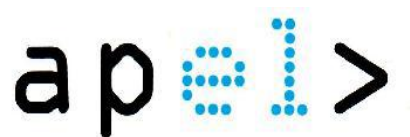


Pluralismul intern al mass-mediei din Republica Moldova: oportunitate și realitate

Chișinău 2014



Acest raport a fost redactat de Asociația Presei Electronice din Moldova pentru Fundația Soros Moldova.

Conținutul acestui raport nu reflectă în mod necesar opinia Fundației Soros Moldova.



Echipa de cercetare:

Aneta Gonța, Corneliu Rusnac, Petru Macovei, Vasile State

ASOCIAȚIA PRESEI ELECTRONICE

Adresa: str. Șciusev 58-4, Chișinău, Republica Moldova

Telefon: (+ 373 22) 20.47.66

Fax: (+ 373 22) 21.12.54

E-mail: apel_md@yahoo.com

Web: www.apel.md

CUPRINS

1. Introducere	4
2. Cadrul metodologic	6
3. Jurnalele de știri tv. Analiza de conținut	17
3.1 Prezentarea generală a principalelor ediții informative ale zilei	17
3.2 Analiza tematicii știrilor	20
3.3 Analiza geografiei știrilor	25
4. Jurnalele de știri tv. Analiza strategiilor redacționale	29
4.1 Analiza tipurilor de subiecte	29
4.2 Analiza ierarhizării știrilor	30
4.3 Respectarea normelor profesionale	35
5. Jurnalele de știri tv. Analiza protagoniștilor	37
5.1 Date generale cu privire la protagoniști	37
5.2 Paritatea sexelor în rândul protagoniștilor	39
5.3 Reprezentarea categoriilor socio-profesionale	40
6. Jurnalele de știri tv. Analiza prezenței actorilor politici	41
6.1 Date generale cu privire la actorii politici	41
6.2 Actori politici personalizați	42
6.3 Actori politici naționali	43
6.4 Actori politici externi	48
6.5 Analiza reprezentării actorilor politici din cadrul Parlamentului	50
6.6 Analiza prezenței în știri a formațiunilor politice	52
6.7 Contextul mediatizării actorilor politici	54
7. Emisia canalelor tv. Analiza ofertei mediatice din prime-time	58
7.1 Tipuri de programe	58
7.2 Analiza produsului propriu/autohton din prime-time	62
7.3 Analiza filmelor de ficțiune	64
8. Fluxurile de știri pe site-uri. Analiza de conținut	66
8.1 Prezentarea generală a fluxurilor de știri	66
8.2 Analiza tematicii știrilor	67
8.3 Analiza geografiei știrilor	69
8.4 Respectarea normelor profesionale	70
9. Fluxurile de știri pe site-uri. Analiza protagoniștilor	72
10. Fluxurile de știri pe site-uri. Analiza prezenței actorilor politici	74
10.1 Analiza prezenței actorilor politici	74
10.2 Contextul mediatizării actorilor politici	78
11. Prezența produselor mediatice pe site-uri	81
11.1 Produsele cu caracter informativ-analitic	81
11.2 Informații utilitare	82
11.3 Alte produse mediatice	82
11.4 Diversitatea ofertei mediatice	83
11.5 Accesibilitatea informațiilor	83
12. Televiziuni. Concluzii și recomandări	84
13. Site-uri. Concluzii și recomandări	86
14. Concluzii finale	87
15. Recomandări finale	87

1. INTRODUCERE

În conformitate cu articolul 1, alineatul 3 al Constituției, *„Republica Moldova este un stat de drept, democratic, în care demnitatea omului, drepturile și libertățile lui, libera dezvoltare a personalității umane, dreptatea și pluralismul politic reprezintă valori supreme și sunt garantate”*. În 1994, când a fost adoptată Legea Supremă, afirmația cuprinsă în alineatul menționat era mai degrabă un scop, un drum pe care noul stat alesese să meargă după declararea independenței, decât o realitate existentă la acel moment. În 2014, când Republica Moldova își trăiește din plin „tinerețea”, acest deziderat poate fi interpretat în termeni de lecții învățate, schimbări vizibile, rezultate capabile să arate în ce măsură statul își respectă angajamentele asumate prin textul Constituției. Construirea unui stat care să aibă caracteristicile enunțate în legea supremă se face, bineînțeles, în timp, și pe toate planurile, la toate nivelele, în toate domeniile. În contextul prezentului studiu, ne propunem să testăm gradul de corespundere cu prevederile alineatului 3 din art.1 al Constituției, având drept reper un domeniu-cheie al activității și dezvoltării societății noastre: mass-media, iar mai concret, pluralismul intern al mass-mediei.

De menționat că niciunul dintre obiectivele enunțate nu poate fi atins fără libertatea mass-mediei, și, implicit, fără pluralismul acesteia. Statul de drept, în care legea guvernează societatea în scopul garantării drepturilor și libertăților individuale, constituie o condiție pentru existența unei democrații. Acesta, însă, nu poate contribui la formarea unei societăți democratice, dacă nu conține un element esențial: asigurarea dreptului la exprimare, la opinie și la informație. Or, acest drept fundamental nu poate fi asigurat plenar decât prin diversitate sau pluralism. Numeroasele definiții ale democrației, expuse de-a lungul timpului, utilizează în unanimitate cuvântul „pluralism” pentru a caracteriza esența acestei forme de guvernare a societății. Iar pluralismul într-o democrație nu se referă doar la cel politic. În acest context, pluralismul mass-mediei este la fel de important, dacă nu chiar mai important decât cel politic, deoarece existența mai multor partide într-o țară nu garantează un nivel înalt al democratizării decât în cazul în care acestui element i se alătură cel al diversității mediatică. Prin urmare, și demnitatea omului, și drepturile și libertățile lui, și libera dezvoltare a personalității umane, și dreptatea, și pluralismul politic, în calitatea lor de valori supreme ale statului de drept și ale celui democratic, enunțate în art.1 al legii supreme autohtone, pot fi realmente asigurate prin coexistența mai multor elemente, unul dintre care este pluralismul mass-mediei.

În prezentul studiu, analizând datele monitorizării a 8 posturi tv și a 8 portaluri de știri din Republica Moldova timp de 2 luni, urmează să determinăm în ce măsură obiectivele de acum 20 de ani fixate în Constituție au fost transformate în realitate, pe segmentul pluralismului intern al mass-mediei. În acest sens, stipulările constituționale se referă la cuvântul „oportunitate” din titlul studiului, iar concluziile care vor fi trase în urma analizei constituie „realitate” la care s-a ajuns în două decenii.

Conform dextonline.ro, „oportunitate” înseamnă „ocazie fericită, prilej favorabil”, și este „oportun” ceea ce „se întâmplă, se face la momentul potrivit, adecvat situației; potrivit, nimerit, recomandabil”. „Realitate”, potrivit aceleiași surse, se referă la un „fapt real, lucru real care există efectiv; stare de fapt; posibilitate înfăptuită”. Prin urmare, începând cu anul 1991, Republica Moldova a avut oportunitatea să contribuie la asigurarea pluralismului mediatic prin adoptarea unui cadru normativ adecvat. Realitatea constă în faptul că avem un șir de legi (Constituția, Legea presei, Codul Audiovizualului, Legea cu deetatzarea presei, Legea privind accesul la informație, Legea cu privire la libertatea de exprimare, Codul electoral, Legea cu privire la publicitate, Legea cu privire la filantropie și sponsorizare, Legea privind dreptul de autor și drepturile conexe, etc). În continuare, statul a avut oportunitatea să dezvolte pluralismul mediatic și prin instituirea unui serviciu public de radio și televiziune. Realitatea indică asupra unui proces anevoios de edificare a unui radiodifuzor cu adevărat public. De asemenea, în Republica Moldova a existat oportunitatea de a crea și implementa un cadru legal care să conducă la o diversitate de canale de informare, la o concurență loială între ele, la utilizarea noilor tehnologii informaționale în beneficiul cetățenilor. Or, are dreptate autorul italian Ruben Razzante când afirmă că „utilizarea noilor tehnologii nu se traduce neapărat ca și pluralism dacă pluralismului de programe nu corespunde un

pluralism de idei și opinii. Când vorbim de pluralism, nu atât e necesar să cuantificăm numărul de voci, dar diversitatea vocilor”¹. Asume diversitatea vocilor, comunicarea și confruntarea dintre acestea, este în măsură să contribuie la educarea unei societăți formate din personalități capabile să analizeze fenomenele, să ia atitudine, să aibă o părere despre ceea ce se întâmplă în jur.

Activitatea mass-mediei bazată pe diversitatea vocilor este, prin urmare, una de responsabilitate, creativitate, inteligență și profesionalism, toate la cote maxime. Pentru că, „dacă libertatea de exprimare poate fi considerată ca fiind „dreptul de a vorbi”, iar libertatea de informare poate fi caracterizată ca fiind „dreptul de a ști”, pluralismul mass-mediei poate fi considerat „dreptul de a alege”². Presa alege vocile pe care să le facă auzite, iar cetățeanul are posibilitatea să consume presa în dependență de multitudinea și diversitatea vocilor pe care aceasta le oferă. Este adevărat că, dacă mass-media se ghidează în alegere de principiile de imparțialitate, profesionalism, echidistanță și respect pentru consumator în diversitatea sa, consumatorul va fi capabil să discearnă și să-și formeze o opinie echilibrată după modelul unui puzzle care nu este complet fără măcar una dintre multiplele sale piese. La fel de adevărat, însă, ni se pare și punctul de vedere conform căruia „pluralismul mediatic nu poate fi garantat fără a lua în considerare consumul și cererea pentru acesta”³.

Deci, corelația dintre o presă caracterizată prin pluralism și o societate formată din oameni având liberul arbitru este una bidirecțională și esențială pentru funcționarea democrației. Un consumator exigent va taxa lipsa de pluralism al mass-mediei prin refuzul de a consuma informația oferită de aceasta, dar un consumator nu poate fi exigent față de presă dacă nu este suficient și multiplu informat. În mod ideal, mass-media, prin diversitatea vocilor pe care le oferă, formează și educă un consumator capabil, la rândul său, să educe o presă de calitate. În acest caz putem vorbi despre o societate în care demnitatea omului, drepturile și libertățile lui, libera dezvoltare a personalității umane, dreptatea și pluralismul politic, enunțate în legea supremă a Republicii Moldova, reprezintă cu adevărat valori supreme. Grosso modo, avem legislație națională care confirmă importanța libertății mass-mediei, a exprimării și a gândirii în calitate de drept fundamental. Este adevărat, însă, că respectiva legislație constituie de multe ori, mai cu seamă în ultima perioadă, ținta criticilor, a atacurilor și a declarațiilor privind caracterul incomplet, ambiguu, ne-corespunzător noilor realități ale acesteia. De asemenea, există legislația internațională, în special cea europeană, la care ne putem raporta, mai cu seamă în noua dimensiune pe care au adoptat-o relațiile moldo-comunitare. Avem radiodifuzori publici și radiodifuzori privați, presă scrisă și Internet liber, nereglementat. Avem facultăți de Jurnalism care pregătesc specialiști în domeniu, și avem cetățeni care doresc să devină specialiști și să activeze în domeniul mass-mediei. Teoretic vorbind, și rămânând la capitolul „oportunitate” din titlul studiului nostru, în Republica Moldova există condițiile minime, dacă termenul „adevurate” poate provoca dubii, pentru exercitarea „dreptului de a alege” despre care vorbește Miklós Haraszti. În definitiv, lacunele din legislație nu trebuie să constituie o piedică pentru ca o instituție mass-media să fie creativă și să ofere consumatorului produse diverse și calitative. Pentru a promova o „diversitate a vocilor” este suficient ca mass-media să răspundă necesităților și intereselor consumatorului oferindu-i atât de multe perspective câte poate. Aceasta, firește, în condițiile în care mass-media nu este constrânsă de factorul economic și/sau politic.

În continuare, luând drept reper ideile expuse mai sus, prezentăm, pe mai multe dimensiuni, o analiză a pluralismului intern promovat de 8 posturi tv și 8 portaluri de știri din Republica Moldova. După cadrul metodologic utilizat, studiul cuprinde analiza a trei categorii de produse mediatice: *edițiile principale de știri tv, emisia canalelor tv în prime-time și site-urile; concluzii și recomandări*. Analiza efectuată ne permite să măsurăm gradul de pluralism intern al mass-mediei autohtone în temeiul produselor mediatice supuse cercetării.

¹ Ruben Razzante. *Manuale di diritto dell'informazione e della comunicazione*. CEDAM 2008, 475 pag., p.51.

² Citat din raportul lui Miklós Haraszti, ex-reprezentant OSCE pentru libertatea presei cu tema: „Media pluralism and Human Rights”, publicat de Comisia Europeană în 2011.

³ *European Union competencies in respect of media pluralism and media freedom. Policy Report, Centre for media pluralism and media freedom, January 2013, p.26.*

2. CADRUL METODOLOGIC

2.1 Abordare

Studiul „*Pluralismul intern al mass-mediei din Republica Moldova: oportunitate și realitate*” este rezultatul analizei datelor empirice colectate în urma monitorizării a 8 posturi tv și a 8 portaluri de știri. Posturile TV sunt: **Prime TV, Moldova 1, Pro TV Chișinău, Jurnal TV, Publika TV, TV 7, 2 Plus, Canal 3**. Selectarea canalelor TV a fost făcută în baza rezultatelor Barometrului Opiniei Publice (noiembrie 2013) cu privire la posturile de la care cetățenii se informează cel mai des. Conținutul monitorizat în cazul celor 8 posturi de televiziune este analizat pe două filiere. Prima se referă la principalele ediții informative ale zilei și cuprinde perioada dintre 7 aprilie și 1 iunie 2014. Edițiile informative sunt: la **Prime TV** – *Primele Știri* de la ora 21.00, ediție în limba română; la **Moldova 1** – *Mesager* de la ora 19.00, ediție în limba română; la **Pro TV Chișinău** – *Știrile Pro TV* de la ora 20.00, ediție în limba română; la **Jurnal TV** – *Jurnalul Orei 19* de la ora 19.00, ediție în limba română; la **Publika TV** – *Știri*, ora 19.00, ediție în limba română; la **TV 7** – *Сегодня в Молдове* de la ora 20.30, ediție în limba rusă; la **2 Plus** – *Reporter* de la ora 19.00, ediție în limba română; la **Canal 3** – *Știri*, ora 20.00, ediție în limba rusă. Știrile au fost monitorizate după mai mulți indicatori (punctul 2.4), iar interpretarea datelor au oferit un câmp larg pentru analiză și au permis configurarea unui tablou multidimensional al pluralismului intern. Fie că ne referim la numărul subiectelor, la temele și tipurile acestora, la geografia lor, la pluralitatea surselor utilizate, la tipurile de protagoniști, prezența actorilor politici sau/și la atitudinea jurnalistului, știrile trebuie să ofere consumatorului acea diversitate a vocilor care să-i prezinte tabloul informațional al zilei. A doua filieră pe care a fost analizat conținutul produselor mediatice de la cele 8 televiziuni se referă la emisiile în intervalul orar de maximă audiență (18.00 – 24.00), sub aspectul ofertei de produse audiovizuale furnizate consumatorilor de informație în perioada: 5 mai – 1 iunie 2014. Considerăm ca fiind firească și indispensabilă această filieră, deoarece pluralismul intern al mass-mediei nu se reduce la știri. Diversitatea tematică a programelor din prime-time, auditoriul-țintă către care sunt orientate, limba în care sunt difuzate, etc, vin să completeze tabloul general al pluralismului intern al unei instituții mediatice.

Lista portalurilor monitorizate a fost alcătuită potrivit relevanței la categoria tematică Știri și Mass-Media. Aceasta cuprinde următoarele site-uri: **Unimedia.info, Noi.md, Deschide.md, Moldova.org, Hotnews.md, Politik.md, ABCnews.md, Realitatea.md**. În cazul portalurilor, au fost vizate fluxurile zilnice de știri (în perioada: 7 aprilie – 1 iunie 2014) și oferta de materiale cu caracter informativ-analitic, de informații utilitare și alte produse mediatice (în perioada: 5 mai – 1 iunie 2014). În situația în care internetul nu este reglementat, așa cum este cazul Republicii Moldova, platformele online sunt o oportunitate de a suplimenta diversitatea produselor mediatice oferite consumatorului, evident cu condiția ca să fie respectate normele profesionale. În caz contrar, internetul poate ușor să cadă în capcana despre care vorbește Ruben Razzante privind aspectele cantitative și calitative ale pluralismului. Din punct de vedere cantitativ, un site poate fără mari dificultăți să depășească un post de televiziune, unul de radio sau un ziar, în ceea ce privește produsele plasate. De aici, însă, până la a afirma că un portal de știri răspunde dezideratului de a prezenta o adevărată „diversitate a vocilor” există drumul care trebuie parcurs între „oportunitate” și „realitate”. În urma analizei celor 8 site-uri autohtone conform indicatorilor monitorizați (punctul 2.4), se conturează contribuția sectorului online la promovarea pluralismului mediatic intern în Republica Moldova.

Așadar, abordarea noastră privind tematica prezentului studiu urmează logica principiilor generale, esențiale, indispensabile, pe care trebuie să le respecte mass-media într-o societate democratică. Analiza din prezentul studiu scoate în evidență modul în care cele 8 posturi de televiziune și cele 8 portaluri de știri din Republica Moldova promovează derivata libertății de exprimare și de gândire numită pluralism.

2.2 Scop

Scopul prezentului studiu constă în determinarea gradului de pluralism intern al mass-mediei din Republica Moldova, în temeiul monitorizării a 8 posturi de televiziune și a 8 portaluri de știri autohtone. Analiza va arăta „realitatea” pe care o promovează presa în materie de pluralism intern. Ne interesează să cunoaștem această realitate în termeni cantitativi și calitativi concreți, să o „pipăim” și să-i stabilim punctele forte și pe cele slabe. Odată conturată această realitate, ne propunem obiectivul de a recomanda acțiuni pentru îmbunătățirea stării de lucruri acolo unde este nevoie. Nu în ultimul rând, obiectivul analizei este să găsim un răspuns la întrebarea privind gradul de corespundere a dezideratului (oportunitatea) expus în Constituția Republicii Moldova (art.1, alin.3, dar, de asemenea, art. 32, 33 și 34) cu starea de lucruri existentă astăzi pe segmentul pluralismului mass-mediei (realitatea). În definitiv, cantitatea și calitatea avansării noastre pe calea construirii unei societăți libere prin intermediul presei este ideea spre care ne propunem să ajungem, iar cuvântul-cheie îl constituie „democrația”.

Prin urmare, mass-media din Republica Moldova trebuie să se ghideze de principiile general acceptate și recunoscute în acest sens, și să nu facă rabat la calitate atunci când propune consumatorului o „diversitate a vocilor”. Indiferent de documentele semnate și de statutele adoptate, sintagma „stat de drept și democratic” capătă forță când conține și componenta „libertatea mass-mediei”. Aceasta însă nu este completă fără pluralismul mediatic, cel existent în *realitate*. În cele ce urmează vom prezenta cât de „reală” este „realitatea” diversității de voci în mass-media autohtonă.

2.3 Context

Anul 2014 este unul deosebit pentru statul nostru în ceea ce privește relațiile internaționale, și în special cele cu Uniunea Europeană. Semnarea Acordului de Asociere și de Liber Schimb Aprofundat și Comprehensiv marchează începutul unei noi etape în dezvoltarea și promovarea țării atât pe plan intern, cât și extern. Acordarea de către UE a noilor posibilități vorbește despre faptul că s-a ajuns, pe toate sectoarele, la un nivel corespunzător de dezvoltare și reformare a societății, care să permită avansarea la o nouă treaptă pe calea democrației. Totuși, cele mai recente rapoarte internaționale privind libertatea presei situează Republica Moldova printre țările „parțial libere” (Freedom House 2014, locul 112 din 197 de țări; RSF 2014, locul 56 din 180 de țări). În condiții de libertate parțială, însă, și pluralismul mediatic rezultă a fi unul „parțial”.

Conform Recomandării Comitetului de Miniștri al Consiliului Europei CM/Rec(2007)2 privind pluralismul mediatic și diversitatea conținutului media din 31 ianuarie 2007, „*pluralismul mass-mediei și diversitatea conținutului mediatic sunt esențiale pentru funcționarea unei societăți democratice și derivă din dreptul fundamental al libertății de exprimare și informare*”. Recomandarea citată o completează pe cea din 1999, când instituția europeană propunea măsuri pentru promovarea pluralismului mediatic (CM/Rec(99)1). Au urmat și alte acțiuni: stabilirea de către Directoratul General Rețele de Comunicare, Conținut și Tehnologie/DG Connect, a unui Grup de lucru la nivel înalt pentru ca acesta să formuleze recomandări în vederea respectării, protecției, susținerii și promovării pluralismului și a libertății mass-mediei în Europa; înființarea Centrului pentru Pluralismul Media și Libertatea Media cu scopul de a îmbunătăți protecția pluralismului mass-mediei și a libertății mediatică în Europa, și a stabili acțiunile necesare a fi întreprinse la nivel European și național pentru a menține aceste obiective; desfășurarea campaniei pentru promovarea pluralismului mediatic de către Inițiativa Cetățenilor Europeni – un instrument al UE; raportul *Competențele UE privind pluralismul mass-media și libertatea presei* (ianuarie 2013); raportul Comitetului Parlamentului European pentru libertăți civile, justiție și afaceri interne privind libertatea presei în Europa (textul raportului cere acțiuni comune Uniunii Europene, Consiliului Europei și OSCE în scopul „respectării, garantării și promovării dreptului fundamental la libertatea de exprimare și de informare, precum și libertatea și pluralismul mass-mediei”). Aceste acțiuni constituie o dovadă a faptului că tematica pluralismului mass-mediei preocupă la nivel european/internațional în măsură considerabilă. Sistemele mass-mediei fiind diferite, cu istorie și specific diferit, pun în dificultate autoritățile care ar dori elaborarea unui set-standard de reguli și/sau măsuri care să acopere subiectul pluralismului. Dată fiind aspirația sa europeană, Republica Moldova trebuie să împărtășească o asemenea valoare precum pluralismul mediatic.

2.4 Indicatorii monitorizați

A. Principalele editii informative ale zilei:

- A1.** Numărul și durata subiectelor;
- A2.** Genul subiectelor;
- A3.** Tematica știrilor;
- A4.** Geografia știrilor;
- A5.** Categoriile de protagoniști în știri;
- A6.** Paritatea sexelor în rândul protagoniștilor;
- A7.** Categoriile socio-profesionale în rândul protagoniștilor;
- A8.** Contextul informației;
- A9.** Atitudinea jurnalistului;
- A10.** Numărul de surse în știrile conflictuale;
- A11.** Numărul și durata medie a edițiilor informative;
- A12.** Ierarhia tematică a știrilor în jurnal;
- A13.** Ierarhia geografică a știrilor externe în jurnal.

B. Emisia televizuală în orele de maximă audiență:

- B1.** Numărul și durata emisiunii/programului;
- B2.** Genul emisiunii/programului;
- B3.** Auditoriul-țintă;
- B4.** Ponderea producției proprii în volumul emisiiei;
- B5.** Ponderea producției autohtone în volumul emisiiei;
- B6.** Ponderea emisiunilor în limba română în volumul emisiiei;
- B7.** Forma traducerii în filmele străine;
- B8.** Coloana sonoră în filmele străine.

C. Fluxurile zilnice de știri pe portaluri:

- C1.** Numărul știrilor în fluxul zilnic;
- C2.** Tipul știrii;
- C3.** Tematica știrilor;
- C4.** Geografia știrilor;
- C5.** Categoriile de protagoniști în știri;
- C6.** Paritatea sexelor în rândul protagoniștilor;
- C7.** Categoriile socio-profesionale în rândul protagoniștilor;
- C8.** Contextul informației;
- C9.** Atitudinea jurnalistului;
- C10.** Numărul de surse în știrile conflictuale.

D. Prezența altor produse mediatice pe portaluri:

- D1.** Frecvența produselor cu caracter informativ-analitic;
- D2.** Frecvența informațiilor utilitare;
- D3.** Prezența altor produse mediatice;
- D4.** Auditoriul-țintă;
- D5.** Accesibilitatea informațiilor.

2.5 Descrierea metodologiei

A. Principalele editii informative ale zilei

A1. Numărul și durata subiectelor

Edițiile informative înregistrate au fost decupate în subiecte, iar unitatea de măsură folosită pentru cuantificarea fiecărei secvențe este numărul și durata acestora calculată în secunde. Numărul și durata știrilor indică asupra atenției acordate de posturile monitorizate mediatizării evenimentelor de actualitate în cadrul serviciilor de programe.

A2. Genul subiectelor

Denumirile de genuri practicate de redacții în jurnalele de știri pot să difere de la o televiziune la alta. Pentru a evita eventuale confuzii, fiecare tip este însoțit de următoarele definiții:

A2.1 Reportajul (Beta)

Subiecte sub forma de înregistrare video, precedate de o lansare (intro) enunțată din studio de către prezentator. Reportajul se poate referi la un eveniment care tocmai s-a produs sau la un subiect atemporal. Elementele componente ale reportajului au fost realizate de reporter la fața locului evenimentului, în timpul derulării acestuia sau din spusele martorilor direcți. Unele dintre reportaje se încheie cu un stand-up al realizatorului. Durata secvenței variază, de regulă, între 60 și 120 secunde, dar poate ajunge și până la 180 secunde.

A2.2 Off/voice-over

Este vorba despre secvențele scurte de imagini de actualitate montate, cu sunet de ambianță, a căror comentare off (din afară) este asigurată de către prezentator. Unele redacții numesc aceste secvențe off-uri, iar altele – voice over. Durata off/voice-over-ului, de regulă, depășește 30 secunde și poate ajunge până la 60 secunde sau chiar mai mult.

A2.3 Live/duplex

Subiectele transmise în cadrul jurnalului prin intermediul unei relatări în direct a reporterului de la o locație exterioară și în care mijloacele tehnice permit dialogul dintre prezentatorul din studio și jurnalistul aflat în exterior. Acest tip include și multiplexul ce permite transmiterea de imagini care provin din mai multe centre de emisie. Aici au fost incluse și intervențiile reporterului în direct prin intermediul telefonului.

A2.4 Interviu

Dialog înregistrat cu un responsabil, martor sau expert și din care jurnalistul a ales cele mai bune pasaje pe care le difuzează în secvență. Tot aici sunt incluse și secvențele selectate de redacție din cadrul unei emisiuni recente din studioul postului de televiziune. De asemenea, dialogul în direct în platou dintre prezentator și un expert sau un responsabil invitat în studio cu ocazia unui eveniment de actualitate. În această categorie intră și situațiile în care prezentatorul adresează întrebări unui interviuat situat în afara studioului, de regulă, prin telefon.

A2.5 Știrea scurtă

Informații scurte care conțin substanța unei știri, dar fără detalii date de prezentator cu sau fără imagini. Durata știrii scurte este, de regulă, de maxim 30 de secunde.

A2.6 Analiza

Prestațiile în direct ale unui jurnalist prezent în studio care, în calitate de expert, descrie un subiect de actualitate.

A3. Tematica știrilor

Categoriile tematice au fost astfel repertoriate pentru a analiza relevanța evenimentelor reflectate de către televiziuni. Totodată, rezultatele cercetării în baza indicatorilor tematici va permite de a stabili preferințele tematice ale televiziunilor private, ceea ce, eventual, va ajuta radiodifuzorul public să-și redefinească unele linii ale politicii editoriale astfel încât să acopere alte teme de interes, relevante pentru public.

A3.1 Politică

Această categorie include: activitățile și dezbaterile Parlamentului, Guvernului, Consiliilor municipale și raionale, precum și a membrilor acestora (*dacă nu se referă direct la o categorie mai precisă*); activitățile ministerelor, agențiilor, birourilor și oficiilor guvernamentale (*dacă nu se referă direct la o categorie mai*

precisă); relațiile diplomatice (*dacă nu se referă direct la o categorie mai precisă*); acordurile și deciziile politice; analizele politice; sistemul electoral și alegerile; activitățile partidelor politice și a membrilor acestora, etc.

A3.2 Economie

Această categorie include: agricultura, piscicultura, mineritul și domeniul forestier; uzinele, fabricile, construcțiile; transportul, serviciile, comerțul; băncile, finanțele și fiscalitatea; informațiile de la bursă.

A3.3 Societate

Această categorie include: pensiile, șomajul, prestațiile sociale, asigurările sociale, asistența socială, etc.; salariile, bunăstarea socială, crearea și suprimarea locurilor de muncă, restructurările (dacă au consecințe asupra locurilor de muncă); acțiunile de protest cu revendicări sociale, manifestațiile sindicale și/sau ale organizațiilor salariaților; relațiile syndicate-patronate, negocierile și convențiile colective, etc. Acest indicator cuprinde și orice problemă care face obiectul unei dezbateri în societate: probleme etnice; chestiuni filozofice, de principii și valori; dezbaterile de idei; mass-media; inițiativele cetățenești; drepturile omului; tendințele și fenomenele din societate.

A3.4 Cultură

Această categorie include: criticile de artă și cultură; expozițiile, concertele, festivalurile, spectacolele; muzica, filmul, literatura, arta în sens larg; folclorul, tradițiile; patrimoniul național; călătoriile și atracțiile turistice; meșteșugurile și artizanatul; restaurarea și renovarea tablourilor sau a clădirilor de importanță istorică și culturală; retrospectivile și comemorările, omagii; cultele, activitățile, ceremoniile și sărbătorilor cu caracter religios.

A3.5 Știință și tehnologii

Această categorie include: cercetările, descoperirile, experiențele și invențiile; conferințele și congresele științifice; expozițiile științifice și tehnologice; cercetările istorice; cercetările și descoperirile arheologice; noile tehnologii.

A3.6 Sănătate și mediu

Această categorie include: sănătatea publică; activitatea de prevenire a bolilor; campanii de sănătate și de mediu; vaccinarea, epidemii, pandemii, etc.; catastrofele cu efect de poluare a mediului ambiant; ecologia; gestionarea mediului; gestionarea deșeurilor.

A3.7 Educație

Această categorie include: activitățile pedagogice la toate nivelele și care cuprind toate treptele de învățământ; programele școlare; proiectele educative; finanțarea școlilor și optimizarea sistemului; administrarea instituțiilor de învățământ; dezbaterile din societate privind activitatea fundațiilor pe lângă școli create de asociații ale părinților.

A3.8 Justiție

Această categorie include: dezbaterile și deciziile privind sistemul justiției, reformele din domeniu; activitățile de anchetă și urmărire penală; actele de violare a codului civil și a celui penal; procesele judiciare; condamnările și eliberările. Acest indicator nu cuprinde actele de delincvență și infracțiunile minore (A3.9 Accidente și infracțiuni) sau actele ilegale cu caracter umoristic (A3.10 Divertisment și fapt divers).

A3.9 Accidente și infracțiuni

Această categorie include: accidentele rutiere, aviatice sau de navigare; accidentele de muncă; incendiile, furtunile, inundațiile; cutremurele de pământ și alte cataclisme naturale; actele de delincvență și infracțiuni minore.

A3.10 Divertisment și fapt divers

Această categorie include: centrele de odihnă și parcurile de atracții; circul și iarmaroacele; actele ilegale cu caracter umoristic; decese și servicii funebre; nașteri, botezuri, logodne, nunți; recepții și activități de binefacere; activitățile vedetelor și viața acestora; concursuri de frumusețe; fapte anecdotice, insolite, ciudate și bizare; superstițiile, etc.

A3.11 Externe

Această categorie cuprinde știrile externe, indiferent de domeniul tematic abordat în cadrul subiectului, cu excepția știrilor sportive internaționale care sunt incluse la categoria A3.12 Sport.

A3.12 Sport

Această categorie include: competițiile sportive de amatori și/sau ale profesioniștilor, inclusiv reportajele de ambianță dinainte și de după meciuri; accidentele sportivilor; sancțiunile disciplinare aplicate sportivilor, cazurile de dopaj, etc. Această categorie nu include viața sportivului în afara activității sportive (A3.10 Divertisment și fapt divers) sau procesele de judecată în care sunt implicați sportivi (A3.8 Justiție).

A4. Geografia știrilor

În stabilirea geografiei știrilor, care este un indicator important de urmărit pentru pluralismul geografic, au fost luate în considerare elemente precum menționarea localității în care se produce evenimentul sau locul de filmare.

A4.1 Local

Acest indicator cuprinde toate nivelele inferioare celui național. De regulă, în lansare sau în comentariu, figurează mențiunea localității în care are loc evenimentul. De asemenea, acest indicator poate fi identificat prin afișarea localității pe ecran (burtieră sau hartă geografică în care localitatea este marcată).

A4.2 Național

La categoria știrilor naționale sunt incluse toate secvențele care nu comportă mențiuni geografice și care se referă la Republica Moldova în ansamblu. Nivelul național include și subiectele care au ca scop clar de a generaliza o informație (... *acest fenomen este răspândit în toată țara...*).

A4.3 Europa (UE+)

În această categorie sunt incluse secvențele ce se referă la cele 28 de state membre ale UE și la țările non-membre ale UE, precum Elveția, Norvegia, Islanda, Monaco sau Liechtenstein, care fac parte din spațiul Schengen, precum și o serie de alte state mici care au strâns legături sau acorduri cu UE (Andorra, San-Marino, Vatican).

A4.4 CSI+1

În această categorie intră informațiile provenite din sau care se referă la statele membre ale CSI (Rusia, Belarus, Ucraina, Armenia, Azerbaijan, Kazahstan, Kârgâzstan, Tadjikistan, Turkmenistan și Uzbekistan), precum și Georgia. Această categorie nu include Republica Moldova, care este catalogată la nivelul național.

A4.5 Internațional

În această categorie sunt clasate evenimentele care din punct de vedere geografic depășesc nivelele stabilite pentru A4.3 și A4.4, cele care se referă concomitent la aceste două categorii, cele care se referă în ansamblu la evenimente sau fenomene mondiale, precum și cele care vizează activitatea structurilor internaționale ONU, NATO, etc.

A5. Categoriile de protagoniști în știri

Frecvența* mediatizării protagoniștilor în jurnalele de știri la televiziune, esențială pentru diversitatea vocilor, este urmărită din perspectiva clasificării acestora în cinci categorii:

A5.1 actori politici

În cadrul acestei categorii, clasificarea actorilor politici are loc prin indicarea apartenenței partinice, indiferent dacă aceștia reprezintă organele electivă sau executive și sunt în exercițiul funcțiunii ori sunt membri de rând ai partidelor și formațiunilor politice. Suplimentar, s-a efectuat personalizarea principalilor actori politici după cum urmează: președintele țării, președintele Parlamentului, prim-ministrul, deputații, membrii executivului, președinții partidelor și reprezentanții marcanți ai acestora (personaje cu care se asociază o formațiune politică), primarii municipiilor Bălți, Chișinău și Comrat, șeful administrației de la Tiraspol și reprezentantul părții transnistrene la negocieri. De asemenea au fost incluși 25 de actori externi care sunt importanți pentru relațiile cu Republica Moldova, repartizați în 6 categorii: Uniunea Europeană, Statele Unite, România, Ucraina, Rusia și Internațional (ONU și NATO).

A5.2 funcționari de stat

În această categorie sunt incluși reprezentanții autorităților publice care ocupă funcții de conducere în cadrul administrațiilor publice centrale și locale și care sunt importante pentru procesul decizional. Categorie include funcționari publici care dețin funcții de conducere inclusiv de nivel superior: consilieri de stat, secretari de stat, adjuncți ai miniștrilor, conducători și adjuncți ai autorităților publice, conducători și adjuncți de agenții, secretari ai consiliilor locale, pretori și vice-pretori.

A5.3 experți

În această categorie sunt incluse persoanele care oferă în cadrul subiectului o expertiză la un subiect abordat sau furnizează o analiză asupra unui domeniu precis. Această categorie include și reprezentanți din rândul diferitelor organizații ale societății civile, analiști, observatori, comentatori, precum și reprezentanții misiunilor diplomatice străine acreditate în Republica Moldova.

A5.4 specialiști

În această categorie sunt incluse persoanele care expun în cadrul subiectului un punct de vedere tehnic în calitate de specialist într-un domeniu precis. Această categorie include și persoane cu funcții de execuție din cadrul autorităților publice (șefi de direcție, șefi secție, specialiști principali, etc).

A5.5 cetățeni de rând

În această categorie sunt incluse persoanele care nu se încadrează în niciuna dintre cele trei categorii menționate mai sus, indiferent de calitatea pe care o au în cadrul subiectului. Această categorie include și cetățenii intervievați în cadrul sondajelor realizate în stradă (vox-populi sau micro-trotuar).

Notă*: Protagonistii sunt repertoriați o singură dată per secvență indiferent de frecvența apariției sau durata intervenției directe sau a mențiunii.

A6. Categoriile socio-profesionale în rândul protagoniștilor

Repartizarea pe categorii socio-profesionale a protagoniștilor s-a făcut în baza Clasificării internaționale standard a ocupațiilor din 2008 (ISCO-08), adoptată de Comisia Europeană la 29 octombrie 2009. Comisia Europeană a recomandat Statelor membre să utilizeze Clasificarea internațională standard a ocupațiilor sau o clasificare națională derivată din ISCO-08. Repertorierea pe categorii a protagoniștilor s-a făcut atunci când aceasta este menționată sau este identificabilă în funcție de context. Respectiva clasificare, publicată în Jurnalul Oficial al Uniunii Europene la data de 10.11.2009, conține 10 categorii de ocupații, însă, pentru scopurile cercetării, a fost simplificată la un număr de 7 categorii care înglobează toate ocupațiile:

A6.1 Conducători și funcționari superiori

A6.2 Experți și specialiști intelectuali

A6.3 Tehnicienii și funcționari administrativi

A6.4 Lucrători din servicii, comerț, agricultură, meșteșugari, muncitori

A6.5 Persoane fără activitate profesională (elevi, studenți, pensionari, militari)

A6.6 Persoane care exprimă opinie populară (vox-populi)

A6.7* Non-indexați

Notă*: Persoane a căror ocupație profesională nu a putut fi identificată în cadrul subiectului.

A7. Paritatea sexelor în rândul protagoniștilor

Acest indicator contribuie la diversitatea vocilor și arată gradul de paritate a sexelor în cadrul știrilor:

A7.1 Femei

A7.2 Bărbați

A8. Contextul informației

Acest indicator fixează contextul în care apar în cadrul știrilor actorii politici (partidele și formațiunile politice, Coaliția Pro-europeană în calitate de entitate comună pentru componentele guvernării, precum și actorii politici personalizați):

A8.1 Context pozitiv

Contextul pozitiv este definit cel în care informațiile ce vizează un actor politic sunt asociate cu acțiuni

pozitive pentru opinia publică în ansamblu (lupta anticorupție, succese diplomatice, reforma, succese politice, etc.), iar subiectul comportă conținut emoțional (referințe pozitive în text, laude, admirații, etc.).

A8.2 Context negativ

Contextul negativ este definit cel în care informațiile ce vizează un actor politic sunt asociate cu acțiuni negative pentru opinia publică în ansamblu (corupție, gafe diplomatice, încetinirea reformei, insuccese politice, etc.), iar subiectul comportă conținut emoțional (referințe negative în text, acuzații, critici asimetrice, etc.).

A8.3 Context neutru

Contextul neutru este definit cel în care informațiile ce vizează un actor politic nu sunt asociate nici cu acțiuni pozitive și nici cu cele negative pentru opinia publică în ansamblu, iar subiectul nu comportă încărcătură expresivă sau emoțională.

A9. Atitudinea jurnalistului

Acest indicator vizează atitudinea jurnalistului față de protagoniști sau de evenimentele mediatizate în știri. Orientarea atitudinii jurnalistului este identificată atât din analiza textului, cât și a imaginilor video din subiect. Din perspectiva pluralismului, respectarea principiului imparțialității este imperios necesară dat fiind că este importantă nu doar diversitatea știrilor ci și diversitatea știrilor corecte. Postulatul „news not views”, fiind urmat, permite consumatorului să-și formeze liber propria opinie.

A9.1 Atitudine imparțială

Un astfel de comportament este definit cel în care textul este neutru și nu comportă conținut laudativ și nici critică asimetrică, iar prezentarea este echilibrată și fără încărcătură expresivă.

A9.2 Atitudine părtinitoare

Un astfel de comportament este definit cel în care prin formulele utilizate, jurnalistul intenționează să aprecieze semnificația evenimentului; pune în situație favorabilă sau defavorabilă protagoniștii; prezentarea este, fie admirativă și laudativă, fie incriminatoare și negativistă.

A10. Numărul de surse în știrile conflictuale

Acest indicator vizează respectarea normelor profesionale, inclusiv modul în care sunt reflectate în știrile cu caracter conflictual (acuzații politice, dispute pe diferite teme, acuzații de fraude, etc.) punctele de vedere ale tuturor părților implicate*, contribuind astfel la diversificarea vocilor.

A10.1 Mai mult de două surse (+)

La acest indicator, numit convențional *Mai mult de două surse (+)*, sunt clasate subiectele conflictuale în care sunt prezentate punctele de vedere ale tuturor părților implicate în conflict. De asemenea sunt contabilizate aici și cazurile în care unul sau mai multe puncte de vedere ale părților implicate în conflict n-au putut fi prezentate din varii motive și reporterul anunță prin text că a făcut efortul necesar pentru a obține opinia persoanei sau persoanelor vizate: „... X nu a fost de găsit...”, „... X nu a răspuns la telefon”, „... X a refuzat să comenteze”.

A10.2 Mai puțin de două surse (-)

La acest indicator, numit convențional *Mai puțin de două surse (-)*, sunt clasate subiectele conflictuale în care nu sunt prezentate punctele de vedere ale tuturor părților implicate în conflict, indiferent de numărul acestora. Aici sunt incluse și subiectele în care reporterul nu anunță că ar fi făcut vreun efort pentru a solicita punctul de vedere al uneia sau mai multe dintre părțile din conflict, limitându-se la formule, gen: „... X nu a comentat deocamdată știrea”.

Notă*: În cazul în care punctele de vedere ale părților implicate în conflict sunt expuse în două secvențe separate în cadrul jurnalului, acestea sunt notate ca atare, fiind considerate ca o știre conflictuală cu două și mai multe surse (+).

A11. Numărul și durata medie a edițiilor informative

Numărul de jurnale este un indicator important deoarece pluralismul este relevant dacă este oferit cu

regularitate. Durata medie a jurnalului este o categorie relevantă în stabilirea ponderii știrilor în volumul general al emisiiei. Durata este calculată de la prima imagine a genericului de început și până la ultima imagine a genericului de final.

A12. Ierarhia tematică a știrilor în jurnal

Pentru analiza ierarhizării tematice au fost luate primele două subiecte din cadrul jurnalului: știrea de deschidere și următoarea. Prima secvență este cea care ”dă tonul” întregului jurnal, însă, ținând cont de specificul perioadei de monitorizare legat de anumite evenimente socio-politice de anvergură, a fost luată în calcul și a doua știre, după cea de deschidere, în vederea stabilirii corespunderii priorităților redacționale cu așteptările publicului.

A13. Ierarhia geografică a știrilor externe în jurnal

Pentru analiza ierarhizării geografice au fost luate, în ordine, primele două știri externe din cadrul jurnalului. Prima secvență externă, în foarte dese rânduri, a vizat situația din Ucraina și uneori a fost evidențiată prin scoaterea în afara blocului de știri externe. Astfel, ținând cont de specificul perioadei de monitorizare legat de acest eveniment, a fost luată în calcul și a doua știre externă, în vederea stabilirii corespunderii priorităților redacționale cu așteptările publicului.

B. Emisia televizuală în orele de maximă audiență

B1. Numărul și durata emisiunii/programului

Emisia integrală zilnică de câte 6 ore la fiecare televiziune a fost înregistrată și monitorizată pe tipuri de programe contabilizându-se numărul și durata acestora în ore, minute, secunde. Numărul de emisiuni indică gradul de diversitate a emisiunilor și implicit categoriile de auditoriu-țintă. Durata emisiunilor indică volumul afectat fiecărei emisiuni și implicit nivelul de atenție acordată fiecărei categorii de public.

B2. Genul emisiunii/programului:

B2.1 Știri și jurnale;

B2.2 Programe informativ-analitice;

B2.3 Magazine și documentare;

B2.4 Filmele de ficțiune;

B2.5 Programe scurte;

B2.6 Divertisment;

B2.7 Sport

B2.8 Promo și publicitate;

B2.1 Știri și jurnale

În această categorie intră: buletinele de știri și jurnalele, inclusiv principalele ediții informative

B2.2 Programe informativ-analitice

În această categorie intră: talk-show-rile politice, emisiunile informativ-analitice, dezbaterile socio-politice și edițiile speciale.

B2.3 Magazine și documentare

În această categorie intră: emisiunile de tip magazin, programele educative și culturale, emisiunile de investigații și documentarele.

B2.4 Filmele de ficțiune

În această categorie intră: filmele artistice, seriarele, telefilmele, etc.

B2.5 Programe scurte

În această categorie intră: anunțurile, comunicatele, meteo, informații rutiere, fillere, alte programe, cu durata, de regulă, până la 5 minute.

B2.6 Divertisment

În această categorie intră: concursuri, spectacole, concerte, videoclipuri, emisiuni de umor, talk-show-uri, altele decât cele politice.

B2.7 Sport

În această categorie intră: emisiunile sportive, transmisiunile de la evenimentele sportive, jurnalele de sport dacă sunt în afara ediției informative.

B2.8 Promo și publicitate

În această categorie intră: spoturile promoționale, de publicitate și de teleshopping.

B3. Auditoriul-țintă

Acest indicator este relevant din motiv că determină categoriile auditoriului-țintă pentru care există oferta mediatică. Totodată, el poate stabili categoriile auditoriului-țintă rămase în afara atenției instituțiilor mediatice.

B4. Ponderea producției proprii

În categoria *produs propriu* au fost incluse: programele și operele audiovizuale concepute și realizate exclusiv de către postul de televiziune cu utilizarea mijloacelor tehnice și intelectuale proprii sau coproduse împreună cu unul sau mai mulți producători independenți din Republica Moldova. Ponderea producției proprii este calculată din volumul emisiei, exceptând programele incluse la categoriile B2.4 (Filmele de ficțiune) și B2.8 (Promo și publicitate). Acest indicator este relevant pentru diversitatea de conținut, în particular, cu referire la produsul propriu oferit consumatorului.

B5. Ponderea producției autohtone

În categoria *produs autohton* au fost incluse: programele și operele audiovizuale concepute și realizate exclusiv de către postul de televiziune cu utilizarea mijloacelor tehnice și intelectuale proprii sau coproduse împreună cu unul sau mai mulți producători independenți din Republica Moldova (*produs propriu*); programele și operele audiovizuale produse și/sau coproduse de furnizorii de servicii media audiovizuale și/sau de către producători independenți de programe din Republica Moldova la comanda postului de televiziune (*produs comandat*); programe și opere audiovizuale produse și/sau coproduse de furnizorii de servicii media audiovizuale și/sau de către producători independenți de programe din Republica Moldova al căror drept de difuzare a fost achiziționat de către postul de televiziune (*produs achiziționat*). Ponderea producției autohtone este calculată din volumul emisiei, exceptând programele incluse la categoriile B2.4 (Filmele de ficțiune) și B2.8 (Promo și publicitate). Pluralismul nu este veridic dacă cetățeanului i se oferă produse mediatice străine irelevante pentru dânsul.

B6. Ponderea emisiunilor în limba română

Ponderea emisiunilor în limba română este calculată din volumul emisiei, exceptând programele incluse la categoriile B2.4 (Filmele de ficțiune) și B2.8 (Promo și publicitate). Acest indicator este relevant pentru pluralismul lingvistic.

B7. Forma traducerii în filmele străine

Prin acest indicator, relevant pentru gradul de accesibilitate a publicului, s-a urmărit modalitatea de utilizare a formei de traducere a filmelor străine:

B7.1 Dublare/sonorizare

B7.2 Subtitrare

B7.3 Subtitrare și sonorizare

B8. Coloana sonoră în filmele străine

Prin acest indicator, relevant pentru gradul de accesibilitate a publicului, s-a urmărit modalitatea de utilizare a coloanei sonore în filmele străine: originală sau în alte limbi:

B8.1 limba română

B8.2 limba rusă

B8.3 altă limbă

C. Fluxurile zilnice de știri pe portaluri

C1. Numărul știrilor în fluxul zilnic

Au fost contabilizate, pe zile calendaristice, știrile postate zilnic pe portalurile selectate de la 00:00 până la 24:00.

C2. Tipul știrii

Știrile postate pe site-uri au fost împărțite în categorii în funcție de tipul producției (știre proprie sau preluată). La fel, prin prisma acestui indicator au fost urmărite și caracteristicile comportate: text, foto, audio, video. Acest indicator arată intenția site-ului de a spori „diversitatea vocilor”.

Indicatorii C3. – C10.

Indicatorii care se referă la tematica și geografia știrilor, categoriile de protagoniști și cele socio-profesionale, contextul informației, atitudinea jurnalistului și sursele în știrile conflictuale, au fost calculați conform criteriilor descrise mai sus pentru știrile televizuale (A3. – A10.)

D. Prezența altor produse mediatice pe portaluri

D1. Categorii de produse informativ-analitice

- D1.1 Interviu text;
- D1.2 Interviu audio/video;
- D1.3 Emisiune audio/video;
- D1.4 Comentariu/editorial;
- D1.5 Analiză;
- D1.6 Articol de blog;
- D1.7 Investigație;

D2. Categorii de informații utilitare

- D2.1 Horoscop;
- D2.2 Cursul valutar;
- D2.3 Rețete culinare;
- D2.4 Sfaturi;
- D2.5 Anunțuri;
- D2.6 Program radio/TV;
- D2.7 Meteo;

D3. Alte produse mediatice

- D3.1 Transmisiuni video live
- D3.2 Bandă crawl și imagini în carusel
- D3.3 Sondaje
- D3.4 Infografice
- D3.5 Caricaturi

D4. Accesibilitatea informațiilor

- D4.1 Compartimentarea informațiilor pe categorii
- D4.2 Opțiunea de căutare a informațiilor
- D4.3 Postarea de comentarii ale utilizatorilor
- D4.4 Partajare pe rețelele de socializare
- D4.5 Traducerea în alte limbi;
- D4.6 Facilitatea imprimării informațiilor.

