

Monitorizarea mass-media în campania electorală

Report nr. 1
16-29 ianuarie 2005

Proiect realizat cu suportul financiar al Ambasadei SUA, al Ambasadei Britanice, al Fundației Eurasia, din mijloacele acordate de Agenția SUA pentru Dezvoltare Internațională (USAID) și Agenția Suedeză pentru Dezvoltare și Cooperare Internațională (SIDA/ASDI).

Opiniile exprimate în această publicație aparțin autorilor și nu reflectă neapărat poziția finanțatorilor.



British Embassy
Chișinău



Monitorizarea mass-media în campania electorală

Raportul nr 1, 16-29 ianuarie 2005

Proiectul de monitorizare a reflectării campaniei electorale parlamentare de către mass-media din Republica Moldova are drept scop informarea opiniei publice asupra comportamentului presei și sesizarea comunității internaționale asupra cazurilor de abuz împotriva libertății presei în procesul electoral.

Proiectul este realizat, în cadrul “Coaliției 2005”, de către Centrul Independent de Jurnalism, Centrul de Analiză și investigații Sociologice, Politologice și Psihologice CIVIS, Asociația Presei Independente și organizația internațională Campania Globală pentru Libertatea de Exprimare “Articolul 19”.

Perioada de monitorizare - 6 ianuarie-6 mai 2005 – cuprinde campania electorală parlamentară, perioada postelectorală, precum și reflectarea campaniei de alegere a noului președinte de către parlament.

Orarul monitorizării

TV

Luni-vineri

06:30 – 09:00 și 17:00 – 22:30

Sâmbătă-duminică

06:30 – 22:30

Radio

Luni-duminică

06:00 – 24:00

Criteriile de selectare a instituțiilor de presă supuse monitorizării:

- tirajul/ audiența/ impactul
- forma de proprietate (de stat și private)
- limba (română și rusă)
- aria de acoperire (național, local)

Mass-media monitorizate:

Presa scrisă

Moldova Suverană, Nezasvisimaia Moldova, Timpul de dimineață, Săptămîna, Komsomolskaia Pravda v Moldove, Moldavskie Vedomosti, SP (Bălți), Vesti Gagauzii (Comrat), Unghiul (Ungheni), Farul Nistrean (Rezina)

TV

Moldova 1, NIT, Pervii canal v Moldove, PRO TV, Euro TV Chișinău, TVC 21, RIF TV, TV Bălți, Blue Star (Bălți), TV Găgăuzia, Canal X (Briceni), Cvant TV (Cahul)

Radio

Serebreanii dojd, Radio Moldova, Antena C, Russkoe Radio, Hit FM, Sănătatea (Edineț), Radio Nova, Europa Plus, Kiss FM, 103.5 (Bălți), Vocea Basarabiei, Radio Găgăuzia

Ce monitorizăm?

- Știrile
- Timpii de antenă și publicitatea electorală

- Opiniile
- Timpul de vorbire directă
- Programele electorale speciale (dezbateri etc.)
- Materiale de instruire a alegătorilor
- Vox populi

Concluzii privind monitorizarea mass-media în perioada 16-29 ianuarie 2004

Presa scrisă

În primă etapă a monitorizării, atât presa de stat, cât și cea ne-statală a fost părtinitoare în reflectarea campaniei electorale, în prezentarea concurenților electorali și a evenimentelor care au o legătură directă sau indirectă cu alegerile parlamentare.

Excepție – ziarul SP și, parțial, Unghiul, care prezintă informație echilibrată, iar opiniile exprimate în favoarea sau defavoarea unui sau altui concurent electoral sunt delimitate clar de restul conținutului editorial.

Pe de o parte, presa de stat (Moldova Suverană, Nezavisimaia Moldova, parțial Vesti Gagauzii și Farul Nistrean) „abundă” în articole de laudă la adresa guvernării. Pe de altă parte, ea publică articole care discreditează principalii oponenți ai partidului de guvernământ, deseori aceste articole fiind „mascate” ca scrisori ale cititorilor.

