

Monitorizarea mass-media în campania electorală pentru alegerile prezidențiale 2016

(concluzii generale)

Raport nr. 4
14 – 20 octombrie 2016¹

I. DATE GENERALE

1.1 Obiectivul proiectului: monitorizarea și informarea opiniei publice privind comportamentul editorial al instituțiilor mass-media în perioada electorală și în campania electorală pentru alegerile prezidențiale din Republica Moldova.

1.2 Perioada de monitorizare: 15 septembrie 2016 – 13 noiembrie 2016.

1.3 Criteriile de selectare a instituțiilor mass-media supuse monitorizării:

Instituțiile mass-media au fost selectate în baza următoarelor criterii obiective: a) forma de proprietate; b) geografie; c) limba de difuzare; d) notorietate/audiență. Astfel, sunt monitorizate instituții mass-media publice și private, cu acoperire națională, cvasi-națională și regională, în limba română și în limba rusă.

1.4 Mass-media monitorizate:

Audiovizual

Moldova 1, Prime TV, Canal 2, Canal 3, Publika TV, Jurnal TV, Realitatea TV, NTV Moldova, ProTV Chișinău, TV7, Accent TV, N4 TV

Portaluri online

Agora.md, Deschide.md, Gagauzinfo.md, Jurnal.md, Moldova24.info, Newsmaker.md, Noi.md, Realitatea.md, Sputnik.md, Today.md, Unimedia.info, Ziarulnational.md

Presa scrisă

Komsomolskaia pravda v Moldove, Panorama, Săptămîna, Timpul

1.5 Obiectul monitorizării

TV (intervalul 18.00-24.00)

- A. Buletinele informative;
- B. Emisiunile cu caracter electoral;
- C. Interviurile cu candidații;
- D. Vox Populi;
- E. Dezbaterile electorale.

Portaluri online

Întreg conținutul editorial al site-urilor, fără publicitatea marcată corespunzător.

Presa scrisă

Întreg conținutul editorial al publicațiilor periodice monitorizate, fără publicitatea marcată corespunzător.

1.6. Echipa

Proiectul este realizat în cadrul Coaliției pentru Alegeri Libere și Corecte de Asociația Presei Presei Independente (monitorizare presă online și presă scrisă) și Centrul pentru Jurnalism Independent (monitorizare TV).

1.7 Cadrul metodologic

Date statistice: Metodologia monitorizării a fost elaborată de Oxford Media Research Center pentru proiectele de monitorizare ale Organizației Internaționale Campania Globală pentru Libertatea de Expresie “Articolul XIX”. Caracteristicile acestei metodologii sunt următoarele:

folosirea indicatorilor 1) *cantitativi*, inclusiv tipul, durata, tematica mediatizării, sursele știrilor, frecvența și durata apariției concurenților electorali în știri, și 2) *calitativi*, stabilindu-se părtinirea instituției mass-media monitorizate 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 /unui sau altui concurent electoral. Un conținut și/sau un context al știrii pozitiv ori negativ nu indică neapărat tendențiozitatea sau partizanatul instituției media 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. **La evaluarea contextului, este măsurată doar frecvența materialelor care îi favorizează sau defavorizează direct sau indirect pe subiecții electorali. Aparitiile neutre sunt quantificate doar din perspectiva frecvenței apariției în imagini și a intervențiilor personale.**

Studii de caz: Ținând cont de impactul major pe care îl are mass-media asupra creării opiniei publice și de credibilitatea mare a acestora în rândul populației, a fost făcută o analiză de conținut a materialelor care au tratat cele mai importante subiecte difuzate de mass-media monitorizate. S-a urmărit identificarea unghiurilor de abordare și modalitățile de prezentare a subiectelor relevante. Materialele au fost analizate atât din punctul de vedere al respectării principiilor unui jurnalism de calitate (obiectivitate, imparțialitate, pluralismul surselor de informare, separarea faptelor de opinie), cât și sub aspect tehnic, din perspectiva recurgerii la procedee tehnice pentru a amplifica sau diminua anumite mesaje.