3. JURNALELE DE ȘTIRI TV. ANALIZA DE CONȚINUT

3.1 Prezentarea generală a principalelor ediții informative ale zilei

3.1.1 Date cu privire la edițiile informative

În perioada 7 aprilie – 1 iunie 2014 cele 8 posturi de televiziune monitorizate au difuzat împreună 423 de ediții informative principale, cu o durată totală de 226 de ore, 4 minute și 38 de secunde. Șase televiziuni au difuzat zilnic știri în această perioadă, fiecare cu câte 56 de ediții informative, **Prime TV** (48 de ediții) n-a avut program de știri duminică, iar **TV 7** (39 de ediții) n-a difuzat jurnale sâmbătă și duminică.

Prime TV a difuzat în perioada de referință 48 de ediții principale informative ale zilei (*Primele Știri*) cu o durată totală de 21 de ore, 11 minute și 9 secunde și o durată medie a fiecărui jurnal de 26 de minute și 29 de secunde. **Moldova 1** a pus pe post în aceeași perioadă 56 de ediții ale *Mesagerului*, însumând 28 de ore, 5 minute și o secundă, 30 de minute și 5 secunde fiind durata medie a unui jurnal. Tot 56 de ediții ale *Știrilor Pro TV* a difuzat și **Pro TV Chișinău**, dar cu o durată totală mai mare decât la postul public (37 de ore, 57 de minute și 33 de secunde, respectiv, 40 de minute și 40 de secunde – durata medie a unui jurnal). Între cele două posturi de televiziune se situează **Jurnal TV**, cu alte 56 de ediții de știri (*Jurnalul Orei 19*), cu durata totală de 29 de ore, 46 de minute și 13 secunde, și cu cea medie a unei ediții de 31 de minute și 54 de secunde.

La **Publika TV**, cele 56 de ediții de *Știri* au durat împreună 45 de ore, 27 de minute și 53 de secunde, iar în medie – 48 de minute și 43 de secunde fiecare. La **TV 7, *Сегодня в Молдове***, cu 39 de ediții, a avut o durată totală de 15 ore, 33 de minute și 51 de secunde, iar fiecare jurnal, în mediu – 23 de minute și 57 de secunde. Ultimele două posturi TV analizate au difuzat în perioada supusă monitorizării câte 56 de ediții de știri fiecare, după cum urmează: la **2 Plus** durata totală a edițiilor *Reporterului* a fost de 25 de ore, 48 de minute și 3 secunde, și cea medie a unui jurnal – 27 de minute și 39 de secunde, iar la **Canal 3 Știrile** au durat împreună 22 de ore, 14 minute și 55 de secunde, iar în medie un jurnal a putut fi urmărit timp de 23 de minute și 50 de secunde.

Diagrama 1

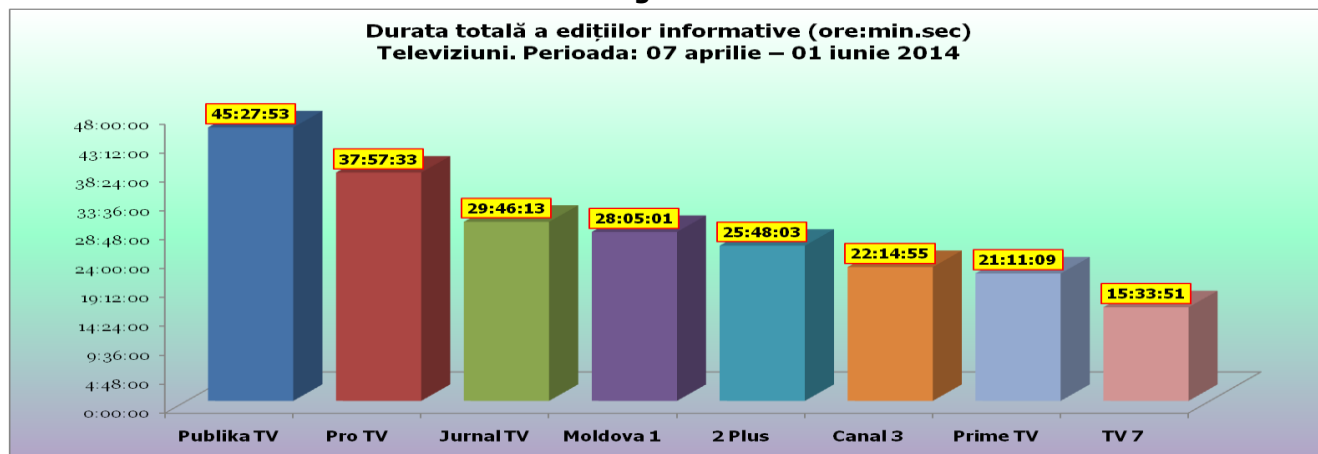
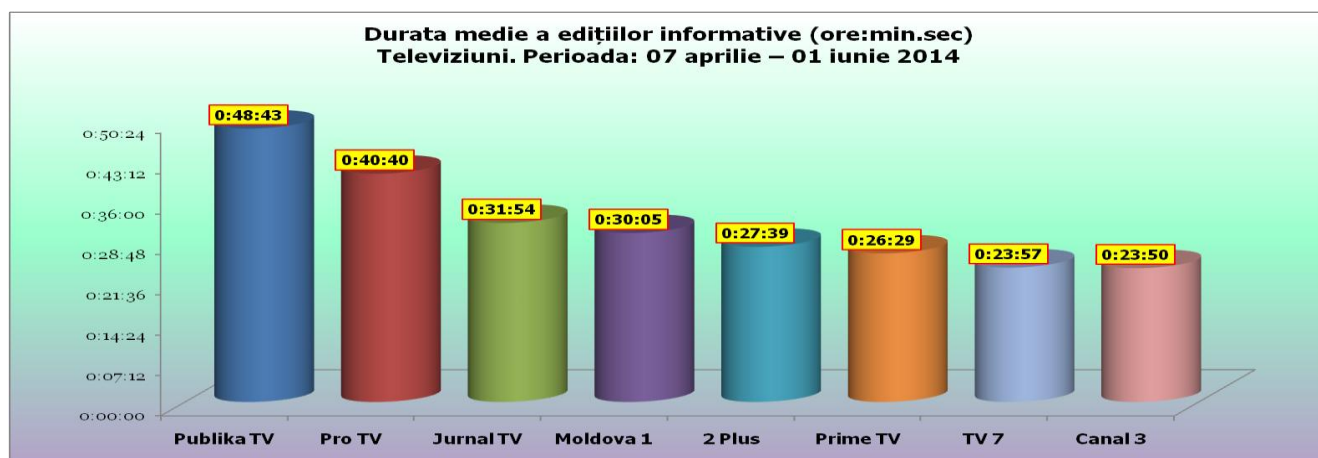


Diagrama 2

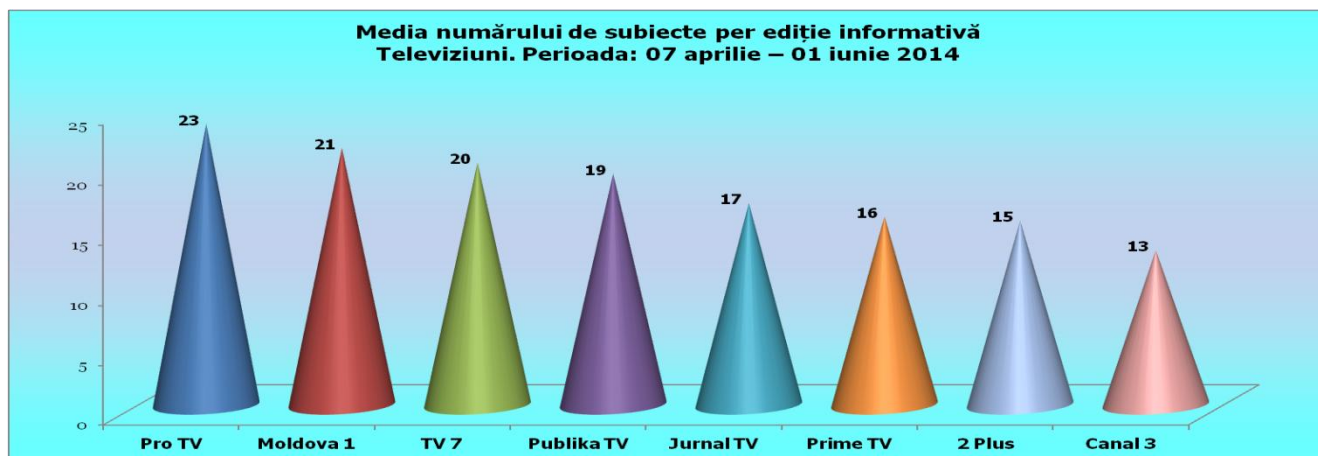


Publika TV deține întâietatea în ceea ce privește atât durata totală a jurnalelor, cât și durata medie a unei ediții. În primul caz, **Publika TV** depășește cu circa 17 ore **Moldova 1**, cu circa 8 ore **Pro TV Chișinău**, cu circa 16 ore **Jurnal TV**, cu circa 20 de ore **2 Plus**, și cu circa 23 de ore **Canal 3**. În cazul al doilea, cele peste 48 de minute cât durează în mediu un buletin de *Știri* de la ora 19.00 la **Publika TV** sunt cu circa 18 mai multe decât durata unei ediții a *Mesagerului* de la **Moldova 1**, cu circa 8 mai multe decât în cazul *Știrilor Pro TV* de la **Pro TV Chișinău**, cu circa 17 mai multe decât durata medie a *Jurnalului Orei 19* de la **Jurnal TV**, cu circa 21 mai multe decât timpul dedicat *Știrilor* de la **2 Plus**, și cu circa 25, sau dublu față de *Știrile* în limba rusă de la **Canal 3**.

3.1.2 Date cu privire la subiectele difuzate

În cadrul edițiilor informative, în ansamblul celor opt posturi, au fost difuzate 7657 de subiecte sau, în medie, circa 18 subiecte per buletin și circa 957 de subiecte per post de televiziune. **Prime TV** a difuzat 754 de subiecte (în medie – circa 16 subiecte per ediție), **Moldova 1** – 1200 sau circa 21 de subiecte per ediție, **Pro TV Chișinău** – 1312 (circa 23 de subiecte per ediție), **Jurnal TV** – 942 sau circa 17 subiecte per ediție, **Publika TV** – 1079 de subiecte (circa 19 per ediție), **TV 7** – 788 sau 20 de subiecte per ediție, **2 Plus** – 860 respectiv – circa 15 subiecte per ediție și **Canal 3** a difuzat 722 de subiecte în buletinele sale, cu circa 13 subiecte per ediție. Observăm că cel mai mare număr de subiecte l-au avut știrile de la **Pro TV Chișinău**, iar cel mai mic – cele de la **Canal 3**. **TV 7** și **Prime TV**, deși au difuzat un număr mai mic de buletine în raport cu celelalte televiziuni (39 și respectiv 48), au inclus în acestea un număr mai mare de subiecte decât **Canal 3**, care a difuzat 56 de ediții informative. Acest aspect este accentuat în special în cazul posturilor **TV 7** și **Canal 3**, ambele cu difuzarea știrilor în limba rusă. **TV 7**, având cu 17 ediții informative mai puțin, a difuzat cu 66 de subiecte mai mult decât **Canal 3** în perioada de referință. La fel, știrile de la **TV7**, având cu 9 ediții și cu circa 6 ore de durată mai puțin decât cele de la **Prime TV**, au cuprins cu 34 de subiecte mai mult decât buletinele de la aceasta din urmă. În ceea ce privește *Primele Știri*, deși au fost difuzate cu 8 buletine mai puțin decât *Știrile* de la **Canal 3**, numărul subiectelor inserate în jurnale este mai mare cu 32. În același context, datele monitorizării arată că, deși **Publika TV** a difuzat buletine cu cea mai mare durată totală și medie a unei ediții, se situează pe locul 3 în ceea ce privește numărul subiectelor inserate în jurnale (1079), după **Pro TV Chișinău** (1312) și **Moldova 1** (1200). Prin urmare, un număr și o durată mai mare a buletinelor de știri nu se traduce neapărat și întotdeauna printr-un număr mai mare și/sau o diversitate mai mare a subiectelor/evenimentelor prezentate consumatorului zilnic.

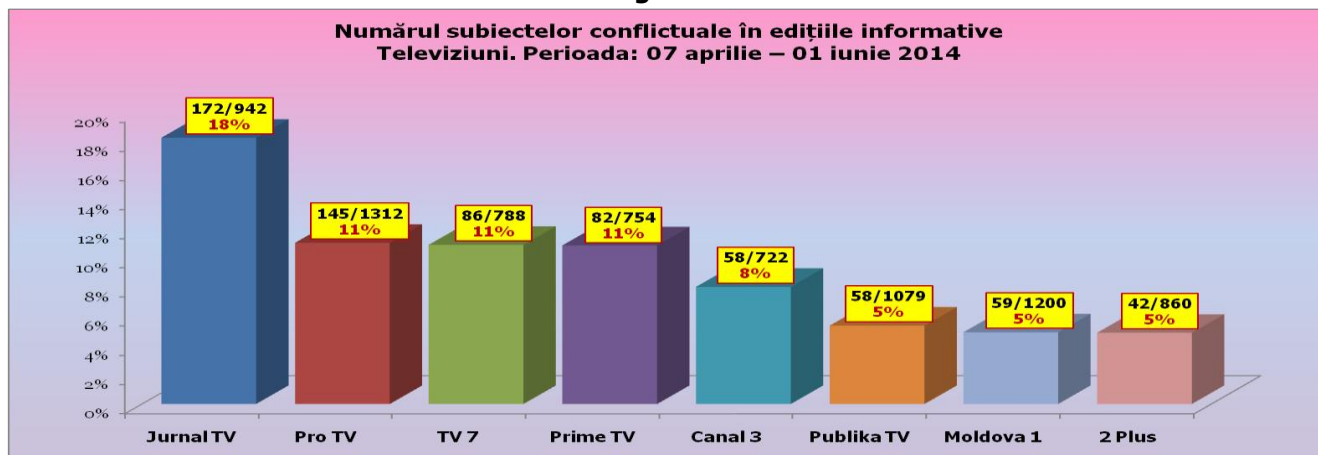
Diagrama 3



3.1.3 Date cu privire la subiectele cu caracter conflictual

Din totalul de 7657 de subiecte inserate în edițiile informative principale ale zilei la cele 8 posturi de televiziune monitorizate, 702 sau circa 9,2%, au avut caracter conflictual. Cele mai multe informații de acest fel au fost difuzate în cadrul principalului buletin informativ de la **Jurnal TV** (172 din 942) ceea ce constituie 18 la sută din numărul total de știri. O cotă a știrilor conflictuale de circa 11% au avut trei televiziuni: **Pro TV Chișinău** (145 din 1312), **TV 7** (86 din 788) și **Prime TV** (82 din 754). O pondere a știrilor conflictuale relativ ridicată de 8% a avut și **Canal 3** (58 de știri din 722). Cele mai „pașnice” jurnale de televiziune au fost cele de la **Moldova 1** (59 din 1200), **Publika TV** (58 din 1079) și **2 Plus** (42 din 860) – toate trei cu o cotă de aproximativ 5% a știrilor conflictuale. Astfel, observăm că cele mai multe știri cu caracter conflictual, atât în raport cu celelalte televiziuni, cât și în raport cu numărul total al propriilor subiecte, au fost difuzate la **Jurnal TV**, iar cele mai puține – la **2 Plus**.

Diagrama 4



3.1.4 Constatări

- În perioada 7 aprilie – 1 iunie 2014, 6 posturi de televiziune din 8 monitorizate au difuzat același număr de ediții informative principale ale zilei (56). Două televiziuni (**Prime TV** și **TV 7**) au difuzat cu 8, și respectiv, 17 ediții mai puțin;
- Cea mai mare durată totală au avut-o *Știrile* de la **Publika TV**, iar cea mai mică – *Сегодня в Молдове* de la **TV 7**;
- Cea mai mare durată medie a unui buletin de știri au înregistrat-o *Știrile* de la **Publika TV**, iar cea mai mică – *Știrile* de la Canal 3;
- Cel mai mare număr de subiecte l-au avut, în perioada monitorizată, *Știrile Pro TV* de la **Pro TV**

Chișinău, iar cel mai mic – *Știrile* de la **Canal 3**;

- Numărul și durata mai mare a buletinelor de știri nu a însemnat și un număr mai mare de subiecte/evenimente per ediție;
- Toate posturile de televiziune monitorizate au difuzat în cadrul principalelor ediții informative ale zilei subiecte cu caracter conflictual, înregistrându-se cote diferite.

3.2 Analiza tematicii știrilor

3.2.1 Repartizarea știrilor pe domenii tematice

Cele 7657 de știri difuzate de posturile de televiziune monitorizate au fost repartizate pe 12 domenii tematice și anume: *politică, economie, societate, cultură, știință și tehnologii, sănătate și mediu, educație, justiție, accidente și infracțiuni, divertisment și fapt divers, externe și sport*.

Fiecare domeniu tematic a avut o prezență diferită la posturile de televiziune monitorizate. **Moldova 1** a difuzat cele mai multe știri din domeniul *politică*, în raport cu celelalte televiziuni (166 de subiecte din 869), iar **Canal 3** a difuzat cel mai mic număr de subiecte din același domeniu (53 de subiecte). Domeniul *economie* a fost cel mai mult tratat la **Publika TV** (96 de știri din 299), iar cel mai puțin – la **Canal 3** (9 știri). În cazul domeniului tematic *societate*, prezent cu cele mai multe subiecte în buletinele de la cele 8 posturi de televiziune, **Moldova 1** se situează pe primul loc după numărul știrilor, cu 281 de știri din 1522, iar **Jurnal TV** – pe ultimul loc, cu 75 de știri din acest domeniu. **Moldova 1** rămâne lider și în ceea ce privește abordarea subiectelor despre *cultură*, având la activ 130 de știri din 380 difuzate în această perioadă de posturile de televiziune vizate. La capătul opus se află **Pro TV Chișinău**, care a difuzat 19 știri cu această tematică. Despre *știință și tehnologii* s-a vorbit foarte puțin în cadrul edițiilor informative principale ale zilei de la cele 8 televiziuni. Din cele 44 de știri, câte 9 au fost difuzate la **Prime TV** și la **2 Plus** și câte 2, cel mai puțin, la **Pro TV Chișinău** și la **Publika TV**. Domeniile tematice *sănătate și mediu*, dar și *educație*, au avut cea mai mare prezență în jurnalele de la **Publika TV** (59 din 174 în primul caz, 32 din 155 în cel de-al doilea), și cea mai mică prezență în jurnalele de la **Canal 3** (8 știri în primul caz și 9 în cel de-al doilea). La capitolul *justiție*, lider este **Jurnal TV** cu 32 de știri din 148, **Canal 3** situându-se și de această dată pe ultimul loc, cu 9 știri din acest domeniu tematic. **Jurnal TV** deține întâietatea și în ceea ce privește difuzarea subiectelor despre *accidente și infracțiuni*. Respectivul post a avut 298 de subiecte cu această tematică, din totalul de 1229. Buletinele de știri de la **TV 7**, de cealaltă parte, au difuzat 78 de subiecte despre *accidente și infracțiuni*, situându-se pe ultimul loc, la fel ca și în cazul subiectelor din domeniul *divertismentului și al faptului divers*, despre care a difuzat 10 știri din 319. Partea leului, în acest ultim caz, îi revine **Pro TV Chișinău** care a difuzat 115 de astfel de știri. Domeniul *externe* a fost predilect în cea mai mare măsură pentru **Jurnal TV**, care a pus pe post 297 de știri externe din totalul de 1498. De cealaltă parte, **Prime TV** a difuzat cel mai mic număr de astfel de știri – 54. În sfârșit, știrile din *sport* au fost prezente în cel mai mare număr la **Moldova 1** (256 de subiecte din 1020), iar în cel mai mic număr – la **Jurnal TV** (26 de subiecte).

Tabelul 1

Domeniul tematic	Prime TV	Moldova 1	Pro TV	Jurnal TV	Publika TV	TV 7	2 Plus	Canal 3	Total
Politică	98	166	90	105	124	147	86	53	869
	13,0%	13,8%	6,9%	11,1%	11,5%	18,7%	10,0%	7,3%	11,3%
Economie	34	28	26	21	96	62	23	9	299
	4,5%	2,3%	2,0%	2,2%	8,9%	7,9%	2,7%	1,2%	3,9%
Societate	130	281	276	75	251	183	140	186	1522
	17,2%	23,4%	21,0%	8,0%	23,3%	23,2%	16,3%	25,8%	19,9%
Cultură	45	130	19	39	56	30	39	22	380
	6,0%	10,8%	1,4%	4,1%	5,2%	3,8%	4,5%	3,0%	5,0%
Știință și tehnologii	9	7	2	6	2	6	9	3	44
	1,2%	0,6%	0,2%	0,6%	0,2%	0,8%	1,0%	0,4%	0,6%

Sănătate și mediu	14	25	17	15	59	22	14	8	<u>174</u>
	1,9%	2,1%	1,3%	1,6%	5,5%	2,8%	1,6%	1,1%	<u>2,3%</u>
Educație	16	29	18	12	32	18	21	9	<u>155</u>
	2,1%	2,4%	1,4%	1,3%	3,0%	2,3%	2,4%	1,2%	<u>2,0%</u>
Justiție	21	21	21	32	15	15	14	9	<u>148</u>
	2,8%	1,8%	1,6%	3,4%	1,4%	1,9%	1,6%	1,2%	<u>1,9%</u>
Accidente și infracțiuni	122	80	242	298	81	78	161	167	<u>1229</u>
	16,2%	6,7%	18,4%	31,6%	7,5%	9,9%	18,7%	23,1%	<u>16,1%</u>
Divertisment și fapt divers	56	16	115	16	31	10	56	19	<u>319</u>
	7,4%	1,3%	8,8%	1,7%	2,9%	1,3%	6,5%	2,6%	<u>4,2%</u>
Externe	54	161	255	297	245	92	201	193	<u>1498</u>
	7,2%	13,4%	19,4%	31,5%	22,7%	11,7%	23,4%	26,7%	<u>19,6%</u>
Sport	155	256	231	26	87	125	96	44	<u>1020</u>
	20,6%	21,3%	17,6%	2,8%	8,1%	15,9%	11,2%	6,1%	<u>13,3%</u>

Luând fiecare domeniu tematic separat, constatăm că la **Moldova 1** știrile *politice* au avut cea mai mare durată în raport cu celelalte televiziuni însumând 4 ore, 45 de minute și 37 de secunde și 18,2% din totalul știrilor buletinelor acestui post. **Canal 3**, pe de altă parte, a alocat cel mai puțin timp știrilor *politice*, și anume o oră, 27 de minute și 55 de secunde și 7,2% din timpul total al știrilor. Știrile *economice* din cadrul jurnalelor de la **Publika TV** au durat cel mai mult în perioada monitorizată (o oră, 59 de minute și 20 de secunde) și au acoperit 7,3% din spațiul dedicat știrilor la acest post de televiziune. **Canal 3** a alocat știrilor *economice* cel mai mic spațiu – 14 minute și 28 de secunde sau 1,2% din total. **Pro TV Chișinău** este lider în ceea ce privește durata știrilor din domeniul *societate*, cu 8 ore, 33 de minute și 3 secunde și 25,1% din totalul știrilor pe care le-a prezentat. Cea mai mică durată a știrilor din domeniul *societate* au avut-o subiectele de la **Jurnal TV** (2 ore, 57 de minute și 53 de secunde/10,8% din total). Știrile din domeniul *cultură* au avut cea mai mare durată în cadrul principalei ediții informative de la **Moldova 1**, cu 3 ore, 36 de minute și 50 de secunde și 13,8% din totalul știrilor și cea mai mică durată în edițiile de știri de la **Pro TV Chișinău**, cu 35 de minute și 56 de secunde sau 1,8% din total. Durata știrilor cu referire la *știință și tehnologii* a fost cea mai mare la **2 Plus**, cu 20 de minute și 3 secunde sau 1,4% din totalul știrilor, iar cea mai mică – la **Publika TV**, de 2 minute și 19 secunde sau 0,1% din durata întreagă a buletinelor de știri. De pe ultimul loc la domeniul *știință și tehnologii*, **Publika TV** trece pe primul în ceea ce privește durata știrilor din domeniul *sănătății și al mediului*, subiectele cu această tematică având împreună o oră, 34 de minute și 54 de secunde și 5,8% din total. La polul opus se află, în acest sens, **Canal 3** cu 15 minute și 9 secunde sau 1,2% din total. Ca și în cazul numărului, situația se repetă în cel al duratei subiectelor, iar cele două posturi de televiziune împart primul și ultimul loc privind durata știrilor din domeniul *educației*. La **Publika TV** aceste știri au durat 47 de minute și 51 de secunde (2,9% din total), iar la **Canal 3** – 19 minute și 41 de secunde (1,6% din total). Urmează *justiția*, domeniul despre care au vorbit cel mai mult știrile de la **Jurnal TV** (o oră, 25 de minute și 6 secunde sau 5,2% din total), iar cel mai puțin – cele de la **Canal 3**, cu 13 minute și 17 secunde sau 1,1% din totalul știrilor de la această televiziune. În continuare, **Jurnal TV** păstrează poziția de lider în ceea ce privește durata subiectelor din domeniul tematic *accidente și infracțiuni*, cu 8 ore, 8 minute și 7 secunde și 29,7% din totalul știrilor difuzate. **TV 7**, cu o oră, 8 minute și 54 de secunde (7,8% din totalul știrilor), ocupă ultimul loc la acest capitol. *Divertismentul și faptul divers* a ocupat cel mai mare spațiu de emisie în cadrul știrilor de la **Pro TV Chișinău** și totalizează o durată de 3 ore, 43 de minute și 34 de secunde sau 10,9% din întreg spațiul. Cel mai puțin timp (9 minute și 36 de secunde și 1,1% din total) au durat acest tip de știri la **TV 7**. Știrile *externe* au fost difuzate cu cea mai mare durată la **Jurnal TV** (6 ore, 45 de minute și 14 secunde, și 24,6% din total), iar cu cea mai mică – la **TV 7** (o oră, 6 minute și 50 de secunde și 7,6% din total). Ultimul domeniu tematic analizat – *sportul*, a fost prezent, ca durată, cel mai mult la **Pro TV Chișinău** (5 ore, 2 minute și 25 de secunde și 14,8% din total) și cel mai puțin la **Jurnal TV** (25 de minute și 36 de secunde și 1,6%).

Tabelul 2

Domeniul tematic	Prime TV	Moldova 1	Pro TV	Jurnal TV	Publika TV	TV 7	2 Plus	Canal 3	Total
Politică	2:46:24	4:45:37	2:55:53	3:54:23	3:15:21	3:11:05	2:42:49	1:27:55	24:59:27
	14,0%	18,2%	8,6%	14,2%	12,0%	21,6%	11,2%	7,2%	12,9%
Economie	1:02:54	0:24:35	0:36:42	0:45:03	1:59:20	1:03:55	0:44:13	0:14:28	6:51:10
	5,3%	1,6%	1,8%	2,7%	7,3%	7,2%	3,0%	1,2%	3,5%
Societate	3:47:59	6:58:47	8:33:03	2:57:53	7:32:14	4:04:24	4:42:52	5:48:46	44:25:58
	19,1%	26,6%	25,1%	10,8%	27,8%	27,6%	19,5%	28,7%	22,9%
Cultură	1:24:22	3:36:50	0:35:56	1:37:47	1:39:44	0:48:14	1:20:15	0:42:27	11:45:35
	7,1%	13,8%	1,8%	5,9%	6,1%	5,5%	5,5%	3,5%	6,1%
Știință și tehnologii	0:15:40	0:09:41	0:05:38	0:10:26	0:02:19	0:06:43	0:20:03	0:06:59	1:17:29
	1,3%	0,6%	0,3%	0,6%	0,1%	0,8%	1,4%	0,6%	0,7%
Sănătate și mediu	0:22:38	0:35:23	0:36:47	0:24:27	1:34:54	0:34:30	0:19:15	0:15:09	4:43:03
	1,9%	2,3%	1,8%	1,5%	5,8%	3,9%	1,3%	1,2%	2,4%
Educație	0:29:54	0:27:31	0:32:44	0:27:21	0:47:51	0:22:32	0:44:48	0:19:41	4:12:22
	2,5%	1,8%	1,6%	1,7%	2,9%	2,5%	3,1%	1,6%	2,2%
Justiție	0:35:35	0:22:40	0:24:02	1:25:06	0:21:22	0:17:04	0:23:40	0:13:17	4:02:46
	3,0%	1,4%	1,2%	5,2%	1,3%	1,9%	1,6%	1,1%	2,1%
Accidente și infracțiuni	2:31:53	1:12:18	4:49:14	8:08:07	1:34:40	1:08:54	3:36:22	3:34:05	26:35:33
	12,8%	4,6%	14,2%	29,7%	5,8%	7,8%	14,9%	17,6%	13,7%
Divertisment și fapt divers	1:35:58	0:16:08	3:43:34	0:24:32	0:51:31	0:09:36	1:49:54	0:42:30	9:33:43
	8,1%	1,0%	10,9%	1,5%	3,2%	1,1%	7,6%	3,5%	4,9%
Externe	1:30:32	3:37:06	6:07:21	6:45:14	5:35:11	1:06:50	5:08:41	5:36:58	35:27:53
	7,6%	13,8%	18,0%	24,6%	20,6%	7,6%	21,2%	27,8%	18,3%
Sport	3:26:49	3:45:28	5:02:25	0:25:36	1:51:51	1:51:12	2:20:59	1:11:01	19:55:21
	17,4%	14,3%	14,8%	1,6%	6,9%	12,6%	9,7%	5,9%	10,3%

Referindu-ne la fiecare post de televiziune în parte, menționăm faptul că domeniile tematice s-au repartizat în mod diferit în cadrul buletinelor de știri. La **Prime TV**, de exemplu, domeniul cu cea mai mare pondere a fost cel al *sportului*, cu 155 de știri sau 20,6% din totalul de 754 de știri. Urmează știrile din domeniul *societate*, în număr de 130 sau 17,2% din total. Pe locul trei se situează știrile legate de *accidente și infracțiuni* (122 de știri sau 16,2%). Cumulat, cele 407 subiecte acoperă 54,0% din spațiul de emisie al știrilor, lăsând 46,0% pentru celelalte 9 domenii tematice. Respectiv, alte 347 de știri de la **Prime TV** s-au referit la: *politică* (98 de știri – 13,0%), *economie* (34 de știri – 4,5%), *cultură* (45 de știri – 6%), *știință și tehnologii* (9 știri – 1,2%), *sănătate și mediu* (14 știri – 1,9%), *educație* (16 știri – 2,1%), *justiție* (21 de știri – 2,8%), *divertisment și fapt divers* (56 de știri – 7,4%) și *externe* (54 de știri – 7,2%). Cel mai mic număr de știri s-a referit la domeniul *știință și tehnologii*.

Moldova 1 deschide lista posturilor de televiziune care au difuzat în buletine cele mai multe știri din domeniul *societate*. Astfel, în cadrul **Mesagerului** au fost puse pe post 281 de știri cu această tematică sau 23,4% din totalul știrilor postului. La o distanță de 25 de știri se află domeniul *sport* cu 256 de subiecte sau 21,3% din total. Podiumul este completat de domeniul *politică*, cu 166 de știri sau 13,8%. Aceste trei domenii depășesc împreună 50% din spațiul de emisie al știrilor, fiind în număr de 703, ceea ce înseamnă 58,6%. Celelalte 9 domenii tematice au fost abordate în felul următor: *economie* – 28 de știri (2,3%), *cultură* – 130 de știri (10,8%), *știință și tehnologii* – 7 știri (0,6%), *sănătate și mediu* – 25 de știri (2,1%), *educație* – 29 de știri (2,4%), *justiție* – 21 de știri (1,8%), *accidente și infracțiuni* – 80 de știri (6,7%), *divertisment și fapt divers* – 16 știri (1,3%) și *externe* – 161 de știri (13,4%). Cel mai mic număr de subiecte a fost, ca și în cazul **Prime TV**, cel cu referire la domeniul *științei și tehnologiilor*. Totodată, **Moldova 1** se evidențiază printr-o abordare pronunțată a subiectelor din domeniul *cultură*.

Pro TV Chișinău este un alt post care a dat predilecție subiectelor din domeniul *societate*, cu 276 de știri, constituind 21,0% din totalul de 1312. Domeniul *externe* și cel care vizează *accidentele și infracțiunile* completează lista celor 3 domenii tematice de bază pe care le-a abordat **Pro TV Chișinău**. Cu 255 (19,4%) de știri în primul caz, și 242 (18,4%) în cel de-al doilea, cele trei domenii acoperă 58,9% din spațiul de emisie rezervat știrilor. Urmează *sportul* cu 231 de subiecte, echivalentul a 17,6% din total, *divertismul și faptul divers* cu 115 știri sau 8,8%, *politica*, însumând 90 de subiecte sau 6,9%, *economia* cu 26 de subiecte sau 2,0%, *justiția* cu 21 de subiecte sau 1,6%, *cultura* cu 19 subiecte sau 1,4%, *educația* cu 18 subiecte sau 1,4%, *sănătatea și mediul* cu 17 subiecte sau 1,3% și *știința și tehnologiile* cu 2 subiecte din 1312, ceea ce înseamnă 0,2%. Din câte putem observa, și în cazul celei de-a treia televiziuni, cele mai puține știri au fost din domeniul *științei și al tehnologiilor*.

Jurnal TV este unul dintre cele două posturi din cele monitorizate (al doilea fiind **Canal 3**), în care doar două domenii tematice din 12 acoperă peste 50% din totalul emisie. Este vorba de domeniul *accidente și infracțiuni*, despre care au vorbit 298 de știri din totalul de 942, cifra transformată în procente fiind de 31,6% și de domeniul *externe*, care a constituit tematica a 297 de știri, echivalentul a 31,5%. Împreună, respectivele domenii au luat 63,2% din spațiul rezervat știrilor. Restul de 36,8% din spațiu a fost utilizat de 10 domenii, după cum urmează: *politică* – 105 știri (11,1%), *economie* – 21 de știri (2,2%), *societate* – 75 de știri (8%), *cultură* – 39 de știri (4,1%), *știință și tehnologii* – 6 știri (0,6%), *sănătate și mediu* – 15 știri (1,6%) *educație* – 12 știri (1,3%), *justiție* – 32 de știri (3,4%), *divertism și fapt divers* – 16 știri (1,7%) și *sport* – 26 de știri (2,8%). A patra oară consecutiv un post de televiziune alege să dea cele mai puține știri din domeniul *știință și tehnologii*, *accidentele și infracțiunile*, dar și știrile *externe* fiind abordate masiv și cu o discrepanță accentuată față de celelalte domenii tematice.

Domeniul tematic *societate* a cuprins cele mai multe știri la **Publika TV** (251 din 1079 sau 23,3% din total). Știrile *externe* s-au plasat, ca număr, pe locul 2 cu 245 de știri (22,7%) și știrile *politice* pe locul 3, cu 124 de subiecte (11,5%), cele trei domenii contabilizând împreună 620 de subiecte sau 57,5% din total. Aceasta înseamnă că altor 9 domenii tematice le-au revenit 459 de știri sau 42,5% din total. Acestea din urmă au vizat: *economia* – 96 de știri (8,9%), *cultura* – 56 de știri (5,2%), *știința și tehnologiile* – 2 știri (0,2%), *sănătatea și mediul* – 59 de știri (5,5%), *educația* – 32 de știri (3,0%), *justiția* – 15 știri (1,4%), *accidentele și infracțiunile* – 81 de știri (7,5%), *divertismul și faptul divers* – 31 de știri (2,9%) și *sportul* – 87 de știri (8,1%). Cele mai puține știri s-au referit, și în acest caz, la *știință și tehnologii*.

TV 7 continuă lista posturilor care au difuzat în cadrul jurnalelor cele mai multe știri din domeniul *societate*. Din 788 de știri difuzate, 183 sau 23,2% s-au referit la domeniul menționat. Domeniul *politic* a fost vizat în 147 de știri, egal cu 18,7% din total și domeniul *sport* – în 125 de știri sau 15,9% din total. În acest fel, trei domenii au acoperit mai mult de jumătate din emisie cu 455 de știri (57,7%). La domeniul *economic* s-au referit 62 de știri (7,9%), la cel *cultural* – 30 de știri (3,8%), la cel al *științei și al tehnologiilor* – 6 știri (0,8%), la cel al *sănătății și al mediului* – 22 de știri (2,8%), la cel al *educației* – 18 știri (2,3%). 15 știri (1,9%) au fost din domeniul tematic *justiție*, 78 de știri (9,9%) din domeniul tematic *accidente și infracțiuni*, 10 subiecte (1,3%) din domeniul *divertism și fapt divers* și 92 de știri *externe* (11,7%). Cele mai puține știri continuă să vizeze domeniul *știință și tehnologii*.

2 Plus a dat predilecție în perioada monitorizată știrilor *externe*, 201 știri din 860 (23,4%) fiind din acest domeniu. Despre *accidente și infracțiuni* în principala ediție informativă a zilei au fost difuzate 161 de subiecte sau 18,7% din total. Pe locul trei în ierarhia știrilor se situează domeniul tematic *societate* cu 140 de știri (16,3%). Cele trei domenii au acoperit împreună 58,4% din spațiul de emisie al știrilor de la principala ediție informativă a zilei de la **2 Plus**. Spațiul rămas a fost dedicat celorlalte 9 domenii tematice, după cum urmează: *politică* – 86 de știri (10%), *economie* – 23 de știri (2,7%), *cultură* – 39 de știri (4,5%), *știință și tehnologii* – 9

știri (1,0%), *justiție, sănătate și mediu* – câte 14 știri (1,6%), *educație* – 21 de știri (2,4%), *divertisment și fapt divers* – 56 de știri (6,5%), *sport* – 96 de știri (11,2%). Observăm că cel mai mic număr de știri s-au referit la domeniul tematic *știință și tehnologii*, iar domeniilor *sănătate și mediu* și *justiție* le-a revenit același număr de subiecte.

Canal 3 este al doilea post, alături de **Jurnal TV**, la care doar două domenii tematice au acoperit mai mult de jumătate din totalul știrilor. Astfel, cele două domenii sunt *externe* și *societate*. Cu 193 de știri din totalul de 722 (26,7%) pentru *externe* și 186 (25,8%) pentru *societate*, cele două domenii tematice cumulează 52,5% din numărul total al știrilor. Urmează domeniul *accidente și infracțiuni* (167 de subiecte – 23,1%), *politică* (53 de subiecte – 7,3%), *cultură* (22 de subiecte – 3%), *divertisment și fapt divers* (19 subiecte – 2,6%), *economie* (9 subiecte – 1,2%), *educație* și *justiție* cu câte 9 subiecte – 1,2%, *sănătate și mediu* (8 subiecte – 1,1%), *sport* (44 de subiecte – 6,1%) și *știință și tehnologii*, cu cel mai mic număr de subiecte (3 știri – 0,4%).

3.2.2 Constatări

- Posturile monitorizate au acoperit cele 12 domenii tematice în mod disproporționat;
- Din numărul și timpul total al știrilor pe domenii tematice, **Moldova 1** a difuzat cel mai mare număr de știri din domeniul tematic *politică*, în raport cu celelalte televiziuni;
- Din numărul și timpul total al știrilor pe domenii tematice, **Canal 3** a difuzat cel mai mic număr de știri din domeniul tematic *politică*, în raport cu celelalte televiziuni;
- Din numărul și timpul total al știrilor pe domenii tematice, **Publika TV** a difuzat cel mai mare număr de știri din domeniul tematic *economie*, în raport cu celelalte televiziuni;
- Din numărul și timpul total al știrilor pe domenii tematice, **Canal 3** a difuzat cel mai mic număr de știri din domeniul tematic *economie*, în raport cu celelalte televiziuni;
- Din numărul și timpul total al știrilor pe domenii tematice, **Moldova 1** a difuzat cel mai mare număr de știri din domeniul tematic *cultură*, în raport cu celelalte televiziuni;
- Din numărul și timpul total al știrilor pe domenii tematice, **Pro TV Chișinău** a difuzat cel mai mic număr de știri din domeniul tematic *cultură*, în raport cu celelalte televiziuni;
- Din numărul și timpul total al știrilor pe domenii tematice, **Publika TV** a difuzat cel mai mare număr de știri din domeniul tematic *sănătate și mediu*, în raport cu celelalte televiziuni;
- Din numărul și timpul total al știrilor pe domenii tematice, **Canal 3** a difuzat cel mai mic număr de știri din domeniul tematic *sănătate și mediu*, în raport cu celelalte televiziuni;
- Din numărul și timpul total al știrilor pe domenii tematice, **Publika TV** a difuzat cel mai mare număr de știri din domeniul tematic *educație*, în raport cu celelalte televiziuni;
- Din numărul și timpul total al știrilor pe domenii tematice, **Canal 3** a difuzat cel mai mic număr de știri din domeniul tematic *educație*, în raport cu celelalte televiziuni;
- Din numărul și timpul total al știrilor pe domenii tematice, **Jurnal TV** a difuzat cel mai mare număr de știri din domeniul tematic *justiție*, în raport cu celelalte televiziuni;
- Din numărul și timpul total al știrilor pe domenii tematice, **Canal 3** a difuzat cel mai mic număr de știri din domeniul tematic *justiție*, în raport cu celelalte televiziuni;
- Din numărul și timpul total al știrilor pe domenii tematice, **Jurnal TV** a difuzat cel mai mare număr de știri din domeniul tematic *accidente și infracțiuni*, în raport cu celelalte televiziuni;
- Din numărul și timpul total al știrilor pe domenii tematice, **TV 7** a difuzat cel mai mic număr de știri din domeniul tematic *accidente și infracțiuni*, în raport cu celelalte televiziuni;
- Din numărul și timpul total al știrilor pe domenii tematice, **Pro TV Chișinău** a difuzat cel mai mare număr de știri din domeniul tematic *divertisment și fapt divers*, în raport cu celelalte televiziuni;
- Din numărul și timpul total al știrilor pe domenii tematice, **TV 7** a difuzat cel mai mic număr de știri din domeniul tematic *divertisment și fapt divers*, în raport cu celelalte televiziuni;
- Din numărul total al știrilor pe domenii tematice, **Moldova 1** a difuzat cel mai mare număr de știri din domeniul tematic *societate*, în raport cu celelalte televiziuni;

- Din timpul total al știrilor pe domenii tematice, **Pro TV Chișinău** a alocat cel mai mare spațiu de emisie știrilor din domeniul tematic *societate*, în raport cu celelalte televiziuni;
- Din numărul și timpul total al știrilor pe domenii tematice, **Jurnal TV** a difuzat cel mai mic număr de știri din domeniul tematic *societate*, în raport cu celelalte televiziuni;
- Din numărul și timpul total al știrilor pe domenii tematice, **Jurnal TV** a difuzat cel mai mare număr de știri din domeniul tematic *extern*, în raport cu celelalte televiziuni;
- Din numărul total al știrilor pe domenii tematice, **Prime TV** a difuzat cel mai mic număr de știri din domeniul tematic *extern*, în raport cu celelalte televiziuni;
- Din timpul total al știrilor pe domenii tematice, **TV 7** a alocat cel mai mic spațiu de emisie știrilor din domeniul tematic *extern*, în raport cu celelalte televiziuni;
- Din numărul total al știrilor pe domenii tematice, **Moldova 1** a difuzat cel mai mare număr de știri din domeniul tematic *sport*, în raport cu celelalte televiziuni;
- Din timpul total al știrilor pe domenii tematice, **Pro TV Chișinău** a alocat cel mai mare spațiu de emisie știrilor din domeniul tematic *sport*, în raport cu celelalte televiziuni;
- Din numărul și timpul total al știrilor pe domenii tematice, **Jurnal TV** a difuzat cel mai mic număr de știri din domeniul tematic *sport*, în raport cu celelalte televiziuni;
- Din numărul total al știrilor pe domenii tematice, **Prime TV** și **2 Plus** au difuzat cel mai mare număr de știri din domeniul tematic *știință și tehnologii*, în raport cu celelalte televiziuni;
- Din numărul total al știrilor pe domenii tematice, **Pro TV Chișinău** și **Publika TV** au difuzat cel mai mic număr de știri din domeniul tematic *știință și tehnologii*, în raport cu celelalte televiziuni;
- Din timpul total al știrilor pe domenii tematice, **2 Plus** a alocat cel mai mare spațiu de emisie știrilor din domeniul tematic *știință și tehnologii*, în raport cu celelalte televiziuni;
- Din timpul total al știrilor pe domenii tematice, **Publika TV** a alocat cel mai mic spațiu de emisie știrilor din domeniul tematic *știință și tehnologii*, în raport cu celelalte televiziuni;
- 6 din 8 posturi de televiziune au acordat peste 50% din spațiul de emisie al știrilor subiectelor din 3 domenii tematice;
- 2 posturi tv (**Jurnal TV** și **Canal 3**) au acordat peste 50% din spațiul de emisie al știrilor subiectelor din 2 domenii tematice;
- 4 din 8 posturi tv au difuzat cele mai multe știri din domeniul tematic *societate*, în raport cu numărul total de știri proprii (**Moldova 1**, **Pro TV Chișinău**, **Publika TV**, **TV 7**);
- 2 posturi tv din 8 au difuzat cele mai multe știri din domeniul tematic *extern*, în raport cu numărul total de știri proprii (**2 Plus** și **Canal 3**);
- **Prime TV** a difuzat cele mai multe știri din domeniul tematic *sport*, în raport cu numărul total de știri proprii;
- **Jurnal TV** a difuzat cele mai multe știri din domeniul tematic *accidente și infracțiuni*, în raport cu numărul total de știri proprii;
- Toate cele 8 posturi tv monitorizate au difuzat cel mai mic număr de știri din domeniul tematic *știință și tehnologii*, în raport cu numărul total al știrilor proprii;
- Chiar dacă toate cele 12 arii tematice au fost acoperite de către posturile tv monitorizate, ”diversitatea vocilor” se reduce, de fapt, la 5 domenii, celelalte fiind prezente cu discrepante considerabile, atât la nivelul fiecărei televiziuni, cât și per ansamblu. Judecând după predilecția pe care au dat-o posturile tv pentru domeniile tematice, cele mai importante pentru consumatorul autohton sunt: *societate*, *sport*, *politică*, *accidente și infracțiuni*, și *extern*. Nu este clar pe ce anume se bazează alegerea televiziunilor de a prezenta știri preponderent din aceste arii tematice. Cert, însă, este faptul că acoperirea a 5 domenii tematice, și cu diferențe atât de mari, contribuie în mod insuficient la formarea tabloului informațional al zilei în mintea consumatorului.

3.3 Analiza geografiei știrilor

3.3.1 Repartizarea știrilor pe domenii geografice

Indicatorul *geografia știrilor* se referă, în contextul prezentului studiu, la 5 domenii: *local*, *național*, *UE+*, *CSI +1* și *internațional*. În acest sens, cel mai mare număr de știri au avut caracter *național* (3325 de subiecte din totalul de 7657), ceea ce înseamnă 43,4% din toate știrile difuzate de cele 8 posturi de televiziune în perioada 7 aprilie – 1 iunie 2014. Cel mai mic număr de știri s-a referit la domeniul geografic *UE+* (459 de știri sau 6% din total). Știrile *locale* au avut și ele o prezență accentuată în cadrul jurnalelor, însumând 2434 de secvențe sau 31,8%. De asemenea, știrile *internaționale* au fost difuzate în număr de 841, însemnând 11% din total, iar știrile din domeniul geografic *CSI+1* – în număr de 598 sau 7,8% din total.

Bineînțeles, fiecare domeniu geografic a fost prezent în mod diferit la fiecare dintre cele 8 posturi de televiziune. De exemplu, știrile din domeniul geografic *local* au avut cea mai mare prezență la **Pro TV Chișinău**, însumând 548 de subiecte din cele 2434, și 41,8% din totalul știrilor jurnalelor de la această televiziune. **TV 7** cu 171 de știri *locale* și cu 21,7% din totalul știrilor, se situează ultimul printre posturile vizate la acest capitol. În ceea ce privește domeniul geografic *național*, care a avut cele mai multe subiecte difuzate, **Moldova 1** a pus pe post cele mai multe subiecte în raport cu celelalte televiziuni (700 de subiecte din 3325 sau 58,3% din totalul știrilor jurnalelor proprii), iar **Canal 3** – cele mai puține subiecte (177 de subiecte sau 24,5% din totalul știrilor). Din cele 459 de știri din domeniul geografic *UE+*, 114 le-a difuzat **Pro TV Chișinău**, respectivul domeniu ocupând 8,7% din numărul total al știrilor. Astfel, postul deține întâietatea și la acest capitol față de celelalte televiziuni. Cu 13 știri despre *UE+* și 1,6% din întreg spațiul de emisie, **TV 7** se plasează pentru a doua oară pe ultimul loc în clasamentul celor 8 posturi tv.

Publika TV a difuzat cele mai multe știri din domeniul geografic *CSI+1* (116 din 598, sau 10,8% din total), iar **Prime TV** – cele mai puține (28 de știri, acoperind 3,7% din totalul știrilor). În sfârșit, pentru a treia oară din 5 în ceea ce privește domeniile geografice, **Pro TV Chișinău** este lider în ceea ce privește numărul știrilor din domeniul geografic *internațional*, cu 178 de subiecte și 13,6% din total. Tot a treia oară din 5, **TV 7** se situează pe ultimul loc, având la activ 11 știri *internaționale* din cele 841 difuzate în total de posturile tv vizate și 1,4% din știrile **TV 7**.