De asemenea, în presa de stat sunt publicate numai știrile care favorizează partidul de guvernământ sau cele care defavorizează, direct sau indirect, oponenții acestuia. Știrile care defavorizează partidul de guvernământ nu sunt prezentate în general sau sunt prezentate telegrafic (exemplu: anularea de către Curtea de Apel Chișinău a deciziei CEC privind crearea Consiliului electoral municipal Chișinău). De regulă, articolele au o singură sursă de informare, cea oficială (Președinție, Parlament, Guvern, ministere).

Unele publicații private (Timpul de dimineață, Săptămîna, Moldavskie Vedomosti) critică partidul de guvernământ și promovează Blocul Electoral „Moldova Democrată” sau alți concurenți electorali. Ziarele SP și Unghiul nu promovează nici un concurent electoral, deși în unele articole critică partidul de guvernământ. În prima perioadă de monitorizare, ziarul Komsomolskaia pravda v Moldove a publicat puține articole care vizează procesul electoral.

Atât în presa de stat, cât și în cea privată există multă publicitate electorală mascată, nemarcată conform cerințelor Regulamentului privind reflectarea campaniei electorale în mass-media, aprobat de CEC. Majoritatea ziarelor nu au rezervat spații speciale pentru publicitatea electorală, ceea ce poate crea anumite confuzii în rândurile cititorilor neavizați.

Cu unele excepții (SP, Unghiul, Moldavskie Vedomosti), în presa scrisă monitorizată nu au fost publicate articole de educație electorală.

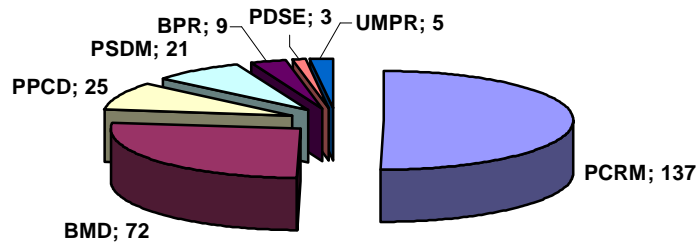
Radio

Monitorizarea din perioada 16-29 ianuarie atestă o angajare neuniformă a posturilor de radio în procesul electoral. După frecvența difuzării știrilor legate de campania electorală, pe primul loc se situează postul municipal Antena C, cu 48,9% din știrile difuzate de posturile monitorizate, apoi Europa plus (16,1%), Radio Moldova (13,9%), Serebreannii dojd (7,9%) și Russkoe Radio (7,2%).

Din numărul total de știri cu caracter electoral, 28,7 la sută au conținut mesaje pozitive în favoarea unui sau altui candidat. Favoritul clar al majorității posturilor de radio supuse monitorizării a fost partidul de guvernământ cu 50,4 la sută din știrile cu caracter pozitiv. În 26,5% din cazuri a fost prezentat în context pozitiv BMD. PPCD a beneficiat de 9,2 la sută din știrile pozitive, iar PSDM –

de 7,7 %. Celelalte partide concurente, care au intrat în campania electorală mai târziu, se situează sub 1%.

