



**„MONITORIZAREA REFLECTĂRII CAMPAНИЕI ELECTORALE PENTRU ALEGERILE
GENERALE LOCALE DIN 05 IUNIE 2011 DE CĂTRE IPNA TELERADIO-MOLDOVA”**

Raport de monitorizare

Perioada: 01 mai – 05 iunie 2011

**Proiect realizat de Asociația Presei Electronice cu sprijinul Fundației
Soros-Moldova
în cadrul Coaliției Civice pentru Alegeri Libere și Corecte**

CADRUL METODOLOGIC

Perioada: 01 mai – 05 iunie 2011

Obiectul monitorizării: știrile politice/electorale; emisiunile electorale; publicitatea electorală.

Scopul: determinarea modului în care radiodifuzorul public național își exercită atribuțiile ce-i revin, conform legislației, într-o campanie electorală.

Autorul monitorizării: Asociația Presei Electronice din Moldova.

GRILA DE MONITORIZARE:

Posturi monitorizate: Radio Moldova, Tv Moldova1.

Subiecți monitorizați:

- Politicieni/partide
- Funcționari de stat
- Experți
- Cetățeni

Analiza cantitativă:

- Numărul știrilor politice/electorale, inclusiv a știrilor cu caracter conflictual;
- Frecvența și durata aparițiilor actorilor politici: a) intervenții directe; b) mențiuni/apariții
- Frecvența aparițiilor protagoniștilor (politicieni/funcționari/cetățeni/experti)
- Raportul categoriilor de protagoniști în știri
- Numărul și componența dezbaterilor electorale
- Volumul publicității electorale

Analiza calitativă:

- Numărul surselor de informație în știrile cu caracter conflictual
- Contextul apariției actorilor politici în știri: a) pozitiv; b) negativ; c) neutru
- Atitudinea jurnalistului în știri: a) părtinitoare; b) nepărtinitoare
- Prestația moderatorului dezbaterilor electorale: a) adecvată; b) parțial adecvată; c) inadecvată

I Radio Moldova

1.1. Știri cu caracter electoral

În perioada 1 mai - 5 iunie 2011 au fost monitorizate 173 de știri electorale, pe care le-a difuzat postul Radio Moldova. Din numărul total de știri 41 au avut caracter conflictual, ceea ce constituie $\approx 24\%$ (vezi Diagrama 1). Dintre acestea 8 (20%) au fost scrise în temeiul unei singure surse de informație, fapt care denotă anumite deficiențe în activitatea profesională a jurnaliștilor (vezi Diagrama 2). De exemplu, pe 4 mai, în edițiile informative de la orele 11.00 și 12.00 ascultătorilor li se comunica știrea că M.Godea, vice-președinte PLDM, părăsește formațiunea. Reacția partidului în știrea respectivă a lipsit. Sau, la 26 mai, în a treia știre din ediția de la ora 17.00, era invocată declarația PLDM că va da în judecată întreprinderea "Poșta Moldovei", opinia acesteia, însă, nefiind solicitată. Pe 1 iunie, în știrea a 6-a din ediția de la ora 17.00. era criticat dur candidatul la funcția de primar al municipiului Chișinău D.Chirtoacă, iar replica acestuia lipsea.

În mai multe cazuri (5 mai, 18 mai, 20 mai) edițiile informative au conținut știri electorale ce au depășit durata stabilită în "Declarația IPNA „Teleradio – Moldova” privind politica editorială pentru campania electorală în alegerile locale generale din 5 iunie 2011", adică până la 120 de secunde pentru știrile simple și până la 240 de secunde pentru știrile cu caracter conflictual. Pe de o parte, este de salutat intenția instituției de a stabili anumite limite temporale pentru subiectele electorale ca mijloc de asigurare a unui echilibru informațional. Pe de altă parte, este dificil de menținut respectivele limite, dat fiind faptul că durata subiectului este influențată de importanța și anvergura evenimentului reflectat. Posibil, mai judicios ar fi fost stabilirea limitelor temporale pentru intervențiile directe ale actorilor politici/electorali în programele informative.

În toate știrile electorale monitorizate poziția autorilor lor a fost nepărtinitoare.

Diagrama 1

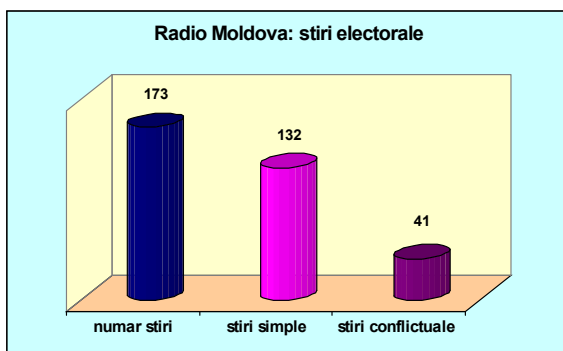
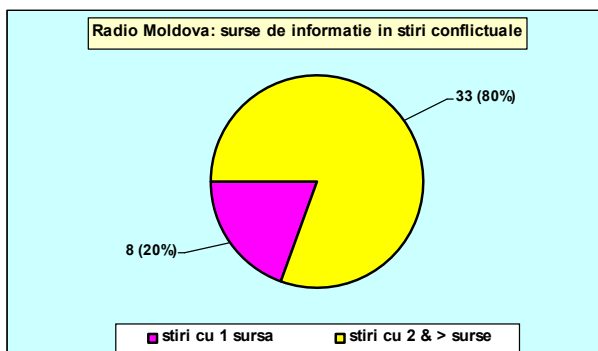


