

Campania electorală în prime-time

Analiza emisiunilor electorale difuzate de posturile Antena 3, B1TV, Realitatea TV și TVR 1

Perioada de analiză: 2 – 20 noiembrie 2009

CONCLUZII

- Posturile comerciale de știri au promovat aceleași formate de emisiuni de dezbatere și analiză, anterioare campaniei electorale, pe care le-au adaptat contextului.
- În cazul posturilor **Antena 3**, **Realitatea TV** și **B1TV**¹ cadrul de dezbatere a fost în bună măsură influențat de personalitatea moderatorilor (vezi secțiunea Anexe – citate moderatori).
- Posturile comerciale de televiziune au acordat întâietate „subiectelor zilei”, trecând programele electorale ale candidaților în plan secund.
- Agenda perioadei a fost dominată de subiectul alegerii unui *nou guvern*, *cazul Hayssam* și, spre finele intervalului analizat, *rolul presei* în asigurarea unui cadru adecvat de dezbatere și confruntare între candidați.
- În cadrul dezbaterilor, **moderatorii** au analizat, cu precădere, subiecte preluate din **presă**.
- **Crin Antonescu** a fost cel mai prezent candidat în emisiunile și dezbaterile cu caracter electoral (12 apariții).
- Candidații **Remus Cernea**, **Ovidiu Iane** și **Constantin Rotaru** au fost invitați doar în emisiunile organizate de postul public de televiziune.

¹ Emisiunea „Nașul” de la postul B1TV a făcut obiectul unui studiu de caz distinct de analiza efectuată pe posturile Antena 3, Realitatea TV și TVR 1

Cadrul cercetării

În intervalul 2 – 20 noiembrie 2009, au fost analizate principalele emisiuni cu caracter electoral difuzate de posturile **Antena 3** (Știrea Zilei), **Realitatea TV** (Ora de foc – de luni până joi – și Drumul spre Cotroceni – duminică -) și **TVR 1** (Tu decizi 5 ani pentru România).

Analiza cuprinde date despre:

1. Descrierea sumară a formatelor de emisiune analizate în funcție de: numărul de invitați și rolurile acestora, punerea în scenă a dezbaterii și dinamica dialogului în platou.
2. Profilul și vizibilitatea invitaților din emisiunile electorale

În funcție de rolul alocat de către moderatori, invitații au fost clasificați în: candidați, susținători candidați, membri ai echipei de campanie și reprezentanți partide politice. Au fost cuantificate toate aparițiile în direct ale actorilor (prezență în platou, intervenție telefonică și/sau transmisiune în direct).

3. Abordări discursive inițiale în cazul invitaților-candidați

Au fost înregistrate și interpretate primele intervenții - unitare din punct de vedere tematic - ale fiecărui candidat în parte². Primele intervenții ale candidaților au fost înregistrate după cum urmează:

- descriptiv generale – enunțul cuprinde formulări generale și face trimitere la situații macro, fără a răspunde punctual întrebării formulate de moderator.
- descriptiv punctuale – enunțul cuprinde formulări specifice, în acord cu întrebarea formulată de moderator.
- ofensiv – contracandidați: enunțul cuprinde formule de atac și/sau culpabilizare la adresa unuia sau mai multor contracandidați
- ofensiv – moderatori: enunțul cuprinde formule de atac și/sau culpabilizare la adresa unuia sau mai multor moderatori

² Au fost înregistrate acele intervenții care au fost generate de prima întrebare a moderatorului.

- redirecționare a subiectului – enunțul nu cuprinde referințe la întrebarea inițială formulată de moderator și deschide o arie tematică distinctă.

4. Evoluția temelor în cadrul emisiunilor electorale.

Au fost înregistrate diferențiat temele inițiale (din deschiderea emisiunilor) și temele de parcurs (inițiate de moderatori și/sau invitați)

5. Documentarea moderatorilor în cadrul emisiunilor electorale

În cadrul analizei au fost cuantificate sursele invocate de moderatori în formularea întrebărilor și/sau problemelor enunțate. Sursele invocate de moderatori au fost clasificate în: oficiale (rapoarte, documente cadru, legi emise de autorități naționale și/sau comunitare), neoficiale, platforma candidaților, site-urile candidaților, sondaje de opinie și mass media.

6. Studiu de caz – B1TV

7. Anexă – citate extrase din intervențiile moderatorilor (ilustrativ)

I. Formate analizate

ANTENA 3 – ȘTIREA ZILEI (ora 20:10 – 21:00)

Moderator: Gabriela Vrânceanu Firea

În perioada monitorizată (2 – 20 noiembrie) au fost analizate 12 ediții ale emisiunii „Știrea Zilei” – 11 ediții în regim curent și o ediție specială, în data de 20 noiembrie, dedicată dezbaterii finale, organizată de Institutul pentru Politici Publice la Palatul Parlamentului, dintre candidații Crin Antonescu, Traian Băsescu și Mircea Geoană.

Formatul emisiunii

ȘTIREA ZILEI este un talk-show de actualități, în care este dezbătut cel mai important subiect al zilei sau cea mai semnificativă a momentului, din domeniile: politic, social, economic, diplomatic.

De regulă, formatul presupune prezența a doi invitați în platou, unul pro și altul contra temei dezbătute³.

Pe parcursul campaniei electorale pentru primul tur de scrutin, în cadrul emisiunii au fost invitați și candidați la funcția de președinte, situație în care formatul a suferit o modificare prin amenajarea unui spațiu separat, dedicat susținătorilor candidatului.

Emisiunile cu caracter electoral au avut un format mixt, aria tematică cuprinzând de la subiecte din agenda curentă până la prezentarea unor puncte și mesaje de pe platformele candidaților. Mesajele candidaților și/sau susținerea unor elemente de platformă electorală au fost cronometrate.

Cele 50 de minute de emisie au fost, de regulă, fragmentate de prezentarea unor reportaje (în medie, 3 per emisiune) ce cuprindeau subiecte la zi și erau aduse ca suport pentru dialogul din platou.

³ Conform <http://www.antena3.ro/emisiuni/stirea-zilei-cu-gabriela-vranceanu-firea>

REALITATEA TV – ORA DE FOC (ora 21:30 – 00:00); **DRUMUL SPRE COTROCENI**
(duminica, între orele 21: 30 – 00:00)

Număr total de emisiuni analizate: 15 emisiuni Ora de Foc⁴, 1 ediție specială Drumul către Cotroceni⁵, 1 dezbateră specială Drumul către Cotroceni⁶, 1 dezbateră finală⁷.