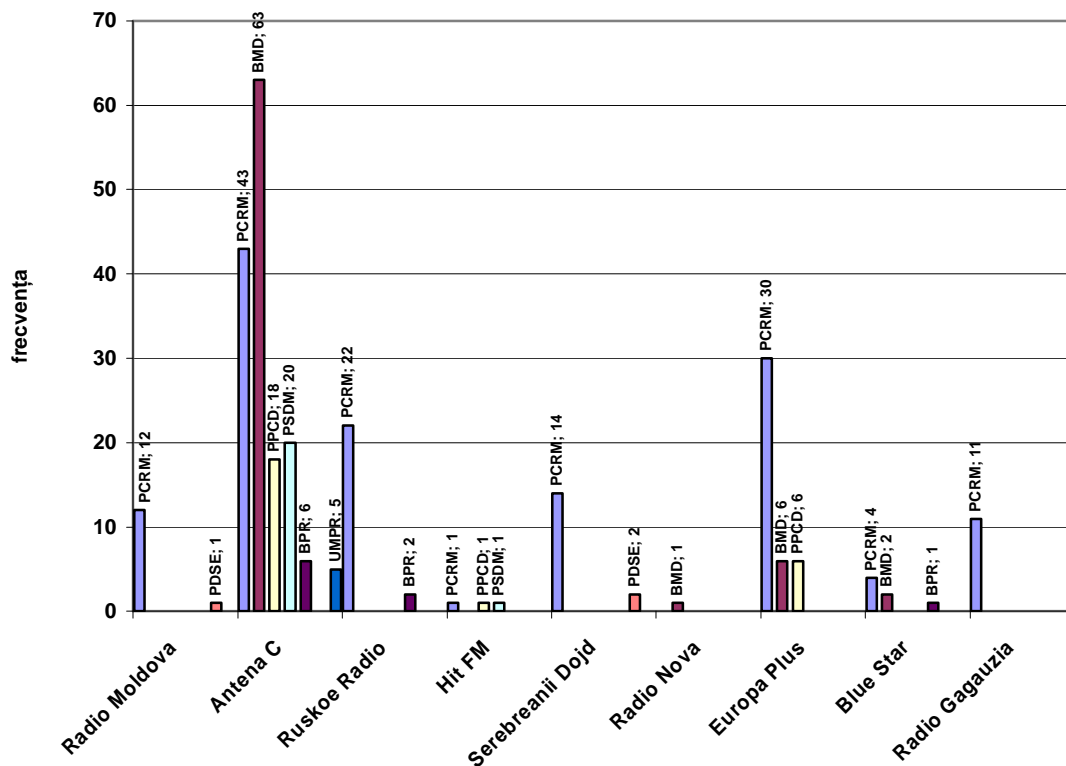
Diagrama 2. Concurenți electorali prezenți la știri în context pozitiv (total pentru radio - frecvența)



De remarcat că circa 57 la sută din știrile cu mesaj pozitiv difuzate în această perioadă în favoarea concurenților electorali aparțin Antenei C. Aici au fost prezentate în context pozitiv toate partidele concurente fără excepție, BMD fiind pe primul loc – cu 40,6 la sută din știrile cu mesaj pozitiv, iar PCRML - pe al doilea loc, cu 27,7%.

La postul public național Radio Moldova și la postul public regional Radio Găgăuzia a beneficiat de mesaje pozitive numai partidul de guvernământ. PCRML a fost favorizat și la posturile private, cu excepția Hit FM și Radio Nova. Totuși, cel mai mare număr de știri pozitive despre PCRML l-a difuzat Antena C.

Diagrama 2.1. Concurenți electorali prezenți la știri în context pozitiv



Tot Antena C a transmis și cel mai mare număr de știri negative vizînd PCRM-ul. Cu excepția Radio Nova și Blue Star, celelate posturi de radio, și publice, și private, nu au prezentat PCRM-ul în știri cu caracter negativ. Radio Moldova a prezentat în context negativ doar partidele de opoziție – BMD, de cele mai multe ori, apoi Blocul Patria-Rodina, Mișcarea “Ravnopravie” și PSDM.

Diagrama 3. Concurenți electorali prezentați la știri în context negativ (total pentru radio - frecvența)

