

NewsIN

Sondaj: Știrile sunt cel mai urmărit tip de program TV de către români

Știrile sunt cel mai urmărit tip de program TV de către români, acestea fiind urmate de filmele artistice, emisiunile sportive și telenovelele, arată sondajul "Influența media asupra comportamentului electoral" realizat de CURS la comanda CNA, în perioada 1-25 septembrie și prezentat joi la București.

Din totalul respondenților, cei mai mulți au declarat că urmăresc la televizor emisiunile de știri (68,7%). Pe locul doi în preferințele respondenților s-au clasat filmele artistice (6,4%), pe locul trei, emisiunile sportive (3,4%), pe patru, telenovelele (3,3%), iar pe locul cinci, talk-show-urile (2,9%).

La întrebarea "Ce vă interesează cel mai mult în cadrul știrilor", 28% dintre respondenți au declarat că preferă informațiile politice, 22% au declarat că urmăresc cu cel mai mare interes informațiile despre probleme sociale (pensii, sănătate, asigurări, migrație), 16% au declarat că urmăresc, cu același interes, toate tipurile de informații, iar 12% au declarat că urmăresc, în principal, informațiile despre evenimente sociale (greve, manifestații, inaugurări). Doar 1% dintre respondenți au declarat că urmăresc informații despre acte violente (crime, accidente).

Sondajul "Influența media asupra comportamentului electoral" a fost realizat de CURS, la comanda Consiliului Național al Audiovizualului (CNA), și face parte din proiectul "Expertiză și profesionalism în audiovizual", finanțat prin programul Phare. Cercetarea a fost realizată pe un eșantion probabilist de 2.000 de persoane cu vârsta de peste 18 ani și are o eroare de +/- 2,2%. Datele au fost culese în perioada 1 - 25 septembrie.

Centrul de Sociologie Urbană și Regională (CURS) este o companie privată de cercetări sociale și de marketing. Printre clienții CURS se numără agenții guvernamentale, organizații non-guvernamentale și fundații non-profit, agenți economici privați din țară și străinătate. Reporter Cătălin Daniel Cocoș / Vlad Nichita

NewsIN

Sondaj: Pro TV, Antena 1 și TVR 1 posturile care prezintă cele mai de încredere știri

08 nov 2007 13:10

Pro TV, Antena 1 și TVR 1 sunt posturile de televiziune care prezintă cele mai de încredere știri, arată sondajul "Influența media asupra comportamentului electoral" realizat de CURS la comanda Consiliului Național al Audiovizualului (CNA) în perioada 1 - 25 septembrie și prezentat joi la București.

Sondaj: Robert Turcescu este cel mai performant moderator TV de emisiuni politice

08 nov 2007 12:33

Robert Turcescu este cel mai performant moderator de emisiuni politice din România, fiind urmat de Gabriela Vrânceanu Firea și Marius Tucă, arată sondajul "Influența media asupra comportamentului electoral" realizat de CURS la comanda CNA, în perioada 1-25 septembrie și prezentat joi la București.

Ev.zilei

Jumatate dintre romani nu citesc

Traian Batranu

Aproape 90% dintre romani nu merg deloc la cinematograful, opera, opereta sau teatru, in timp ce 52% din populatia Romaniei nu citeste carti niciodata, potrivit studiului "Influenta media asupra comportamentului electoral", realizat de Centrul de Sociologie Urbana si Regionala (CURS).

Studiul arata ca 52% dintre repondenti au declarat ca nu citesc niciodata carti si ca 87% dintre cei interievati nu merg deloc la cinematograful, in timp ce 8-9% merg o data-de doua ori pe an.

De asemenea, 89% din populatie nu merge deloc la opera, opereta sau concert, 86% nu merge la teatru, iar 74% nu viziteaza muzee sau expozitii. Romanii nu merg nici la discoteca, in schimb, o parte din populatie (12-14%) asculta muzica acasa. In schimb, romanii sunt credinciosi. Astfel, peste 90% dintre repondenti, in varsta de peste 18 ani, au declarat ca merg la biserica.

Studiul, realizat prin chestionare, a fost prezentat ieri intr-o conferinta de presa, la Consiliul National al Audiovizualului (CNA). Cercetarea s-a desfasurat pe un esantion de 2.000 de subiecti, cu varste peste 18 ani, din toate zonele tarii, in perioada 1-25 septembrie. Marja de eroare este de +/-2,2%.