Tabelul 3

Domeniul geografic	Prime TV	Moldova 1	Pro TV	Jurnal TV	Publika TV	TV 7	2 Plus	Canal 3	Total
Local	177	247	548	392	276	171	291	332	2434
	23,5%	20,6%	41,8%	41,6%	25,6%	21,7%	33,8%	46,0%	31,8%
Național	461	700	375	246	508	535	323	177	3325
	61,1%	58,3%	28,6%	26,1%	47,1%	67,9%	37,6%	24,5%	43,4%
UE+	47	56	114	72	55	13	61	41	459
	6,2%	4,7%	8,7%	7,6%	5,1%	1,6%	7,1%	5,7%	6,0%
CSI+1	28	76	97	86	116	58	69	68	598
	3,7%	6,3%	7,4%	9,1%	10,8%	7,4%	8,0%	9,4%	7,8%
Internațional	41	121	178	146	124	11	116	104	841
	5,4%	10,1%	13,6%	15,5%	11,5%	1,4%	13,5%	14,4%	11,0%

Observând cele 5 domenii geografice după durata pe care au acoperit-o în cadrul principalelor ediții informative ale zilei de la posturile tv monitorizate, ajungem la concluzia că realitatea promovată de televiziuni coincide în 4 din 5 cazuri. Astfel, în abordarea ca durată a domeniului geografic *local*, **ProTV Chișinău** rămâne pe primul loc cu 14 ore 46 de minute și 22 secunde (43,4% din totalul știrilor proprii), iar **TV 7** rămâne pe ultimul loc, cu 3 ore 25 de minute și 49 de secunde (23,3% din știrile sale). În continuare, **Moldova 1** rămâne lider în ceea ce privește durata știrilor din domeniul geografic *național*, cu 15 ore 12 minute și 20 secunde și 58,0% din totalul știrilor difuzate, iar **Canal 3** rămâne pe ultima treaptă cu 5 ore 1 minute și 59 secunde, sau 24,9% din propriile știri.

Pro TV Chișinău și **TV 7** sunt protagoniștii celorlalte 3 domenii geografice cu cea mai mare și, respectiv, cea mai mică durată a știrilor. În cazul subiectelor din domeniul geografic *UE+*, acestea au durat la **Pro TV Chișinău** 2 ore 37 de minute și 42 de secunde, acoperind 7,7% din total, iar la **TV 7** – 5 minute și 38 secunde, acoperind 0,6% din total. Posturile de televiziune la care știrile din domeniul *CSI+1* au avut cea mai mare și cea mai mică durată nu coincid cu protagoniste numărilor acestui tip de subiecte. De această dată, locul *Știrilor* de la **Publika TV** este luat de *Știrile Pro TV*, la care subiectele vizate au avut o durată totală de 3 ore 6 minute și 38 de secunde (9,1% din spațiu), iar locul *Primelor Știri* de la **Prime TV** este luat de *Сегодня в Молдове* de la **TV 7**, unde subiectele cu referire la *CSI+1* au durat 47 de minute și 59 de secunde (5,4% din spațiu). Aceleași posturi rămân în frunte și la capătul listei sub aspectul duratei știrilor din domeniul geografic *internațional* (**Pro TV Chișinău**: 3 ore 26 de minute și 29 de secunde/10,1% din total; **TV 7**: 9 minute și o secundă/1,0% din total).

Tabelul 4

Domeniul geografic	Prime TV	Moldova 1	Pro TV	Jurnal TV	Publika TV	TV 7	2 Plus	Canal 3	Total
Local	4:12:29	6:01:53	14:46:22	11:51:30	7:21:12	3:25:49	7:59:40	9:07:05	64:46:00
	21,2%	23,0%	43,4%	43,2%	27,1%	23,3%	33,0%	45,1%	33,4%
Național	12:48:22	15:12:20	10:06:08	8:42:21	13:06:32	10:16:32	10:02:02	5:01:59	85:16:16
	64,5%	58,0%	29,7%	31,7%	48,4%	69,7%	41,4%	24,9%	44,0%
UE+	0:59:39	0:53:59	2:37:42	1:15:21	1:12:30	0:05:38	1:25:12	0:51:42	9:21:43
	5,0%	3,4%	7,7%	4,6%	4,5%	0,6%	5,9%	4,3%	4,8%
CSI+1	0:53:40	1:51:32	3:06:38	2:50:53	2:58:50	0:47:59	2:29:35	2:46:58	17:46:05
	4,5%	7,1%	9,1%	10,4%	11,0%	5,4%	10,3%	13,8%	9,2%
Internațional	0:56:28	2:12:20	3:26:29	2:45:50	2:27:14	0:09:01	2:17:22	2:25:32	16:40:16
	4,7%	8,4%	10,1%	10,1%	9,1%	1,0%	9,4%	12,0%	8,6%

Cele 5 domenii geografice au constituit împreună totalitatea știrilor din cadrul edițiilor informative ale posturilor de televiziune analizate, iar repartizarea lor a variat de la o televiziune la alta. **Prime TV** a difuzat cele mai multe subiecte cu referire la domeniul geografic *național* (461 din 754) acoperind, astfel, 61,1% din spațiul total al jurnalelor. Cele mai puține știri din jurnale s-au referit la *CSI+1* (28/3,7%). Știrile *locale* au fost în număr de 177 și au acoperit 23,5% din spațiu, cele cu referire la *UE+* au numărat 47 de subiecte și au ocupat 6,2% și alte 41 de știri *internaționale* au acoperit 5,4% din totalul buletinelor.

Moldova 1 a difuzat în proporție de 58,3% știri din domeniul geografic *național*. 700 de subiecte din 1200 s-au referit la domeniul menționat. Spațiul rămas a fost împărțit între știrile *locale* (247 sau 20,6%), știrile *internaționale* (121 și 10,1%), știrile din *CSI+1* (76 și 6,3%) și, în numărul cel mai mic, știrile despre *UE+* (56 și 4,7%).

La **Pro TV Chișinău** cele mai multe știri au vizat domeniul geografic *local* și au însumat 548 de subiecte din totalul de 1312 acoperind 41,8% din spațiul ediției informative. Cele mai puține știri au fost din domeniul geografic *CSI+1*: 97 de subiecte, ocupând 7,4% din spațiu. Subiectele cu referire la cadrul *național* au fost difuzate în număr de 375 (28,6%), cele care au vizat cadrul *internațional* – în număr de 178 (13,6%) și cele cu referire la *UE+* – în număr de 114 (8,7%).

Tot domeniul geografic *local* rămâne lider și în cazul **Jurnal TV** în ceea ce privește numărul de știri. Postul a difuzat 392 de subiecte din acest domeniu din totalul de 942, acoperind 41,6% din spațiul de emisie. Despre *UE+*, în schimb, edițiile informative de la **Jurnal TV** au vorbit cel mai puțin, știrile din acest domeniu geografic fiind în număr de 72 și acoperind 7,6% din spațiul total. Știrile *naționale* au ocupat un spațiu esențial în cadrul jurnalelor, numărând 246 de subiecte și 26,1%. Cu o sută de știri mai puțin au provenit la **Jurnal TV** din domeniul geografic *internațional* (146/15,5%), iar alte 86 (9,1%) de subiecte s-au referit la *CSI+1*.

Publika TV este al treilea post dintre cele monitorizate care a difuzat cele mai multe știri din domeniul geografic *național*. 508 din 1079 de subiecte cu referire la acest domeniu au ocupat 47,1% din totalul știrilor. Pe locul doi, ca număr, se situează știrile *locale*, cu 276 de subiecte și 25,6% din spațiul total al știrilor. Urmează știrile *internaționale*, cu 124 de subiecte și 11,5% din spațiu, știrile despre *CSI+1*, cu 116 și 10,8% din spațiul total, și știrile cu referire la *UE+*, cu 55 de subiecte și 5,1% din spațiul de emisie. Ultimul a fost pentru a treia oară domeniul geografic cu cele mai puține știri difuzate într-un jurnal.

TV 7 continuă lista posturilor care au dat prioritate domeniului geografic *național* în cadrul ediției informative principale a zilei și se alătură **Prime TV** și **Moldova 1** în difuzarea știrilor din acest domeniu în proporție de peste 50%. Astfel, 535 de subiecte din 788 s-au referit la domeniul *național* și au acoperit 67,9% din spațiul de emisie al celor 39 de jurnale. În continuare, 171 de știri *locale* au completat spațiul cu 21,7%, 58 de știri despre *CSI+1* – cu 7,4%, 13 știri despre *UE+* – cu 1,6%, și 11 știri *internaționale* – cu 1,4%.

2 Plus a difuzat 323 de știri din domeniul geografic *național*, dintr-un total de 860. Acest domeniu a ocupat 37,6% din numărul total de știri și s-a clasat, în acest sens, pe primul loc. Următorul domeniu ca prezență cantitativă este cel *local*, cu 291 de știri (33,8%). Știrile *internaționale* se plasează pe locul trei cu 116 subiecte și 13,5% din total. Subiectele cu referire la spațiul *CSI+1* ocupă locul patru cu 69 și 8% din spațiu, și știrile despre *UE+*, în număr de 61 și 7,1% se clasează pentru a patra oară pe ultimul loc în contextul analizat.

Canal 3 s-a axat cel mai mult pe subiectele din domeniul geografic *local* în cadrul buletinelor informative. 332 (46%) din 722 au avut un caracter *local*. Alte 177 (24,5%) de știri s-au referit la domeniul *național* și 104 (14,4%) – la cel *internațional*. Mai puține subiecte despre *CSI+1* (68/9,4%) a difuzat **Canal 3** în cadrul principalei ediții informative a zilei, dar și despre *UE+* (41/5,7%).

3.3.2 Constatări

- Toate posturile monitorizate au abordat cele 5 domenii geografice în buletinele de știri;
- Din numărul total al știrilor pe domenii geografice, **Pro TV Chișinău** a difuzat cel mai mare număr de știri din domeniile geografice *local*, *UE+* și *internațional*, în raport cu celelalte televiziuni;
- Din numărul total al știrilor pe domenii geografice, **TV 7** a difuzat cel mai mic număr de știri din domeniile geografice *local*, *UE+* și *internațional*, în raport cu celelalte televiziuni;
- Din numărul total al știrilor pe domenii geografice, **Moldova 1** a difuzat cel mai mare număr de știri din domeniul geografic *național*, în raport cu celelalte televiziuni;
- Din numărul total al știrilor pe domenii geografice, **Canal 3** a difuzat cel mai mic număr de știri din domeniul geografic *național*, în raport cu celelalte televiziuni;
- Din numărul total al știrilor pe domenii geografice, **Publika TV** a difuzat cel mai mare număr de știri din domeniul geografic *CSI+1*, în raport cu celelalte televiziuni;
- Din numărul total al știrilor pe domenii geografice, **Prime TV** a difuzat cel mai mic număr de știri din domeniul geografic *CSI+1*, în raport cu celelalte televiziuni;
- 5 din 8 posturi tv au difuzat cele mai multe subiecte din domeniul geografic *național* (**Prime TV, Moldova 1, Publika TV, TV 7, 2 Plus**);
- 3 din 8 posturi tv au difuzat cele mai multe subiecte din domeniul geografic *local* (**Pro TV Chișinău, Jurnal TV, Canal 3**);
- 5 din 8 posturi tv au difuzat cele mai puține știri din domeniul geografic *UE* (**Moldova 1, Jurnal TV, Publika TV, 2 Plus, Canal 3**);
- **Prime TV** și **Pro TV Chișinău** au difuzat cele mai puține știri din domeniul geografic *CSI+1*;
- **TV 7** a difuzat cele mai puține știri din domeniul geografic *internațional*;
- **Prime TV, Moldova 1** și **TV 7** au acordat mai mult de 50% din spațiul de emisie al jurnalelor unui singur domeniu geografic - *național*;

- **Pro TV Chișinău, Jurnal TV, Publika TV, 2 Plus și Canal 3** au acordat mai mult de 50% din spațiul de emisie al jurnalelor pentru 2 domenii geografice – *local* și *național*.

4. JURNALELE DE ȘTIRI TV. ANALIZA STRATEGIILOR REDACȚIONALE

4.1 Analiza tipurilor de subiecte

4.1.1 Prezentarea generală a tipurilor de subiecte

Pentru a putea analiza acest indicator, buletinele de știri de la cele 8 posturi de televiziune au fost monitorizate sub aspectul prezenței următoarelor genuri de subiecte: *reportaj (beta)*, *off/voice-over*, *live/duplex*, *interviu (scurt și/sau interviu în platou)*, *știre scurtă (cu sau fără imagini)* și *analiză*.

Toate cele 8 televiziuni au dat prioritate *reportajului*, ca formă de prezentare a știrilor și au recurs mai rar la *interviuri* și *analize*.

Tabelul 5

Tip subiect	Prime TV	Moldova 1	Pro TV	Jurnal TV	Publika TV	TV 7	2 Plus	Canal 3	Total
Reportaj (Beta)	522	719	866	517	586	351	622	536	<u>4719</u>
	69%	60%	66%	55%	54%	45%	72%	74%	<u>62%</u>
Off sau Voice-over	193	133	253	245	179	97	206	145	<u>1451</u>
	26%	11%	19%	26%	17%	12%	24%	20%	<u>19%</u>
Live/duplex	26	58	50	3	155	7	0	7	<u>306</u>
	3%	5%	4%	0%	14%	1%	0%	1%	<u>4%</u>
Interviu	1	2	1	9	2	3	0	0	<u>18</u>
	0%	0%	0%	1%	0%	0%	0%	0%	<u>0%</u>
Știre scurtă	11	288	142	152	26	330	32	34	<u>1015</u>
	1%	24%	11%	16%	2%	42%	4%	5%	<u>13%</u>
Analiză	1	0	0	16	131	0	0	0	<u>148</u>
	0%	0%	0%	2%	12%	0%	0%	0%	<u>2%</u>

Prime TV a difuzat 522 de *reportaje* din totalul de 754 de știri, constituind 69% din totalul subiectelor cuprinse în principalele buletine de știri. Următoarele 193 de știri au fost prezentate în formă de *off/voice-over* și au acoperit 26% din total. La o distanță semnificativă se află *live-urile*, cu 26 de știri și 3% din total, și *știrile scurte*, cu 11 subiecte și 1% din total. *Interviul* și *analiza* completează lista genurilor difuzate de **Prime TV** cu câte un subiect.

Moldova 1 a difuzat 719 *reportaje*, din totalul de 1200 de știri, ceea ce înseamnă 60% din toate subiectele principalei ediții informative a zilei. Următorul gen prezent în număr accentuat în cadrul buletinelor de știri de la **Moldova 1** a fost *știrea scurtă*, cu 288 de subiecte și 24% din total. Alte 11% au fost acoperite de 133 de *off-uri* și 5% cu 58 de *live-uri*. La **Mesager** au mai fost difuzate 2 interviuri și nicio analiză.

Știrile de la **Pro TV Chișinău** au conținut 866 de *reportaje* din 1312 de subiecte, echivalentul a 66% din întreg spațiul de emisie al știrilor. Mai puține de peste trei ori au fost *off-urile* (253 sau 19%), de peste 6 ori – *știrile scurte* (142 sau 11%) și de peste 17 ori – *live-urile* (50 sau 4%). Un *interviu* încheie lista genurilor alese de **Pro TV Chișinău** pentru prezentarea știrilor în perioada vizată, *analiza* lipsind cu desăvârșire din această listă.

Jurnal TV a difuzat 517 *reportaje* din totalul de 942 de știri, adică 55% din spațiu. Din spațiul rămas, 26% au fost acoperite de 245 de *off-uri*, 16% – de 152 de *știri scurte*, 2% – de 16 *analize* și 1% – de 9 *interviuri*. Alături de **Prime TV** și **Publika TV**, **Jurnal TV** a utilizat toate genurile de subiecte analizate.

Știrile de la **Publika TV** au fost cele mai echilibrate în ceea ce privește genul subiectelor. Astfel, 586 de subiecte din 1079 au fost difuzate sub formă de *reportaj* și au constituit 54% din volumul știrilor, 179 au luat forma *off-urilor* și au constituit 17% din volumul total, 155 au constituit *live-uri* și au acoperit 14% din volum, 26 au fost *știri scurte* și au constituit 2% din volum, 131 au constituit *analize* și au luat 12% din volum și 2 subiecte au fost difuzate în calitate de *interviuri*.

În cadrul celor 788 de știri de la **TV 7** au fost difuzate 351 de *reportaje* acoperind 45% din total. Este singurul post din cele 8 analizate, la care acest gen de subiecte nu depășește 50% din totalul știrilor. Alte 330 de subiecte le-au constituit *știrile scurte*, cu alte 42% din volum. 97 de subiecte au fost prezentate în formă de *off-uri* și au acoperit alte 12% din volum. Încă 7 subiecte sau 1% din total au fost puse pe post ca și *live-uri*. De asemenea, buletinele au conținut 3 *interviuri*.

2 Plus a preferat, de asemenea, *reportajul* pentru majoritatea subiectelor difuzate. Astfel, 622 din 860 de subiecte (72%) au luat forma *reportajului* în știri. În continuare, pentru 206 știri (24%) s-a ales genul *off-urilor* și pentru 32 de știri (4%) – cel al *știrilor scurte*. 3 din 6 genuri de subiecte (*live*, *interviu* și *analiză*) nu au fost utilizate pentru a prezenta subiectele din cadrul principalului buletin de știri. **2 Plus**, în acest context, este postul cu cele mai puține tipuri de subiecte difuzate în perioada monitorizată și cu cea mai neuniformă distribuție a acestora.

Canal 3, prin difuzarea a 536 de *reportaje* din totalul de 722, a acoperit cu acest gen de subiecte 74% din spațiul total al știrilor și reprezintă postul tv cu cel mai mare număr de *reportaje* în raport cu numărul total al propriilor știri. Celelalte 26% au vizat *off-urile* (145 de subiecte sau 20%), *live-urile* (7 subiecte sau 1%) și *știrile scurte* (34 de subiecte sau 5%). Știrile de la **Canal 3** nu au conținut *interviuri* și nici *analize* în perioada monitorizată.

4.1.2 Constatări

- Cele mai multe subiecte, cumulat, difuzate de posturile de televiziune monitorizate în perioada 7 aprilie – 1 iunie 2014 au constituit-o *reportajele (beta)*;
- Cele mai puține subiecte, cumulat, difuzate de posturile de televiziune monitorizate în perioada 7 aprilie – 1 iunie 2014 au constituit-o *interviurile scurte sau în platou*;
- Genul de subiecte *analiza* s-a distribuit cel mai neuniform în cadrul posturilor de televiziune, fiind prezentă în doar trei cazuri din 8 (**Prime TV**, **Jurnal TV** și **Publika TV**) și cu o majoritate covârșitoare în cadrul unei singure televiziuni (**Publika TV**);
- *Reportajul* a fost difuzat în cel mai mare număr de către fiecare din cele 8 posturi tv;
- **Primele Știri** de la **Prime TV**, **Știrile** de la **Publika TV**, și **Jurnalul Orei 19** de la **Jurnal TV** au conținut toate genurile de subiecte analizate;
- **Știrile** de la **Publika TV** au fost cele mai echilibrate în ceea ce privește distribuția genurilor subiectelor;
- **2 Plus** a difuzat cele mai puține tipuri de subiecte în perioada monitorizată (3 din 6), și acestea au avut cea mai neuniformă distribuție;
- **Canal 3** a difuzat cel mai mare număr de *reportaje* în raport cu numărul total al propriilor știri.

4.2 Analiza ierarhizării știrilor

4.2.1 Ierarhia tematică a știrilor

Prin indicatorul *ierarhia tematică a știrilor* am urmărit obiectivul de a depista practicile posturilor de televiziune monitorizate în ceea ce privește primele știri din jurnal, precum și diversitatea tematică a acestora. Cifrele pe care urmează să le analizăm se referă la primele două știri din principalele ediții informative ale zilei de la cele 8 televiziuni.

Tabelul 6

Domeniul tematic	Prime TV	Moldova 1	Pro TV	Jurnal TV	Publika TV	TV 7	2 Plus	Canal 3	Total
Politică	21	37	13	7	18	42	16	7	161
	21,9%	33,0%	11,6%	6,3%	16,1%	53,8%	14,3%	6,3%	19,0%
Economie	6	5	3	3	0	6	1	0	24
	6,3%	4,5%	2,7%	2,7%	0,0%	7,7%	0,9%	0,0%	2,8%
Societate	28	43	40	12	42	13	28	25	231
	29,2%	38,4%	35,7%	10,7%	37,5%	16,7%	25,0%	22,3%	27,3%
Cultură	4	4	3	4	3	0	3	4	25
	4,2%	3,6%	2,7%	3,6%	2,7%	0,0%	2,7%	3,6%	3,0%
Știință și tehnologii	0	0	0	0	0	0	0	0	0
	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%
Sănătate și mediu	3	0	0	1	4	1	2	3	14
	3,1%	0,0%	0,0%	0,9%	3,6%	1,3%	1,8%	2,7%	1,7%
Educație	2	1	1	0	3	0	3	0	10
	2,1%	0,9%	0,9%	0,0%	2,7%	0,0%	2,7%	0,0%	1,2%
Justiție	7	2	2	9	5	1	3	0	29
	7,3%	1,8%	1,8%	8,0%	4,5%	1,3%	2,7%	0,0%	3,4%
Accidente și infracțiuni	19	7	42	58	9	7	46	67	255
	19,8%	6,3%	37,5%	51,8%	8,0%	9,0%	41,1%	59,8%	30,1%
Divertisment și fapt divers	2	0	2	0	0	0	2	2	8
	2,1%	0,0%	1,8%	0,0%	0,0%	0,0%	1,8%	1,8%	0,9%
Externe	3	13	6	18	26	8	8	4	86
	3,1%	11,6%	5,4%	16,1%	23,2%	10,3%	7,1%	3,6%	10,2%
Sport	1	0	0	0	2	0	0	0	3
	1,0%	0,0%	0,0%	0,0%	1,8%	0,0%	0,0%	0,0%	0,4%

Prime TV a început cel mai des edițiile de știri cu subiecte din domeniul tematic *societate* (28 din 96 contabilizate pentru acest post sau 29,2%). Alte două domenii tematice predilecte ale edițiilor informative de la **Prime TV** le-au constituit *politică* (21 de subiecte/21,9%) și *accidente și infracțiuni* (19 subiecte/19,8%). Prin urmare, aproximativ fiecare al doilea buletin de la acest post a început cu o știre fie pe tematică *societate*, fie pe una *politică*, fie cu un subiect despre *accidente și infracțiuni*. Totuși, cu doar primele două tematici a fost acoperit mai mult de jumătate din total. Celelalte domenii tematice au constituit mult mai rar ținta primei sau celei de-a doua știri dintr-un buletin de la **Prime TV** (*economie* – 6 știri/6,3%, *cultură* – 4 știri/4,2%, *sănătate și mediu* – 3 știri/3,1%, *educație* – 2 știri/2,1%, *justiție* – 7 știri/7,3%, *divertisment și fapt divers* – 2 știri/2,1%, *externe* – 3 știri/3,1% și *sport* – o știre/1,0%). Niciuna din cele 48 de ediții de știri de la **Prime TV** nu a început cu o știre din domeniul *științei și al tehnologiilor*. Fiind postul tv cu cele mai multe știri din domeniul tematic *sport* difuzate în buletine, **Prime TV** a început o singură dată ediția cu un astfel de subiect. În același timp, **Prime TV** este postul tv cu cea mai mare diversitate a temelor abordate în primele două subiecte ale buletinelor, 11 din 12 domenii fiind acoperite în jurnale.

Moldova 1 a preferat, de cele mai dese ori, în calitate de prima sau a doua știre, subiectele din domeniul tematic *societate* (43 de știri din totalul de 112 și 38,4%) și pe cele din domeniul tematic *politică* (37 de știri și 33%), aceste două domenii luând 71,4% din totalul primelor două opțiuni. Alte 6 domenii tematice au constituit obiectul celor mai importante știri în cazuri izolate. Acestea s-au distribuit astfel: *economie* – 5 subiecte (4,5%), *cultură* – 4 subiecte (3,6%), *educație* – un subiect (0,9%), *justiție* – 2 subiecte (1,8%), *accidente și infracțiuni* – 7 subiecte (6,3%), *externe* – 13 subiecte (11,6%). Nicio ediție a **Mesagerului** nu a început cu știri din domeniile tematice *știință și tehnologii*, *sănătate și mediu*, *divertisment și fapt divers* sau *sport*. Remarcăm și

faptul că, deși **Moldova 1** s-a evidențiat printr-un număr mare de știri din *cultură*, doar 4 subiecte au fost alese pentru a începe principală ediție informativă a zilei.

La **Pro TV Chișinău** domeniul tematic predilect a fost cel care vizează *accidentele și infracțiunile*. Din 112 știri contabilizate pentru **Pro TV Chișinău**, 42 au fost din acest domeniu (37,5%). Al doilea domeniu din care au fost cel mai des primele două știri la respectivul post tv este *societate*, cu 40 de subiecte (35,7%). Pentru a treia oară consecutiv, două domenii au monopolizat știrile prioritare (73,2%). 13 știri (11,6%) de la începutul buletinelor **Pro TV Chișinău** au fost din domeniul tematic *politică*, câte 3 (2,7%) din *economie* și *cultură*, una (0,9%) din *educație*, câte 2 (1,8%) din *justiție* și *divertisment și fapt divers* și 6 (5,4%) din *externe*. Știri din domeniul *științei și al tehnologiilor*, al *sănătății și mediului* și al *sportului* nu au deschis edițiile principale de știri de la **Pro TV Chișinău**.

În cazul **Jurnal TV**, un singur domeniu tematic a ocupat mai mult de jumătate din totalul primelor două știri – cel vizând *accidentele și infracțiunile*. 58 de subiecte din 112 (51,8%) cu care au început jurnalele s-au referit la această tematică. Alte 7 domenii tematice s-au repartizat astfel: *politică* – 7 știri/6,3%, *economie* – 3 știri/2,7%, *societate* – 12 știri/10,7%, *cultură* – 4 știri/3,6%, *sănătate și mediu* – o știre/0,9%, *justiție* – 9 știri/8% și *externe* – 18 știri/16,1%. Subiecte din domeniile *știință și tehnologii*, *educație*, *divertisment și fapt divers* și *sport*, nu au fost niciodată prima sau a doua știre din **Jurnalul Orei 19**.

La **Publika TV** ierarhia știrilor în contextul analizat începe cu știrile din domeniul tematic *societate* (42 din 112 – 37,5%) și continuă cu *externe* (26 de știri – 23,2%). Cumulat, cele două domenii au deschis mai mult de jumătate din cele 56 de jurnale monitorizate. Aproximativ fiecare al treilea buletin de știri a fost deschis cu prima sau a doua știre de un subiect *politic* (18 știri/16,1%) și sporadic, o ediție informativă a avut în calitate de temă predilectă subiecte din: *cultură* și *educație* (câte 3 știri/2,7%), *sănătate și mediu* (4 știri/3,6%), *justiție* (5 știri/4,5%), *accidente și infracțiuni* (9 știri/8%) și *sport* (2 știri/1,8%). Domeniile tematice *economie*, *știință și tehnologii*, *divertisment și fapt divers* au lipsit din lista subiectelor prioritare pentru ediția informativă principală a zilei de la **Publika TV**.

Сегодня в Молдове este singura ediție informativă principală a zilei care a plasat la început cele mai multe știri din domeniul tematic *politică* (42 de știri din totalul de 78), domeniu care a monopolizat primele știri de la **TV 7** în proporție de 53,8%. Știrile din domeniul tematic *societate* se află pe locul doi în această ierarhie cu 13 știri (16,7%), în condițiile în care acest domeniu este lider la capitolul număr total de știri pe domenii tematice. Spațiul rămas a fost ocupat de alte 5 domenii tematice astfel: *economie* – 6 știri (7,7%), *justiție*, *sănătate și mediu* – câte o știre (1,3%), *accidente și infracțiuni* – 7 știri (9%) și *externe* – 8 știri (10,3%). La **TV 7** nicio ediție informativă din perioada monitorizată nu a început cu o știre din domeniile tematice *cultură*, *știință și tehnologii*, *educație*, *divertisment și fapt divers* sau *sport*, fiind unul din cele două posturi tv cu cele mai multe domenii tematice neacoperite în acest sens (5 din 12).

Lista televiziunilor care au preferat să plaseze la începutul jurnalelor știri despre *accidente și infracțiuni* este continuată de **2 Plus**, care, din numărul total de 112 știri, a difuzat 46 (41,1%) cu referire la respectivul domeniu tematic, al doilea domeniu predilect fiind *societate* cu 28 de știri (25%). Mai puțin au fost utilizate celelalte domenii tematice în ierarhia știrilor de la **2 Plus**. Astfel, domeniul *politică* se evidențiază cu 16 știri (14,3%), *economia* cu o știre (0,9%), *cultura*, *educația* și *justiția* cu câte 3 știri (2,7%), *sănătatea și mediul*, dar și *divertismentul și faptul divers* cu câte 2 știri (1,8%) și domeniul tematic *externe* cu 8 știri (7,1%). Două domenii tematice (*știință și tehnologii* și *sport*) nu s-au aflat printre preferințele postului în calitate de prima sau a doua știre a jurnalelor.

Canal 3 este al treilea post din cele monitorizate care a dat preferință unui singur domeniu tematic pentru a începe buletinele de știri și se alătură **Jurnal TV** în alegerea aceluiași domeniu: *accidente și infracțiuni*. Astfel,

67 din 112 subiecte care au constituit prima sau a doua știre din jurnal, s-au referit la *accidente și infracțiuni* (59,8%). Un al doilea domeniu din care au provenit primele subiecte la **Canal 3** a fost *societate* (25 de știri/22,3%). Alte 5 domenii tematice se regăsesc rar în grila ierarhică a știrilor de la **Canal 3**, după cum urmează: *politică* – 7 știri/6,3%, *cultură și externe* – câte 4 știri (3,6%), *sănătate și mediu* – 3 știri (2,7%) și *divertisment și fapt divers* – 2 știri (1,8%). Subiecte din celelalte 5 domenii tematice (*economie, știință și tehnologii, educație, justiție și sport*) nu au început niciodată un buletin de la acest post.

4.2.2 Constatări

- 4 din 8 posturi de televiziune au difuzat în calitate de prima sau a doua știre din jurnal un subiect din domeniul tematic *accidente și infracțiuni* (**Pro TV Chișinău, Jurnal TV, 2 Plus, Canal 3**);
- 3 televiziuni din 8 au difuzat în calitate de prima sau a doua știre din jurnal un subiect din domeniul tematic *societate* (**Prime TV, Moldova 1, Publika TV**);
- Un singur post de televiziune din 8 a difuzat în calitate de prima sau a doua știre din jurnal un subiect din domeniul tematic *politică* (**TV 7**);
- Niciun post de televiziune nu a difuzat în calitate de prima sau a doua știre din jurnal un subiect din domeniul tematic *știință și tehnologii*;
- 5 posturi tv din 8 au dat preferință pentru 2 domenii tematice în alegerea primului și celui de-al doilea subiect din jurnal (**Prime TV și Moldova 1: societate și politică, Pro TV Chișinău și 2 Plus: accidente și infracțiuni și societate, Publika TV: societate și extern**);
- 3 posturi tv din 8 au dat preferință unui singur domeniu tematic în alegerea primului și celui de-al doilea subiect din jurnal (**Jurnal TV și Canal 3: accidente și infracțiuni, TV 7: politică**);
- **Prime TV** este postul tv cu cea mai mare diversitate a temelor abordate în primele două subiecte ale buletinelor (11 din 12);
- **TV 7 și Canal 3** sunt posturile tv cu cea mai mică diversitate a temelor abordate în primele două subiecte ale buletinelor (7 din 12).

4.2.3 Ierarhia geografică a știrilor externe

Un alt indicator monitorizat în cadrul prezentului studiu vizează *diversitatea geografică a știrilor externe*. Datele analizate se referă la primele două știri externe difuzate în buletinele posturilor tv vizate.

Tabelul 7

Domeniul geografic	Prime TV	Moldova 1	Pro TV	Jurnal TV	Publika TV	TV 7	2 Plus	Canal 3	Total
Uniunea Europeană	3	12	11	13	11	9	12	12	83
	4,9%	11,0%	9,8%	11,7%	9,9%	13,2%	11,1%	11,0%	10,5%
România	1	3	4	3	3	4	1	0	19
	1,6%	2,8%	3,6%	2,7%	2,7%	5,9%	0,9%	0,0%	2,4%
Ucraina	26	61	44	55	53	31	49	44	363
	42,6%	56,0%	39,3%	49,5%	47,7%	45,6%	45,4%	40,4%	46,0%
Federația Rusă	16	11	22	22	16	14	17	9	127
	26,2%	10,1%	19,6%	19,8%	14,4%	20,6%	15,7%	8,3%	16,1%
Statele Unite ale Americii	4	2	8	2	2	6	5	6	35
	6,6%	1,8%	7,1%	1,8%	1,8%	8,8%	4,6%	5,5%	4,4%
Internațional	2	13	8	6	16	4	7	11	67
	3,3%	11,9%	7,1%	5,4%	14,4%	5,9%	6,5%	10,1%	8,5%
Altele	9	7	15	10	10	0	17	27	95
	14,8%	6,4%	13,4%	9,0%	9,0%	0,0%	15,7%	24,8%	12,0%

Prime TV a difuzat 26 de știri din 61 (42,6%) despre *Ucraina* în calitate de prima sau a doua știre externă. Cu 10 știri mai puțin au vizat *Federația Rusă* (16 știri sau 26,2%). *UE, SUA și României* le-au revenit câte 3 (4,9%),

4 (6,6%) și respectiv o știre (1,6%) în acest context. 2 știri (3,3%) au depășit cadrul geografic sau nu au putut fi asociate unei țări sau unei entități, iar 9 știri (14,8%) s-au referit la *Turcia* (3 știri), *Israel* (1 știre), *Coreea de Sud* (1 știre), *China* (1 știre), *Laos* (1 știre), *Columbia* (1 știre) și *Pakistan* (1 știre).

Moldova 1 a prezentat în calitate de prima sau a doua știre externă 61 de știri despre *Ucraina*, din totalul de 109. Această cifră constituie 56,0% din spațiul rezervat acestui tip de știri și astfel, **Moldova 1** este singurul post tv din cele 8 monitorizate la care știrile despre *Ucraina* depășesc jumătate din volumul total al știrilor externe difuzate în primul sau în al doilea rând. Alte spații geografice au fost vizate la **Mesager** în felul următor: *UE* – 12 știri (11%), *România* – 3 știri (2,8%), *Federația Rusă* – 11 știri (10,1%) și *SUA* – 2 știri (1,8%). 13 știri (11,9%) nu au putut fi asociate unei țări sau unei entități, iar 7 (6,4%) au vizat țări ca *Turcia* și *Israel* câte 2 știri, *Coreea de Sud*, *China* și *Belarus* câte o știre.

Pro TV Chișinău a început știrile externe de cele mai multe ori cu subiecte despre *Ucraina*. Din totalul de 112 subiecte, 44 (39,3%) au vizat evenimentele din țara vecină. De două ori mai puține au fost în acest context știrile externe având ca destinație geografică *Federația Rusă*, postul difuzând 22 (19,6%) de subiecte în jurnale. *UE* a fost vizată la **Pro TV Chișinău** în 11 (9,8%) subiecte externe difuzate în primul sau în al doilea rând, *România* – în 4 (3,6%) subiecte și *SUA* – în 8 (7,1%) subiecte. De asemenea, 8 știri (7,1%) internaționale au depășit un anumit cadru geografic, iar 15 (13,4%) subiecte s-au referit la *Turcia* (5 știri), *Brazilia* și *Mexic* – câte 2 știri, *Israel*, *Coreea de Sud*, *Chile*, *India*, *Australia* și *Uruguay* – câte o știre.

Aproape jumătate din știrile externe difuzate în primul sau în al doilea rând la **Jurnal TV** au vizat *Ucraina* (55 de știri din 111 sau 49,5%). Celelalte 56 de subiecte s-au distribuit astfel: 22 (19,8%) au vizat *Federația Rusă*, 13 (11,7%) – *UE*, 3 (2,7%) – *România* și 2 (1,8%) – *SUA*. În același timp, 6 (5,4%) subiecte s-au referit la cadre geografice care nu pot fi asociate unei țări sau unei entități, iar 10 (9%) au avut ca destinație geografică *Turcia* (3 știri), *Israel* (2 știri), *Coreea de Sud*, *Brazilia*, *Laos*, *Nigeria* și *Siria* (câte o știre).

Publika TV se alătură celorlalte posturi tv în ceea ce privește prioritatea acordată în ierarhia geografică a știrilor externe pentru evenimentele din *Ucraina*. 53 de subiecte din 111 sau 47,7% din total au vizat țara vecină. Restul știrilor au avut drept subiect evenimente din *UE* (11 știri/9,9%), *România* (3 știri/2,7%), *Federația Rusă* (16 știri/14,4%) și *SUA* (2 știri/1,8%). 16 (14,4%) știri externe difuzate în calitate de primul sau al doilea subiect nu au putut fi atribuite unei țări sau unei entități, iar 10 (9%) subiecte s-au împărțit între *Turcia* (4 subiecte), *Israel* (2 subiecte), *Coreea de Sud*, *Nigeria*, *Chile* și *Columbia* (câte un subiect).

Și **TV 7** a difuzat în calitate de prima sau a doua știre externă având ca temă situația din *Ucraina*. Din 68 de știri, 31 (45,6%) s-au referit la această țară. Prin urmare, altor cadre geografice le-a revenit un număr mai mic de știri, cum ar fi: *UE* – 9 știri (13,2%), *România* – 4 știri (5,9%), *Federația Rusă* – 14 știri (20,6%), *SUA* – 6 știri (8,8%) și *alte destinații* – 4 știri (5,9%).

În cazul **2 Plus** au fost cuantificate 108 știri externe difuzate prima și a doua la rubrica corespunzătoare. Dintre acestea, 49 sau 45,4% s-au referit la *Ucraina*, 12 sau 11,1% – la *UE*, una sau 0,9% – la *România*, 17 sau 15,7% – la *Federația Rusă*, 5 sau 4,6% – la *SUA*, iar 7 sau 6,5% nu au putut fi asociate unei țări sau entități. Alte 17 știri (15,7%) au vizat următoarele spații geografice: *Turcia* (4 știri), *Afganistan* (2 știri), *Israel*, *Coreea de Sud*, *Brazilia*, *China*, *Laos*, *Nigeria*, *Columbia*, *India*, *Egipt*, *Libia* și *Thailanda* (câte o știre).

Canal 3 a acordat evenimentelor din *Ucraina* 40,4% din numărul primelor două știri externe (44 de subiecte din 109). Alte 11,0% au fost acoperite cu 12 știri despre *UE*, 8,3% – cu 9 știri cu referire la *Federația Rusă*, iar 5,5% – cu 6 știri despre *SUA*. 11 (10,1%) subiecte nu au putut fi asociate unei țări sau unei entități, iar 27 de subiecte (24,8%) au avut cea mai largă răspândire geografică dintre toate posturile monitorizate. Astfel, prima sau a doua știre externă de la buletinele de știri de la **Canal 3** s-au referit la: *Turcia* și *Coreea de Sud* (câte 3

subiecte), *Brazilia, China, Pakistan și Siria* (câte 2 subiecte), *Israel, Laos, Nigeria, Afganistan, Chile, India, Mexic, Egipt, Bangladesh, Finlanda, Georgia, Indonezia și Nicaragua* – câte un subiect.

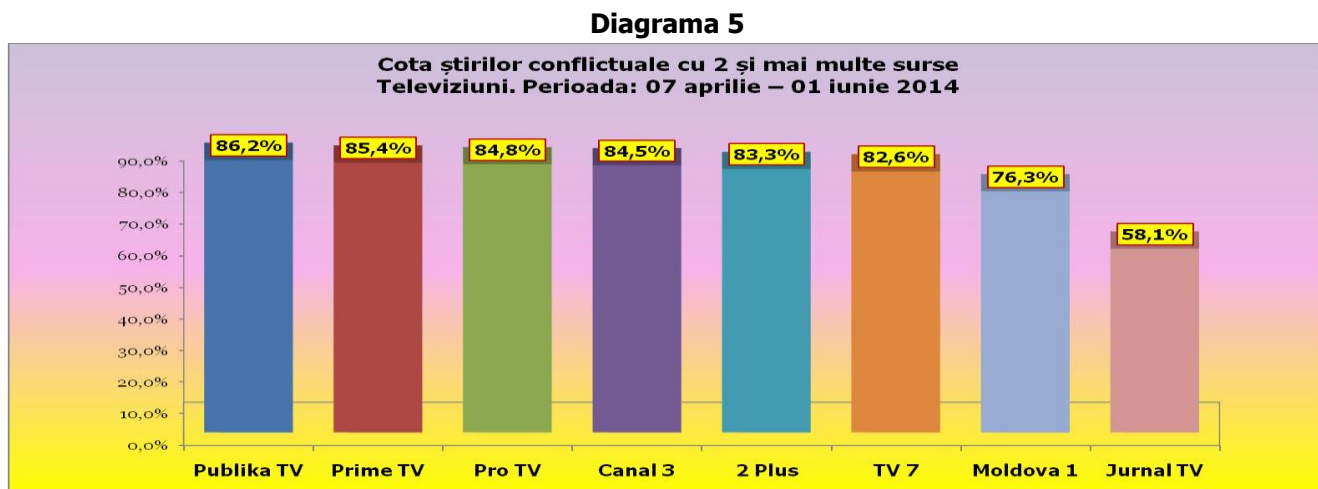
4.2.4 Constatări

- Cele mai multe știri externe, difuzate în primul sau în al doilea rând de posturile tv monitorizate, au vizat *Ucraina*;
- **Moldova 1** este singurul post tv din cele 8 monitorizate la care știrile despre *Ucraina* depășesc jumătate din volumul total al știrilor externe difuzate în primul sau în al doilea rând;
- Subiectele externe difuzate de **Canal 3** în calitate de prima sau a doua știre, au avut cea mai largă răspândire geografică dintre toate posturile monitorizate. Cu toate acestea, niciodată o știre cu referire la domeniul geografic *România* nu a fost difuzată prima sau a doua, postul tv ignorând, astfel, importanța proximității geografice pentru consumator;
- 5 posturi tv din 8 au difuzat cele mai puține subiecte externe, în calitate de prima sau a doua știre, cu referire la *România* (**Prime TV, Pro TV Chișinău, TV 7, 2 Plus, Canal 3**);
- 3 posturi din 8 au difuzat cele mai puține subiecte externe, în calitate de prima sau a doua știre, cu referire la *SUA* (**Moldova 1, Jurnal TV, Publika TV**).

4.3 Respectarea normelor profesionale

4.3.1 Pluralitatea surselor în știrile cu caracter conflictual

Un indicator esențial pentru stabilirea gradului de imparțialitate, etică profesională și pluralism intern îl constituie, fără îndoială, *pluralitatea surselor în știrile cu caracter conflictual*. În cele ce urmează, vom prefigura tabloul celor 8 posturi tv monitorizate sub acest aspect.



La **Prime TV**, din cele 82 de știri conflictuale, 70 au fost documentate din 2 sau mai multe surse, ceea ce înseamnă că 85,4% din totalul știrilor conflictuale au respectat normele deontologiei profesionale în acest sens. Totuși, în cazul a 12 știri (14,6%) s-au înregistrat carențe la capitolul etică jurnalistică. În cadrul **Mesagerului** de la **Moldova 1**, din 59 de știri conflictuale, 45 au conținut două sau mai multe surse. Prin urmare, în 76,3% din cazuri știrile au fost difuzate corespunzător normelor deontologiei profesionale. Alte 14 (23,7%) știri au fost calificate drept defectuoase la acest capitol. **Pro TV Chișinău** a difuzat în principala ediție informativă a zilei 145 de știri conflictuale, dintre care 123 sau 84,8% în conformitate cu regula de aur a eticii profesionale. Celelalte 22 de știri (15,2%) au omis această regulă în procesul difuzării. La **Jurnal TV**, 100 de știri conflictuale din 172 au conținut documentare din două sau mai multe surse, echivalentul a 58,1%. Celelalte 41,9% rămase au conținut 72 de știri în care telespectatorului nu i s-a oferit o „diversitate a vocilor”. Știrile de la **Publika TV** au respectat în mare parte rigoarea privind pluralitatea surselor în știrile conflictuale. Astfel, 50 de știri din 58 au fost realizate corect din punct de vedere deontologic (86,2%). Cu toate acestea, în cazul a 8 știri (13,8%) s-a

încălcăt rigoarea menționată. **TV 7** a difuzat în perioada monitorizată 86 de știri cu caracter conflictual. 71 dintre acestea sau 82,6% au fost documentate din două sau mai multe surse, iar 15 (17,4%) au șchiopătat la capitolul deontologie profesională. **2 Plus** a utilizat corect posibilitatea de a oferi o „diversitate a vocilor” în 35 (83,3%) din cele 42 de știri conflictuale difuzate în perioada monitorizată. În cazul altor 7 știri (16,7%) de această posibilitate nu s-a profitat în mod corect. În cazul **Canal 3**, din 58 de știri conflictuale, 49 (84,5%) au avut o pluralitate a surselor adecvată, iar 9 (15,5%) nu au respectat normele deontologiei profesionale în acest sens.

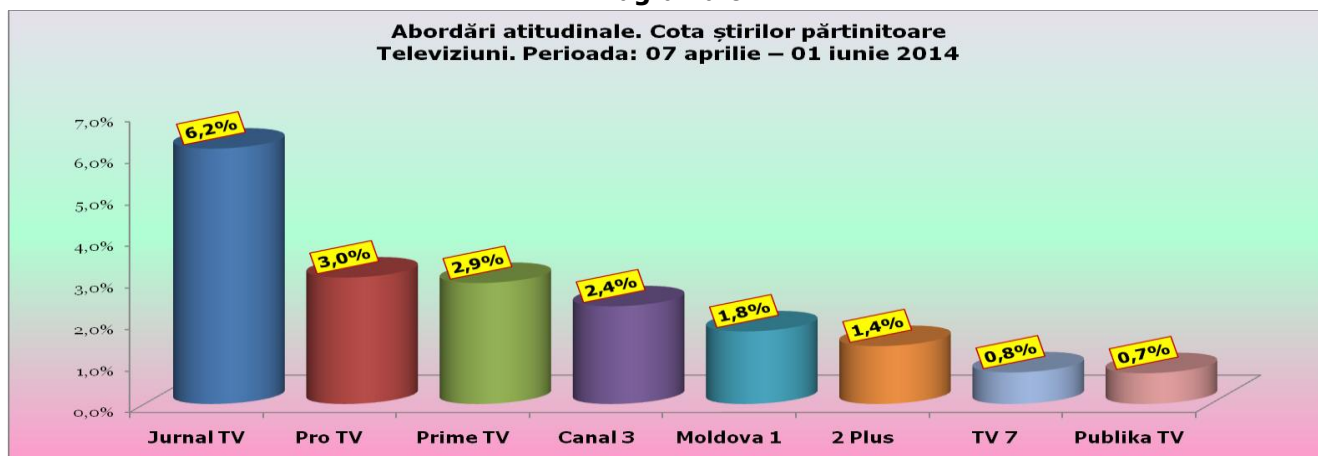
4.3.2 Constatări

- Toate cele 8 posturi de televiziune monitorizate au respectat regula celor două și mai multe surse în cazul știrilor conflictuale, cota subiectelor realizate profesionist variind între 58,1% la **Jurnal TV** și 86,2% la **Publika TV**;
- **Publika TV** a oferit cea mai mare diversitate a vocilor în cadrul știrilor cu caracter conflictual;
- **Jurnal TV** a oferit cea mai mică diversitate a vocilor în cadrul știrilor cu caracter conflictual;
- Prin predilecția pentru „știrile pașnice” și nevalorizarea surselor/vocilor în subiectele conflictuale, posturile tv monitorizate au ratat șansa de a adăuga pluralism intern pe segmentul știrilor conflictuale.

4.3.3 Abordări atitudinale

Rămânând la capitolul deontologie profesională, menționăm faptul că și în ceea ce privește abordarea atitudinală a știrilor de la posturile tv monitorizate s-au înregistrat abateri de la normele etice ale jurnalismului. Ca și în cazul pluralismului surselor utilizate pentru știrile cu caracter conflictual, în cazul atitudinii jurnalistului **Publika TV** se remarcă prin cele mai puține abateri, iar **Jurnal TV** prin cele mai multe. Niciun post de televiziune nu a fost sută la sută imparțial în prezentarea știrilor.

Diagrama 6



Astfel, la **Prime TV** atitudinea jurnalistului a fost imparțială în 732 de cazuri din 754. În alte 22 (2,9%) de știri, însă, jurnalistul a fost părtinitor în abordarea subiectului. Jurnaliștii de la **Moldova 1** au fost imparțiali în tratarea a 1179 de subiecte din totalul de 1200 difuzate. În cele 21 (1,8%) de subiecte rămase autorii au încălcat principiul imparțialității. În cadrul știrilor de la **Pro TV Chișinău** au fost difuzate 40 de știri părtinitoare din 1312, ceea ce înseamnă 3% din total. Prin urmare, în 1272 de subiecte jurnaliștii au dat dovadă de imparțialitate. Știrile de la **Jurnal TV** au conținut cele mai multe deraieri de la normele deontologiei profesionale în materie de imparțialitate. Astfel, din 942 de știri difuzate în perioada monitorizată, 58 sau 6,2% din total au fost prezentate în manieră părtinitoare, iar 884 au fost imparțiale. La capătul opus față de **Jurnal TV** se află **Publika TV**, care a înregistrat o abordare părtinitoare a subiectelor în doar 8 cazuri din 1079, echivalentul a 0,7% din total. Alte 1071 de subiecte au fost prezentate în manieră corectă în contextul analizat. Principala ediție informativă a zilei de la **TV 7** a difuzat 782 de știri imparțiale din 788. 0,8% conținute în 6 subiecte au înregistrat abateri de la normele deontologiei profesionale. Jurnaliștii de la **2 Plus** au manifestat o atitudine

imparțială în realizarea și prezentarea a 848 de subiecte din 860, și una părtinitoare în cazul a 12 (1,4%) subiecte. La **Canal 3** 17 (2,4%) subiecte au fost difuzate cu nerespectarea principiului imparțialității. Alte 705 știri din 722 au fost nepărtinitoare.

