

Monitorizarea mass-media (presa on-line) în perioada și campania electorală pentru alegerile prezidențiale 2020

Raport final
15 septembrie 2020 – 14 noiembrie 2020



National Endowment *for* Democracy
Supporting freedom around the world

Monitorizarea are loc în cadrul unui proiect implementat de Asociația Presei Independente (API) și finanțat de National Endowment for Democracy (SUA). Opiniile exprimate aparțin autorilor și nu reflectă neapărat punctul de vedere al finanțatorului.

I. DATE GENERALE

1.1 Obiectivul proiectului: monitorizarea și informarea opiniei publice privind comportamentul editorial al instituțiilor mass-media (presa on-line) în perioada electorală și în campania electorală pentru alegerile prezidențiale 2020 din Republica Moldova.

1.2 Perioada de monitorizare: 15 septembrie 2020 – 14 noiembrie 2020.

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

Portalurile au fost selectate în baza următoarelor criterii obiective: a) relevanță; b) notorietate/audiență; c) limba de difuzare; d) geografie. Astfel, sunt monitorizate portaluri naționale și un portal regional, în limbile română și rusă, cunoscute și indicate ca surse de informații de către diferite grupuri de consumatori, unele fiind prezente în pozițiile superioare ale sondajelor de măsurare a audienței online.

1.4 Portalurile monitorizate (în ordine alfabetică):

Actualitati.md¹ (limba rusă), Agora.md² (limba română), Aif.md³ (limba rusă), Gagauzinfo.md⁴ (limba rusă), Kp.md⁵ (limba rusă), Newsmaker.md⁶ (versiunea în limba rusă), Noi.md⁷ (versiunea în limba română), Realitatea.md⁸ (limba română), Sputnik.md⁹ (limba română), Timpul.md¹⁰ (limba română), Unimedia.info¹¹ (limba română), Vedomosti.md¹² (limba rusă). În cazul Aif.md, Kp.md și Vedomosti.md, conținutul editorial al portalurilor este comparat cu conținutul ziarelor „Argumentî i faktî Moldova”, „Komsomolskaia pravda v Moldove” și, corespunzător, „Moldavskie vedomosti”, editate de aceleași companii, pentru a identifica eventuale diferențe editoriale.

1.5 Obiectul monitorizării

Întreg conținutul editorial propriu al portalurilor, fără publicitatea marcată corespunzător.

1.6. Echipa

Proiectul este realizat de Asociația Presei Presei Independente (API) în cadrul Coaliției pentru Alegeri Libere și Corecte.

¹ Fondat de **Iuri Vitneanski**, membru PSRM, actual vicepreședinte al sectorului Botanica din mun. Chișinău

² Fondat de Interakt Media SRL (administratoare – **Irina Ghelbur**)

³ Pagină electronică a ziarului „Argumentî i Faktî Moldova”, editat de Exclusiv Media SRL, companie fondată de deputatul PSRM **Corneliu Furculiță**

⁴ Fondat de Iusivmedia SRL (administratoare – **Iulia Cîlcic**)

⁵ Pagină electronică a ziarului „Komsomolskaia Pravda v Moldove”, editat de „Komsomoliskaya Pravda-Basarabia” SRL (administrator – **Serghei Ciuricov**), fondatorul firmei – Exclusiv Media SRL, compania fondată de deputatul PSRM **Corneliu Furculiță**

⁶ Fondat de SRL NEWSMAKER, companie fondată de **Vladimir Soloviov** (administratoare – **Olga Cenușa**)

⁷ Fondat de MLD Media SRL, companie cu șase acționari, inclusiv companii ale omului de afaceri **Vasile Chirtoca**, consilier PSRM în Consiliul Municipal Chișinău

⁸ Fondat de SRL HB MEDIA (administrator – **Dumitru Țira**)

⁹ Filială a Agenției Internaționale de Presă și Radio Sputnik, fondată de compania de stat Rossia Sevodnea din Rusia (director Sputnik Moldova – **Vladimir Novosadiuc**)

¹⁰ Fondat de Publicația Periodică „TIMPUL de dimineață”, fondată de **Constantin Tănase** (administrator – **Silviu Tănase**)

¹¹ Fondat de Miraza SRL (administratoare – **Olesea Banari**)

¹² Pagină electronică a ziarului „Moldavskie vedomosti”, fondat de „Moldavskie vedomosti” SRL (administrator – **Victor Ciobu**)

1.7 Cadrul metodologic

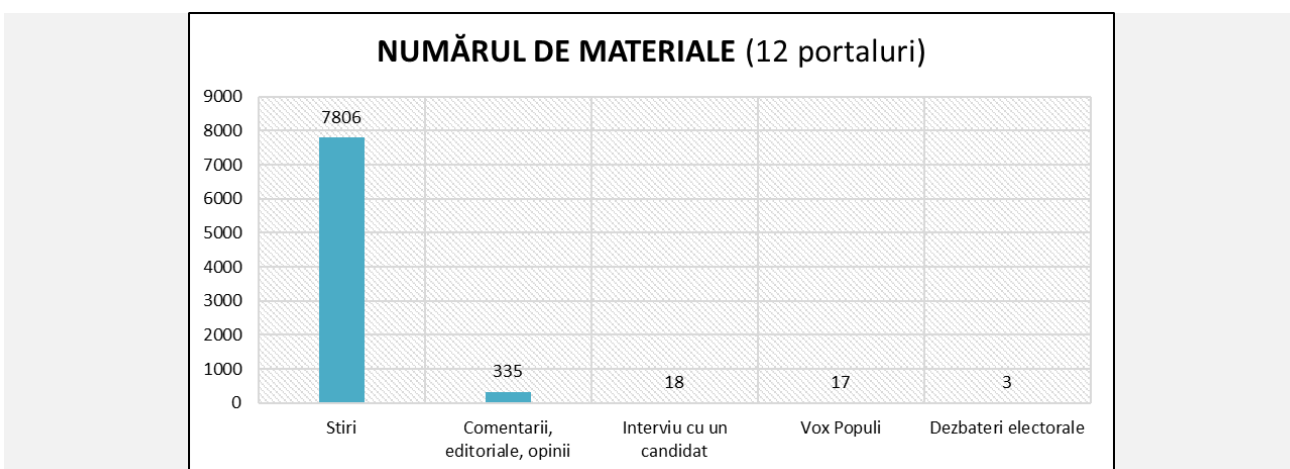
Monitorizarea se bazează pe metodologia elaborată de Oxford Media Research Center pentru proiectele de monitorizare ale Organizației Internaționale Campania Globală pentru Libertatea de Exprimare “Articolul 19”, adaptată și completată. Aceeași metodologie a fost utilizată și la monitorizarea instituțiilor mass-media în perioada și campania electorală pentru alegerile prezidențiale 2016.

Metodologia prevede măsurarea și analiza următorilor indicatori: 1) *cantitativi*, inclusiv tipul, durata, tematica mediatizării, protagoniștii și sursele știrilor, frecvența și durata apariției directe a concurenților electorali, și 2) *calitativi*, stabilindu-se contextul prezentării candidaților în materialele jurnalistice. Fiecare știre sau opinie este supusă unei evaluări de conținut și de context, pentru a determina dacă sunt favorabile sau defavorabile unui sau altui concurent electoral. Un conținut și/sau un context al știrii pozitiv ori negativ nu indică neapărat tendențiozitatea sau partizanatul instituției media care difuzează știrea. Este posibil ca știrea să favorizeze sau să defavorizeze pe unul dintre subiecți, și, cu toate acestea, să fie echidistantă și corectă din punct de vedere profesional. **La evaluarea contextului, este măsurată doar frecvența materialelor care îi favorizează sau defavorizează direct sau indirect pe subiecții electorali.**

II. ANALIZA DATELOR

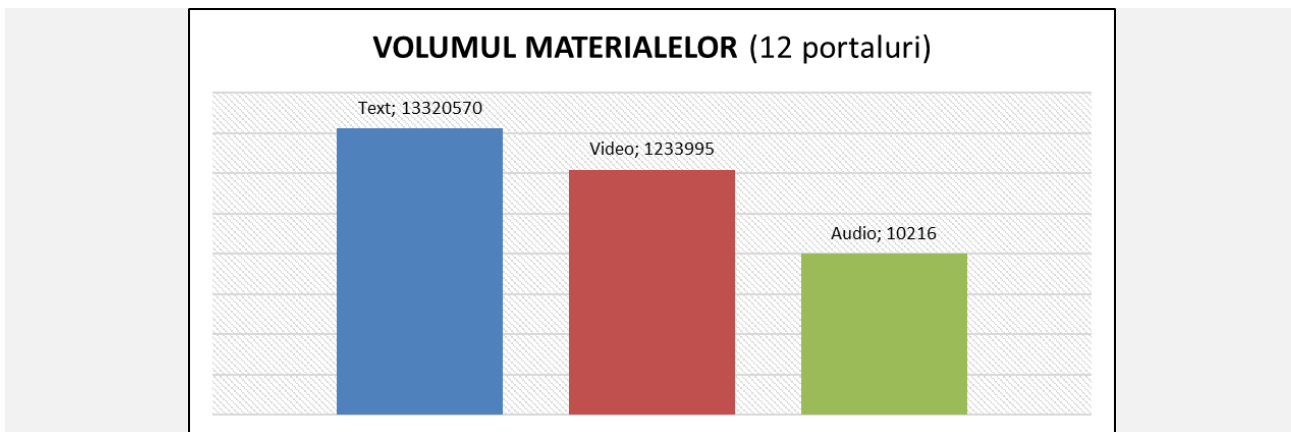
2.1 Tendințe generale

În perioada 15 septembrie – 14 noiembrie 2020, cele 12 instituții media online monitorizate au publicat, cumulativ, 8179 de materiale care au vizat direct sau indirect campania electorală pentru alegerile prezidențiale. Peste 95% din produsele jurnalistice au fost știri (7806) care s-au referit la candidații/candidatele la funcția de președinte/președintă, formațiunile politice pe care aceștia/acestea le reprezintă, activitatea CEC, regulile de vot în țară și în diasporă, ziua primului tur al alegerilor, campania pentru turul II, votul cetățenilor din stânga Nistrului, acțiunile electorale etc. Alte 335 de materiale, sau puțin peste 4% din numărul total, au fost publicate sub formă de comentarii, editoriale sau alte articole de opinie, iar un procent din produse s-a împărțit între interviuri cu un candidat sau o candidată (18 cazuri), sondaje de tip Vox Populi (17 cazuri) și dezbateri electorale (3 cazuri).

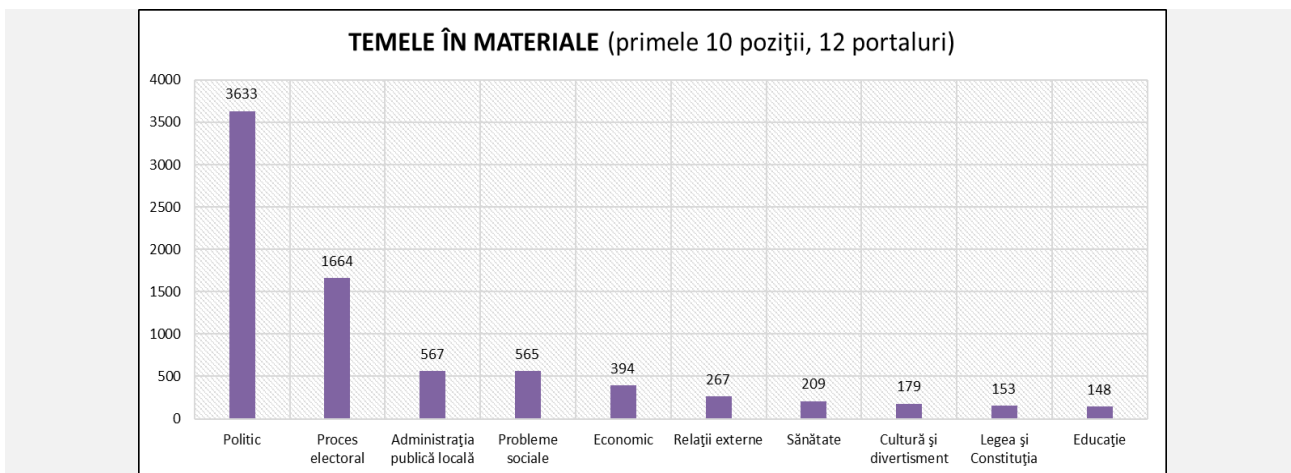


Noi.md a publicat constant în perioada monitorizată cel mai mare număr de produse media cu un caracter politic și electoral, în total 1543 de materiale. De cealaltă parte, publicația regională **Gagauzinfo.md** a avut, cumulativ, cel mai mic număr de astfel de materiale (121). Celelalte 10 instituții au mediatizat cantitativ perioada și campania electorală pentru alegerile prezidențiale astfel: **Aif.md** – în 1031 de materiale, **Agora.md** – în 845, **Actualitati.md** – în 827, **Unimedia.info** – în 688, **Kp.md** – în 663, **Sputnik.md** – în 583, **Realitatea.md** – în 578, **Newsmaker.md** – în 573, **Vedomosti.md** – în 548, și **Timpul.md** – în 179 de materiale relevante. Totodată, **Noi.md** a publicat cele mai multe știri cu un caracter electoral (1504), **Vedomosti.md** – cele mai multe comentarii, editoriale sau alte materiale de opinie (85), **Newsmaker.md** – cele mai multe interviuri (8), prezentând în acest format toți candidații și cele două candidate la funcția supremă în stat. Nu în ultimul rând, **Agora.md** a publicat cele mai multe sondaje de tip Vox Populi (6), iar cele trei dezbateri electorale au fost publicate de **Newsmaker.md**, **Noi.md** și **Realitatea.md**.

În același timp, cele mai multe materialele (8145), au fost publicate sub formă de text, în 1139 de cazuri acestea au fost însoțite de imagini video, sau au fost publicate doar în acest format, iar în 36 de cazuri textele au fost completate de sau au fost publicate în format audio. Astfel, volumul materialelor monitorizate a fost cuantificat în semne (text) și secunde (video și audio), prezentându-se în felul următor:

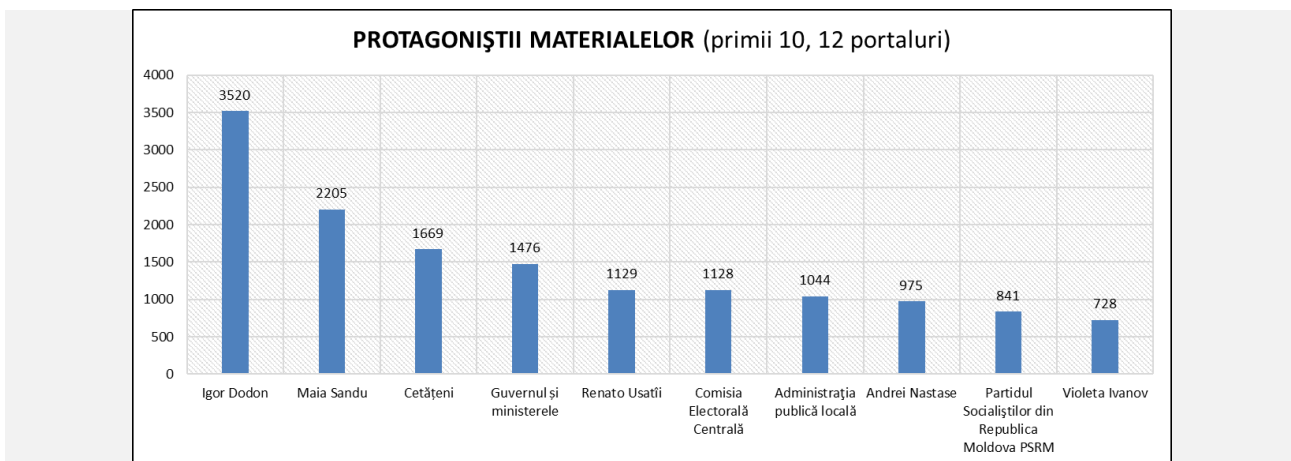


Cumulat, cele 12 instituții media online au acordat cea mai mare atenție domeniului politic în context electoral, publicând 3633 de materiale cu această tematică, sau peste 44% din total. De două ori mai puțin s-a scris despre procesul electoral în general (1664 de materiale sau puțin peste 20%). Respectiv, alte domenii tematice în context electoral au fost acoperite mai rar, și anume: activitatea administrației publice locale – în 567 de materiale, problemele sociale – în 565 de cazuri, economia – în 394, relațiile externe – în 267, sănătatea – în 209, cultura și divertismentul – în 179, Legea și Constituția – în 153, educația – în 148, iar alte tematici au fost abordate și mai rar. Astfel, problemele din educație, de exemplu, au fost mediatizate în context electoral de aproape 25 de ori mai puțin decât domeniul politic.



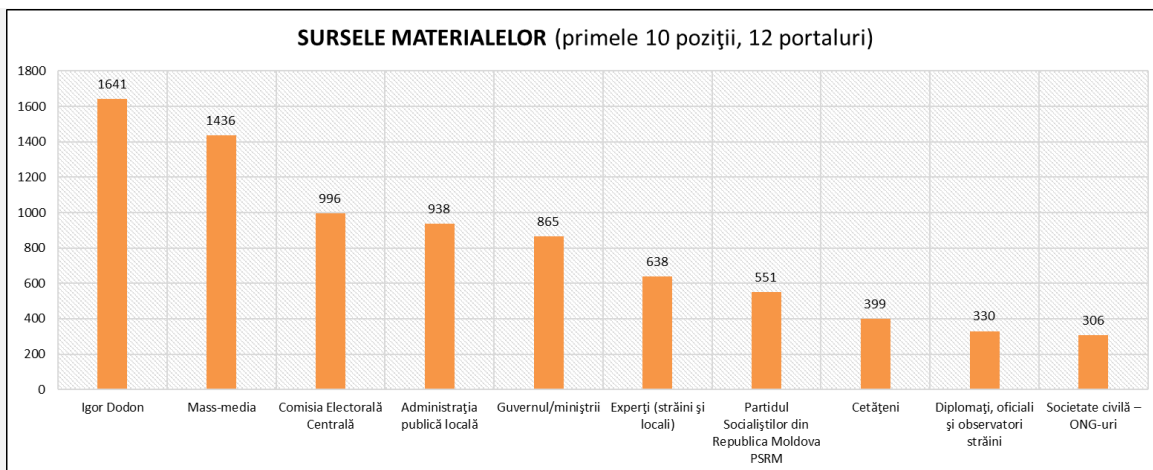
În 9 săptămâni monitorizate, cele 12 instituții media online au vizat împreună 56 de categorii de protagoniști/protagoniste în materialele relevante, inclusiv pe cei 6 candidați și 2 candidate înscrșiși/înscrise în cursa electorală pentru alegerile prezidențiale, instituții, cetățeni/cetățene, dar și candidații și candidata care nu au fost înscrșiși/înscrisă în competiția electorală. Per ansamblu, candidatul independent susținut de Partidul Socialiștilor din Republica Moldova (PSRM) Igor Dodon a apărut cel mai des în calitate de protagonist al produselor media cu un caracter electoral, de 3520 de ori, fiind primul printre toate categoriile mediatizate. La distanță de peste o mie de apariții s-a poziționat candidata Partidului Acțiune și Solidaritate (PAS), Maia Sandu, care a fost protagonista a 2205 materiale electorale. Pe locul trei s-au situat cetățenii/cetățenele, cu 1669 de astfel de apariții, urmași/urmate de reprezentanții/reprezentantele Guvernului (în 1476 de cazuri). În primele zece categorii de protagoniști/protagoniste au mai intrat candidatul Partidului Politic „Partidul Nostru” (PN), Renato Usatîi, de 1129 de ori, reprezentanții/reprezentantele Comisiei Electorale Centrale - de 1128 de ori, reprezentanții/reprezentantele administrației publice locale – de 1044 de ori, candidatul Partidului „Platforma Dreptate și Adevăr” (PPDA), Andrei

Năstase – de 975 de ori, reprezentanții/reprezentantele Partidului Socialiștilor din Republica Moldova – de 841 de ori, și candidata Partidului „Șor”, Violeta Ivanov – de 728 de ori. De asemenea, ceilalți trei candidați admiși în cursa electorală pentru alegerile prezidențiale au fost protagoniștii materialelor celor 12 publicații astfel: candidatul Partidului Liberal (PL) Dorin Chirtoacă – de 700 de ori, cel al „Partidului Unității Naționale” (PUN), Octavian Țîcu – de 633 de ori, și cel al Partidului Liberal Democrat din Moldova (PLDM) Tudor Deliu - de 612 ori. Astfel, Igor Dodon a apărut de aproape 6 ori mai des în calitate de protagonist al materialelor decât Tudor Deliu. Nu în ultimul rând, candidații și candidata la funcția de președinte/președintă care nu au fost admiși/nu a fost admisă în cursa electorală au fost protagoniștii/protagonista materialelor publicațiilor vizate în felul următor: Andrian Candu – de 256 de ori, Ion Costăș – de 66 de ori, Serghei Toma – de 58 de ori, Alexandr Kalinin – de 55 de ori, Constantin Oboroc – de 47 de ori, și Galina Cotorobai – de 5 ori.

