

Alegeri prezidențiale în Republica Moldova

Campania electorală prezidențială din Republica Moldova, 2016 – victoria stângii politice

**(The presidential elections in the Republic of Moldova, 2016 – the
victory of political left)**

Aurelia PERU-BALAN
Eugenia TOFAN

Abstract: *The article runs about the context, stakes and election communication strategy of the right and left policy candidates of the presidential elections in the Republic of Moldova, 2016. The geopolitical stake and anti-oligarch rhetoric made up the key campaign topics. The classical mass-media and social media had a decisive role in promoting, as well as denigrating the image of election actors – Igor Dodon, the leader of the Socialist Party, and Maia Sandu, the leader of the Action and Solidarity Party. Techniques of manipulating and “intoxicating” the public opinion have been used. There has been stated church interference in sustaining the left policy candidate during this competition. The right policy candidate has been backed by the diaspora and leaders of the European People’s Party.*

Keywords: *Republic of Moldova 2016, presidential elections, mass-media, anticorruption, Igor Dodon, Maia Sandu, framing theory.*

Introducere: De două ori în același râu?

Parlamentul de la Chișinău a modificat, la 5 iulie 2000, art. 78 din Constituția Republicii Moldova, care prevede modalitatea de alegere a Președintelui Republicii. Ca rezul-

tat, a avut loc o trecere a formei de guvernământ de la Republică semi-prezidențială, ce fusese introdusă prin intermediul primei Constituții a Republicii Moldova, după declararea independenței (29 iulie 1994), la Republică parlamentară.

Potrivit noilor prevederilor ale art.78 alin.(1) din Constituție, Președintele Republicii Moldova este ales de Parlament prin vot secret, iar procedura de alegere a Președintelui Republicii Moldova a fost reglementată de Legea organică nr. 1234-XIV din 22 septembrie 2000.

Practica parlamentară ne-a arătat că modalitatea de alegere a șefului statului în cadrul parlamentului a fost dificilă, evidențiind vulnerabilitatea acestui mecanism, care potența la maximum egocentrismul actorilor politici. Astfel, articolul 78 a devenit o sursă de crize politice și instituționale în cadrul sistemului politic moldovenesc.

Experiența istorică recentă ne-a arătat că Parlamentul Republicii Moldova a fost dizolvat de trei ori, prin decret prezidențial, datorită incapacității de a alege un nou președinte cu cel puțin 61 din cele 101 voturi. Este simptomatică prima încercare de a alege președintele în conformitate cu noua paradigmă constituțională din 26 decembrie 2000, la momentul în care magistrații Curții Constituționale, convocați în ședință plenară publică, au constatat că se verifică circumstanțele care permit dizolvarea Parlamentului. Astfel, la finele lui decembrie 2000, Președintele Republicii Moldova, Petru Lucinschi a semnat decretul de dizolvare a Parlamentului. După alegerile parlamentare anticipate din 25 februarie 2001, Partidul Comuniștilor din Republica Moldova a devenit cea mai numeroasă fracțiune parlamentară cu 71 de

mandate (majoritate parlamentară), ceea ce a permis alegerea unui nou președinte în persoana liderului comuniștilor, Vladimir Voronin.

Următoarele alegeri prezidențiale au avut loc pe data de 4 aprilie 2005. Cu 76 de voturi, liderul comuniștilor Vladimir Voronin, a fost ales Președinte al Republicii Moldova: 56 de deputați au provenit din rândul fracțiunii PCRM, 8 deputați ai fracțiunii Partidului Democrat din Moldova, 11 deputați ai fracțiunii Partidului Popular Creștin Democrat și 3 deputați din grupul parlamentar al Partidului Social Liberal. Astfel, Voronin a reușit să obțină al doilea mandat consecutiv de președinte. Un fapt semnificativ pe care considerăm că este important să îl aducem în discuție este acela că acordarea sprijinului de către creștin – democrații pentru alegerea președintelui a condus la o erodare majoră a imaginii care s-a concretizat într-o prăbușire în sondaje, în condițiile în care aceștia erau creditați în mod tradițional cu 10% .

Alegerile parlamentare din 5 aprilie 2009 au fost urmate de ample acțiuni de protest, deoarece protestatarii au considerat că alegerile au fost fraudate. Datorită tensiunilor majore din interiorul parlamentului, nu s-a reușit alegerea unui nou președinte, ceea ce a condus la dizolvarea acestuia. Ca urmare, conform procedurilor constituționale, în data de 29 iulie 2009 s-au organizat alegeri parlamentare anticipate.

A urmat o perioadă tulbură în care s-a încercat alegerea președin-

telui în cadrul a două scrutine parlamentare: 10 noiembrie 2009 și 7 decembrie 2009, fără succes, ceea ce a creat din nou circumstanțe pentru dizolvarea Parlamentului¹.

Întrucât subiectul „prezidențial” a devenit unul prioritar în agenda politicianilor, la 5 septembrie 2010, s-a organizat un Referendum în care cetățenii au fost chemați să decidă în privința modului de alegere a președintelui republicii. Din păcate, referendumul din septembrie nu a fost validat din cauza prezenței joase la urnele de vot. Deși pentru ca decizia să fie validată era nevoie participarea a 1/3 din persoanele înscrise în listele electorale, doar 30.29% de cetățeni cu drept de vot s-au prezentat la urne. Ca urmare, problema art. 78 a rămas deschisă. Rezultatul a fost că în această perioadă, respectiv între 11 septembrie 2009 și până la 23 martie 2012, în Republica Moldova principala funcție în stat au deținut-o Președinți interimari:

- Mihai Ghimpu, (PL) 11 septembrie 2009 – 28 decembrie 2010. Președinte al Parlamentului, Președinte interimar al Republicii Moldova;
- Vlad Filat, (PLDM) 28 decembrie – 30 decembrie 2010, prim-ministru;
- Marian Lupu, (PDM) 30 decembrie 2010 – 23 martie 2012; Președinte al Parlamentului, Președinte interimar al Republicii Moldova.

Deoarece nici Parlamentul ales la 29 iulie nu a reușit alegerea

Președintelui Republicii Moldova, acesta a fost dizolvat, iar la 28 noiembrie 2010 în Republica Moldova au avut loc alegeri parlamentare anticipate.

Criza constituțională s-a încheiat abia la 16 martie 2012, atunci când, Nicolae Timofti a fost ales în funcția de Președinte al Republicii Moldova, cu 62 de voturi, care au provenit din interiorul „Coaliției pentru integrare europeană”. Interesant este că, după 16 ani de la reforma constituțională, Curtea Constituțională a fost sesizată de un grup de deputați liberal-democrați, care au contestat procedura de modificare a art. 78, în anul 2000. Prin hotărârea sa din 4 martie 2016, Curtea Constituțională a declarat ca fiind neconstituționale prevederile legii de revizuire a Constituției referitoare la modul de alegere a Președintelui Republicii Moldova de către Parlament cu votul a 3/5 din numărul deputaților. Curtea a considerat că prevederile privind alegerea Președintelui prin vot direct, secret și liber exprimat, sunt valabile în forma anterioară modificării neconstituționale.²

Această revenire la vechea formulă constituțională a fost în asentimentul populației – potrivit sondajelor, 93% din cetățeni dorindu-și revenirea la vot popular direct.