Ora de foc

Formulă de moderare: Oana Stancu și Adrian Ursu

Durata: 2 ore și 30 minute – 2 ore și 45 minute

Punerea în scenă: de la 2 la 9 invitați, candidați, reprezentanți sau susținători ai candidaților, jurnaliști/analști, personalități publice provenite din mediul artistic, de afaceri sau non-profit.

Descrierea emisiunii:

Fiecare ediție are două părți, cu teme și invitați diferiți. Emisiunea este fragmentată cu declarații și înregistrări de la evenimente electorale sau alte evenimente publice ale candidaților sau reprezentanților candidaților. În descrierea oficială a emisiunii se precizează:

„Oana Stancu și Adrian Ursu vă așteaptă în Ora de foc pentru a dezbate cel mai important eveniment politic al momentului. În cele 90 de minute ale talk-show-ului, cei doi jurnaliști trag concluzii asupra faptelor petrecute în timpul zilei și aduc în fața telespectatorilor informații noi, investigate de reporterii Realitatea TV. În fiecare ediție a emisiunii, Oana Stancu și Adrian Ursu îi au ca invitați pe principalii actori politici ai zilei, alături de jurnaliști și analști politici.”⁸

Ediția specială Drumul spre Cotroceni

Formulă de moderare: Mihai Tatulici

Durata: 2 ore și 30 minute

⁴ Fiecare ediție a emisiunii Ora de Foc este alcătuită din două segmente, cu invitați și teme diferite. Din acest motiv, am considerat fiecare parte de ediție o emisiune separată. Nu au fost incluse în analiză emisiunile care au avut invitați doar jurnaliști sau emisiunile care au avut ca subiect gripa porcina.

⁵ Ediția din 08 noiembrie, invitat Mircea Geoană.

⁶ Ediția din 15 noiembrie, invitați: Crin Antonescu, Kelemen Hunor, Sorin Oprescu.

⁷ Marea Confruntare, difuzată în 20 noiembrie. Invitați: Crin Antonescu, Traian Băsescu, Mircea Geoană.

Moderator: Robert Turcescu.

⁸ <http://www.realitatea.net/emisiuni/oradefoc.html>

Punerea în scenă: 1 candidat, „cerberi”⁹ (reprezentanți ai altor candidați), jurnaliști și susținători. Platoul a fost separat de un covor roșu simbolic, în fiecare dintre secțiuni fiind plasate scaunele invitaților.

Descrierea emisiunii:

Emisiunea are trei etape. În fiecare dintre ele un alt ziarist adresează candidatului întrebări. Trecerea de la o etapă la alta se face printr-o probă: cântatul imnului național, completarea unor versuri, etc. „Cerberii” au rolul de a se pronunța asupra răspunsurilor candidatului.

Emisiunea cuprinde și momente de interacțiune cu susținătorii candidatului.

Dezbaterea specială Drumul către Cotroceni

Formulă de moderare: Mihai Tatulici

Durata: 2 ore și 30 minute

Punerea în scenă: 3 candidați, 2 jurnaliști

Descrierea emisiunii: Emisiunea s-a desfășurat sub formatul unei dezbateri standard, pe structura întrebare - răspuns. Candidatul UDMR, Kelemen Hunor a fost prezent în emisiune prin intermediul unei transmisiuni în direct de la Târgu Mureș.

Dezbatere finală

Notă: *Dezbaterea finală între candidații Crin Antonescu, Traian Băsescu și Mircea Geoană a avut un caracter special, fiind preluată de trei posturi de televiziune: Antena 3, Realitatea TV și TVR 1.*

Pentru a nu altera frecvența aparițiilor candidaților, această emisiune a fost înglobată emisiunilor analizate la postul Realitatea TV. Chiar dacă postul Realitatea TV nu este organizatorul dezbaterii finale, asocierea jurnalistului Robert Turcescu cu acest format a determinat includerea acestei ediții speciale în pachetul emisiunilor Realitatea TV.

Formulă de moderare: Robert Turcescu

Durata: aproximativ 2 ore și 30 minute

Punerea în scenă: 3 candidați, așezați în fața unor pupitre.

Descrierea emisiunii: Un discurs inițial de 5 minute al fiecărui candidat;

⁹ Rol definit de realizatorii dezbaterii.

- Serii de 6 minute de confruntări față în față: Crin Antonescu-Mircea Geoană, Mircea Geoană-Traian Băsescu, Traian Băsescu-Crin Antonescu. Fiecare candidat și-a adresat câte o întrebare, precedată de un comentariu critic la adresa felului în care contracandidatul sau partidul care îl susțin și-a desfășurat activitatea politică.
- Dezbateri de 60 de minute în jurul a 9 teme: politica externă, criza morală a politicii românești, modelul prezidențial, reforma statului, criza economică, educație, agricultură, sănătate, viitorul guvern. Temele au fost stabilite împreună cu echipele de campanie ale candidaților.
- Întrebări din partea jurnaliștilor aflați în sală, trase la sorți de candidați. Fiecare candidat a răspuns la o întrebare.
- Întrebarea moderatorului: Care a fost cea mai frumoasă faptă făcută vreodată?
- 2 minute în care candidații lansează un apel pentru a convinge electoratul să voteze.

TVR 1 – TU DECIZI 5 ANI PENTRU ROMÂNIA (ora 20:30 – 21: 20, în unele cazuri au fost difuzate două ediții în aceeași zi)

Număr total de emisiuni analizate: 14 ediții

Formulă de moderare: Oana Popescu și Luca Niculescu¹⁰

Durata: 50 de minute/ediție

Punerea în scenă: Candidatul și moderatorii în platou, iar în gradene susținătorii candidatului.