II. TENDINȚE GENERALE ȘI CONCLUZII

14 – 20 OCTOMBRIE 2016

2.1 Audiovizual:

- În perioada 14-20 octombrie 2016, cele 12 posturi de televiziune monitorizate au difuzat un număr mare de materiale cu caracter electoral direct și indirect – 801, între care 719 știri, 53 emisiuni, 16 dezbateri electorale și 13 Vox Populi. Volumul total al materialelor a fost de 242 365 sec. sau aproximativ 67,3 ore, dintre care 91 840 sec. (25,5 ore) au revenit știrilor, 99 744 sec. (27,2 ore) - emisiunilor de opinie, iar 48980 sec. (13,6 ore) – dezbaterilor electorale. Vox Populi au ocupat în buletinele informative – 1801 sec.
- Cel mai mare volum de știri cu caracter electoral direct și indirect a fost difuzat de Publika TV – 13 733 sec. (3,8 ore), NTV Moldova -11 373 sec. (3,1 ore) și Jurnal TV – 10 096 sec. (2,8 ore), care au alocat și cel mai mare spațiu pentru emisiuni. Posturile private cu acoperire națională nu au difuzat dezbateri electorale în intervalul supus monitorizării. Postul N4 a reflectat campania electorală foarte sumar, privând astfel publicul de informații cu referire la procesul electoral.
- Subiectele reflectate de cei 12 radiodifuzori monitorizați au vizat mai mult domeniul politic și procesul electoral. Acestea au inclus rezultatele mai multor sondaje electorale, întâlnirile electorale ale unor concurenți, decizii ale CEC, rapoartele de monitorizare ale campaniei de către organizațiile societății civile etc. Majoritatea posturilor au reflectat pe larg decizia a trei partide - Partidul Platforma Demnitate și Adevăr (PPDA), Partidul Acțiune și Solidaritate (PAS), și Partidul Liberal Democrat (PLDM) – de a o desemna pe Maia Sandu drept candidat comun și retragerea ulterioară², la 21 octombrie, a liderului PPDA Andrei Năstase de a se retrage din cursa electorală. O parte din materiale au oglindit activitățile partidelor politice, întâlnirile membrilor guvernului cu cetățenii prin diferite localități. De asemenea, au fost ținute în vizor și diferite acuzații lansate de unii candidați la adresa altora. Printre subiectele cu caracter electoral indirect mediatizate pe larg de unele posturi TV s-au numărat cele privind acuzațiile de implicare într-o tentativă de omor, lansate de bancherul rus Gherman Gorbunțov la adresa liderului Partidului Nostru, Renato Usatîi, reținerea unor persoane bănuite de implicare în tentativa de omor, redeschiderea dosarului penal pe numele avocatei Ana Ursachi, bănuită de implicare într-un caz de omor etc.
- La documentarea materialelor, majoritatea posturilor au recurs, de cele mai dese ori, la cetățeni (619 ori), judecători/avocați (111 ori), oameni de afaceri (75 ori), CEC (63 ori), experți (57 ori), miniștri (40), societatea civilă (36 ori), reprezentanți ai APL (35 ori) etc. Dintre concurenții electorali și partidele politice, cele mai multe apariții și mențiuni le-au revenit Maiei Sandu (186 apariții pe ecran timp de 4743 sec., cu intervenție directă de 1621 sec.) și lui Marian Lupu (168 ori apariție pe ecran, timp de 5760 sec, cu intervenție directă de 3092 sec.). Marian Lupu a fost lider la capitolul spațiului alocat intervențiilor directe. Urmează reprezentanții PDM (153 apariții, 4517 sec. apariție pe ecran și 2653 sec. intervenție personală) și Igor Dodon (144 apariții timp de 4573 sec., fiind citat direct timp de 2057 sec.). Andrei Năstase a apărut pe ecran de 122 ori timp de 4457 sec, cu intervenție directă de 2081 sec.
- În perioada de raport, s-a păstrat dezechilibrul de gen, balanța fiind înclinată spre sursele de sex masculin. În total, la cele 12 posturi TV analizate au fost înregistrate 27% de surse femei și 73% de surse bărbați. La unele posturi s-a remarcat creșterea ratei materialelor care au făcut referire sau au citat surse de sex feminin, în timp ce la altele această rată s-a diminuat.