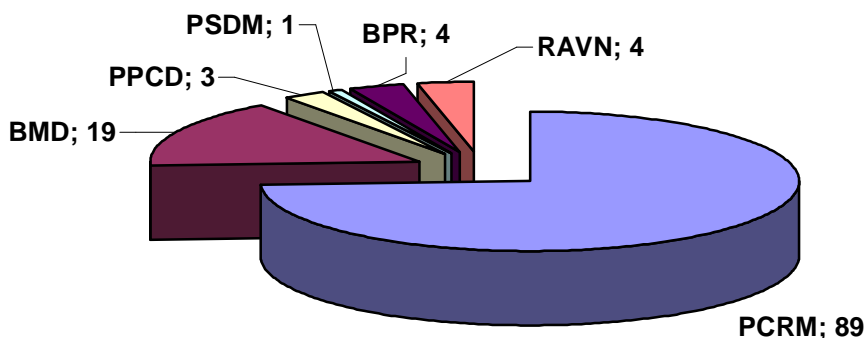
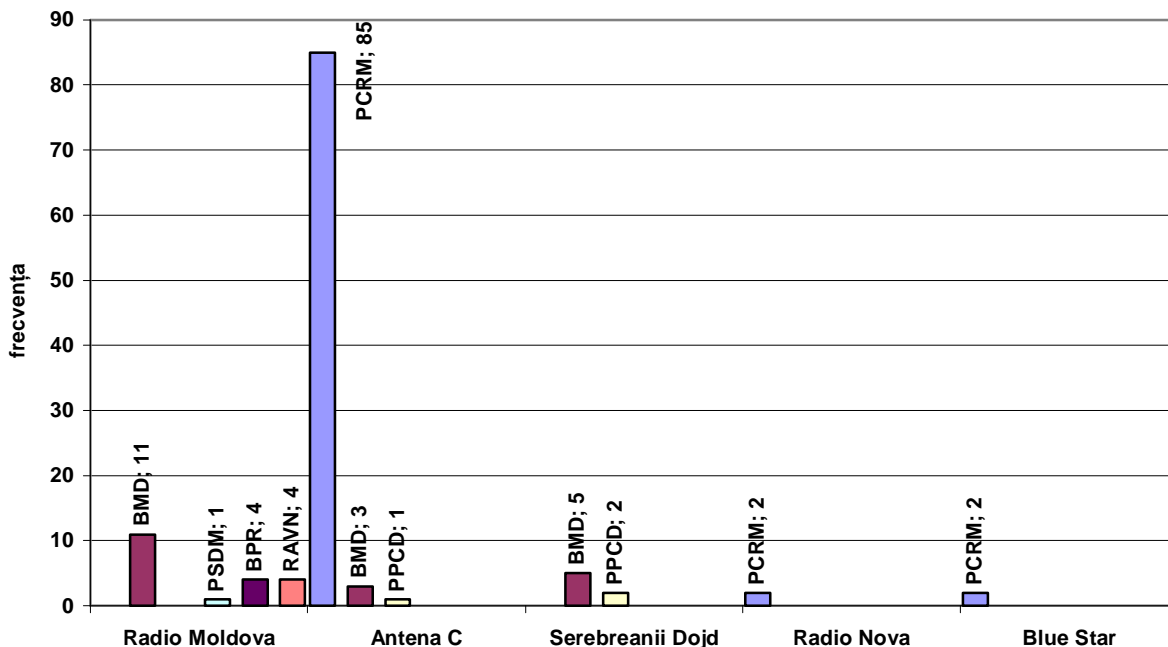


Diagrama 3.1. Concurenți electorali prezentați la știri în context negativ



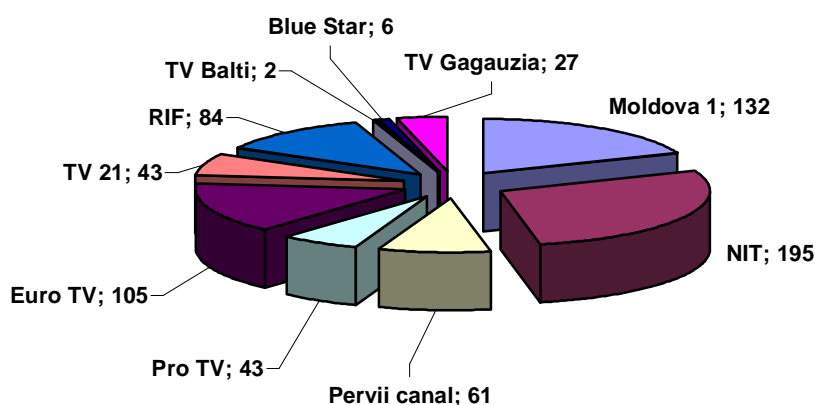
Marea majoritate a concurenților electorali nu au recurs la timpul de antenă gratuit, pe care sunt obligate să-l ofere posturile publice.