4.3.4 Constatări

- Niciun post de televiziune din cele 8 monitorizate nu a fost sută la sută imparțial în prezentarea știrilor în perioada 7 aprilie – 1 iunie 2014;
- **Publika TV** a difuzat cele mai puține știri părtinitoare în perioada monitorizată;
- **Jurnal TV** a difuzat cele mai multe știri părtinitoare în perioada monitorizată;
- Prin adoptarea atitudinii părtinitoare, jurnaliștii de la posturile tv monitorizate au limitat „diversitatea vocilor” și au oferit consumatorului un tablou informațional al zilei incomplet și distorsionat, ceea ce, bineînțeles, nu adaugă pluralism.

5. JURNALELE DE ȘTIRI TV. ANALIZA PROTAGONIȘTILOR

5.1. Date generale cu privire la protagoniști

Frecvența mediatizării protagoniștilor în jurnalele de știri a fost urmărită din perspectiva clasificării acestora în cinci categorii: *actori politici*, *funcționari de stat*, *experți*, *specialiști* și *cetățeni de rând*. În total, în ansamblul celor opt televiziuni monitorizate, în știrile prezentate în cadrul principalelor ediții informative au figurat 15 875 de protagoniști. Cei mai mulți dintre aceștia sunt *cetățeni de rând* (7215), urmați de *specialiști* (3950) și *actori politici* (2778). Pe locul patru sunt *experții* (1033), iar categoria cu cei mai puțini protagoniști este cea a *funcționarilor de stat* (899).

La **Moldova 1**, ca și la nivel general, cei mai mediatizați au fost *cetățenii de rând* (37%), după care urmează *specialiștii* (33%) și *actorii politici* (18%), iar pe ultimul loc sunt *funcționarii de stat* (4%).

Și la **Prime TV** *cetățenii simpli* sunt categoria cea mai mediatizată (44%). Pe locul doi sunt *specialiștii* (28%), iar pe trei *actorii politici* (20%). Șirul este încheiat de *experți* (3%).

La **ProTV Chișinău** rata *cetățenilor simpli* este de 54%. Urmează *specialiștii* cu 24% și *actorii politici* cu 13%. Ultimul loc este ocupat de *funcționarii de stat* cu 4%.

La **Jurnal TV**, la fel, *cetățenii simpli* sunt pe locul întâi (47%). Pe locul doi sunt *specialiștii* (18%), iar pe trei – *actorii politici* (17%). Pe ultimul loc sunt *funcționarii de stat* – 8%.

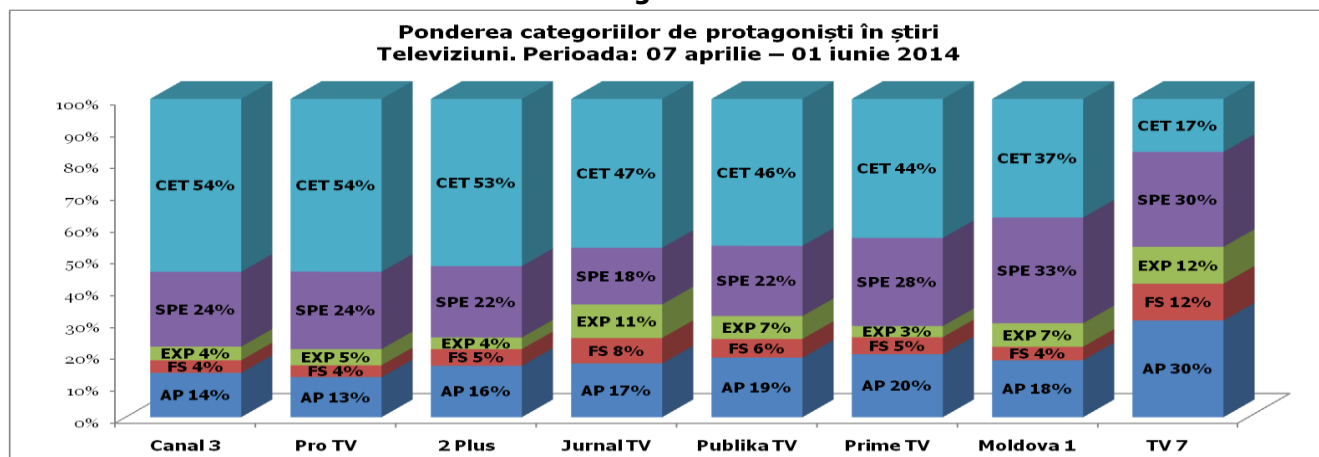
La **Publika TV** a fost înregistrată aceeași ierarhie – *cetățenii de rând* (46%), *specialiștii* (22%), *actorii politici* (19%). Pe ultimul loc se plasează *funcționarii de stat* (6%).

Lucrurile se inversează, însă, la **TV 7**. Aici pe primul loc se află *actorii politici* (30%), după care vin *specialiștii* (30%) și *cetățenii de rând* (17%). Locul patru și cinci este împărțit în mod egal de *experți* și *funcționari de stat* – câte 12% fiecare.

La **2 Plus** primii în top sunt *cetățenii de rând* (53%), după care urmează *specialiștii* (22%) și *actorii politici* (16%). Pe ultimul loc sunt *experții* (4%).

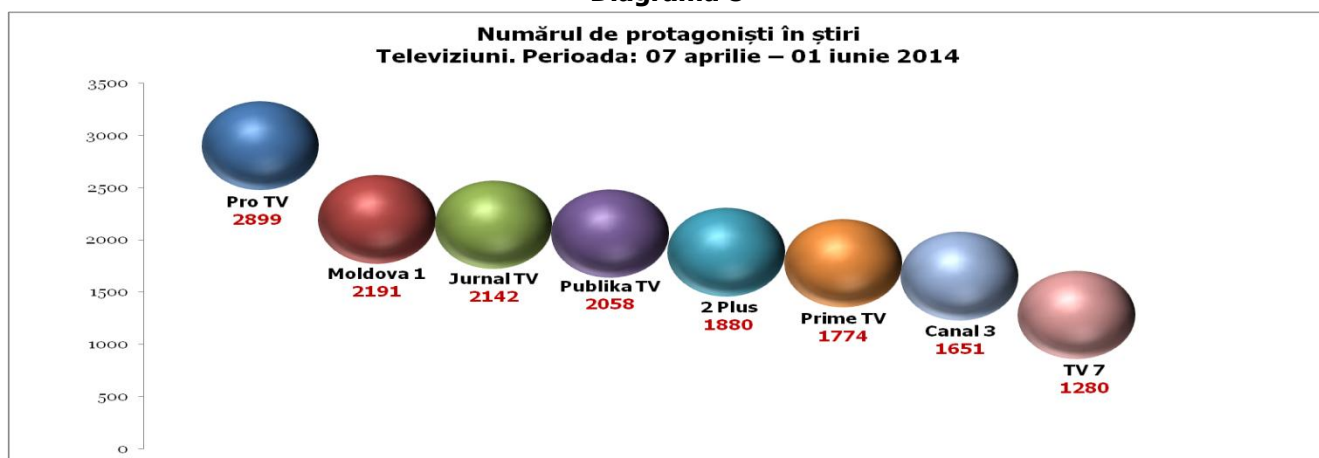
La **Canal 3** situația este asemănătoare: *cetățenii de rând* (54%), *specialiștii* (24%), *actorii politici* (14%). Ultimul loc este, însă, ocupat de *funcționarii de stat* (4%).

Diagrama 7



În perioada analizată, cel mai mare număr de protagoniști au fost mediatizați în cadrul edițiilor informative de la **Pro TV Chișinău** – 2899. Pe locurile următoare se situează, în ordine, **Moldova 1**, **Jurnal TV** și **Publika TV** care au mediatizat între 2000 și circa 2200 de protagoniști. La polul opus se află televiziunea care au avut în perioada monitorizată cele mai puține ediții de știri – **TV 7**.

Diagrama 8



5.1.1 Constatări

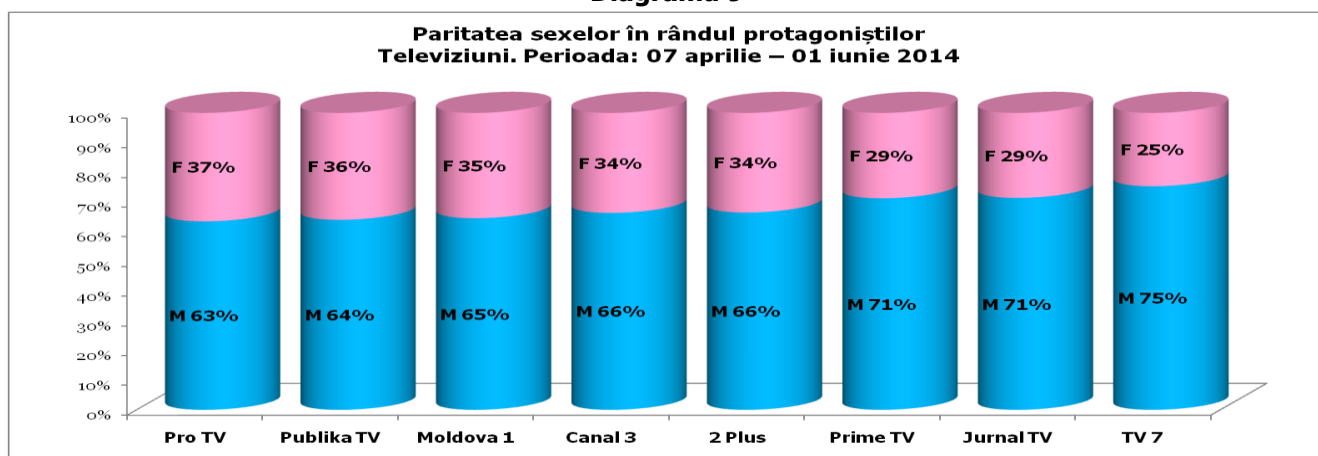
- Toate cele 8 televiziuni au acoperit toate categoriile de protagoniști în cadrul edițiilor informative, fapt care indică asupra unui anumit grad de pluralism pe acest segment;
- În pofida existenței pluralismului, ridică întrebări relevanța pentru public a categoriilor de protagoniști pornind de la ideea că, posibil, opinia unui expert este mai indicată, mai ales, pentru explicarea unor fapte, situații, circumstanțe. Totodată, pare neîndreptățită prezența insignifiantă a categoriei *funcționari de stat* dacă aceasta este responsabilă pentru realizarea politicii de stat;
- Categoriile de protagoniști *experți* și *specialiști*, care, în mod normal, au opinii calificate și avizate, au avut o prezență de 26% la **2 Plus**, 28% la **Canal 3** și 29% la **Pro TV Chișinău**, **Jurnal TV** și **Publika TV**. Acest indicator, care presupune o preocupare pentru o informare mai bună a auditoriului, a constituit la **Moldova 1** 30%, la **Prime TV** – 31%, iar la **TV7** – 32 la sută.
- La 7 televiziuni din 8 cea mai mediatizată categorie de protagoniști a fost, în perioada monitorizată, cea a *cetățenilor de rând*. Alte două categorii prezente mai des în știri au fost *specialiștii* și *actorii politici*;
- **TV 7** este singurul post de televiziune care a dat preferință nejustificat în cadrul știrilor întâi *actorilor politici*, urmați de *specialiști* și *cetățeni simpli*;

- *Funcționarii de stat* și *experții* au fost mediatizați cel mai puțin în cadrul edițiilor informative de la toate cele 8 televiziuni monitorizate.

5.2. Paritatea sexelor în rândul protagoniștilor

Din numărul total al aparițiilor protagoniștilor (15 875) în ansamblul tuturor televiziunilor, circa două treimi au aparținut *bărbaților* cu 10 672 de prezențe sau 67%, iar vizibilitatea *femeilor* în știri a fost extrem de redusă cu 5.203 apariții, ceea ce constituie 33 la sută. Sub media de reprezentare, cu cele mai joase procentaje, se află trei televiziuni: **TV 7**, **Jurnal TV** și **Prime TV**. În topul televiziunilor care au acordat mai multă atenție *femeilor*, în comparație cu celelalte posturi, figurează în ordine **Pro TV Chișinău (37%)**, **Publika TV (36%)** și **Moldova 1 (35%)**. La **Canal 3** și **2 Plus** rata de prezență a *femeilor* este de 34%, la **Prime TV** și **Jurnal TV** – de 29 la sută, iar cea mai scăzută vizibilitate a acestora a fost atestată la **TV 7** (25%).

Diagrama 9



În ceea ce privește prezența *femeilor* în rândul categoriilor de protagoniști la fiecare televiziune în parte, diferențele sunt și mai mari. În cazul *actorilor politici*, bunăoară, oscilațiile sunt între 6% la **Pro TV Chișinău** și 14% la **2 Plus**. În categoria *funcționari de stat*, acest indicator variază între 10% la **2 Plus** și **Jurnal TV** și 19% la **Publika TV**. În rândul *experților*, *femeile* au o pondere cu valori cuprinse între 21% la **Jurnal TV** și 52% la **Pro TV Chișinău**. Reprezentarea *femeilor* printre *specialiști* a avut cel mai mic procentaj la **Prime TV** (24%), iar cel mai mare (31%) – la **Moldova 1** și **Canal 3**. În categoria *cetățeni*, acest procentaj variază între 40% la **Jurnal TV** și 56% la **Moldova 1**.

Tabelul 8

Protagoniști	actori politici		funcționari		experți		specialiști		cetățeni de rând	
	M	F	M	F	M	F	M	F	M	F
Moldova 1	355	37	77	16	124	38	502	226	356	460
	91%	9%	83%	17%	77%	23%	69%	31%	44%	56%
Prime TV	309	42	82	13	48	14	375	116	450	325
	88%	12%	86%	14%	77%	23%	76%	24%	58%	42%
Pro TV	343	22	94	14	71	76	522	183	810	764
	94%	6%	87%	13%	48%	52%	74%	26%	51%	49%
Jurnal TV	330	32	154	17	178	48	268	113	599	403
	91%	9%	90%	10%	79%	21%	70%	30%	60%	40%
Publika TV	339	46	98	23	107	41	324	130	449	501
	88%	12%	81%	19%	72%	28%	71%	29%	47%	53%
TV 7	352	37	121	27	100	48	277	105	114	99
	90%	10%	82%	18%	68%	32%	73%	27%	54%	46%

2 Plus	261	43	88	10	47	22	308	113	545	443
	86%	14%	90%	10%	68%	32%	73%	27%	55%	45%
Canal 3	201	29	57	8	50	21	268	120	519	378
	87%	13%	88%	12%	70%	30%	69%	31%	58%	42%
Total	2490	288	771	128	725	308	2844	1106	3842	3373
	90%	10%	86%	14%	70%	30%	72%	28%	53%	47%

5.2.1 Constatări

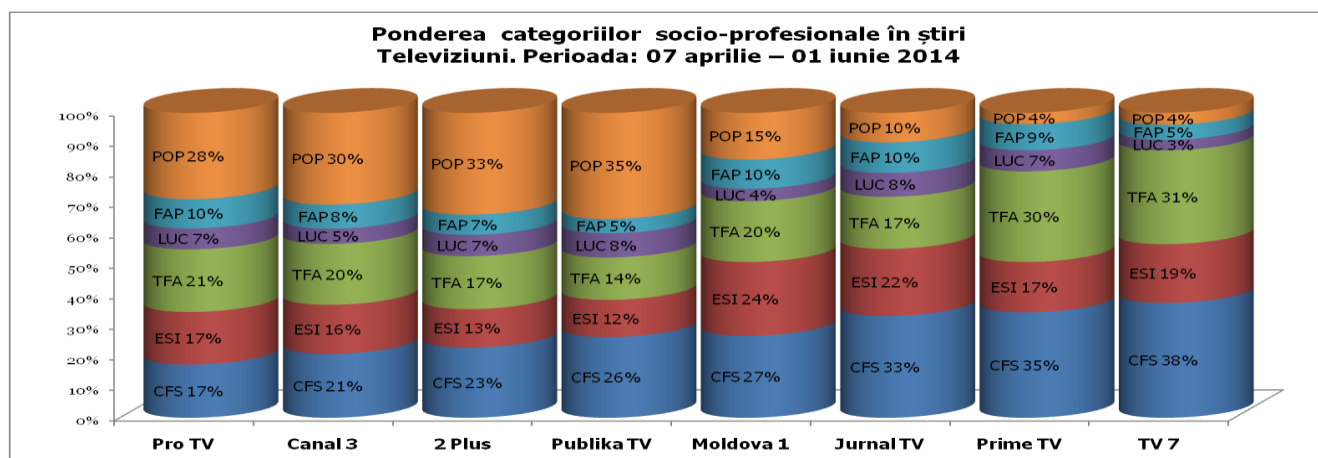
- Prezența *femeilor* și a *bărbaților* a fost atestată în cadrul știrilor de la cele 8 televiziuni monitorizate, dar în mod disproporționat;
- Raportul *femei/bărbați*, cumulat, pe toate categoriile de protagoniști a variat între 25%/75% la **TV 7** și 37%/63% la **Pro TV Chișinău**. La televiziunea publică acest raport a fost de 35% la 65%;
- Cea mai mare discrepanță pe segmentul gender între cele 5 categorii de protagoniști a fost înregistrată în cazul *actorilor politici* unde raportul *femei/bărbați* a fost de 6%/94% la **Pro TV Chișinău** și 14%/86% la **2 Plus**;
- La polul opus, cea mai mică diferență la acest capitol a fost constată în cazul *cetățenilor de rând* unde raportul *femei/bărbați* a fost de 40%/60% la **Jurnal TV** și 56%/44% la **Moldova 1**;
- Diferențele mari ale prezenței *femeilor* și a *bărbaților* în știrile vizând categoriile de protagoniști nu contribuie la promovarea unui pluralism intern real.

5.3. Reprezentarea categoriilor socio-profesionale

Protagonistii care au apărut în edițiile de știri ale celor 8 televiziuni, au fost repartizați în 6 categorii socio-profesionale potrivit unei scheme bazate pe versiunea europeană a clasificării internaționale standard a ocupațiilor: *conducători și funcționari superiori* (CFS); *experți și specialiștii intelectuali* (ESI); *tehnicieni și funcționari administrativi* (TFA); *muncitori, meșteșugari și lucrători auxiliari* (LUC); *elevi, studenți și alte persoane fără activitate profesională* (FAP); persoane care exprimă *opinie populară* (POP). Prezența acestora în știri conferă „diversitatea vocilor”.

Categoriile socio-profesionale sunt inegal reprezentate la ecran în cadrul edițiilor informative la cele opt televiziuni monitorizate. Ponderea CFS a oscilat între 17% la **Pro TV Chișinău** și 38% la **TV 7**. În cadrul categoriei ESI valorile pendulează între 12% la **Publika TV** și 24% la **Moldova 1**. În privința categoriei TFA valorile cuprind 14% la **Publika TV** și 31% la **TV 7**. O discrepanță relativ mică la categoriile LUC (de la 3% la **TV7** până la 8% la **Publika TV** și **Jurnal TV**) și FAP (de la 5% la **TV7** și **Publika TV** până la 10% la **Pro TV Chișinău**; **Moldova 1** și **Jurnal TV**). Discrepanțele cresc atunci când e vorba de categoria POP. De exemplu, **Prime TV** și **TV 7** au oferit posibilitate oamenilor de rând să se exprime în 4% din cazuri, în timp ce **Publika TV** – în 35 la sută. O prezență relativ echilibrată a categoriilor socio-profesionale în știri ar constitui un element al pluralismului veridic pe segmentul dat.

Diagrama 10



5.3.1 Constatări

- Televiziunile monitorizate au prezentat în cadrul știrilor vocile tuturor categoriilor socio-profesionale, dar în mod inegal. Prin urmare, nu putem vorbi despre un pluralism intern real în acest caz;
- Cu o singură excepție, **Pro TV Chișinău**, care a dat prioritate *tehnicienilor și funcționarilor administrativi*, toate televiziunile au dat preferință *conducătorilor și funcționarilor superiori*, această categorie având o pondere de peste o treime la trei televiziuni: **TV 7**, **Prime TV** și **Jurnal TV**;
- Primele trei categorii (CFS, ESI și TFA), considerate elitare ca și competențe, sunt reprezentate în proporții care variază de la 52% la **Publika TV** la 88% la **TV 7**;
- Ultimele trei categorii (LUC, FAP și POP), considerate mai puțin calificate ca și competențe, au avut o prezență în știri evaluată de la de la 12% la **TV 7** la 48% la **Publika TV**.

6. JURNALELE DE ȘTIRI TV. ANALIZA PREZENȚEI ACTORILOR POLITICI

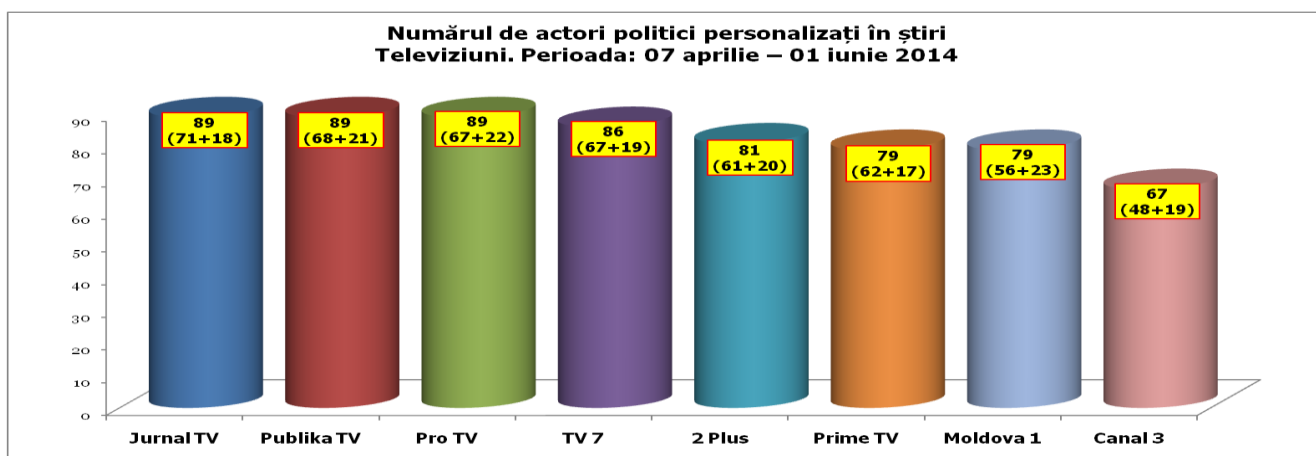
6.1. Date generale cu privire la actorii politici

Din numărul total de 188 de actori politici personalizați selectați pentru studiu, în edițiile de știri ale televiziunilor monitorizate în perioada 7 aprilie – 1 iunie 2014 au fost mediatizați 133 de actori politici, inclusiv 109 actori naționali și 24 de actori externi.

Cel mai mare număr de actori politici personalizați a fost mediatizat de trei televiziuni: **Jurnal TV**, **Publika TV** și **Pro TV Chișinău**, toate cu câte 89 de actori, de aceste cote apropiindu-se și **TV 7** cu 86 de actori. **Canal 3** a mediatizat cel mai mic număr de actori politici – 67.

Totodată, **Jurnal TV** a mediatizat cel mai mare număr de actori politici naționali – 71. Urmează în acest clasament, **Publika TV** cu 68, **Pro TV Chișinău** și **TV 7** cu câte 67 de actori naționali. **Canal 3** a mediatizat doar 48 de actori naționali. **Moldova 1** ocupă primul loc după numărul actorilor externi mediatizați în știri – 23, urmată de **Pro TV Chișinău** cu 22 și **Publika TV** cu 21 de actori externi. Pe ultimul loc în acest top se situează **Prime TV** cu 17 actori externi.

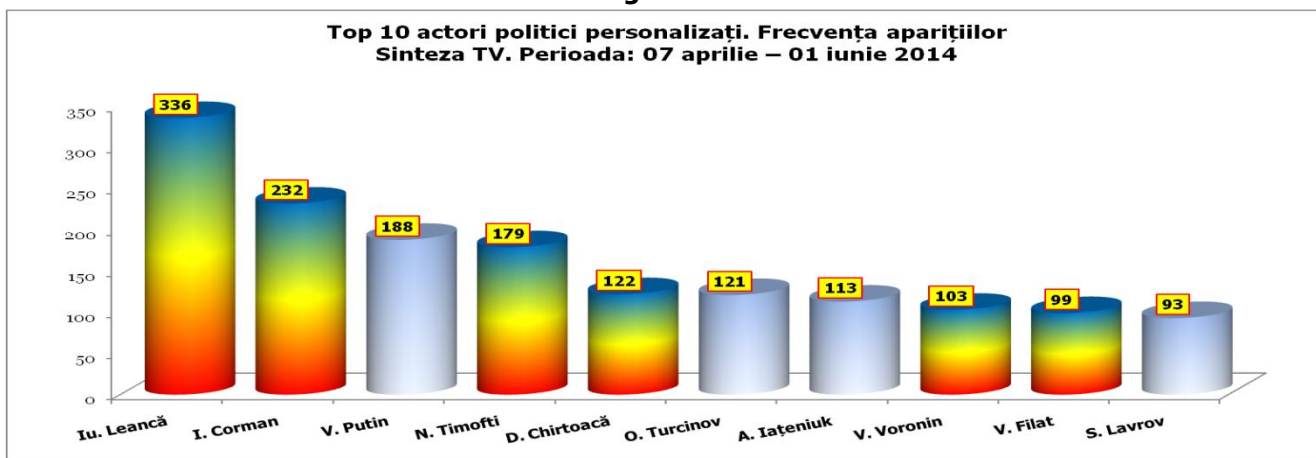
Diagrama 11



6.2. Actorii politici personalizați

Potrivit datelor de ansamblu, între primii 10 în topul celor mai mediatizați actori politici se regăsesc șase actori naționali și patru actori externi. În clasamentul celor mai vizibili actori naționali au intrat: premierul **Iurie Leancă**, președintele Parlamentului **Igor Corman**, președintele țării **Nicolae Timofti**, primarul Chișinăului **Dorin Chirtoacă**, președintele PCRM **Vladimir Voronin** și liderul PLDM **Vlad Filat**. Actorii externi de top sunt: președintele Federației Ruse **Vladimir Putin**, fostul președinte interimar al Ucrainei **Oleksandr Turcinov**, premierul ucrainean **Arseni Iașeniuk** și ministrul rus de externe **Sergei Lavrov**. Actorii naționali din top 10 au împreună 1071 de prezențe și o pondere cumulată de circa două treimi din numărul total de apariții, iar cei externi totalizează 515 apariții sau o treime din totalul prezențelor.

Diagrama 12



Iurie Leancă este lider detașat în top 10 cu 336 de apariții, premierul având cu 104 prezențe mai multe decât actorul de pe locul secund, **Igor Corman** cu 232 de apariții.

Surprinde, oarecum, prezența lui **Vladimir Putin** pe locul trei cu 188 de apariții. Președintele **Nicolae Timofti**, deși e pe locul patru cu 179 de apariții, urmat de primarul Chișinăului **Dorin Chirtoacă**, aflat pe locul cinci, cu 122 de prezențe.

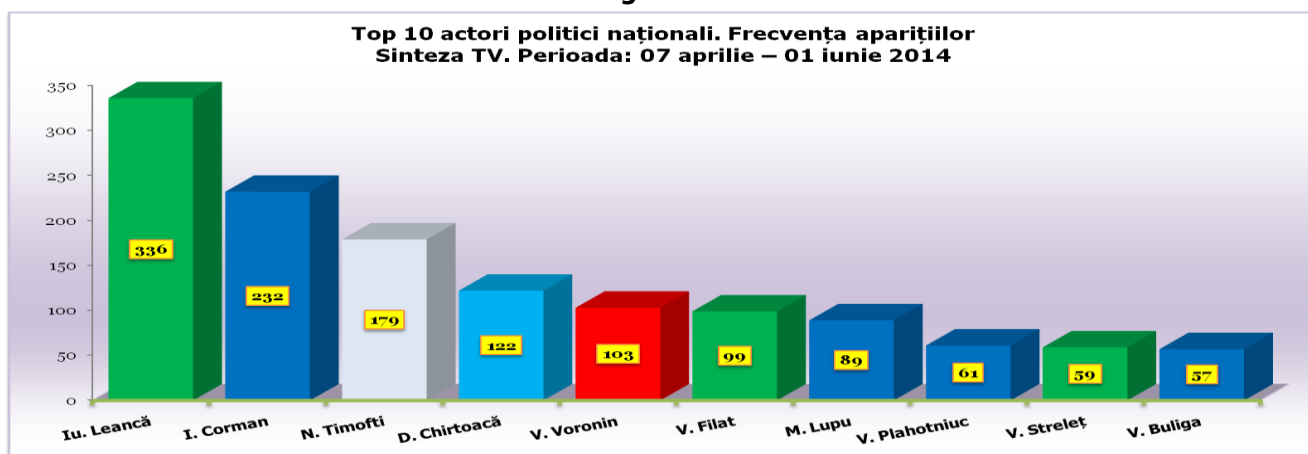
Locurile șase și șapte sunt împărțite de fostul președinte interimar la Ucrainei **Oleksandr Turcinov** (121 de apariții) și premierul ucrainean **Arseni Iașeniuk** (113 prezențe). Prezența acestor doi actori politici în top se explică, probabil, prin conflictul ruso-ucrainean, monitorizat cu atenție nu doar de presa din R. Moldova, ci și de cea internațională.

Pe locul opt se plasează liderul comunist **Vladimir Voronin** cu 103 apariții. El este urmat în poziția a noua de președintele liberal-democraților **Vlad Filat** care totalizează 99 de prezențe. Pe locul 10 figurează ministrul rus de externe **Sergei Lavrov** cu 93 de prezențe.

6.3. Actori politici naționali

În clasamentul celor mai mediatizați 10 actori politici naționali în ansamblul televiziunilor monitorizate se regăsesc, în afară de președintele țării, șapte reprezentanți ai puterii și doi din partea opoziției. În top 10, figurează patru reprezentanți ai PDM, trei de la PLDM și câte unul de la PCRM și PL. Primii trei, care sunt și primele persoane în stat, au împreună mai multe apariții decât ceilalți șapte actori din top 10.

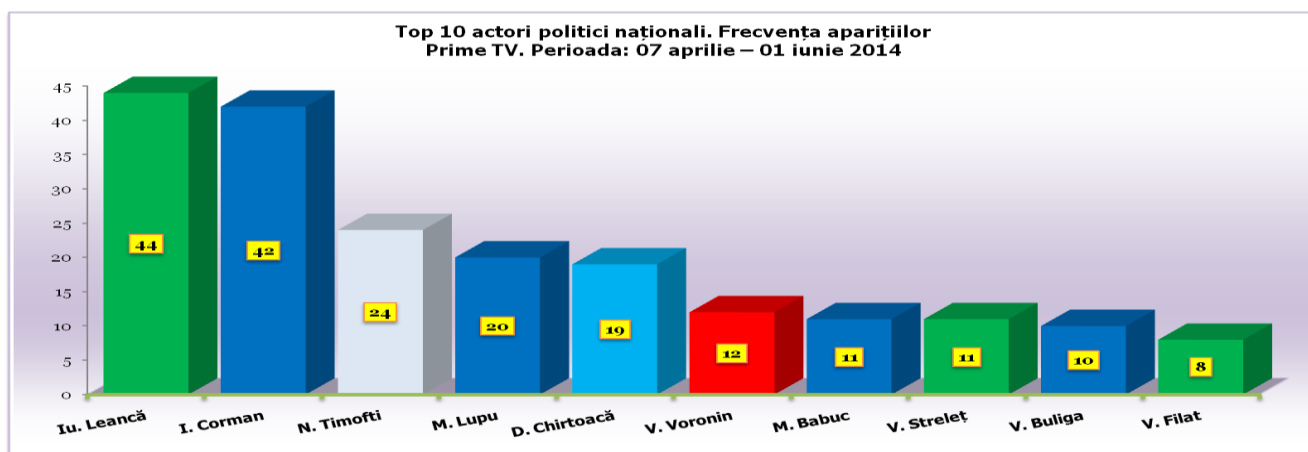
Diagrama 13



Dacă e să ne referim la fiecare televiziune în parte, tabloul privind frecvența aparițiilor actorilor politici interni diferă de la un post la altul. Primii șase actori naționali, potrivit datelor de ansamblu, **Iurie Leancă, Igor Corman, Nicolae Timofti, Dorin Chirtoacă, Vladimir Voronin** și **Vlad Filat** sunt singurii care se mențin în top 10 la toate cele opt televiziuni monitorizate.

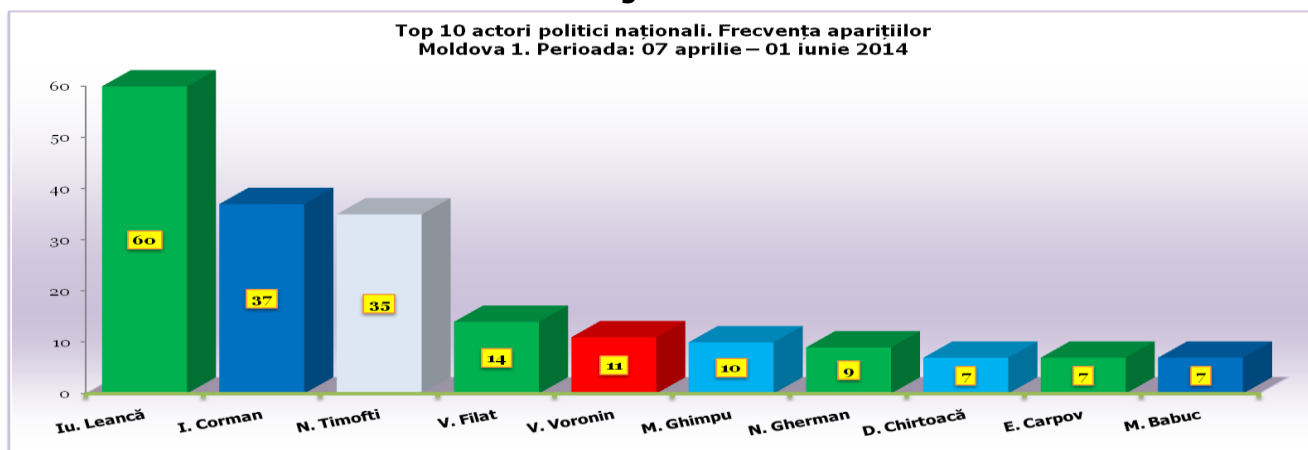
Cei mai mediatizați actori la **Prime TV** au fost președintele Parlamentului și prim-ministrul, aceștia având un număr de apariții de circa două ori mai mare decât prezențele fiecăruia dintre actorii de pe locurile 3-5. Astfel, **Igor Corman** a avut un total de 42 de apariții. **Iurie Leancă** s-a bucurat de o mediatizare asemănătoare cu 44 de apariții. În top 10 la **Prime TV** mai figurează trei reprezentanți ai Partidului Democrat, liderul PDM **Marian Lupu**, ministrul Culturii **Monica Babuc** și ministrul Protecției Sociale **Valentina Buliga**. Patru reprezentanți ai PDM au intrat în topul celor mai mediatizați actori la această televiziune.

Diagrama 14



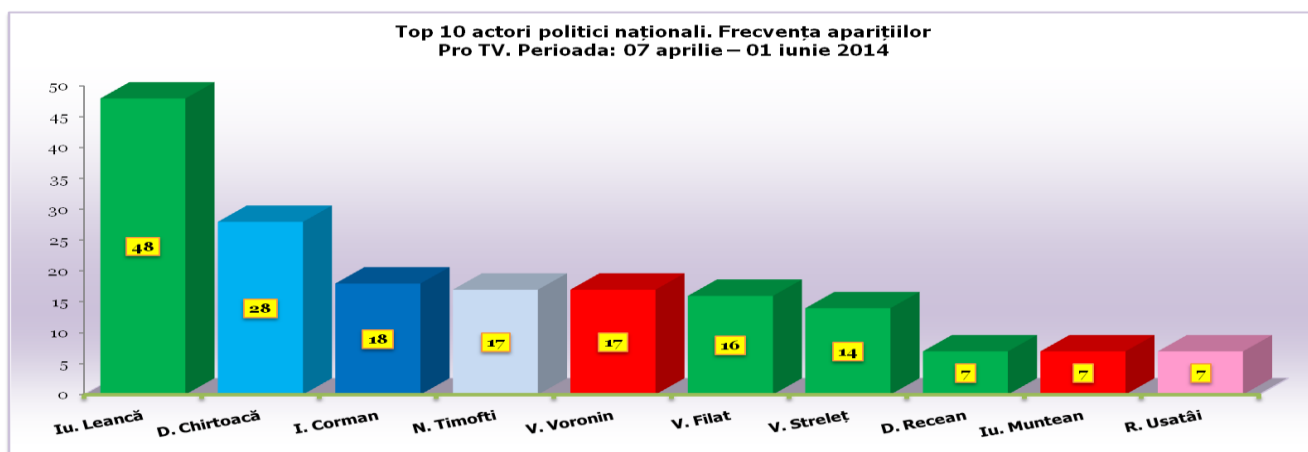
La **Moldova 1**, **Iurie Leancă** este lider detașat în topul aparițiilor cu 60 de prezențe. El este urmat la mare distanță de **Igor Corman** (37 de apariții) și **Nicolae Timofti** (35 de apariții). Din top 10 la acest post mai fac parte **Vlad Filat** (14 apariții), **Vladimir Voronin** (11 apariții) și **Mihai Ghimpu** (10 apariții). Sub aspectul apartenenței politice, patru dintre actorii de top la **Moldova 1** reprezintă PLDM.

Diagrama 15



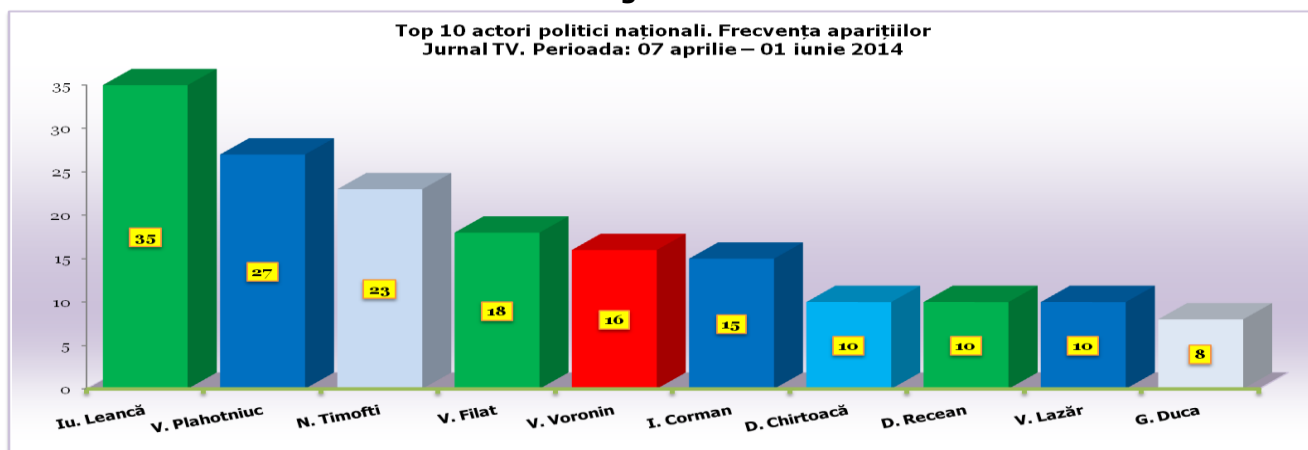
La **Pro TV Chișinău**, lider în top este, la fel, premierul **Iurie Leancă** (48 de apariții). Acesta este urmat pe locul doi de primarul Chișinăului **Dorin Chirtoacă** (28 de apariții). **Igor Corman** este pe locul trei cu 18 apariții. **Nicolae Timofti** și **Vladimir Voronin** au câte 17 apariții, cu una mai mult decât **Vlad Filat** (16 apariții). În premieră, la acest top mai apare un reprezentant al PCR, **Iurie Muntean** (7 prezențe), precum și liderul PPR/PN **Renato Usatîi**. Ca și la **Moldova 1** patru dintre actorii de top de la **Pro TV Chișinău** reprezintă PLDM.

Diagrama 16



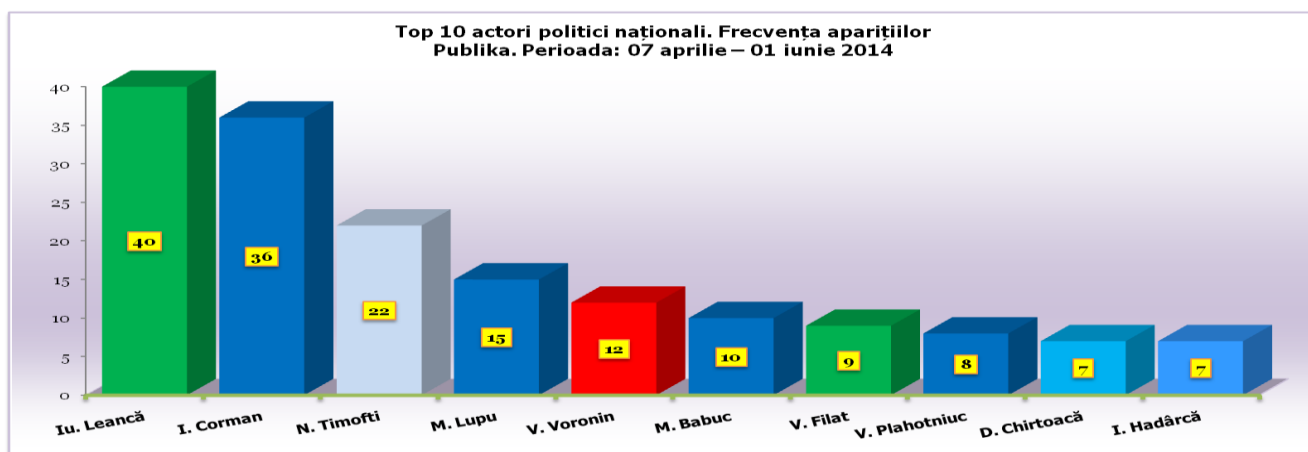
O situație aparte se înregistrează la **Jurnal TV**. **Iurie Leancă** apare și aici pe prima poziție cu 35 de prezențe. Vicepreședintele PDM **Vlad Plahotniuc**, locul doi în top, apare de 27 de ori, liderul PLDM **Vlad Filat**, locul patru, are 18 apariții. Pe poziția a treia se situează **Nicolae Timofti** (23 apariții). De notat, de asemenea, prezența în premieră în top 10 a încă unui exponent al PDM, **Valeriu Lazăr**, cu 10 apariții.

Diagrama 17



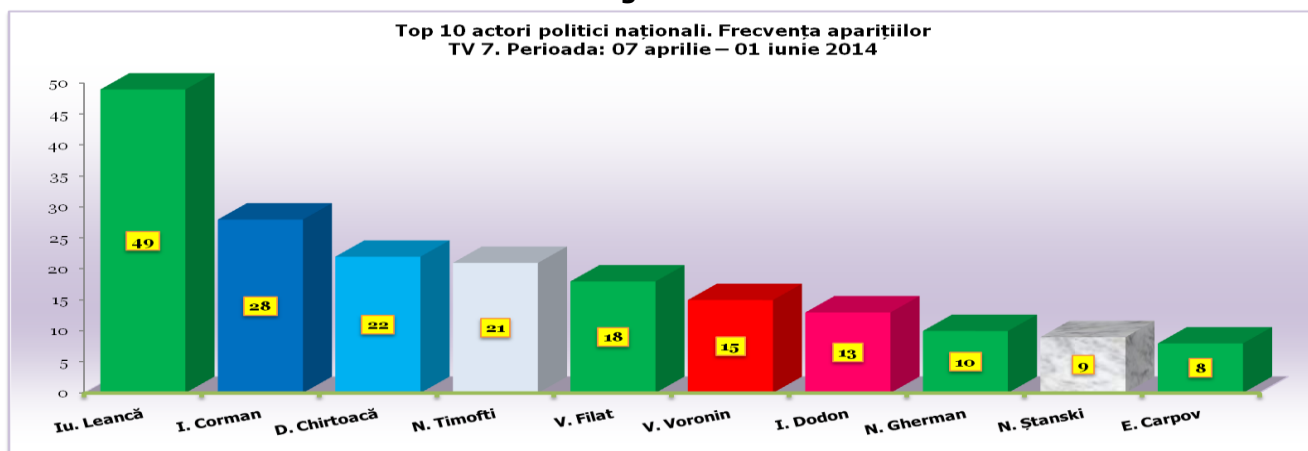
La **Publika TV**, primul în topul cantitativ este **Iurie Leancă**, 40 de apariții, având cu patru mai multe decât **Igor Corman**. PDM mai are trei reprezentanți în top 10: **Marian Lupu** (15 apariții), **Monica Babuc** (10 apariții) și **Vlad Plahotniuc** (8 prezențe). Liderul PLR **Ion Hadârcă** încheie topul la acest post având 7 apariții. Ca și la **Prime TV** patru dintre actorii de top de la **Publika TV** reprezintă PDM.

Diagrama 18



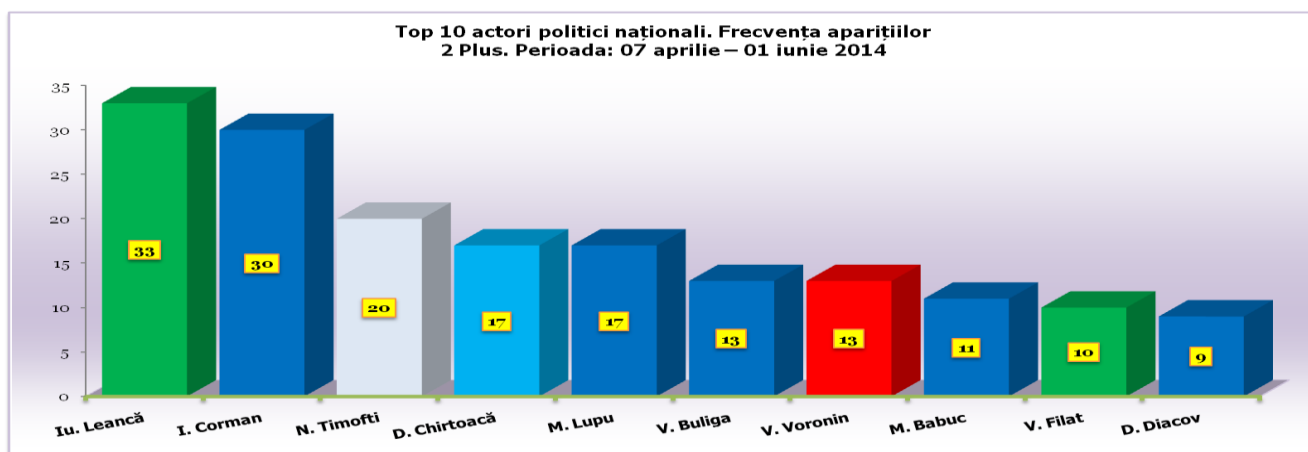
Lucrurile se prezintă, într-un fel diferit, la **TV 7**, în condițiile în care primarul capitalei **Dorin Chirtoacă** ocupă locul trei cu 22 de apariții, devansându-l cu o prezență pe președintele **Nicolae Timofti** (21 apariții). Duo-ul fruntaș, **Leancă-Corman**, este prezent și la acest post. Cele mai multe apariții le-a înregistrat **Iurie Leancă**, 49, iar **Igor Corman** are 28 de apariții. Dincolo de prezența în top 10 a ministrului de externe, **Natalia Gherman**, trebuie notat și faptul că în premieră apar în clasamentul celor mai mediatizați actori negociatorii-șefi ai părților în procesul de reglementare transnistreană **Eugen Carпов** și **Nina Ștanski**. O altă noutate este prezența în top 10 a liderului PSRM **Igor Dodon**. De notat că patru dintre actorii de top de la **TV 7** sunt reprezentanți ai PLDM.

Diagrama 19



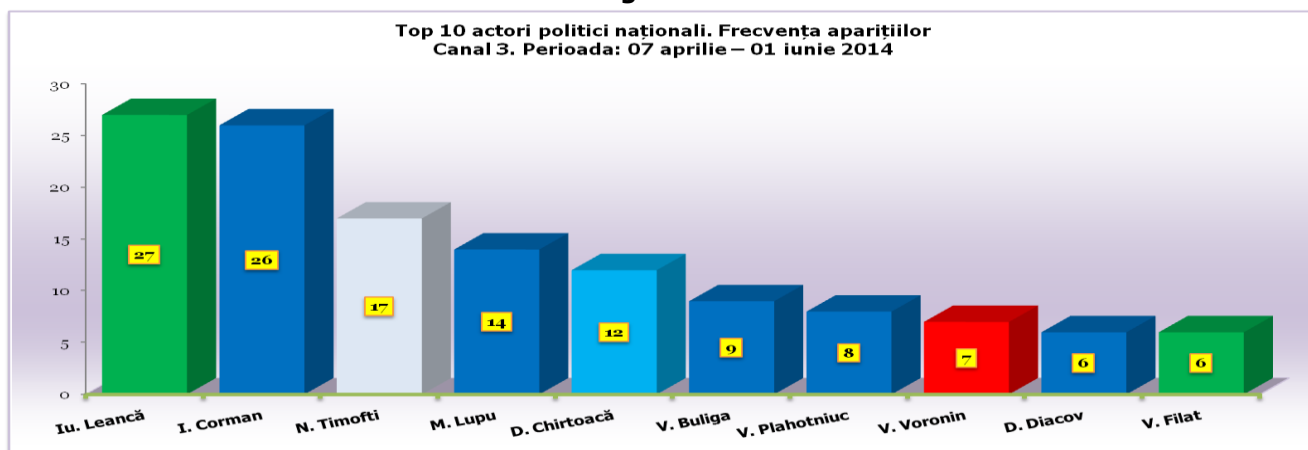
La **2 Plus**, top 10 este dominat de reprezentanții PDM, chiar dacă în clasamentul cantitativ pe primul loc se situează **Iurie Leancă** (33 de apariții), urmat de președintele Parlamentului **Igor Corman** (30 de apariții). În top 10, mai figurează patru democrați: **Marian Lupu**, **Valentina Buliga**, **Monica Babuc** și în premieră, președintele de onoare al PDM, **Dumitru Diacov**.