Adevarul

Programele de televiziune dau ora exactă în viața românilor

de Petre Barbu, Andreea Lupu

O treime din românii cu vârste de peste 18 ani urmăresc, în medie, mai mult de trei ore pe zi programele de televiziune, iar știrile sunt programele lor preferate.

Televiziunea este „crocodilul” care mănâncă cel mai mult din timpul românilor: două ore și patruzeci de minute pe zi. Cele mai urmărite programe tv sunt știrile și filmele artistice. Informațiile politice sunt în topul consumului de știri tv.

Aproape 36% din români petrec, în medie, în fața televizorului mai mult de trei ore pe zi. Acești maniaci au fost „descoperiți” de studiul „Influența media asupra comportamentului electoral”, realizat de CURS la comanda Consiliului Național al Audiovizualului (CNA).

Rezultatele cercetării, efectuate pe un eșantion reprezentativ la nivel național de 2.000 de persoane cu vârste de peste 18 ani, s-a concretizat într-un studiu voluminos care relevă, pe de o parte, consumul de media al românilor și, pe de altă parte, influența acestora asupra comportamentului.

Politica bate faptul divers? Sondajul arată că românii nu consumă în mod uniform programele tv. Cele mai vizionate emisiuni sunt știrile de televiziune. Aproape 68% din cei chestionați aleg în fiecare seară, în primul rând, jurnalele de știri. Și ce anume îi interesează din aceste știri? Studiul spune clar: informațiile și știrile politice în proporție de 28%.

Opțiunile pentru știrile politice creează un paradox. Potrivit sondajelor de audiență, cele mai urmărite programe sunt Știrile ProTV și Observatorul (Antena 1). Acestea conțin cu preponderență „faptul divers” împachetat în ambalajul „senzaționalului”. În fapt, cele două jurnale plasează informațiile politice în coada știrilor de fapt divers. Atunci, cum se explică rezultatele oferite de studiul CURS, opțiunea pentru știri politice, și apetența consumatorului de spectacol, confirmată de ratingurile din măsurători? O posibilă explicație ar fi că una declară românul și alta face. (De exemplu, una este să urmărești filme erotice și alta este să declari operatorului de la compania de cercetare că faci asta.)

Această „ipocrizie” este confirmată și de cifrele din raport: doar 7% au declarat că sunt interesați de faptele sau situațiile cotidiene și doar 1% de violența din cadrul programelor de știri. Cu alte cuvinte, luând de bune atât raportul CURS, cât și sondajele de audiență, nu rămâne decât să presupunem că cei intervievați nu au fost sinceri. Televiziunile, imparțiale ca tot românul Raportul comandat de CNA, finanțat din fonduri PHARE, realizat în perioada 1-25 septembrie, spune că 25% din români preferă să urmărească știrile politice la ProTV. De data aceasta nu este o surpriză.

Cei care au răspuns astfel sunt prizonierii brandului Pro și, firesc, și-au exprimat opinia în funcție de acest fapt. Pe locul următor se clasează Observatorul Antenei 1, cu 22%, și TVR1, cu 16%. Realitatea TV și Antena 3, cu toate că sunt specializate în știri și abordează masiv scena politică, au în acest studiu cote de 13%, respectiv 7%. Majoritatea românilor se uită seara la televizor (81%), în timp ce doar 3% la programele de dimineață. Pare un efort aproape inutil din partea posturilor tv de a investi în matinal. Asta în cazul în care pot să-i intereseze pe pensionari și pe studenții care se trezesc mai târziu. Obiectivitatea posturilor tv reprezintă o secțiune consistentă în studiu. Aproape 36% din cei chestionați consideră că programele politice tv sunt „obiective”. TVR1 și ProTV sunt considerate de români ca fiind cele mai neutre, cu o cotă de încredere de 13%.

Pe locurile următoare apar Antena 1 (10%), Realitatea (9%) și (senzațional!)... OTV (6%). Dacă ar fi să „întoarcem foaia” pentru a vedea care este cel mai subiectiv post, am constata din raport că, în primul rând, 52% din cei intervievați au refuzat să răspundă.

Cum trebuie să citim această cifră foarte mare? Ori oamenii nu știu să deosebească nuanțele subiective, ori le este rușine să nominalizeze vreun post. În al doilea rând, potrivit aceluiași studiu, Antena 1 este considerată cea mai subiectivă televiziune (8%), fiind urmată de Realitatea TV, ProTV și TVR 1, toate cu șapte procente. Studiul nu precizează ce înseamnă subiectivitate în accepția cercetătorilor.