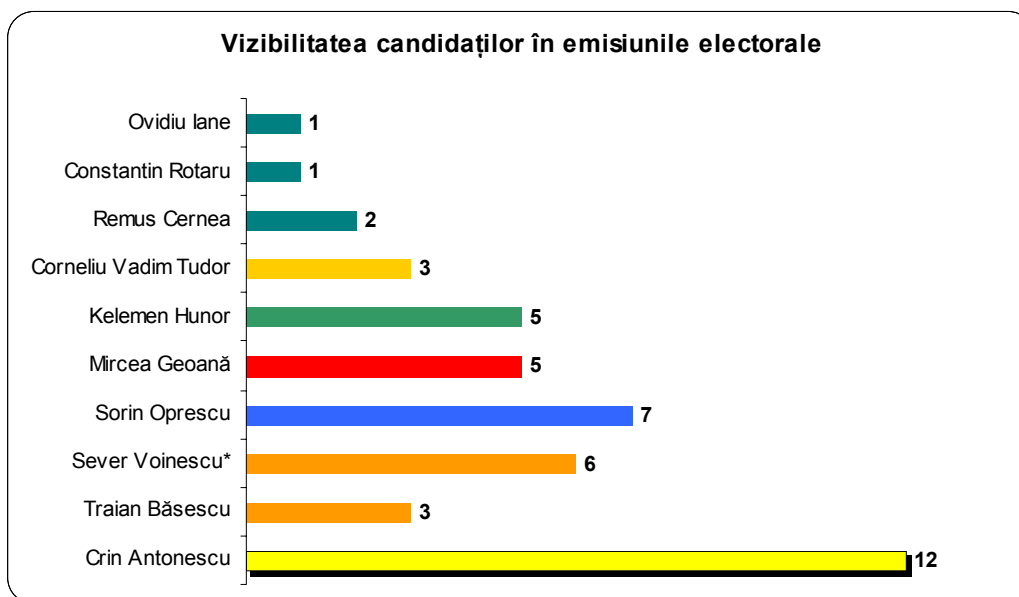
Dinamica dialogului: Interacțiune de tipul întrebare – răspuns, segmentată de scurte momente de prezentare a susținătorilor candidaților¹¹ care promovează un mesaj de susținere.

¹⁰ Au fost identificate și ediții în care a fost prezent doar unul dintre moderatori.

¹¹ Au fost identificate ediții în care dialogul a avut loc doar între moderatori și candidat, fără public prezent în platou.

II. Prezentare date

1. Vizibilitatea candidaților în emisiunile electorale



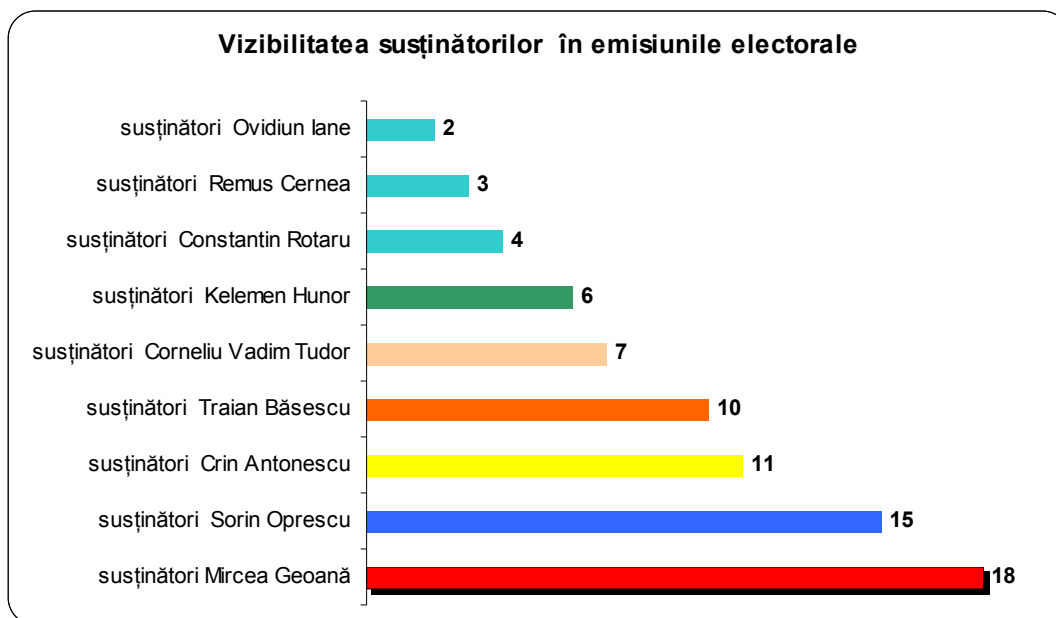
- **Crin Antonescu** (candidat PNL) a fost cel mai prezent actor în emisiunile electorale analizate. Cele mai multe prezențe ale candidatului Crin Antonescu au fost înregistrate la *Realitatea TV* (6) și *Antena 3* (4).
- **Traian Băsescu** a fost prezent în doar 3 emisiuni electorale, însă prin reprezentarea sa de către **Sever Voinescu**¹², în alte 6 apariții (toate înregistrate la *Realitatea TV*), acesta a ocupat locul secund în topul vizibilității candidaților.
- Candidatul independent **Sorin Oprescu** a acumulat 7 apariții: la *TVR 1* (3), iar la *Antena 3* și *Realitatea TV*, câte 2.
- **Mircea Geoană** (candidat PSD) a înregistrat câte 2 apariții la posturile *Antena 3* și *Realitatea TV*, iar la *TVR 1* o singură apariție.

¹² Sever Voinescu a fost prezentat în calitate de purtător de cuvânt al candidatului Traian Băsescu.

- Candidații **Remus Cernea** (Partidul Verzilor din România), **Constantin Rotaru** (Partidul Alianța Socialistă) și **Ovidiu Iane** (Partidul Ecologist din România) au înregistrat apariții doar în cadrul emisiunilor electorale organizate și difuzate de postul *TVR 1*.

2. Vizibilitatea susținătorilor

În această categorie au fost incluse persoanele prezentate explicit de către moderatori ca fiind susținători¹³ ai candidaților.