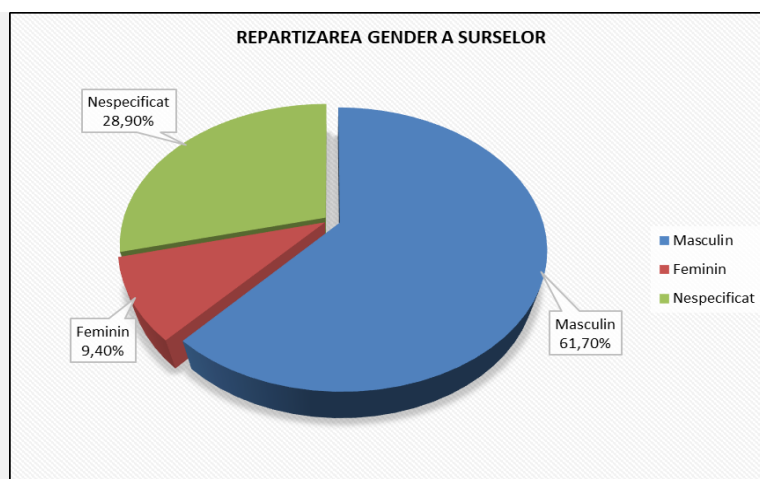


Cu referire la surse, cele 12 publicații online au citat, în total, 10655 de surse din 53 de categorii diferite. Cel mai des în calitate de sursă de informare a apărut candidatul Igor Dodon, fiind citat de 1641 de ori. La distanță mică au urmat alte surse mass-media, cu 1436 de citări, podiumul fiind încheiat de reprezentanții/reprezentantele CEC, citați/citate de 996 de ori pe parcursul perioadei monitorizate. În ordine descrescătoare, în calitate de surse ale materialelor au mai fost citați/citate reprezentanții/reprezentantele administrației publice locale (de 938 de ori), ai/ale Guvernului (de 865 de ori), experții/expertele (de 638 de ori) sau reprezentanții/reprezentantele PSRM (de 551 de ori). Ceilalți candidați și cele două candidate la funcția de președinte/președintă au avut calitatea de surse de informare pentru produsele jurnalistice după cum urmează: Maia Sandu – de 247 de ori, Andrei Năstase – de 155 de ori, Renato Usatii – de 140 de ori, Dorin Chirtoacă – de 87 de ori, Octavian Țîcu și Violeta Ivanov – de câte 75 de ori, și Tudor Deliu – de 31 de ori. Astfel, Igor Dodon a fost citat de aproape 53 de ori mai des decât Tudor Deliu.

Dintre candidații și candidata care nu au fost înregistrați/nu a fost înregistrată în cursă, Andrian Candu a fost citat de 73 de ori în materialele relevante, iar ceilalți 4 candidați și o candidată au fost surse în câte mai puțin de 10 cazuri.

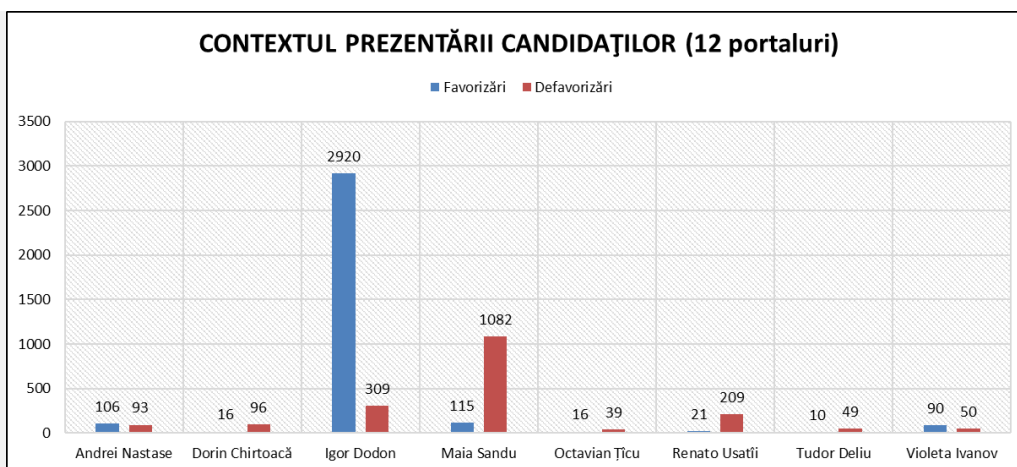


Pe parcursul întregii perioade supuse monitorizării, sursele citate au fost puternic dezechilibrate din perspectiva de gen, în defavoarea femeilor. Astfel, proporția a oscilat între 54% și 67% pentru bărbați, și 8% și 11% pentru femei, cu specificarea că un număr important de surse a rămas neidentificat sub aspectul genului. Per ansamblu, din 10655 de surse citate în total, 6574 (sau aproape 62%) au fost bărbați, 1002 (sau 9,4%) au fost femei, iar în 3079 de cazuri (sau aproape 29%) genul surselor nu a fost specificat.

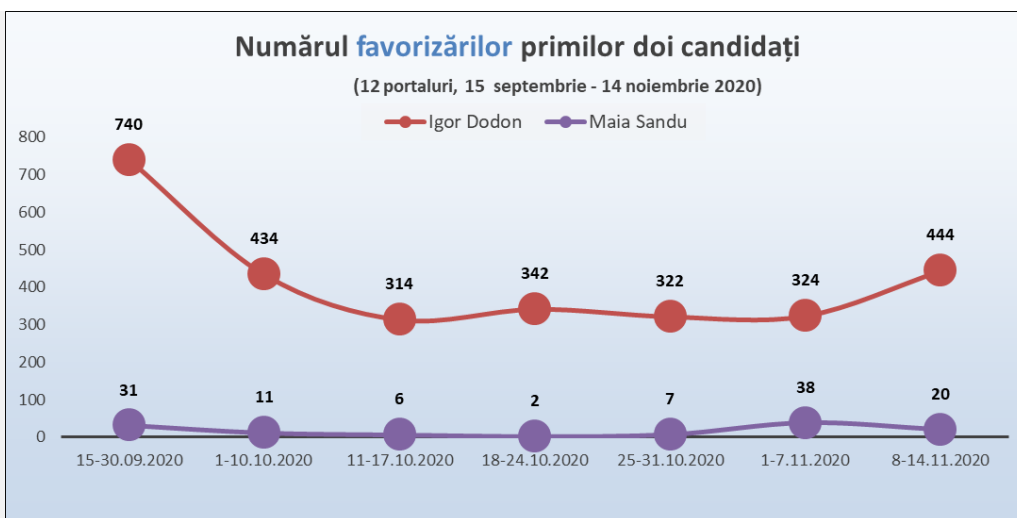


Candidații și candidatele la funcția supremă în stat au beneficiat de mediatizare atât în contexte neutre, cât și pozitive și negative de către cele 12 instituții media monitorizate. Proporțiile, însă, au fost diferite. Astfel, candidatul Octavian Țîcu a apărut cel mai des într-un context neutru, sau în peste 91% din materialele în care a fost protagonist. La polul opus, candidatul Igor Dodon a beneficiat de o mediatizare nepărtinitoare în puțin peste 8% dintre cazurile în care a avut calitatea de protagonist, el având și cea mai mare vizibilitate în produsele instituțiilor media online monitorizate. Tot el a fost, în schimb, favorizat cel mai des (de 2920 de ori, ceea ce înseamnă peste 83% din totalul cazurilor în care a fost protagonist). În alte 309 cazuri Dodon a fost plasat în contexte mai degrabă defavorizante. În același timp, atitudinea față de candidata PAS Maia Sandu a fost defavorizantă în aproape jumătate din materialele în care a fost vizată (1082 de cazuri din 2205 în care a fost protagonistă), fiind cel mai des plasată în contexte negative printre toți candidații și candidatele la funcția de președinte/președintă. În alte 115 cazuri, candidata a fost mai curând favorizată în produsele jurnalistice. Ceilalți candidați și o candidată înscriși/înscrisă în cursa electorală au apărut în contexte favorizante/defavorizante în proporții mult mai mici, după cum urmează: Andrei Năstase (106/93, ceea ce a reprezentat în jur de 20% din cazurile în care a fost protagonist), Dorin Chirtoacă (16/96, sau în 16% din cazurile când a fost protagonist), Octavian Țîcu

(16/39, sau în circa 9% din cazurile când a fost protagonist), Renato Usatîi (21/209, sau în jur de 20% din cazurile când a fost protagonist), Tudor Deliu (10/49, sau în aproape 10% din cazurile când a fost vizat ca protagonist), și Violeta Ivanov (90/50, sau 19% din cazurile când a fost protagonistă).

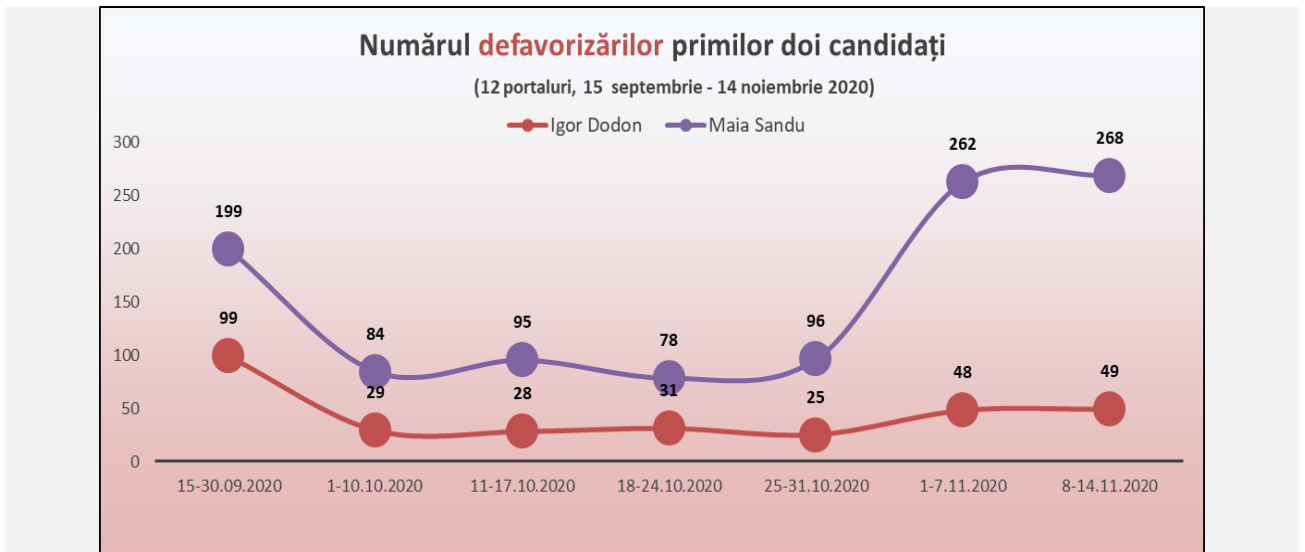


O analiză cantitativă a contextelor în care au fost mediatizați candidații și candidatul care au acces în turul II al alegerilor prezidențiale, cotați din start cu cele mai multe șanse în acest sens, arată că Igor Dodon a fost favorizat masiv în cele 7 perioade cuprinse în rapoartele de monitorizare, cel mai mare număr de plasări în contexte pozitive (740) fiind înregistrat în intervalul 15-30 septembrie, adică în perioada electorală, iar cel mai mic (314 favorizări) a fost atestat în săptămâna 11-17 octombrie din campania electorală. La rândul ei, Maia Sandu a apărut în contexte mai curând favorizante de 115 ori, cel mai des în prima săptămână din campania pentru turul II (de 38 de ori), și cel mai rar în săptămâna 18-24 octombrie 2020.



La capitolul defavorizări, Maia Sandu a deținut întâietatea în toate perioadele supuse monitorizării, numărul acestora intensificându-se semnificativ în turul II al alegerilor. Astfel, contextele negative în care ea a fost plasată, atât în știri cât și în comentarii, cu atacuri la persoană, discriminare pe criteriul de gen, denigrare și discreditare, atentare la demnitatea umană etc. aproape s-au dublat față de prima perioadă (dacă în perioada electorală a fost vorba de 199 de astfel de cazuri, în ultimele două săptămâni s-a ajuns la cifrele de 262 și 268 de cazuri), și s-au triplat față de săptămâna în care candidația a fost cel mai puțin plasată în contexte defavorizante (78 de ori în perioada 18-24 octombrie). În același timp, cele 309 cazuri de defavorizare a lui Igor Dodon s-au împărțit astfel: prima perioadă s-a remarcat prin cele mai multe cazuri (99), iar săptămâna 25-31 octombrie, adică cea dinaintea primului tur al

alegerilor, prin cele mai puține (25). Și în cazul lui Igor Dodon, săptămânile dintre cele două tururi s-au remarcat prin dublarea defavorizărilor mediatice față de perioada anterioară. Cele mai multe dintre ele, însă, au fost defavorizări indirecte ale candidatului.



2.2 Comportamentul editorial al publicațiilor

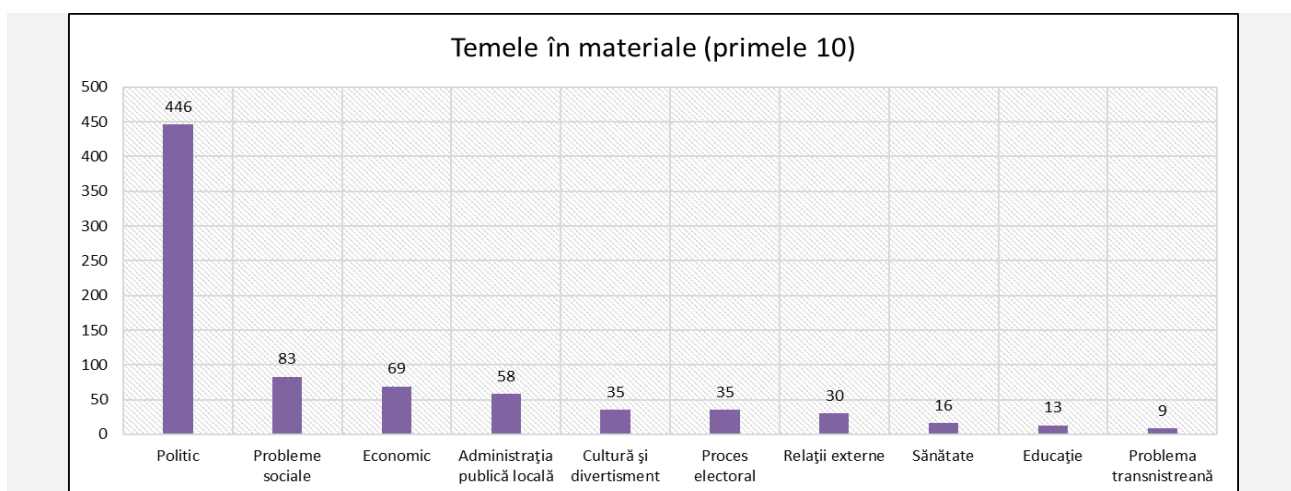


[Actualitati.md](https://www.actualitati.md)

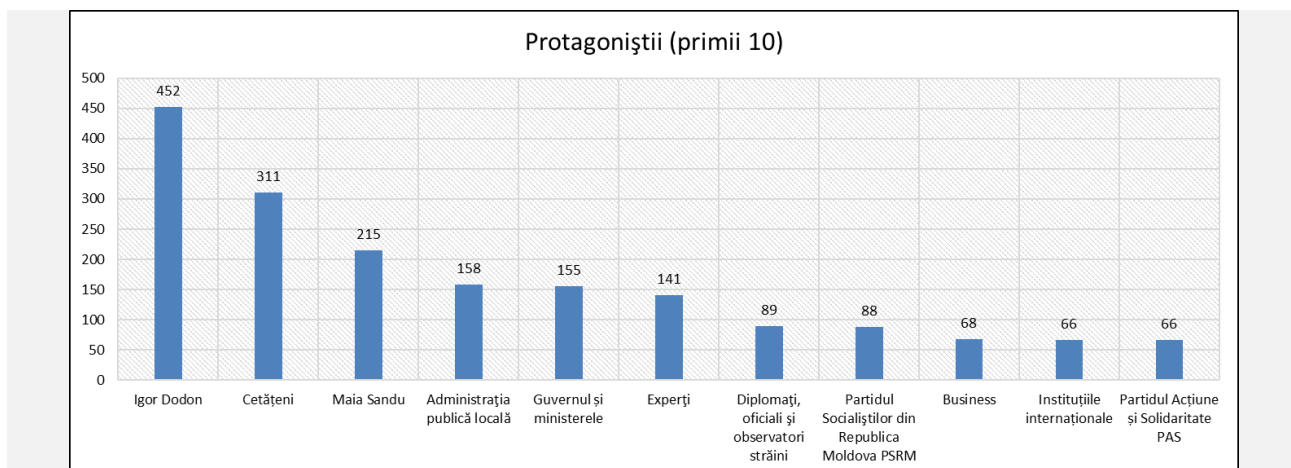
În perioada 15 septembrie – 14 noiembrie 2020, **Actualitati.md** a publicat 827 de materiale relevante prezentei monitorizări, inclusiv 784 de știri, 42 de comentarii, editoriale sau alte materiale de opinie, precum și un sondaj de tip Vox Populi. Dintre acestea, 33 de texte au fost însoțite și de imagini video. Volumul total al materialelor relevante a constituit 845543 de semne pentru texte și 7814 secunde sau peste 2 ore pentru materialele video.

Cele mai multe materiale publicate de **Actualitati.md** în cele 7 perioade monitorizate au vizat domeniul politic și s-au axat, în special, pe agenda politică și electorală a candidatului susținut de PSRM Igor Dodon. Articolele publicate au prezentat detaliat activitatea candidatului și programul său electoral, declarațiile și întâlnirile din diferite regiuni ale țării, opiniile și locul în sondaje etc., favorizându-l deschis. A fost, de asemenea, pe larg reflectată activitatea primăriei Chișinău, în persoana lui Ion Ceban. Un spațiu generos a fost acordat și activității lui Ion Chicu. De remarcat că în ziua primului tur al alegerilor prezidențiale, publicația a mediatizat extrem de selectiv procesul de vot și exprimarea votului de către candidații și candidatele înscrși/înscrise în cursă. Mai exact, Igor Dodon a fost prezent masiv în informațiile prezentate la diferite intervale, iar Andrei Năstase a fost protagonistul unui material despre situația de la Varnița. Alți candidați și cele două candidate au lipsit cu desăvârșire din materialele publicate de **Actualitati.md** în ziua primului tur al alegerilor. Au fost prezenți, în schimb, Ion Ceban, Zinaida Grecianîi, Ion Chicu și Irina Vlah, cu declarațiile de după exprimarea votului și îndemnul indirect de a vota un anumit candidat. Igor Dodon a fost prezentat în mai multe materiale ca fiind candidatul cu cele mai multe voturi acumulate în primul tur.