Dacă televiziunile și radiourile sunt radiografiate din punct de vedere al obiectivității, presa scrisă, mai precis ziarele, scapă de acest examen. Studiul nu arată, la fel ca în cazul televiziunilor și radiourilor, care sunt ziarele cu un grad mai mare sau mai mic de subiectivitate.

Ori comanditarul studiului (CNA) nu a fost interesat de acest lucru (deși titlul raportului este „Influența media...”), ori nu a vrut să-și „ridice în cap” ziaristii de presă scrisă (mult mai acizi decât cei din audiovizual), ori poate nu au fost fonduri suficiente și pentru această întrebare...

Studiul relevă trei categorii de telespectatori cu vârste de peste 18 ani: fideli (care stau în fața televizorului mai mult de patru ore pe zi), moderați (1-3 ore pe zi) și ocazionali (mai puțin de o oră pe zi). Telespectatorii fideli reprezintă 36% din populație.

Următoarea categorie reprezintă 46%, iar cea formată din ocazionali, 18%. Se poate spune că românii sunt consumatori moderați de televiziune.

În primul rând, telespectatorii sunt interesați de știri (68,7%), filme artistice (6,4%), sport (3,4%), telenovele (3,3%) și talk-show-uri (2,9%). De remarcat că divertismentul, programe cărora televiziunile private le acordă o mare atenție, este preferat (în prima opțiune) de doar 1,3% din populație.

Informațiile și știrile politice sunt preferate de 28% din cei chestionați. În topul preferințelor urmează problemele sociale (22%), evenimente sociale (12% - greve, manifestații, inaugurări) și faptul divers. Majoritatea românilor obișnuiește să se uite la televizorul din propriul cămin (99%). Aproape 81% urmăresc în timpul serii programele TV și doar 3% se uită la emisiunile matinale. Conform sondajului, Știrile Pro TV, Antena 1, TVR 1 sunt televiziunile cu cele mai mari cote de încredere din piața de televiziune. De remarcat că știrile de la Realitatea TV și Antena 3 sunt cotate cu 13%, respectiv 7% încredere, în timp ce frunțașele au cote de peste 20%.

Aproape 69% din populație ascultă zilnic programele radio. Circa 23% din români alocă radioului mai mult de trei ore pe zi și 24%, între o oră și trei. Raportul CNA arată că media de ascultare zilnică este de 2 ore și 14 minute. Cu precădere, radioul este ascultat dimineața: 47%. Aproape 75% din cei chestionați au declarat că ascultă radioul acasă și 14% la serviciu. De remarcat că 6% din români ascultă programele în mijloacele de transport. Așa încât relizatorii radio care cred că sunt urmăriți de oamenii de la volan au motive serioase să-și reevalueze grilele de programe. Totuși, depinde cărui public te adresezi. Gradul de obiectivitate al emisiunilor radio pe teme politice este apreciat la superlativ de doar 2% din ascultători. Interesant de remarcat este faptul că jumătate din cei chestionați nu și-au exprimat nicio părere despre neutralitatea acestor tipuri de emisiuni. La întrebarea „ce post de radio vi se pare cel mai obiectiv?”, mai mult de jumătate (63%) au refuzat să răspundă.

Totuși, Radio România Actualități rămâne în topul încrederii cu 12%. Îl urmează Europa FM cu 7% și Kiss FM (4%). Posturile locale sunt creditate cu 4% cotă de încredere. Ciudat este faptul că în privința subiectivității, radioul public deține prima poziție, dar cu 5%. De notat că din aceste două topuri lipsește Info Pro.

Mai puțin de două treimi din populația țării citește ziare, în fiecare zi (63%). Altfel spus, 37% nu citesc niciodată ziare. Pondere devoratorilor de presă, care alocă mai mult de trei ore zilnic, este de 4%. Circa 28% din consumatori rezervă mai puțin de o oră pe zi. Semnificativ este faptul că unul din cinci români citește ziare mai mult de o oră pe zi.

Sondajul relevă și informații prețioase despre modul de cumpărare a ziarelor. Astfel, 58% le cumpără zilnic, 14% au abonament și 20% le împrumută.

Citirii ziarelor se alocă, în medie, 50 de minute zilnic.