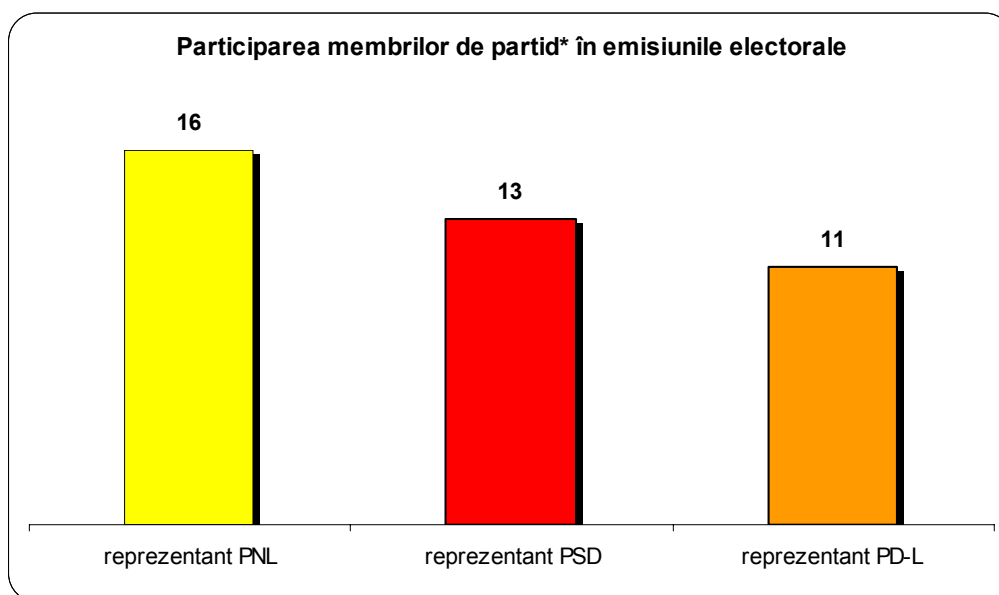
- susținătorii candidatului **Mircea Geoană** (PSD) și ai lui **Sorin Oprescu** (independent) au fost cei mai vizibili în emisiunile analizate. Postul *Realitatea TV* a alocat cel mai mult spațiu aparițiilor susținătorilor lui **Mircea Geoană** (8 apariții), urmat de *Antena 3* și *TVR 1* care i-au găzduit pe susținători în câte 5 apariții. În cazul lui **Sorin Oprescu**, postul public a oferit cele mai multe apariții susținătorilor acestuia : 11.

¹³ Persoane din mediul artistic, sportiv și/sau politic.

- tot în emisiunile postului public de televiziune, susținătorii candidaților **Crin Antonescu** și **Traian Băsescu** au înregistrat cele mai multe apariții (**Crin Antonescu** – 10 apariții ale susținătorilor, **Traian Băsescu** – 9 apariții ale susținătorilor).
- concentrarea mai ridicată a numărului de susținători la postul *TVR 1* este justificată de natura formatului emisiunii – platou cu gradene pentru public.

3. Vizibilitatea membrilor de partid în emisiunile electorale

Pentru această categorie au fost cuantificate toate aparițiile actorilor politici care au fost prezentați strict cu funcția politică deținută în partid, fără asocierea explicită a acestora cu numele vreunui candidat.



- reprezentanții partidelor politice au înregistrat apariții doar la posturile *Antena 3* și *Realitatea TV* (posturi cu format mixt)
- **reprezentanții PNL** au înregistrat 9 apariții la *Realitatea TV* și 7 apariții la *Antena 3*.
- **reprezentanții PSD** au cumulat 8 apariții la *Realitatea TV* și 5 apariții la *Antena 3*.

- **reprezentanții PD-L** au figurat cu cele mai multe apariții (10) la *Realitatea TV*, iar la *Antena 3* doar cu o apariție¹⁴.

4. Tipuri de intervenții ale candidaților

În perioada monitorizată, au fost înregistrate și interpretate primele intervenții¹⁵ ale invitaților (candidați) pentru a determina în ce măsură aceștia răspund punctual întrebărilor formulate de moderatori, dar și dacă se crează premisele unor dialoguri conflictuale.

Astfel, primele intervenții ale candidaților și/sau susținătorilor au fost clasificate în: descriptiv generale, descriptiv punctuale, ofensiv către contracandidați, ofensiv către moderatori și de redirecționare a subiectului.

Nume candidat/Tip intervenție	descriptiv general	descriptiv punctual	ofensiv - contracandidați	ofensiv - moderatori	redirecționare a subiectului	Total apariții
Constantin Rotaru	1	-	-	-	-	1
Corneliu Vadim Tudor	-	-	2	1	-	3
Crin Antonescu	2	5	5	-	-	12
Kelemen Hunor	1	2	2	-	-	5
Mircea Geoană	1	3	1	-	-	5
Ovidiu Iane	1	-	-	-	-	1
Remus Cernea	2	-	-	-	-	2
Sorin Oprescu	2	-	3	-	2	7
Traian Băsescu	-	1	2	-	-	3
Sever Voinescu*	1	2	1	2	-	6

Astfel, cele mai multe intervenții **descriptiv – generale** au fost identificate la candidații: **Crin Antonescu, Remus Cernea și Sorin Oprescu** (câte 2 pentru fiecare candidat).

¹⁴ În 4 din cele 12 ediții analizate, moderatorul a precizat că au fost lansate invitații prealabile reprezentanților PD-L.

¹⁵ Vezi metodologie pentru descrierea conceptului.

Cele mai multe intervenții *descriptiv – punctuale* au fost identificate la candidații **Crin Antonescu** (5) și **Mircea Geoană** (3).

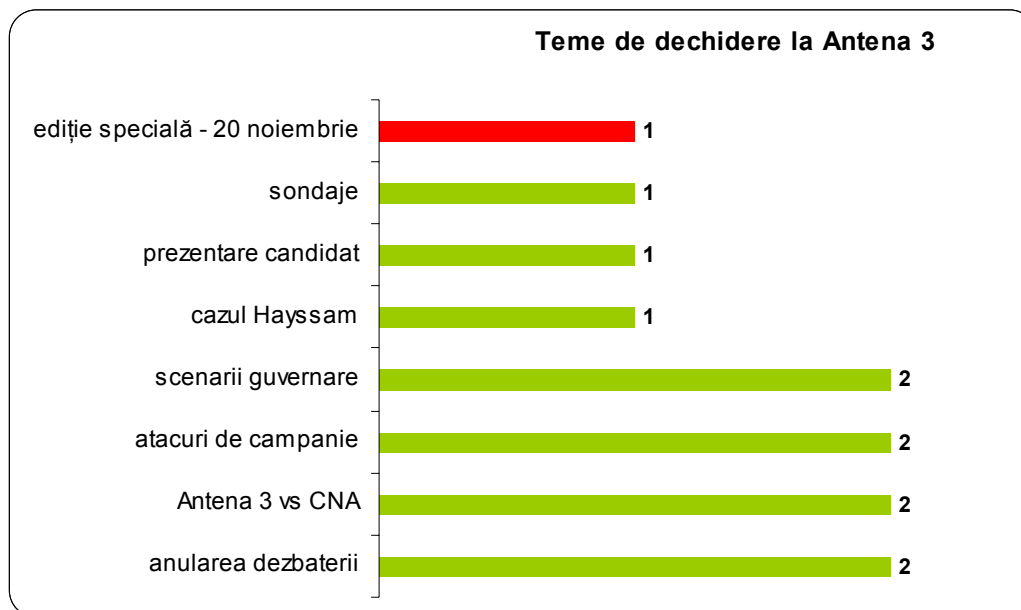
Crin Antonescu (5) și **Sorin Opreșcu** (3) au avut cele mai multe intervenții inițiale în care au lansat *atacuri la adresa contracandidaților*.