Diagrama 20



O situație asemănătoare se atestă și la **Canal 3**, unde **Iurie Leancă** are 27 de apariții, iar **Igor Corman** apare de 26 de ori. La fel, în topul celor mai mediatizați actori la postul respectiv mai intră patru fruntași ai PDM: **Marian Lupu, Valentina Buliga, Vlad Plahotniuc și Dumitru Diacov**. Ca și la **2 Plus**, la **Canal 3**, cinci dintre actorii de top reprezintă Partidul Democrat.

Diagrama 21



6.3.1 Constatări

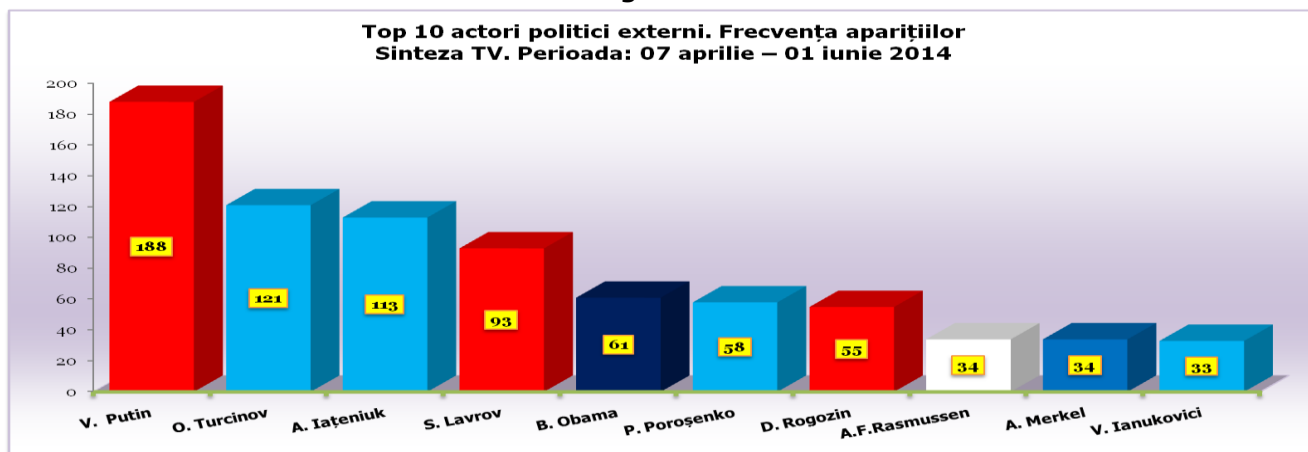
- Televiziunile au mediatizat în ansamblu 133 de actori politici personalizați inclusiv 24 de actori externi;
- La 5 din 8 posturi de televiziune monitorizate (**Prime TV, Moldova 1, Publika TV, 2 Plus, Canal 3**), cei mai mediatizați actori politici naționali în cadrul știrilor au fost prim-ministrul **Iurie Leancă**, Președintele Parlamentului **Igor Corman** și Președintele Republicii Moldova **Nicolae Timofti**;
- În cazul altor trei televiziuni, **Dorin Chirtoacă (Pro TV Chișinău și TV 7)** și **Vladimir Plahotniuc (Jurnal TV)** ocupă un loc pe podium;
- Raportul de frecvență a mediatizării dintre primul și ultimul actor politic din top 10 național este de 1 la 6 (5,9).
- În cazul a patru posturi tv din 8 (**2 Plus, Canal 3, Prime TV, Publika TV**) s-a observat tendința de a mediatiza mai insistent exponenții PDM în raport cu cei ai altor partide;
- La **Moldova 1** și **TV 7** s-a constatat o vizibilitate ușor mai pronunțată a reprezentanților guvernării din partea PLDM;
- **TV 7** a promovat o mai largă diversitate politică în topul celor mai mediatizați actori;
- **Pro TV Chișinău** a mediatizat atât reprezentanți ai unei componente a puterii (PLDM) cât și ai opoziției (PL, PCRM).

6.4. Actorii politici externi

24 dintre cei 25 de actori externi personalizați selectați pentru prezentul studiu, luându-se în calcul influența acestora la nivel internațional și posibilitatea luării de către aceștia a unor decizii cu impact direct asupra Republicii Moldova, au avut prezențe diferite în cadrul edițiilor informative la televiziunile monitorizate. Cel mai vizibil actor extern a fost președintele rus **Vladimir Putin** cu 188 de apariții. Pe poziția a doua se situează fostul președinte interimar al Ucrainei, **Oleksandr Turcinov**, cu 121 de prezențe, iar pe locul trei – premierul ucrainean **Arseni Iașeniuk**, cu 113 de apariții. Al patrulea în topul extern este ministrul rus de externe **Serghei Lavrov** cu 93 de prezențe. Mediatizarea intensă a acestor patru actori externi poate fi explicată prin criza din Ucraina.

Cu toate că și liderii occidentali au avut de jucat un rol important în criza din țara vecină, aparițiile lor sunt mai reduse: președintele SUA **Barack Obama**, locul 6 cu 61 de apariții, cancelarul german **Angela Merkel**, locul 9 cu 34 de prezențe și secretarul general al NATO, **Anders Fogh Rasmussen**, locul 8 cu 34 de prezențe. Președintele Consiliului European, **Herman Van Rompuy** (locul 15 cu 24 apariții), președintele Comisiei Europene, **Jose Manuel Barroso** (locul 17 cu 19 prezențe) nici n-au intrat în top 10. Nu figurează în topul celor mai mediatizați actori externi, președintele român **Traian Băsescu** (locul 14 cu 25 prezențe însumate) și nici premierul țării vecine **Victor Ponta** (locul 16 cu 23 de apariții).

Diagrama 22

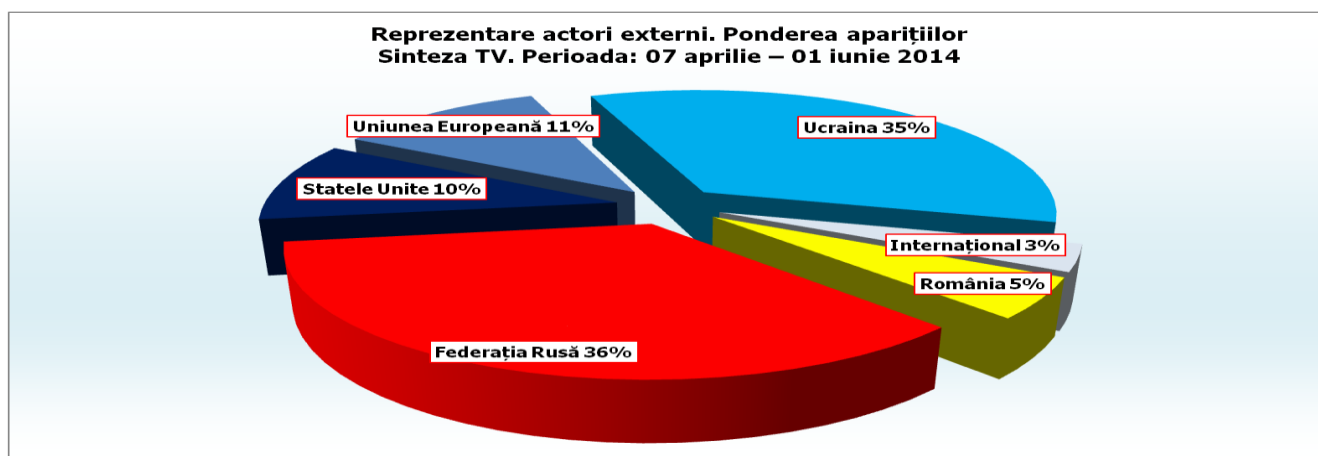


De altfel, primii patru actori externi de top, **Vladimir Putin**, **Oleksandr Turcinov**, **Arseni Iașeniuk** și **Serghei Lavrov**, precum și președintele ucrainean **Petro Porosenko** se regăsesc în top 10 la toate cele opt televiziuni monitorizate. Liderul de la Casa Albă, **Barack Obama** se află printre primii 10 la toate televiziunile exceptând **Prime TV**. În schimb, **Prime TV** este singura televiziune la care liderii europeni **Herman Van Rompuy** și **Jose Manuel Barroso** au intrat în topul celor mai mediatizați actori externi. Premierul român **Victor Ponta** a apărut în top 10 doar la **Moldova 1**, iar președintele român **Traian Băsescu** are un număr de prezențe de top la **Pro TV Chișinău** și la **TV 7**.

6.4.1 Analiza reprezentării actorilor externi

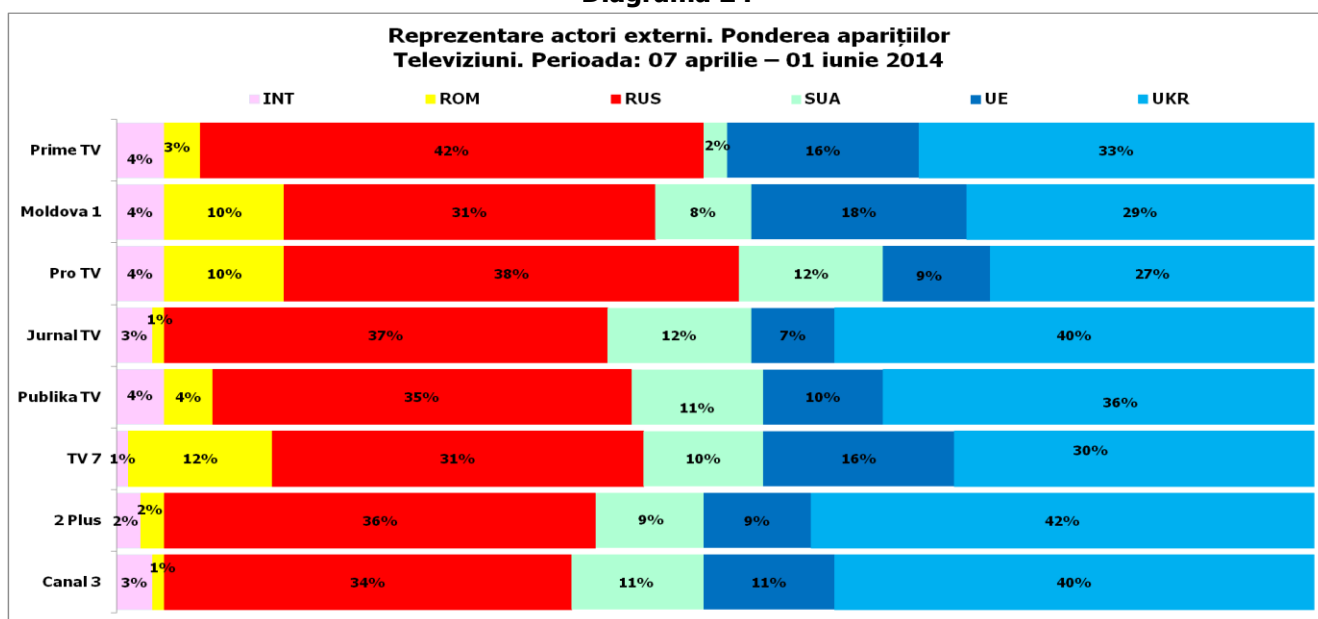
Din numărul total de 1028 de prezențe ale *actorilor externi* în cadrul edițiilor informative de știri de la toate televiziunile, 721 sau peste 70 la sută au aparținut reprezentanților **Rusiei** și **Ucrainei** care au avut parte, în ansamblu, de mediatizări intense și în mod relativ egal, 364 de apariții ale actorilor ruși (36%) față de 257 ale ucrainenilor (35%). **UE** (11%) și **SUA** (10%) au avut cote aproximativ egale de reprezentare. Cea mai redusă vizibilitate au avut-o reprezentanții **României** (5%) și cei din partea structurilor internaționale (3%).

Diagrama 23



Actorii externi care reprezintă Rusia au fost cel mai des mediatizați la **Prime TV** (42%), iar cel mai rar – la **Moldova 1** (31%) și **TV 7** (31%). Reprezentanții Ucrainei au obținut cel mai mare procentaj la **2 Plus** (42%), iar cel mai mic – la **Pro TV Chișinău** (27%). Liderii UE au avut cea mai mare vizibilitate la **Moldova 1** (18%), iar cea mai mică – la **Jurnal TV** (7%), **Pro TV Chișinău** (9%) și **2 Plus** (9%). Reprezentanții SUA au apărut mai des la **Pro TV Chișinău** (12%) și **Jurnal TV** (12%), iar cel mai rar – la **Prime TV** (2%). Principalii actori politici români au avut o vizibilitate de 12% la **TV 7**, de 10% la **Moldova 1** și **Pro TV Chișinău**, 4% la **Publika TV**, 3% la **Prime TV**, de 2% la **2 Plus** și câte 1% la **Jurnal TV** și la **Canal 3**.

Diagrama 24



6.4.2 Constatări

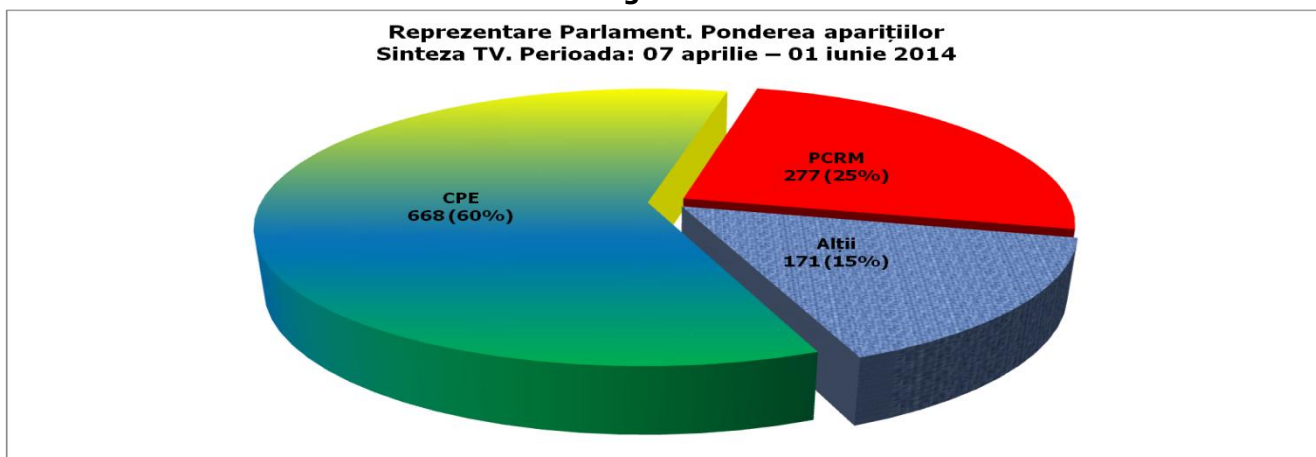
- Cei mai mediatizați actori politici externi personalizați au fost președintele rus **Vladimir Putin**, fostul președinte interimar al Ucrainei **Oleksandr Turcinov** și premierul ucrainean **Arseni Iașeniuk**;
- În top 10 extern au intrat 4 actori politici din *Ucraina*, 3 din *Rusia* și câte 1 din *SUA*, *UE* și un reprezentant al structurilor internaționale;
- Raportul de frecvență a mediatizării dintre primul (**Vladimir Putin**) și ultimul actor politic (**Viktor Ianukovici**) din top 10 extern este de 1 la 6 (5,7);
- Vizibilitatea lui **Vladimir Putin** a fost de 3 ori mai mare decât cea a lui **Barack Obama** și de peste 5 ori mai mare decât cea a **Angelei Merkel**;

- Actorii politici reprezentând Rusia au avut în știri aproximativ aceeași vizibilitate ca cei din Ucraina;
- Actorii politici reprezentând Rusia au avut în știri o vizibilitate de 3 ori mai mare ca cei din Uniunea Europeană sau Statele Unite și 7 ori mai mare decât cei din România;
- Toate televiziunile au dat prioritate în știri reprezentanților din Rusia și Ucraina;
- La **Prime TV, Moldova 1** și **TV 7**, ceilalți actori externi în știri au reprezentat, în ordine descrescătoare, UE, România și SUA;
- La **Pro TV Chișinău**, ceilalți actori externi în știri au reprezentat, în ordine descrescătoare, SUA, România și UE;
- La **Jurnal TV, Publika TV, 2 Plus** și **Canal 3** ceilalți actori externi în știri au reprezentat, în ordine descrescătoare, SUA, UE și România.

6.5. Analiza reprezentării actorilor politici din cadrul Parlamentului

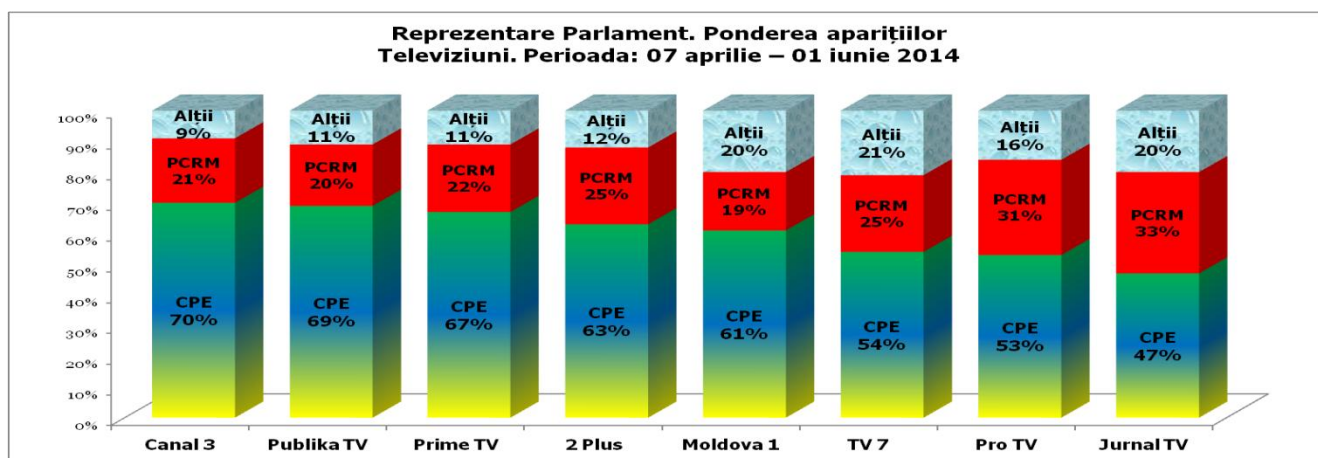
Din numărul total de 1116 prezențe pe care *Parlamentul* le-a avut în cadrul edițiilor informative de știri de la toate televiziunile, 668 sau 60 la sută au aparținut reprezentanților majorității parlamentare, Coaliția Pro-Europeană (CPE), iar 448 sau 40% au revenit opoziției. Din totalul de 40 la sută atribuit opoziției parlamentare, 25 la sută au revenit PCRM, iar 15% – reprezentanților altor grupuri de deputați.

Diagrama 25



Cinci din cele opt televiziuni monitorizate au privilegiat în mod evident majoritatea parlamentară. Astfel, la **Canal 3** deputații din CPE au o pondere de 70%, la **Publika TV** – de 69%, iar la **Prime TV** – de 76 la sută. Procentaje apropiate de aceste trei posturi au mai înregistrat **2 Plus** (63%) și **Moldova 1** (61%). Singura televiziune la care CPE a obținut un scor mai mic de 50 la sută este **Jurnal TV** (47%). Deputații PCRM au avut cea mai mare vizibilitate la **Jurnal TV** (33%) și la **Pro TV Chișinău** (31%), iar cea mai mică – la **Moldova 1** (19%). Parlamentarii neafiliați și/sau cei din alte grupuri de deputați s-au bucurat de o mediatizare relativ intensă la **TV 7** (21%), **Moldova 1** (20%) și **Jurnal TV** (20%), iar la patru televiziuni au avut rate de prezențe sub media generală: **Canal 3** (9%), **Publika TV** (11%), **Prime TV** (11%) și **2 Plus** (12%).

Diagrama 26



6.5.1 Constatări

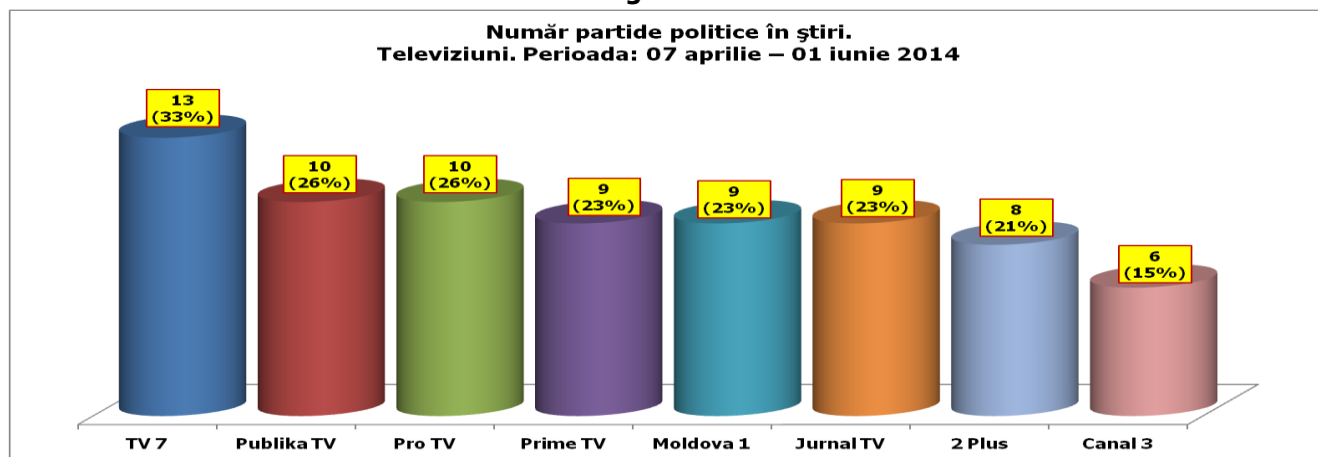
- În știrile tuturor televiziunilor monitorizate au fost prezenți atât deputați din cadrul Coaliției cât și cei din rândul opoziției;
- Deputații CPE au avut cea mai mare vizibilitate în știrile de la **Canal 3** (70%), iar cea mai mică – la **Jurnal TV** (47%). Indicatorul respectiv la televiziunea publică a constituit 61 la sută;
- Deputații din cadrul principalei forțe de opoziție din Parlament, PCRM, au avut cea mai mare vizibilitate în știrile de la **Jurnal TV** (33%), iar cea mai mică – la **Moldova 1** (19%);
- Vizibilitatea altor grupuri de deputați a oscilat între 9% la **Canal 3** și 21% la **TV 7**;
- Dacă am lua în calcul criteriul numărului de mandate (CPE – 53 de mandate; PCRM – 34 mandate; și Altii – 14 mandate), atunci **Pro TV Chișinău** (53%/31%/16%) ar corespunde cel mai mult acestui criteriu, iar **Canal 3** (70%/21%/9%) – cel mai puțin.

6.6. Analiza prezenței în știri a formațiunilor politice

În cadrul edițiilor informative de la televiziunile monitorizate au fost înregistrate, potrivit datelor de ansamblu, 2773 de prezențe ale actorilor politici naționali (personalizați și instituționalizați) care reprezintă 17 partide și formațiuni politice (PLDM, PDM, PCRM, PL, PLR, PSRM, PRM, PPR/PN, MPA, PAD, PNL, PPDM, PPRM, PFP, MR, PPSM și PSD) din numărul total de 39 de partide înregistrate la data de 5 aprilie 2014.

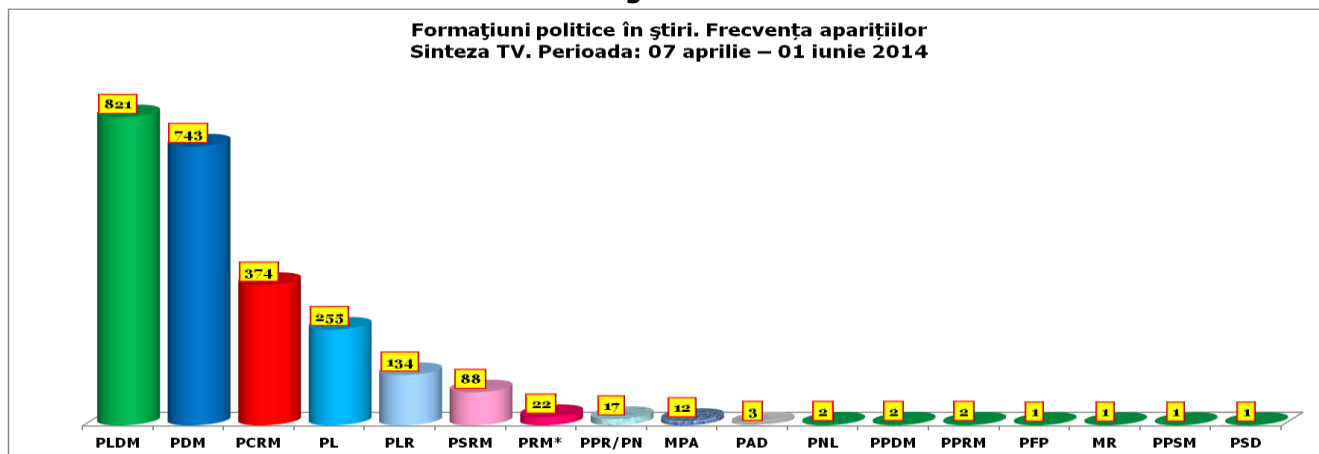
În știrile **TV 7** au fost vizate cele mai multe partide – 13, ceea ce constituie o treime din numărul formațiunilor politice înregistrate. În știrile **Canal 3** au fost vizate cele mai puține partide – 6 (15%). La televiziunea publică **Moldova 1**, ca și la **Prime TV** și **Jurnal TV**, acest indicator este de 9 partide (23%).

Diagrama 26



Cele mai multe apariții în știri le-au avut reprezentanții PLDM cu 821 de prezențe și cei ai PDM cu 743 de prezențe. Aceste două partide aflate la putere au fost de departe cele mai mediatizate, fiecare având indicatori comparabili cu cel înregistrat de toate celelalte 15 formațiuni luate împreună (915 apariții). Pe locul trei în top se situează PCRM cu 374 apariții. Reprezentanții PL au totalizat 254 de prezențe, cei de la PLR – 134, iar cei ai PSRM – 88. Reprezentanții celorlalte 11 partide mediatizate în știri (Alții) au împreună 64 de apariții: PRM (22), PPR/PN (17), MPA (12), PAD (3), PNL (2), PPDM (2), PPRM (2), PFP (1), MR (1), PPSM (1) și PSD (1).

Diagrama 27



Prime TV i-a tratat cu prioritate pe reprezentanții PDM, 126 de apariții, aceștia având o pondere de 36% în totalul prezențelor. PLDM a acumulat la acest post 90 de prezențe (26%), PCRM – 41 (12%), PL – 34 (10%), iar PLR – 12 (3%). Actorii fără afiliere și reprezentanții celorlalte entități politice au o pondere cumulată de 13%.

La **Moldova 1** au fost mai intens mediatizați reprezentanții PLDM, 115 apariții, aceștia având o pondere de 35% în totalul prezențelor. PDM a acumulat la acest post 78 de prezențe (24%), PCRM – 29 (9%), PL – 26 (8%), iar PLR – 21 (6%). Neafiliații și reprezentanții celorlalte partide și entități politice au o pondere cumulată de 18%.

Actorii politici care reprezintă PLDM sunt pe primul loc și la **Pro TV Chișinău** cu 120 de apariții (33%), aceștia fiind, însă, urmați de cei din partea PCRM, 63 de prezențe (18%). PDM a acumulat la acest post 52 de prezențe (14%), PL – 45 (13%), iar PLR – 20 (6%). Neafiliații și reprezentanții celorlalte partide și entități politice au o pondere cumulată de 16%.

La **Jurnal TV**, reprezentanții PLDM au 111 apariții și o pondere de 29% în totalul prezențelor. PDM a acumulat la acest post 89 de prezențe (24%), iar PCRM – 59 (16%). Actorii politici care reprezintă PL au fost mediatizați de 45 de ori (8%), iar cei de la PLR – de 20 ori (6%). Neafiliații și reprezentanții celorlalte partide și entități politice au o pondere cumulată de 17%.

Ca și la **Prime TV**, la **Publika TV** reprezentanții PDM sunt pe primul loc în topul partidelor cu 129 de apariții și o pondere de 35% în totalul prezențelor. PLDM a acumulat la acest post 100 de prezențe (27%), iar PCRM – 42 (12%). Reprezentanții PL au 25 de apariții (7%), iar cei ai PLR – 23 (5%). Actorii fără afiliere și reprezentanții celorlalte entități politice au o pondere cumulată de 14%.

TV 7 a acordat un tratament preferențial reprezentanților PLDM, 142 de apariții (35%), dar a menținut un relativ echilibru pentru ceilalți actori de top: PDM cu 61 de prezențe (15%), PCRM cu 58 de apariții (14%) și PL cu 46 de prezențe (11%). Urmează PSRM cu 27 apariții (7%) și PLR cu 20 (5%). Neafiliații și reprezentanții celorlalte partide și entități politice au o pondere cumulată de 13%.

La **2 Plus** reprezentanții PDM se bucură de un tratament favorabil sub aspect cantitativ. PDM are la acest post 120 de apariții (35%), în timp ce PLDM – 83 (24%), iar PCRM – 56 (16%). Reprezentanții PL au 29 de apariții (8%), iar cei ai PLR și PSRM – câte 10 (3%). Actorii fără afiliere și reprezentanții celorlalte entități politice au o pondere cumulată de 11%.

Și **Canal 3** i-a tratat cu prioritate pe reprezentanții PDM care au adunat 88 de apariții (39%), în timp ce actorii din partea PLDM au 60 (26%), iar cei de la PCRM – 26 de prezențe (11%). Reprezentanții PL au 18 de apariții (8%), iar cei ai PLR – 7 (3%). Actorii fără afiliere și reprezentanții celorlalte entități politice au o pondere cumulată de 13%.

6.6.1 Constatări

- Cumulat, știrile televiziunilor monitorizate au vizat 17 din cele 39 de formațiuni politice înregistrate, valorizând astfel pluralismul politic, în proporție de 44 la sută;
- Partidele mediatizate într-un număr redus, sunt, în mare parte, aceleași la toate televiziunile;
- Două formațiuni politice (PLDM și PDM) cumulativ depășesc de 1,7 ori numărul aparițiilor în știri ale celorlalte 15 partide luate împreună. Acest fapt indică asupra unei opinii dominante a celor 2 partide în raport cu restul formațiunilor politice;
- Patru televiziuni (**Moldova 1, Pro TV Chișinău, Jurnal TV și TV 7**) i-au mediatizat în edițiile informative cu o intensitate sporită pe reprezentanții unei componente din cadrul coaliției de la putere (PLDM, în total 488 apariții).
- Alte patru televiziuni (**Prime TV, Publika TV, 2 Plus și Canal 3**) au acordat prioritate sub aspect cantitativ unei alte componente a Coaliției Pro-Europene (PDM, în total 463 apariții);
- Cu excepția **Pro TV Chișinău și Jurnal TV**, la celelalte televiziuni reprezentanții opoziției au avut o vizibilitate redusă;
- Totodată, toate televiziunile au neglijat majoritatea formațiunilor politice care nu au reprezentare în Parlament, fapt ce nu contribuie la pluralismul mediatic intern.

6.7. Contextul mediatizării actorilor politici

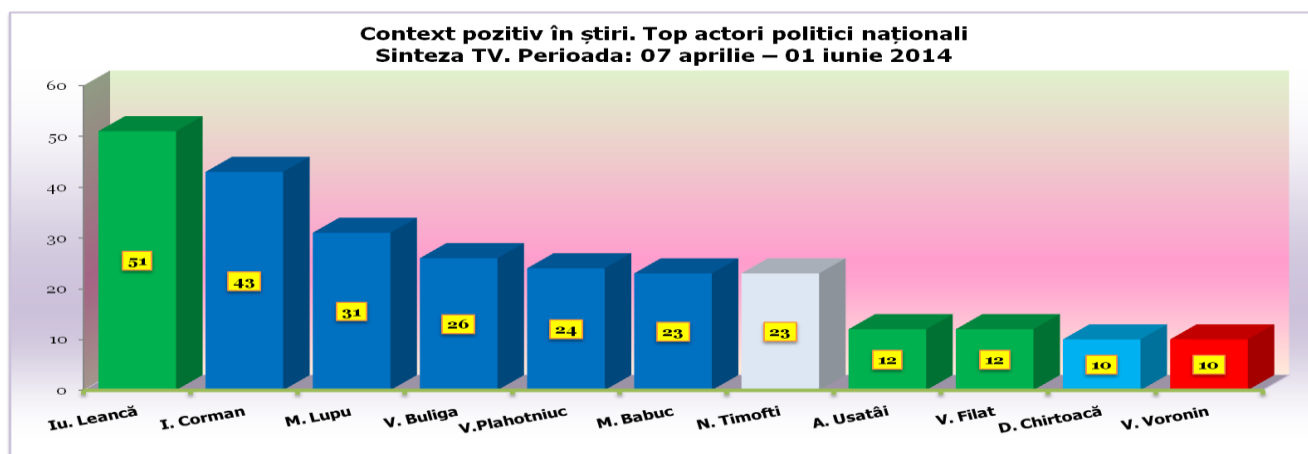
6.7.1 Date generale

În principalele ediții informative ale televiziunilor monitorizate au fost înregistrate, potrivit datelor de ansamblu, 3801 apariții ale actorilor politici. În 2969 dintre acestea contextul mediatizării actorilor politici a fost neutru (78%), în 429 de situații – pozitiv (11%), iar în 403 de cazuri – negativ (11%). În context pozitiv au apărut 52 de actori politici, inclusiv 39 de actori naționali și 13 actori externi. În context negativ au apărut 61 de actori politici, inclusiv 47 de actori naționali și 14 actori externi.

6.7.2 Contextul mediatizării actorilor politici naționali

Cei mai mediatizați actori politici naționali în context pozitiv în ansamblul celor opt televiziuni sunt premierul **Iurie Leancă** (51 apariții), președintele Parlamentului **Igor Corman** (43 apariții) și liderul PDM **Marian Lupu** (31 prezențe). Cinci dintre actorii de top mediatizați în context pozitiv reprezintă PDM, iar trei – PLDM. În acest clasament au mai intrat președintele **Nicolae Timofti**, primarul capitalei **Dorin Chirtoacă** (PL) și liderul PCRM **Vladimir Voronin**.

Diagrama 28



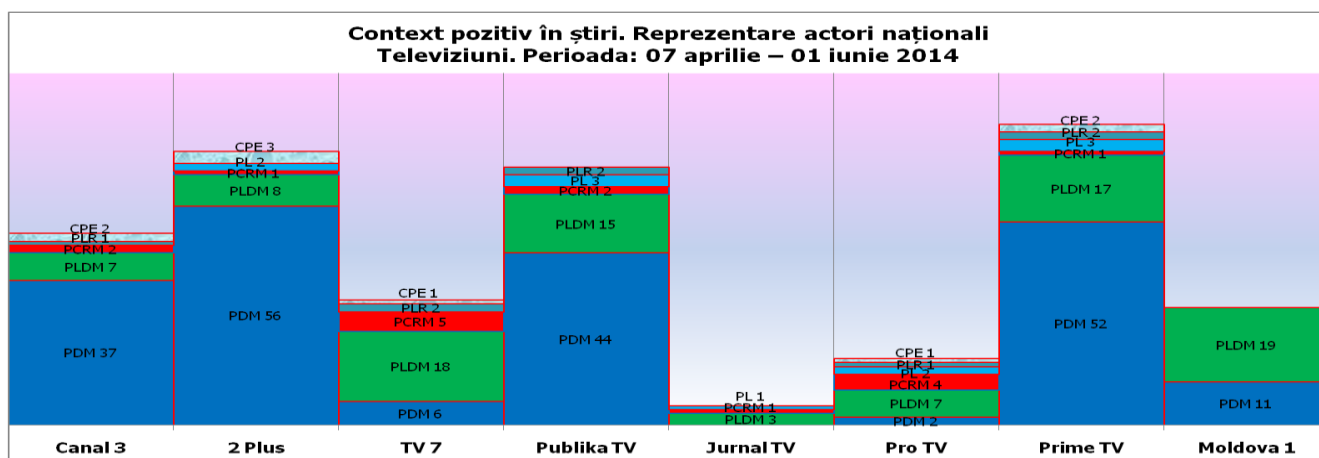
Iurie Leancă este singurul actor politic de top care apare în context pozitiv la toate cele opt televiziuni. Premierul are câte 11 apariții în context pozitiv la **Moldova 1** și **Prime TV** și câte 7 – la **2 Plus** și **Publika TV**. **Igor Corman** apare de 14 ori în context pozitiv la **Prime TV**, de 10 ori la **2 Plus** și are câte 6 prezențe în același context la **Publika TV** și **Canal 3**. De asemenea acestor patru posturi le datorează 30 din totalul de 31 de prezențe pozitive și liderul PDM **Marian Lupu**.

Tabelul 9

Actor politic	Prime TV	Moldova 1	Pro TV	Jurnal TV	Publika TV	TV 7	2 Plus	Canal 3	Total
Iu. Leancă	11	11	3	1	7	5	7	6	<u>51</u>
I. Corman	14	3	2	-	6	2	10	6	<u>43</u>
M. Lupu	8	-	-	-	7	1	7	8	<u>31</u>
V. Buliga	6	2	-	-	2	2	10	4	<u>26</u>
V. Plahotniuc	3	1	-	-	8	-	6	6	<u>24</u>
M. Babuc	9	1	-	-	3	-	7	3	<u>23</u>
N. Timofti	7	3	1	1	5	-	4	2	<u>23</u>
A. Usatâi	1	3	2	-	2	2	1	1	<u>12</u>
V. Filat	3	2	2	-	2	3	-	-	<u>12</u>
D. Chirtoacă	3	-	2	2	1	-	2	-	<u>10</u>
V. Voronin	1	-	2	1	2	1	1	2	<u>10</u>

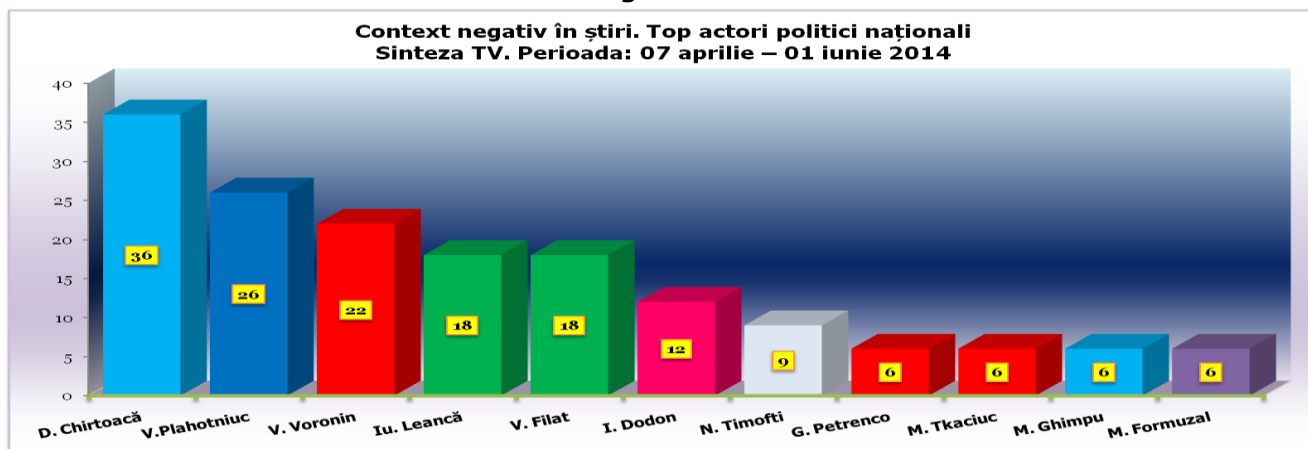
Aproximativ jumătate din numărul total al prezențelor în context pozitiv aparțin reprezentanților PDM (208 din 429). Mai mult de 90 la sută dintre acestea (189 din 208) au revenit posturilor **2 Plus** (57), **Prime TV** (52), **Publika TV** (44) și **Canal 3** (37). Un număr însemnat din cele 94 de apariții în context pozitiv ale reprezentanților PLDM se datorează televiziunilor **Moldova 1** (19) și **TV 7** (18). PCRM a avut parte de 16 apariții în context pozitiv, cele mai multe fiind la **TV 7** (5) și **Pro TV Chișinău** (4).

Diagrama 29



Cei mai mediatizați actori politici personalizați în context negativ în ansamblul celor opt televiziuni sunt primarul **Dorin Chirtoacă** (36 apariții), vicepreședintele PDM **Vlad Plahotniuc** (26 apariții) și liderul PCR **Vladimir Voronin** (22 apariții). În afară de **Dorin Chirtoacă** și **Vladimir Voronin**, alți trei dintre actorii de top mediatizați în context pozitiv apar și în context negativ: **Iurie Leancă**, **Vlad Filat** și **Nicolae Timofti**. În acest clasament sunt trei reprezentanți de la PCR și câte doi de la PL și PLDM. Liderul PSRM **Igor Dodon** ocupă locul 6 în acest top al celor mai mediatizați actori politici personalizați în context negativ încheiat de bașcanul Găgăuziei **Mihail Formuzal**.

Diagrama 30



Vladimir Voronin este singurul actor politic de top care apare în context negativ la toate cele opt televiziuni, 9 din cele 22 de apariții în acest context avându-le la **Jurnal TV**. **Vlad Plahotniuc** îi datorează aceleași televiziuni **Jurnal TV** 25 din totalul celor 26 de prezențe în context negativ. **Dorin Chirtoacă** are cele mai multe prezențe în context negativ la **Pro TV Chișinău** (9), **Prime TV** (8) și **TV 7** (7).

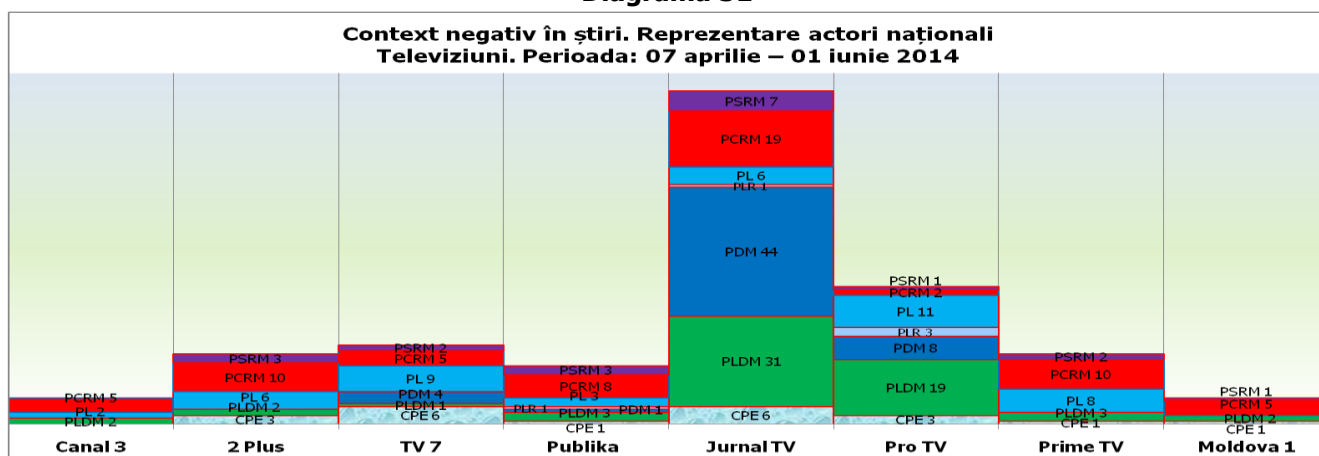
Tabelul 10

Actor politic	Prime TV	Moldova 1	Pro TV	Jurnal TV	Publika TV	TV 7	2 Plus	Canal 3	Total
D. Chirtoacă	8	-	9	4	1	7	5	2	36
V. Plahotniuc	-	-	1	25	-	-	-	-	26
V. Voronin	3	2	1	9	2	3	1	1	22
Iu. Leancă	-	-	8	10	-	-	-	-	18
V. Filat	-	1	6	11	-	-	-	-	18
I. Dodon	1	1	1	5	1	2	1	-	12

N. Timofti	-	-	1	7	-	1	-	-	<u>9</u>
G. Petrenco	2	-	1	-	1	-	1	1	<u>6</u>
M. Tkaciuc	1	1	-	2	-	1	1		<u>6</u>
M. Ghimpu	1	-	2	2	1	-	-	-	<u>6</u>
M. Formuzal	1	2	-	1	1	-	1	-	<u>6</u>

Cele mai multe prezențe în context negativ, cu un număr aproximativ egal, le au reprezentanții PCRM (64 apariții), PLDM (63 apariții) și PDM (57 apariții). Comuniștii au înregistrat 19 prezențe negative la **Jurnal TV** și câte 10 la **2 Plus** și **Prime TV**. Aproximativ jumătate dintre aparițiile în context negativ ale liberal-democraților au fost la **Jurnal TV** (31 din totalul de 63), un număr însemnat înregistrându-se și la **Pro TV Chișinău** (19 apariții). Aceeași situație este valabilă și pentru PDM cu precizarea că peste două treimi dintre prezențele în context negativ sunt la **Jurnal TV** (44 din totalul de 57).

Diagrama 31



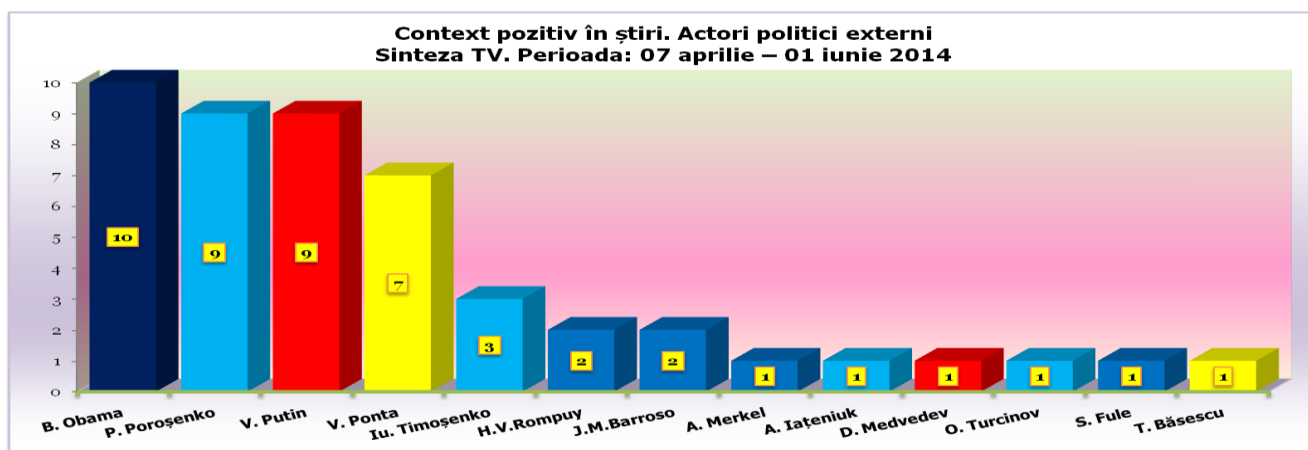
6.7.3 Contextul mediatizării actorilor externi

Potrivit datelor de ansamblu, 13 actorii externi au totalizat 48 de prezențe în context pozitiv în cadrul edițiilor informative la televiziunile monitorizate. Patru dintre aceștia reprezintă UE și tot atâția – Ucraina, câte doi sunt din partea Rusiei și României, iar unul este din SUA.

Cele mai multe prezențe în context pozitiv le are președintele american **Barack Obama** (10). Câte 9 apariții în context pozitiv totalizează președintele Ucrainei **Petro Poroșenko** și cel al Rusiei **Vladimir Putin**. Premierul român **Victor Ponta**, cu 7 prezențe în context pozitiv, ocupă locul patru. Ceilalți actori externi au un număr neînsemnat de prezențe în context pozitiv (1-3 apariții).

Barack Obama a apărut de 4 ori în context pozitiv din totalul celor 10 la **2 Plus** și de 3 ori la **Publika TV**. **Vladimir Putin** are 3 apariții în atare context la **Pro TV Chișinău** și câte 2 – la **Prime TV** și la **Canal 3**. **Petro Poroșenko** a înregistrat câte 2 prezențe pozitive la **Jurnal TV**, **Prime TV** și **Canal 3**. **Victor Ponta** a apărut de 2 ori în context pozitiv la **Moldova 1**.

Diagrama 32

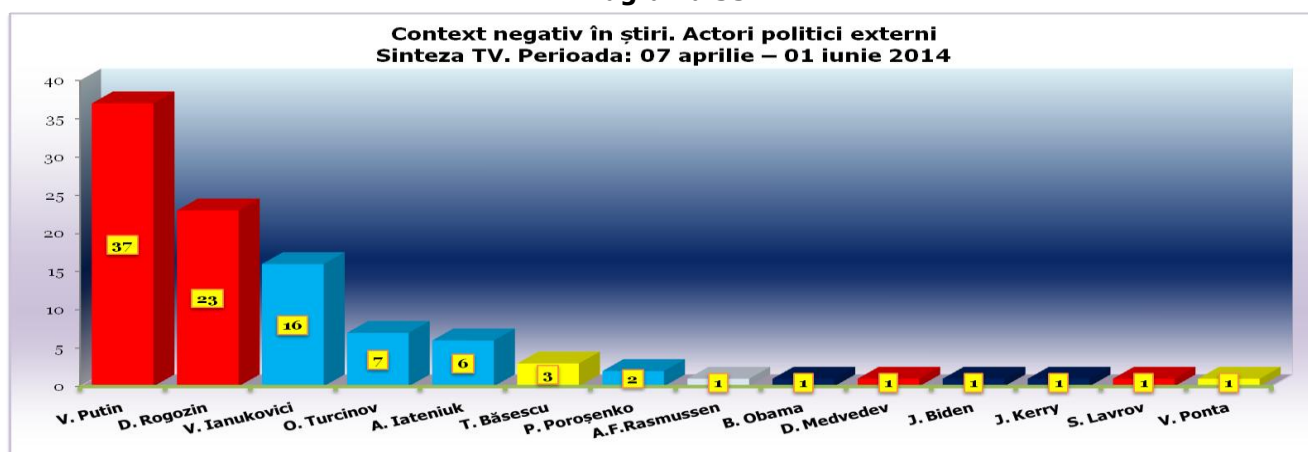


Potrivit datelor de ansamblu, 14 actorii externi au totalizat 101 prezențe în context negativ în cadrul edițiilor informative la televiziunile monitorizate. Rusia și Ucraina au câte patru reprezentanți în acest clasament, SUA – 3, iar România – 2.