Unde citim presa? Aproape 75% din români au declarat că la domiciliu răsfoiesc/citesc ziarele. La serviciu, citesc 13% (cu voia șefului?) și doar 2% în mijloacele de transport. În baruri și restaurante, doar 1% din români obișnuiesc să citească presă.

Dacă ar fi să urmeze cu sfințenie cifrele din acest studiu, editorii de cărți ar trebui să-și închidă „prăvăliile” și să se apuce de televiziune. Circa 53% din cei chestionați nu citesc cărți. Doar 2% alocă peste trei ore pe zi lecturii. 1 din 10 persoane obișnuiește să citească mai mult de o oră pe zi și aproape 2 din 10 citesc zilnic, dar mai puțin de o oră. Pentru cărți se acordă zilnic, în medie, 37 de minute. Aproximativ 85% din români citesc cărțile acasă. Paginile de internet sunt accesate zilnic de 27% din români, care au și televizor. De notat că 73% din români nu folosesc niciodată internetul. Mai rar decât zilnic îl folosesc numai 8%, iar 5% îl utilizează între o oră și două ore. Cum se observă, consumul de internet este slab în România, deși există mulți optimiști care susțin că acesta va exploda cât de curând și va depăși presa scrisă. Internetul este utilizat zilnic, în medie, o oră și 49 de minute. Paginile online sunt accesate în proporție de 64% de acasă, 17% de la serviciu și 4% de la calculatorul prietenilor.

Studiul CNA are drept obiectiv doar evaluarea moderatorilor de emisiuni social-politice. Scorul de performanță al moderatorilor TV (procent dintre cei care și-au exprimat opinii favorabile) arată că Robert Turcescu (Realitatea TV), Gabriela Vrânceanu Firea (Antena 3) și Marius Tucă (Antena 1) se bucură de cele mai mari scoruri. Este un clasament care va reprezenta o decorație pe pieptul oamenilor de televiziune. De asemenea, studiul are și un clasament al notorietății, în care figurează pe primele locuri Gabriela Vrânceanu Firea (75%), Marius Tucă (74%) și... insomniacul Dan Diaconescu (73%).

Cotidianul

Radioul si postul public ne iau peste picior

[Costi Rogozanu](#)

Se prefac ca nu inteleg regulile si legile din aceasta tara. Alexandru Sassu, presedintele TVR, trimite intruna scrisori la CNA despre cum el nu intelege toata chestia cu acea campanie pentru referendum (o campanie inceputa de doua saptamini!), o evidenta sicanare politica. Unele posturi private vorbesc deja despre referendum fara sa fi primit lamuriri de la CNA - pentru ca nu era nevoie! Maria Toghina, sefa radioului public, sicaneaza cu si mai multa nesimtire -, nici macar nu se prezinta la CNA sa-si ia mult cerutele indicatii pretioase despre cum ar

trebuie facute dezbaterile. Cit despre campania pentru europarlamentare, posturile publice fac scamatorii pe placul partidelor care isi aleg tematici convenabile la cererea realizatorilor de talk-show.

Nu mai e comic, ce s-a intimplat in ultimele luni cu postul public, dupa un an de zbcium financiar, este cu mult mai scandalos. O echipa de stiri a fost redusa la tacere pentru ca a difuzat unul dintre cele mai tari subiecte ale anului (Remes-Muresan), au fost adusi in loc sefi cu multa experienta in periat „partide conservatoare” si acum, in sfirsit, se primesc la redactie materiale gata filmate cu Voiculescu prin Harcov.

In sondajul CURS comandat de CNA exista cifre semnificative la capitolul neutralitatea stirilor sau influenta politica asupra stirilor. Pe linga procente minime de incredere sau de neincredere, se ridica o uriasa proportie de oameni care nu vor sa se pronunte sau nu stiu sa judece neutralitatea unei televiziuni sau a alteia: este vorba de 52% din totalul celor intervievati. Telespectatorii romani consuma calm stiri fara sa stie sa le judece sau fara sa mai vrea sa le filtreze. Intotdeauna un post public va fi conditionat de puterea politica, dar acum se petrece o batjocura. Giurgiu primea indicatiile despre moderatori de la Tariceanu. Acum, Sassu organizeaza totul ca in interiorul partidului cu o intreaga camarila de reporteri si realizatori specializati in facut cu totul altceva decit televiziune. Una sint mecanismele complicate ale cercurilor de putere in media si alta e sa te vezi luat peste picior de niste smecherasi care-ti rid in fata.