Sever Voinescu (2) și **Corneliu Vadim Tudor** (1) au fost singurii invitați care au avut intervenții inițiale ce cuprindeau *atacuri la adresa moderatorilor*.

Sorin Opreșcu a fost singurul candidat care, în intervenția inițială, a *redirecționat subiectul* propus de moderator (2).

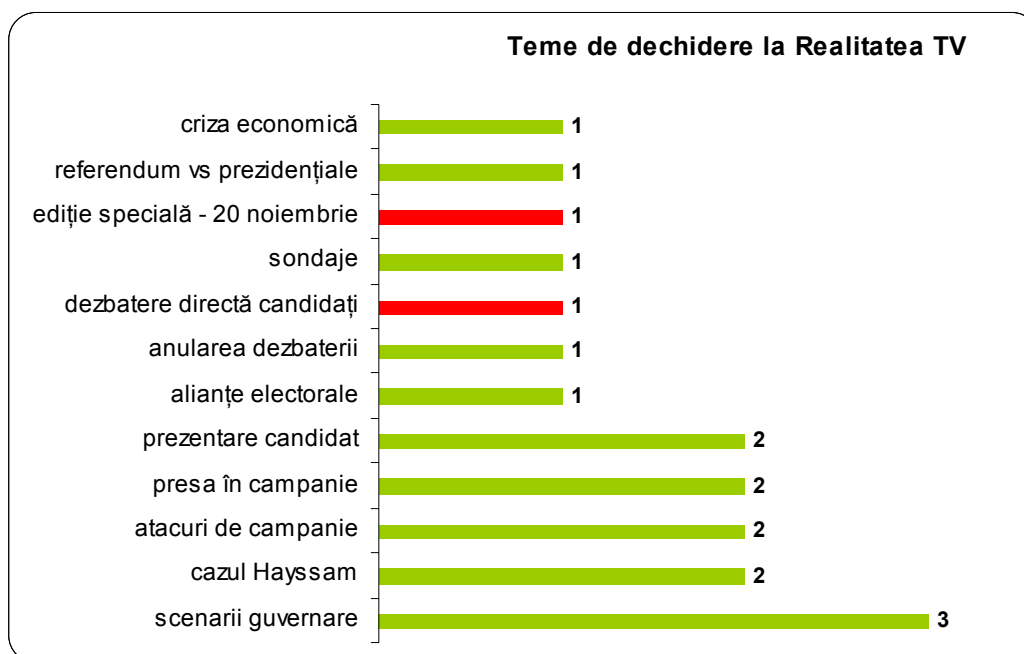
5. Evoluția temelor în emisiunile electorale

În perioada analizată, agenda a fost dominată de **patru** subiecte majore: acțiunile de desemnare a unui guvern, dezvăluirile din dosarul Hayssam, rolul jurnaliștilor în campania electorală (cu accent pe –rolul jurnaliștilor de a asigura și încuraja un spațiu de dezbatere și confruntare între candidați) și dificultățile organizării unor dezbateri și confruntări autentice între candidații la președinție. Aceste subiecte au constituit, în jumătate dintre emisiunile analizate, punct de pornire a dialogului dintre moderatorii și invitați.

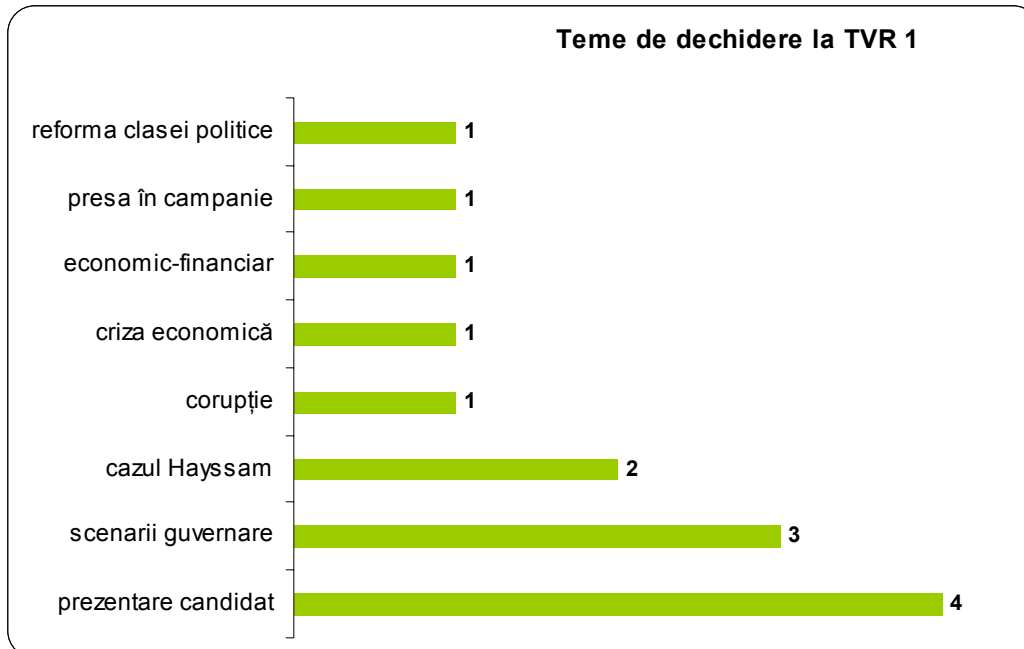


În cazul postului **Antena 3**, s-a distins o temă aparte în agenda jurnaliștilor: Antena 3 vs CNA. Acest subiect a fost generat de o serie de sancțiuni acordate postului Antena 3 de către Consiliul Național al Audiovizualului. În acest context, moderatorul Antena 3 a acuzat CNA de partizanat politic și de tratament discreționar în relația cu radiodifuzorii.