Cu excepția Antenei C, posturile de radio monitorizate nu au difuzat materiale de instruire a alegătorilor.

TV

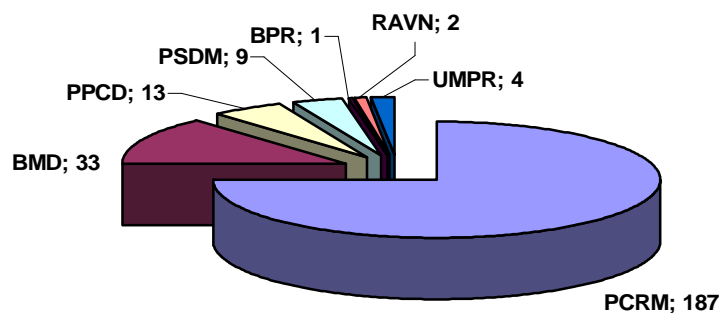
Angajarea posturilor TV în alegeri este relativ uniformă:

Diagrama 1. Numărul de știri cu caracter electoral



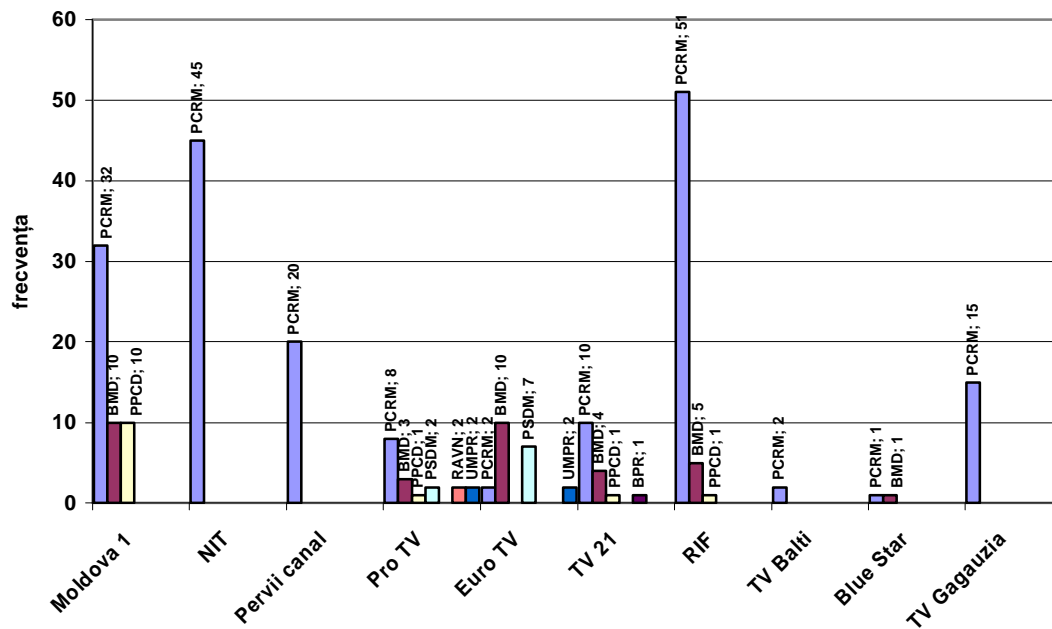
Concurentul electoral cel mai mult mediatizat în context pozitiv la știrile difuzate de marea majoritate a televiziunilor supuse monitorizării a fost partidul de guvernământ – 71,1% din totalul de știri pozitive. BMD a fost prezentat în știri cu caracter pozitiv în 13,3 % din cazuri de acest fel, PPCD – 5,2%, PSDM – 3,6%.