Gandul

Electoratul nu acționează în funcție de ceea ce vede la televizor

de Bogdan TUPILAT

Românii, interesați de știri în proporție de 70%

Politica nu se numără printre prioritățile telespectatorilor

36% dintre români se uită peste trei ore zilnic la televizor, arată un studiu realizat de Centrul de Sociologie Urbană și Regională CURS, la comanda Consiliului Național al Audiovizualului. Populația stă în fața micului ecran cu precădere seara (81%), iar emisiunile favorite sunt știrile, care interesează pe aproximativ 70% dintre telespectatori.

Petrecând atât timp în fața televizorului, românii și-au format și topurile în materie. Pro TV s-a situat pe locul întâi la capitolele știri politice preferate în cadrul grupajelor de știri (Știrile Pro TV - 25%), postul cu cele mai de încredere știri (22%) și canalul TV cu cele mai de încredere știri politice/informații

„Podiumul” este completat de Antena 1 și TVR 1. Emisiunile politice transmise de televiziuni nu inspiră prea multă încredere: 45% din populație spune că acestea sunt „puțin obiective” (34% „puțin obiective” și 11% „deloc obiective”). În topul celor mai obiective – neinfluențate politic – canale TV se regăsesc Pro TV și TVR1, ambele preferate de câte 13% dintre intervievați, Antena 1 (10%), Realitatea TV (9%), OTV (6%). Doar ceva peste o treime (36%) consideră că programele politice tv sunt „obiective” (34%) și „foarte obiective” (2%). Circa o cincime din populație nu poate sau nu știe să facă o astfel de apreciere.

Același sondaj evidențiază interesul scăzut al populației față de politică. Atât în 2007 cât și în 2004, interesul „mare și foarte mare” al populației față de politică este recunoscut doar de 21%, respectiv 22% din populație.

Un interes mic și foarte mic este declarat de către 49%, respectiv 38% din populație (în 2004 procentele erau de 40% și 36%). Totuși, atunci când respondentul este întrebat direct despre interesul față de viitoarele campanii din 2008 pentru alegerile locale, parlamentare și prezidențiale, ponderea celor „interesați” și „foarte interesați” crește, atât în 2007, cât și în 2004, atingând pentru alegerile locale procentajul de 49%, în 2007, și de 58%, în 2004 (când alegerile următoare erau mai apropiate, la trei luni, în același an).

Pentru următoarele alegeri parlamentare procentajul celor „interesați” și „foarte interesați” este de 44%, în 2007 (comparativ cu 56%, în 2004), iar pentru viitoarele alegeri prezidențiale de 50%, în 2007, față de 61% în 2004.

În opinia populației, campaniile electorale ar trebui să includă în mai mare măsură informații despre nivelul de viață, sănătate-educație, situația tinerilor, siguranța cetățenilor, șomaj și locuri de muncă, corupție.

De-abia în al doilea rând apar, totuși cu ponderi importante, alte aspecte care ar trebui să fie cuprinse în temele de comparare precum reforma (privatizare, legislație, integrare europeană) și politică externă.

Pe ultimele locuri, ca interes, se situează programele partidelor politice și experiența acestora. Din datele de sondaj, bazate pe răspunsurile la întrebările privind decizia de vot la alegerile parlamentare și prezidențiale din turul I, din 2000 și 2004, rezultă că 42% luase decizia în 2000 înainte de campanie, iar din sondajul din 2007 că 54% din electorat luase decizia de vot pentru alegerile parlamentare din 2004, înainte de campanie. Din alte sondaje reiese că procentul crește la 60% dacă întrebarea se pune chiar înainte de a începe campania electorală.

Dintre cei care știu câte ceva despre sondajele de opinie publică, numai o parte țin seama de ele atunci când votează. Astfel, atât în 2007, cât și în 2004, numai 4% din această

categorie de populație apreciază că ține seama de ele într-o măsură foarte mare. O influență mare este percepută de 31% , mică și foarte mică, de câte 31%. Cei care țin seama într-o foarte mare măsură de datele de sondaj, tind în proporție de 57%, în 2007, să voteze cu „învingătorul”, respectiv cu cel situat pe primul loc în sondaje, și o parte mai mică de 7% cu „învingutul” din sondajele de opinie, adică cu cei situați sub așteptări. Aproximativ 36% dintre subiecți nu pot să aprecieze, în 2007, în ce fel au fost influențați de sondaje.