Noua variantă a art. 78 din Constituție stipulează:

- 1) *Președintele este ales prin vot universal, egal, direct, secret și liber exprimat.*
- 2) *Poate fi ales Președinte al Republicii Moldova cetățeanul cu*

drept de vot care are 40 de ani împliniți, a locuit sau locuiește permanent pe teritoriul Republicii Moldova nu mai puțin de 10 ani și posedă limba de stat.

De asemenea, a fost modificat art. 89 din Legea Supremă, care prevede demiterea din funcție a președintelui. După amendare, acest articol arată astfel:

- 1) *În cazul săvârșirii unor fapte grave prin care se încalcă prevederile Constituției, Președintele Republicii Moldova poate fi suspendat din funcție de către Parlament cu votul a două treimi din deputați.*
- 2) *Propunerea de suspendare poate fi inițiată de cel puțin o treime din deputați și se aduce neîntârziat la cunoștința Președintelui Republicii Moldova. Președintele poate da Parlamentului explicații cu privire la faptele ce i se impută. Dacă propunerea de suspendare din funcție este adoptată în cel mult 30 de zile, se organizează un referendum de demitere a președintelui.³*

Reacția PCRM a fost furibundă, considerând că decizia din 4 martie este una anticonstituțională, că judecătorii Curții Constituționale au încălcat grosolan Constituția: „Patru oameni au decis soarta constituției”.⁴ Articolul 141 din Constituție spune clar că, Constituția poate fi modificată ori de majoritatea parlamentară, ori prin referendum.

Principii de marketing în campaniile electorale ale candidaților din Republica Moldova

Pentru a înțelege mai bine elementele teoretice pe care s-au bazat campaniile electorale ale principalelor partide considerăm că este necesar să preluăm modelele propuse de Jennifer Lees-Marshment.

În campaniile electorale, pe lângă logo-uri și slogane electorale, partidele politice identifică și o strategie de poziționare pe piața politică în condiții de concurență. Marshment descrie trei modele de marketing politic, care pot fi utilizate de competitori. Acestea se deosebesc în funcție de orientarea lor comportamentală: Partidul orientat către produs (product-oriented party); Partidul orientat către vânzare (sales-oriented party); Partidul orientat către piață (market-oriented party).⁵

Partidul orientat către produs (POP) oferă exemplul clasic de partid, care își susține ideile și politicile proprii, considerând că alegătorii îi vor acorda în mod natural votul, convinși de valoarea și justetea acestora. Nu își schimbă ideile sau produsul chiar dacă suportul electoral pe care acestea reușesc să-l atragă este limitat. Aname acesta a fost modelul la care s-a raliat Partidul Socialiștilor și liderul acestora în campania prezidențială.

Partidul orientat către vânzare (SOP) nu își schimbă comportamentul pentru a se potrivi cu ce vrea publicul, ci caută să convingă

publicul să-și dorească ceea ce partidul are de oferit. În același timp, nu răspunde apariției „consumatorului” politic, ci caută să schimbe cererile alegătorilor, mai degrabă decât să le urmeze. (A fost comportamentul PPEM și al liderului acestuia, Iurie Leancă).

Partidul orientat către piață (MOP) schimbă paradigma tradițională de înțelegere a politicului. În procesul de marketing pornește de la premisa că, pentru a câștiga alegerile, un partid trebuie să identifice și să înțeleagă prioritățile publice, preocupările și cererile, înainte de a-și crea produsul. MOP nu își propune să schimbe ce gândesc oamenii, ci să ofere ceea ce aceștia vor și au nevoie. Nu este direcționat ideologic, ci, preponderent, de dorința de a oferi un set de politici realiste care răspund cerințelor pieței. (A fost strategia comportamentală a Partidului Dreptate și Adevăr – PAS, condus de Maia Sandu.)

Campania prezidențială: lupta între geopolitică, între stereotipuri sau împotriva oligarhiei naționale?

În cursa prezidențială s-au înscris inițial 12 competitori, doi dintre care, ulterior s-au retras din competiție (M. Lupu, PDM și A. Năstase, Platforma „Demnitate și Adevăr”) și un concurent a fost eliminat prin decizia CEC (I. Popenco, „Ravnopravie”).

În turul al II-lea al alegerilor au ajuns liderul PSRM, Igor Dodon, și

candidatul dreptei politice, liderul partidului „Acțiune și Solidaritate” (PAS), Maia Sandu.⁶

Cu câteva zile înainte de primul tur de scrutin, s-a produs „o filtrare” a candidaților din partea formațiunilor politice cu șanse mari de a ajunge în turul doi. În scopul consolidării potențialilor votanți în favoarea candidatului dreptei politice, s-au retras din cursă liderul partidului „Demnitate și Adevăr”, partidul care a organizat ample acțiuni de protest împotriva „guvernării corupte”, cel care a ridicat „orașelul Libertății” „construit” din corturi în Piața Marii Adunări Naționale ca semn de protest împotriva celor au capturat statul”, având lozinca „Vrem țara înapoi!”.

În felul acesta, s-a produs consolidarea dreptei politice de pe piața politică moldovenească, pro-europeană, care, inițial, a fost mai aglomerată decât eșichierul de stânga.

De remarcat că ambii favoriți ai campaniei prezidențiale au reprezentat opoziția politică din țară – opoziția parlamentară de stânga și opoziția extraparlamentară, de dreapta.

Igor Dodon, PSRM, Slogan de campanie: „Moldova are viitor!”

Platforma electorală a candidatului s-a axat pe următoarea triadă de obiective politice, sociale și culturale:

Statalitate, neutralitate și identitate moldovenească.

Economie puternică și dreptate socială.

Credință ortodoxă și relații de prietenie cu Federația Rusă.

Alte obiective prioritare din agenda prezidențială a candidatului Igor Dodon au fost: federalizarea Republicii Moldova, denunțarea Acordului de Asociere cu Uniunea Europeană, interzicerea tuturor inițiativelor unioniste pe teritoriul Republicii Moldova.

Identitatea națională: limba moldovenească, istoria Moldovei, o singură cetățenie, o Moldovă puternică – au constituit temele de campanie ale Partidului Socialiștilor și în alegerile parlamentare din 2014. Astfel, putem afirma că candidatul PSRM își avea deja un nucleu dur de electorat.

Staff-ul PSRM a mizat, în special, pe impactul unei retorici electorale negative la adresa actualei coaliții de guvernare din Republica Moldova, mediatizând, prin toate canalele de comunicare, câteva teme de campanie foarte sensibile pentru opinia publică. Unele dintre acestea au contribuit și la formarea *agendei publice* în spațiul național: „statul capturat”, miliardele deturnate, sărăcia, compromiterea și îndepărtarea de valorile tradiționale și cele creștin-ortodoxe etc.

În pliantele cu publicitate electorală ale PSRM se constata faptul că „în ultimii ani, Moldova a ajuns să fie guvernată de oligarhi”. „Parlamentul, Guvernul, sistemul judiciar, organele de forță, majoritatea surselor mass-media, inclusiv Televiziunea Națională, toate fluxurile financiare din țară sunt concentrate în mâinile

oligarhatului”. Lupta împotriva oligarhiei naționale a constituit *mega-tema* acestui scrutin. Atât candidatul stângii, cât și candidatul dreptei au criticat dur delapidările din sistemul bancar și monopolizarea sistemului politic de către oligarhi.

În materialele de propagandă electorală persoanele implicate în „furtul secolului” au fost caracterizate astfel: „Criminalii au sustras din țară fonduri echivalente cu suma de un miliard de euro”.⁷ „Furtul secolului” a reprezentat una dintre cele mai dureroase lovituri aplicate economiei țării și bunăstării populației. Regimul intenționează să compenseze pierderile de miliarde furate din contul cetățenilor.”