Diagrama 2. Concurenți electorali prezentați la știri în context pozitiv (total pentru televiziune - frecvența)



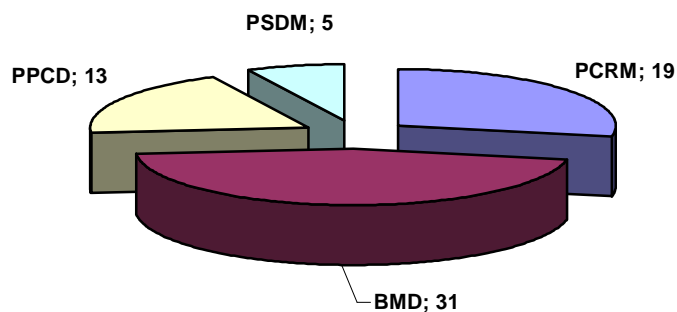
De remarcat tendințele (slabe în unele cazuri) spre o prezentare echilibrată a concurenților electorali la Moldova 1, PRO TV, Euro TV, Blue Star. NIT, Pervii kanal și postul public TV Găgăuzia au favorizat doar un singur concurent – PCRM.

Diagrama 2.1. Concurenți electorali prezentați la știri în context pozitiv



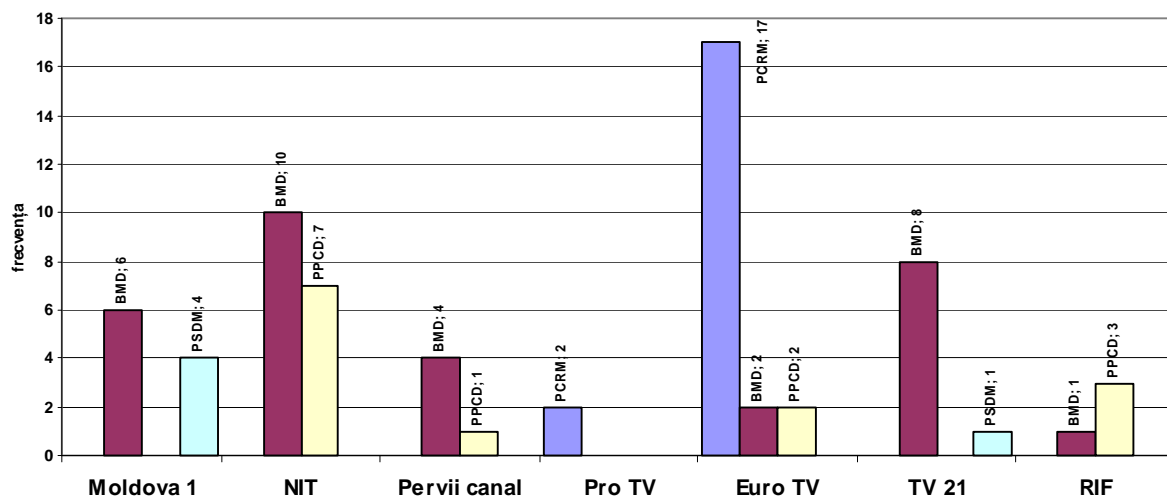
Subiectul celor mai multe știri negative a fost opoziția (BMD – 45,6% din totalul știrilor negative, PPCD – 19,1%, PSDM- 7,4%.) și PCR (27,9%). Cu excepția PRO TV, majoritatea canalelor care au favorizat PCR-ul, au defavorizat opoziția.

Diagrama 3. Concurenți electorali prezentați la știri în context negativ (total pentru televiziune - frecvența)



Din cele 19 știri negative vizînd PCR-ul, 17 aparțin Euro TV. De remarcat însă că spre deosebire de Moldova 1, NIT, Pervii canal, TV Găgăuzia care, cu excepția ultimului, difuzează pe întreg teritoriul RM, aria de acoperire a Euro TV este mult mai mică.

Diagrama 3.1. Conurenți electorali prezentați la știri în context negativ



Cu excepția NIT-ului, televiziunile supuse monitorității au difuzat un număr nesemnificativ de materiale de instruire a alegătorilor.