NewsIn

TVR alocă spațiu de emisie lui Băsescu numai dacă Parlamentul și CNA sunt de acord

Postul public de televiziune TVR îi va acorda spațiu de emisie președintelui Traian Băsescu în campania pentru referendum doar în cazul în care comisia parlamentară pentru stabilirea timpilor de antenă și CNA vor considera oportun acest lucru, informează un comunicat al TVR.

"În cazul în care comisia parlamentară și CNA vor considera oportun ca TVR să aloce șefului statului și alți timpi de antenă față de intervenția de luni, 5 noiembrie a.c., televiziunea publică va oferi acest spațiu", potrivit comunicatului citat. La jumătatea campaniei pentru referendum, TVR și SRR nu au organizat emisiuni de dezbatere pe tema votului uninominal, o comisie parlamentară creată special în acest sens - care nu este prevăzută de Legea referendumului - a eșuat în a împărți timpii de antenă ale părților în acest caz.

TVR arată că în ședința de marți a comisiei pentru stabilirea timpilor de antenă nu s-a luat nicio decizie în legătură cu acordarea lui Traian Băsescu a unei alte intervenții la postul public de televiziune, în afară de cea de luni, 5 noiembrie. "Precizăm că la ședința comisiei parlamentare pentru stabilirea timpilor de antenă de marți, 7 noiembrie a.c., nu s-a luat nici o decizie cu privire la acordarea sau neacordarea dreptului președintelui României de a mai avea încă o intervenție la televiziunea publică până la sfârșitul campaniei", mai spune comunicatul.

Comunicatul TVR afirmă că postul public va propune luni în cadrul întâlnirii cu membrii comisiei parlamentare pentru stabilirea timpilor de antenă, difuzarea unei serii de interviuri cu Traian Băsescu și cu liderii partidelor parlamentare. "TVR a hotărât ca luni, 12 noiembrie a.c., la întâlnirea cu membrii comisiei parlamentare pentru acordarea timpilor de antenă, să propună difuzarea, în ultima săptămână de campanie, a unei serii de interviuri cu liderii partidelor parlamentare și cu președintele României în care aceștia vor promova punctele de vedere față de votul uninominal", se mai arată în comunicat.

Televiziunea Română respinge acuzațiile aduse de Partidul Democrat potrivit cărora nu ar fi mediatizat în termenul legal campania pentru referendumul dedicat votului uninominal și prezintă o listă cu emisiuni TVR în care a fost dezbătut referendumul.

PD a anunțat joi, prin intermediul unui comunicat de presă semnat de președintele Emil Boc, că nu va participa la emisiunea propusă de postul public de televiziune în campania pentru referendum deoarece consideră că președintele Traian Băsescu este discriminat de comisia parlamentară de repartizare a timpilor de antenă. PD a mai anunțat joi că va ceda "specialiștilor" timpii de antenă ce îi revin în cadrul campaniei pentru referendum de la postul public.

TVR a anunțat printr-o adresă trimisă CNA, discutată în ședința de miercuri a Consiliului, că va începe joi difuzarea unor emisiuni despre referendum, dar a mai cerut lămuriri de la CNA privind modul în care trebuie să se desfășoare acestea. În adresă, care este semnată de președintele-director general TVR Alexandru Sassu, Societatea Română de Televiziune (SRTv) a mai precizat care sunt emisiunile despre referendum pe care le va difuza în următoarea perioadă și a cerut mai multe lămuriri despre prevederile articolelor din Decizia CNA 897/2007 privind reflectarea pe posturile de radio și de televiziune a referendumului pentru adoptarea votului uninominal la alegerile parlamentare. Doi dintre membrii CNA, Gelu Trandafir și Ioan Onisei, au declarat vineri, într-un comunicat, că televiziunea publică nu trebuie să aștepte înființarea de către Parlament a unei comisii care să stabilească timpii de antenă și că emisiunile se pot desfășura pe baza reglementărilor care sunt deja în vigoare. În același comunicat, Gelu Trandafir și Ioan Onisei au mai declarat că refuzul TVR de a organiza astfel de dezbateri reprezintă o abdicare de la misiunea ei de serviciu public. După două voturi amânate, plenul reunit al Parlamentului a decis miercuri, cu majoritate de voturi, înființarea comisiei de timpi de antenă ai campaniei pentru referendum.

Reporter Vlad Nichita

Editor Adelina Radulescu