În alte două ediții ale emisiunii „Știrea Zilei” tema de deschidere a constat în rezumarea unor deficiențe ale candidatului **Traian Băsescu** (administrare defectuoasă a mandatului prezidențial și dosarul Flota). Aceste subiecte au fost încadrate în tema „atacuri de campanie” întrucât aspectele enumerate și asumate editorial erau prezentate în absența candidatului sau al unui reprezentant al acestuia.



Și în cazul **Realitatea TV**, două ediții ale emisiunii „Ora de foc” au debutat cu subiecte ce ilustreau atacuri la adresa candidaților **Traian Băsescu** și **Mircea Geoană**.



La postul public de televiziune, temele de deschidere au vizat mai mult puncte de platformă sau subiecte majore de pe agenda publică (vezi criza economică, economia internă sau

reforma clasei politice).

Analiza comparată a temelor inițiale sau de parcurs la cele trei posturi analizate subliniază diferența netă de abordare dintre televiziunile comerciale de știri și postul public de televiziune.

Astfel, posturile comerciale de știri au abordat cu prioritate „subiectele zilei” pe care le-au supus analizei candidaților și/sau reprezentanților acestora. Per ansamblu, tema dominantă a acestei perioade a fost formarea unui nou guvern, jurnaliștii lansând în tandem cu candidații mai multe *scenarii de guvernare*. În acest fel, elementele de platformă și mesajele electorale au avut o incidență mai redusă la aceste posturi, jurnaliștii testând capacitatea invitaților de a se pronunța în legătură cu subiectele zilei.

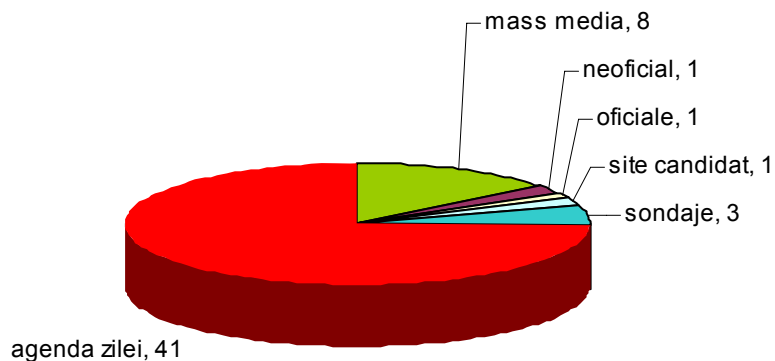
De cealaltă parte, postul **TVR 1** a explorat cu precădere capacitatea candidaților de a analiza situații globale și de a propune soluții punctuale.

6. Documentarea moderatorilor în cadrul emisiunilor electorale

Analiza de față a urmărit măsura în care jurnaliștii au operat cu sau au solicitat referințe în legătură cu temele dezbătute în cadrul emisiunilor electorale.

În cazul televiziunilor analizate se distinge tendința moderatorilor de a prezenta evenimente de pe agenda zilei (agenda curentă), în formule rezumative care, ulterior, au fost analizate/comentate împreună cu invitații.

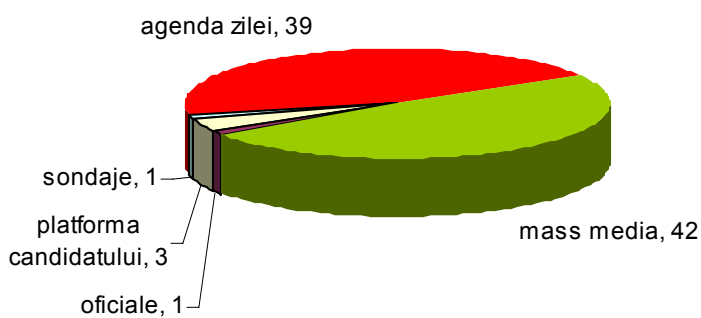
Antena 3 - surse invocate de moderator



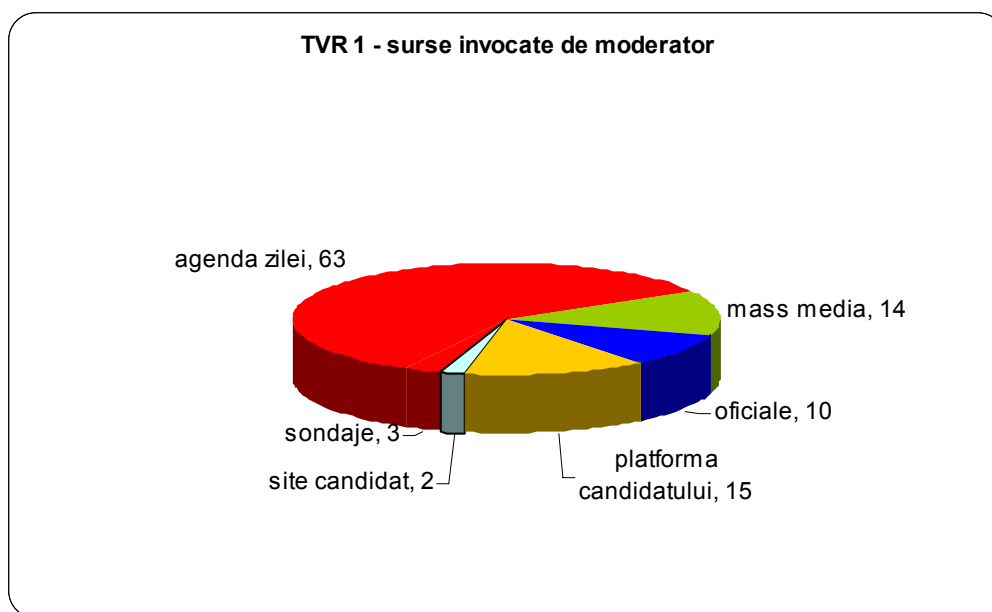
În cadrul edițiilor „Știrea zilei” au fost identificate 27 de teme de parcurs ce au cumulat 51 de apariții. În cele mai multe dintre apariții, temele supuse analizei/comentariilor invitaților au fost extrase de pe *agenda zilei*.