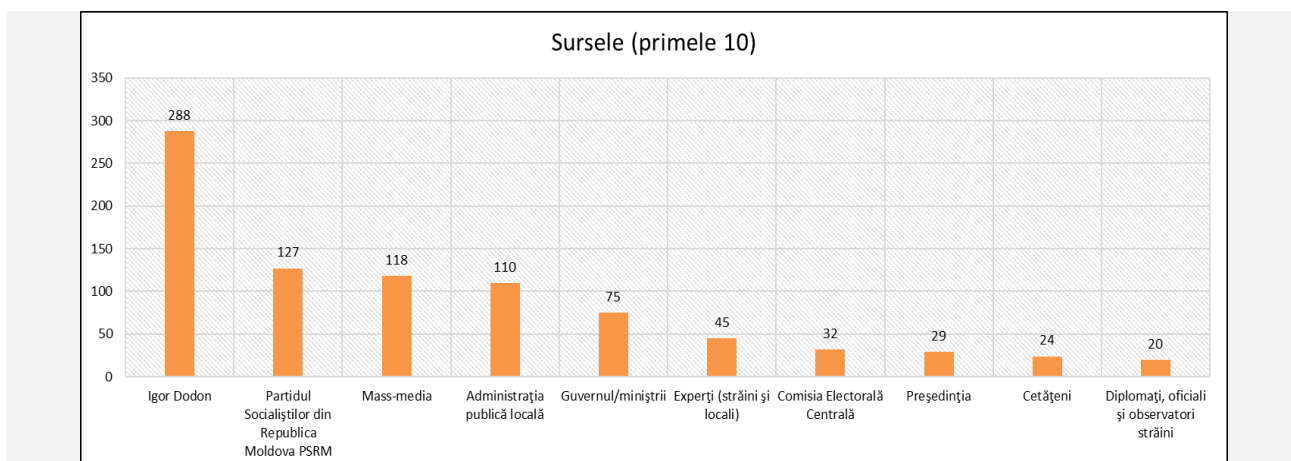
În campania pentru turul II al alegerilor, un număr impresionant de materiale s-au axat pe discreditarea și atacarea candidatei Maia Sandu, fără ca aceasta să fie măcar o dată prezentă cu o replică. Astfel, fie Igor Dodon personal, fie prin intermediul comentatorilor, experților, colegilor din PSRM, al reprezentanților diferitor comunități etnice sau ai instituțiilor, s-au concentrat pe o campanie de denigrare a candidatei Maia Sandu, utilizând un șir de informații false, neprobate, pe post de sperietori pentru cetățeni/cetățene. Narațiunile s-au axat în special pe falsuri și interpretări speculative despre școli închise, proiecte stopate, carantină generală și izolare a țării, blocarea relațiilor cu Federația Rusă, votarea pentru unirea cu România, destabilizarea situației economice, marșurile LGBT, finanțare ilegală a campaniei electorale, refuzul de a ajuta agricultorii în perioada cât a fost prim-ministră etc. De asemenea, în special în turul II, Igor Dodon și Maia Sandu au fost prezentați în materialele **Actualitati.md** doar în contrast, în relație de personaj pozitiv-personaj negativ. Candidata nu a beneficiat de dreptul la replică în cazurile materialelor conflictuale în care a fost vizată. Alte tematici, vizate mult mai rar în materialele publicate, s-au referit la probleme sociale, economie, activitatea administrației publice locale sau cultura în context electoral. Procesul electoral propriu-zis a fost ignorat, la acest capitol fiind publicate doar 35 de materiale.



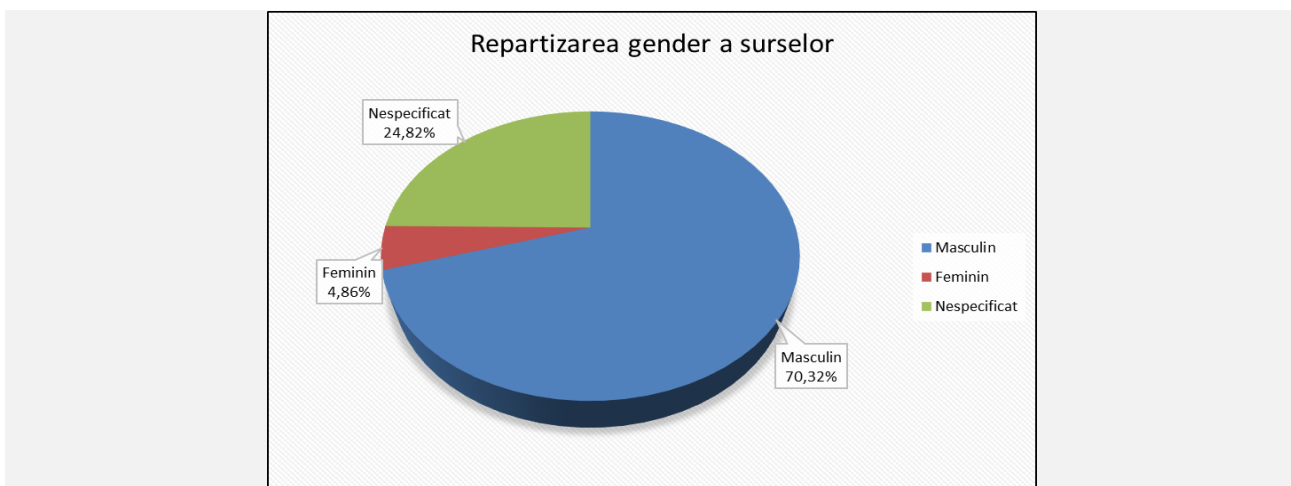
Actualitati.md a vizat în total 37 de categorii de protagoniști/protagoniste diferiți/diferite, inclusiv pe candidații și candidatele înscriși/înscrise în cursa electorală, dar și pe Andrian Candu, vizat în 12 materiale. Astfel, cel mai des în calitate de protagonist a apărut Igor Dodon (de 452 de ori), urmat de cetățeni/cetățene (de 311 ori) și de Maia Sandu, care a fost protagonista a 215 materiale. În primele 10 categorii au mai intrat reprezentanții/reprezentantele administrației publice locale (de 158 de ori), ai/ale Guvernului (de 155 de ori), experții/expertele (de 141 de ori), dar și reprezentanții/reprezentantele partidelor politice sau ai/ale instituțiilor internaționale. Ceilalți candidați și o candidată la funcția supremă în stat au avut calitatea de protagoniști/protagonistă după cum urmează: Renato Usatîi – de 58 de ori, Andrei Năstase – de 47 de ori, Dorin Chirtoacă – de 25 de ori, Octavian Țîcu – de 16 ori, Violeta Ivanov și Tudor Deliu – de câte 12 ori.



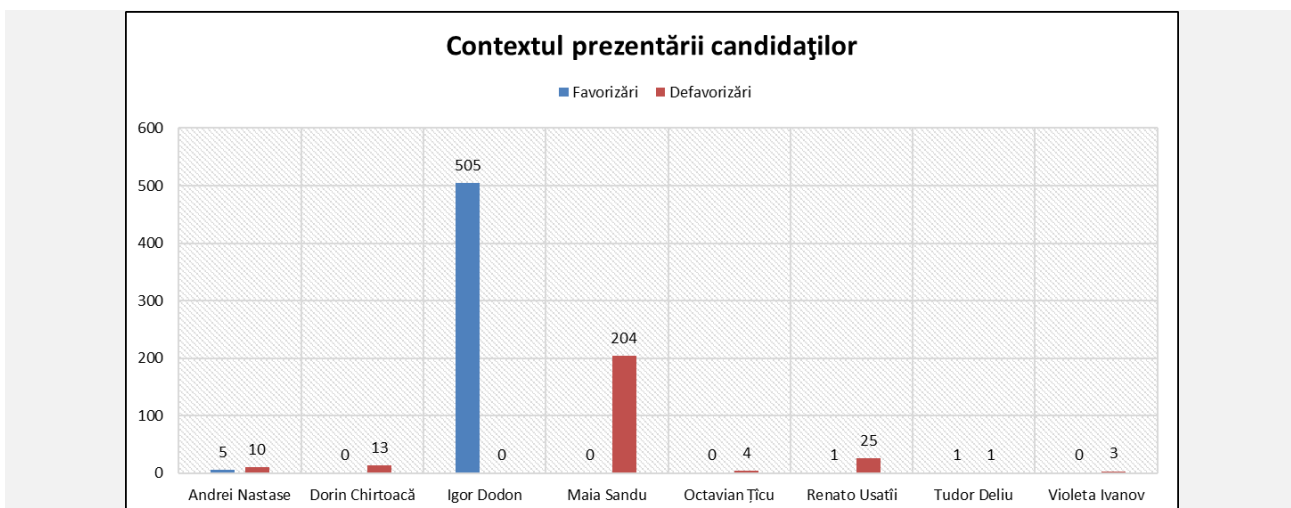
De asemenea, din cele 32 de categorii de surse de informare la care s-a apelat pe parcursul întregii perioade monitorizate, Igor Dodon a fost citat cel mai des (de 288 de ori), urmat de reprezentanții/reprezentantele PSRM (de 127 de ori), dar și de alte surse mass-media (de 118 ori). Niciun alt candidat și nicio candidată la funcția de președinte nu s-au regăsit în primele 10 categorii de surse citate de **Actualitati.md**. Mult mai rar au fost citați Maia Sandu – de 10 ori, Andrei Năstase – de 5 ori, Dorin Chirtoacă, Tudor Deliu, Octavian Țîcu și Renato Usatîi – câte o singură dată. Candidata Violeta Ivanov nu a apărut nici o dată în calitate de sursă pentru materialele publicate în intervalul 15 septembrie – 14 noiembrie 2020. Dintre candidații respinși de CEC, Andrian Candu a fost citat o dată de **Actualități.md**.



Materialele **Actualitati.md** au fost dezechilibrate pronunțat din perspectiva de gen în toate perioadele monitorizării. Proporția femeilor a oscilat între puțin peste 3% și a ajuns la maximum 8%, iar sursele bărbați au fost cel puțin de 55% și cel mult de 89%. Per ansamblu, pentru intervalul 15 septembrie – 14 noiembrie 2020, proporția a fost de 70,32% (sau 680 din 967 de surse) pentru bărbați și de 4,86% (sau 47 de surse din total) pentru femei. Alte aproape 25% (sau 240 de surse) nu au fost specificate sub aspectul genului.



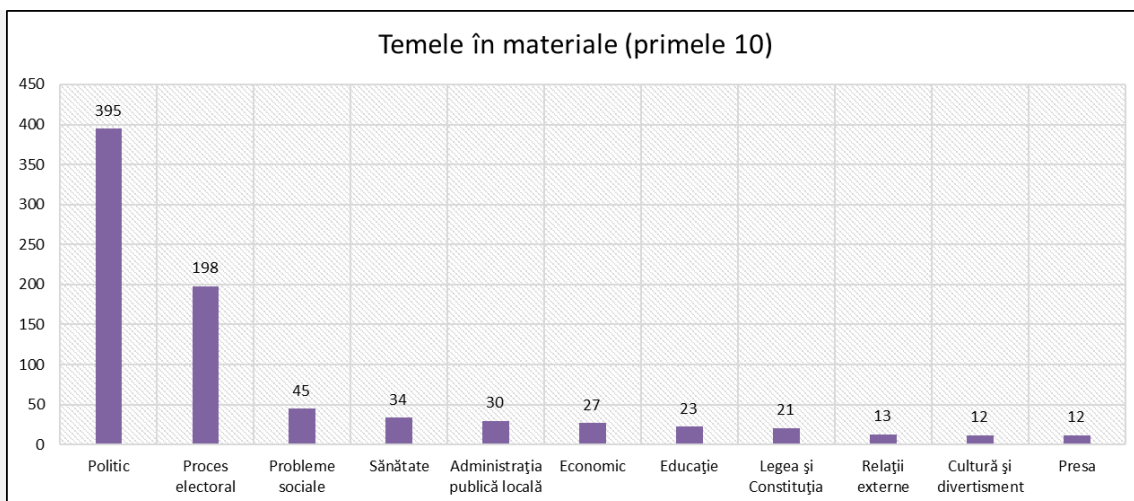
În toate cele 7 perioade de monitorizare, cele mai multe materiale pe teme politice și/sau electorale publicate de **Actualitati.md** au avut o singură sursă de informare și un caracter pãrtinitor accentuat și evident în favoarea candidatului Igor Dodon. Acesta a fost mediatizat exclusiv în contexte pozitive, în toate cazurile în care a fost vizat direct, în calitate de protagonist (de 452 de ori), precum și în alte 53 de cazuri când a fost favorizat indirect, fiind singurul care a apãrut în astfel de ipostazã. De cealaltã parte, candidata Maia Sandu a beneficiat de un tratament preponderent negativ, fiind defavorizatã de 204 ori (din cele 215 de cazuri când a fost protagonistã). Candidata Maia Sandu a fost constant ținta unei ample campanii de denigrare prin intermediul informațiilor false, al atacurilor, inclusiv cu elemente ale discursului de urã, cu încãlcarea gravã nu doar a normelor deontologice ale jurnalismului, dar și a mai multor legi, printre care cea privind egalitatea de șanse, sau cea cu privire la non-discriminare. Campania de discreditare s-a accentuat în special în turul II al alegerilor prezidențiale. **Actualitati.md** nu a probat niciuna din informațiile false publicate, și nu i-a oferit nici o datã Maiei Sandu dreptul la replicã. Ceilalți candidați și o candidatã au apãrut în contexte neutre, pozitive și negative în proporții mai mici, Dorin Chirtoacã fiind plasat în context defavorizant în mai mult de jumãtate dintre materialele în care a fost protagonist. Niciun candidat/nicio candidatã nu a apãrut doar în contexte neutre.



În intervalul vizat de monitorizare, **Agora.md** a publicat 845 de materiale cu un caracter electoral direct sau indirect, inclusiv 837 de știri, 6 sondaje de tip Vox Populi și 2 comentarii, editoriale sau materiale de opinie. În 92 de cazuri, materialele au fost însoțite de imagini video, iar în două – de înregistrări audio. Volumul total al materialelor relevante a constituit 1638844 de semne (pentru texte), 78611 secunde sau aproape 22 de ore (pentru materialele video) și 2084 de secunde sau aproape 35 de minute (pentru audio).

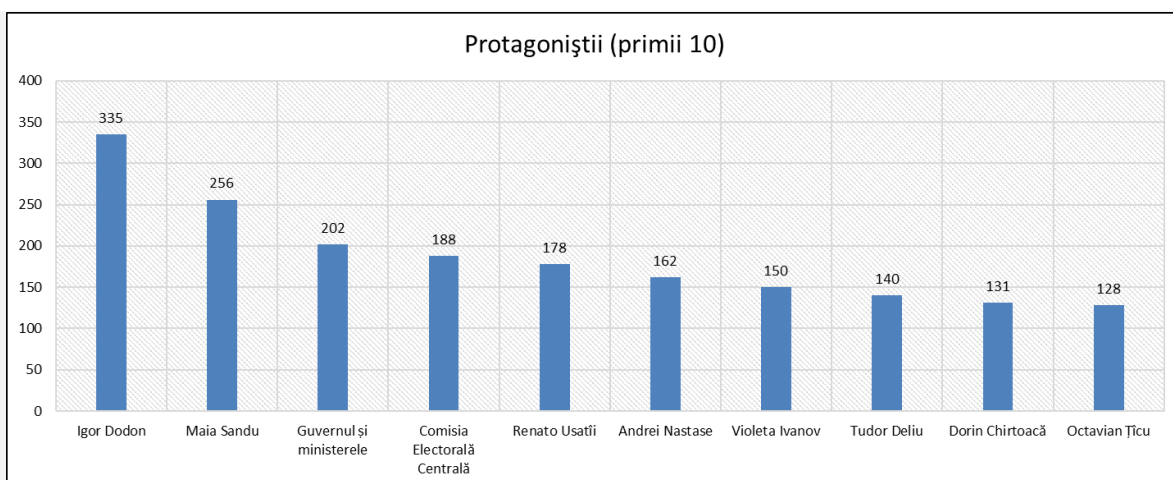
Agora.md a acordat o atenție mai mare domeniului politic, într-o singură perioadă procesul electoral dominând sub aspect tematic. Publicația a scris despre activitatea partidelor, inițiativele acestora în perioada electorală, activitatea Comisiei Electorale Centrale atât în perioada cât și în campania electorală, lansarea în campania electorală a candidaților și a candidatelor la funcția de președinte/președintă, acuzațiile pe care și le-au adus actorii politici, cu reacțiile, de cele mai multe ori, la aceste acuzații etc. Au mai fost reflectate datele sondajelor de opinie, detaliile despre organizarea alegerilor în străinătate și pentru cetățenii din stânga Nistrului, activitățile electorale ale candidaților/candidatelor la funcția de președinte/președintă, programele electorale, întâlnirile cu cetățenii ș.a. În ziua primului tur al alegerilor prezidențiale, redacția **Agora.md** a fost extrem de activă, prezentând în timp real toate informațiile relevante despre mersul votării, prezentarea la urne, deciziile și declarațiile CEC, votul candidaților și al candidatelor, votul în diaspora și al cetățenilor din stânga Nistrului, primele rezultate etc.

În campania pentru turul II au fost reflectate acțiunile de campanie, declarațiile și reacțiile la acestea ale candidatului și ale candidatei participante. Mai puțin s-a scris despre probleme sociale, sănătate, economie, educație sau cultură în context electoral.

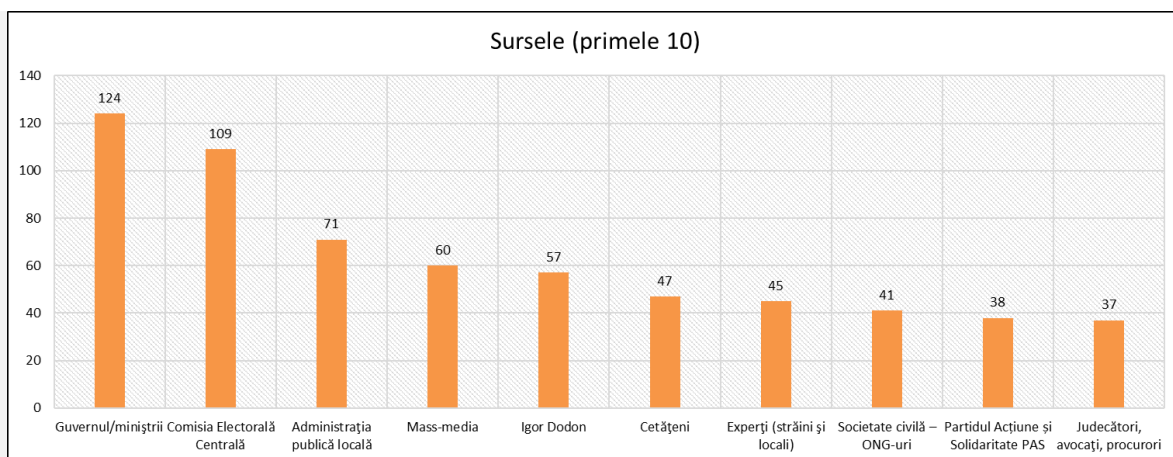


Printre cele 45 de categorii diferite de protagoniști/protagoniste pe care i-a/le-a vizat **Agora.md**, s-au regăsit toți candidații și candidatele înscriși/înscrise în cursa electorală, cât și cei/cea care nu au fost admiși/nu a fost admisă în competiție. Mai mult, cei șase candidați și două candidate s-au regăsit în primele 10 categorii, **Agora.md** având astfel una din cele mai echilibrate mediatizări a candidaților/candidatelor ca protagoniști/protagoniste ai/ale materialelor. Prin urmare, cel mai des în această calitate au apărut Igor Dodon (de 335 de ori) și Maia Sandu (de 256 de ori). Reprezentanții/reprezentantele Guvernului au încheiat podiumul cu 202 apariții în calitate de protagoniști/protagoniste, urmați/urmate de

reprezentanții/reprezentantele CEC (de 188 de ori), Renato Usatîi (de 178 de ori), Andrei Năstase (de 162 de ori), Violeta Ivanov (de 150 de ori), Tudor Deliu (de 140 de ori), Dorin Chirtoacă (de 131 de ori) și de Octavian Țicu (de 128 de ori). De asemenea, Andrian Candu a fost protagonist de 61 de ori, Serghei Toma – de 40 de ori, Ion Costăș – de 34 de ori, Constantin Oboroc – de 26 de ori, Alexandr Kalinin – de 23 de ori și Galina Cotorobai – de 5 ori.