Staff-ul PSRM a inclus în retorica electorală problema „sărăciei absolute”, avertizând electoratul că Moldova se află în pragul unei explozii sociale. Toate creditele luate sunt folosite pentru consum. 70 la sută din populația țării trăiește sub limita sărăciei. Circa un milion de cetățeni, potrivit datelor prezentate chiar de Guvern, care, anterior, nega aceste cifre, trăiește și activează peste hotarele țării. „Așa-numita guvernare a organizat un genocid social. Acest lucru îi vizează, în primul rând, pe pensionari, persoanele cu dizabilități, familiile numeroase”.⁸

Retorica electorală a socialiștilor a promovat ideea respectului pentru valorile ortodoxiei și valorile tradiționale, care ar fi neglijate de actuala guvernare, iar Biserica Ortodoxă este zilnic supusă unor provocări. În

opinia candidatului socialist, este promovată un fel de „sclavie liberală”.

Biserica și mass-media au fost factorii primordialii, care au contribuit la formarea opiniei publice în direcția dorită de concurent. Mediile favorabile unui sau al altui competitor au contribuit la formarea *agendei media* și agenței publice în conformitate cu strategia de comunicare a actorului electoral. Prin urmare, confruntarea dintre competitori a fost, de fapt, o confruntare a temelor și subiectelor denigratoare la adresa acestora.

Pericolul pierderii statalității a fost și continuă să fie încă, o temă centrală din paradigma comunicării electorale a staff-ului PSRM. Aceasta a continuat din scrutinul parlamentar și din retorica cotidiană a partidului. „...Ei își propun drept scop final desființarea Moldovei, anexând-o unui alt stat până în anul 2018. Cu acest prilej, în România deja a fost constituită o comisie specială, iar în Moldova structurile de guvernământ sunt pline de trădători de Patrie”.⁹

Un alt obiectiv politic și electoral din oferta PSRM și a candidatului acestui Igor Dodon a fost restabilirea Parteneriatului strategic cu Rusia. Astfel, după cum și a promis în campania electorală, prima vizită în calitate de Președinte al țării Igor Dodon a avut-o la Moscova.

Politica iresponsabilă a regimului de guvernământ, începând cu anul 2009, are drept rezultat o criză fără precedent în relațiile cu principalul

nostru partener strategic – Federația Rusă. Închiderea pieței rusești a avut drept urmare falimentarea fermierilor, defrișarea a mii de hectare de copaci fructiferi, dispariția a zeci de mii de locuri de muncă. Țara suportă prejudicii de milioane. „Regimul continuă să agraveze starea de lucruri prin tentative de a interzice difuzarea posturilor de televiziune rusești, prin propagandă antirusescă înverșunată la toate mass mediile controlate de sistem”.¹⁰

În contextul crizei de imagine a instituțiilor puterii, în special a Parlamentului, candidatul stângii a promis votanților săi că, ajungând președinte, va insista pe organizarea alegerilor parlamentare anticipate. Asta chiar dacă Constituția Republicii Moldova, Art. 85 statuează expres în ce condiții poate fi dizolvat Parlamentul:

„(1) În cazul imposibilității formării Guvernului sau al blocării procedurii de adoptare a legilor timp de 3 luni, Președintele Republicii Moldova, după consultarea fracțiunilor parlamentare, poate să dizolve Parlamentul. (2) Parlamentul poate fi dizolvat, dacă nu a acceptat votul de încredere pentru formarea Guvernului, în termen de 45 de zile de la prima solicitare și numai după respingerea a cel puțin două solicitări de investitură.”¹¹

Igor Dodon a afirmat că toate problemele importante și controversate vor fi decise de popor, prin referendum: „Voi fi inițiatorul unui referendum privind vectorul de politică externă a Republicii Moldova.

Voi înainta inițiativa de revenire a Moldovei la regimul de comerț asimetric cu țările din Uniunea Europeană – un regim favorabil pentru țară.”¹²

Publicul – țintă al candidatului PSRM l-a constituit electoratul rusofil, nostalgicii URSS, adică o parte din electoratul Partidului Comuniștilor, care, deși au fost îndemnați de V. Voronin să boicoteze acest scrutin ca fiind unul neconstituțional, s-au prezentat, totuși, la urnele de vot. Ocnița, Taraclia și Comrat au fost cele mai „roșii” raioane, pe când în Centru, ca și în primul tur, s-a votat mai mult pentru Maia Sandu; 53,4% dintre locuitorii Chișinăului au votat pentru Maia Sandu¹³ (Vezi *Anexa*).

După primul tur de scrutin, care s-a desfășurat la 30 octombrie 2016, Igor Dodon obține 47, 98% din sufragii sau 549 151 voturi. După turul doi – 13 noiembrie – obține 52,11% din sufragii sau 766 593 voturi, devenind învingătorul competiției prezidențiale¹⁴. Igor Dodon este al 5-lea Președinte al Republicii Moldova după declararea independenței. Mandatul președintelui în Republica Moldova este de patru ani.

Valorile creștin-ortodoxe: impactul asupra opticii electorale

Implicarea reprezentanților Bisericii Ortodoxe din Moldova în campania electorală a constituit unul din elementele scandaloase ale acestui scrutin. Unele fețe bisericești s-au implicat tranșant în promovarea

candidatului stângii politice și a denigrării candidatului dreptei. *Framing the debate*-ul acestei retorici electorale l-a constituit conferința de presă, organizată de patru reprezentanți ai Mitropoliei Chișinăului și a întregii Moldove, între care episcopul Markel, în timpul căreia Maia Sandu este comparată cu un „bob sterp”, deoarece nu este căsătorită și nu are copii.

Constatăm prin urmare, implicarea agresivă în cadrul alegerilor prezidențiale a reprezentanților Mitropoliei Moldovei, care au utilizat un limbaj extremist, xenofob, homofob și sexist în adresa unui concurent electoral.

Pornind de la ideea că peste 90% din cetățenii moldoveni sunt creștin-ortodoxi și că dominant este electoratul rural, care are anumite stereotipuri și prejudecăți, acest mesaj manipulator a fost unul cu impact în mediul rural.

De remarcat, totodată, că Art.38 alin. (3) din Codul electoral interzice finanțarea ori susținerea materială sub orice formă, directă și/sau indirectă, a activității partidelor politice, a campaniilor electorale/concurenților electorali de către organizațiile religioase.

Imixtiunea reprezentanților bisericii a fost constatată și în raportul președintelui Curții Constituționale de validare a rezultatelor alegerilor. Din aceste considerente, Curtea a emis o Adresă Parlamentului în vederea instituirii unor mecanisme sancționatorii prompte și imediate, inclusiv în ordine penală, pentru orice

tentativă de implicare a cultelor religioase în campaniile electorale.