Moderatorul a invocat în 8 situații *articole și materiale de presă* în susținerea unor ipoteze sau în formularea unor întrebări.

Realitatea TV - surse invocate de moderator



La postul **Realitatea TV** au fost identificate 38 de teme de parcurs care au cumulat 78 de apariții. Cele mai multe surse invocate de moderatori au provenit din *mass media* (42), însă și ponderea temelor care au fost extrase de pe *agenda zilei* a fost mare (39).



La postul public de televiziune au fost identificate 40 de teme de parcurs ce au cumulat 95 de apariții. Peste două treimi dintre temele identificate au fost extrase de pe agenda zilei și supuse analizei/comentariilor invitaților. Totuși, în formularea enunțurilor pentru candidați, moderatorii au invocat în proporții echilibrate *platformele candidaților* (15), *articole și materiale de presă* (14) și *documente oficiale* (10).

7. Studiu de caz – B1TV

În cadrul prezentei analize, emisiunea *Nașul* a făcut obiectul unui studiu de caz, astfel că au fost monitorizate și analizate primele 15 minute din fiecare emisiune. Studiul de caz are

caracter explorator, urmare a semnalelor apărute în mass media¹⁶ cu privire la eventuale derapaje deontologice în cadrul emisiunii Nașul, moderată de Radu Moraru, la postul B1TV.

Număr total de emisiuni analizate: 11 ediții

Formulă de moderare: Radu Morar

Durata: aproximativ 3 h

Punerea în scenă: de la 1 la 4 invitați.

Descrierea emisiunii: Formatul emisiunii este fragmentat – în prima parte au fost invitați în platou fie candidați, fie susținători ori reprezentanți ai partidelor, și în a doua parte a fost dezbătut subiectul revoluției din 1989.

Dinamica dialogului: formula utilizată este de tipul întrebare – răspuns, permițând însă candidaților spații de autopromovare, de tip monolog.

În ediția specială a fost invitat Traian Băsescu. Decorul și formatul emisiunii a fost atipic pentru formatul tradițional – dezbateră a avut loc la Teatrul Bulandra, în sală fiind prezenți susținători (singurul candidat care a beneficiat de acest format).

III. Prezentare date

a. Vizibilitatea candidaților

Nume candidat	Nr. Apariții
Crin Antonescu	2
Traian Băsescu	1
Constantin Potârcă	1
Sorin Oprescu	1
George Becali	1

- În edițiile analizate au fost prezenți 5 candidați: Crin Antonescu, Traian Băsescu, George Becali, Sorin Oprescu și Constantin Potârcă.
- Cu excepția lui **Crin Antonescu**, care a înregistrat 2 apariții în acest interval, toți ceilalți candidați identificați la B1TV au avut apariții singulare.

¹⁶ Vezi http://www.hotnews.ro/stiri-media_in_campanie-6455674-basescu-hartuit-b1.htm

b. Vizibilitate reprezentanți candidați și partide politice

Nume reprezentant	Nr. Apariții
reprezentant PD-L	13
reprezentant PSD	4
reprezentant PNL	1
reprezentant Sorin Oprescu	1

- B1 TV a alocat cel mai mare spațiu **reprezentanților PD-L**, cu 13 apariții în cadrul emisiunilor analizate;
- **Reprezentanții PSD** au cumulat 4 apariții, în timp ce **reprezentanții PNL** și ai candidatului independent **Sorin Oprescu** au avut fiecare câte o apariție.

Tipuri de intervenții ale candidaților

Din totalul de 11 emisiuni analizate, în 6 au fost invitați candidați la președinție. În 2 dintre acestea, prima intervenție a fost clasată ca fiind **descriptiv punctuală** (intervențiile candidatului Crin Antonescu), o intervenție **descriptiv generală** (Constantin Potârcă), o **intervenție ofensivă - contracandidați** (intervenția lui Traian Băsescu) și 2 intervenții de tipul **redirecționare a subiectului** (Sorin Oprescu și George Becali).

Evoluția temelor în emisiunile electorale

Temă de deschidere	Nr. Apariții
sondaje	5
dezbateri electorale	2
scenarii de guvernare	2
autopromovare	1
platforma candidat	1

- tema cu cele mai numeroase apariții în deschiderea edițiilor Nașul a fost **sondaje de opinie**, cu 5 apariții.
-
-

- Temele **dezbaterei electorale** și **scenarii de guvernare** au fost teme de deschidere fiecare în câte două emisiuni, iar **autopromovare** și **platformă candidat** în câte o ediție.

Teme de parcurs	Nr. Apariții
sondaje	6
administrație centrală	3
dezbaterei electorale	3
presa în campanie	3
scenarii de guvernare	3
economic-financiar	2
gripă porcină	2
administrație locală	1
securitate națională	1

Dintre temele ce au vizat campania electorală, s-a distins tema **sondaje**, cu 6 apariții, urmată de **administrație centrală**, **dezbaterei electorale**, **presa în campanie**, **scenarii de guvernare**, fiecare cu câte 3 apariții.

Documentarea moderatorului în emisiunile electorale

Sursă	Nr apariții
agenda zilei	8
neoficială	7
sondaj	5
Traian Băsescu	4
mass media	1

În cazul emisiunii *Nașul* au fost identificate 5 teme de parcurs ce au cumulat 25 de apariții.

În 7 dintre acestea, sursele invocate au fost **neoficiale**. Subiectele generate de **sondaje** au fost 5, proporție egală cu temele **lipsite de referință**.

În 4 dintre cazuri, moderatorul a utilizat drept sursă declarații ale *președintelui Traian Băsescu*, fără a menționa citarea acestuia din presă ori din surse oficiale, precum site-ul acestuia.

8. *Anexa* – citate extrase din intervențiile moderatorilor

ANTENA 3 – Gabriela Vrânceanu Firea

4 noiembrie

Astăzi, când Lucian Croitoru a căzut în Parlament cu guvernul său, Știrea Zilei a urcat. A urcat în ochii CNA, a meritat o amendă pentru că mi-am permis să-i spun domnului Flutur că Omar Hayssam este un om de afaceri – era cel puțin – transparent. Dumnealui acuza că a mers într-o delegație a oamenilor de afaceri cu Ion Iliescu. Și eu am spus „da, corect adevărat, nu mințiți. Dar, același Omar Hayssam a avut niște intrări foarte bune și în zona PD-L. Omul dvs de campanie, Felix Tătaru i-a făcut în același timp publicitate companiei sale. Deci banii lui Hayssam au fost pe la mai multe partide”. ntrebarea este scurtă pentru dvs: De ce atunci când un om de afaceri controversat ca Omar Hayssam este în discuție, partidele încep să ia distanță și nu mai recunosc că au primit niște bani, niște foloase?