Diagrama 2



Radio Moldova a mediatizat în știrile electorale 41 de actori politici personalizați. Cea mai mare vizibilitate în știri, din punctul de vedere al frecvenței și duratei, au avut-o candidații la funcția de primar general al municipiului Chișinău. Primele 4 poziții din Top 10 revin reprezentanților partidelor parlamentare (I.Dodon, V.Buliga, D.Chirtoacă) și candidatului independent M.Godea (vezi Diagramele 3 și 4). Mediatizarea actorilor politici personalizați la radio, în fond, reflectă modul în care aceștia au organizat evenimente electorale, relevante pentru public și, deci, demne de atenția mass-mediei.

Diagrama 3

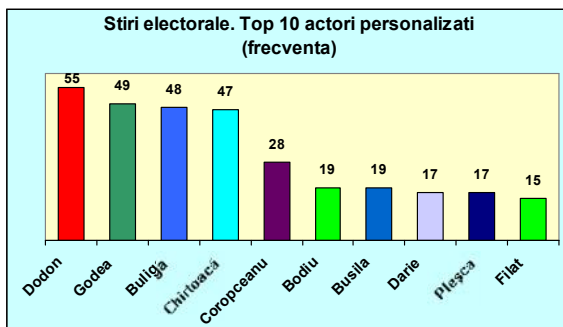
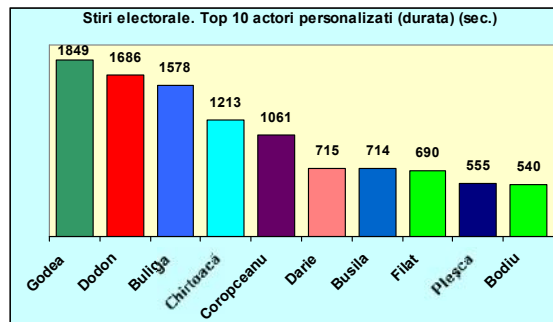
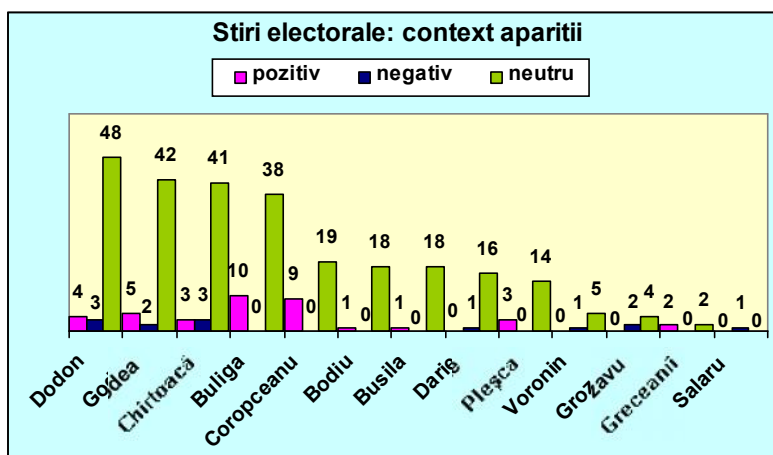


Diagrama 4



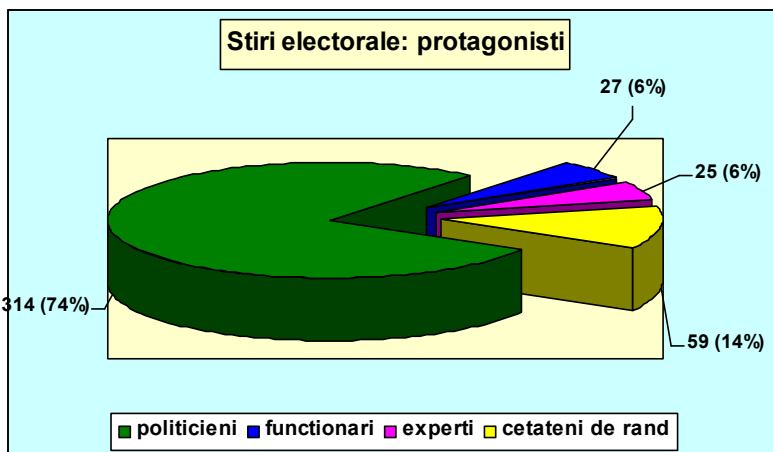
În știrile electorale de la Radio Moldova 28 dintre cei 41 de actori personalizați au apărut doar în context neutru, iar 13 – și în alte contexte (vezi Diagrama 5). Între aceștia se regăsesc 8 candidați la funcția de primar general al municipiului Chișinău. 3 dintre ei - D.Chirtoacă, I.Dodon și M.Godea, apar în toate contextele; unul – M.Darie – în contexte negativ și neutru, iar 4 – V.Buliga, V.Corobceanu, R.Bușilă și V.Pleșca – în contexte pozitiv și neutru.