Cele mai multe prezențe în context negativ le are președintele rus **Vladimir Putin** (37). Conaționalul său **Dmitri Rogozin** se află pe locul secund cu 23 de prezențe negative. Ex-președintele ucrainean **Viktor Ianukovici** ocupă poziția a treia (16 apariții).

Vladimir Putin a apărut de cele mai multe ori în context negativ la **Jurnal TV** (11 apariții) și la **Publika TV** (10 apariții). **Dmitri Rogozin** are la **Jurnal TV** 10 prezențe în context negativ, iar **Viktor Ianukovici** a adunat 5 referiri în asemenea context la **2 Plus**.

Diagrama 33



6.7.4 Constatări

- Actorii politici care reprezintă PDM au apărut de cele mai multe ori în context pozitiv și aproape deloc în context negativ la **Prime TV**, **Publika TV**, **2 Plus** și **Canal 3**;
- La cele patru televiziuni, dar și la **Moldova 1** în context negativ de cele mai multe ori apare PCRM. Televiziunea publică a prezentat în context pozitiv doar două formațiuni politice (PLDM și PDM);
- **TV 7** a prezentat în context pozitiv majoritatea actorilor de top, dar de cele mai dese ori PLDM, iar în context negativ a mediatizat mai multe apariții în context negativ ale PL;
- **Pro TV Chișinău** a mediatizat actorii de top de la putere și din rândul opoziției atât în context pozitiv cât și negativ, singura formațiune cu mai multe referiri pozitive decât negative fiind PCRM;

- **Jurnal TV** a prezentat de cele mai puține ori actorii în context pozitiv și de cele mai multe ori – în context negativ;
- În privința actorilor politici externi, cel mai mult au fost mediatizați **Vladimir Putin** (de 9 ori în context pozitiv și 37 de ori în context negativ), **Dmitri Rogozin** (de 23 de ori, exclusiv în context negativ) și **Viktor Ianukovici** (de 16 ori, exclusiv în context negativ);
- În context pozitiv cel mai des au apărut **Barack Obama, Petro Poroșenko, Vladimir Putin și Victor Ponta**;
- În context negativ cel mai des au apărut **Vladimir Putin, Dmitri Rogozin și Viktor Ianukovici**;
- În cazul lui **Barack Obama** raportul contextului pozitiv/negativ este de 10 la 1;
- În cazul lui **Petro Poroșenko** raportul contextului pozitiv/negativ este de 9 la 2;
- În cazul lui **Vladimir Putin** raportul contextului pozitiv/negativ este de 9 la 37;
- În cazul lui **Victor Ponta** raportul contextului pozitiv/negativ este de 7 la 1;
- **Traian Băsescu** apare 1 dată în context pozitiv și de 3 ori în context negativ.

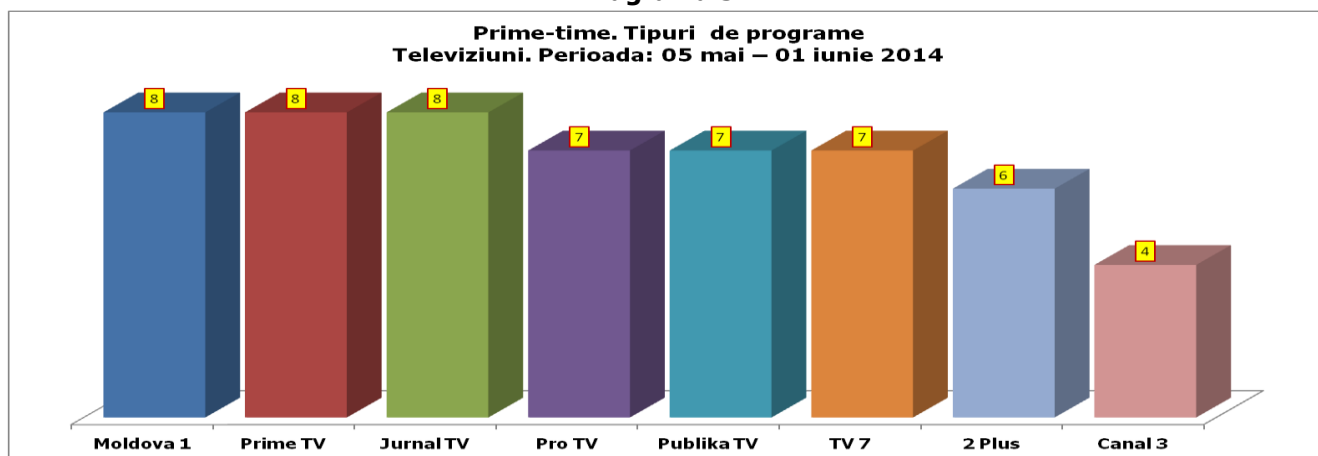
7. EMISIA CANALELOR TV. ANALIZA OFERTEI MEDIATICE DIN PRIME-TIME

7.1. Tipuri de programe

Emisia televizuală în orele de maximă audiență (18.00 – 24.00), cu o durată de 168 de ore de emisie la fiecare televiziune, a fost analizată din perspectiva prezenței următoarelor tipuri de programe: *știrile și jurnalele* (STJ), *programe informativ-analitice* (INF), *magazine și documentare* (EMD), *filmele de ficțiune* (FIC), *divertisment* (DIV), *sport* (SPO), *promo și publicitate* (PPT) și *programe scurte* (SCU).

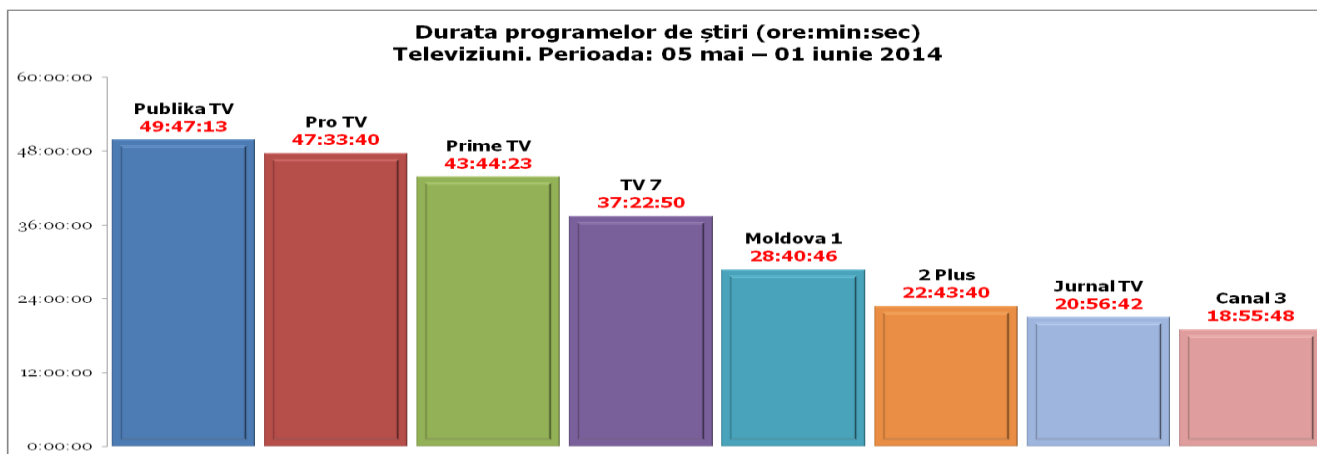
Televiziunile monitorizate au avut o abordare diferită referitor la diversitatea ofertei mediatice în orele de maximă audiență. Televiziunile **Moldova 1, Prime TV și Jurnal TV**, au difuzat programe de toate cele 8 tipuri analizate, denotând o preocupare pentru diversificarea ofertei informaționale. Cea mai puțină preocupare în acest sens a demonstrat-o **Canal 3**, care a explorat doar jumătate din spectrul respectiv de programe.

Diagrama 34



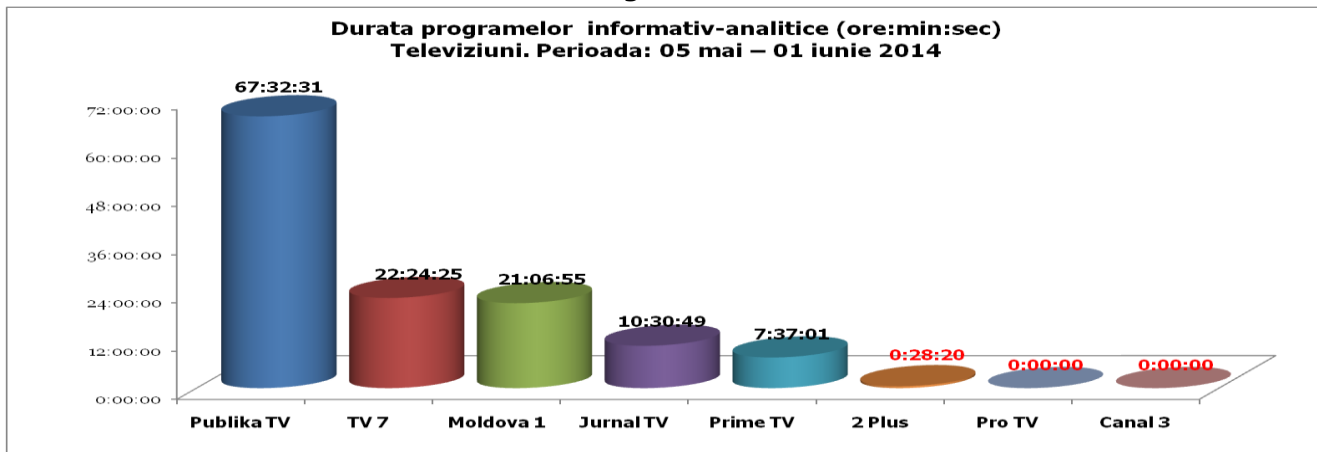
În perioada monitorizată, **Publika TV, Pro TV Chișinău și Prime TV** au rezervat programelor de *știri și jurnale*, cel mai mare volum de emisie, iar **2 Plus, Jurnal TV și Canal 3** – cel mai redus spațiu. Televiziunea publică **Moldova 1** ocupă locul 5 la acest compartiment.

Diagrama 35



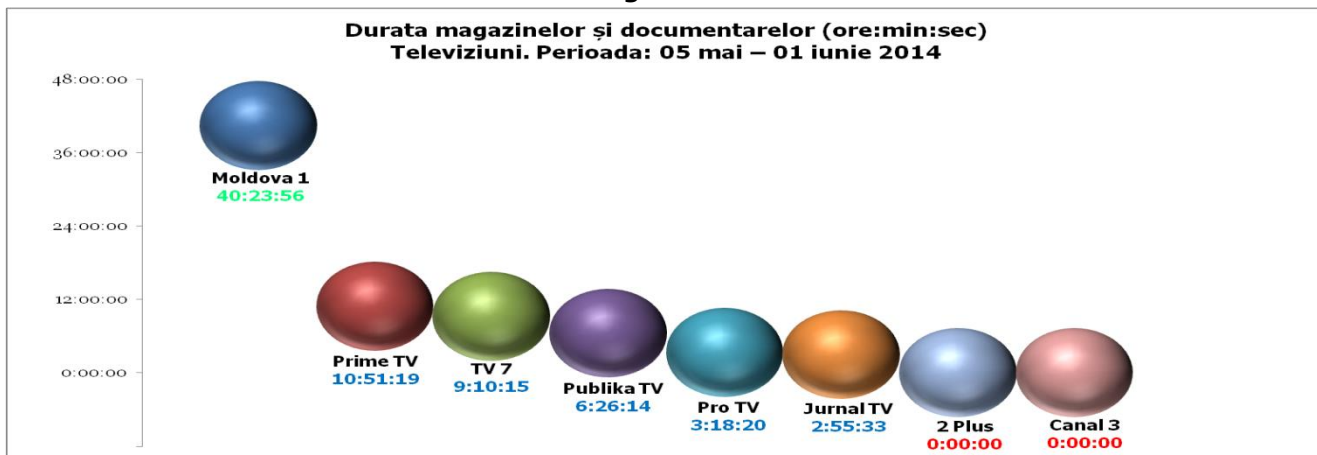
Cel mai mare volum de emisie rezervat programelor *informativ-analitice* a oferit **Publika TV** (peste 67 de ore), iar cel mai mic – **2 Plus** (mai puțin de jumătate de oră). La **Pro Chișinău** și **Canal 3** a lipsit acest tip de programe în perioada monitorizată.

Diagrama 36



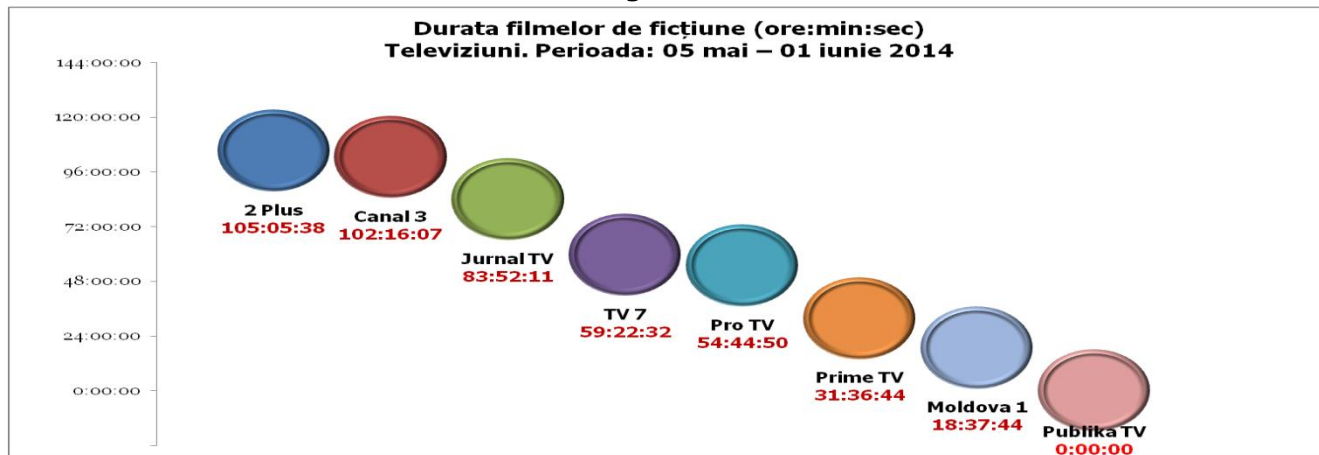
În clasamentul *emisiunilor de tip magazin și documentare* conduce detașat **Moldova 1** cu o durată de peste 40 de ore de emisie. Celelalte televiziuni au rezervat acestui tip de programe între 11ore și circa 3 ore, iar **2 Plus** și **Canal 3** n-au difuzat în intervalul monitorizat emisiuni de tip magazin sau documentare.

Diagrama 37



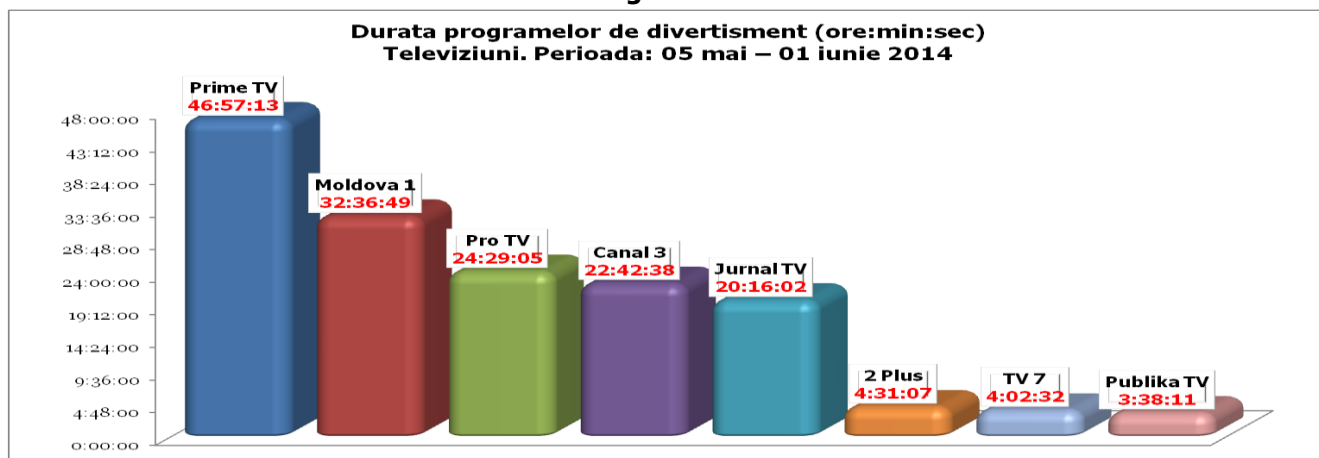
Cu excepția **Publika TV**, celelalte televiziuni au difuzat *filme de ficțiune* în volum diferit, pe primele 2 locuri situându-se **2 Plus** și **Canal 3** cu peste 100 de ore fiecare. La polul opus se află **Moldova 1** cu aproape 20 de ore de filme de ficțiune.

Diagrama 38



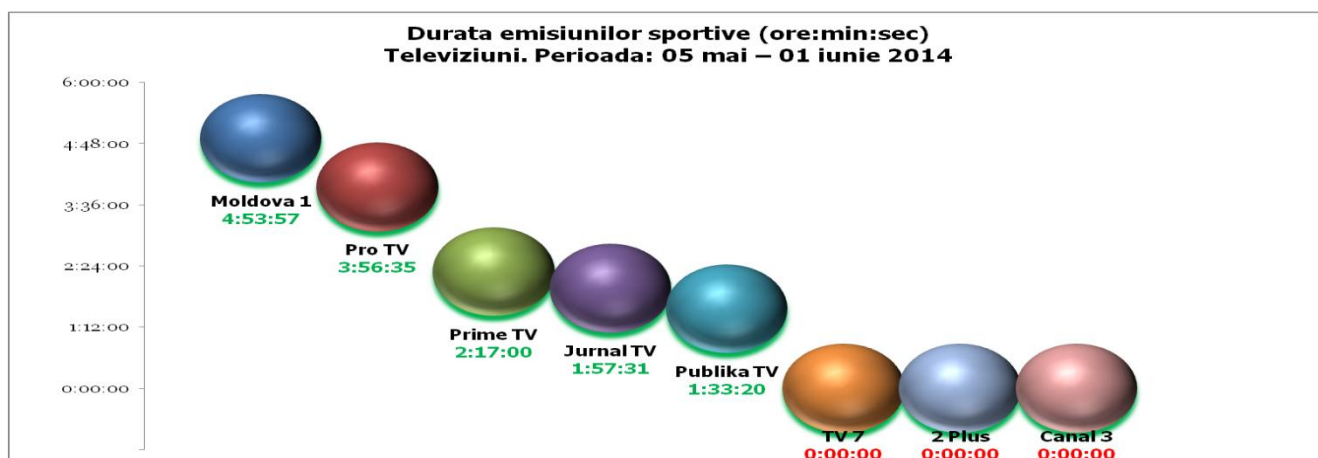
Toate televiziunile au difuzat programe de *divertisment*, prima poziție fiind ocupată de **Prime TV** cu circa 47 de ore. **Moldova 1** a rezervat *divertismentului* 32 de ore și jumătate, iar cel mai mic spațiu au alocat acestui tip de programe **Publika TV**, **TV 7** și **2 Plus** (3-4 ore).

Diagrama 39



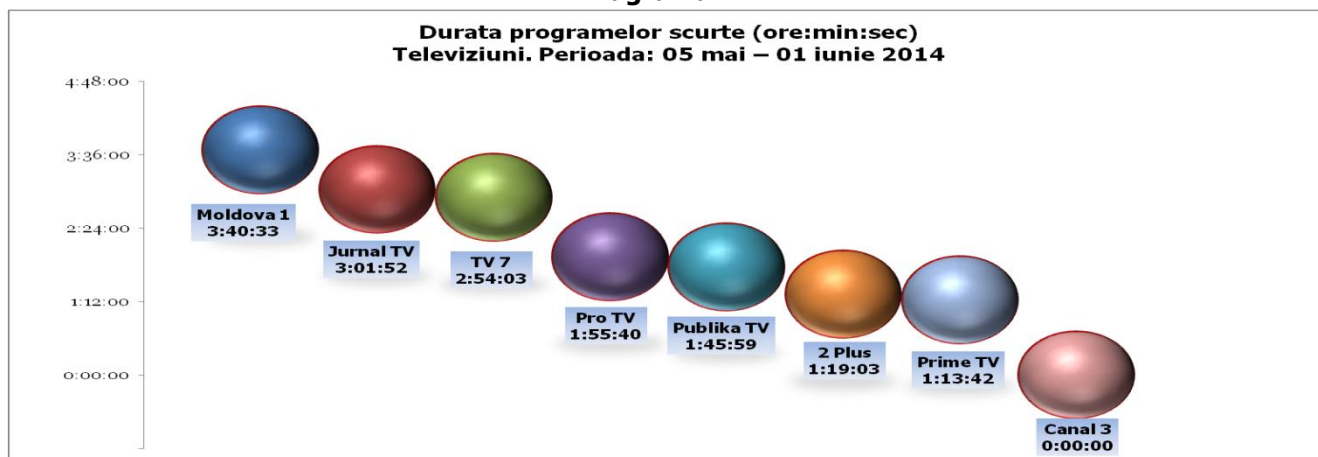
Emisiunile din *sport* au avut o pondere nesemnificativă în structura tipurilor de programe. Cea mai bine clasată este **Moldova 1** care a rezervat sportului mai puțin de 5 ore, iar pe locul doi se situează **Pro TV Chișinău** cu circa 4 ore. **Prime TV**, **Jurnal TV** și **Publika TV** au realizat emisiuni sportive cu durate care merg de la ceva mai mult de 2 ore până la o oră și jumătate. **TV7**, **2 Plus** și **Canal 3** n-au difuzat emisiuni sportive în perioada monitorizată.

Diagrama 40



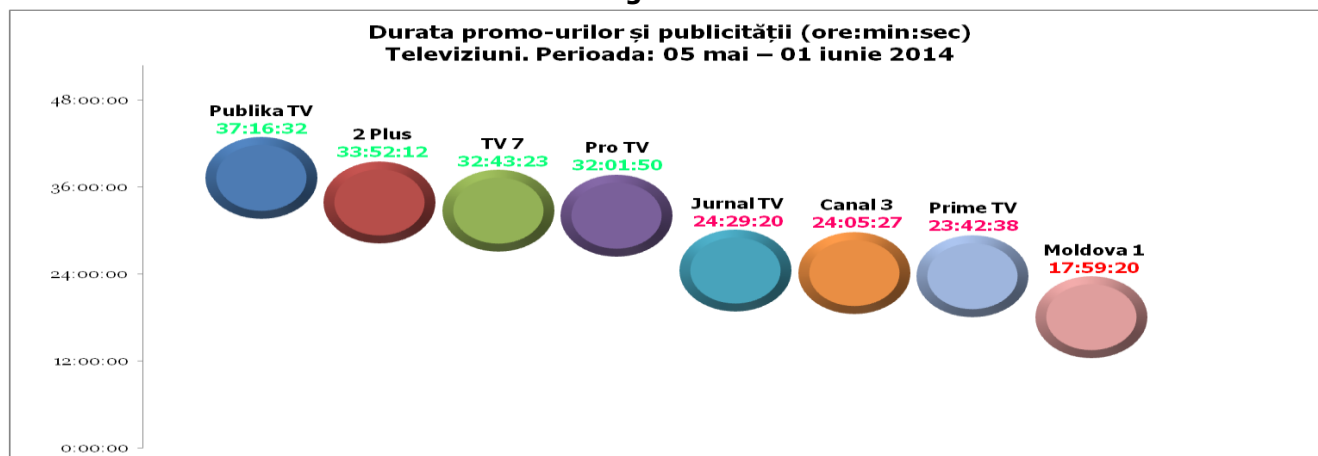
Cu excepția **Canal 3**, toate televiziunile au difuzat *programe scurte*. Volumul acestora a variat de la aproape 4 ore la **Moldova 1** la ceva mai mult de o oră la **Prime TV**.

Diagrama 41



Spațiile rezervate pentru *Promo și publicitate* au ocupat între 37 de ore la **Publika TV** și 18 ore la **Moldova 1**. Celelalte televiziuni au oferit acestui tip de programe volume cuprinse între 34 și 24 de ore.

Diagrama 42



7.1.1 Constatări

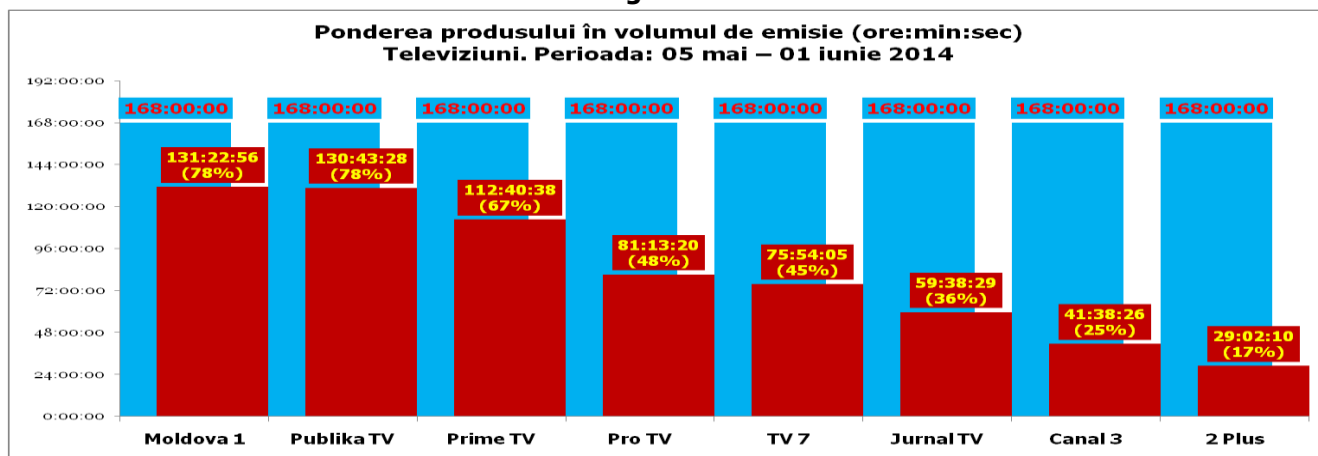
- Televiziunile monitorizate au demonstrat o atitudine diferită față de diversificarea ofertei mediatică din contul tipurilor de programe oferite publicului;
- Cumulat, televiziunile au acordat cel mai mare spațiu de emisie *filmelor de ficțiune* (34%), *știrilor și jurnalelor* (20%), *promo și publicității* (17%);
- Ponderea cea mai mică în oferta mediatică a televiziunilor au constituit-o *programele scurte* și cele de *sport* (aproximativ câte 1%).

7.2 Analiza produsului propriu/autohton din prime-time

Pentru prezentul studiu, analiza include toate tipurile de programe cu excepția *filmelor de ficțiune* și a blocurilor de *promo și publicitate* a căror durată a fost exclusă din volumul total de emisie de 168 de ore la fiecare televiziune. Analiza este importantă din perspectiva pluralismului mediatic, întrucât pentru telespectator au mai multă relevanță produsele informaționale realizate în limba vorbită, cele care vizează realitățile autohtone și dacă acestea sunt reflectate de către televiziunile autohtone.

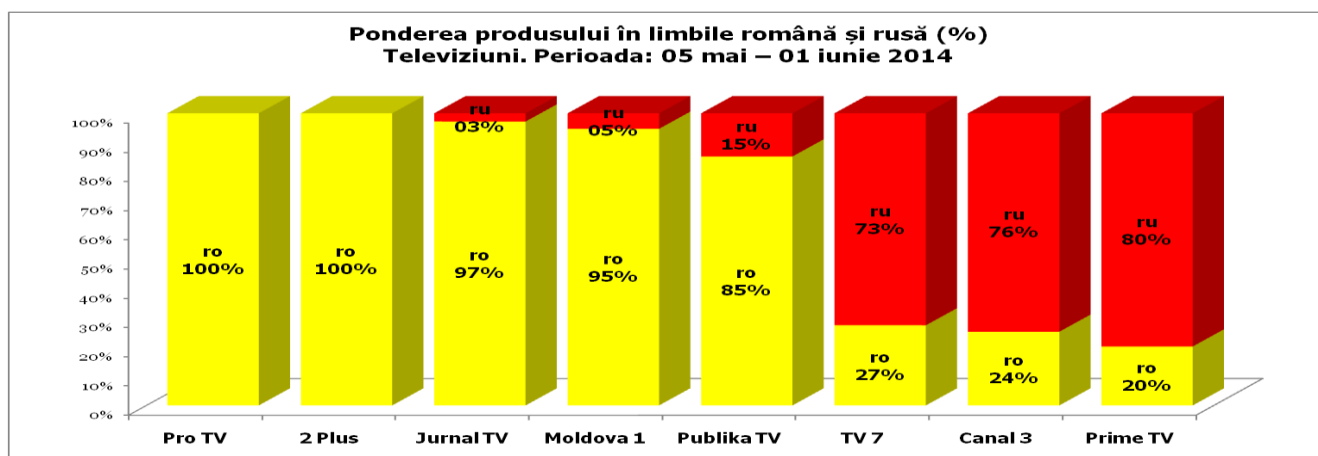
În perioada de monitorizare, produsele mediatică ale televiziunilor, altele decât *filmele* și *blocurile de promo și publicitate*, au constituit cote cuprinse între 131 de ore la **Moldova 1** (78%) și 29 de ore la **2 Plus** (17%) din volumul total de 168 de ore.

Diagrama 43



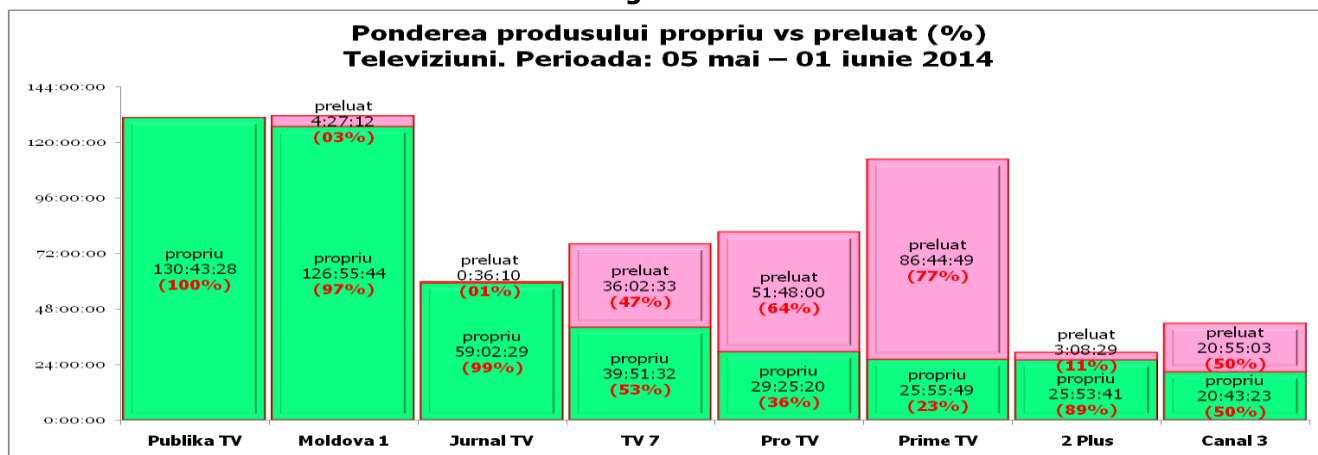
Pro TV Chișinău și **2 Plus** sunt singurele televiziuni a căror ofertă mediatică este sută la sută în limba română (100%). La **Jurnal TV** și la **Moldova 1** ponderea produsului televizual în limba română este de 97% și 95%, iar la **Publika TV** – de 85 la sută. **TV 7**, **Canal 3** și **Prime TV** au difuzat programe în limba română în proporție de la 20 la 27%.

Diagrama 44



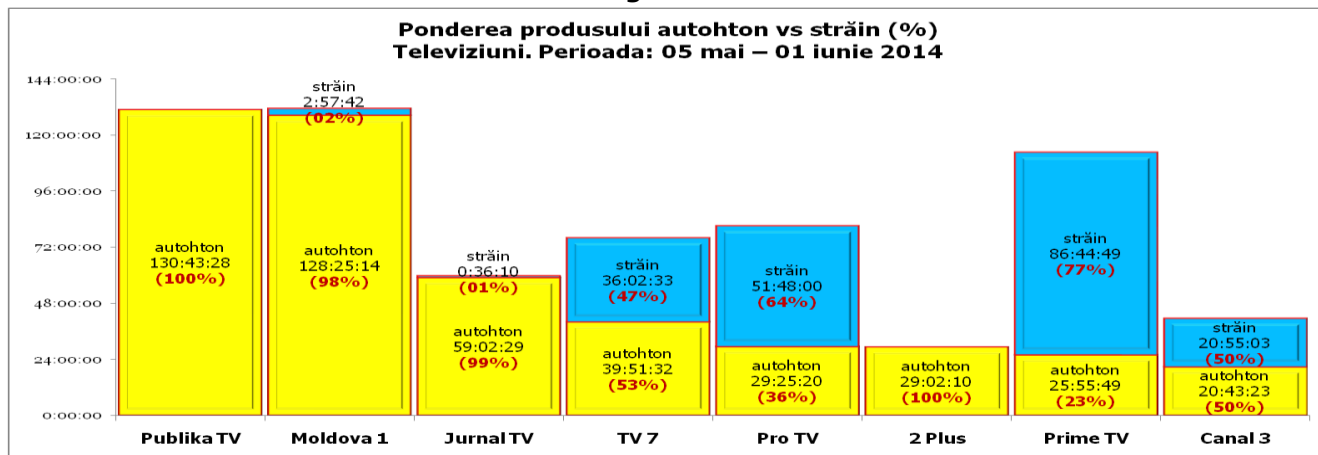
Cu referire la raportul *produs propriu/produs preluat*, televiziunile monitorizate pot fi divizate în 2 categorii. Astfel, **Publika TV, Moldova 1, Jurnal TV** și **2 Plus** se remarcă printr-un volum de producție proprie de 89-100%. Producția proprie la celelalte televiziuni constituie între 23% la **Prime TV** și 53% la **TV 7**.

Diagrama 45



În privința raportului *producție autohtonă/producție străină* este aproape identică cu excepția a 2 televiziuni. La **Moldova 1** ponderea produsului autohton a crescut cu 1 procent (98%), iar la **2 Plus** (100%) – cu 11% în comparație cu produsul propriu, din contul achizițiilor de la producătorii autohtoni.

Diagrama 46



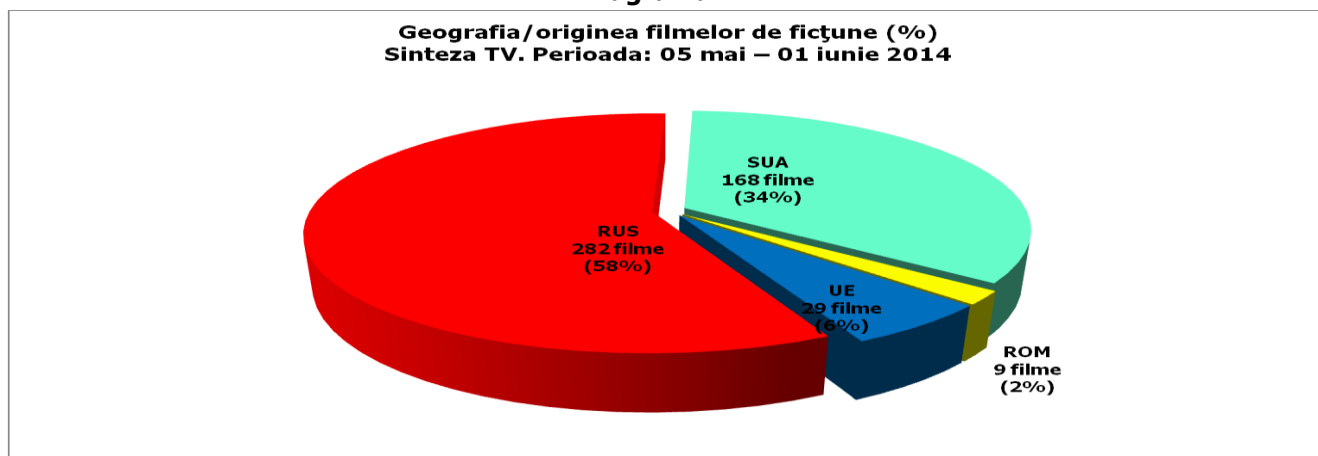
7.2.1 Constatări

- Toate televiziunile monitorizate difuzează produse mediatice în limba română, dar în mod vădit disproporționat, fapt ce diminuează relevanța lor pentru o bună parte a publicului reprezentat de populația majoritară;
- Cu excepția **Publika TV**, celelalte televiziuni au avut cote de produs propriu și preluat cu volume ce diferă în unele cazuri substanțial. O preluare judicioasă a produselor mediatice poate spori diversitatea și vice-versa în situația în care o televiziune nu se îngrijește să răspundă la nevoile informaționale ale publicului său;
- Cu excepția televiziunilor **Publika TV**, **Jurnal TV** și **2 Plus**, celelalte televiziuni au inclus în ofertă produse mediatice străine în volum de la 2% la **Moldova 1** la 77% la **Prime TV**. Se face remarcată situația în care **Pro TV Chișinău**, deși a difuzat produse mediatice străine în proporție de 64%, acestea, totuși, au origine românească și o limbă de difuzare comună cu cea a auditoriului țintă;
- Posturile care au înregistrat performanțe la toate cele trei criterii de monitorizare (emisie în limba română, producție proprie și producție autohtonă), dar care au înregistrat și un volum suficient de mare de produs televizual, sunt **Publika TV** și **Moldova 1**.

7.3. Analiza filmelor de ficțiune

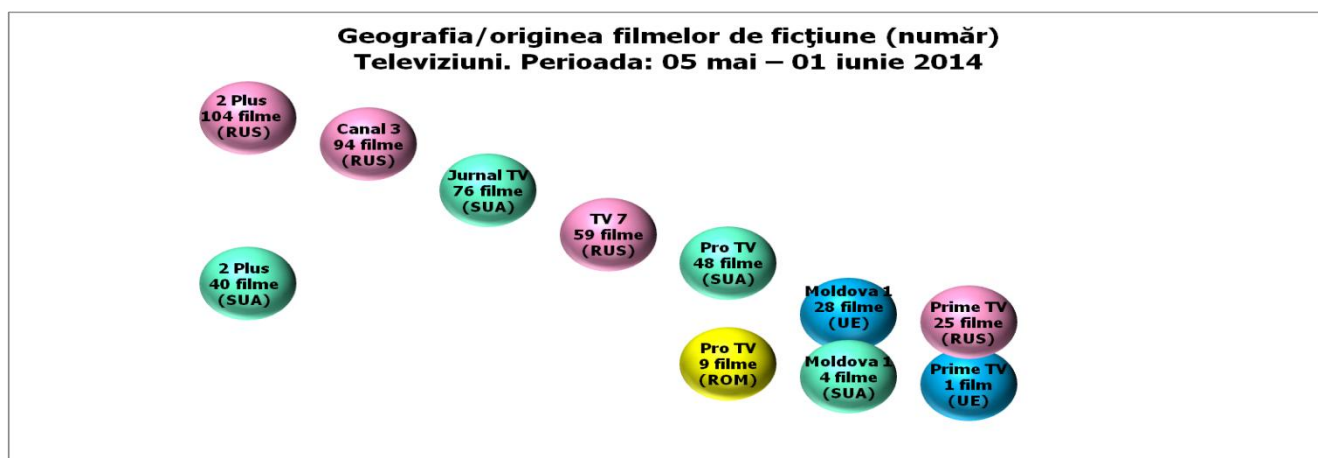
În perioada analizată, cele opt televiziuni monitorizate au difuzat în prime-time 488 de filme de ficțiune. Mai mult de jumătate dintre acestea (282) provin din Federația Rusă (58%), iar un sfert dintre pelicule (168) au ca țară de origine Statele Unite ale Americii. 9 filme românești (2%) au fost difuzate în perioada monitorizată, în timp ce pelicule provenind din alte state membre ale UE au fost 29 (6%).

Diagrama 47



Filmele de ficțiune rusești au fost difuzate la **2 Plus** (104) și **Canal 3** (94), dar și la **TV 7** (59) și **Prime TV** (25). **Jurnal TV** a difuzat în exclusivitate filme americane (76), producția cinematografică de peste ocean mai fiind difuzată la **Pro TV Chișinău** (48), **2 Plus** (40) și **Moldova 1** (4). Cu o singură excepție, toate filmele europene (28 din 29) au fost difuzate la televiziunea publică **Moldova 1**. **Publika TV** nu a difuzat filme de ficțiune.

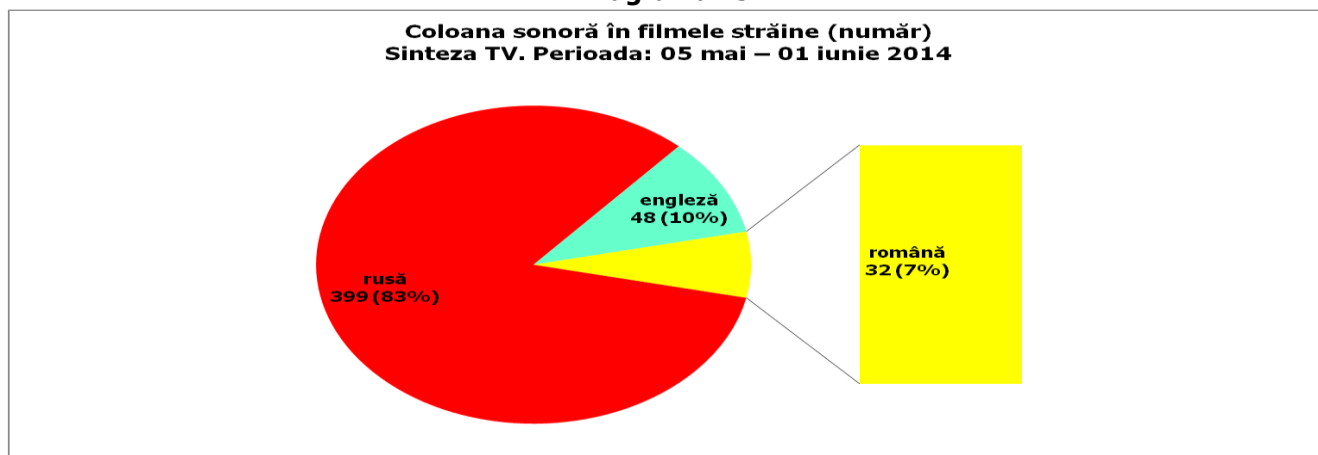
Diagrama 48



Din numărul total de 479 de filme străine difuzate, 330 au fost traduse prin subtitrare în limba română (69%), 117 au fost și sonorizate în limba rusă și subtitrate în limba română (24%), iar 32 – dublate în limba română (7%). **Moldova 1** este singura televiziune care dublează sau sonorizează filmele străine în limba română. La **Jurnal TV** toate filmele de producție americană sunt sonorizate în rusă și subtitrate în limba română. La fel procedează și **2 Plus** în cazul filmelor americane. Filmele de producție rusească pe care le difuzează **2 Plus**, **Canal 3**, **TV 7** și **Prime TV** sunt subtitrate în limba română. **Pro TV Chișinău** este singura televiziune care subtitrează filmele americane păstrând coloana sonoră originală.

În linii mari, coloana sonoră a filmelor străine difuzate este dominată în proporție de 83 la sută de limba rusă, 399 din cele 479 de filme având coloana sonoră în această limbă. 48 de filme, toate difuzate de **Pro TV Chișinău**, au coloana sonoră în limba engleză (10%) și 32 – în limba română, toate difuzate la **Moldova 1**.

Diagrama 49



Dacă am lua în calcul și cele 9 filme românești difuzate la **Pro TV Chișinău**, situația nu s-ar schimba esențial: coloana sonoră în limba română ar crește de la 7 la 8 la sută, iar cea în limba rusă s-ar diminua de la 83 la 82%.

7.3.1 Constatări

- Majoritatea filmelor difuzate de televiziunile monitorizate sunt din Rusia (58%). Cota filmelor provenite din România a constituit 2%;
- Cele mai multe filme provenite din Rusia au fost difuzate de **2 Plus** și **Canal 3**. N-au difuzat filme rusești **Pro TV Chișinău**, **Jurnal TV** și **Moldova1**;
- Cele mai multe filme americane au fost difuzate de **Pro TV Chișinău** și **Jurnal TV**;

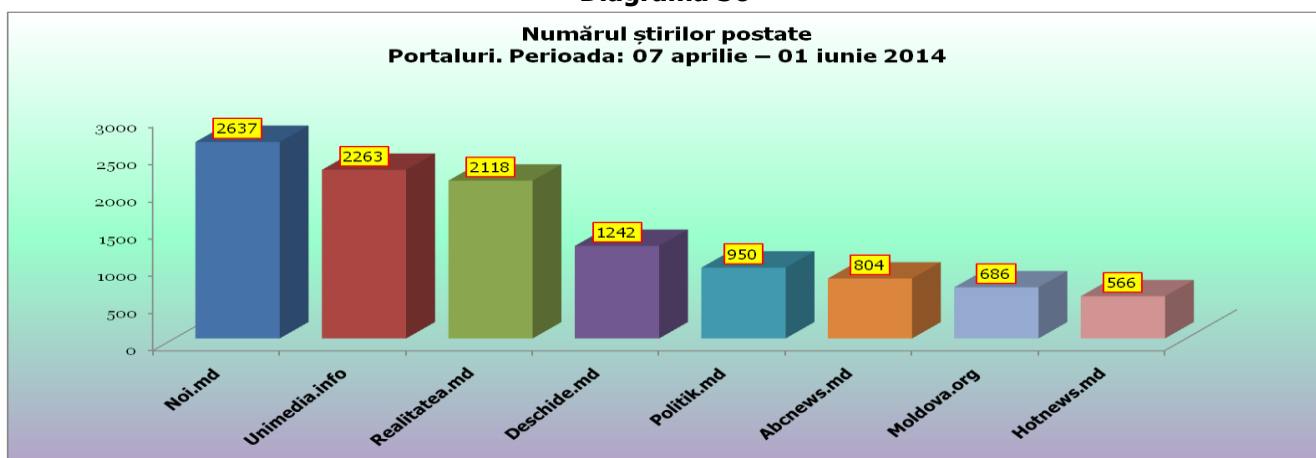
- Filme provenind din UE au difuzat **Moldova 1** și **Prime TV**;
- O singură televiziune (**Pro TV Chișinău**) a difuzat filme românești;
- Majoritatea absolută a filmelor străine (83% sau peste 4/5) au fost oferite publicului în limba rusă (originale sau sonorizate);
- Cumulat, cota filmelor străine cu coloana sonoră în limba engleză a fost de 10%, în română – de 7%, respectiv de aproape 8 și 12 ori mai redusă în comparație cu cea a filmelor oferite în limba rusă;
- În perioada de referință, televiziunile monitorizate nu au difuzat niciun film produs în Moldova.

8. FLUXURILE DE ȘTIRI PE SITE-URI. ANALIZA DE CONȚINUT

8.1 Prezentarea generală a fluxurilor de știri

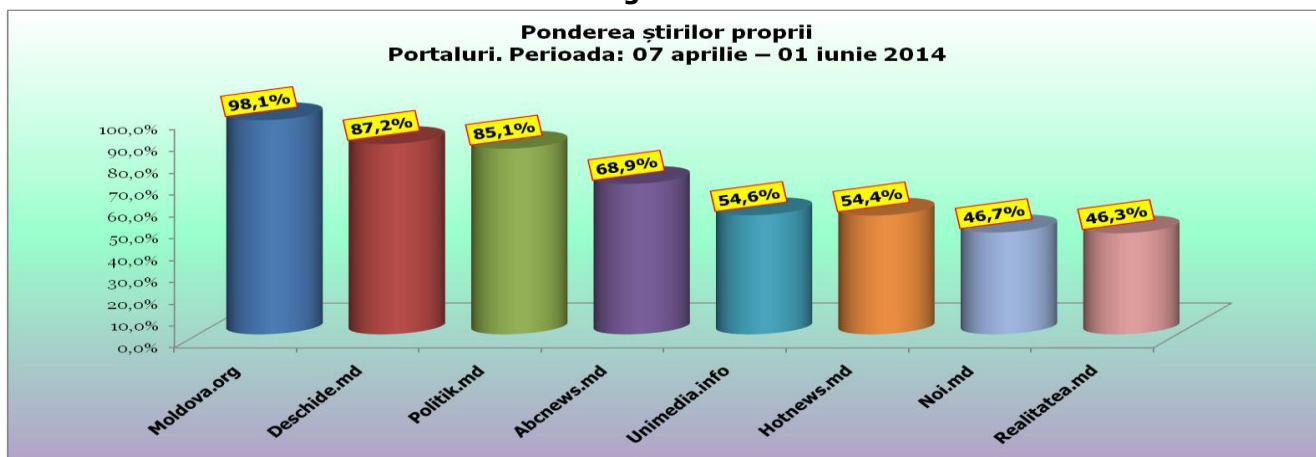
Pe parcursul perioadei de referință, cele opt site-uri monitorizate au plasat în total 11 266 de știri. Cele mai multe au fost postate de **Noi.md** (2637 de știri), iar cele mai puține – de **Hotnews.md** (566).