² Liderul PPDA Andrei Năstase s-a retras oficial din cursă la 21 octombrie. Până la data de 21 octombrie, Năstase a continuat activitățile de campanie în calitate de concurent electoral, în cadrul cărora a îndemnat alegătorii să o susțină pe Maia Sandu.

- Concurenții electorali cei mai favorizați din punctul de vedere al frecvenței și duratei aparițiilor și contextului pozitiv a fost Marian Lupu, urmat la mare distanță de Igor Dodon și Maia Sandu. Raportul între numărul de apariții în context pozitiv și negativ pentru acești concurenți electorali e de 2,1 pentru Marian Lupu, 1,3 pentru Igor Dodon și 0,5 pentru Maia Sandu, care a fost mai mult defavorizată decât favorizată. Dumitru Ciubașenco a fost defavorizat de cele mai multe ori – 109 materiale relevante.
- În perioada de referință, posturile private cu acoperire națională **Prime TV, Canal 2, Canal 3** și **Publika TV** au continuat promovarea candidatului Partidului Democrat din Moldova, Marian Lupu, atât prin frecvența aparițiilor și durata aparițiilor pe ecrane și a citatelor directe, cât și prin contextul pozitiv al materialelor. Marian Lupu a fost favorizat în 38% din știri și emisiuni de la Prime TV, 53% - la Canal 2, 36% la Canal 3 și 43% la Publika TV. În contrast, candidații Partidului Acțiune și Solidaritate, Maia Sandu, al Partidului Nostru, Dumitru Ciubașenco, al Partidului Platforma Demnitate și Adevăr, Andrei Năstase, au fost defavorizați de cele mai multe materiale. Ei au apărut deseori în imagine la aceste posturi, în principal în materiale cu conotație negativă, intervențiile personale fiind de scurtă durată.
- Postul de televiziune cu acoperire regională **Jurnal TV** i-a favorizat pe concurenții Andrei Năstase și Maia Sandu, atât prin spațiul acordat intervențiilor personale, cât și prin contextul pozitiv al materialelor. Acești 2 concurenți au fost favorizați în 24% și 30% din materialele relevante de la Jurnal TV. Marian Lupu a fost în marea majoritate a cazurilor defavorizat (53% din materiale), în special prin știri cu caracter electoral indirect, în care membrii Partidului Democrat (PDM) și ai guvernării au apărut în lumină negativă.
- **NTV Moldova** și **Accent TV** l-au favorizat pe candidatul Partidului Socialiștilor Igor Dodon, atât prin spațiul acordat pentru intervenții directe candidatului și membrilor PSRM, cât și prin contextul pozitiv al materialelor electorale directe sau indirecte (44% și, respectiv, 49% din materiale). Ambele posturi au defavorizat-o preponderent pe Maia Sandu care, după desemnarea în calitate de candidată unică, a devenit protagonista mai multor știri și emisiuni care au pus-o în lumină negativă (30% și, respectiv 23% din materiale).
- Radiodifuzorul public **Moldova 1**, posturile private **Realitatea TV, Pro TV Chișinău, TV 7** au avut un comportament relativ echilibrat fără a fi constatate tendințe de favorizare sau defavorizare evidentă a concurenților electorali.
- În concluzie, posturile Prime TV, Canal 2, Canal 3, Publika TV, Jurnal TV, NTV Moldova și Accent TV nu au respectat **Regulamentul privind reflectarea campaniei electorale în alegerile prezidențiale din 30 octombrie 2016 în mijloacele de informare în masă din RM** și s-au abătut de la prevederile Codului Electoral (art64) și ale Codului Audiovizualului (art.7)³, potrivit cărora campania electorală trebuie reflectată într-un mod responsabil, echilibrat și imparțial.

