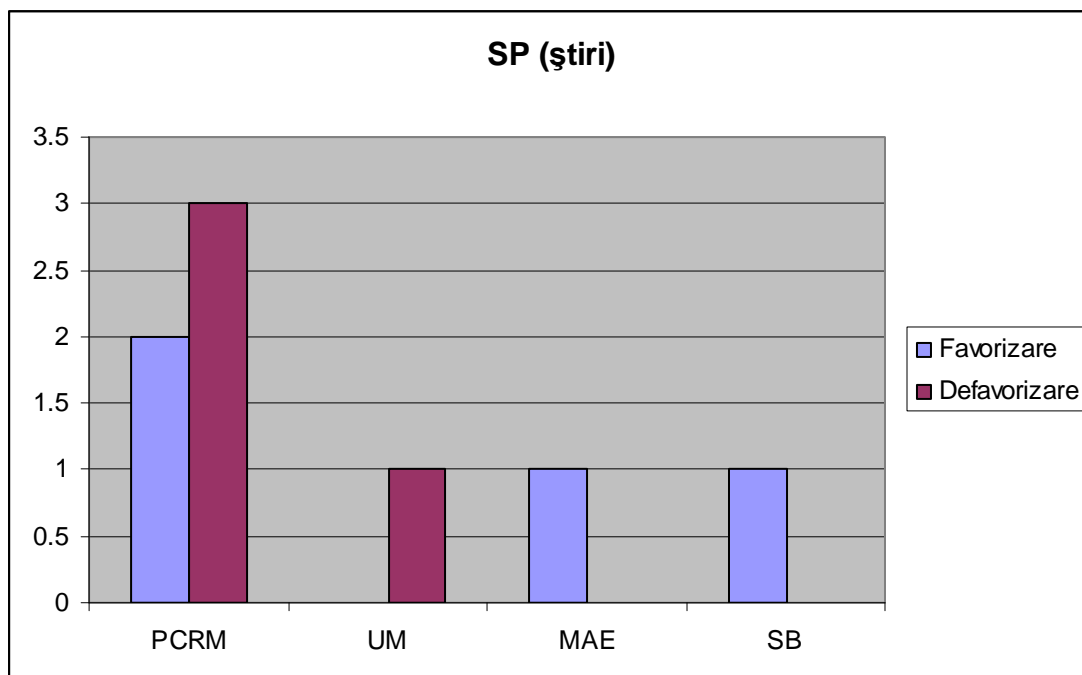
Diagrama 27 și 28. Conurenții favorizați sau defavorizați în materialele din *Nezavisimaia Moldova* - frecvența





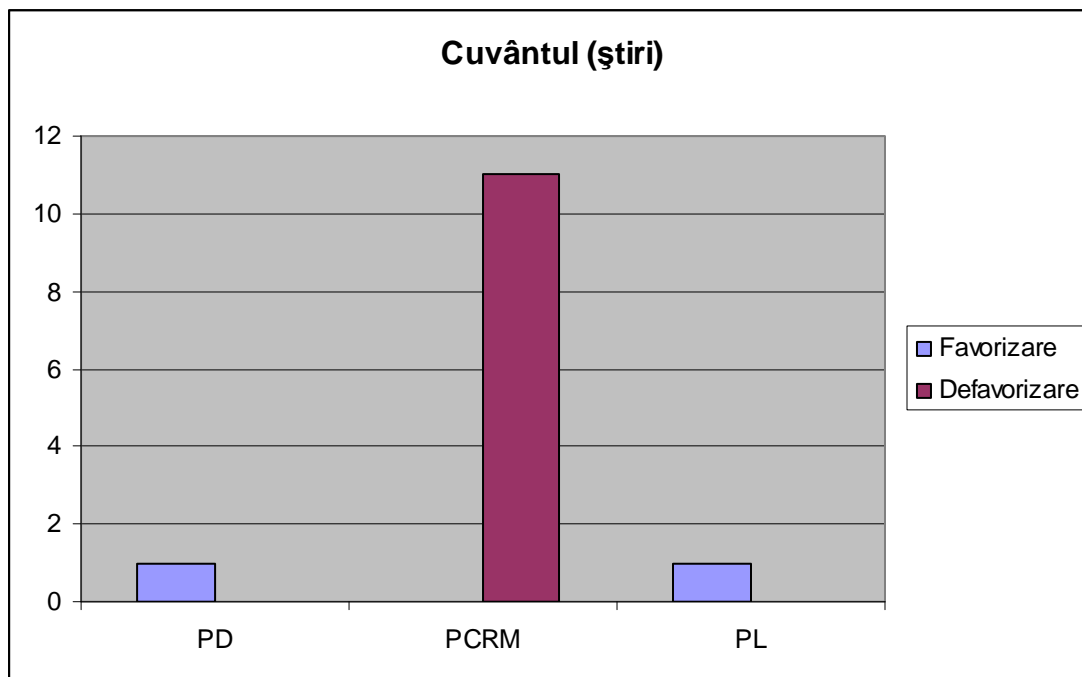
Ziarul regional *SP* (Bălți) a prezentat PCRM atât critic, cât și în context pozitiv. Alți concurenți electorali au apărut mai puțin în paginile ziarului care nu a manifestat o tendință clară de susținere pentru nici unul dintre ei.