Elementul ortodoxiei în comunicarea PR a candidatului socialiștilor a fost unul perceput în mediul electoral și și-a făcut efectul de „management al impresiei”. În perioada preelectorală 6-10 august Igor Dodon, împreună cu mai mulți membri ai PSRM, au ajuns pe sfântul Munte Athos, care este un simbol al creștinismului. Mai multe poze au fost postate pe Facebook: „Schitul Sfintei Ana. Muntele Athos. Iubesc Moldova! Moldova are viitor!”¹⁵

În spiritul promovării valorilor creștine și în scopul creării imaginii „electorale” de creștin-ortodox, la 23 septembrie 2016, la Moscova, liderul PSRM, Igor Dodon, s-a întâlnit cu Patriarhul rus, Kirill. Acesta i-a oferit binecuvântarea sa pentru „muncă de creație” în Moldova.¹⁶ „Noi, popoarele ortodoxe, trebuie să ne ținem împreună, în pofida încercărilor de a ne scinda care vin din afară. Și, în primul rând, trebuie să restabilim relațiile de prietenie cu Federația Rusă”, a scris Igor Dodon pe Facebook.

Vulnerabilități de imagine

Vladimir Voronin, liderul PCRM, a cărui membru a fost și Igor Dodon, a sugerat că votul acestuia din 2012 pentru alegerea lui Nicolae Timofti în fruntea statului a fost cumpărat cu 3 milioane de euro. „Chiar dacă Dodon va ajunge președinte, relațiile noastre cu el nu se vor schimba. El nu ne-a

trădat, ne-a vândut pentru 3.000.000 de euro.

Clivaje electorale

Geopolitica condiționează clivajul tradițional al electoratului moldovean: pro-est, pro-vest. Acest criteriu de divizare a votului a funcționat în turul doi de scrutin; în primul tur însă megatema campaniei a fost „statul capturat” și corupția la nivel înalt – retorică debitată de ambii candidați, precum și de alți participanți în competiție. Mai mult, în perioada acțiunilor de protest din Piața Marii Adunări Naționale, Igor Dodon a fost printre animatorii acțiunilor, alături de liderii PPDA (Partidul „Platforma pentru Dreptate și Adevăr” (A. Nastase) și PN (Partidul Nostru, lider- R. Usatâi).

Maia Sandu, surpriza campaniei?

Slogan de campanie: „Eu am ales să înving!”

„Moldova se înecă în sărăcie din cauza corupției și a oligarhilor. Dar noi, oamenii buni, suntem mai mulți și sunt convinsă că împreună vom fi mai puternici decât ei și vom învinge. Vom construi țara în care să vrem să trăim. Eu am ales să înving!”

(Contract social cu cetățenii încheiat astăzi, 05 octombrie 2016, între Maia Sandu și cetățenii Republicii Moldova).

Staff-ul partidului PAS, după cum am menționat mai sus, ca și cel al PSRM a stigmatizat în retorica

electorală corupția și oligarhia, care au adus la sărăcie în țară. Contractul cu cetățenii conține 10 puncte și reflectă oferta electorală a dreptei politice.

„Eu, Maia Sandu, cetățean al Republicii Moldova, candidat la funcția de Președinte al Republicii Moldova, închei acest contract cu cetățenii”. Astfel, Maia Sandu se angajează, dacă devine Președinte al Republicii Moldova, să „consulte cetățenii, inclusiv prin referendum, pe toate subiectele importante”. Promite că va face tot ce-i stă-n putință pentru ca Republica Moldova să se apropie de Uniunea Europeană și pentru a aduce valorile și nivelul de trai europene la noi acasă. Candidatul PAS invocă moralitatea în politică, ea angajându-se să propune în funcții de răspundere doar oameni integri, care nu au comis sau tolerat acte de corupție (Prim-ministru, Procuror general, Șef al autorității naționale pentru integritate, director al Serviciului de informații și securitate, judecători, președinți și vice-președinți de instanțe, inclusiv la Curtea Supremă de Justiție, diplomați).¹⁸

Sandu promite să scoată Procuratura Generală de sub influența politicului și să ceară asistență internațională în investigarea furtului miliardului, pentru ca banii să revină în țară, iar cei vinovați să fie pedepsiți. De asemenea, ea se angajează să facă publice toate informațiile de interes național și să supravegheze ca toate instituțiile statului să lucreze transparent, în interesul

cetățenilor. „Voi începe de la Președinție crearea unui nou sistem politic, care să nu mai permită acapararea puterii de către un oligarh sau un grup de oligarhi. Voi promova dezvoltarea presei independente pentru ca cetățenii să fie informați corect”.¹⁹

În pofida faptului că Maia Sandu, ex-ministru al Educației, nu a avut experiența politică și electorală, cu care s-a poziționat contracandidatul ei, a devenit, în turul doi, un simbol electoral pentru electoratul pro-european. În aceste competiții un rol important și-a asumat diaspora. Moldovenii din diaspora au votat masiv pentru Maia Sandu, în special cei din Italia, în timp ce Igor Dodon a obținut rezultate mai mult decât modeste.²⁰

Maia Sandu a fost susținută și de lideri politici europeni, în special, de membrii PPE. Lidera Partidului Acțiune și Solidaritate (PAS) participă la Summit-ul Partidului Popular European care a avut loc la 20 octombrie 2016 în Maastricht, Olanda. Pe contul de Twitter al Partidul Popular European (The European People's Party) a apărut un mesaj de susținere al candidatului de centru-dreapta pentru alegerile prezidențiale din Republica Moldova Maia Sandu. Maia Sandu apare într-o serie de poze alături de cancelarul german Angela Merkel, președintele Consiliului European, Donald Tusk și președintele Comisiei Europene, Jean-Claude Juncker. „Tentativele de falsificare a alegerilor nu vor fi tolerate de către partenerii europeni”

avertizează Joseph Daul. În aceeași postare, liderul PPE spune că Maia Sandu are toată susținerea formațiunii sale.²¹

Totodată, o delegație a Partidului Popular European a făcut în cadrul unei conferințe de presă, la Chișinău, un apel către alegătorii din Republica Moldova. Aceștia au declarat că după toate sondajele analizate au ajuns la concluzia că Maia Sandu este candidatul cel mai potrivit pentru funcția de Președinte al Republicii Moldova, iar alegători ar trebui să ofere votul unui candidat pro-european.

După aceste postări, PSRM a contestat la CEC susținerea Maiei Sandu din partea oficialilor europeni. Socialiștii au invocat art. 45 din Codul electoral, conform căruia „nu pot fi utilizate în scop de publicitate electorală imagini ce reprezintă instituții de stat sau autorități publice, atât din țară cât și de peste hotare, ori organizații internaționale. Se interzice combinarea de culori și/sau sunete care invocă simboluri naționale ale Republicii Moldova ori ale altui stat, utilizarea materialelor în care apar personalități istorice ale Republicii Moldova sau de peste hotare, simbolistica unor state străine sau organizații internaționale sau imaginea unor persoane oficiale străine.”²²

Mass-media – actor părtinitor în campania electorală și modelarea opinie publice

Nicio democrație nu poate exista fără cele două elemente fundamentale:

- opinia publică;
- mass-media, care o formează.

Media exercită o influență absolut considerabilă asupra unei forțe din ce în ce mai semnificative a lumii de azi: opinia publică. Miza de-acum este câștigarea opiniei publice, iar media au o preeminență de nimeni pusă la îndoială în acest domeniu. Temerea față de media exprimă de fapt temerea față de influența asupra opiniei publice²³.