Diagrama 5



În cadrul știrilor electorale, difuzate în perioada de referință, au fost prezente toate categoriile de protagoniști: *politicieni*, *functionari*, *experti* și *cetățeni de rând*. În majoritatea covârșitoare a cazurilor protagoniștii ai știrilor au fost *politicienii*, acestora revenindu-le trei sferturi din prezențe (vezi Diagrama 6). Cetățenii de rând au avut calitatea de protagoniști ai știrilor electorale aproximativ la fel de des ca și funcționarii și experții luați împreună.

Diagrama 6

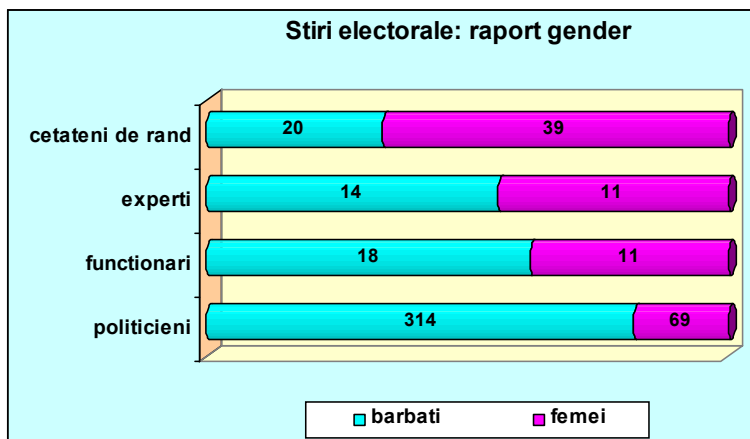


În ceea ce privește raportul “gender” acesta, deși, per ansamblu, este în favoarea “bărbaților”, diferă de la o categorie de protagoniști la alta. Astfel, în cadrul categoriei “cetățeni

de rând” raportul “gender” este de 1:2 în favoarea “femeilor”, în cadrul categoriilor “experți” și “funcționari” acest raport este ușor în favoarea “bărbaților” (deci este unul relativ echilibrat), iar în cadrul categoriei “politicieni” proporția bărbați/femei este de aproximativ 4,5:1 în favoarea celor dintâi (vezi Diagrama 7).

Dacă în cazul categoriei de protagoniști „politicieni” este imposibil de a obține un anumit echilibru în campanii electorale, atunci echilibrul în cazul altor categorii de protagoniști poate și este necesar de obținut și de menținut.

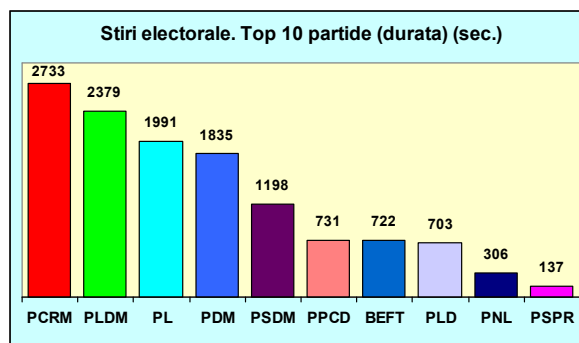
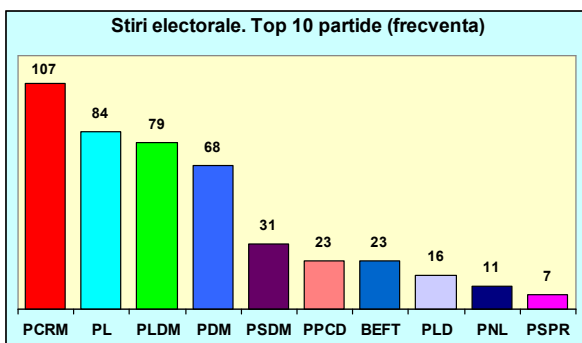
Diagrama 7



În perioada monitorizată în știrile de la Radio Moldova au fost prezente în total 20 de formațiuni politice. Ca frecvență și ca durată partidele parlamentare au fost cele mai mediatizate prin intermediul știrilor, ele situându-se pe primele patru poziții din Top 10 (vezi Diagrama 8 și Diagrama 9). Formațiunile politice au fost prezente în știri în funcție de relevanța pentru public a evenimentelor, inclusiv a celor electorale, pe care le-au organizat sau în care au fost implicate.