Diagrama 29. Concurenții favorizați sau defavorizați în știrile din *SP* - frecvența



Săptămânalul *Cuvântul* a prezentat, în știri și în materialele de opinie, PCRM doar în context negativ, fără să arate simpatie clară pentru un alt concurent electoral.

Diagrama 30. Concurenții favorizați sau defavorizați în știrile din *Cuvântul* - frecvența

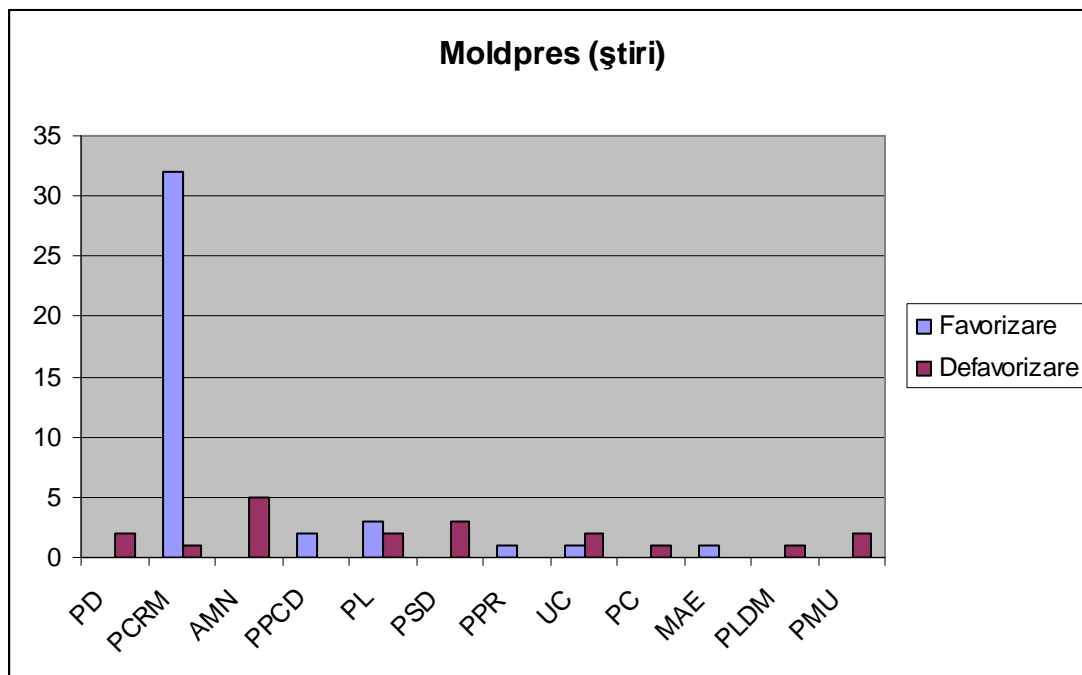


În perioada 19 februarie - 4 martie, ziarele *Realitatea* (Soroca) și *Vesti Gagauzii* (Comrat) au publicat doar materiale care se referă la procesul electoral, inclusiv hotărârile consiliilor electorale locale privind constituirea secțiilor de votare etc.