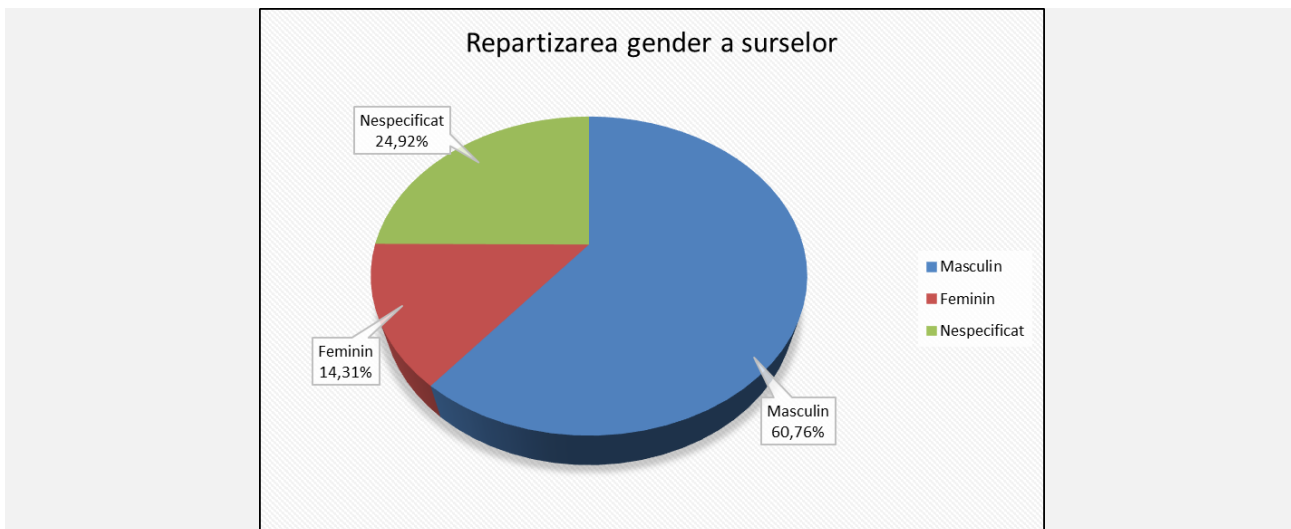


În ceea ce privește sursele, **Agora.md** a citat în total 43 de categorii diferite, iar cel mai des pe reprezentanții/reprezentantele Guvernului (de 124 de ori) și pe ai/ale Comisiei Electorale Centrale (de 109 ori). Mai rar au fost citați/citate reprezentanții/reprezentantele administrației publice locale (de 71 de ori) și alte surse mass-media (de 60 de ori). În același timp, Igor Dodon este singurul candidat care s-a regăsit în primele zece categorii de surse citate, cu 57 de apariții. Ceilalți candidați și cele două candidate au fost citați/citate astfel: Dorin Chirtoacă și Maia Sandu – de câte 25 de ori, Renato Usatîi – de 24 de ori, Violeta Ivanov – de 14 ori, Andrei Năstase și Octavian Țicu – de câte 12 ori, și Tudor Deliu – de 5 ori. La fel, Andrian Candu a apărut în calitate de sursă de 11 ori, Alexandr Kalinin, Ion Costăș, Constantin Oboroc și Serghei Toma – câte o dată, iar Galina Cotorobai nu a avut această calitate nici o dată.

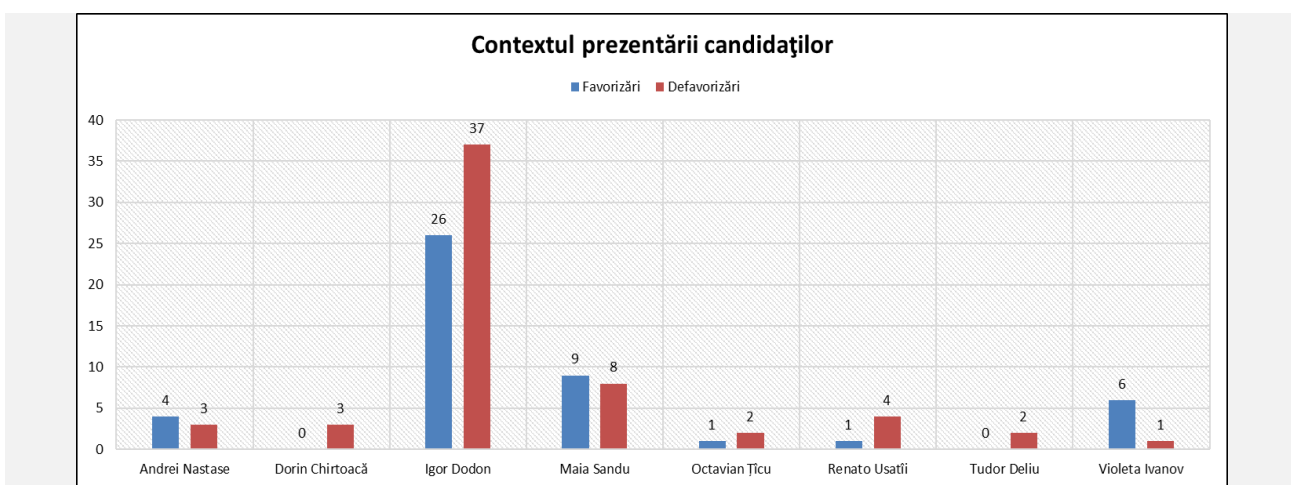


În materialele publicate de **Agora.md** au fost citate, în total, 999 de surse de informație, în 607 cazuri (sau aproape 61%) fiind vorba de bărbați și în 143 (sau peste 14%) – de femei. În alte 249 de materiale (sau aproape 25%) sursa nu a fost specificată sub aspectul genului. Prin urmare, **Agora.md** a prezentat dezechilibrat sursele, în favoarea bărbaților. Totuși, în diferite perioade monitorizate, **Agora.md** a asigurat un raport mai bun decât alte publicații, proporția

femeilor ajungând până la aproape 18 % (cel mai puțin fiind 6%), iar a bărbaților la 45% (cel mai mult fiind de aproape 77%).



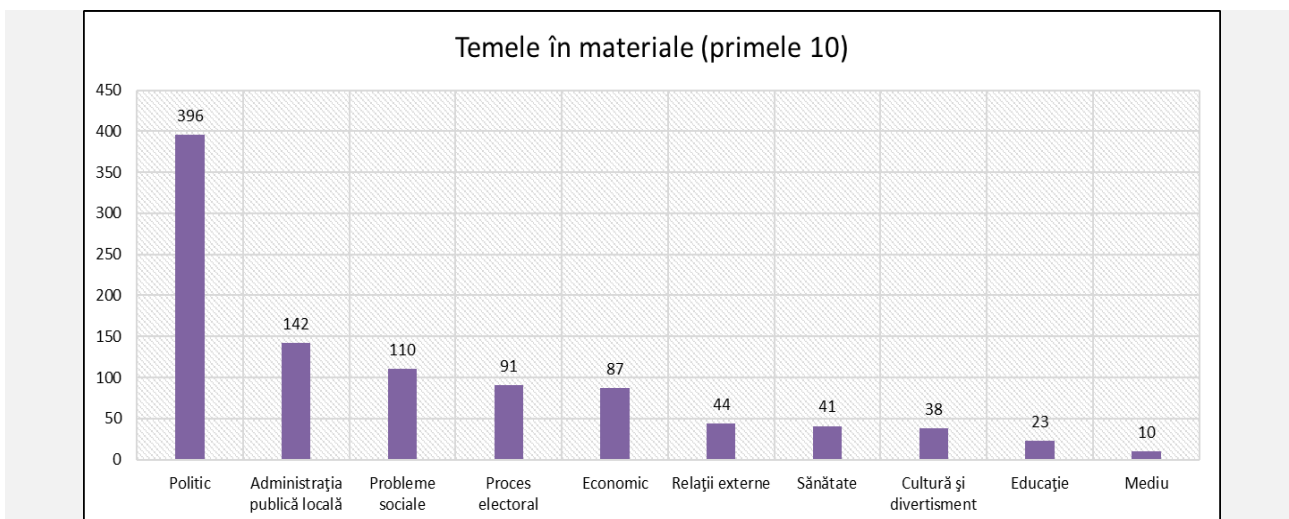
Agora.md a mediatizat perioada și campania electorală pentru alegerile prezidențiale în mod relativ echilibrat și echidistant, fără interpretări ale faptelor sau ale declarațiilor, prezentând candidații și candidatele preponderent în contexte neutre, fără a-i/a le favoriza sau defavoriza. În cele mai multe cazuri, textele au fost nepărtinitoare în raport cu sursele și protagoniștii/protagonistele. Totuși, niciun candidat și nicio candidată nu a apărut exclusiv în contexte neutre. Astfel, candidatul Igor Dodon, cu cele mai multe apariții în calitate de protagonist, a beneficiat de 26 de cazuri de plasare în context mai degrabă favorabil, și de 37 de ori a fost plasat în contexte defavorizante. Candidata Maia Sandu a avut 9 apariții în contexte mai curând favorabile și 8 în unele mai degrabă defavorabile, iar candidata Violeta Ivanov – de 6 favorizări și o defavorizare. Ceilalți candidați au fost favorizați/defavorizați în felul următor: Andrei Năstase (4/3), Dorin Chirtoacă – de 3 ori defavorizat, Octavian Țicu (1/2), Renato Usatîi (1/4), și Tudor Deliu a fost de două ori mai degrabă defavorizat. Toate cazurile de favorizare sau defavorizare s-au produs din cauza lipsei celei de-a doua surse sau indirect, prin declarațiile persoanelor terțe. Cu toate acestea, o tendință evidentă, susținută și continuă din partea redacției **Agora.md** de favorizare sau defavorizare a candidaților și candidatelor la funcția de președinte/președintă nu a fost atestată pe parcursul monitorizării.



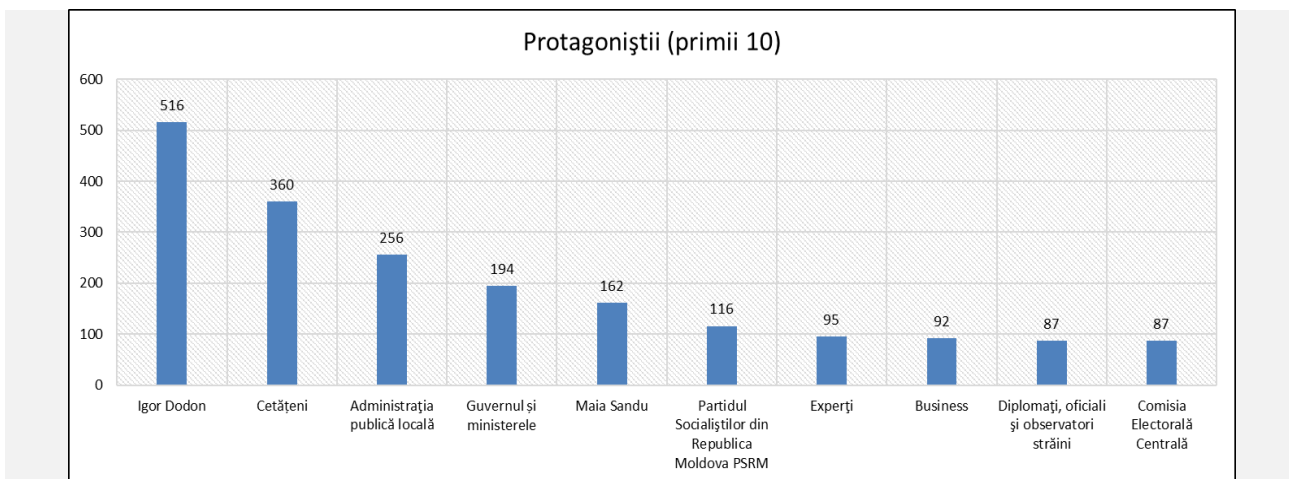
Aif.md a publicat în perioada 15 septembrie – 14 noiembrie 1031 de materiale relevante pentru monitorizare, inclusiv 998 de știri și 33 de comentarii, editoriale sau alte materiale de opinie. Dintre acestea, în 260 de cazuri materialele fie au fost însoțite de imagini video, fie au fost publicate doar în acest format. Volumul total al materialelor relevante a constituit 1040361 de semne (pentru texte), și 105794 de secunde sau peste 29 de ore (pentru materialele video).

Cele mai multe materiale cu un caracter electoral direct sau indirect publicate de **Aif.md** au vizat domeniul politic, inclusiv activitatea Președinției, a conducerii Parlamentului și a Guvernului, comunicatele de presă ale acestor instituții fiind deseori preluate de **Aif.md**, în special până la începerea campaniei electorale. De asemenea, multe știri au vizat activitatea primarului general al municipiului Chișinău Ion Ceban. În campania electorală, cel mai mare accent a fost pus pe activitatea și acțiunile de campanie ale candidatului Igor Dodon. Multe știri au fost elaborate în baza postărilor acestuia de pe Facebook, sau a emisiunii „Igor Dodon răspunde”. Activitățile lui Igor Dodon au fost mediatizate în mai multe reprize pe zi (vizite anunțate de dimineață, detaliate pe parcursul zilei, de exemplu, și cu repetarea sloganului electoral al candidatului). Au fost mediatizate în detaliu toate întâlnirile lui Igor Dodon cu cetățenii, însoțite inclusiv de imagini video montate, promisiunile electorale ale acestuia, dar și declarațiile soției lui Igor Dodon, făcute în cadrul unui interviu, cu elemente emoționante ce vizează viața de familie a cuplului, copiii etc. În ziua primului tur al alegerilor prezidențiale, **Aif.md** l-a prezentat doar pe Igor Dodon în calitatea sa de candidat la funcția de președinte, începând cu exercitarea de către acesta a dreptului la vot, și continuând cu toate declarațiile și reacțiile exprimate pe parcursul zilei. Toate materialele l-au favorizat direct sau indirect pe Igor Dodon, acesta fiind prezentat ca fiind candidatul care ar fi acumulat cele mai multe voturi după primul tur. Periodic au fost publicate materiale cu un caracter publicitar clar, fără a fi marcate corespunzător.

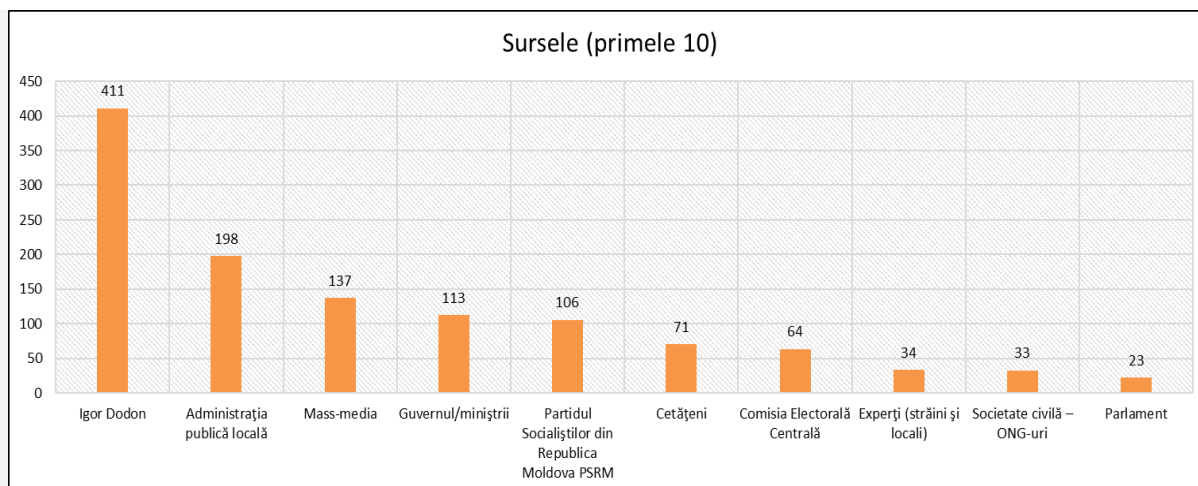
În același timp, o campanie de denigrare a candidatei Maia Sandu a fost desfășurată constant prin intermediul materialelor **Aif.md**, cu o accentuare pronunțată în campania pentru turul II al alegerilor. Narațiunile s-au axat pe falsuri și interpretări despre izolarea țării, lipsa susținerii producătorilor autohtoni, interzicerea sărbătoririi pe data de 9 mai a Zilei victoriei, încurajarea marșurilor comunității LGBT, discriminarea minorităților vorbitoare de limbă rusă, lichidarea statului Republica Moldova, închiderea școlilor etc., în cazul câștigării de către Maia Sandu a alegerilor prezidențiale. Opinia Maiei Sandu a lipsit din materialele conflictuale. Alte materiale au mai vizat activitatea administrației publice locale, cu accent pe Primăria Chișinău, dar și problemele sociale, procesul electoral în general, economia, relațiile externe, sănătatea, cultura sau educația în context electoral.



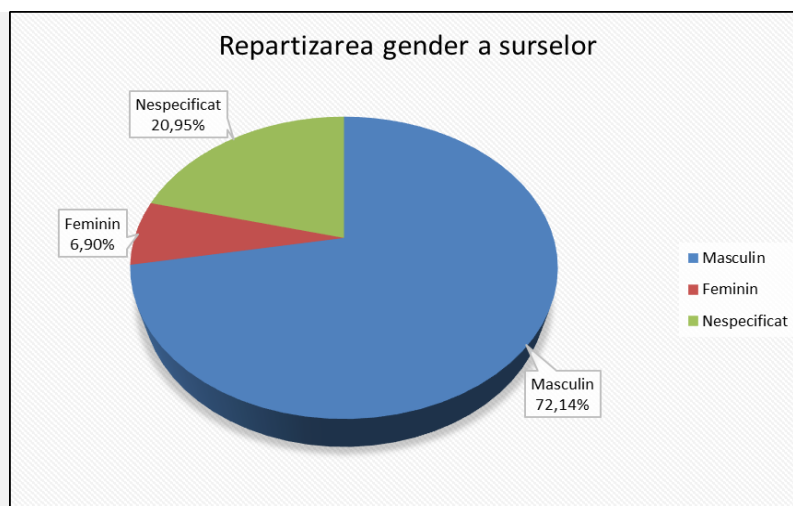
Materialele publicate de **Aif.md** între 15 septembrie și 14 noiembrie au avut 38 de categorii diferite de protagoniști/protagoniste. Cel mai des în această calitate s-a aflat candidatul Igor Dodon, care a avut 516 apariții ca protagonist, urmat de cetățeni/cetățene, vizați/vizate de 360 de ori, dar și de reprezentanții/reprezentantele administrației publice locale, în special Ion Ceban (de 256 de ori). În primele zece categorii a mai intrat Maia Sandu, despre care s-a scris de 162 de ori în materialele **Aif.md**. Ceilalți candidați înscriși în cursă, dar și o candidată au avut calitatea de protagoniști/protagonistă după cum urmează: Renato Usatîi – de 49 de ori, Andrei Năstase – de 35 de ori, Dorin Chirtoacă – de 29 de ori, Octavian Țîcu – de 25 de ori, Violeta Ivanov – de 22 de ori, și Tudor Deliu – de 20 ori. Dintre candidații/candidata care nu au fost înscriși/nu a fost înscrisă în cursa electorală pentru alegerile prezidențiale, doar Andrian Candu a apărut în calitate de protagonist (de 13 ori).



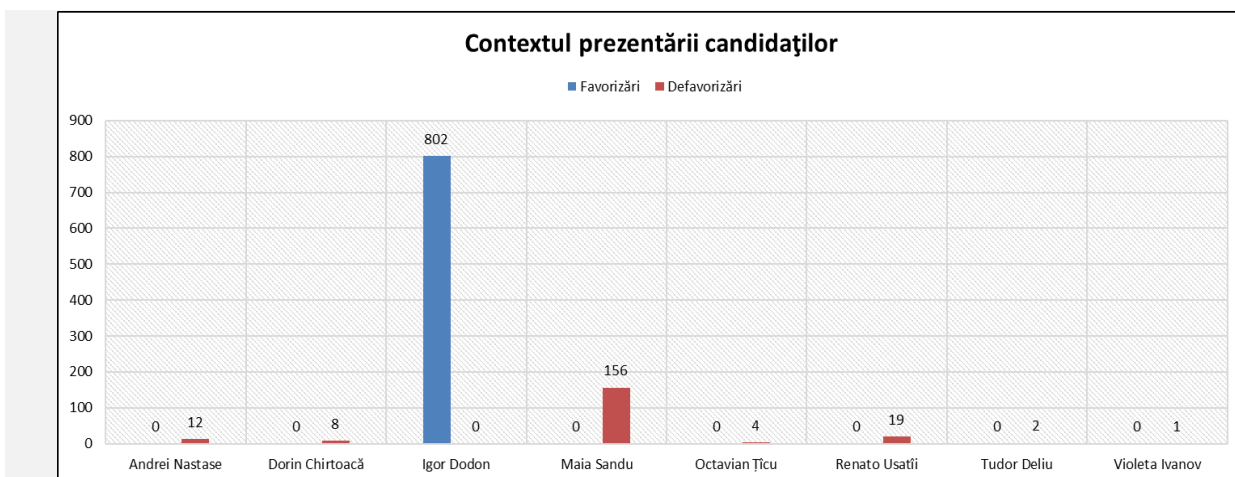
Aif.md a citat în total 1260 de surse din 31 de categorii diferite. Și în acest caz, cel mai des a fost citat candidatul Igor Dodon (de 411 ori), urmat la distanță considerabilă de reprezentanții/reprezentantele administrației publice locale, citați/citate de 198 de ori, și de alte surse-media (de 137 de ori). Ceilalți candidați și cele două candidate înscriși/înscrise în cursa electorală nu s-au regăsit în primele zece categorii de surse citate de **Aif.md**, fiind citați/citate foarte rar, și anume: Maia Sandu – de 9 ori, Renato Usatîi – de 3 ori, Dorin Chirtoacă, Octavian Țîcu și Andrei Năstase – câte o dată. La rândul lor, Tudor Deliu și Violeta Ivanov nu au apărut nici o dată în calitate de surse pentru materialele publicate de **Aif.md** în perioada și campania electorală.