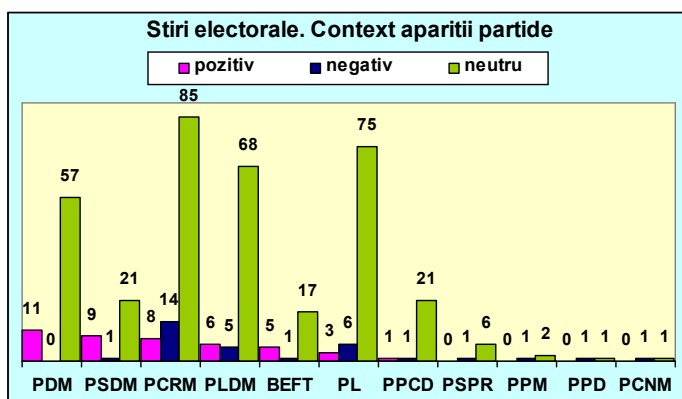
Diagrama 8

Diagrama 9



În știrile electorale difuzate în perioada de referință din cele 20 de formațiuni politice 9, reprezentând partide extraparlamentare, apar exclusiv în context neutru. 11 formațiuni apar în diferite contexte. Astfel, 7 dintre acestea, inclusiv partidele parlamentare, apar și în context pozitiv. Cel mai des – PDM, în 11 rânduri, iar cel mai rar – PPCD, o dată. Cu excepția PDM, celelalte 10 formațiuni politice apar în știrile electorale și în context negativ. Cel mai des – PCRM, în 14 rânduri, urmat de PL, în 6 rânduri, și PLDM, în 5 rânduri. Restul formațiunilor au apărut în context negativ câte o dată (vezi Diagrama 10).

Diagrama 10



1.2. Emisiuni electorale

Pe toată perioada de referință Radio Moldova a realizat două cicluri de emisiuni electorale educaționale, în limbile română și rusă, „ABC electoral” și „Societatea discută”. Ambele cicluri au avut o periodicitate de două ori pe săptămână și o durată de 30 de minute emisiunea. Cumulat, acestui gen de emisie, în primă audiție, i-au fost rezervate șapte ore și jumătate. Prin protagoniștii lor, în care a dominat categoria „experți” (vezi Diagrama 11), ciclurile respective de emisiuni au oferit alegătorilor posibilitatea unei informări adecvate și complexe asupra întregului proces electoral.

Raportul „gender” în cadrul emisiunilor electorale este unul echilibrat în cazul categoriilor de protagoniști „cetățeni de rând” și „funcționari electorali”. În ceea ce privește experții, raportul bărbați/femei este net în favoarea celor dintâi (vezi Diagrama 12).

Diagrama 11

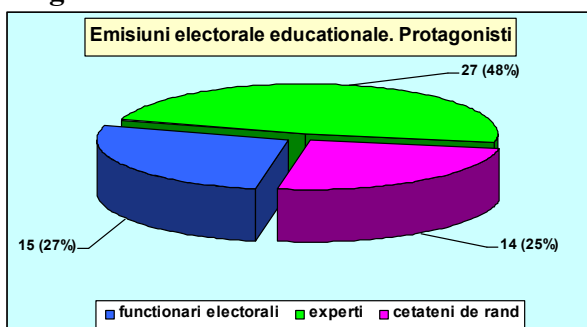
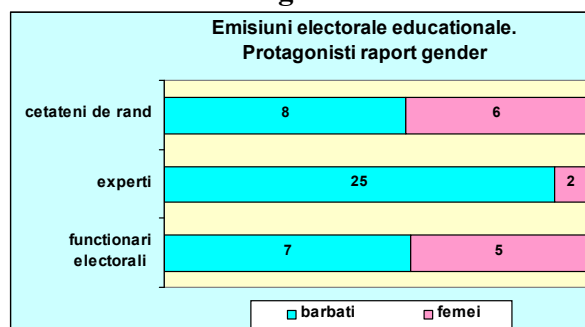


Diagrama 12



În perioada de referință Radio Moldova a organizat două tipuri distincte de dezbateri electorale: pentru candidații la funcțiile de primar în municipiile Chișinău, Bălți și Comrat și pentru formațiunile politice implicate în campania electorală. Moderatorii dezbaterilor electorale au avut o prestație adecvată.

Deși tuturor invitaților la dezbateri li s-a oferit în egală măsură posibilitatea de a-i familiariza pe radioascultători cu propriile oferte electorale, nu toți au utilizat această oportunitate. În unele cazuri nu s-au prezentat la dezbateri reprezentanții partidelor, în altele – candidații la funcția de primar al municipiului. Acest fapt fie că a știrbit din acuitatea și intriga dezbaterilor, fie că le-a anulat, în genere (cazul din 24 mai, ora 18.00, când nu s-au prezentat invitații emisiunii, candidați la funcția de primar al municipiului Comrat).