Diagrama 50



Un număr de 6874 de știri sau 61% din totalul celor publicate au fost de producție proprie, restul 4392 de știri (39%) fiind preluate și republicate din alte surse. Din totalul știrilor pe care le-a plasat fiecare site, cota cea mai înaltă a fost înregistrată de **Moldova.org** (98,1%), iar cea mai scăzută – de **Realitatea.md** (46,3%). Știrile proprii sunt relevante pentru pluralism dat fiind că oferă o abordare particulară a evenimentelor pe care le reflectă.

Diagrama 51



Majoritatea absolută a știrilor publicate de cele opt site-uri (11 122 știri sau 98,7% din total) au fost ilustrate cu fotografii care se referă, direct sau indirect, la subiectul știrii. În 15% din cazuri fotografiile au fost de producție proprie (1674 de știri), în celelalte 9448 de știri ilustrațiile au fost preluate. Din totalul știrilor ilustrate cu fotografii, site-urile **Moldova.org** și **Noi.md** au utilizat cele mai multe imagini proprii (31,4% și, corespunzător, 25,3%), urmate de **Politik.md** (18,8%), **Unimedia.info** (15,9%) și **Realitatea.md** (11,6%), iar cele mai puține fotografii proprii au utilizat site-urile **Hotnews.md** (1,6%), **Deschide.md** (1,0%) și **ABCnews.md** (0,2%).

1289 de știri sau 11,4% din totalul știrilor publicate în perioada de referință de cele opt site-uri au fost însoțite de înregistrări video sau audio, a cincea parte din aceste înregistrări (21,6%) fiind de producție proprie. Site-ul **Unimedia.info** a avut cea mai mare pondere a producțiilor video/audio proprii (35,9%). La acest indicator urmează, în ordine descrescătoare, site-urile **Noi.md** (21,3%), **Politik.md** (19,9%), **Moldova.org** (16,2%), **Realitatea.md** (10,2%), **Deschide.md** (4,7%).

Site-ul **Hotnews.md** a publicat 12 știri însoțite de coloană video/audio, în toate cazurile înregistrările fiind preluate din alte surse. Site-ul **ABCnews.md** nu a publicat în perioada de referință știri însoțite de înregistrări video sau audio.

7,4% sau 831 de știri din totalul știrilor publicate în această perioadă, au avut caracter conflictual. Cele mai multe știri conflictuale au plasat site-urile **Noi.md** (235) și **Politik.md** (175). Ponderea cea mai mare a știrilor conflictuale din totalul știrilor publicate în perioada de referință a revenit site-ului **Politik.md** (18,4%), urmat de **Hotnews.md** (11,7%), **Noi.md** (8,9%), **Moldova.org** (6,6%), **Realitatea.md** (5,9%), **Deschide.md** (5,3%), **ABCnews.md** (4,5%) și **Unimedia.info** (3,7%).

8.1.1 Constatări

- Toate site-urile monitorizate au publicat în număr diferit știri, atât proprii cât și preluate. Raportul dintre numărul maxim și cel minim de știri este de 4,65 la 1;
- Cota știrilor preluate la jumătate dintre site-uri variază între 45 și 54%. Acest fapt demonstrează că site-urile respective ratează șansa de a oferi o abordare proprie a evenimentelor;
- Cumulat, știrile, în proporție de aproape 99 la sută, au fost însoțite de fotografii, dar în 85 la sută din cazuri imaginile au fost preluate, astfel că nu putem vorbi despre diversitate în privința formei de prezentare a evenimentelor mediatizate;
- Cota produselor mediatice integrate din totalul știrilor plasate pe cele 8 site-uri a constituit o valoare nesemnificativă (11,4%);
- Cumulat, cota știrilor conflictuale înregistrează o valoare insignifiantă (7,4%). Luând în calcul realitățile autohtone, pare incredibil, că doar un eveniment din 13 poate să fie problematic sau de conflict.

8.2 Analiza tematicii știrilor

Cu excepția **ABCnews.md**, toate site-urile au abordat toate domeniile tematice în știri, în proporții diferite. Cumulat, 3678 sau 32,6% din totalul știrilor publicate în perioada de referință au vizat domeniul *externe*, iar alte 2759 de știri (24,5%) s-au referit la actualitatea *politică*. În structura preferințelor tematice ale presei online urmează subiectele care vizează *societatea* – 1412 știri (12,5%) și *accidentele și infracțiunile* – 1255 de știri (11,1%). Temele *economice* au fost abordate în 700 de știri (6,2%), urmate de știrile *sportive* (317 sau 2,8%), *justiție* (314 sau 2,8%), *divertisment și fapt divers* (277 sau 2,5%), *cultură* (218 sau 1,9%), *educație* (165 sau 1,5%), *sănătate și mediu* (109 sau 1%), *știință și tehnologii* (62 sau 0,6% din total).

Știrile *externe* predomină conținutul editorial al patru din cele opt site-uri: **Deschide.md** (42%), **Unimedia.info** (39%), **Noi.md** (35,3%) și **Realitatea.md** (34,7%). Pe locul doi în topul preferințelor tematice

ale acestor site-uri sunt știrile care se referă la actualitatea *politică* (**Noi.md** – 25,3%, **Realitatea.md** – 22,7%, **Deschide.md** – 21,7%, **Unimedia.info** – 18,5%). În cazul celorlalte patru site-uri monitorizate, ordinea priorităților este inversă, cele mai multe știri fiind despre actualitatea *politică* (**ABCnews.md** – 39,4%, **Hotnews.md** – 35,5%, **Politik.md** – 27,1% și **Moldova.org** – 21,7%), urmate de știrile din categoria *externe* (**ABCnews.md** – 35%, **Hotnews.md** – 25,1%, **Politik.md** – 11,6% și **Moldova.org** – 10,2%).

Tematica *societate* a constituit la **Hotnews.md** 20,7% din toate știrile publicate, la **Politik.md** – 18,9%, la **Moldova.org** – 18,5%, la **Noi.md** – 15,9%, la **Unimedia.info** – 12,5%. Cea mai mică pondere, asemenea știri, au avut-o pe site-urile **ABCnews.md** (6,2%), **Deschide.md** (6,7%) și **Realitatea.md** (7,2%).

Tema *accidentelor și a infracțiunilor* a ocupat o parte importantă din conținutul site-urilor **Politik.md** (24,2%), **Moldova.org** și **Realitatea.md** (câte 20,7%). Ca pondere, numărul știrilor despre *accidente și infracțiuni* a fost comparabil cu numărul de știri la teme de actualitate *politică*. Celelalte site-uri au mediatizat știri la această temă după cum urmează: **Deschide.md** (9,6%), **Unimedia.info** (8,9%), **ABCnews.md** (4,6%), **Noi.md** (2,9%), **Hotnews.md** (1,9%).

Subiectele pe tematica *economie* au avut o vizibilitate redusă pe site-urile monitorizate, cei mai buni indicatori înregistrându-i **Noi.md** și **ABCnews.md** cu 9,1% și, corespunzător, 9%. Urmează, în ordine, **Moldova.org** (7,9%), **Deschide.md** (7,2%), **Politik.md** (6,8%), **Hotnews.md** (3,9%), **Realitatea.md** (3,7%) și **Unimedia.info** (3,5%).

Tema *justiției* și tema *sportului* au avut aceeași pondere generală, și anume 2,8% din numărul total de știri publicate pe cele opt site-uri monitorizate. *Justiția* a avut parte de atenția ceva mai mare din partea site-urilor **Moldova.org** (4,8%), **ABCnews.md** (4,2%) și **Deschide.md** (3,1%), celelalte site-uri au rezervat știrilor din acest domeniu mai puțin de 3% din total (**Noi.md** – 2,7%, **Hotnews.md**, **Politik.md** și **Realitatea.md** – câte 2,5%, **Unimedia.info** – 2,1%). **Unimedia.info** este lider detașat în reflectarea știrilor *sportive* (8,7%). Urmează **Deschide.md** cu 3,3%, **Noi.md** cu 1,7% și **Politik.md** cu 1,5% de știri sportive din totalul știrilor publicate, iar celelalte site-uri au sub un procent de știri despre activitățile *sportive*.

Știrile de *divertisment și fapt divers* au cea mai mare pondere pe **Moldova.org** (5,1%) și **Hotnews.md** (4,6%), iar cea mai mică – pe **ABCnews.md** (0,4%). La *cultură* cel mai bun indicator îl are **Moldova.org** (7,3%), apoi **Realitatea.md** și **Hotnews.md** cu câte 2,5%, iar cel mai scăzut – **ABCnews.md** (0,4%).

Educația, la fel ca și *sănătatea și mediul*, au fost printre temele cele mai puțin mediatizate de site-uri. Astfel, știrile despre *educație* au avut cea mai mare pondere la **Moldova.org** (2,3%), iar cea mai mică – la **ABCnews.md** (0,2%). Știrile despre *sănătate și mediu* au înregistrat cele mai mari cote la **Politik.md** (1,8%) și **Realitatea.md** (1,6%), iar **ABCnews.md** nu a publicat nicio știre la această temă.

Știința și tehnologiile este tema cu cea mai mică vizibilitate pe site-urile monitorizate. Cota acestor știri reprezintă la 1,1% la **Realitatea.md**, 0,6% la **Noi.md** și 0,5% **Unimedia.info**, iar site-urile **Hotnews.md** și **Politik.md** au publicat câte o singură știre la această temă.

Tabelul 11

Domeniul tematic	Unimedia	Noi.md	Deschide	Moldova.org	Hotnews	Politik.md	ABCnews	Realitatea	Total
Politică	419	666	270	149	201	257	317	480	2759
	18,5%	25,3%	21,7%	21,7%	35,5%	27,1%	39,4%	22,7%	24,5%
Economie	80	239	90	54	22	65	72	78	700
	3,5%	9,1%	7,2%	7,9%	3,9%	6,8%	9,0%	3,7%	6,2%

Societate	283	420	83	127	117	180	50	152	<u>1412</u>
	12,5%	15,9%	6,7%	18,5%	20,7%	18,9%	6,2%	7,2%	<u>12,5%</u>
Cultură	30	42	17	50	14	10	3	52	<u>218</u>
	1,3%	1,6%	1,4%	7,3%	2,5%	1,1%	0,4%	2,5%	<u>1,9%</u>
Știință și tehnologii	11	17	3	2	1	1	4	23	<u>62</u>
	0,5%	0,6%	0,2%	0,3%	0,2%	0,1%	0,5%	1,1%	<u>0,6%</u>
Sănătate și mediu	23	20	6	6	4	17	0	33	<u>109</u>
	1,0%	0,8%	0,5%	0,9%	0,7%	1,8%	0,0%	1,6%	<u>1,0%</u>
Educație	31	33	17	16	11	19	2	36	<u>165</u>
	1,4%	1,3%	1,4%	2,3%	1,9%	2,0%	0,2%	1,7%	<u>1,5%</u>
Justiție	48	70	38	33	14	24	34	53	<u>314</u>
	2,1%	2,7%	3,1%	4,8%	2,5%	2,5%	4,2%	2,5%	<u>2,8%</u>
Accidente și infracțiuni	201	77	119	142	11	230	37	438	<u>1255</u>
	8,9%	2,9%	9,6%	20,7%	1,9%	24,2%	4,6%	20,7%	<u>11,1%</u>
Divertisment și fapt divers	57	79	31	35	26	23	3	23	<u>277</u>
	2,5%	3,0%	2,5%	5,1%	4,6%	2,4%	0,4%	1,1%	<u>2,5%</u>
Externe	883	930	527	70	142	110	281	735	<u>3678</u>
	39,0%	35,3%	42,4%	10,2%	25,1%	11,6%	35,0%	34,7%	<u>32,6%</u>
Sport	197	44	41	2	3	14	1	15	<u>317</u>
	8,7%	1,7%	3,3%	0,3%	0,5%	1,5%	0,1%	0,7%	<u>2,8%</u>

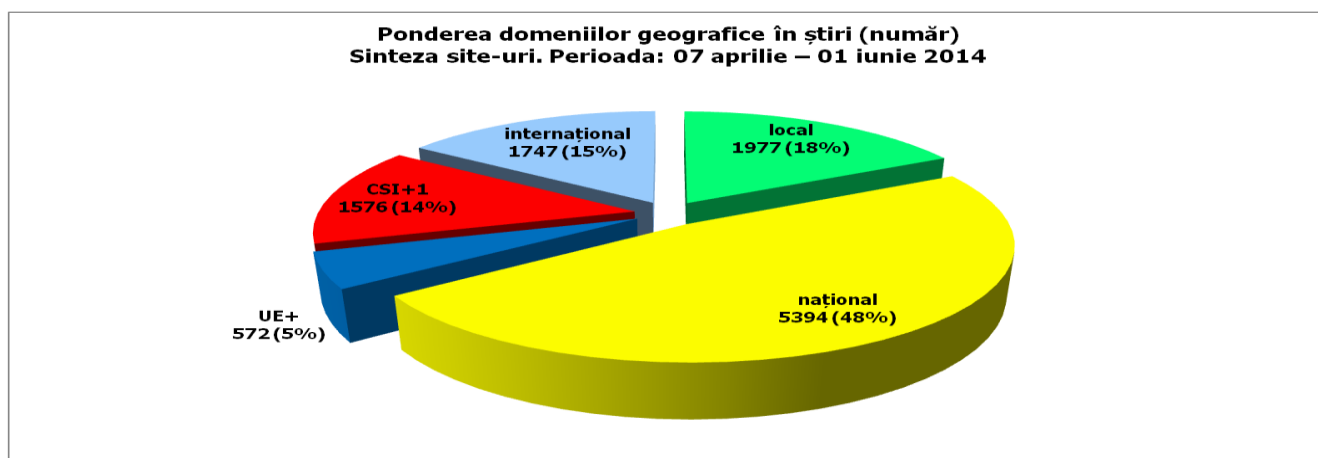
8.2.1 Constatări

- Cu excepția **ABCnews.md**, site-urile monitorizate au plasat știri la toate cele 12 domenii tematice, dar în mod diferit;
- În mod neîndreptățit, tematicile *externe* și *politică* au avut cea mai mare vizibilitate;
- Este nejustificat numărul redus de știri pe domenii relevante pentru public cum ar fi *sănătatea*, *educația* sau *economia*, cărora site-urile le-au acordat o atenție diferită de, spre exemplu, *accidente și infracțiuni* (8% cumulativ față de 11%);
- Știrile cu tematica *divertisment și fapt divers* echivalează numeric cu cele de la tema *cultură* (2%) sau sunt de 2 ori mai multe decât cele de la tema *știință și tehnologii* (1%).

8.3 Analiza geografiei știrilor

Din punct de vedere geografic, aproape jumătate (48%) din totalul știrilor publicate de cele opt site-uri s-au referit la Republica Moldova în ansamblu, fiind *naționale*. 18% din totalul știrilor au fost *locale*, referindu-se la o anumită localitate unde a avut loc evenimentul, alte 14% din știri au vizat statele membre ale *CSI* și *Georgia*, 5% din totalul știrilor s-au referit la statele membre ale *UE* și la alte țări din spațiul Schengen, iar celelalte 15% din știri au relevat despre evenimentele care au avut loc în alte zone geografice sau concomitent în *UE* și *CSI*.

Diagrama 52



Majoritatea site-urilor au rezervat știrilor *naționale* mai mult de jumătate din numărul de știri publicate (**Moldova.org** – 66,8% din total, **ABCnews.md** – 58%, **Hotnews.md** – 57,8%, **Politik.md** – 55,8%, **Noi.md** – 55,1%), știrile locale având o pondere mai mare pe site-urile **Politik.md** (33,2%), **Realitatea.md** (25%), **Moldova.org** (22,7%) și **Unimedia.info** (19% din totalul știrilor). Cele mai puține știri *locale* au publicat **ABCnews.md** (5,5%) și **Noi.md** (9,3%).

Știrile care au vizat evenimente din *CSI+1* au apărut mai des pe site-urile **Deschide.md** (24,2%), **ABCnews.md** (24,1%) și **Noi.md** (16,1%), iar cele care au relatat despre evenimente din țările *UE+* – pe **Unimedia.info** (9,9%) și **Deschide.md** (6,9%). Cea mai mică atenție informațională spațiului *UE+* au acordat **Politik.md** și **Moldova.org** care au publicat la această temă doar câte 1,1% și, corespunzător, 1,3% din totalul știrilor de pe site. Cel mai bun echilibru geografic, cu discrepanțe procentuale mai mici, a înregistrat site-ul **Unimedia.info** (35,3% știri *naționale*, 25,1% știri *internaționale*, 19% știri *locale*, 10,6% știri care se referă la spațiul *CSI+1* și 9,9% știri care se referă la *UE+*).

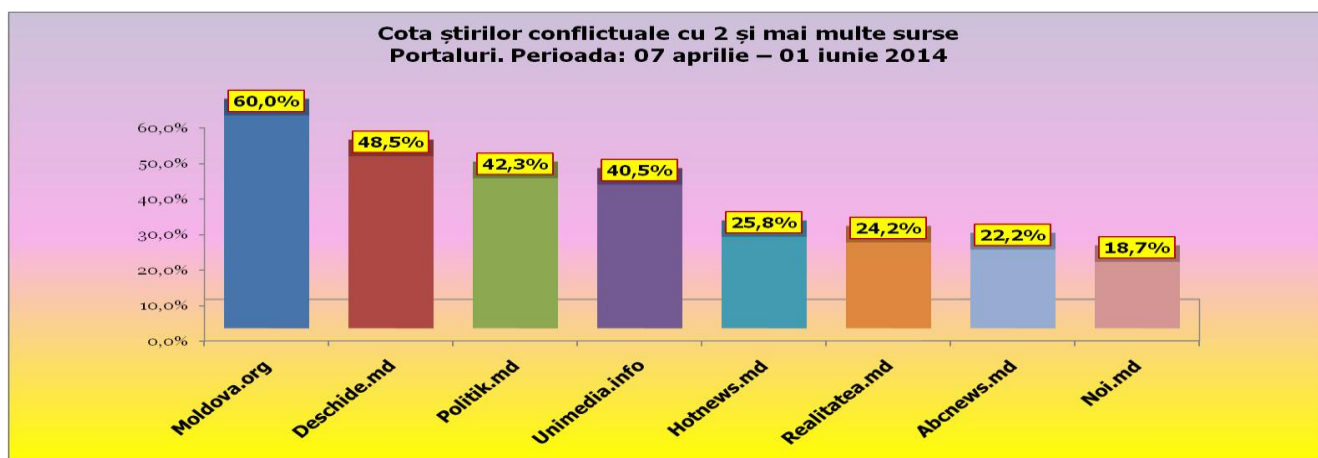
8.3.1 Constatări

- Site-urile monitorizate au plasat știri care au acoperit toate cele 5 domenii geografice analizate;
- Se remarcă tendința de concentrare tematică pe știrile *naționale*, adică pe reflectarea preponderentă a evenimentelor/subiectelor care se referă în general la situația din Moldova;
- Știrile *locale* care relatează despre evenimente care s-au desfășurat într-o anumită localitate apar de 2,7 ori mai rar decât cele naționale;
- Știrile vizând *UE+* (5%) constituie un număr de 3 ori mai mic decât cele care se referă la spațiul *CSI+1* (14%).

8.4 Respectarea normelor profesionale

Cumulat, site-urile monitorizate au respectat regula pluralității de surse în știrile conflictuale în proporție de 32 la sută (266 din totalul de 831). Un singur site a respectat norma profesională de prezentare a tuturor punctelor de vedere în proporție de mai mult de jumătate (**Moldova.org**, 60%). Celelalte 7 site-uri au încălcat această normă în proporție de la 51,5% (**Deschide.md**) până la 81,3% (**Noi.md**).

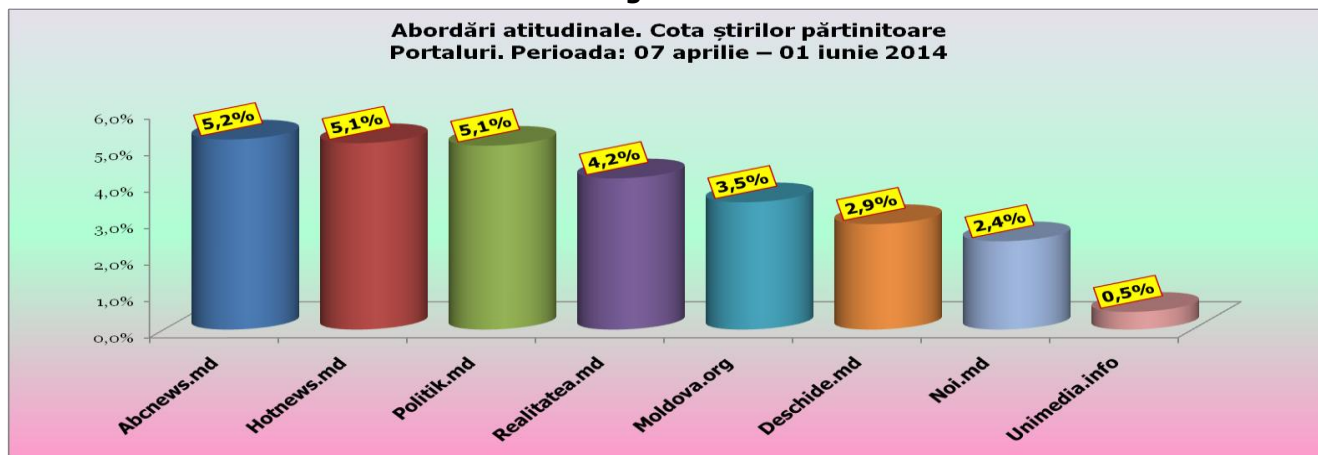
Diagrama 53



Cu toate că în majoritatea știrilor conflictuale nu este asigurată prezentarea tuturor părților, în general autorii manifestă o atitudine relativ imparțială și neutră față de protagoniștii știrilor. Astfel, 97% din totalul celor 11266 de știri publicate în perioada de referință de cele opt site-uri pot fi considerate mai mult sau mai puțin imparțiale, alte 342 de știri (3% din total) au fost însă părtinitoare. În aceste știri atitudinea partizană a jurnalistului s-a remarcat prin formulele lingvistice utilizate, distorsionarea deliberată a evenimentelor pentru a pune anumiți protagoniști într-o situație favorabilă sau defavorabilă, prezentarea admirativă și laudativă sau incriminatoare și negativistă a uneia sau a mai multor părți.

ABCnews.md, Politik.md și Hotnews.md sunt site-urile care au avut cea mai mare pondere de știri părtinitoare, mai exact 5,1%-5,2% din totalul materialelor publicate de fiecare site. Urmează, în ordine, **Realitatea.md** cu 4,2% de știri părtinitoare, **Moldova.org** – 3,5%, **Deschide.md** – 2,9%, **Noi.md** – 2,4% și **Unimedia.info** – 0,5%.

Diagrama 54



8.4.1 Constatări

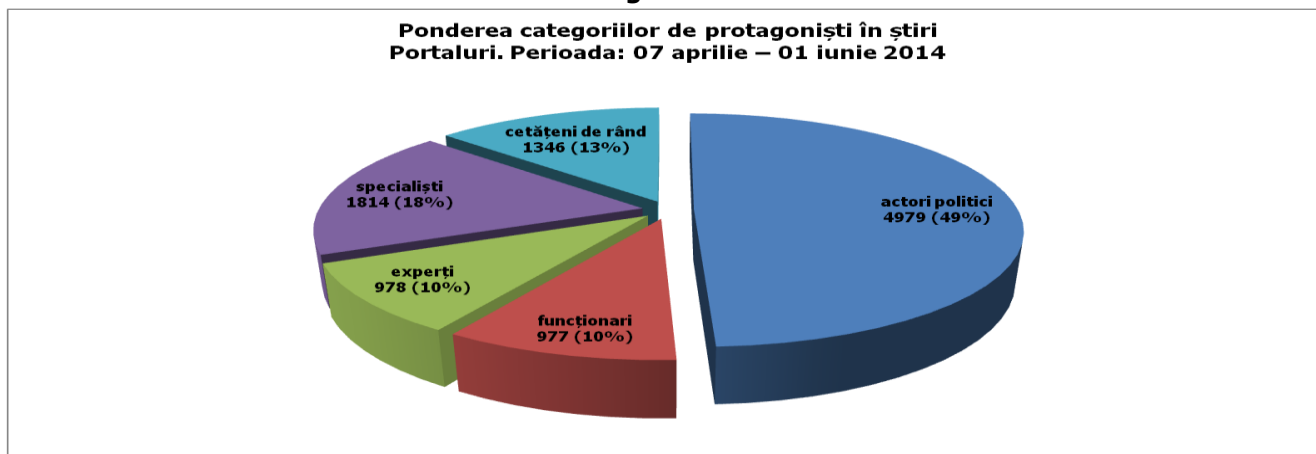
- Nici un site nu a respectat în totalitate principiul imparțialității în știri;
- Mai multe site-uri au publicat știri partizane în raport cu sursa sau protagonistul, contrar obligației deontologice a jurnalistului de a prezenta informația într-o manieră onestă, echilibrată și nepărtinitoare, astfel prejudiciind diversitatea știrilor care trebuie să fie și corecte.

9. FLUXURILE DE ȘTIRI PE SITE-URI. ANALIZA PROTAGONIȘTILOR

9.1 Analiza protagoniștilor

În cele 11266 de știri publicate de cele opt site-uri în perioada de referință au fost identificați 10 094 de protagoniști. Aproape jumătate (49%) din protagoniștii știrilor au fost din categoria *actorilor politici*, ei fiind urmați, la mare distanță, de protagoniști din categoria *specialiștilor* – 18% din totalul protagoniștilor. *Funcționarii de stat* și *experții* au apărut ca protagoniști în câte 10% din știri, iar în alte 13% din cazuri, protagoniști ai știrilor au fost *cetățeni de rând*.

Diagrama 55

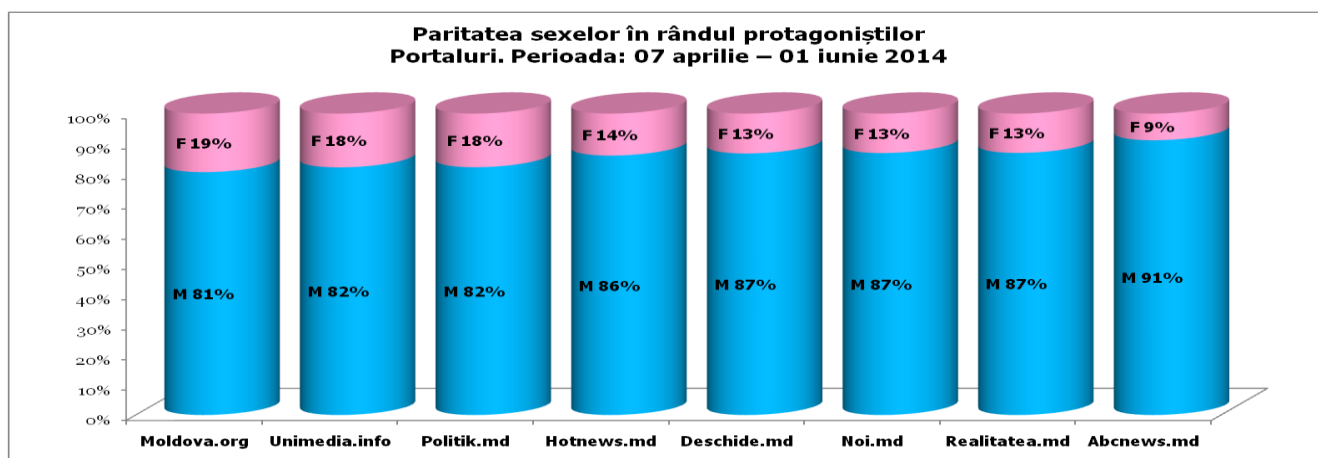


Cea mai mare predilecție pentru protagoniștii din categoria *actorilor politici* au manifestat-o site-urile **ABCnews.md** (69,3% din totalul știrilor) și **Hotnews.md** (63,5%), cel mai rar această categorie de protagoniști a apărut în știrile **Moldova.org** (32,6%), celelalte site-uri înregistrând o pondere de 44%-52% a *actorilor politici* în calitate de protagoniști ai știrilor. *Specialiștii* au fost protagoniștii mai multor știri publicate de **Moldova.org** (29,1% din total), **Deschide.md** (24%) și **Unimedia.info** (20,4%), *funcționarii de stat* – pe site-urile **Noi.md** (11,5%), **Realitatea.md** (11,4%) și **Politik.md** (10,9%), iar *experții* – pe site-urile **Noi.md** (13,5%), **Hotnews.md** (13,4%) și **Unimedia.info** (11,8%). Site-urile cu cea mai mare pondere a protagoniștilor din rândul *cetățenilor simpli* au fost **Realitatea.md** (23,6%), **Moldova.org** (23,4%), **Politik.md** (15,8%) și **Unimedia.info** (12,9%).

Paritatea de sexe nu a fost asigurată în niciuna dintre categoriile de protagoniști. Astfel, 85% din numărul total al protagoniștilor din toate categoriile au fost *bărbați* și 15% au fost *femei*. În cadrul categoriei *actori politici*, *bărbații* au constituit o majoritate covârșitoare (91%). Cel mai bun indicator la paritatea gender a fost atestată în rândul *specialiștilor* și a *cetățenilor simpli*: 76% *bărbați* și 24% *femei*.

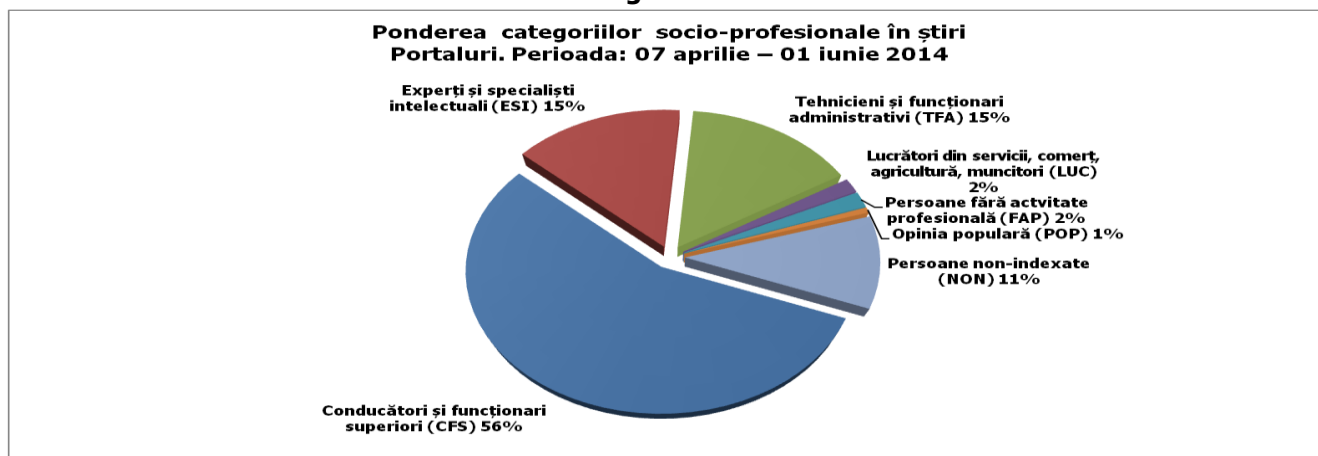
Pentru site-urile **ABCnews.md** și **Deschide.md** paritatea sexelor este problema cea mai acută, acestea având câte o singură femeie din rândul *funcționarilor de stat* în calitate de protagoniste, iar **ABCnews.md** – o singură femeie în calitate de *expertă*. **Unimedia.info** și **Politik.md** au cea mai bună pondere a *femeilor* protagoniste la categoria *actori politici* – 11% din totalul protagoniștilor, deși nici acest rezultat nu este unul satisfăcător. Celelalte site-uri nu au depășit rata de 9% a *femeilor* în știrile cu protagoniști din categoria *actorilor politici*, iar **ABCnews.md** și **Hotnews.md** au doar câte 7% *femei* la acest capitol. În ansamblul protagoniștilor, *femeile* au avut cea mai mare vizibilitate pe **Moldova.org** (19%), **Unimedia.info** (18%) și **Politik.md** (18%), iar cea mai mică – pe **ABCnews.md** (9%).

Diagrama 56



O discrepanță vădită a fost înregistrată și în prezența protagoniștilor din diferite categorii socio-profesionale. Astfel, 5636 din totalul de 10 094 de protagoniști, adică 56%, au fost *conducători și funcționari superiori*. Urmează, la mare diferență, categoria socio-profesională de *experți și specialiști intelectuali* – 15% din totalul protagoniștilor, *tehnicienii și funcționarii administrativi* – 15%, *lucrătorii din servicii, comerț, agricultură, meșteșugarii, muncitorii* – 2%, *persoanele fără activitate profesională, adică elevii, studenții, pensionarii, militari* – 2% și persoanele care au exprimat *opinie populară* – 1% din totalul protagoniștilor. 11% din totalul protagoniștilor l-au constituit protagoniștii *non-indexați*, adică categoria lor socio-profesională nu a fost indicată expres de autorul știrii.

Diagrama 57



În știrile publicate de site-urile **ABCnews.md** (77%), **Hotnews.md** (67%) și **Deschide.md** (62%) a fost înregistrată cea mai mare pondere a protagoniștilor din rândul *conducătorilor și a funcționarilor superiori*.

9.1.1 Constatări

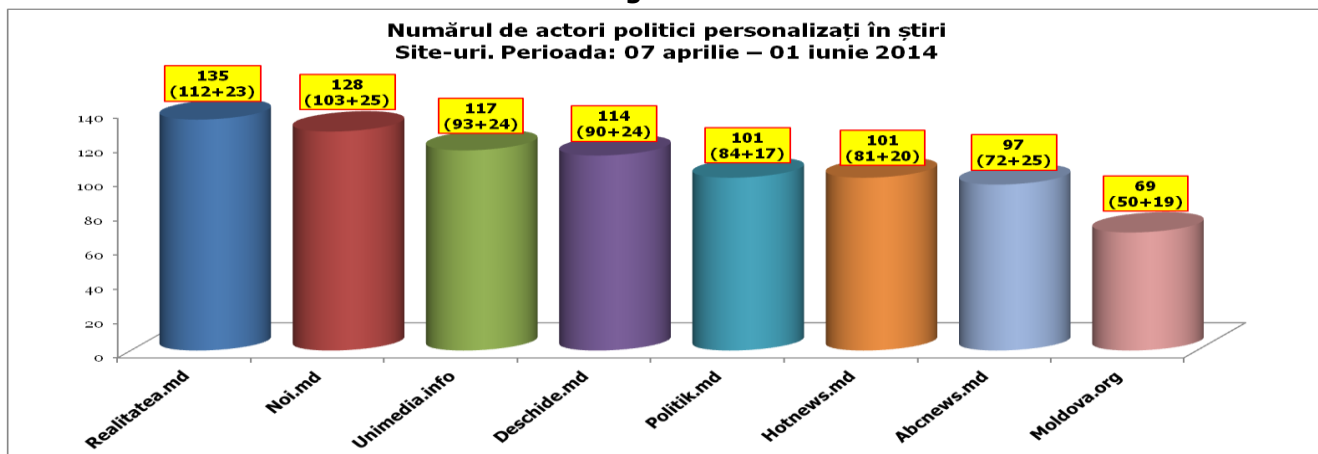
- Site-urile au plasat știri cu protagoniști din toate cele 5 categorii monitorizate, dar în mod diferit;
- Prevalența categoriei *actori politici* (49%) prejudiciază diversitatea opiniilor pe contul celorlalte categorii;
- Toate site-urile au dat prioritate protagoniștilor *bărbați* în știri. Astfel, în majoritatea covârșitoare a cazurilor vocea *femeilor* nu au fost auzită;
- Site-urile monitorizate au apelat în știri la protagoniști din toate cele 7 categorii socio-profesionale, dar disproporționat. Prevalența protagoniștilor CFS minimizează posibilitatea unei prezentări echilibrate a opiniei tuturor categoriilor socio-profesionale.

10. FLUXURILE DE ȘTIRI PE SITE-URI. ANALIZA PREZENȚEI ACTORILOR POLITICI

10.1 Analiza prezenței actorilor politici

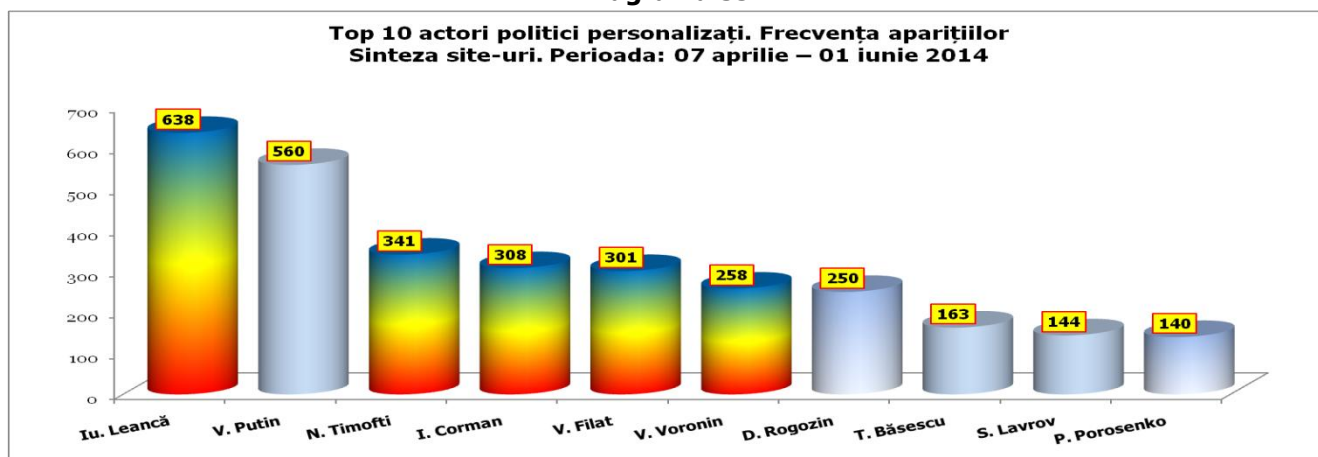
Site-urile monitorizate au mediatizat 162 de actori politici personalizați, inclusiv 137 naționali și 25 externi. Cel mai mare număr de actori personalizați a apărut pe **Realitatea.md** (135, inclusiv 23 externi), iar cel mai mic – pe **Moldova.org** (69, inclusiv 19 externi).

Diagrama 58



Astfel, primii 10 de actori politici personalizați, menționați cel mai des în știrile publicate de cele opt site-uri au fost: prim-ministrul **Iurie Leancă**, președintele Rusiei **Vladimir Putin**, președintele Republicii Moldova **Nicolae Timofti**, președintele Parlamentului **Igor Corman**, președintele PLDM **Vlad Filat**, președintele PCRM **Vladimir Voronin**, vice-premierul rus **Dmitri Rogozin**, președintele României **Traian Băsescu**, ministrul de externe al Rusiei **Serghei Lavrov**, președintele Ucrainei **Petro Poroșenko**.

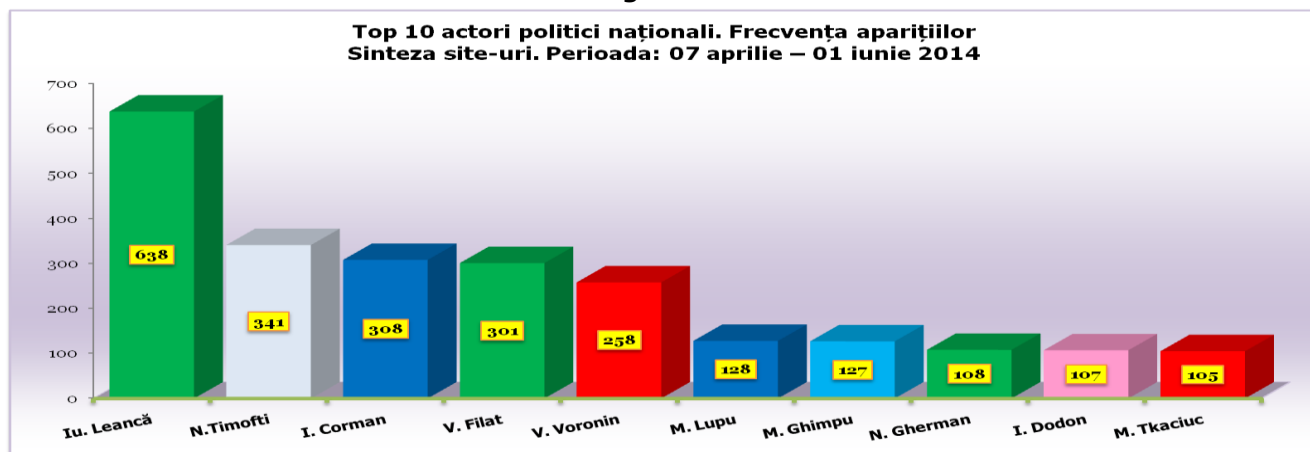
Diagrama 59



Dintre actorii politici naționali, prim-ministrul **Iurie Leancă** este de departe actorul cel mai mediatizat. El a apărut în știrile publicate de site-uri de 638 de ori. În top 10, premierul este urmat de președintele **Nicolae Timofti**, menționat de 341 de ori, președintele Parlamentului **Igor Corman** (308 ori), liderul PLDM **Vlad Filat** (301 ori), liderul PCRM **Vladimir Voronin** (258 de ori), liderul PDM **Marian Lupu** (128 de ori), liderul PL **Mihai Ghimpu** (127 de ori), ministrul de externe **Natalia Gherman** (108 ori), liderul PSRM **Igor Dodon** (107 ori),

fostul deputat comunist **Marc Tkaciuc** (105 ori). Ocupantul primei poziții, **Iurie Leancă**, a avut o vizibilitate mai mare decât cea a ocupanților ultimelor 5 poziții din top 10 luați împreună (575 apariții).

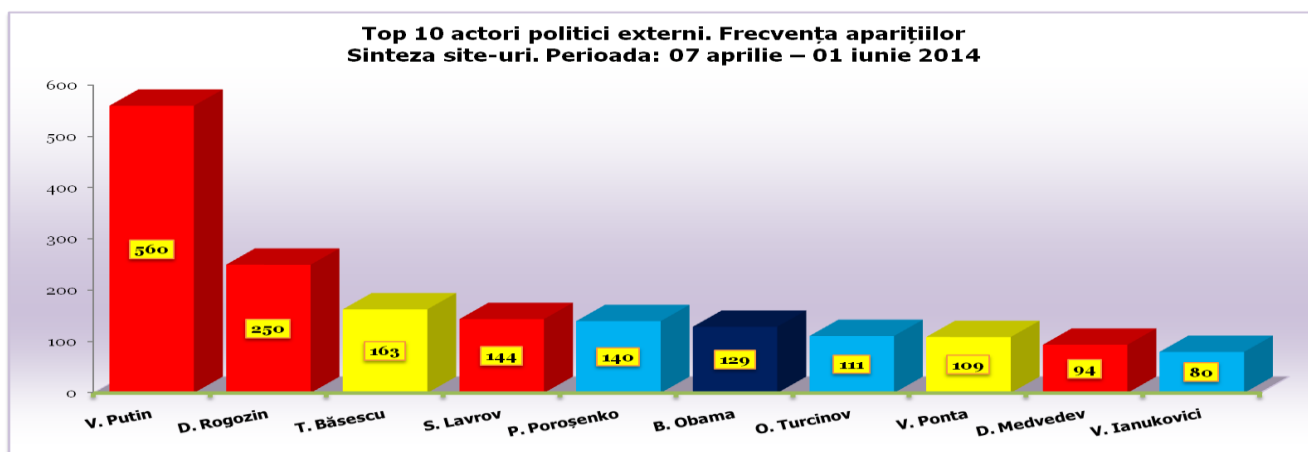
Diagrama 60



Dacă analizăm frecvența mediatizării primilor cinci actori politici din clasamentul de mai sus la fiecare din site-urile monitorizate, constatăm că **Iurie Leancă** este cel mai des menționat actor politic pe toate cele opt site-uri. **Nicolae Timofti** ocupă poziția a doua pe site-urile **Realitatea.md**, **Unimedia.info**, **Politik.md**, **ABCnews.md** și poziția a treia pe site-urile **Noi.md**, **Hotnews.md** și **Deschide.md**, iar pe site-ul **Moldova.org**, șeful statului este pe poziția a șasea. Președintele Parlamentului **Igor Corman** este pe locul doi pe site-ul **Moldova.org**, pe locul trei – la **Realitatea.md**, **Unimedia.info**, pe locul patru – la **ABCnews.md**, **Politik.md** și **Deschide.md**, pe locul cinci – la **Noi.md** și **Hotnews.md**. Președintele PLDM **Vlad Filat** este pe poziția a doua pe site-urile **Noi.md**, **Hotnews.md** și **Deschide.md**, pe poziția a treia la **Politik.md**, a patra la **Realitatea.md**, **Unimedia.info**, **Moldova.org**, și a șaptea pe **ABCnews.md**. Liderul PCRM **Vladimir Voronin** ocupă locul trei pe site-urile **ABCnews.md** și **Moldova.org**, locul patru – pe **Noi.md** și **Hotnews.md**, locul cinci – pe **Unimedia.info**, **Politik.md** și **Realitatea.md**, locul șapte – pe **Deschide.md**.

Din cei 25 de actori politici străini prezenți în știrile celor opt site-uri, cel mai mediatizat a fost președintele Rusiei **Vladimir Putin** (560 de ori). În top 10, la mare distanță, el este urmat de vicepremierul rus **Dmitri Rogozin** (250 de apariții), președintele României **Traian Băsescu** (163 de apariții), ministrul de externe al Rusiei **Sergei Lavrov** (144 de apariții), președintele Ucrainei **Petro Poroșenko** (140 de apariții), președintele SUA **Barack Obama** (129 de apariții), președintele Radei Supreme a Ucrainei **Oleksandr Turcinov** (111 apariții), prim-ministrul României, **Victor Ponta** (109), prim-ministrul Rusiei **Dmitri Medvedev** (94), fostul președinte ucrainean **Victor Ianukovici** (80).

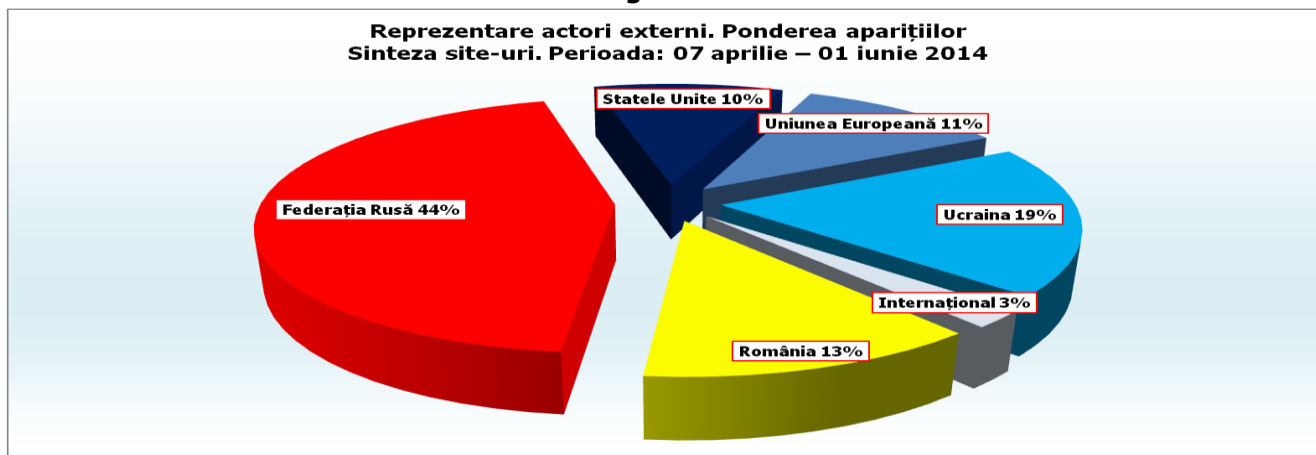
Diagrama 61



Vladimir Putin și **Dmitri Rogozin** sunt primii doi cei mai mediatizați actori politici externi pe toate site-urile monitorizate, cu excepția **Hotnews.md** unde pe locul doi, după frecvența aparițiilor, se clasează **Traian Băsescu**. Președintele României ocupă poziția a treia pe site-urile **Unimedia.info**, **Moldova.org** și **ABCnews.md**, iar pe site-urile **Noi.md** și **Realitatea.md** pe locul trei se află **Petro Poroshenko**. Rezultatele monitorizării actorilor politici externi arată că site-ul **Politik.md** l-a mediatizat mai frecvent, după **Vladimir Putin** și **Dmitri Rogozin**, pe **Victor Ponta**.

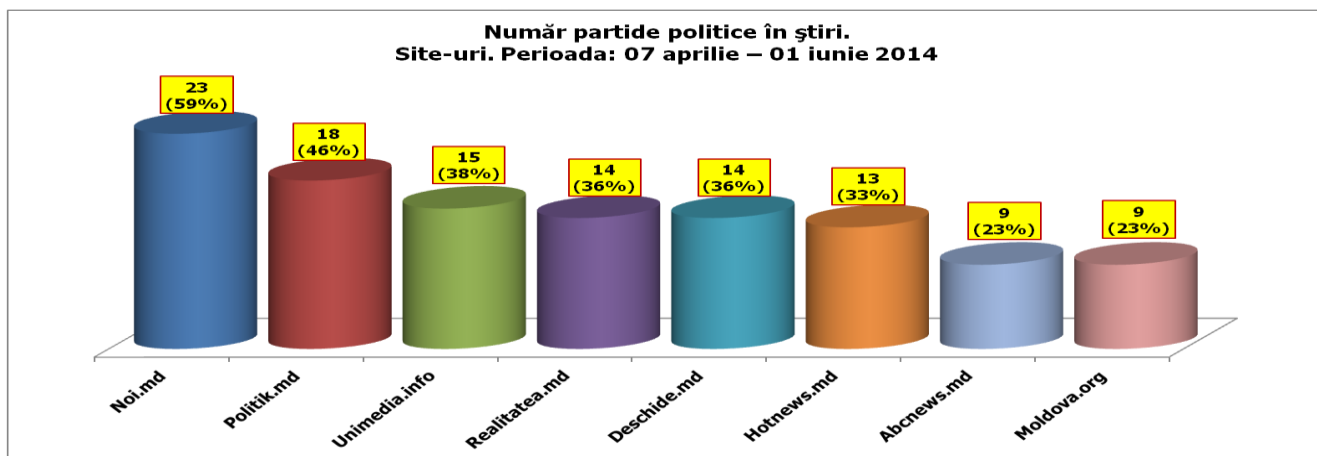
Actorii politici externi mediatizați de site-uri au reprezentat preponderent Federația Rusă – de 1048 de ori. Au urmat reprezentanții Ucrainei – 452 de ori, ai României – 307 ori, Uniunii Europene – 266 de ori, SUA – 242 de ori și alți actori politici internaționali – de 54 de ori.