Nici **Aif.md** nu a asigurat un echilibru de gen al surselor, balanța înclinând de fiecare dată în favoarea bărbaților. Cel mai mare procent de surse de gen feminin a fost de circa 11%, iar cel mai mic – de peste 2%. În schimb, sursele bărbați au fost prezente între 64% și 86% în perioadele monitorizate. Per ansamblu pe toată perioada, din cele 1260 de surse citate, 909 sau peste 72% au fost bărbați, 87 sau aproape 7% au fost femei, și 264 sau aproape 21% nu au fost specificate sub aspectul genului.



În perioada 15 septembrie - 14 noiembrie 2020, **Aif.md** l-a promovat deschis și masiv pe candidatul Igor Dodon, atât în știri cât și în materialele de opinie. Astfel, Igor Dodon a fost singurul care a apărut în context exclusiv pozitiv, fiind favorizat de 802 ori, inclusiv în toate cazurile în care a fost protagonist (516) cât și în alte 286 de cazuri când a fost vizat indirect. La polul opus, Maia Sandu a fost ținta unei campanii constante de defavorizare mediatică, inclusiv prin atacuri la persoană, acuzații neprobate și nefondate, falsuri și denigrări, fără ca opinia acesteia să fie prezentată măcar o dată. Prin urmare, Maia Sandu a fost plasată în contexte exclusiv negative de 156 de ori, adică în majoritatea cazurilor când a fost protagonista materialelor. Ceilalți candidați și o candidată au apărut fie în contexte neutre, fie negative, și nici o dată pozitive. Mai exact, Andrei Năstase a avut 12 plasări în context mai degrabă nefavorabil, Dorin Chirtoacă – 8, Octavian Țîcu – 4, Renato Usatîi – 19, Tudor Deliu – 2 și Violeta Ivanov – o astfel de plasare.



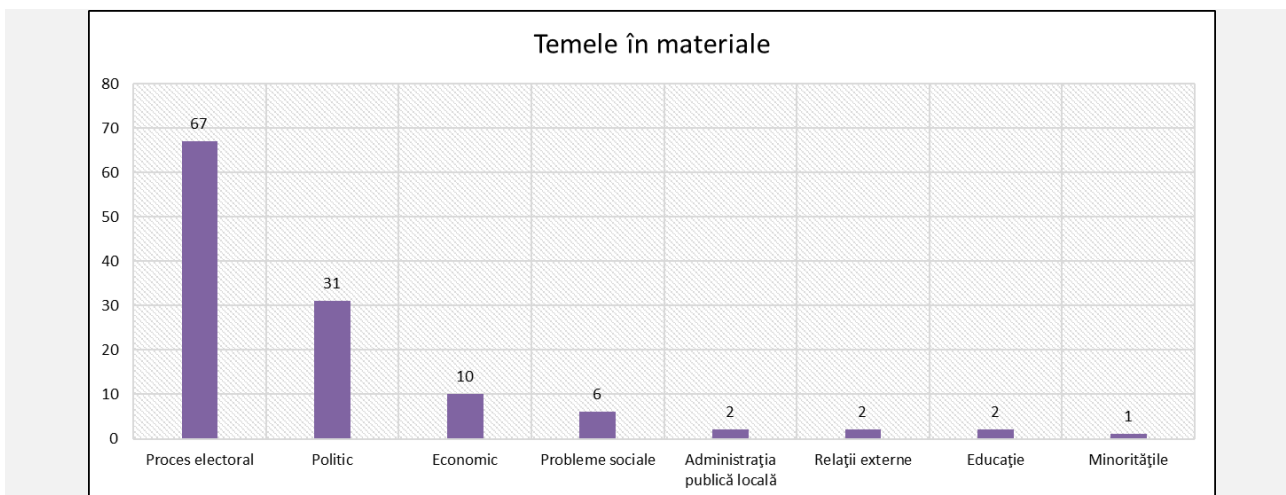
Gagauzinfo.MD

Gagauzinfo.md

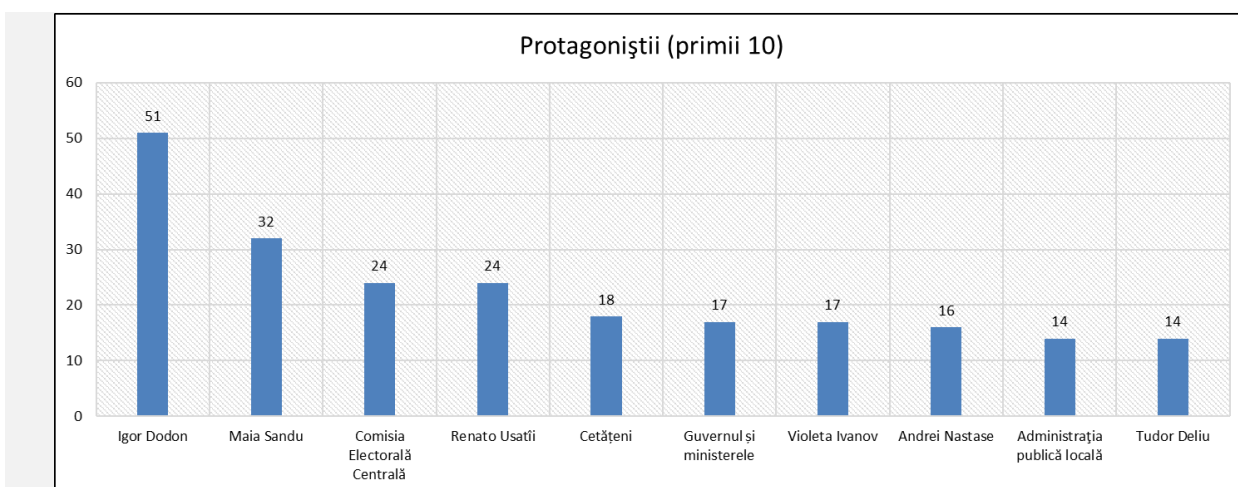
Publicația regională **Gagauzinfo.md** a acordat relativ puțină atenție campaniei electorale pentru alegerile prezidențiale, publicând, per ansamblu, cel mai mic număr de materiale relevante. Astfel, între 15 septembrie și 14 noiembrie 2020, au fost publicate 121 de materiale cu un caracter electoral direct sau indirect, inclusiv 120 de știri și un sondaj de tip Vox Populi. Din numărul total, 23 de materiale au fost însoțite și de imagini video sau au fost publicate doar în acest format. Volumul total al materialelor relevante a constituit astfel 166225 de semne (pentru texte), și 14996 de secunde sau circa 4 ore în cazul imaginilor video.

Gagauzinfo.md este singura publicație online dintre cele monitorizate care a acordat mai multă atenție procesului electoral decât domeniului politic în materialele pe care le-a publicat în perioada și campania electorală. Știrile s-au referit în cele mai multe cazuri la organizarea scrutinului în UTA Gagauz Yeri, dar și la deciziile CEC, modalitatea de vot pentru moldovenii din străinătate, la cum vor vota cei infectați cu SARS-CoV2 etc. Publicația a fost în special activă în ziua primului tur al alegerilor, când a publicat știri despre procesul de vot din Găgăuzia, un Vox Populi cu oamenii care au spus pentru ce au votat, dar și despre procesul de vot din țară, inclusiv despre cum au votat candidații și candidatele, liderii/liderele autonomiei, prezența la vot, rezultate preliminare etc.

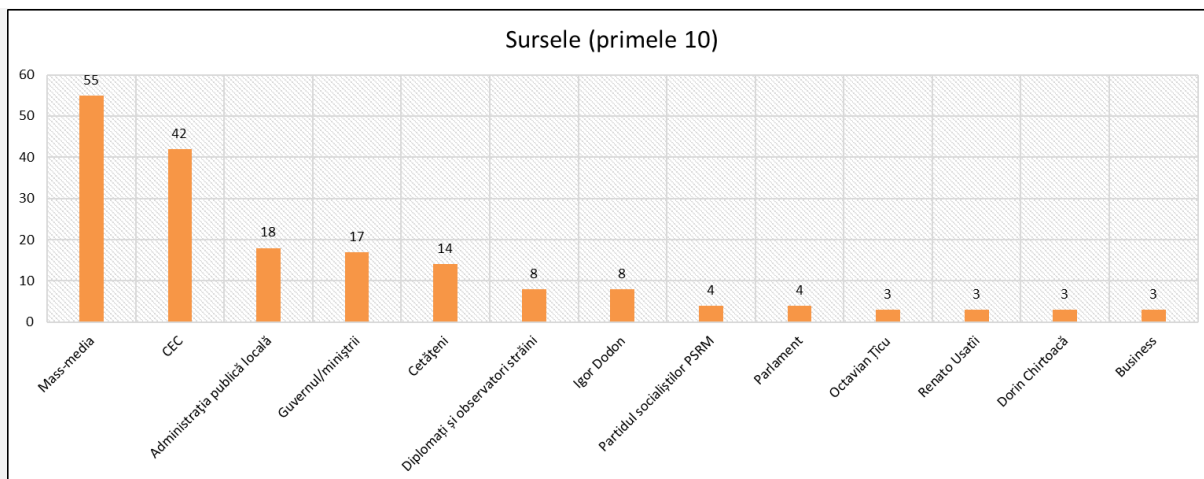
În ultima săptămână de campanie pentru turul II al alegerilor prezidențiale, **Gagauzinfo.md** a acordat o atenție mai mare candidatului Igor Dodon. În ultima zi a campaniei, pe site a putut fi urmărit în direct marșul de susținere a candidatului Igor Dodon desfășurat în Găgăuzia. Mai puține materiale au vizat domeniul politic, economia, probleme sociale, relațiile externe sau educația în context electoral.



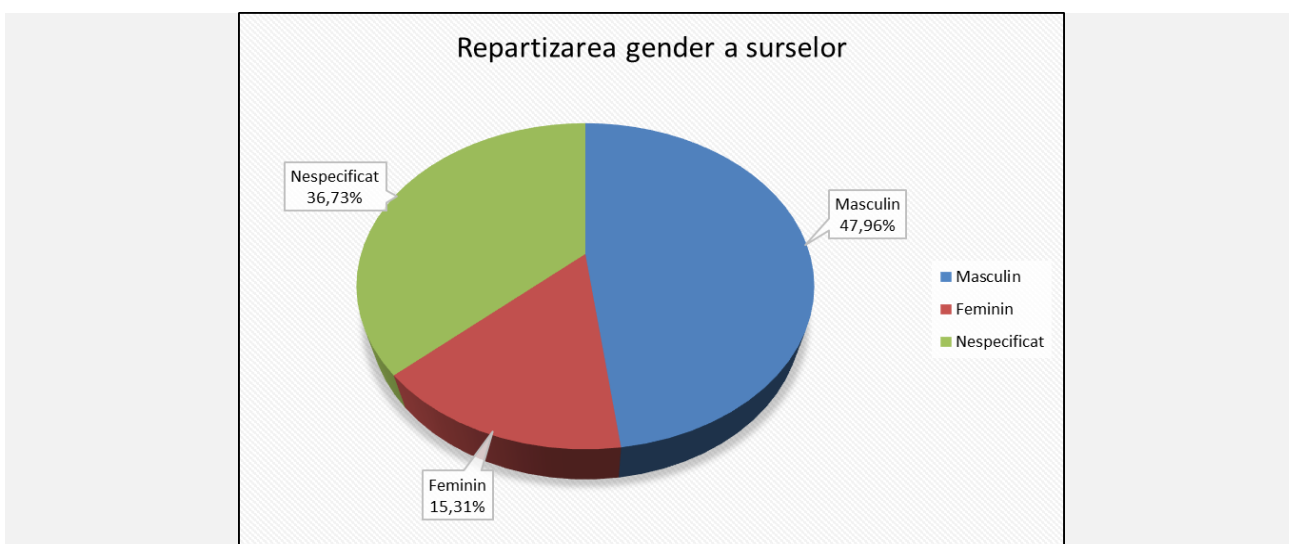
Igor Dodon a fost cel mai des protagonistul materialelor publicate de **Gagauzinfo.md**, cu 51 de apariții în această calitate. De asemenea, în primele 10 din cele 29 de categorii de protagoniști/protagoniste vizați/vizate în produsele jurnalistice s-au regăsit Maia Sandu (de 32 de ori), reprezentanții/representantele CEC, dar și Renato Usatîi (de câte 24 de ori), cetățenii/cetățenele (de 18 ori), reprezentanții/representantele Guvernului, precum și Violeta Ivanov (de câte 17 ori), Andrei Năstase (de 16 ori), dar și reprezentanții/representantele administrației publice locale, și Tudor Deliu (de câte 14 ori). Nu în ultimul rând, Dorin Chirtoacă a avut calitatea de protagonist de 12 ori, iar Octavian Țîcu – de 11 ori. La fel, dintre candidații care nu au intrat în cursa electorală, Andrian Candu a fost protagonist în două materiale publicate de **Gagauzinfo.md**.



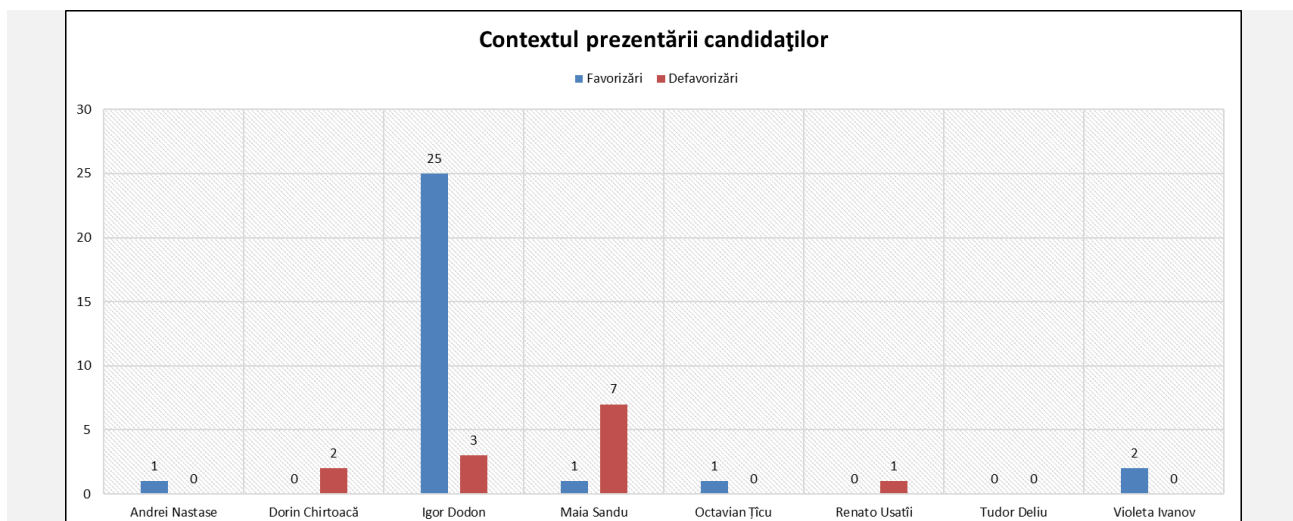
Din cele 21 de categorii diferite de surse, cel mai des au fost citate alte surse mass-media (de 55 de ori), urmate de reprezentanții/representantele CEC (de 42 de ori) și de reprezentanții/representantele administrației publice locale (de 18 ori). Candidații/candidatele la funcția supremă în stat au fost citați/citate de **Gagauzinfo.md** mult mai rar, și anume: Igor Dodon – de 8 ori, Renato Usatîi, Dorin Chirtoacă și Octavian Țîcu – de câte 3 ori, Violeta Ivanov, Andrei Năstase și Maia Sandu – de câte două ori, și Tudor Deliu – o dată.



Sursele citate de **Gagauzinfo.md** au fost, în toate perioadele monitorizate, preponderent bărbații, dar a fost asigurat periodic un raport de gen mai bun decât în cazul altor publicații. Cea mai mare proporție a surselor feminine a ajuns la aproape 23%, iar cea mai mică a fost de circa 6%. Bărbații au avut o prezență între circa 31% și 73%. Per ansamblu, din cele 196 de surse citate în total în perioadele monitorizate, 94, sau aproape 48% au fost bărbați, 30, sau circa 15% au fost femei, iar în 72 de cazuri, sau aproape 37% genul surselor citate nu a fost specificat.



Publicația regională **Gagauzinfo.md** a mediatizat candidații și candidatele la funcția de președinte/președintă în context preponderent neutru, exclusiv în asemenea context apărând doar candidatul Tudor Deliu. Ceilalți candidați și candidate au fost plasați/plasate și în contexte mai degrabă favorabile sau defavorabile. Cel mai des în context favorizant a apărut candidatul Igor Dodon (de 25 de ori din 51 când a fost protagonist), iar Maia Sandu a beneficiat de contexte defavorizante mai des decât ceilalți (de 7 ori din 32 în care a fost protagonistă).

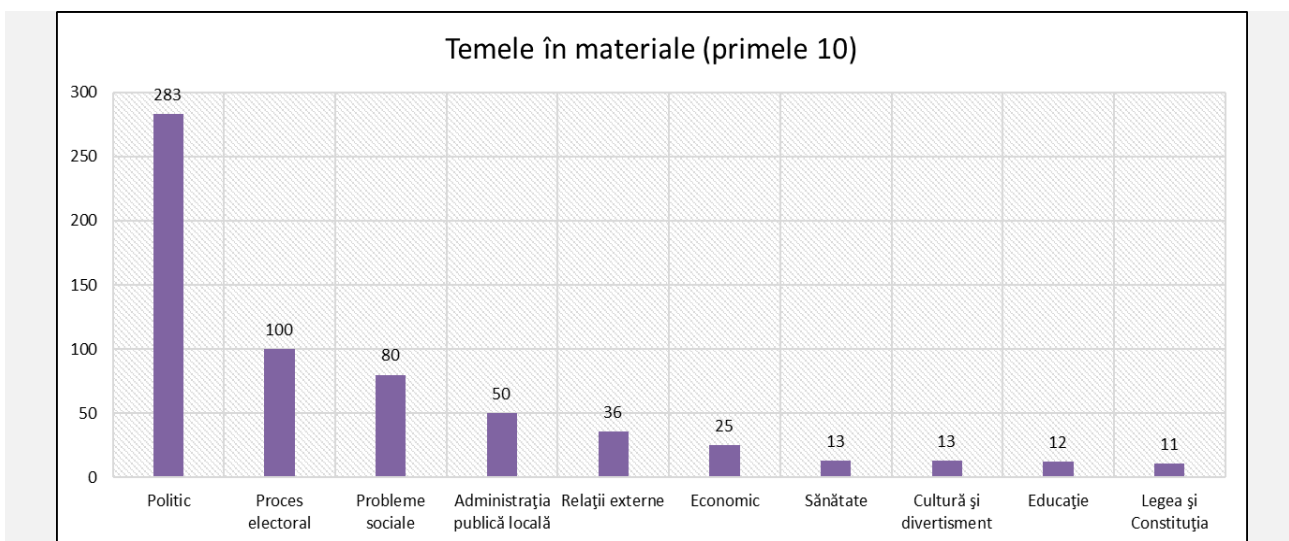


Kp.md a publicat în perioada supusă monitorizării 663 de materiale cu un caracter electoral direct sau indirect, inclusiv 580 de știri, 79 de comentarii, editoriale sau alte materiale de opinie, două interviuri și două sondaje de tip Vox Populi. Dintre acestea, 15 materiale au fost însoțite de imagini video, iar două – de înregistrări audio. Volumul total al materialelor relevante a constituit 1074230 de semne (pentru text), 2690 de secunde, sau aproape 45 de minute (pentru video), și 386 de secunde, sau peste 6 minute (pentru audio).