1.3. Publicitatea electorală

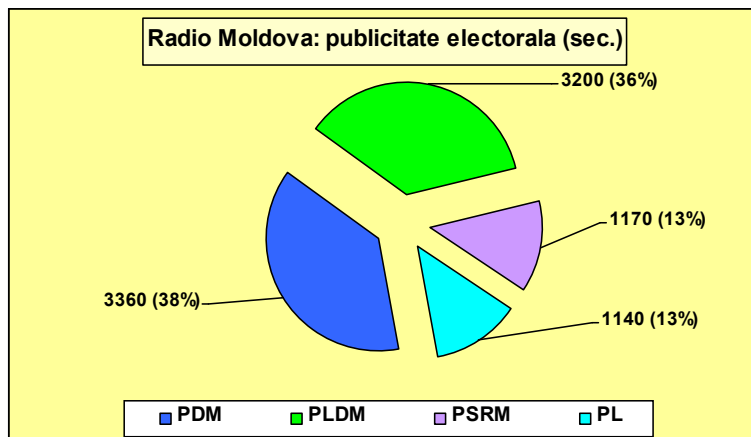
În campania pentru alegeri generale locale la Radio Moldova au plasat publicitate electorală patru partide: PDM, PLDM și PL, componente ale AIE, și PSRM. Cel mai mare

volum de publicitate l-a difuzat PDM (3360 sec.) și PLDM (3200 sec.). Celelalte două partide au plasat un volum aproximativ egal de publicitate electorală, aproape de trei ori mai redus decât primele două partide (vezi Diagrama 13).

Primul a început să plaseze publicitate electorală la Radio Moldova PLDM (03.05.11) urmat, după 4 zile, de PDM (07.05.11). PSRM și PL au început a plasa publicitate mult mai târziu: începând cu 25.05.11.

Partidul parlamentar și principalul partid de opoziție – PCRM, nu a plasat publicitate electorală la Radio Moldova.

Diagrama 13



II. Tv Moldova 1

2.1 Știri cu caracter electoral

În perioada 1 mai - 5 iunie 2011 la Tv Moldova 1 au fost monitorizate 524 de știri electorale, difuzate în edițiile sale informative. Din numărul total de știri 142, sau mai mult de un sfert, au avut caracter conflictual (vezi Diagrama 1). Câteva știri conflictuale au fost scrise în temeiul unei singure surse de informație (vezi Diagrama 2). Este cazul știrii despre declarația unui candidat la funcția de consilier în consiliul municipal Chișinău (A. Donică), precum că gheretele de flori din str. Bodoni sunt rearendare și, astfel, 3 milioane de lei rămân neimpozitați, difuzată pe 5 mai, în edițiile informative de la orele 19.18 și 21.25. Autorul ei se limitează la o singură sursă de informație. Într-o știre difuzată pe data de 19 mai 2011 la orele 19.12 și la 21.20, candidatul PNL la funcția de primar al capitalei acuză PCRM și AIE de presiuni asupra candidaților electorali ai formațiunii sale. Autorul știrii nu solicită și opiniile celor acuzați (PCRM și AIE). Sau, în ediția informativă din 10 mai 2011, ora 19.08., candidatul PL la funcția de primar al municipiului Chișinău a declarat într-o știre că afișele de pe lăzile de gunoi din capitală, cu gestul indecent al primarului, au fost lipite de către comuniști. Autorul știrii a încercat să obțină un comentariu la declarație de la candidatul PCRM la funcția de primar, acesta a refuzat, iar jurnalistul nu a căutat pe altcineva din PCRM care să comenteze acuzațiile.

În toate știrile electorale poziția autorilor a fost nepărtinitoare.

Potrivit Declarației IPNA „Teleradio Moldova” privind politica editorială pentru campania electorală în alegerile locale generale din 5 iunie 2011, adoptată prin Hotărârea Consiliului de Observatori nr. 37 din 14.04.2011, relatările obișnuite despre evenimentele electorale urmau să aibă la Tv Moldova 1 o durată de până la 40 de secunde, iar știrile conflictuale - de până la 120 de secunde. În mai multe ediții informative, însă, știrile electorale au depășit respectiva limită temporală. De exemplu, pe 26 mai, o știre simplă (neconflictuală) difuzată în programul de la ora 19.00 a durat 73 de secunde, de aproape 2 ori mai mult decât

limita stabilită. Cazuri similare s-au mai înregistrat pe 27 mai (62 de secunde în loc de 40 de secunde), pe 30 mai (75 de secunde în loc de 40 de secunde) etc.