Diagrama 62



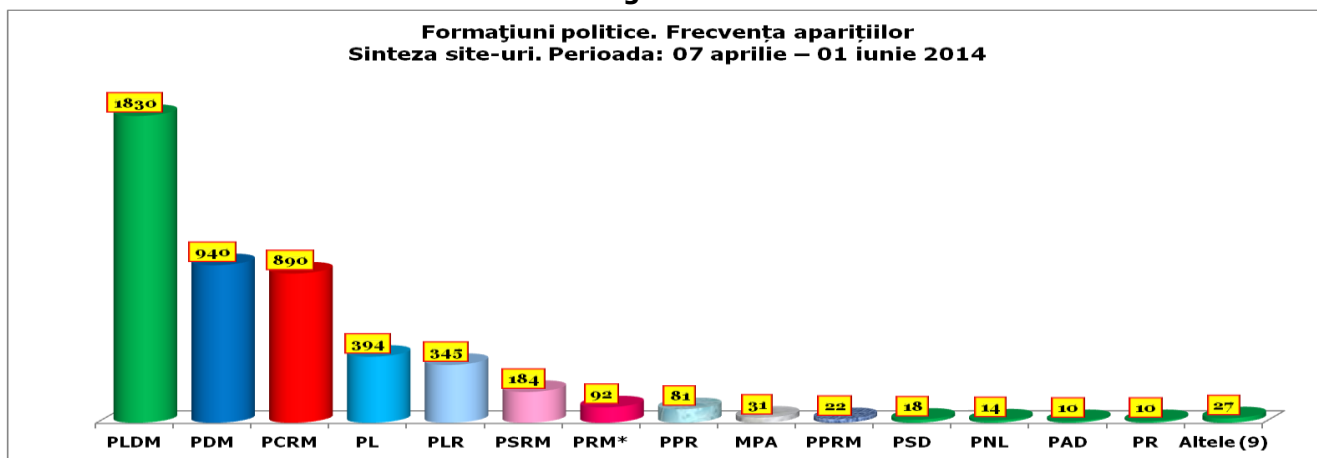
În perioada de referință, cele 8 site-uri monitorizate au mediatizat în știri 23 de formațiuni politice. Cel mai mare număr de partide a fost mediatizat de **Noi.md** (23), iar cel mai mic – **ABCnews.md** și **Moldova.org** (câte 9). Dacă luăm ca punct de referință pe acest segment, numărul de partide înregistrate (39) și numărul de partide mediatizate în știri de site-uri, atunci coeficientul valorizării în cazul **Noi.md** este de 59%, iar în cel al **ABCnews.md** și **Moldova.org** – de 23%.

Diagrama 63



Cumulat, PLDM a avut cea mai mare vizibilitate (1830 de ori), depășind de aproape de două următoarele două formațiuni, PDM (940 de apariții) și PCRM (890 de apariții). În topul frecvenței de mediatizare a partidelor politice urmează PL cu 394 apariții, PLR cu 345 și PSRM cu 184 de mențiuni. Celelalte formațiuni politice au avut mai puțin de o sută de apariții pe cele opt site-uri monitorizate. Fiecare din ultimele 9 clasate (Altele) a întrunit 5 și mai puține apariții.

Diagrama 64



PLDM este partidul cu cele mai multe apariții pe fiecare din cele opt site-uri monitorizate, iar PDM ocupă poziția a doua pe **Unimedia.info**, **Realitatea.md**, **Politik.md**, **Moldova.org** și **Deschide.md**, iar pe **ABCnews.md**, **Noi.md** și **Hotnews.md** acest partid se clasează al treilea după frecvența mediatizării. PCRM este al doilea partid, după prezența în știri, pe **ABCnews.md**, **Noi.md** și **Hotnews.md** și al treilea – pe **Unimedia.info**, **Realitatea.md**, **Politik.md**, **Moldova.org** și **Deschide.md**. PL și PLR se situează pe locurile patru și cinci pe toate site-urile, PL fiind pe poziția a patra pe **Unimedia.info**, **Realitatea.md**, **Politik.md**, **Noi.md** și **Deschide.md**, iar PLR – pe **ABCnews.md**, **Moldova.org** și **Hotnews.md**. Celelalte partide și formațiuni politice au o prezență foarte mică în știrile publicate pe site-uri.

10.1.1 Constatări

- Toate site-urile monitorizate au mediatizat în știri actori politici naționali și externi;
- Cea mai mare „diversitate a vocilor” a actorilor politici personalizați a fost înregistrată de site-ul **Realitatea.md**. Cel mai mult a ratat șansa diversificării pe acest segment site-ul **Moldova.org**;

- În ansamblul site-urilor monitorizate, dintre actorii personalizați cea mai mare vizibilitate au avut-o **Iurie Leancă** și **Vladimir Putin**, fapt care în termeni de pluralism semnifică o poziție dominantă în crearea diversității opiniilor;
- În primii 10 actori politici personalizați naționali și externi pe site-urile monitorizate figurează trei politicieni din Federația Rusă (**Vladimir Putin**, **Dmitri Rogozin**, **Serghei Lavrov**) și nici un politician din UE, cu excepția lui **Traian Băsescu**.
- Cumulat, cea mai mediatizată formațiune politică a fost PLDM, distinct detașată de celelalte 22 de partide prezente în știrile site-urilor monitorizate. Altfel spus, „vocile” celorlalte 22 de partide au fost auzite mult mai rar, iar în cazul altor 16 formațiuni din rândul celor 39 înregistrate – deloc;
- Între actorii politici externi, Federația Rusă a fost mediatizată mai des (44%) decât UE, Ucraina și România luate împreună (43%).

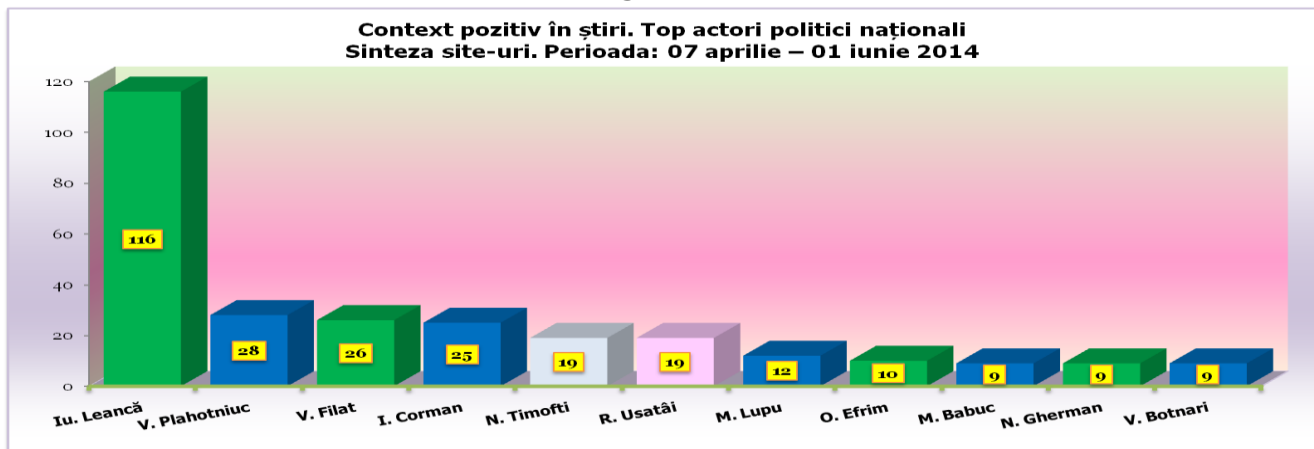
10.2 Contextul mediatizării actorilor politici

Actorii politici personalizați au fost prezentați în știri atât în context neutru, cât și în context pozitiv sau negativ. Primii cinci actori politici potrivit numărului de apariții în ansamblul site-urilor monitorizate au fost prezentați în felul următor:

- **Iurie Leancă**, preponderent neutru sau pozitiv (din 638 de apariții, 509 au fost neutre, iar 116 pozitive);
- **Nicolae Timofti**, aproape în toate cazurile neutru (din 341 de apariții, 309 au fost neutre, iar 13 pozitive);
- **Igor Corman**, preponderent neutru (din 308 apariții, 281 au fost neutre, iar 25 pozitive);
- **Vlad Filat**, preponderent neutru și negativ (din 301 apariții, 188 au fost neutre și 87 negative);
- **Vladimir Voronin**, preponderent neutru și negativ (din 258 apariții, 169 au fost neutre și 83 negative);

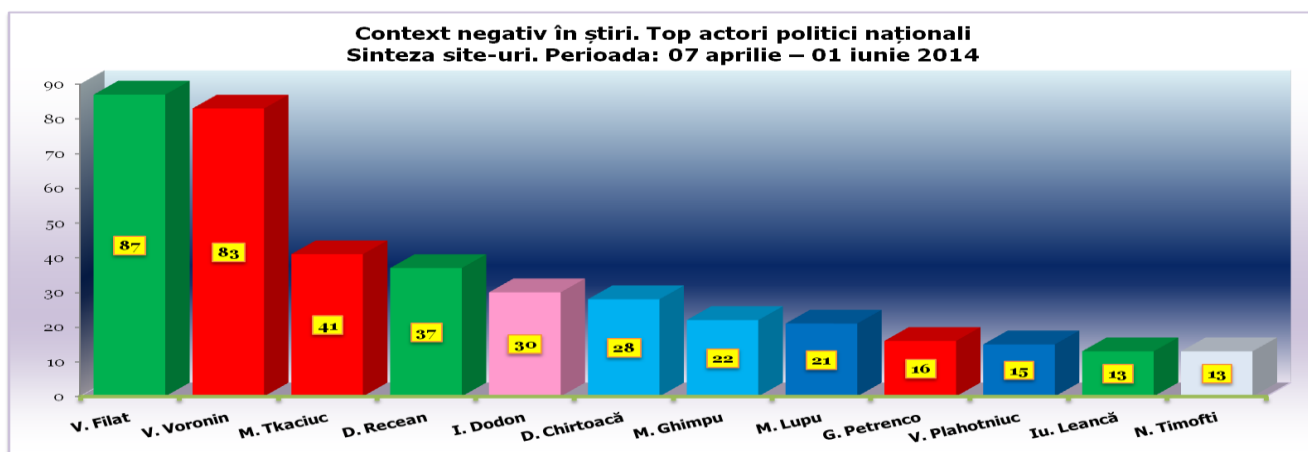
Iurie Leancă este lider printre actorii politici de top prezentați în context pozitiv. Premierul a fost asociat cu acțiuni pozitive de 116 ori, aproximativ de tot atâtea ori cât și următorii cinci clasati luați împreună: **Vlad Plahotniuc**, **Vlad Filat**, **Igor Corman**, **Nicolae Timofti** și **Renato Usatîi**.

Diagrama 65



Cel mai des dintre actorii politici naționali au apărut în context negativ **Vlad Filat** (87 de ori) și **Vladimir Voronin** (83). Printre actorii asociați în dese rânduri cu acțiuni negative se numără **Marc Tkaciuc** (41), **Dorin Recean** (37), **Igor Dodon** (30), **Dorin Chirtoacă** (28), **Mihai Ghimpu** (22) și **Marian Lupu** (de 21 ori).

Diagrama 66



Actorii externi de top au fost mediatizați de cele mai multe ori în context neutru, însă în unele cazuri ei au apărut și în context negativ sau în context pozitiv. Astfel, **Vladimir Putin** și **Dmitri Rogozin** au fost prezentați preponderent în context neutru sau negativ, **Petro Poroșenko** a apărut în context neutru, dar și pozitiv. **Traian Băsescu** a fost asociat atât cu acțiuni pozitive cât și negative, iar **Serghei Lavrov**, **Barack Obama** și **Angela Merkel** au fost mediatizați preponderent în context neutru.

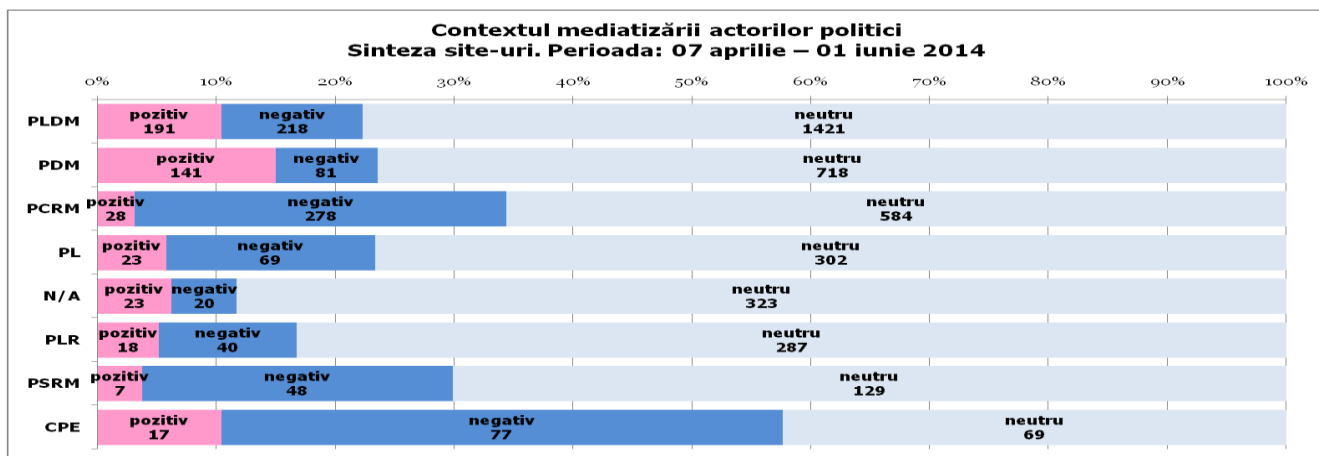
- **Vladimir Putin**: din 560 apariții, 416 au fost neutre, iar 132 negative;
- **Dmitri Rogozin**: din 250 apariții, 189 au fost neutre, iar 60 negative;
- **Traian Băsescu**: din 163 apariții, 131 au fost neutre, 17 negative și 15 pozitive;
- **Serghei Lavrov**: din 144 apariții, 137 au fost neutre, 6 negative și una pozitivă;
- **Barack Obama**: din 129 apariții, 111 au fost neutre, 12 negative și 6 pozitive;
- **Angela Merkel**: din 73 apariții, 63 au fost neutre, 7 pozitive și 3 negative;
- **Petro Poroșenko**: din 140 apariții, 114 au fost neutre și 23 pozitive.

Cel mai des dintre actorii politici externi au apărut în context negativ **Vladimir Putin** (132 de ori), **Dmitri Rogozin** (60) și **Victor Ianukovici** (31 de ori), iar cel mai des în context pozitiv – **Petro Poroșenko** (23 de ori), **Traian Băsescu** (15) și **Victor Ponta** (15 ori).

Partidele și formațiunile politice au fost prezentate, de regulă, în context neutru, dar au existat și știri care au relatat despre partide în context negativ, dar și pozitiv. Astfel, în 31,2% din știrile în care a fost menționat PCRM (278 din cele 890 de știri), adică în aproximativ fiecare a treia știre, contextul a fost unul negativ. PSRM a fost prezentat în context negativ în 48 din cele 184 de știri sau în 26% din totalul știrilor care au vizat acest partid; PL – în 17,5% din știri (69 din 394 de știri), PLDM (218 din 1830) și PLR (40 din 345) – în câte aproximativ 12%, iar PDM a fost prezentat în context negativ în 81 din totalul de 940 de știri, ceea ce reprezintă 8,6%.

Coaliția pentru guvernare pro-europeană (CPE), ca entitate comună, a fost prezentată mai mult negativ, decât neutru sau pozitiv. Astfel, din cele 163 de apariții, în 77 (47%), CPE a apărut în context negativ și în 69 – în context neutru, celelalte 17 știri prezentând coaliția în context pozitiv.

Diagrama 67



Site-ul **ABCnews.md** a prezentat PCRM de cele mai multe ori în context negativ (în 50 din cele 98 de știri care au vizat acest partid sau 51%; celelalte 48 de știri au prezentat PCRM în context neutru). În același timp, se remarcă tendința de a prezenta PDM în context mai favorabil. Astfel, 27 din cele 88 de știri care au vizat acest partid (30,7%) au fost pozitive, altele 60 neutre și o știre a prezentat PDM în context negativ.

Site-ul **Deschide.md** a publicat știri care au prezentat CPE preponderent în context negativ (7 din 11 știri sau 63,6%), iar componentele coaliției de guvernare au fost mediatizate de cele mai multe ori în context neutru, dar și negativ: PLDM – 30 din 219 (13,7%); PLR – 8 din 38 (21%); PDM – 6 din 76 (7,9%). PCRM a fost mediatizat pe acest site după cum urmează: 50 de știri în context neutru, 15 – în context negativ și 2 – în context pozitiv. PL a fost mediatizat în context neutru de 35 de ori, în context negativ de 8 ori și în context pozitiv de 5 ori.

În 40% din știrile care au vizat PCRM de pe site-ul **Hotnews.md** (45 de știri din totalul de 111), acest partid a fost prezentat în context negativ. PL și PLR au apărut în context negativ în 15-17% din știrile care au mediatizat acest partid. Pe lângă contextul neutru, PDM a fost prezentat deseori și în context pozitiv, în 26 din cele 92 de știri care un vizat acest partid sau în 28% din totalul știrilor. PLDM de asemenea a fost prezentat preponderent neutru, dar și în context pozitiv în 34 din cele 176 de știri sau în 19% din total.

Moldova.org a prezentat PCRM în context negativ în 58,7% din totalul știrilor care au vizat acest partid (27 din 46), PL – în 5 din cele 14 știri (35,7%), PSRM – în 4 din cele 13 știri care l-au vizat (30,8%). Cea mai mare pondere a prezentării în context pozitiv pe **Moldova.org** a avut-o PDM (14 din 51 de știri sau 27,5%), în proporție de 13-15% din totalul știrilor fiind prezentate în context pozitiv și PLDM, PL sau PLR. Celelalte știri au mediatizat actorii politici în context preponderent neutru.

Partidele parlamentare au fost prezentate de **Noi.md** de cele mai multe ori în context neutru, dar și în context negativ sau în context pozitiv. Cel mai des în context negativ au fost amintiți PLDM (40 din 373 de știri sau 10,7%), PCRM (34 din 209, 16,3%), PDM (26 din 185, 14,1%), PL (18 din 92, 19,6%). Coaliția de guvernare a fost prezentată mai mult negativ decât neutru (din totalul de 30 de știri care au vizat CPE, 16 știri au fost negative și 14 – neutre).

PCRM, PSRM și PLDM sunt partidele care au avut cea mai mare pondere a prezentării în context negativ pe site-ul **Politik.md**. Astfel, 35,5% din total știrilor care au vizat PCRM (43 din 121) au prezentat acest partid în context negativ, la PSRM acest indicator fiind de 30,4% (14 din 46 de știri), iar la PLDM – de 21,3% (47 din 221 de știri). Coaliția de guvernare a fost mediatizată în context negativ în 55,6% din știrile care au vizat-o (30 din 54).

Realitatea.md a prezentat PCRM în context negativ în 27% din știrile care au vizat acest partid (35 din 128),

PL – în 19% (13 din 68), PLDM – în 13,5% (48 din 356).

Unimedia.info a avut discrepanțe mai mici în ce privește contextul de prezentare a partidelor, cu excepția ponderii de 26,4% a știrilor care prezintă PCRM în context negativ (29 din 110 știri) și cea de 17,9% a știrilor care prezintă PLDM în context pozitiv (49 din 273 de știri care vizează acest partid).

10.2.1 Constatări

- Site-urile monitorizate au plasat actorii politici în context pozitiv, negativ și neutru, dar disproporționat;
- Cel mai mediatizat actor politic în context pozitiv este Iurie Leancă, iar în context negativ – **Vlad Filat** și **Vladimir Voronin**;
- Dintre actorii politici de top prezentați în context pozitiv cât și negativ, majoritatea covârșitoare (exceptându-i pe **Renato Usatâi** și **Nicolae Timofti**) reprezintă partidele parlamentare;
- Cumulat, în cele mai dese cazuri, formațiunile politice au fost prezentate în context neutru;
- Cumulat, PDM este unica formațiune politică prezentată mai des în context pozitiv decât negativ (141 la 81);
- Cumulat, cel mai des în context negativ a fost prezentat PCRM (278 la 28);
- De remarcat, că CPE a fost mediatizată în context negativ de 4,5 ori mai des (77 ori) decât în context pozitiv (17 ori).

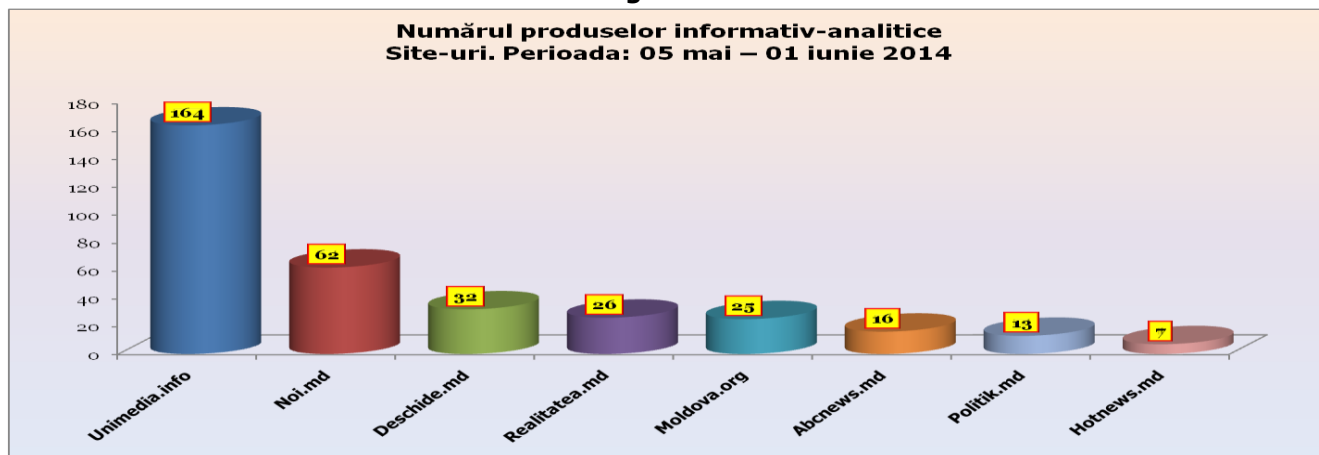
11. PREZENȚA PRODUSELOR MEDIATICE PE SITE-URI

11.1 Produsele cu caracter informativ-analitic

În perioada 5 mai – 1 iunie 2014, pe site-urile monitorizate au fost postate în total 345 de materiale *informativ-analitice*. Jumătate dintre acestea au fost *articole de blog* (174 materiale, 50%), iar cele mai puține au fost subiectele de *investigații* (9 materiale, 3%). În ansamblul celor opt site-uri au fost înregistrate 58 de *comentarii și editoriale* (17%) și 44 de *analize* (13%). Au mai fost postate 33 de *emisiuni audio/video* (10%), 14 *interviuri text* (4%) și 13 *interviuri audio/video* (3%).

Din totalul celor 345 de produse informativ-analitice, aproape jumătate (164 materiale, 48%) au apărut pe site-ul **Unimedia.info**, iar cele mai puține – pe site-ul **Hotnews.md** (7).

Diagrama 68



Majoritatea covârșitoare a articolelor de blog (137 din 174) au fost postate pe **Unimedia.info**. Materiale de acest fel au mai apărut pe **Noi.md** (13), **Politik.md** (12), **Deschide.md** (6) și **Moldova.org** (6). Toate cele 9 subiecte de investigații au fost publicate pe site-ul **Deschide.md**. Trei site-uri s-au remarcat prin furnizarea de analize: **Noi.md** (27), **ABCnews.md** (11) și **Hotnews.md** (6). Comentarii și articole de opinie au apărut la

cinci dintre cele opt site-uri monitorizate: **Noi.md** (19), **Moldova.org** (18), **Deschide.md** (13), **ABCnews.md** (4) și **Realitatea.md** (4). Emisiuni în versiune televizuală au realizat două portaluri: **Unimedia.info** (22) și **Realitatea.md** (11). **Realitatea.md** a produs și 9 interviuri audio/video, iar **Unimedia.info** și **Deschide.md** – câte 2. În schimb, toate cele opt site-uri au realizat câte cel puțin un interviu text: **Unimedia.info** și **Noi.md** – câte 3, **Deschide.md** și **Realitatea.md** – câte 2, **Moldova.org**, **Hotnews.md**, **Politik.md** și **ABCnews.md** – câte 1.

Un singur site (**Deschide.md**) a folosit 5 din cele 7 tipuri de materiale informativ-analitice selectate pentru analiză în cadrul studiului. Trei site-uri (**Unimedia.info**, **Noi.md** și **Realitatea.md**) au utilizat câte 4 tipuri de informații analitice, două site-uri (**Moldova.org** și **ABCnews.md**) – câte 3 și alte două (**Hotnews.md** și **Politik.md**) – câte 2 materiale de acest fel.

11.2 Informații utilitare

Informații de utilitate pentru utilizatori privind cursul de schimb al principalelor valute au afișat zilnic, de regulă, cinci din cele opt site-uri monitorizate: **Unimedia.info**, **Noi.md**, **Hotnews.md**, **Politik.md** și **Realitatea.md**. Știri despre horoscopul zilnic și săptămânal au apărut în perioada analizată pe patru site-uri: **Moldova.org**, **Hotnews.md**, **Realitatea.md** și **Politik.md**. Trei site-uri au propus utilizatorilor rețete culinare: **Hotnews.md** (de 5 ori), **Unimedia.info** (1 dată) și **Politik.md** (1 dată). Cinci site-uri au oferit sfaturi și consultanță, cele mai multe materiale de acest fel fiind postate pe **Hotnews.md** (51). Articole din respectiva categorie au mai apărut pe **Unimedia.info** (18) și **Politik.md** (13), precum și, într-o măsură mai mică, pe **Realitatea.md** (5) și **Moldova.org** (4). Anunțuri și comunicate au plasat șase site-uri din opt, cele mai multe fiind pe **Politik.md** (16) și **Realitatea.md** (12). Date despre vreme și prognoza meteo au fost afișate pe patru site-uri (**Unimedia.info**, **Noi.md**, **Hotnews.md** și **Realitatea.md**). **Noi.md** este singurul portal care a oferit utilizatorilor programele TV ale televiziunilor din Republica Moldova.

Site-ul **Hotnews.md** a oferit 6 tipuri de informații utilitare din cele 7 selectate pentru studiu. Trei site-uri (**Unimedia.info**, **Realitatea.md** și **Politik.md**) au plasat câte 5 tipuri de materiale de acest fel. Două site-uri (**Noi.md** și **Moldova.org**) au plasat câte 3 informații utilitare, iar site-ul **Deschide.md** a folosit un tip de materiale utilitare. **ABCnews.md** este singurul site dintre cele analizate care n-a plasat nici un material utilitar în perioada de referință.

11.3 Alte produse mediatice

Trei dintre cele opt site-uri monitorizate au preluat și difuzat în perioada analizată transmisiuni live de la evenimente publice (realizate de portalul Privesc.Eu). Pe **Unimedia.info** și **Noi.md** aplicația de transmisiune live Privesc.Eu este încorporată în interfața site-ului și este prezentă constant. Site-ul **Realitatea.md** a recurs la această platformă doar în câteva rânduri.

Unele site-uri au folosit procedeul, numit în televiziune crawl, pentru a difuza în bandă rulantă, știrile scurte de ultima oră, cum ar fi **Noi.md** și **Hotnews.md**, sau au difuzat imagini în carusel despre cele mai importante știri ale zilei, precum **Deschide.md**, **Noi.md**, **Politik.md** și **Realitatea.md**. Altele, ca **Unimedia.info**, **Moldova.org** și **ABCnews.md** n-au recurs la aceste tehnici de captare a atenției utilizatorului asupra unui anume eveniment.

Jumătate dintre site-urile monitorizate au plasat cel puțin un sondaj de opinie online în perioada analizată. Pe **Unimedia.info** și **Noi.md** acestea au o frecvență de apariție de cel puțin o dată la patru săptămâni, în timp ce pe **Politik.md** și **ABCnews.md** – maximum o dată în lună.

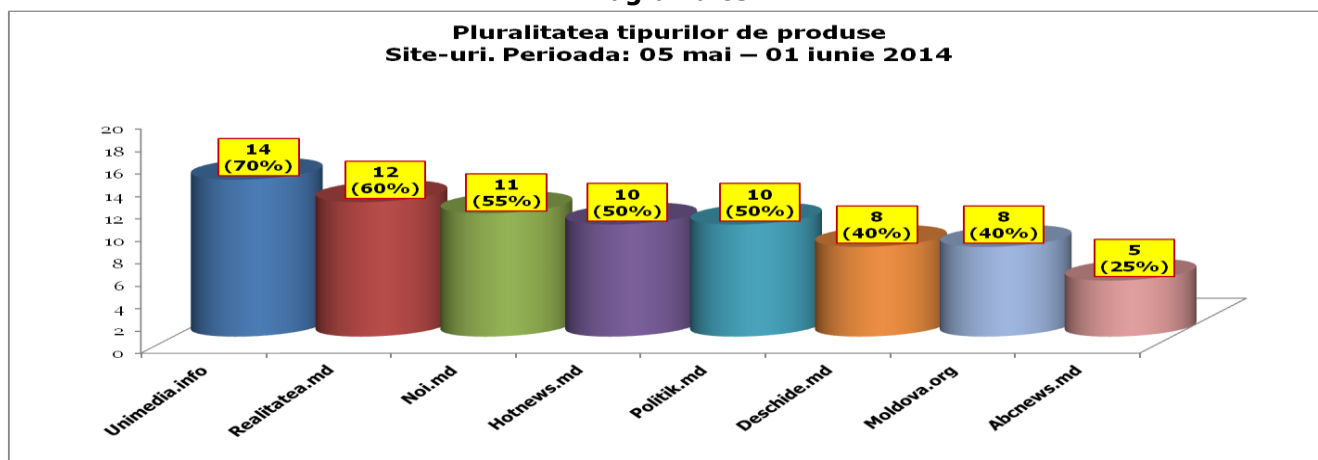
Două din cele 8 site-uri (**Unimedia.info** și **Realitatea.md**) au inserat infografice pe paginile lor de internet. **Unimedia.info** este singurul site care a plasat caricaturi.

Unimedia.info a furnizat utilizatorilor 4 din cele 5 tipuri de produse media repertoriare. **Noi.md** și **Realitatea.md** au plasat câte 3 tipuri de alte produse media, **Politik.md** – 2, iar **Hotnews.md**, **Deschide.md** și **ABCnews.md** – câte 1. **Moldova.org** n-a plasat alte produse media relevante pentru cercetare.

11.4 Diversitatea ofertei mediatică

Cele opt site-uri analizate au abordări diferite în materie de diversitate a tipurilor de produse din perspectiva publicului consumator de informație. Din totalul celor 20 de categorii de produse (știri, 7 tipuri de materiale informativ-analitice, 7 tipuri de informații utilitare și 5 tipuri de alte produse mediatică) selectate pentru cercetare, mai mult de jumătate au fost oferite de către trei site-uri: **Unimedia.info** (14/70%), **Realitatea.md** (12/60%) și **Noi.md** (11/55%). **ABCnews.md** a furnizat utilizatorilor un sfert din totalul tipurilor de produse analizate (5/25%). Aceste date arată că majoritatea necesităților informaționale ale categoriilor de public țintă nu sunt acoperite în totalitate și suficient de către site-urile monitorizate.

Diagrama 69



11.5 Accesibilitatea informațiilor

Produsele mediatică diversificate au semnificație dacă cetățeanul are acces la ele. În acest sens cele opt site-uri au recurs la o largă varietate de instrumente de compartimentare a informațiilor, incluzând meniuri de bază și secundare, categorii și subcategorii, etc., scopul meniurilor de navigare nefiind altul decât de a-l ghida pe utilizator să ajungă rapid la informația de care are nevoie. Dacă analizăm doar meniul principal al fiecărui site, constatăm că unele portaluri au ales să propună un număr extins de categorii de informații organizate într-o formă clară și detaliată, în timp ce altele au venit cu modele simple de structurare care să permită utilizatorilor de a identifica rapid elementele esențiale și secțiunile meniului. Astfel, **Unimedia.info** a compartimentat conținuturile pe 13 categorii de informații, iar **Hotnews.md** are fixate pe meniul principal 5 categorii de informații. **Noi.md** și **Realitatea.md** au câte 11 categorii pe meniul principal, iar alte patru site-uri (**Politik.md**, **Deschide.md**, **Moldova.org** și **ABCnews.md**) – câte 9.

Toate site-urile dispun de opțiunea de căutare a informațiilor care este ușor de reperat, cu o singură excepție pentru **ABCnews.md** la care acest instrument indispensabil se află într-un loc mai puțin vizibil și anume în subsolul interfeței. În funcție de modul de afișare a rezultatelor căutării cele mai comode pentru utilizator sunt site-urile **Moldova.org**, **Politik.md** și **Deschide.md** care propun două criterii de sortare: data sau ordinea cronologică și relevanța informațiilor. Alte trei site-uri (**Realitatea.md**, **Hotnews.md** și **ABCnews.md**) afișează rezultatele căutării în ordinea cronologică, iar **Unimedia.info** și **Noi.md** – în mod aleatoriu și fără vreun criteriu de sortare.

Toate cele opt site-uri monitorizate permit utilizatorilor să posteze comentarii pe marginea materialelor

publicate, fapt care este de natură să contribuie la pluralismul de opinie. La fel, toate site-urile au incorporată pe paginile lor opțiunea partajării informațiilor pe diferite rețele de socializare, precum Facebook, Twitter, Google+ sau Odnoklassniki. Trei dintre site-uri – **Unimedia.info**, **Deschide.md** și **Realitatea.md** oferă gama cea mai largă de partajare a informațiilor fiind accesibile pentru multe zeci de comunități de interese, iar celelalte cinci site-uri au limitat această posibilitate pentru principalele 3-4 rețele de socializare.

Patru dintre site-urile monitorizate permit utilizatorilor imprimarea paginilor: **Unimedia.info**, **Noi.md**, **Hotnews.md** și **Moldova.org**. Un singur site oferă informații în alte limbi decât în cea română, **Moldova.org** care propune utilizatorilor săi texte în engleză și în rusă. Acest fapt îngustează categoriile de consumatori de informație limitându-le doar la populația vorbitoare de limba română.

11.6 Constatări

- Site-urile monitorizate au plasat și alte tipuri de produse în afară de știri, dar în proporții diferite;
- Pluralitatea genurilor de materiale analitice înregistrează valori destul de slabe întrucât tocmai cinci site-uri din totalul celor opt monitorizate au făcut uz de mai puțin de jumătate din numărul tipurilor de informații analizate;
- Cu excepția **ABCnews.md**, toate site-urile oferă utilizatorilor informații utilitare;
- În perioada de referință, mai puțin de jumătate dintre site-uri (3) au recurs la transmisiuni live de la evenimente publice realizate de portalul Privesc.Eu;
- Site-urile recurg foarte rar sau deloc la diversificarea produselor mediatice oferite cum ar fi infografice, caricaturi;
- Cele mai diversificate produse mediatice în perioada de referință le-au oferit site-urile **Unimedia.info**, **Realitatea.md** și **Noi.md**;
- Toate site-urile monitorizate încearcă să sporească accesibilitatea la propriile produse mediatice oferite;
- Toate site-urile monitorizate își suplimentează opiniile din contul comentariilor postate de către utilizatori.

12. TELEVIZIUNI. CONCLUZII ȘI RECOMANDĂRI

1. În perioada de referință, televiziunile monitorizate au difuzat buletine de știri în mod diferit ca număr de ediții, ca durată și ca număr de subiecte. Durata mai mare a buletinelor de știri nu a însemnat și un număr mai mare de evenimente reflectate, indicatorul dat fiind esențial pentru pluralismul mediativ intern. În acest context, recomandarea ar fi ca posturile tv autohtone să se axeze mai mult pe diversitatea evenimentelor pe care le reflectă, ca să prezinte consumatorului o imagine cât mai amplă a realității.
2. Deși toate posturile de televiziune monitorizate au difuzat în cadrul principalelor ediții informative ale zilei subiecte cu caracter conflictual, ponderea acestora indică asupra tendinței de îngustare a pluralismului intern. Bunăoară, cota de 5% a știrilor conflictuale în cadrul *Mesagerului*, nu denotă un pluralism intern adecvat la televiziunea publică, și nici nu prezintă un exemplu de referință. Pentru a fi credibile, posturile tv nu trebuie să ocolească evenimentele conflictuale, prezente din abundență în realitatea autohtonă. În plus, difuzarea știrilor conflictuale și prezentarea corectă a acestora sporește „diversitatea vocilor”, spre beneficiul consumatorilor.
3. Din 12 domenii tematice analizate, 5 au fost acoperite mai accentuat de cele 8 posturi tv, celelalte 7 fiind prezente cu discrepanțe considerabile, atât la nivelul fiecărei televiziuni, cât și per ansamblu. Cele 5 domenii sunt: *societate*, *sport*, *politică*, *accidente și infracțiuni*, și *externe*. Predilecția televiziunilor pentru mai puțin de jumătate din ariile tematice reflectate în știri, limitează considerabil accesul la o informație diversă și completă, relevantă pentru consumator. Televiziunile autohtone ar trebui să lărgască aria tematică, mai ales, din contul domeniilor *știință și tehnologii*, *educație* și *justiție*.

4. Din 5 domenii geografice analizate în prezentul studiu, știrile de la cele 8 posturi tv s-au referit cel mai des la domeniul *național și local*, fapt ce răspunde necesității consumatorului de a afla în primul rând despre evenimentele din proximitatea sa spațială. Totuși, 5 din 8 posturi au difuzat cele mai puține știri din domeniul geografic *UE+*, numărul acestui tip de știri fiind redus și la celelalte trei televiziuni. Situația atestată este nejustificată în contextul în care anul 2014 marchează începutul unei noi etape în relațiile moldo-comunitare. Este recomandabil, în acest sens, ca posturile tv să acorde o atenție sporită evenimentelor din *UE+*, multe dintre ele putând fi interpretate în termeni de aplicabilitate pentru Republica Moldova.
5. Distribuirea neuniformă a genurilor de subiecte atestată la toate televiziunile monitorizate, dar și, în multe cazuri, absența cu desăvârșire a unora dintre ele în cadrul buletinelor de știri, indică asupra faptului că jurnaliștii nu utilizează un instrument important pentru sporirea pluralismului intern – diversitatea genurilor. Limitarea la *reportaje*, și ignorarea vădită a altor tipuri de subiecte, reduce posibilitatea de a oferi consumatorului diversitate de genuri și, implicit, pluralitate de voci/opinii. Pentru sporirea pluralismului intern, este recomandabil ca televiziunile să diversifice cât mai mult acest indicator.
6. Jumătate din numărul televiziunilor monitorizate au difuzat în calitate de prima sau a doua știre din jurnal un subiect din domeniul tematic *accidente și infracțiuni*, și niciun post nu a plasat pe primele două poziții subiecte din domeniul tematic *știință și tehnologii*. O revizuire a ierarhiei tematice a știrilor este recomandabilă pentru toate posturile tv, având în vedere că pluralismul intern semnifică nu doar diversitatea produselor mediatice, ci și relevanța pentru consumator a acestora.
7. Posturile TV, în perioada monitorizată, au difuzat cele mai multe știri externe cu referire la *Ucraina*, fapt explicabil prin interesul față de criza din țara vecină. Pe de altă parte, mai mult de jumătate din numărul televiziunilor au difuzat cele mai puține știri cu referire la celălalt vecin al Republicii Moldova – *România*, dând preferință subiectelor din țări foarte îndepărtate. Prin urmare, televiziunile, în prezentarea știrilor externe, ignoră principiul proximității geografice și, minimizează astfel relevanța acestora pentru consumator. Recomandabil, în acest sens, este ca posturile tv să sporească pluralismul intern pe segmentul știrilor externe din perspectiva relevanței și interesului pentru consumatorul din Republica Moldova.
8. Deși toate posturile tv monitorizate au difuzat știri cu caracter conflictual, nici unul nu a respectat în totalitate regula celor două și mai multor surse de informație. Recomandarea, în acest caz, este ca televiziunile să abordeze pluralitatea surselor ca o modalitate indicată de a spori pluralismul intern pe segmentul știrilor.
9. Niciun post de televiziune din cele 8 nu a fost sută la sută imparțial în prezentarea știrilor. Astfel, în fiecare caz de atitudine părtinitoare, jurnaliștii au încălcat o normă profesională importantă, dar și au limitat „diversitatea vocilor”, distorsionând, de fapt, tabloul informațional al zilei. O fortificare a componentei „imparțialitate” este dezirabilă pentru posturile tv.
10. Televiziunile au avut în știri protagoniști din toate categoriile monitorizate, prezența acestora, însă, a fost disproporționată. Vizibilitatea excesivă a unor protagoniști în raport cu alții și dezechilibrul vădit în paritatea gender conduce iminent la o limitare drastică a „diversității vocilor” și, deci, la o prejudiciere a pluralismului mediatic. În acest context, televiziunilor li se recomandă să planifice și să realizeze edițiile informative de o manieră, care ar asigura un pluralism de opinii real și relevant pentru consumatori.
11. În știrile televiziunilor au fost prezente toate categoriile de actori politici monitorizate, dar în mod discreționar. Prezența masivă și neîndreptățită a unor actori politici în detrimentul prezenței altora în nici un fel nu poate favoriza pluralismul mediatic intern. Dimpotrivă, abordarea în cauză generează dominația în spațiul informațional a unor opinii și reduce la tăcere alte opinii. Pentru a spori veridicitatea tabloului informațional al zilei și pentru a minimiza eventualele efecte manipulatorii ale știrilor,

televiziunilor li se recomandă să echilibreze în mod judicios prezența în edițiile informative a tuturor categoriilor de actori politici.

12. Produsele mediatice pe care le oferă televiziunile monitorizate în prime-time sunt afectate, în principal, de câțiva factori: diversitate redusă, durată inexplicabil de disproporționată, paternitatea și limba prevalent străine ale acestora. Situația atestată prezintă pericol atât pentru pluralismul mediatic intern, cât și pentru relevanța produselor mediatice oferite publicului. Sunt necesare eforturi conjugate pentru a redresa starea de lucruri.

13. SITE-URI. CONCLUZII ȘI RECOMANDĂRI

1. Site-urile monitorizate oferă utilizatorilor un număr semnificativ de știri, valorificând astfel, șansa de a dezvolta pluralismul mediatic intern al mass-mediei tradiționale. Totuși, majoritatea site-urilor ar trebui să depună eforturi suplimentare pentru a majora ponderea știrilor proprii și a diminua ponderea celor preluate. De asemenea, sunt necesare eforturi pentru a spori capacitatea site-urilor de a ilustra știrile cu imagini/fotografii proprii, pe de o parte, și a spori numărul știrilor ilustrate, pe de altă parte.
2. Numărul știrilor însoțite de produse integrate variază de la site la site, dar, în general este insuficient. Astfel, recomandarea pentru site-uri este să valorifice posibilitățile tehnice de informare suplimentară pe care le oferă IT și mediul on-line.
3. Ponderea știrilor conflictuale, cumulat, este modestă, fapt ce indică fie asupra filtrării intenționate a subiectelor mediatizate prin omiterea celor care ar putea stârni nemulțumirea cuiva, fie asupra capacităților reduse de a aborda subiecte complexe ce necesită documentare suplimentară. Prin urmare, pentru a oferi utilizatorilor un tablou informațional veridic, dar și pentru a-și câștiga/menține credibilitatea, site-urile ar trebui să nu negligeze știrile cu caracter conflictual, scrise cu respectarea normelor profesionale.
4. Site-urile monitorizate, în mod neîndreptățit, au acordat o atenție sporită în știri fie unor evenimente din străinătate, fie unor evenimente din actualitatea *politică* internă. În același timp, domenii tematice importante și relevante pentru utilizatori, cum sunt *justiția* și, în special, reforma sistemului judiciar, *educația*, *cultura* și altele au avut o vizibilitate mult mai redusă. Deci, recomandabil pentru site-uri este să ofere o gamă mai diversă de știri cu asigurarea unui echilibru tematic rezonabil.
5. Știrile din spațiul UE+, în mod inexplicabil, au apărut destul de rar pe site-urile monitorizate, în pofida faptului că Republica Moldova și-a intensificat relațiile politice și economice cu spațiul european. Pentru a-și demonstra utilitatea site-urile trebuie să reușească în a reflecta fidel și adecvat realitatea în schimbare dinamică.
6. Site-urile monitorizate, cumulat, au respectat deontologia profesională în scrierea a doar unei treimi din numărul știrilor cu caracter conflictual. Pentru a fi percepute și acceptate ca surse credibile de informare pentru utilizatori, site-urile trebuie să împărtășească și să respecte normele profesionale de care se ghidează mass-media tradițională.
7. Predilecția exagerată a site-urilor monitorizate pentru protagoniști din rândul *actorilor politici* și din rândul *conducătorilor și a funcționarilor superiori* limitează "diversitatea vocilor" și generează dominația opiniilor care, la modul real, nu prezintă interes public și nu sunt relevante utilizatorilor. Recomandabil, deci, pentru site-uri ar fi să nu subestimeze calitatea protagoniștilor, mai ales, din categoria *experților*, și să nu negligeze, bunăoară, opiniile formațiunilor politice extraparlamentare.
8. Site-urile monitorizate au oferit și alte tipuri de produse mediatice în afară de știri, dar acestea nu au constituit o diversitate largă, inclusiv ca formă de prezentare. Site-urile urmează să valorifice oportunitățile oferite de mediul on-line pentru a-și spori utilitatea, eficiența, atractivitatea și, în definitiv,

pentru a fructifica potențialul de a deveni un important element de dezvoltare a pluralismului mediatic, în general.

9. Site-urile monitorizate au demonstrat eforturi de a spori accesibilitatea utilizatorilor la propriile produse mediatice, fapt demn de remarcat, dacă luăm în calcul, că pluralismul mediatic are rost și semnificație doar dacă este accesibil. De asemenea, site-urile pun în valoare elementul interactivității cu utilizatorii, prin intermediul forum-urilor, fapt ce lărgeste ”diversitatea vocilor” și, implicit, al opiniilor. Aceste eforturi trebuie menținute și în continuare.

14. CONCLUZII FINALE

1. Analiza ofertei informaționale a televiziunilor și site-urilor monitorizate demonstrează, la modul general, un grad scăzut al pluralismului mediatic intern.
2. Din perspectiva pluralismului intern, oferta televiziunii publice nu este una de referință nici pentru auditoriu, nici pentru televiziunile comerciale.
3. Situația atestată denotă carențe grave pe diferite filiere cu impact nociv pentru pluralismul mediatic intern, inclusiv: legislație națională imperfectă, care nu poate contracara apariția monopolului sau a pozițiilor dominante pe piața mass-mediei; lipsă de preocupare a factorilor decizionali, atât pentru suplimentarea și diversificarea produselor mediatice autohtone, cât și pentru asigurarea accesibilității la ele; lipsa instrumentarului, dar și a practicii de măsurare periodică a pluralismului mediatic; interes limitat și capacitate redusă a instituțiilor mass-mediei, pe de o parte, în a-și diversifica produsele mediatice și, pe de altă parte, în a respecta normele profesionale; lipsă de interes al cadrelor științifice autohtone de a cerceta complexitatea tematicii cu referire la pluralismul mass-mediei; interes limitat al instituțiilor formative de a disemina cunoștințe despre semnificația și importanța pluralismului mediatic în rândul viitorilor profesioniști ai domeniului mediatic etc.

15. RECOMANDĂRI FINALE

1. Pentru a stimula pluralismul intern al mass-mediei sunt necesare completări/ajustări ale legislației naționale, care ar asigura: contracararea apariției monopolurilor pe piața mediatică; contracararea apariției pozițiilor dominante și a concentrării proprietății pe piața mediatică; o concurență loială și o protecție reală a concurenței pe piața mediatică și cea a publicității comerciale; contracararea invaziei de produse mediatice străine în spațiul informațional autohton; stimularea produselor informaționale autohtone; independența și autonomia autorităților centrale de specialitate ce reglementează activitatea domeniului mediatic; independența reală a instituțiilor mass-media, pentru a le feri de ingerințele politice și economico-financiare, etc.
2. Este necesară elaborarea unei metodologii de evaluare a gradului de pluralism mediatic și, ulterior, utilizarea ei pentru măsurarea periodică atât a pluralismului mass-mediei la nivel de țară, cât și la nivel de instituție mediatică.
3. Este resimțită atât necesitatea cercetărilor științifice în domeniu, cât și necesitatea formării cadrelor de profesioniști care să stimuleze, în definitiv, pluralismul mediatic.
4. Având în vedere misiunea ce-i revine serviciului public de radio și televiziune în dezvoltarea pluralismului mediatic, acesta trebuie să devină unul de referință. În acest context sunt stringent necesare acțiuni corespunzătoare, atât la nivel de factori decizionali, cât și la nivel de instituție.
5. Dat fiind faptul că pluralismul mediatic este esențial pentru fortificarea democrației, dezvoltarea acestuia necesită un efort conjugat al tuturor părților interesate – autorități, mass-media, societate civilă, cetățeni.