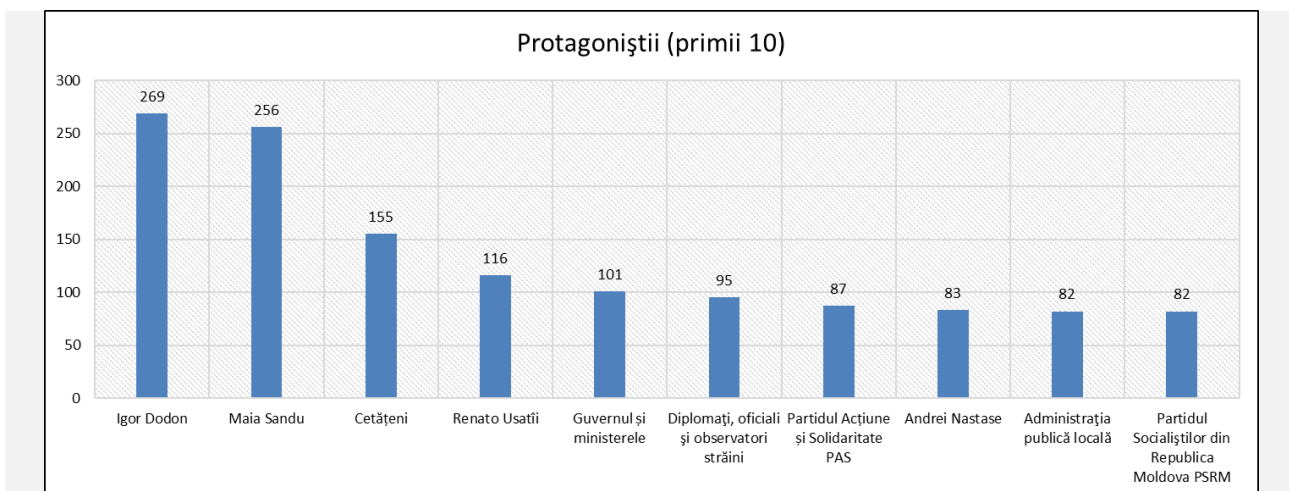
Agenda tematică a **Kp.md** a fost dominată de subiectele politice, publicația relatând pe larg activitatea, acțiunile electorale și inițiativele sociale ale candidatului Igor Dodon, ale PSRM și ale primăriei municipiului Chișinău. Igor Dodon a avut o prezență masivă în materialele **Kp.md**, publicația mediatizând inclusiv postările acestuia de pe rețelele de socializare, întâlnirile cu alegătorii și promisiunile din programul său electoral. Informații preluate integral din emisiunea „Igor Dodon răspunde”, incluzând sloganul candidatului, au constituit și ele subiecte de știri pe **Kp.md**. În ziua primului tur al alegerilor prezidențiale, procesul electoral nu a fost prezentat echilibrat, accentul fiind pus pe candidatul Igor Dodon și pe susținătorii săi, pe votul în anumite regiuni ale țării, pe incidentul de la Varnița, în care a fost implicat un membru al Partidului Acțiune și Solidaritate etc. De asemenea, portalul s-a alăturat altor publicații care au distribuit un șir de informații critice, false și denigratoare la adresa candidatei Maia Sandu, folosind mai multe declarații și opinii, insinuări și presupuneri pe post de sperietoare pentru alegători/alegătoare. Cele mai multe materiale critice despre Maia Sandu nu au avut la bază nicio sursă, și au constituit interpretări ale autorilor. Mai mult, publicația a admis titluri și exprimări sexiste și care au îndemnat la ură, violență și discriminare. Mai multe materiale electorale cu un vădit caracter publicitar nu au fost marcate corespunzător.

În campania dintre cele două tururi ale alegerilor, **Kp.md** a accentuat, pe de o parte, susținerea deschisă și promovarea masivă, exclusiv pozitivă a candidatului Igor Dodon, și denigrarea, pe de altă parte, a candidatei Maia Sandu. Amestecul dintre fapte și opinii, lipsa surselor și a probelor, interpretări și insinuări, fotografii care au pus-o în lumină proastă pe

candidata la prezidențiale, acuzații arbitrare, informații false despre și în adresa Maiei Sandu, de toate au fost publicate în special pe ultima sută de metri a campaniei. Alte materiale au vizat, în proporții mai mici, procesul electoral în general, problemele sociale, relațiile externe, economia, sănătatea, cultura sau educația în context electoral.

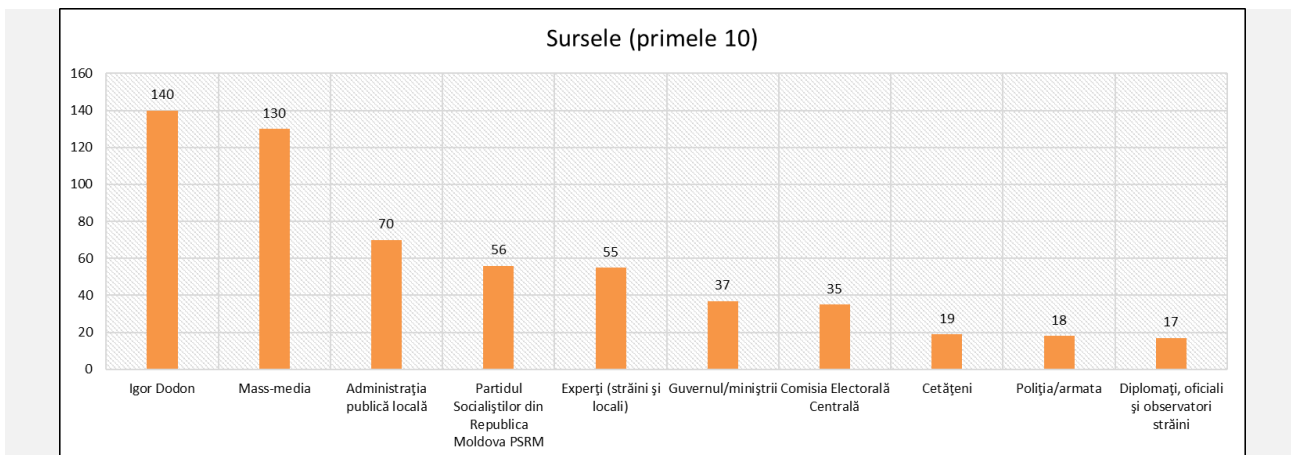


În perioada 15 septembrie - 14 noiembrie 2020, **Kp.md** a vizat în total 44 de categorii diferite de protagoniști/protagoniste. Primele două poziții au fost ocupate în acest sens de Igor Dodon și Maia Sandu, candidatul independent având cu 13 apariții mai mult decât candidata PAS. Au urmat cetățenii/cetățenele, cu 155 de apariții în calitate de protagoniști/protagoniste, Renato Usatîi cu 116 astfel de apariții, și reprezentanții/reprezentantele Guvernului cu 101. De asemenea, Andrei Năstase a fost protagonist în 83 de cazuri, Dorin Chirtoacă – în 78, Octavian Țicu – în 57, Violeta Ivanov și Tudor Deliu – în câte 49. Dintre candidații care nu au fost acceptați în competiția electorală, Andrian Candu a apărut de 17 ori în calitate de protagonist al materialelor **Kp.md**.

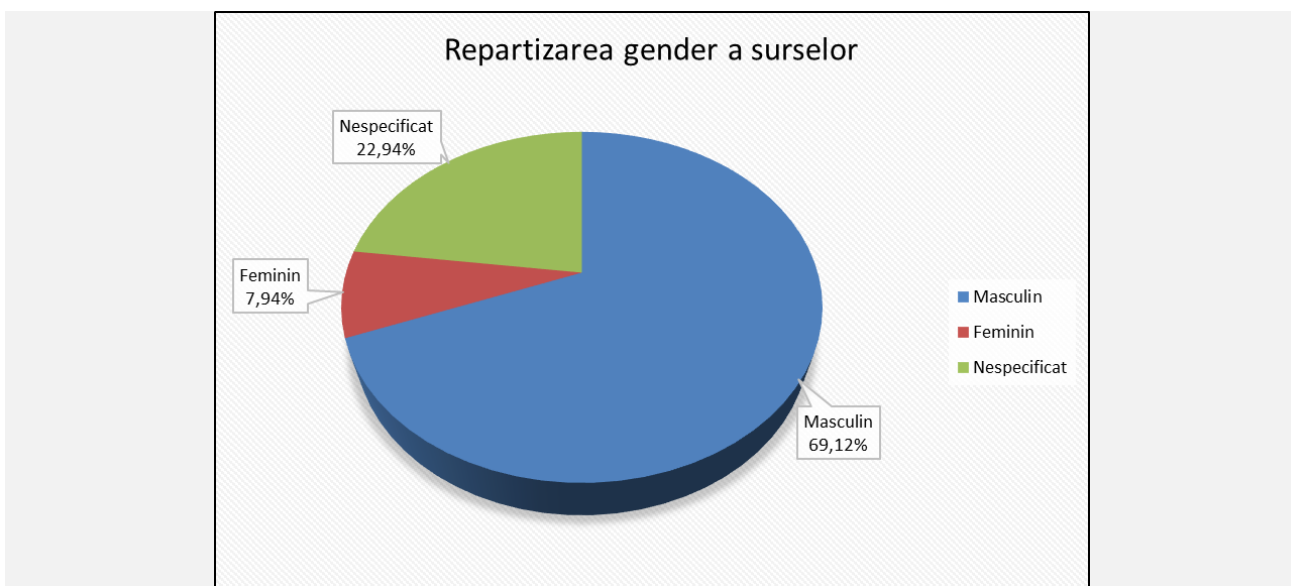


Cele 36 de categorii de surse citate de **Kp.md** s-au repartizat în special între Igor Dodon (de 140 de ori), alte surse mass-media (în 130 de cazuri) și reprezentanții/reprezentantele administrației publice locale, preponderent ai primăriei mun. Chișinău (de 70 de ori). În primele zece categorii au mai intrat reprezentanții/reprezentantele PSRM, citați/citate de 56 de ori, experții/expertele, cu 55 de apariții în această postură, sau reprezentanții/reprezentantele Guvernului, citați/citate în 37 de rânduri. Dintre candidații/candidatele la funcția de președinte/președintă au mai fost citați/citate: Maia Sandu – de 13 ori, Violeta Ivanov și

Renato Usatîi – de câte 5 ori, Andrei Năstase – de 3 ori, și Dorin Chirtoacă – de două ori. Candidații Tudor Deliu și Octavian Țicu nu au fost citați de **Kp.md** nici o dată în materialele publicate.

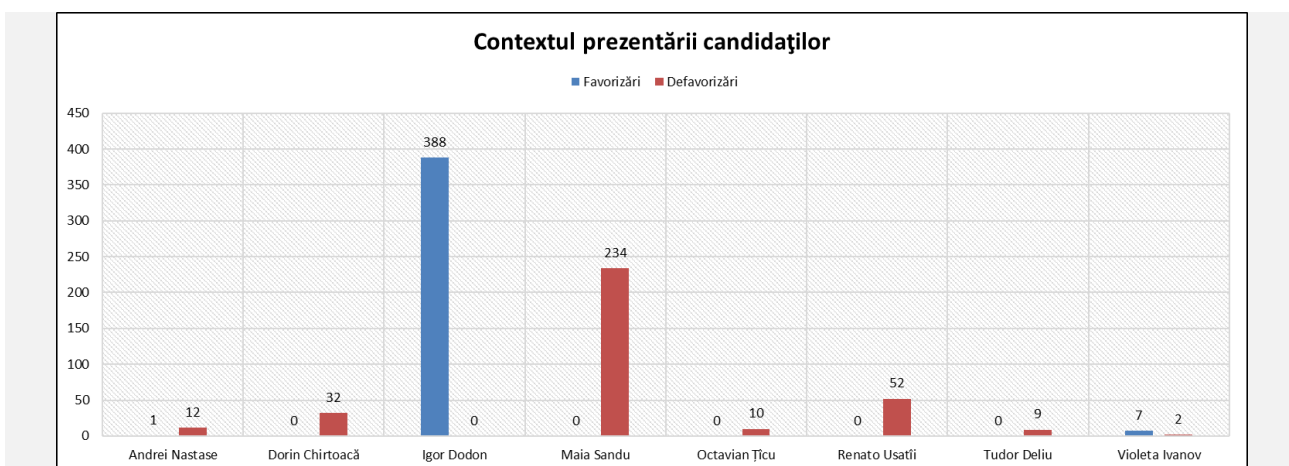


Sursele citate de **Kp.md** au fost dezechilibrate sub aspectul genului pe toată durata monitorizării, în defavoarea femeilor. Cea mai mare proporție a femeilor nu a depășit 13%, iar cea mai mică a fost de puțin peste 5%. Bărbații, la rândul lor, au fost citați în proporție de cel puțin 54% și cel mult 80%. Per total, din 693 de surse citate, 479 sau circa 70% au fost bărbați, 55 sau 8% - femei, iar în alte 159 de cazuri (sau aproape 23%) apartenența de gen a sursei nu a fost precizată.



Publicația **Kp.md** l-a favorizat deschis și masiv pe candidatul Igor Dodon în toate cele 7 perioade monitorizate, atât în știri, cât și în materialele de opinie ale diferitor autori, inclusiv experți străini, deputați etc. Igor Dodon a apărut astfel în contexte exclusiv pozitive, fiind favorizat în 388 de cazuri (fiind protagonist în 269). Maia Sandu, pe de altă parte, a fost supusă unei campanii continue de critici, denigrare, atacare, discriminare pe criteriu de gen și acuzare, fără ca dreptul la replică să-i fie asigurat. Astfel, candidata a fost defavorizată în 234 de cazuri (fiind protagonistă a 256 de materiale), fiind plasată în contexte eminamente negative, acuzatoare și jignitoare. Ceilalți candidați nu au apărut nici o dată în contexte pozitive, ci doar în neutre sau negative, o defavorizare mai evidentă fiind sesizată în cazul lui Renato Usatîi, care a beneficiat de 52 de defavorizări (aproape jumătate din cazurile în care a

fost vizat direct), dar și Dorin Chirtoacă, plasat în context negativ de 32 de ori. Candidata Violeta Ivanov a fost mai curând favorizată în 7 cazuri, și defavorizată în două.



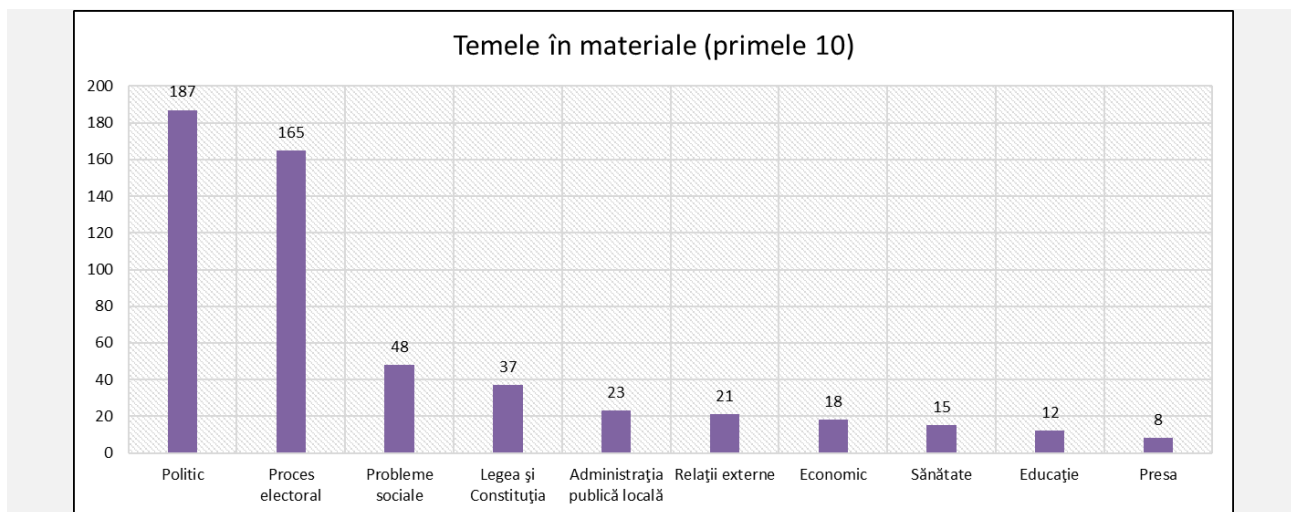
NewsMaker

Newsmaker.md

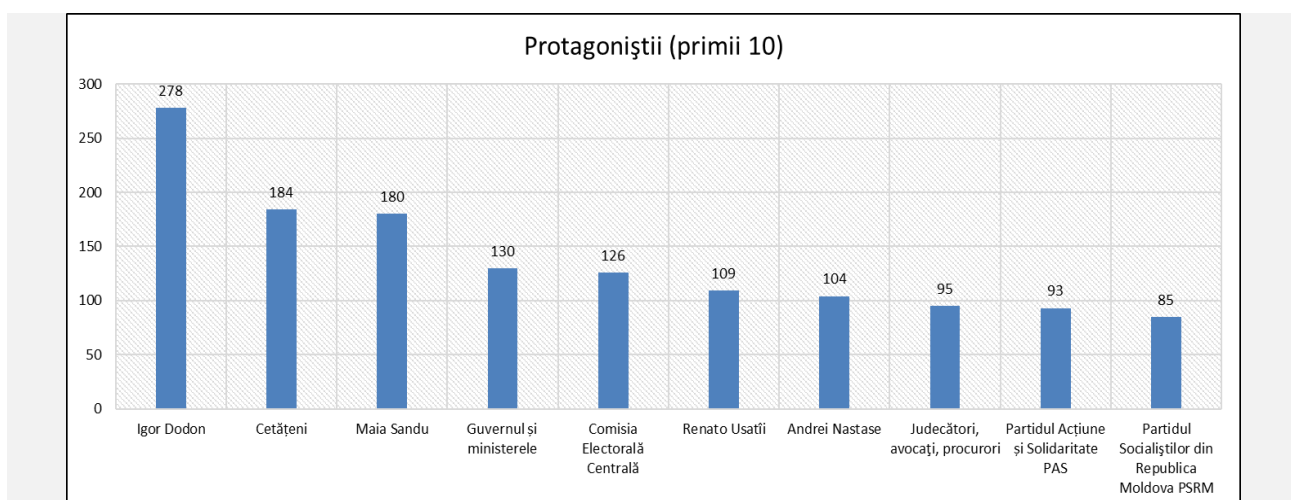
Newsmaker.md a publicat, în perioada 15 septembrie – 14 noiembrie, 573 de materiale cu un caracter electoral direct sau indirect, inclusiv 539 de știri, 25 de comentarii, editoriale sau alte materiale de opinie, 8 interviuri cu toți candidații și candidatele la funcția de președinte/președintă și o dezbatere electorală. În 84 de cazuri, produsele au fost însoțite și de imagini video, iar într-un caz – de înregistrări audio. Volumul total al materialelor relevante a constituit 1128908 de semne în cazul textelor, 146214 de secunde sau peste 40 de ore în cazul imaginilor video, și 254 de secunde sau circa 4 minute în cazul înregistrării audio.

Publicația a mediatizat subiectele politice și procesul electoral în proporție echilibrată, acordând o atenție semnificativă deciziilor CEC și aspectelor ce au vizat alegerile, în special în condiții de pandemie. **Newsmaker.md** a reflectat evenimentele electorale ale tuturor candidaților/candidatele la funcția supremă, a publicat știri de la evenimente electorale, a realizat materiale analitice privind problemele electorale, precum votul peste hotare sau al cetățenilor din stânga Nistrului. De asemenea, ziua primului tur al alegerilor prezidențiale a fost mediatizată relativ echilibrat. Astfel, **Newsmaker.md** a acoperit procesul de vot în general, cu datele de la CEC, cele despre încălcări, declarațiile candidaților și ale candidatele, incidentul de la Varnița, votul în diaspora etc. De cele mai multe ori, publicația a asigurat dreptul la replică în materialele conflictuale, fie prin reacția imediată a părții vizate, dacă ea a existat, fie în știri separate, publicate la anumite intervale. Și în materialele de opinie, **Newsmaker.md** a încercat să asigure echilibrul.