Diagrama 1

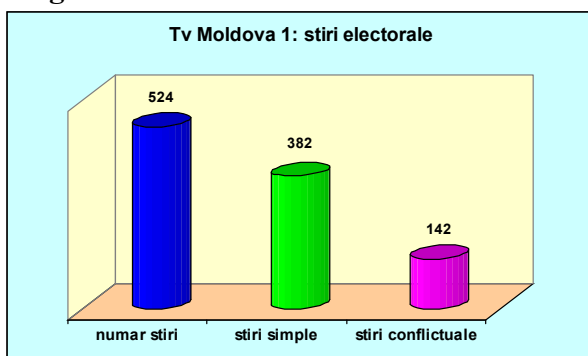
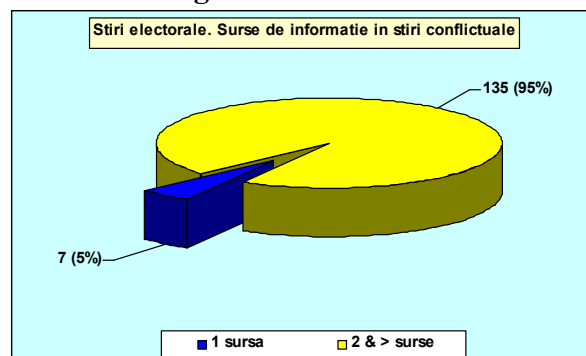


Diagrama 2



În știrile cu caracter electoral de la Tv Moldova 1 au fost mediatizați 78 de actori politici personalizați. Și ca frecvență, și ca durată, cel mai mediatizat actor politic a fost președintele interimar M. Lupu, lider al PDM, cu 121 de apariții și cu o durată totală de 1658 de secunde. În primii 10 cei mai mediatizați actori politici s-au regăsit 5 candidați la funcția de primar al municipiului Chișinău: D.Chirtoacă, I.Dodon și V.Buliga, din partea partidelor parlamentare, M.Godea, independent, și S.Corobceanu, din partea PSD (vezi Diagramele 3 și 4).

Diagrama 3

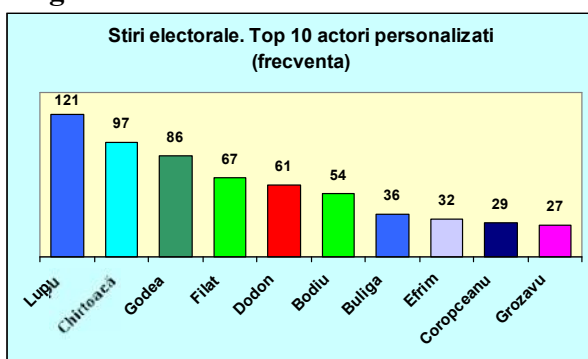
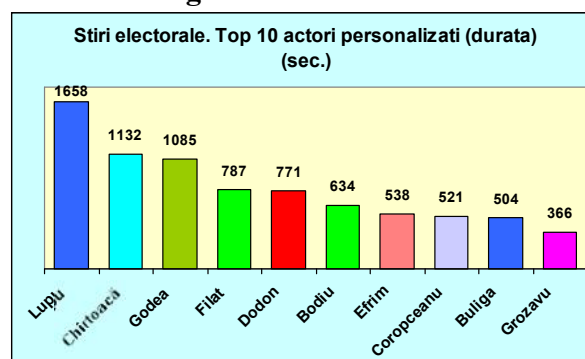
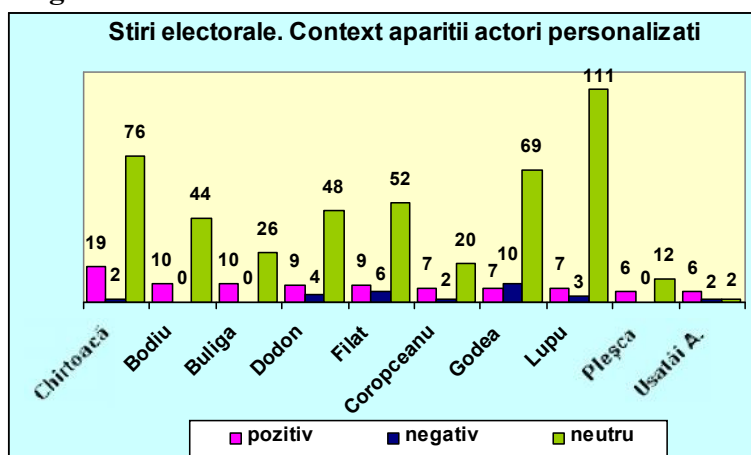


Diagrama 4



50 dintre actorii politici personalizați au apărut în știrile electorale de la Tv Moldova 1 exclusiv în context neutru, iar 38 – în contexte diferite. Între 10 actorii personalizați care cel mai des au apărut în știri în contexte diferite au fost și 6 candidați la funcția de primar al municipiului. D.Chirtoacă, I.Dodon, S.Corobceanu și M.Godea au apărut, cu frecvență diferită, în toate contextele: pozitiv, negativ, neutru. V.Buliga și V.Pleşca – în contexte pozitiv și neutru (vezi Diagrama 5). În toate știrile, în care actorii personalizați au apărut în contexte diferite, atitudinea reporterilor a fost una nepărtinitoare.

Diagrama 5



În știrile electorale Tv Moldova 1 a făcut referință la 15 formațiuni politice. Ca frecvență și ca durată, cele mai mediatizate partide au fost cele parlamentare, urmate de PSD și PPCD (vezi Diagramele 6 și 7). PLDM conduce detașat în topul partidelor menționate în știrile electorale la postul public de televiziune, cu 248 de apariții și cu o durată cumulată de 3165 de secunde.