A.Lowery și M. DeFleur scriau că „Mass-media reprezintă principalii artizani ai culturii politice a maselor, adică a ceea ce masele consideră ca reprezintă viața politică și preocupările politice ale momentului. De asemenea, mass-media sunt cele care formează, în cea mai mare parte, cultura politică a elitelor”²⁴. Paul Dobrescu notează că mass-media cultivă opinia așa cum agricultorii cultivă pământul.²⁵

Campania electorală toamna 2016 a fost una manipuloare și persuasivă. Un discurs politic electoral mediatizat nu atât informează, cât dezinformează publicul din bazinul oponentului, în speranța de a-l deruta, de a-l distanța, de a-l fura sau corupe, în cele din urmă. În acest sens, dezbaterile electorale dintre cei doi candidați au fost

construite după principiul cunoscut în literatura de specialitate drept cadraj mediatic – *framing the debate*. Să faci *framing the debate* înseamnă să direcționezi percepția publică, să focalizezi atenția pe un anumit subiect și să determini acea interpretare asupra lui care te avantajează politic. Entman identifică cinci metode clasice de *framing*:²⁶ *Conflictul* – conflictualizarea, care pune accent pe dispute sau tensiuni. *Interesul uman* – personalizarea, care introduce emoțiile în relatarea unei știri și oferă o „față umană” unor evenimente. *Sublinierea consecințelor* – *framing-ul* se face în jurul urmărilor de natură diferită (politică, economică, socială etc.) pe care o acțiune/eveniment/decizie le-ar comporta. *Invocarea moralității* – direcționarea discuției către aspectele și implicațiile de natură morală. *Responsabilizarea* – atribuirea responsabilității pentru cauza sau soluția unei probleme. În discursurile candidaților au dominat cadrajul conflictului și al moralității.

Ambii favoriți ai campaniei – Dodon și Sandu – s-au învinuit reciproc de faptul că ar fi „omul lui Plahotniuc”. Prin aceasta putem invoca elemente naționale de PR electoral, inclusiv „tehnologii murdare”. Retragerea din cursă a candidatului Partidului Democrat, M. Lupu și declarația acestuia precum că s-ar retrage în favoarea unui candidat pro-european „cu șanse mai mari” a fost folosită de I. Dodon ca argument al concluziei: „Sandu – candidatul coordonatorului Alianței

de guvernare”. La rândul său, M. Sandu declara, în timpul dezbaterilor televizate, că de fapt Dodon este adevărata miză a lui V. Plahotniuc, iar această „ofertă” nu este pentru ea altceva decât „mărul otrăvit”. Aproape ridicol, dar dacă în democrațiile mature electoratul se distinge și se partajează în funcție de opțiuni doctrinare sau tradiție, cutumă, în Republica Moldova – a apărut o *cvasidoctrină* – „omul sistemului”.²⁷

Mass-media și „intoxicarea” opiniei publice

Mai multe portaluri – Argumentul.info, Bloknot-moldova.md, Kp.md și chiar unele posturi de televiziune (Prime TV, Accent TV), la 4 și 5 noiembrie 2016, au transmis știrea despre apelul studenților sirieni de la Universitatea de Stat de Medicină și Farmacie „Nicolae Testemițanu”, către cetățenii Republicii Moldova să o voteze pe Maia Sandu. Știrea făcea referire la o postare video preluată de pe Youtube.com: „Maia Sandu și-a asigurat susținerea de necombătut a Angelei Merkel, a funcționarilor europeni și principalul – a diasporei siriene din Republica Moldova. După ce Sandu a promis că va primi, în cazul victoriei sale la alegerile prezidențiale, 30 de mii de refugiați din Siria – ea a primit nu doar ajutor financiar pentru crearea și menținerea partidului său, dar și „electoratul său” stabil, compus din sirieni recunoscători!” Într-un reportaj, studenții străini spun că și-ar dori ca

și alți sirieni să emigreze în Moldova, pentru a scăpa de războiul din țara lor”.

De fapt, studenții au fost rugați să comenteze o informație falsă, iar răspunsurile lor au devenit știre-manipulatoare. Mai multe portaluri au tirajat informația despre faptul că Maia Sandu s-ar fi înțeles cu Angela Merkel, cu care s-a întâlnit în cadrul unui for al PPE, să primească 30 de mii de migranți sirieni în Moldova, dacă va deveni Președinte al Republicii Moldova.

Informația evocată a urmărit drept scop sensibilizarea sentimentului de frică al moldovenilor, alimentat de știrile despre riscurile și provocările de securitate în legătură cu escaladarea valului de migranți în Europa. Miza „gestionarilor” acestor știri a fost să-i convingă pe moldoveni să nu o voteze pe Maia Sandu. În consecință, trebuia demonstrat că problema primirii refugiaților nu este și nu poate fi discutată nicăieri în cadrul structurilor Uniunii Europene, deoarece Republica Moldova nu este țară membră a Uniunii Europene. O parte din electorat era însă derutat.

Iar în timpul unor dezbateri electorale la postul public de televiziune, Igor Dodon, a încercat să construiască o legătură cauză-efect între reformele implementate în învățământ și cazurile de suicid în rândul minorilor, utilizând, de fapt, un sofism din retorica persuasivă: „În perioada în care Maia Sandu a fost ministru al Educației, în premiera în anii 2012-2015 au fost

înregistrate peste 400 de cazuri de suicid și tentative de suicid la copii; acesta este rezultatul reformelor, informația este oficială”.²⁸

Stereotipuri cultural-politice identificate în scrutinul electoral

În această campanie un rol de neglijat l-a avut stereotipul cultural-politic. El, bărbatul, familistul, liderul de succes vs femeia care nu are familie, este străină nu doar sistemului, valorilor acceptate de acest sistem, dar și de societate. Chiar și apariția, în ziua scrutinului, a candidatului socialist alături de familia sa – un element de *americanizare* a comunicării electorale – putea fi percepută ca o replică la adresa contracandidatei sale.

Știrile compromițătoare fac, deseori, efectul *agenda-setting* în campanie. Teoria „agenda-setting” promovată de McCombs, reprezintă, în mare parte, efortul de a identifica un nou câmp al influențelor, acela al efectelor indirecte și de lungă durată. Teoria *agenda - setting* descrie „...abilitatea, în special a știrilor, dar și a dezbaterilor televizate, de a influența predominanța unor subiecte pe agenda publică”²⁹. Cu cât știrile insistă mai mult pe un anumit subiect, cu atât audiența va percepe acel subiect ca fiind mai important.³⁰

McCombs și Shaw au formulat ipotezele de bază ale funcției agen-dei pornind de la constatările următoare: într-o campanie electorală, alegătorii își iau din media majori-

tatea informațiilor; alegătorul învață elemente noi din cadrul informațiilor mediatice, chiar dacă nu toți sunt capabili egali să le exploateze; alegătorii învață și se informează în funcție de insistența cu care discută media sau de felul în care sunt incluse în program problemele dezbătute în campanie³¹ [p. 116].

În raportul de monitorizare a scrutinului prezidențial, Curtea Constituțională a constatat favorizarea de către mass-media a unor candidați electorali. Din raportul de monitorizare a mass-media în campania electorală pentru alegerile prezidențiale 2016, realizat de Asociația Presei Independente, rezultă că Igor Dodon a fost concurentul cel mai favorizat din punctul de vedere al contextului aparițiilor. Acesta a apărut de 116 ori în lumina pozitivă și de 80 ori în lumina negativă. Maia Sandu a fost mai mult defavorizată, apărând în lumină negativă de 146 ori și în lumină pozitivă de 103 ori.