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

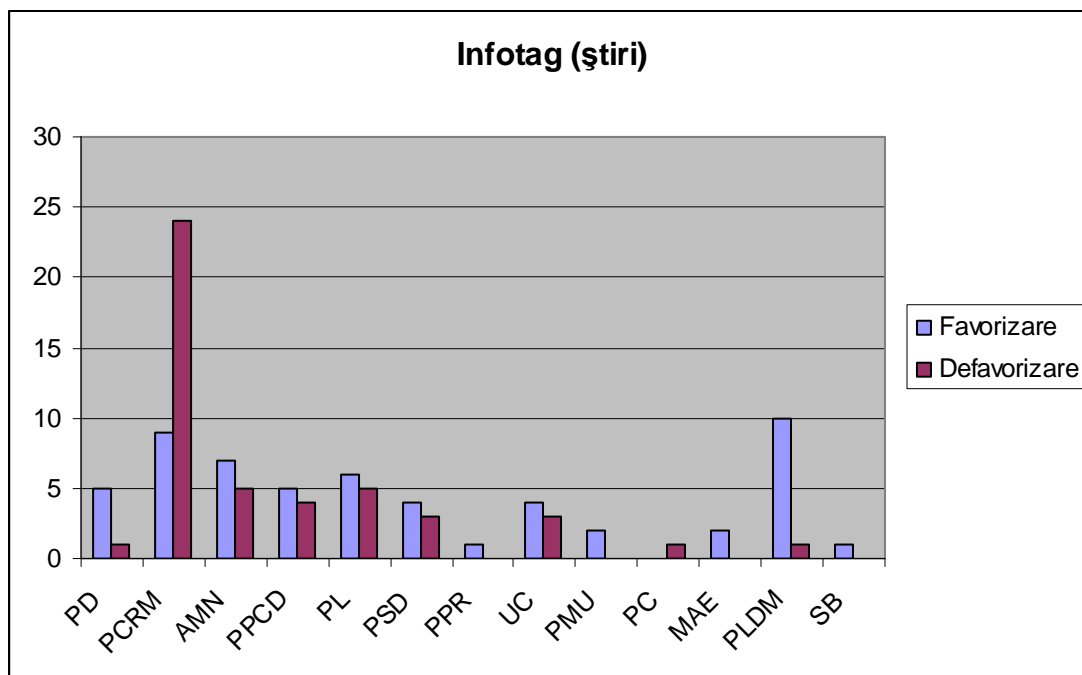
Agencia de știri *Moldpres* favorizează în continuare concurentul electoral PCRM, prezentând detaliat evenimentele cu participarea primelor persoane de pe lista de candidați a partidului de guvernământ, inclusiv a lui Vladimir Voronin, Marian Lupu sau Zinaida Greceanîi. Cu lux de amănunte au fost prezentate toate etapele Turneului internațional de șah „Cupa Președintelui”; la 23 februarie, agenția publică o știre despre apelul de a susține PCRM, lansat de pastorul la biserica evanghelică dintr-un sector al capitalei; la 26 februarie face public în întregime apelul PCRM de a se renunța la dezbaterile electorale televizate pentru a le putea permite microbiștilor să urmărească meciurile de fotbal din Liga campionilor. În schimb, evenimentele de amploare, organizate de concurenții electorali din opoziție în aceeași perioadă, au fost trecute cu vederea de *Moldpres*, nu și acuzațiile care au fost aduse acestora de terțe persoane, organizații sau alți concurenți electorali din opoziție.

Diagrama 31. Conurenții favorizați sau defavorizați în știrile Moldpres - frecvența



Agenția de știri *Infotag* reflectă campania electorală mai mult sau mai puțin echilibrat, prezentând evenimentele organizate de concurenții electorali sau cu participarea acestora. Agenția a inaugurat rubrica „Interviuri electorale”, în cadrul căreia sunt adresate aceleași întrebări liderilor formațiunilor politice concurente în alegeri. În perioada de raport, au fost publicate două interviuri de acest fel, cu Dumitru Braghiș (PSD) și Mihai Ghimpu (PL). Totalizând știrile plasate în această perioadă, situația se prezintă în felul următor:

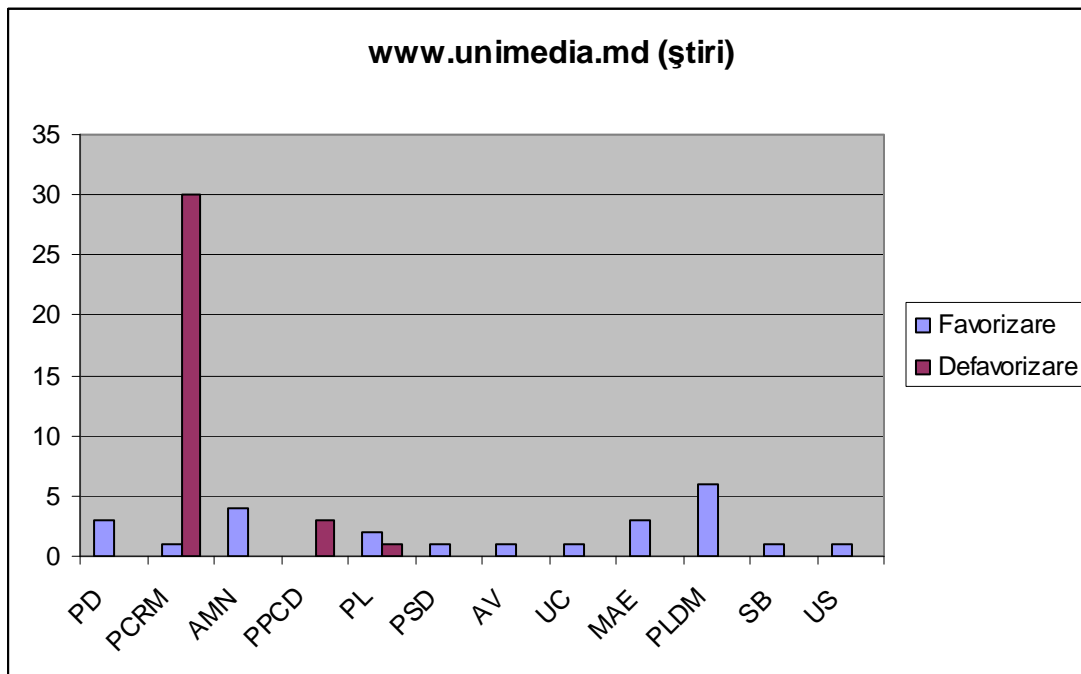
Diagrama 32. Conurenții favorizați sau defavorizați în știrile Infotag - frecvența



În știrile plasate pe [www.unimedia.md](http://www.unimedia.md) de cele mai multe ori este defavorizat concurentul electoral PCRM, în special prin reflectarea unor evenimente organizate de partidele de opoziție, în cadrul cărora sunt aduse critici dure la adresa partidului de guvernământ. Astfel, în 30 din cele

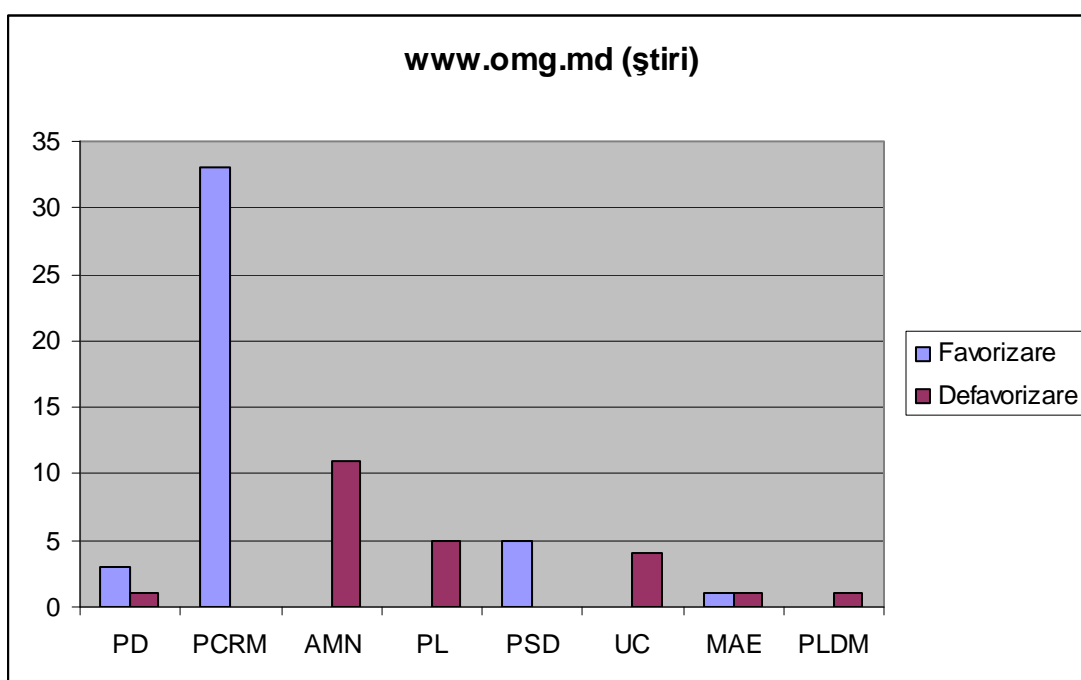
31 de știri plasate în perioada de raport, acest partid a fost prezentat în context negativ, în special în știrile care au vizat examinarea contestațiilor depuse de reprezentantul PCRМ la CEC în care [www.unimedia.md](http://www.unimedia.md) era acuzată nejustificat de plasarea publicității electorale care nu ar fi marcată corespunzător. Ceilalți concurenți electorali sunt prezentați neutru sau în context pozitiv, mai puțin PPCD.