Diagrama 6

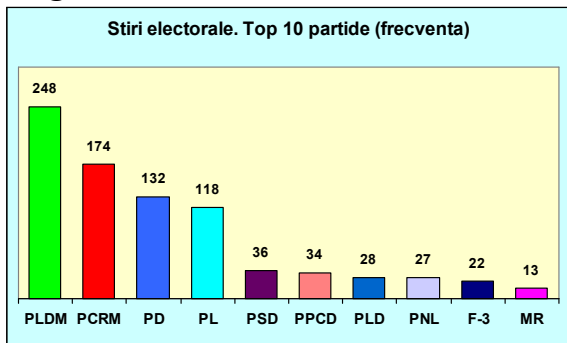
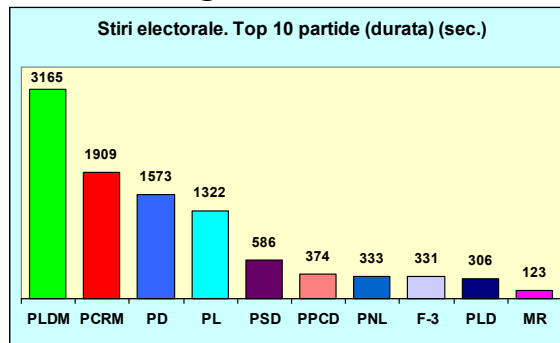


Diagrama 7



Categoriile *politicieni*, *funcționari* și *cetățeni de rând* au fost reprezentați în proporție aproape egală în știrile electorale de la Tv Moldova 1, fiecărei categorii revenindu-i aproximativ câte o treime din numărul de apariții în știrile electorale. *Experții* au avut o pondere de 13 la sută (vezi Diagrama 8).

Raportul bărbați/femei în ceea ce-i privește pe protagoniști este unul relativ echilibrat doar în privința categoriei *cetățeni*, dar este defavorabil femeilor în cadrul categoriilor *experți*, *funcționari* și *politicieni* (vezi Diagrama 9).

Diagrama 8

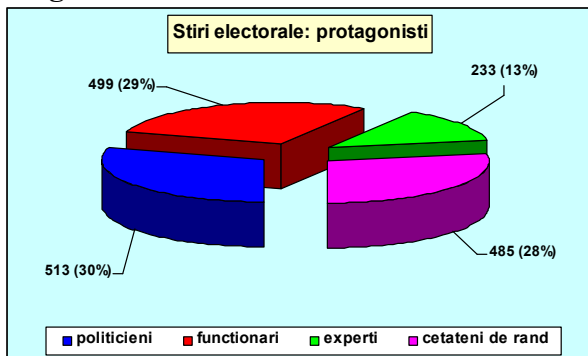
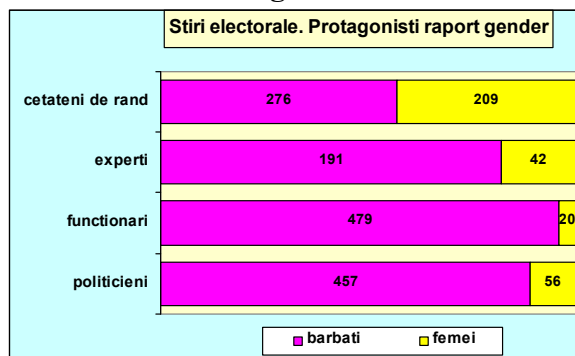


Diagrama 9



2.2 Emisiuni electorale

Pe parcursul perioadei de referință Tv Moldova 1 a realizat ciclul de emisiuni electorale educaționale cu genericul „Votul tău”, în limbile română și rusă, difuzat în prime-time, cu o durată cumulată de 6 ore și jumătate. Tematica electorală a căpătat vizibilitate clară în perioada monitorizată prin abordarea unor importante aspecte ale temei și în alte emisiuni. Prin protagoniștii lor – funcționari electorali, experți, cetățeni de rând, publicului-țintă i s-a oferit informație relevantă pentru un comportament adecvat campaniei electorale.

În perioada supusă monitorizării a fost atestat un caz, pe care monitorii l-au calificat drept agitație electorală camuflată. Este vorba de un subiect, inserat în emisiunea de ciclu „Accente”, difuzată pe 3 iunie, ora 18.00. Protagonistul subiectului a fost un candidat la funcția de primar al orașului Orhei (I. Stratulat). Având în vedere faptul că respectivul protagonist a apărut în

spoturile de publicitate electorală ale PDM, era bine ca subiectul cu pricina să fie programat pentru o altă ediție e emisiunii.

Tv Moldova 1 a organizat dezbateri electorale pentru candidații la funcțiile de primar în municipiile Chișinău, Bălți și Comrat și pentru formațiunile politice implicate în campania electorală. Tv Moldova 1 a difuzat în perioada de referință 15 emisiuni de dezbateri electorale cu o durată totală de 817 minute, la care au participat 35 de actori politici, între care reprezentanți ai 17 formațiuni politice și un candidat independent. Tv Moldova 1 a organizat dezbaterile electorale în două runde, în prima oferindu-le concurenților electorali câte 12 minute, iar în cea de-a doua – câte 17 minute.