Doamna Iorga a încasat bani pe firmă de la lideri PD-L. Să vină să demonstreze că nu e așa! Că n-are cum!

5 noiembrie

Cum decodați dumneavoastră această declarație matinală a șefului statului, și anume că și-ar dori, după atâtea tensiuni, tot un guvern de dreapta, spune domnia sa, PDL plus PNL? Înseamnă că încearcă să flirteze, cum se spune, cu electoratul liberal?

16 noiembrie

Domnule Oprescu, vă întreb direct, vă dezgustă această campanie electorală? Sau începe să vă placă? Suntem ca într-un film, cum spune Traian Băsescu, SF („sifi”), că n-a auzit de SF („sefe”), de science fiction. Sifi.

19 noiembrie

Fac această precizare pentru membrii CNA, în special pentru o doamnă destul de obsedată în ultima perioadă, doamna Narcisa Iorga.

Domnule Antonescu, eu mâine, la ora 19, am oră la coafor și nu voi avea timp să vin să-l întreb pe dl Traian Băsescu de ce nu a acceptat confruntarea de la ASE pe teme economice, pe care trebuia s-o moderez? Puteți să mă ajutați să-i adresați dvs această întrebare? Repet, eu fiind, ca o doamnă, vineri seara, la coafor.

REALITATEA TV

3 noiembrie

Adrian Ursu: Domnule Voinescu, dacă ați avea răbdare... ăsta e defectul dumneavoastră ca să zic așa, sunteți pripit. Dacă nu v-ați pripit și nu v-ar roade pizma uneori că se vorbește prea mult despre Traian Băsescu, ați vedea că venea și rândul domnului Mircea Geoană.

10 noiembrie

Adrian Ursu: *Domnule Orban, e o altă ipocrizie asta pe care pe comiteți. Ce bani am fi luat și la ce dobândă de pildă acum?*

11 noiembrie

Oana Stancu: *După care o să vreau să știu de la doamna Andreea Pora măcar atât: dacă în declarația de mai devreme a usturat-o sufletul când domnul Traian Băsescu s-a bucurat că presa s-a compromis singură.*

16 noiembrie

Oana Stancu: *Domnule Boureanu, o dată vă mai spun și atât. Sper din tot sufletul că în acest moment nu aplicați tactica pe care văd că PDL o aplică des în ultima vreme, a bulversării emisiunilor, a dinamitării subiectelor. Mizez pe dumneavoastră că sunteți capabil să respectați titlurile unei emisiuni.*

B1TV – Radu Moraru

3 noiembrie

Florin (n.n Florin Călinescu), *știi ce interesează acum pe toată lumea? Președintele a replicat de exemplu la toată prefraudarea următoarea dezvăluire, zic eu, sau cel puțin e o chestiune bombă. Zice „ăștia cu INSOMAR și încă un institut- dar nu i-a dat numele- o sa vedeți că nu o să-l dea numai pe Antene și pe Realitatea, o să-l dea și pe TVR1 atunci în momentul alegerilor pe 22 și o să vedeți că ușor- ușor o să tot pună la INSOMAR, să crească, să fie*

câteva procente în plus, vreo 7 procente, în așa fel încât, atunci când rezultatele vor fi altfel, să strige toți FRAUDĂ

5 noiembrie

Ce se întâmplă astăzi practic pe piață? Genul ăsta de discuție îl rezum așa: avem o coaliție sau o majoritate, sigur esta ne-statutată printr-un document, de 60 și ceva %, dar este o majoritate, asta e cert. Aceasta este majoritatea anunțată prin liderii care fac această majoritate, care este inflexibilă, pe aceeași poziție, încă de o lună de zile cerând un premier, pe Klaus Johannis. Pe partea cealaltă avem un președinte care spune că potrivit Constituției - și aici are dreptate- el este cel care trebuie să desemneze premierul, dar și el oarecum inflexibil din moment ce nu acceptă varianta propusă de majoritate. Deci unii îl acuză pe președinte că este inflexibil, dar ei sunt inflexibili nedând alt nume decât Klaus Johannis. Președintele e inflexibil, dar a venit totuși cu altă variantă decât cea așteptată, gen Monica Macovei sau un PD-L-ist de frunte prin propunerea lui Croitoru. Acum, președintele a promis ieri că va încerca să propună un premier care în sfârșit să treacă odată cu al său Guvern. Cred că am rezumat destul de concis.

12 noiembrie

A fost aici la suspendare, înainte. I-a prins bine. Ce o să-i spun este că de data aceasta eu cred că-i mult mai greu. Chiar dacă poate sunteți aceeași, poate că sunteți destul de mulți care îl susțineți, de data aceasta este o competiție mult mai complicată. Este un război, după cum ați văzut, în care toți dau, dar o vorbă de-a unui prieten de-al meu: important e cine înfinge steagul la final. Doamnelor și domnilor, în această seară, președintele României vine la Nașul, este în direct cu dumneavoastră și va fi o emisiune grea, vă spun eu. PREȘEDINTELE ROMÂNIEI! V-a purtat noroc această sală. Aproape 80% dintre cei care au venit atunci la referendum au spus DA BĂSESCU. De fapt au spus, NU REVOCĂRII. Acum aveți de înfruntat mai mulți concurenți și am spus că vă va fi mai greu. Sunteți de acord?

18 noiembrie

Se făcea un top aici: cât de frumoși sunt președinții Europei și premierii. Și domnul Becali îl situa pe președintele României în anumite zone, domnul Călinescu lua sigur alte modele europene. Importantă e frumusețea interioară, domnule Gigi Becali, ca să vă dau o replică. Am văzut deci declarația președintelui. Nu sunt de acord că televiziunile private, fiind cu patroni, pot face orice și pot să-și bată joc de informațiile publice sau de telespectatori pentru că televiziunea nu e fabrică nici de salam, nici de cârnați. Ea trebuie să servească, bine poate cu mici excepții, cu mici nuanțe, totuși, interesul public.