Diagrama 33. Concurenții favorizați sau defavorizați în știrile de pe unimedia.md - frecvența



Știrile plasate în perioada de raport pe site-ul [www.omg.md](http://www.omg.md) relevă prezentarea doar în context favorabil a concurentului electoral PCRМ care a fost subiectul știrilor pozitive în toate cele 33 de cazuri care l-au vizat. În context pozitiv apare uneori și PSD. În schimb, AMN a fost prezentat doar în știri care dezavantajează acest partid (11 cazuri), la fel ca și PL (5) sau UCM (4 cazuri).

Diagrama 34. Concurenții favorizați sau defavorizați în știrile de pe omg.md - frecvența



## 6. Concluzii generale

- Numărul foarte mare de materiale care au vizat direct sau indirect subiecte electorale (în total 4882) pe care le-au difuzat/publicat cele 24 de mass-media în perioada monitorizată denotă interesul sporit al presei față de actuala campanie, pe de o parte, și activismul concurenților electorali, al Comisiei Electorale Centrale și al societății civile, pe de altă parte.
- Majoritatea instituțiilor mass-media reflectă campania electorală fără a ține cont de necesitatea publicului de a cunoaște informații relevante despre concurenții electorali și programele acestora. Cazurile în care mijloacele de informare în masă prezintă toate partidele antrenate în campania electorală, reflectând fără excepții evenimentele organizate de concurenți și fără interpretarea declarațiilor sau scoaterea acestora din context, sunt puține la număr, ceea ce demonstrează un anumit grad de partizanat politic din partea presei.
- Concurenții electorali nu au acces egal la mass-media monitorizate, unii dintre ei fiind favorizați în detrimentul altora, acestora din urmă îngrădindu-li-se dreptul de a-și expune punctele de vedere în probleme importante.
- Cu unele excepții, mijloacele de informare în masă finanțate parțial sau total din bugetul public favorizează în mod evident partidul de guvernământ. Prin această abordare, mass-media respective încalcă dreptul alegătorilor de a fi informați în privința tuturor concurenților electorali pentru a face o alegere liberă și informată. Astfel, o mare parte din alegătorii din localitățile rurale, care nu au acces decât la posturile publice Moldova 1 și Radio Moldova, se aleg doar cu informație unilaterală și tendențioasă.
- Se atestă cazuri de intimidare a unor mass-media care nu sunt loiale partidului de guvernământ. Decizia de a iniția seria de controale la postul „Albasat” TV anume în campania electorală poate fi interpretată drept o încercare a puterii de a hărțui presa cu politici editoriale anticomuniste.

*Coaliția 2009 este o uniune benevolă de organizații neguvernamentale din Republica Moldova care au drept scop sa contribuie la asigurarea unor alegeri libere, corecte, transparente și democratice ale Parlamentului Republicii Moldova și continuă activitățile de promovare a unor alegeri libere și corecte demarate de Coaliția 2005 și 2007. La moment Coaliția 2009 întrunește peste 60 de organizații neguvernamentale.*

## **Anexă**

### **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"  
UCM - Uniunea Centristă din Moldova  
PMU - 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  
PNȚ – Partidul Pentru Neam și Țară  
VR – Victor Răilean, candidat independent  
UȘ – Urătu Ștefan, candidat independent  
PRES - Președintele, președinția  
PARL - Parlament  
GUV - primul-ministru, oficiali din guvern, miniștrii, oficiali din ministere.  
AIS – alte instituții de stat