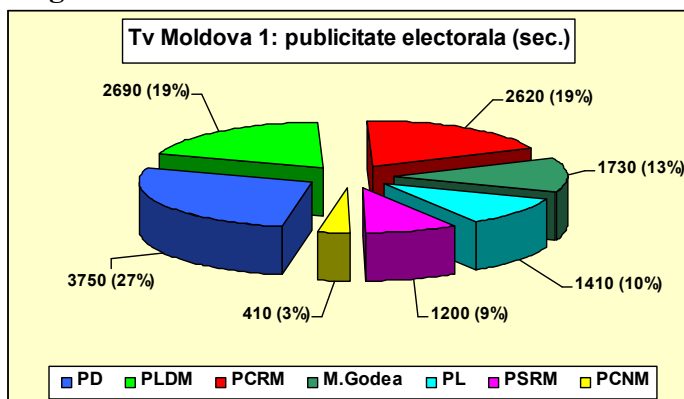
Nu toți concurenții electorali au fructificat posibilitatea oferită de Tv Moldova 1 de a comunica cu publicul prin participarea la dezbateri electorale. Astfel, în două rânduri (19 mai, 28 mai) la dezbateri au participat câte un singur candidat, iar în trei rânduri (24 mai, 27 mai și 3 iunie) – câte doi.

Și în emisiunile electorale educaționale, și în dezbaterile electorale nu au fost atestate cazuri de prestație inadecvată a moderatorilor. În trei rânduri, însă, în cadrul dezbaterilor electorale din 17, 18 și 19 mai, monitorii au calificat prestația moderatoarei drept parțial adecvată. În opinia monitorilor, moderatoarea de câteva ori fie a întrerupt nemotivat discursul participanților, fie a intervenit nemotivat când aceștia vorbeau.

2.3 Publicitate electorală

Tv Moldova 1 a acordat concurenților electorali, în condiții egale, timpi de antenă pentru publicitate electorală. Șapte concurenți electorali, 6 partide și un candidat independent, au plasat, în volum diferit, publicitate electorală (vezi Diagrama 10). De rând cu partidele parlamentare au beneficiat de timpi de antenă în scopuri publicitare PSDM și PCNM. Cel mai mare volum de timp pentru publicitate electorală a contractat PDM – 3750 de secunde. PLDM și PCRМ au utilizat aproximativ același volum de timp. Cea mai puțină publicitate electorală – 410 secunde, a difuzat PCNM.

Diagrama 10



Concluzii

- Radio Moldova și Tv Moldova 1 au reflectat campania electorală pentru alegerile generale locale din 5 iunie 2011, respectând, în ansamblu, normele legale și cele deontologice.
- Radio Moldova și Tv Moldova 1 au difuzat știri electorale, emisiuni educaționale electorale și spoturi motivaționale care au oferit publicului posibilitatea de a se informa pe larg despre întregul proces electoral.

- O parte dintre știrile electorale cu caracter conflictual, difuzate de Radio Moldova și Tv Moldova 1, au fost realizate în temeiul unei singure surse de informație, fapt ce denotă carențe profesionale în activitatea autorilor lor.
- În mai multe cazuri, la Radio Moldova și la Tv Moldova 1, durata știrilor electorale a depășit limitele stabilite de însăși instituții, fapt ce sugerează necesitatea ca, pe viitor, să fie determinate limite temporale nu pentru durata știrilor electorale/politice, ci pentru intervențiile directe ale actorilor electorali/politici.
- Radio Moldova și Tv Moldova 1 au organizat dezbateri electorale pentru candidații la funcțiile de primar în municipiile Chișinău, Bălți și Comrat și pentru formațiunile politice implicate în campania electorală, oferind acestora șanse egale de a-și promova propriile oferte în alegerile locale generale.
- Radio Moldova și Tv Moldova 1 au acordat concurenților timpi de antenă pentru difuzarea publicității electorale în conformitate cu rigorile legislației în vigoare.

Concluzie generală:

Prin modul în care a reflectat campania electorală pentru alegerile generale locale din 5 iunie 2011, IPNA Compania Teleradio-Moldova a reconfirmat tendința clară de recuperare a caracterului său public, tendință sesizată în alegerile din anul 2010. Pentru perioada electorală IPNA Compania Teleradio-Moldova a avut o politică editorială coerentă, orientată spre satisfacerea nevoilor informaționale ale publicului cu referire la întregul proces electoral. Obiectivele politicii editoriale, în cea mai mare parte, au fost realizate. Carențele în reflectarea campaniei electorale, depistate în cadrul monitorizării, sunt un rezultat al capacității profesionale de moment a angajaților instituției, responsabili de realizarea politicii editoriale pe perioada respectivă.