2.2 Portaluri online:

- În săptămâna 14-20 octombrie 2016, cele 12 portaluri web monitorizate au publicat, în total, 494 de articole care vizează direct sau indirect campania și alegerile prezidențiale, acest număr fiind aproximativ egal cu cel înregistrat în săptămânile precedente. Majoritatea absolută a materialelor (462 de texte sau 93,5% din total) au fost știri simple sau detaliate relevante subiectului prezentei monitorizări, alte 29 de materiale (5,9% din total) au fost

³ Art. 7, Codul Audiovizualului: (3) Pentru încurajarea și facilitarea exprimării pluraliste a curentelor de opinie, radiodifuzorii au obligația de a reflecta campaniile electorale în mod veridic, echilibrat și imparțial. (4) Pentru a asigura în cadrul emisiunilor informative ale radiodifuzorilor respectarea principiilor echilibrului social-politic, echidistanței și obiectivității, aceștia vor plasa fiecare știre astfel încât: a) informația care compune știrea să fie veridică b) să nu fie deformat sensul realității prin tertipurii de montaj, comentarii, mod de formulare sau titluri, c) în cazul subiectelor ce vizează situații de conflict, să se respecte principiul de informare din mai multe surse.

comentarii, editoriale sau alte articole de opinie, au mai fost publicate un interviu cu un candidat la funcția de Președinte, un sondaj de tip Vox Populi și o rundă de dezbateri electorale.

- Jurnal.md este în continuare liderul printre portaluri după numărul de articole cu caracter politic și electoral. În săptămâna de raport, Jurnal.md a publicat 102 materiale relevante, urmat de Ziarulnational.md (61), Unimedia.info și Agora.md (58 și, corespunzător, 57), Deschide.md și Noi.md (38 și, corespunzător, 36), Newsmaker.md și Sputnik.md (30 și, corespunzător, 29), Realitatea.md (26), Gagauzinfo.md (21), Today.md și Moldova24.info (câte 18 materiale relevante prezentei monitorizării).
- Tematica materialelor publicate a rămas, în general, neschimbată și s-a axat pe reflectarea activităților de campanie ale diferitor concurenți electorali, mediatizarea declarațiilor făcute de aceștia, a acuzațiilor reciproce între candidați, dar și a acuzațiilor venite din partea unor persoane terțe sau din partea jurnaliștilor înșiși (425 de materiale sau 86% din total), activitatea CEC și mersul procesului electoral a fost reflectată în 43 de materiale (8,7% din total), iar în celelalte 26 de materiale (5,3% din total) autorii s-au referit, în context electoral, la unele probleme economice, sociale, la lupta cu corupția etc.
- În total, toate cele 12 portaluri au citat 816 de surse sau protagoniști, 521 dintre ei (63,8%) fiind politicieni, reprezentanți ai unor partide/formațiuni politice sau comunicatele partidelor (cel mai des au fost citați sau vizați, în context pozitiv sau negativ, lideri și reprezentanți ai următoarelor partide: Partidul „Platforma Demnitate și Adevăr” – de 104 de ori, Partidul Acțiune și Solidaritate – de 103 ori, Partidul Socialiștilor – de 64 de ori, Partidul Democrat – de 63 de ori, Partidul Popular European – de 52 de ori, Partidul Liberal – de 37 de ori).
- Maia Sandu a fost candidata cu cea mai mare vizibilitate pe portalurile monitorizate în săptămâna de raport. Ea a fost vizată sau citată de 112 ori, contextul aparițiilor fiind mai des favorizant (de 75 de ori) decât defavorizant (de 37 de ori), adică două din trei articole despre Maia Sandu au prezentat-o în context pozitiv, iar unul – în context negativ. Frecvența aparițiilor în context pozitiv în ansamblu pe toate cele 12 portaluri monitorizate a fost mai mare și în cazul lui Andrei Năstase, cu 54 de articole care mai curând l-au favorizat și 25 de articole care l-au prezentat în context defavorizant. Candidatul Marian Lupu a fost prezentat mult mai des în context negativ (89 de cazuri) decât în situații care îl favorizează (20 de cazuri), la fel și candidatul Igor Dodon (63 de articole în context negativ și 16 în context pozitiv), au fost mai des defavorizați decât favorizați și candidații Iurie Leancă și Mihai Ghimpu.
- Discrepanța de gen în materialele publicate de portaluri a crescut față de nivelul săptămânii precedente. Astfel, rata bărbaților citați ca protagoniști sau surse a constituit 65% (532 din totalul de 746 de surse/protagoniști), iar a femeilor – 20% (158 din total).
- Foarte multe materiale, în special cele care au reflectat anumite acuzații la adresa candidaților, au fost dezechilibrate deoarece nu au respectat principiul pluralismului de surse și nu au oferit dreptul la replică celor vizați.
- Unele portaluri reflectă campania electorală selectiv, mediatizând în context preponderent pozitiv doar acțiunile/declarațiile unor candidați și/sau defavorizându-i editorial pe alți candidați.
- **Agora.md** are o politică editorială relativ echilibrată, fără favorizări/defavorizări evidente ale vreunui dintre candidați. Totodată, în perioada de monitorizare, fostul candidat Andrei Năstase și candidata Maia Sandu au fost mai des prezentați în context care îi favorizează decât în context care îi defavorizează. Candidații Igor Dodon și Marian Lupu, dimpotrivă, au apărut mai des în context care îi dezavantajează.