Curtea a reținut că mass-media este elementul fundamental al unei societăți democratice. Aceasta este un instrument pentru exercitarea puterii și influențarea opiniei, este cel mai important actor care facilitează schimbul de idei între electorat și concurenții electorali și care construiește identitatea electoratului.³²

Funcția principală a presei în societățile democratice constă în reflectarea faptelor și evenimentelor politice în modul cel mai obiectiv, imparțial și deschis, promovarea unui număr mare de opinii și puncte

de vedere precum și interpretarea știrilor în așa fel încât publicul să înțeleagă relevanța informațiilor pe care o primesc.³³

În timpul campaniei, unele posturi de televiziune au făcut partizanat politic, au contribuit la crearea unei agende mediatice capabile să denigreze contracandidatul electoral.

Giovanni Sartori scria, acum 10 ani, despre „post-gândire” în lucrarea sa *Homo Videns. Imbecilizarea prin televiziune și post-gândirea*, „Omul crescut în fața televizorului, dominat de video-cultură, riscă să rămână un video-copil incapabil de raționamente, prizonier al „post-gândirii”, incult până la aberație.³⁴ Cu alte cuvinte, riscă să devină o nouă specie, diferită de *homo sapiens*. Mai mult, însăși democrația e pusă în pericol de distrugerea sistematică a spiritului critic, „opera” unei televiziuni al cărei unic și tiranic scop e audiența și al cărei efect imediat e dezinformarea, în spatele iluziei că televiziunea ne face să participăm direct la viața politică, apare riscul că nu mai putem nici cunoaște, nici stăpâni lumea în care trăim.

Concluzii

Clivajul Vest-Est este omniprezent, simptomatic, principal pentru electoratul din Republica Moldova. Important, însă, că mesajul cu substanță geopolitică, practic, nu a fost exploatat de candidatul dreptei politice în turul al doilea. Mesajul acestuia a fost construit, în principal,

pe ideea de demolare a unui sistem corupt, compromis și resetarea clasei politice. Mesajul pro-Vest a fost unul implicit, subliminal, dacă vreți. Or, cele peste 48% care i-au acordat votul de încredere M. Sandu, cu certitudine sunt cei cu opțiuni de modernizare și, desigur, printre ei – și cei care consideră unirea R. Moldova cu România o soluție rezonabilă. Dar Sandu a evitat și mesajul unionist. Votul pro-Sandu a fost votul împotriva decidenților și oportuniștilor din „statul captiv”. Votul consistent pentru candidatul dreptei politice a fost, de fapt, un vot împotriva sistemului corupt, împotriva justiției controlate și întru solicitarea unei clase politice pentru care moralitatea să fie normă. În turul doi, însă, credem că deși retorica a fost una anti-sistem, votul a fost în principal geopolitic. La 30 octombrie M. Sandu obține 38,71% din sufragii sau 548 152 voturi. În turul doi – 47, 89% sau 766 593 voturi.³⁵

Dicționarul Oxford a desemnat cuvântul *post-truth* (post-adevar) ca fiind cuvântul anului 2016. Conform celor care au făcut aceasta selecție, cuvântul se refera la acele circumstanțe în care faptele obiective au o influență mai redusă în formarea opiniei publice decât apelurile bazate pe emoție sau credințe personale.

Oxford Dictionary arata ca, utilizarea sa s-a intensificat în contextul referendumului pentru ieșirea Marii Britanii din UE și a alegerilor prezidențiale din SUA. „Post-adevăr” a fost folosit în special în asociație cu cuvântul „politica”, în formula „politica post-adevar”. Popularitatea acestui cuvânt arata ca trăim într-o epoca în care conceptul de adevăr a devenit neimportant sau irelevant.³⁶

Acest fenomen lingvistic-politic a fost omniprezent și în alegerile prezidențiale din Republica Moldova. Din perspectiva prerogativelor constituționale reduse ale șefului statului, multe dintre promisiunile electorale au devenit un model de *post-adevăr*. În timpul primei vizite în calitate de șef al statului la Moscova, Igor Dodon declară că, dacă PSRM va câștiga alegerile parlamentare, va denunța Acordul de Asociere RM-UE. În campanie, însă, acesta nu condiționa acțiunea în cauză cu rezultatele electorale obținute de PSRM în alegerile parlamentare ordinare sau anticipate.

Mai mult, contextul politic actual induce spre ideea că prerogativele Președintelui Republicii Moldova, ales prin vot direct, vor face obiectul dezbaterilor politice în următoarea perioadă.

Note

¹ La 7 decembrie Parlamentul s-a întrunit în ședință specială pentru

alegerea Președintelui Republicii Moldova. Cvorumul a fost întrunit,

- la ședință înregistrându-se și deputații fracțiunii PCRM. Ulterior, fracțiunea PCRM a boicotat procedura de alegere și unicul candidat înregistrat, Marian Lupu, a acumulat doar 53 de voturi acordate de deputații majorității parlamentare (AIE) din cele 61 necesare. Vezi, „Alegerile Președintelui Republicii Moldova din 10 noiembrie și 7 decembrie 2009”, *E-Democracy*, <http://www.e-democracy.md/elections/presidential/20092/>, (accesat 28.01.2017).
- ² „Curtea Constituțională a restabilit dreptul cetățenilor de a-și alege Președintele”, *Curtea Constituțională*, 04.03.2016, <http://www.constcourt.md/libview.php?l=ro&idc=7&id=759&t=/Prezentare-generală/Serviciul-de-presa/Noutati/Curtea-Constituțională-a-restabilit-dreptul-cetatenilor-de-a-si-alegePresedintele#sthash.UU26GZNp.dpuf>, (accesat 29.01.2017).
- ³ Pentru o imagine exhaustivă vezi, Parlamentul Republicii Moldova, Constituția Republicii Moldova, 29 iulie 1994, *Republicat: Monitorul Oficial al R. Moldova nr.78/140 din 29.03.2016, Monitorul Oficial al R. Moldova nr.1 din 12.08.1994*, <http://www.parlament.md/CadruLegal/Constitution/tabid/151/language/ro-RO/Default.aspx>, (accesat 29.01.2017).
- ⁴ Vezi, „Reacția lui Voronin la hotărârea CC: Acești mari constituționaliști trebuie opriți”, *Independent.md*, <http://independent.md/reactia-lui-voronin-la-hotararea-cc-acesti-mari-constitucionalisti-trebuie-opriti/#.WJYek0yLS01>, (accesat 02.02.2017).
- ⁵ Jennifer Lees-Marshment, *Political Marketing: Principles and Applications*, Routledge, New York, 2009.
- ⁶ „Alegerile Președintelui Republicii Moldova din 10 noiembrie și 7 decembrie 2009”, *op.cit.*
- ⁷ Vezi, „Rezultatele guvernării pro-europene: Criza din ultimii ani din Moldova s-a intensificat și mai mult țara se află în prag de colaps”, *Actualități.md*, 30.09.2016, <http://actualitati.md/md/politica-interna/rezultatele-guvernarii-pro-europene-criza-din-ultimii-ani-din-moldova-s>, (accesat 28.01.2017).
- ⁸ Igor Dodon, „Platforma electorală”, 30.09.2016, <http://dodon.md/platforma-electorală/>, (accesat 01.02.2017).
- ⁹ *Ibidem.*
- ¹⁰ *Ibidem.*
- ¹¹ Curtea Constituțională, Hotărâre Nr. 30 din 01.10.2013 pentru interpretarea articolului 85 alin. (1) și alin. (2) din Constituția Republicii Moldova (dizolvarea Parlamentului) (sesizarea nr. 22b/2013), publicat în 28.11.2014, în *Monitorul Oficial*, Nr. 352-357, art Nr. 42, Data intrării în vigoare: 01.10.2013 <http://lex.justice.md/index.php?action=view&view=doc&lang=1&id=355617>, (accesat 25.01.2017).
- ¹² Igor Dodon, „Platforma electorală”, *op.cit.*
- ¹³ Alina Neagu, „Mesajul lui Igor Dodon pentru diaspora: *Eu vă stimez, chiar dacă ați votat împotriva mea, 14.11.2016*”, *Hotnews.ro*, http://www.hotnews.ro/stiri-alegeri_moldova_2016-21413845-mesajul-lui-igor-dodon-pentru-diaspora-stimez-chiar-daca-ati-votat-impotriva-mea.htm, (accesat 28.01.2016).