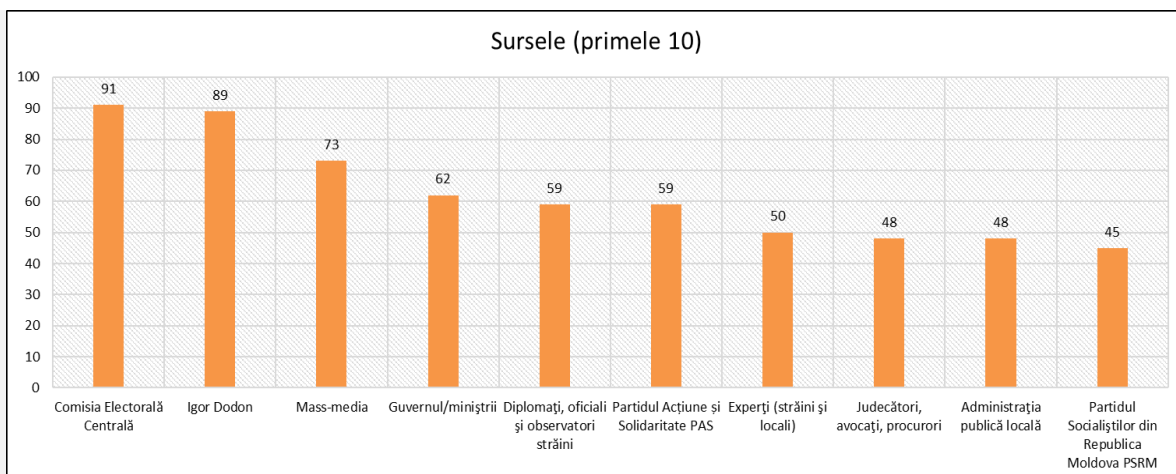
În campania pentru turul II, publicația a acordat o atenție mai mare domeniului politic, mediatizând acțiunile de campanie ale candidatei și candidatului rămași în cursa pentru alegerile prezidențiale, în manieră preponderent echilibrată și echidistantă. De cele mai multe ori, s-au făcut eforturi pentru obținerea de replici/reacții de la părțile vizate în materialele conflictuale, sau acestea au fost prezentate în background. Mai puține materiale publicate au vizat problemele sociale, relațiile externe, economia, sănătatea sau educația în context electoral.



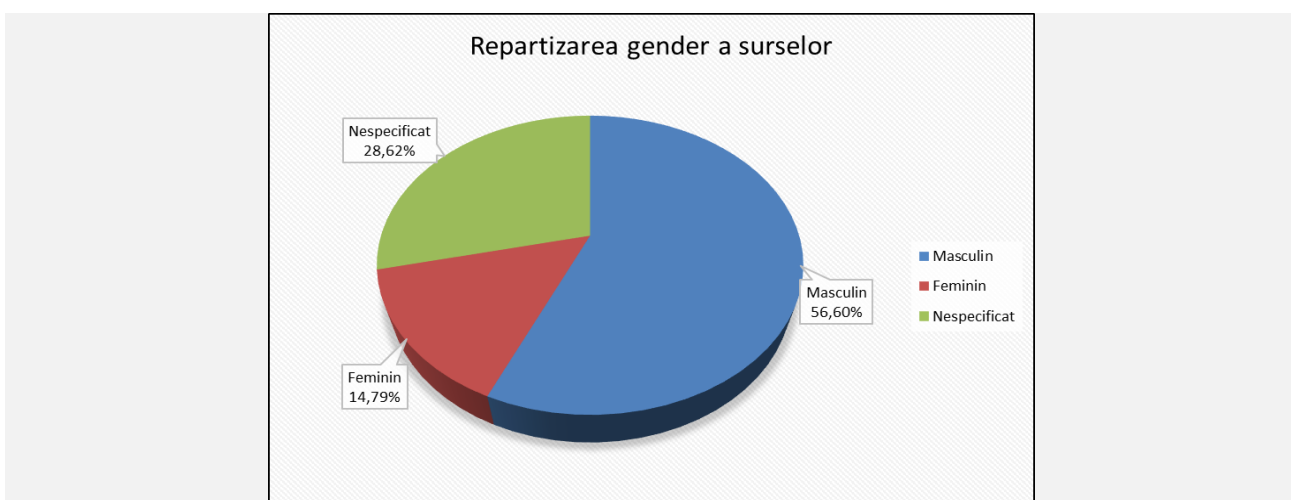
Primele trei locuri printre cele 43 de categorii de protagoniști/protagoniste vizați/vizate în materialele **NewsMaker.md** au fost ocupate de Igor Dodon (de 278 de ori), cetățeni/cetățene (de 184 de ori) și de Maia Sandu, care a fost protagonistă de 180 de ori. Au urmat reprezentanții/reprezentantele Guvernului, cu 130 de apariții în calitate de protagoniști/protagoniste, cei/cele ai/ale Comisiei Electorale Centrale, cu 126 de astfel de apariții, Renato Usatîi, care a fost protagonist de 109 ori sau Andrei Năstase, vizat de 104 ori. Ceilalți candidați și o candidată înscrisi/înscrisă în cursa electorală au avut calitatea de protagoniști/protagonistă în mai puține cazuri, și anume: Dorin Chirtoacă – de 66 de ori, Tudor Deliu – de 64 de ori, Violeta Ivanov – de 62 de ori și Octavian Țîcu – de 60 de ori. De asemenea, candidații respinși de CEC pentru participarea în cursă au avut calitatea de protagoniști astfel: Andrian Candu – de 16 ori, Alexandr Kalinin și Ion Costăș – de câte 3 ori, Constantin Oboroc – de două ori, și Serghei Toma – o dată.



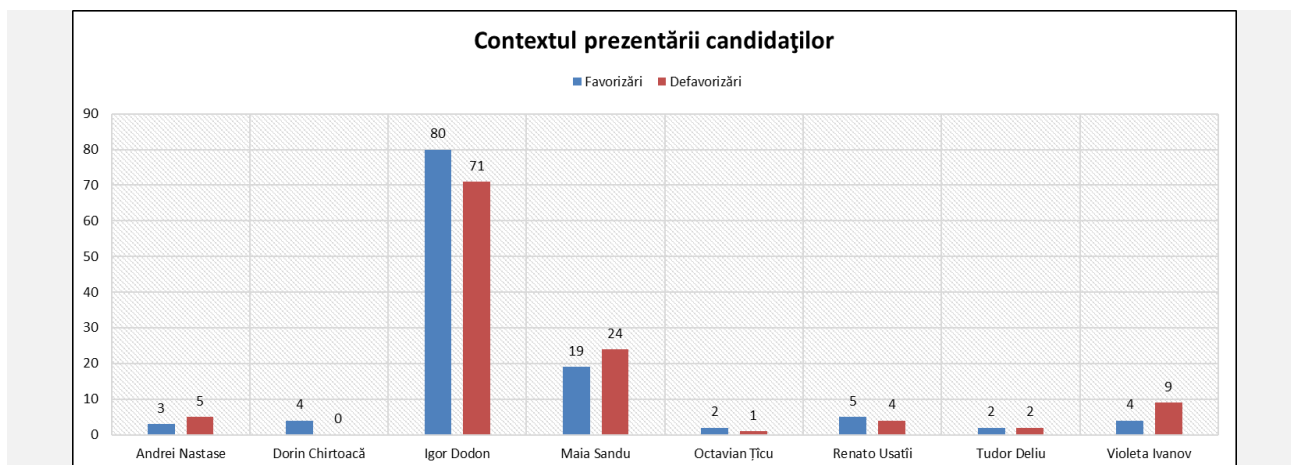
De asemenea, **NewsMaker.md** a citat în total 40 de categorii de surse, cel mai des apelând în acest sens la reprezentanții/reprezentantele Comisiei Electorale Centrale și la Igor Dodon (de 91 și respectiv 89 de ori). Au fost citate și alte surse mass-media (de 73 de ori), reprezentanții/reprezentantele Guvernului (de 62 de ori), diplomații străini/diplomatele străine, dar și reprezentanții/reprezentantele PAS (de câte 59 de ori). Ceilalți candidați și candidatele înscrisi/înscrise în competiția electorală nu s-au regăsit în primele zece categorii cel mai des citate de **NewsMaker.md**, dar au avut calitatea de surse după cum urmează: Maia Sandu – de 36 de ori, Renato Usatîi – de 29 de ori, Andrei Năstase – de 15 ori, Dorin Chirtoacă – de 11 ori, Octavian Țîcu – de 10 ori, Violeta Ivanov și Tudor Deliu – de câte 3 ori fiecare.



Deși dezechilibrată semnificativ în defavoarea femeilor, sursele citate de **Newsmaker.md** au fost relativ mai echilibrate sub aspectul genului decât în cazul altor publicații monitorizate. Astfel, raportul femeilor nu a scăzut sub 13%, și a ajuns la 17%, iar al bărbaților a oscilat între 49% și 69% în diferite perioade de raport. Per ansamblu, din cele 940 de surse citate în total, 532 sau aproape 57% au fost bărbați, 139 sau aproape 15% au fost femei, iar în 269 de cazuri (sau aproape 29%) genul sursei nu a fost specificat.



În perioada 15 septembrie – 14 noiembrie 2020, **Newsmaker.md** a mediatizat, în general, în mod echidistant candidații și candidatele la funcția de președinte/președintă al/a Republicii Moldova, prezentându-i/prezentându-le, de cele mai multe ori în contexte neutre. Cu toate acestea, niciunul/niciuna nu a apărut doar în contexte neutre. Cel mai mult în contexte fie pozitive, fie negative, a fost plasat Igor Dodon (de 80 de ori și respectiv de 71), urmat de Maia Sandu (de 19 ori versus 24 de ori). În majoritatea cazurilor, favorizările/defavorizările au fost indirecte. Ceilalți candidați și o candidată au avut apariții sporadice în cele două ipostaze. Chiar și așa, o tendințiozitate a redacției **Newsmaker.md** față de candidați/candidate nu a fost atestată.

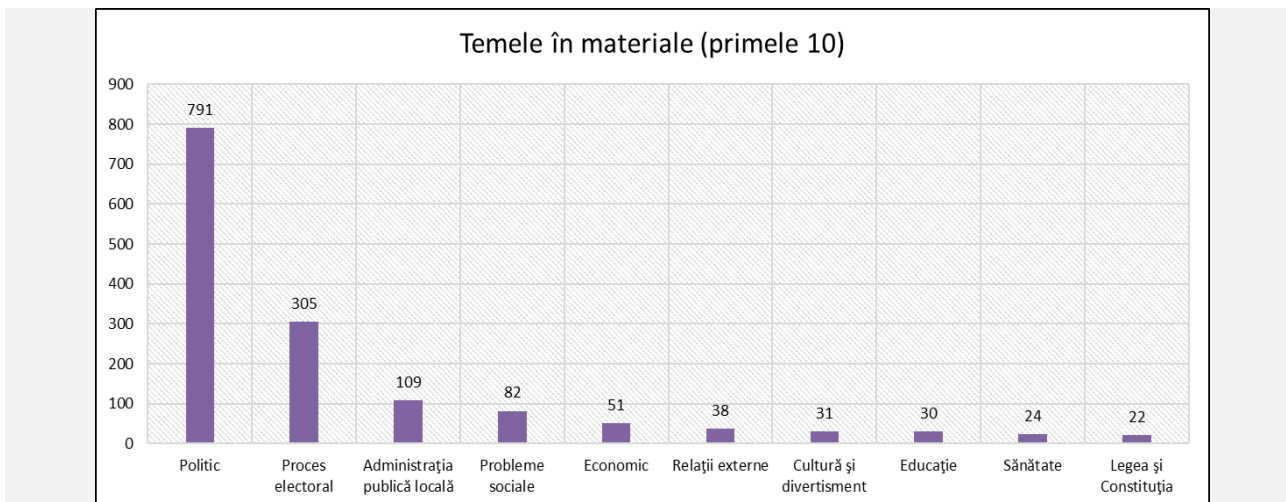


Noi.md

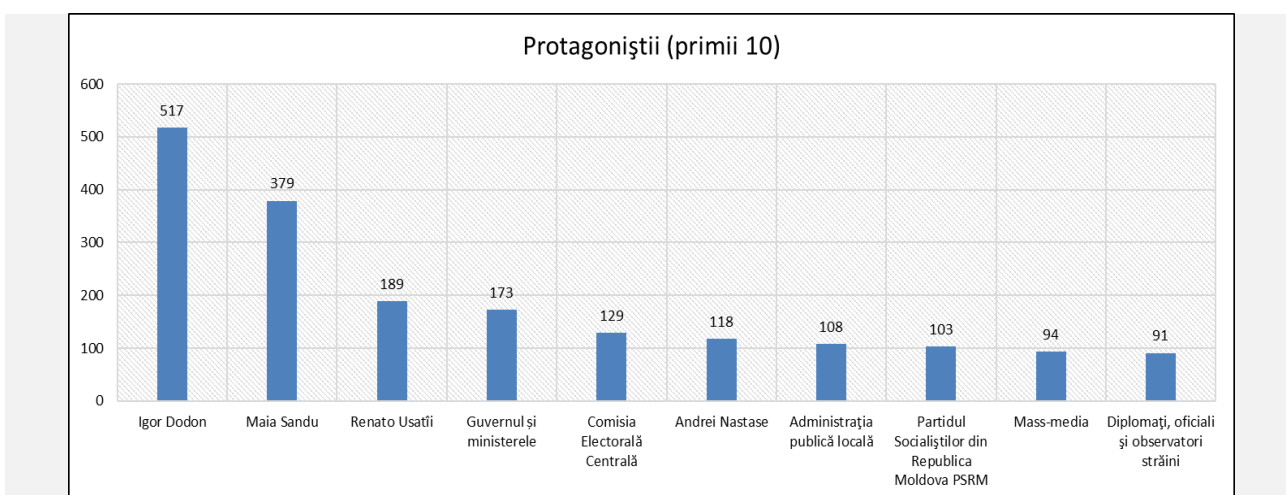
Noi.md a publicat cele mai multe materiale cu un caracter electoral direct sau indirect, în toate cele 7 perioade monitorizate. Astfel, între 15 septembrie și 14 noiembrie 2020, instituția a avut 1543 de astfel de materiale, inclusiv 1504 știri, 36 de comentarii, editoriale sau alte materiale de opinie, două sondaje de tip Vox Populi și o dezbatere electorală. În 167 de cazuri, materialele au fost însoțite și de imagini video, iar într-un caz – de audio. Volumul total al produselor relevante a constituit 2045866 de semne pentru texte, 207953 de secunde sau circa 58 de ore pentru video, și 293 de secunde sau circa 5 minute pentru audio.

Tematica materialelor a vizat, în cea mai mare parte, domeniul politic, inclusiv activitatea și declarațiile unor candidați/candidate la funcția de președinte/președintă. Publicația a reflectat intens activitatea candidatului Igor Dodon și a primarului de Chișinău Ion Ceban, inclusiv prin transformarea în știre a postărilor de pe Facebook ale celor doi sau transmiterea în direct a emisiunii „Igor Dodon răspunde”, favorizându-l deschis și masiv pe acest candidat. În același timp, **Noi.md** a publicat materiale critice la adresa altor candidați/candidate, și a folosit atacurile reciproce ale acestora pentru a-i/a le prezenta în context negativ în raport cu Igor Dodon. Publicația a reflectat activ ziua primului tur al alegerilor prezidențiale, prezentând datele furnizate de Comisia Electorală Centrală, rezultatele votului, prezența la urne etc., Igor Dodon beneficiind de cea mai largă mediatizare din partea publicației. În același timp, de o atenție semnificativă a avut parte și candidata Maia Sandu, doar că plasarea a fost în contexte eminentemente defavorabile. Publicația a conturat imaginea unui bun creștin și reformator al justiției, în persoana lui Igor Dodon (care s-a prezentat mai târziu la urna de vot pentru că a mers la biserică), și a unui pericol destabilizator, lichidator al statalității Republicii Moldova – în persoana Maiei Sandu. Știrile care au vizat-o pe cea din urmă au fost exclusiv negative, conținând declarații sau acuzații la adresa ei, fără a fi prezentată și poziția Maiei Sandu. De asemenea, anumite materiale au fost bazate pe opiniile anumitor experți care au criticat-o pe candidată. Narațiunile false despre lichidarea școlilor și a grădinițelor, interzicerea sărbătoririi zilei de 9 mai ca zi a Victoriei, marșurile LGBT sau unirea cu România au fost și în acest caz exploatate și folosite pe post de sperietori pentru beneficiarii/beneficiarele de informație și implicit alegători/alegătoare.

Noi.md a mai scris despre activitatea administrației publice locale, cu accent pe primăria Chișinău și primarul Ion Ceban, dar și despre probleme sociale, economie, relații externe, cultură, educație și sănătate în context electoral.

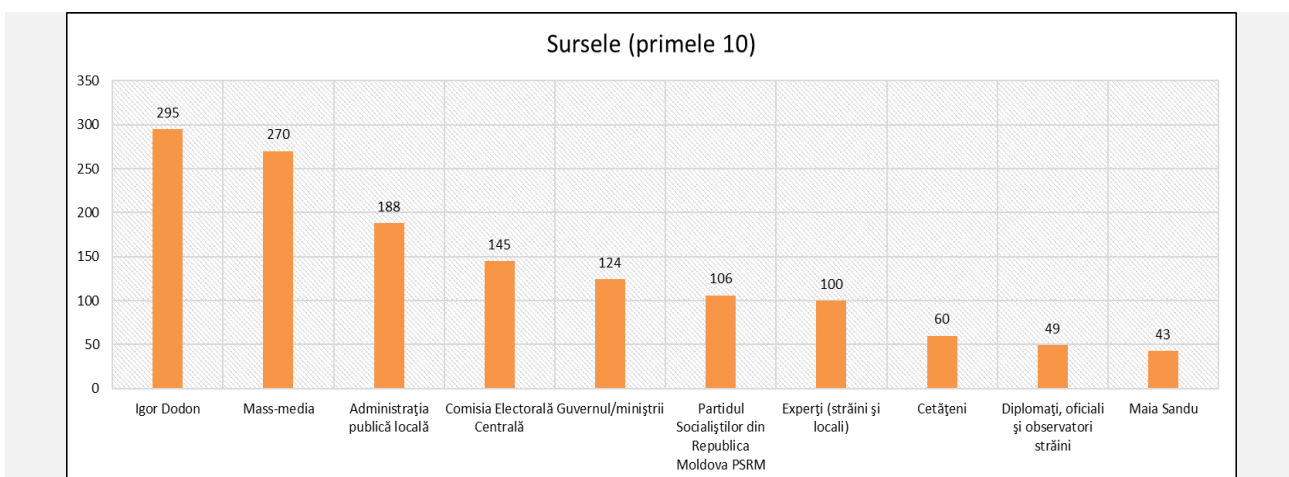


Jumătate dintre candidații și candidatele înscriși/înscrise în cursa electorală s-au regăsit în primele 10 categorii de protagoniști/protagoniste ai/ale materialelor **Noi.md**, din totalul de 43 de categorii diferite. Astfel, Igor Dodon a fost protagonist de 517 ori, Maia Sandu – de 379, Renato Usatîi – de 189 și Andrei Năstase – de 118. De asemenea, în top 10 categorii de protagoniști/protagoniste s-au mai regăsit reprezentanții/reprezentantele Guvernului (de 173 de ori), ai/ale Comisiei Electorale Centrale (de 129 de ori) sau ai/ale administrației publice locale (de 108 ori). Ceilalți candidați și o candidată au avut rolul de protagoniști/protagonistă mai rar, și anume: Violeta Ivanov – 74 de ori, Dorin Chirtoacă – de 68 de ori, Octavian Țîcu – de 61 de ori, și Tudor Deliu – de 53 de ori. La fel, candidații care nu au primit aprobarea CEC de a participa în competiția electorală au fost protagoniști după cum urmează: Andrian Candu – de 36 de ori, Alexandr Kalinin și Ion Costăș – de câte 4 ori, Constantin Oboroc și Serghei Toma – câte o dată.