- Articolele publicate în această săptămână de **Deschide.md** au fost în general neutre, iar portalul nu a favorizat sau defavorizat evident vreunul dintre candidați. Totodată, în câteva articole care l-au vizat pe candidatul Igor Dodon, acesta a fost prezentat în context mai curând defavorizant.
- **Gagauzinfo.md** are o politică editorială în general neutră, iar candidații sunt prezenți nepărtinitor. Totodată, în săptămâna de raport, candidata Maia Sandu a apărut mai des în context care a favorizat-o, iar candidații Marian Lupu și Igor Dodon – în context diferit, dar mai des defavorizant.
- **Jurnal.md** l-a defavorizat masiv pe candidatul Marian Lupu, în primul rând, prin asocierea acestuia și a partidului pe care-l reprezintă cu Vladimir Plahotniuc. Cu o frecvență mai mică, dar sunt în general defavorizați și candidații Igor Dodon, Iurie Leancă și Mihai Ghimpu. Candidata Maia Sandu, dimpotrivă, este favorizată în articole, la fel ca și fostul candidat Andrei Năstase.
- **Moldova24.info** a continuat să-i atace editorial pe oponenții actualei guvernări, Maia Sandu și Andrei Năstase, în articole cu titluri acuzatoare și ironice. Ceilalți candidați nu sunt prezenți în materialele site-ului.
- În săptămâna de raport, **NewsMaker.md** l-a defavorizat indirect pe candidatul Marian Lupu, în principal prin publicarea unor declarații acuzatoare lansate de alți politicieni și candidați la adresa prim-vicepreședintelui PD Vladimir Plahotniuc.
- **Noi.md** nu are preferințe editoriale evidente, iar autorii știrilor nu sunt părtinitori. Totodată, prin selecția știrilor și a evenimentelor de campanie din săptămâna de raport, candidatul Igor Dodon a fost mai des defavorizat decât favorizat, iar fostul candidat Andrei Năstase a beneficiat de o prezentare mai des favorizantă decât defavorizantă.
- **Realitatea.md** a reflectat campania electorală relativ echilibrat, fără preferințe editoriale evidente. Totodată, în săptămâna de raport, candidatul Igor Dodon a apărut mai des în context care îl defavorizează, iar candidata Maia Sandu mai des a fost prezentată în context pozitiv.
- **Sputnik.md** a menținut politica editorială de defavorizare a candidatului Mihai Ghimpu, „la pachet” cu Dorin Chirtoacă, prin publicarea unor texte cu nuanțe ironice care pun la îndoială capacitatea de exercițiu a acestora. Candidata Maia Sandu de asemenea a fost defavorizată.
- **Today.md** îi defavorizează premeditat pe oponenții actualei guvernări (Andrei Năstase, Maia Sandu, Dumitru Ciubașenco, Igor Dodon). Candidatul Marian Lupu, dimpotrivă, este favorizat de fiecare dată când este vizat.
- Autorii știrilor de pe **Unimedia.info** sunt de regulă nepărtinitori, însă multe materialele sunt documentate dintr-o singură sursă, ceea ce afectează echilibrul editorial al portalului. Frecvența și selecția știrilor pentru publicare indică asupra tendinței de defavorizare a candidatului Marian Lupu și de favorizare a candidatei Maia Sandu.
- **Ziarulnational.md** i-a favorizat editorial pe fostul candidat Andrei Năstase, candidații Maia Sandu și Mihai Ghimpu. Candidatul Igor Dodon a fost prezentat preponderent în context care îl defavorizează, la fel candidații Marian Lupu și Iurie Leancă.