- ¹⁴ „Alegerile Președintelui Republicii Moldova din 10 noiembrie și 7 decembrie 2009”, *op. cit.*
- ¹⁵ Diana Preasca, „Igor Dodon merge pe Muntele Athos”, *Moldova.org*, 06.07.2016, <http://www.moldova.org/igor-dodon-merge-pe-muntele-athos/>, (accesat 01.02.2017).
- ¹⁶ „Dodon a fost binecuvântat de Patriarhul Kirill pentru „binele țării”, *Agora.md*, 23.09.2016, <http://agora.md/stiri/22667/dodon-a-fost-binecuvantat-de-patriarhul-kirill-pentru-binele-tarii>, (accesat 01.02.2017).
- ¹⁷ Victoria Dumbavă, „VIDEO. Voronin: Dodon ne-a vândut pentru 3 mln de euro. Nu avem niciun motiv să-l susținem”, *Agora.md*, 01.11.2016, <http://agora.md/stiri/24134/video--voronin-dodon-ne-a-vandut-pentru-3-mln-de-euro--nu-avem-niciun-motiv-sa-l-sustinem>, (accesat 01.02.2017).
- ¹⁸ Maia Sandu, „Contract social cu cetățenii”, *E-Democracy.md*, <http://www.e-democracy.md/files/elections/presidential2016/electoral-program-maia-sandu-2016-ro.pdf>, (accesat 26.01.2017)
- ¹⁹ *Ibidem.*
- ²⁰ Pentru alegerile prezidențiale din acest an au fost deschise peste hotarele țării 100 de secții de vot. Cele mai multe secții de votare au fost deschise în Italia – 25, în România – 11, în Federația Rusă – 8, în SUA – 7, Franța – 6, Portugalia și Spania – câte 4 secții de votare etc.
Vedeți mai jos o HARTĂ a secțiilor de vot, deschise peste hotare, amplasarea acestora, dar și câți moldoveni s-au prezentat la urne la fiecare secție în parte.
- „HARTĂ: Secțiile de vot de peste hotare și câți moldoveni s-au prezentat la urne, la fiecare secție, în primul tur de scrutin”, 04.11.2016, <http://unimedia.info/stiri/harta-sectiile-de-vot-de- peste-hotare-si-cati-moldoveni-s-au-prezentat-la-urne--la-fiecare-sectie--in-primul-tur-de-scrutin-122624.html>, (accesat 01.02.2017).
- ²¹ „Mekel și PPE, susținere pentru Maia Sandu în scrutinul din Republica Moldova”, *Realitatea.Net*, 21 octombrie 2016, <https://www.realitatea.net/merkel-i-liderii-ppe-sus-inere-pentru-maia-sandu-in-scrutinul-din-r-moldova-1995013.html>, (accesat 01.02.2017).
- ²² Svatlana Maftai, DOC // PSRM a contestat la CEC, susținerea Maiei Sandu din partea oficialilor europeni, *Deschide.md*, 21.10.2016, <http://deschide.md/ro/stiri/politic/2138/DOC--PSRM-a-contestat-la-CEC-sus%C5%A3inerea-Maiei-Sandu-din-partea-oficialilor-europeni.htm>, (accesat 01.02.2017).
- ²³ Jean Francois Revel, *Cunoașterea inutilă*, Editura Humanitas, București, 1993, p. 263.
- ²⁴ A.S. Lowery, M. și L. DeFleur, 1995, 285, *apud.*, P. Dobrescu și A. Bargaoanu, *Mass media și societatea* București, SNSPA, 2003, p. 226. [file:///C:/Users/Aurelia/Downloads/MassMedia%20\(1\).pdf](file:///C:/Users/Aurelia/Downloads/MassMedia%20(1).pdf)
- ²⁵ P. Dobrescu, A. Bargaoanu A, *Mass media și societatea*, SNSPA, București, comunicare.ro, 2003.
- ²⁶ Robert Entman, Robert M., „Framing: Toward clarification of a fractured paradigm”, *Journal of Communication*, Nr. 4, 1993.

- ²⁷ Vladimir Adrian Costea, „Interviu cu Aurelia Peru Bălan expert în PR politic: În această campanie din Republica Moldova s-a mințit, s-a manipulat, s-a persuadat”, *Europunkt.ro*, 28 noiembrie 2016, <http://europunkt.ro/2016/11/28/interviu-cu-aurelia-peru-balan-expert-in-pr-politic-in-aceasta-campanie-din-republica-moldova-s-a-mintit-s-a-manipulat-s-a-persuadat/>, (accesat 01.02.2017).
- ²⁸ „Dodon promite anularea examenului de Bacalaureat”, *Digi 24*, 8.11.2016, <http://www.digi24.ro/stiri/dodon-promite-anularea-examenului-de-bacalaureat-608219>, (accesat 01.02.2017).
- ²⁹ M. McCombs, *Setting the Agenda: the Mass Media and Public Opinion*, Blackwell, Cambridge, 2004, p.115.
- ³⁰ C. Barbaros, *Comunicarea politică, Construirea spectacolului politic, a opiniei publice și agendei publice*, Editura Adenium, Iași, 2014, p.116.
- ³¹ *Ibidem*, p.183.
- ³² „Decizia Curții Constituționale privind validarea mandatului de președinte al lui Igor Dodon”, *Jurnal.md*, 13.12.2016, <http://www.jurnal.md/ro/politic/2016/12/13/decizia-curtii-constitutionale-privind-validarea-mandatului-de-presedinte-al-lui-igor-dodon/>, (accesat 01.02.2017).
- ³³ Potrivit art. 64 din Codul electoral, radiodifuzorii, în cadrul tuturor programelor lor, și mijloacele de informare în masă scrise fondate de autorități publice au obligația de a respecta principiile de echitate, responsabilitate, echilibru și imparțialitate în reflectarea alegerilor. Radiodifuzorii publici acordă concurenților electorali timp de antenă gratuit, în mod echitabil și fără discriminare, în baza principiilor de transparență și obiectivitate.
- ³⁵ Vezi Giovanni Sartori, *Homo Videns. Imbecilizarea prin televiziune și post-gândirea*, Editura Humanitas, București, 2005.
- ³⁵ „Alegerile Președintelui Republicii Moldova din 10 noiembrie și 7 decembrie 2009”, *op. cit.*
- ³⁶ Vlad Toma, „Post-truth (post-adevăr) desemnat cuvântul anului 2016 de Dicționarul Oxford”, 16.11.2016, <http://revista22.ro/70258086/post-truth-post-adevar-desemnat-cuvantul-anului-2016-de-dictionarul-oxford.html>, 01.02.2017.