2.3 Presa scrisă:

- În săptămâna 14 – 20 octombrie 2016, cele 4 ziare monitorizate au publicat în total 41 de articole care au vizat direct sau indirect alegerile prezidențiale. Tradițional, cele mai multe

materiale relevante au apărut în săptămânalul **Timpul** (14 texte) și cotidianul/cinci apariții pe săptămână **KP v Moldova** (12 texte), **Săptămîna** a publicat 8 articole, iar **Panorama** – 7 articole.

- Majoritatea textelor (17 materiale sau 56% din numărul lor total) și mai mult de jumătate din suprafața rezervată de ziarele monitorizate tematicii electorale (11254 cm.p. sau 66% din suprafața totală) a fost ocupată cu editoriale și alte articole de opinie. În același timp, știrile au ocupat doar 32% din suprafața totală. Ziarul cu cea mai mare disproporție dintre volumul opiniilor și al știrilor rămâne **KP v Moldova** (în săptămîna de raport în acest ziar a fost publicată doar o știre relevantă, în schimb, 10 comentarii și alte articole de opinie).
- În articolele relevante, ziarele au citat/vizat 60 de surse și protagoniști, 41,7% dintre aceștia fiind politicieni, lideri sau reprezentanți ai partidelor politice, candidați la funcția de Președinte. În calitate de surse au mai fost citați cetățenii, alte surse media, experții străini și locali.
- Dezechilibrul de gen în favoarea bărbaților s-a accentuat până la 75% bărbați în calitate de surse și protagoniști și 17% femei.
- Concurenții electorali defavorizați mai des după frecvența aparițiilor și a contextului negativ în ansamblu în toate cele 4 ziare au fost Mihai Ghimpu (în 8 din 9 cazuri a fost vizat în context negativ), Marian Lupu (7 defavorizări, 3 favorizări) și Igor Dodon (5 defavorizări, 3 favorizări). Ceilalți concurenți au fost vizați de mai puține ori sau contextul a fost atât negativ, cât și pozitiv.
- Principiul pluralismului de surse nu este respectat în presa scrisă monitorizată, iar știrile care au relatat un conflict în contextul campaniei electorale, au fost dezechilibrate.
- **KP v Moldova** a continuat să-l defavorizeze editorial pe candidatul Mihai Ghimpu în comentarii și alte articole de opinie. De asemenea, este defavorizată candidata Maia Sandu.
- Ca de obicei, ziarul **Panorama** a criticat guvernarea actuală, dar și alte guvernări de după anul 2012. Candidații Marian Lupu și Mihai Ghimpu au fost prezentați preponderent în context negativ, fiind astfel defavorizați.
- **Săptămîna** a publicat un editorial prin care unii candidați au fost defavorizați prin aplicarea unor etichete și aluzii jignitoare. De asemenea, se publică articole de publicitate mascată în favoarea candidatei Silvia Radu.
- **Timpul** a favorizat-o editorial pe candidata Maia Sandu, parțial și pe candidatul Iurie Leancă, în schimb, l-a defavorizat pe Igor Dodon. Candidații Inna Popenco, Ana Guțu, Maia Laguta și Dumitru Ciubașenco au fost prezentați de câteva ori în context care îi defavorizează.