Bibliografie

- BARBAROS, Corina, *Comunicarea politică, Constituirea spectacolului politic, a opiniei publice și a agendei publice*. Editura Adenium, Iași, 2014.
- DEFLEUR, Melvin L., Lowery, Sh., *Milestones in Mass Communication. A History of Effect research*, 3rd Edition, Longman, 1995.
- DOBRESCU, Paul, BARGĂOANU A., *Mass media și societatea*, Editura SNSPA, comunicare.ro, București, 2003.
- ENTMAN, Robert M., „Framing: Toward clarification of a fractured paradigm”, *Journal of Communication*, 43 (4), 1993.

LEES-MARSHMENT, Jennifer, *Political Marketing: Principles and Applications*. Routledge, New York, 2009.

MCCOMBS M., Shaw, D., "The agenda setting function of mass media", *Public Opinion Quarterly*, 36 (2), 1972.

REVEL, Jean Francois, *Cunoașterea inutilă*. Editura, Humanitas, București, 1993.

SARTORI Giovanni, *Homo Videns. Imbecilizarea prin televiziune și post-gândirea*, Editura Humanitas, București, 2005.

Resurse online:

„Alegerile Președintelui Republicii Moldova din 10 noiembrie și 7 decembrie 2009”, *E-Democracy*, <http://www.e-democracy.md/elections/presidential/20092/>.

„Curtea Constituțională a restabilit dreptul cetățenilor de a-și alege Președintele”, *Curtea Constituțională*, 04.03.2016, <http://www.constcourt.md/libview.php?l=ro&idc=7&id=759&t=/Prezentare-generală/Serviciul-de-presa/Noutati/Curtea-Constituțională-a-restabilit-dreptul-cetățenilor-de-a-si-alegePreședintele#sthash.UU26GZNp.dpuf>.

Parlamentul Republicii Moldova, Constituția Republicii Moldova, 29 iulie 1994, Republicat: Monitorul Oficial al R. Moldova nr. 78/140 din 29.03.2016, *Monitorul Oficial al R. Moldova nr.1 din 12.08.1994*, <http://www.parlament.md/CadruLegal/Constitution/tabid/151/language/ro-RO/Default.aspx>.

„Reacția lui Voronin la hotărârea CC: Acești mari constituționaliști trebuie opriți”, *Independent.md*,

<http://independent.md/reactia-lui-voronin-la-hotararea-cc-acesti-mari-constitucionalisti-trebuie-opriti/#.WJYek0yLS01>.

„Rezultatele guvernării pro-europene: Criza din ultimii ani din Moldova s-a intensificat și mai mult țara se află în prag de colaps”, *Actualități.md*, 30.09.2016,

<http://actualitati.md/md/politica-interna/rezultatele-guvernarii-pro-europene-criza-din-ultimii-ani-din-moldova-s>.

Igor Dodon, „Platforma electorală”, 30.09.2016,

<http://dodon.md/platforma-electoral/>.

Curtea Constituțională, Hotărâre Nr. 30 din 01.10.2013 pentru interpretarea articolului 85 alin. (1) și alin. (2) din Constituția Republicii Moldova (dizolvarea Parlamentului) (sesizarea nr. 22b/2013), publicat în 28.11.2014, în Monitorul Oficial, Nr. 352-357, art Nr. 42, Data intrării în vigoare: 01.10.2013 <http://lex.justice.md/index.php?action=view&view=doc&lang=1&id=355617>.

NEAGU, Alina, „Mesajul lui Igor Dodon pentru diaspora: Eu va stimez, chiar dacă ați votat împotriva mea, 14.11.2016”, *Hotnews.ro*, http://www.hotnews.ro/stiri-alegeri_moldova_2016-21413845-mesajul-lui-igor-dodon-pentru-diaspora-stimez-chiar-daca-ati-votat-impotriva-mea.htm.

Preasca, Diana, „Igor Dodon merge pe Muntele Athos”, *Moldova.org*, 06.07.2016,

<http://www.moldova.org/igor-dodon-merge-pe-muntele-athos/>.

„Dodon a fost binecuvântat de Patriarhul Kirill pentru „binele țării”, *Agora.md*, 23.09.2016,

- <http://agora.md/stiri/22667/dodon-a-fost-binecuvantat-de-patriarhul-kirill-pentru-binele-tarii>.
- DUMBRAVĂ, Victoria, „VIDEO. Voronin: Dodon ne-a vândut pentru 3 mln de euro. Nu avem niciun motiv să-l susținem”, *Agora.md*, 01.11.2016, <http://agora.md/stiri/24134/video--voronin-dodon-ne-a-vandut-pentru-3-mln-de-euro--nu-avem-niciun-motiv-sa-l-sustinem>.
- SANDU, Maia, „Contract social cu cetățenii”, *E-Democracy.md*, <http://www.e-democracy.md/files/elections/presidential2016/electoral-program-maia-sandu-2016-ro.pdf>, (accesat 26.01.2017)
- „HARTĂ: Secțiile de vot de peste hotare și câți moldoveni s-au prezentat la urne, la fiecare secție, în primul tur de scrutin”, 04.11.2016, <http://unimedia.info/stiri/harta-sectiile-de-vot-de-pestehotare-si-cati-moldoveni-s-au-prezentat-la-urne--la-fiecare-sectie--in-primul-tur-de-scrutin-122624.html>.
- „Mekel și PPE, susținere pentru Maia Sandu în scrutinul din Republica Moldova”, *Realitatea.Net*, 21 octombrie 2016, https://www.realitatea.net/merkel-i-liderii-ppe-sus-inere-pentru-maia-sandu-in-scrutinul-din-r-moldova_1995013.html.
- MAFTEI, Svatlana, DOC // PSRM a contestat la CEC, susținerea Maiei Sandu din partea oficialilor europeni, *Deschide.md*, 21.10.2016, <http://deschide.md/ro/stiri/politic/2138/DOC--PSRM-a-contestat-la-CEC-sus%C5%A3inerea-Maiei-Sandu-din-partea-oficialilor-europeni.htm>.
- COSTEA, Vladimir Adrian, „Interviu cu Aurelia Peru Bălan expert în PR politic: În această campanie din Republica Moldova s-a mințit, s-a manipulat, s-a persuadat”, *Europunkt.ro*, 28 noiembrie 2016, <http://europunkt.ro/2016/11/28/interviu-cu-aurelia-peru-balan-expert-in-pr-politic-in-aceasta-campanie-din-republica-moldova-s-a-mintit-s-a-manipulat-s-a-persuadat/>
- „Dodon promite anularea examenului de Bacalaureat”, *Digi 24*, 8.11.2016, <http://www.digi24.ro/stiri/dodon-promite-anularea-examenului-de-bacalaureat-608219>.
- „Decizia Curții Constituționale privind validarea mandatului de președinte al lui Igor Dodon”, *Jurnal.md*, 13.12.2016, <http://www.jurnal.md/ro/politic/2016/12/13/decizia-curtii-constitutionale-privind-validarea-mandatului-de-presedinte-al-lui-igor-dodon/>.
- TOMA, Vlad, „Post-truth (post-adevăr) desemnat cuvântul anului 2016 de Dicționarul Oxford”, 16.11.2016, <http://revista22.ro/70258086/post-truth-post-adevar-desemnat-cuvantul-anului-2016-de-dictionarul-oxford.html>, 01.02.2017.

Anexă. Harta electorală

Alegeri prezidențiale 2016
13 noiembrie, turul II

Voturi acumulate de Igor Dodon și Maia Sandu