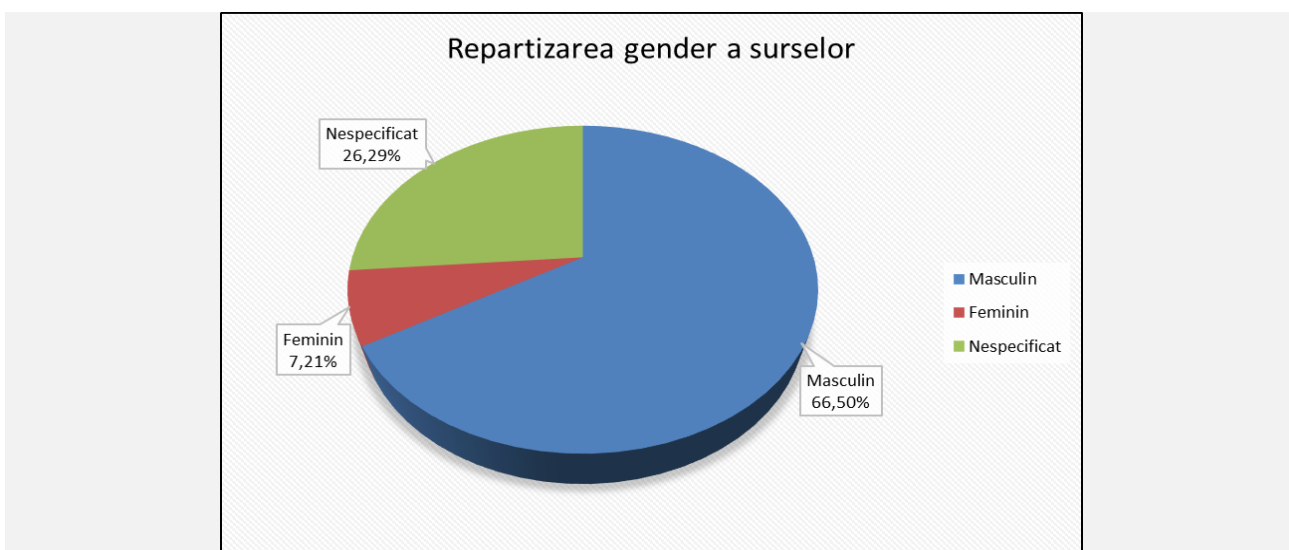


În același timp, Igor Dodon a fost și cel mai des citat printre cele 37 de categorii de surse ale **Noi.md** în perioada de raport, candidatul având 295 de apariții în calitate de sursă. Au urmat alte surse mass-media, citate de 270 de ori, reprezentanții/reprezentantele administrației publice locale, citați/citate de 188 de ori, și reprezentanții/reprezentantele CEC, citați/citate în 145 de cazuri. Pe poziția a zecea s-a situat în context candidata Maia Sandu, cu 43 de apariții în calitate de sursă de informare pentru materialele publicate. La fel, Andrei Năstase a

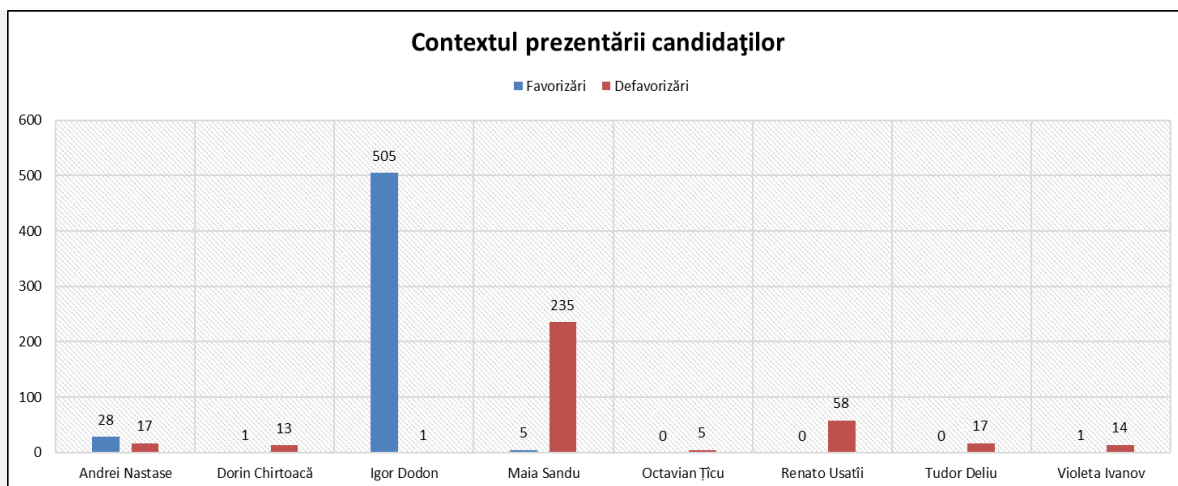
fost citat de 39 de ori, Renato Usatîi – de 20 de ori, Octavian Țicu – de 10 ori, Dorin Chirtoacă – de 8 ori, Tudor Deliu – de 4 ori, și Violeta Ivanov – o dată.



Sub aspectul genului surselor, a fost atestat un dezechilibru constant și evident în defavoarea femeilor, în toate perioadele monitorizate. Cea mai mică proporție a surselor feminine a fost de 6%, iar cea mai mare – de 9%, în timp ce bărbații au fost prezenți între 52% și 87%. Per total, din 1761 de surse citate de **Noi.md**, 1171, sau peste 66% au fost bărbați, 127 sau puțin peste 7% au fost femei, iar 463 sau peste 26% nu au fost specificate în acest sens.



În perioada 15 septembrie - 14 noiembrie 2020, **Noi.md** l-a favorizat continuu pe Igor Dodon, atât în știri, cât și în comentarii. Candidatul susținut de PSRM a fost plasat în context pozitiv de 505 ori (în 517 fiind protagonist). Un material l-a defavorizat indirect, printr-o menționare a numelui candidatului într-un context mai degrabă negativ. Maia Sandu, la rândul ei, a beneficiat de o defavorizare evidentă în cea mai mare parte a cazurilor în care a fost vizată (235 de cazuri, în 379 fiind protagonistă). Defavorizarea s-a făcut atât prin textele știrilor și ale comentariilor, care au inclus mai multe afirmații și acuzații grave fără a fi probate sau fără a fi prezentată opinia candidatei, cât și, în unele cazuri, prin fotografii trucate. Maia Sandu a fost plasată de 5 ori și în contexte care au favorizat-o indirect. Alți candidați și o candidată au fost mai curând defavorizați într-un număr mai mic sau mai mare al materialelor **Noi.md**, iar Andrei Năstase a apărut și în contexte favorabile într-un număr mai mare de produse (28) în raport cu ceilalți candidați/candidate.

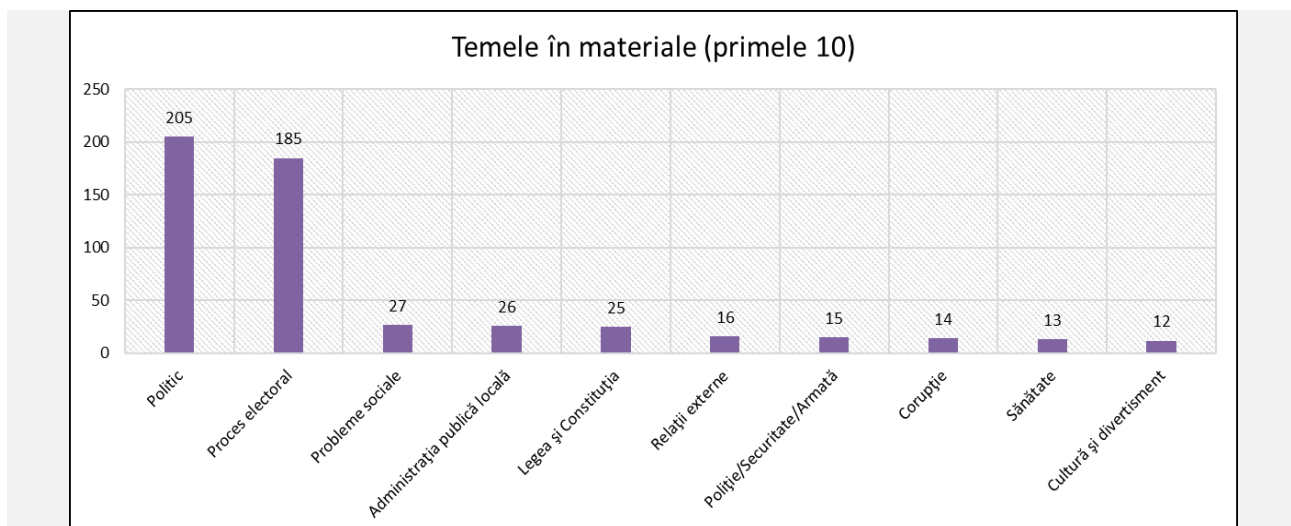


Realitatea.md

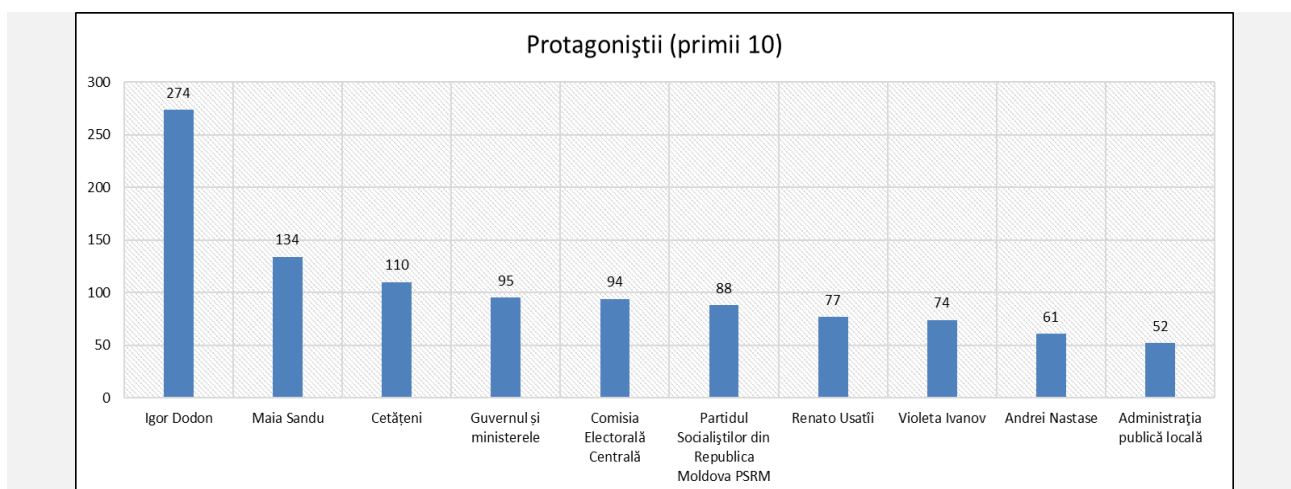
Realitatea.md a publicat în total 578 de materiale cu un caracter electoral direct sau indirect, inclusiv 570 de știri, 7 comentarii, editoriale sau alte materiale de opinie, și o dezbatere electorală. Dintre acestea, 163 de materiale au fost însoțite și de imagini video, iar unul – de înregistrări audio. Volumul total al materialelor relevante a constituit 1054471 semne pentru texte, 198406 secunde sau circa 55 de ore în cazul materialelor video, și 196 de secunde sau circa 3 minute pentru înregistrarea audio.

Cea mai mare parte a materialelor publicate de **Realitatea.md** a vizat domeniul politic, iar o parte importantă s-a referit și la procesul electoral. Astfel, publicația a mediatizat acțiunile de campanie ale candidaților/candidatelor, declarațiile lor de avere, declarațiile, opiniile etc. În ajunul zilei primului tur al alegerilor, portalul le-a oferit spațiu tuturor candidaților/candidatelor să îndemne cetățenii la vot, iar în ziua alegerilor a prezentat toți candidații și pe cele două candidate în procesul de exercitare a dreptului de vot, precum și deciziile și declarațiile CEC, votul în țară și în diasporă, incidentul de la Varnița etc.

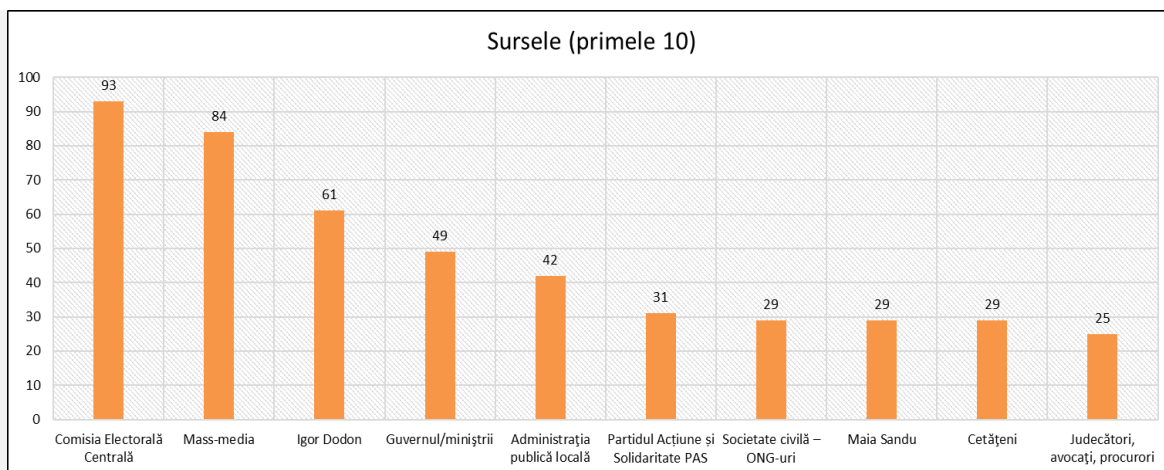
În turul II, **Realitatea.md** a pus accent pe acțiunile de campanie sau declarațiile candidatei și ale candidatului. La fel, o parte din articole s-a referit la diferite aspecte ale procesului electoral, inclusiv votul în străinătate sau al cetățenilor suspectați de infectarea cu SARS-Cov2. În unele cazuri, nu s-a făcut distincția clară dintre fapte și opinii, iar unele materiale publicitare nu au fost marcate corespunzător. La distanță mare, au mai fost abordate subiecte sociale, relațiile externe, corupția, sănătatea, sau cultura și divertismentul în context electoral.



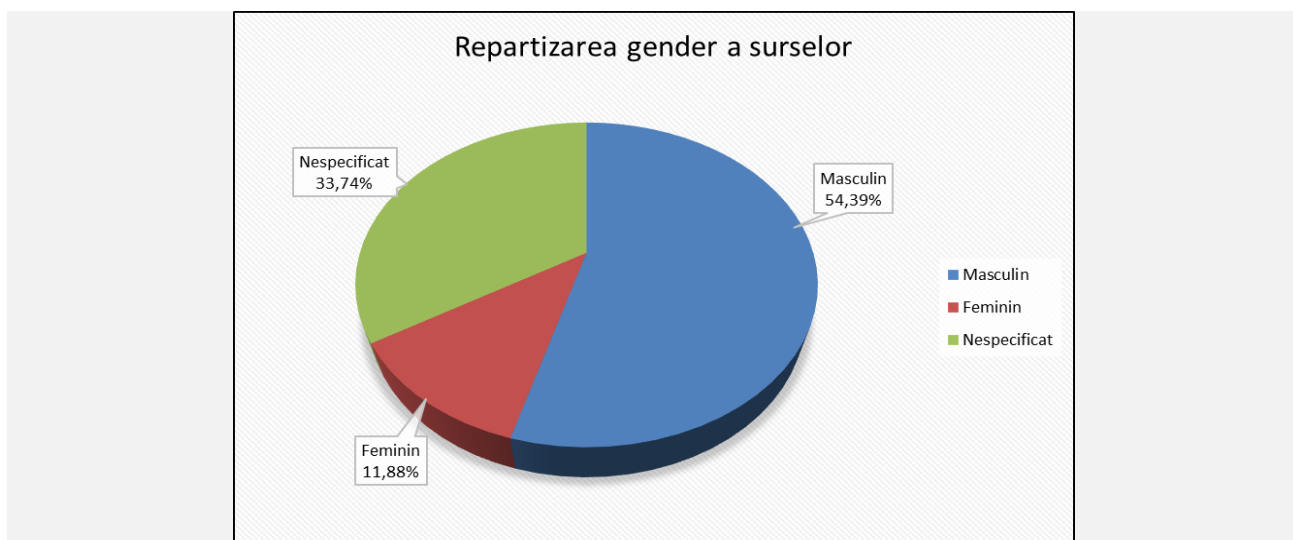
În perioada de referință, **Realitatea.md** a vizat în total 42 de categorii diferite de protagoniști/protagoniste. Candidatul Igor Dodon a apărut cel mai des în această calitate (de 274 de ori), urmat de candidata Maia Sandu, cu 134 de astfel de apariții. Podiumul a fost completat de cetățeni/cetățene, care au fost protagoniști/protagoniste de 110 ori. Alți doi candidați și o candidată au intrat în primele 10 cel mai des vizate categorii, Renato Usatîi fiind protagonist de 77 de ori, Violeta Ivanov – de 74 și Andrei Năstase – de 61 de ori. La rândul lor, Tudor Deliu, Dorin Chirtoacă și Octavian Țicu au apărut mai rar în calitate de protagoniști, de 44, 41 și, respectiv, de 40 de ori. De asemenea, dintre candidații respinși de CEC, Andrian Candu a fost vizat în 22 de materiale, Alexandr Kalinin – în 6 și Ion Costăș – în 5.



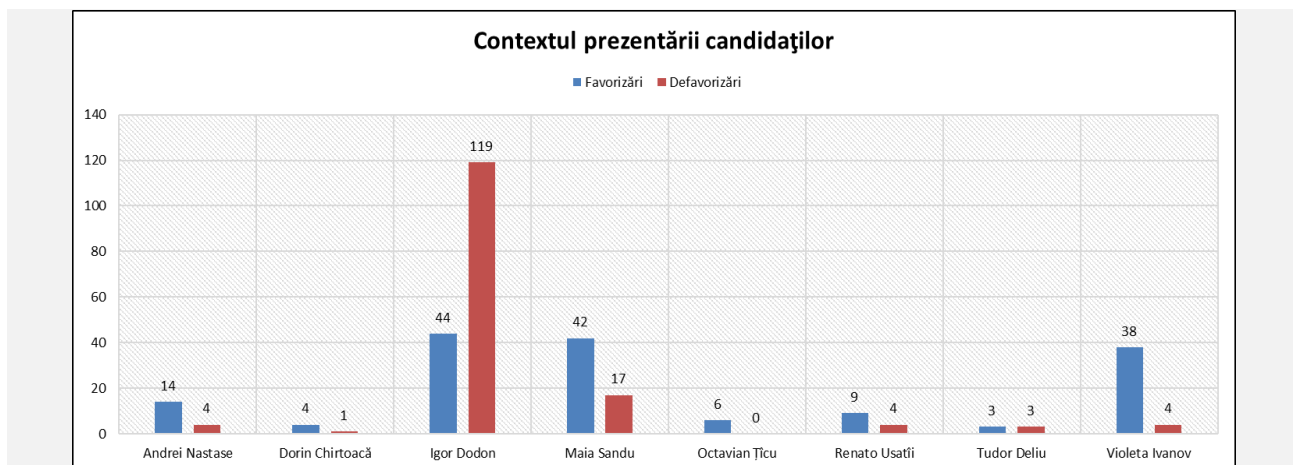
În același timp, din cele 39 de categorii de surse citate de **Realitatea.md** în intervalul monitorizat, cele mai multe au venit de la Comisia Electorală Centrală (93), alte surse mass-media (84) și de la Igor Dodon (în 61 de cazuri). În primele zece cele mai citate categorii a mai intrat Maia Sandu, citată de 29 de ori. Alți candidați și o candidată au apărut mai rar în calitate de surse, inclusiv Renato Usatîi – de 23 de ori, Violeta Ivanov – de 16 ori, Dorin Chirtoacă – de 14 ori, Octavian Țicu – de 11 ori, Andrei Năstase – de 10 ori, și Tudor Deliu – de 4 ori.



În același timp, sursele au fost constant dezechilibrate sub aspectul genului, în favoarea bărbaților. Prezența femeilor a oscilat între 8% și 18%, iar cea a bărbaților – între 40% și 60%. În ansamblu pentru toată perioada monitorizată, din totalul de 741 de surse citate, 403 sau circa 54% au fost bărbați, 88 sau aproape 12% au fost femei, iar în 250 de cazuri sau aproape 34% genul nu a fost specificat.



În perioada 15 septembrie – 14 noiembrie 2020, candidații și candidatele la funcția de președinte/președintă al/a Republicii Moldova au fost mediatizați/mediatizate de **Realitatea.md** atât în manieră neutră, cât și pozitiv și negativ, fără ca cineva să fi apărut doar în contexte neutre. Astfel, Violeta Ivanov s-a remarcat cu plasarea în contexte favorabile în mai mult de jumătate din cazurile în care a fost protagonistă (38 din 74), unele materiale cu un caracter publicitar clar ale candidatei nefiind marcate corespunzător. Tot ea a beneficiat și de 4 cazuri de defavorizare indirectă. De asemenea, Igor Dodon a fost defavorizat în 119 cazuri și favorizat în 44 (el fiind protagonist al 274 de materiale). În același timp, Maia Sandu a fost plasată în contexte care mai curând au favorizat-o de 42 de ori, și în unele mai degrabă negative – de 17 ori. Ceilalți candidați au avut mai puține favorizări/defavorizări în raport cu aparițiile în calitate de protagoniști.

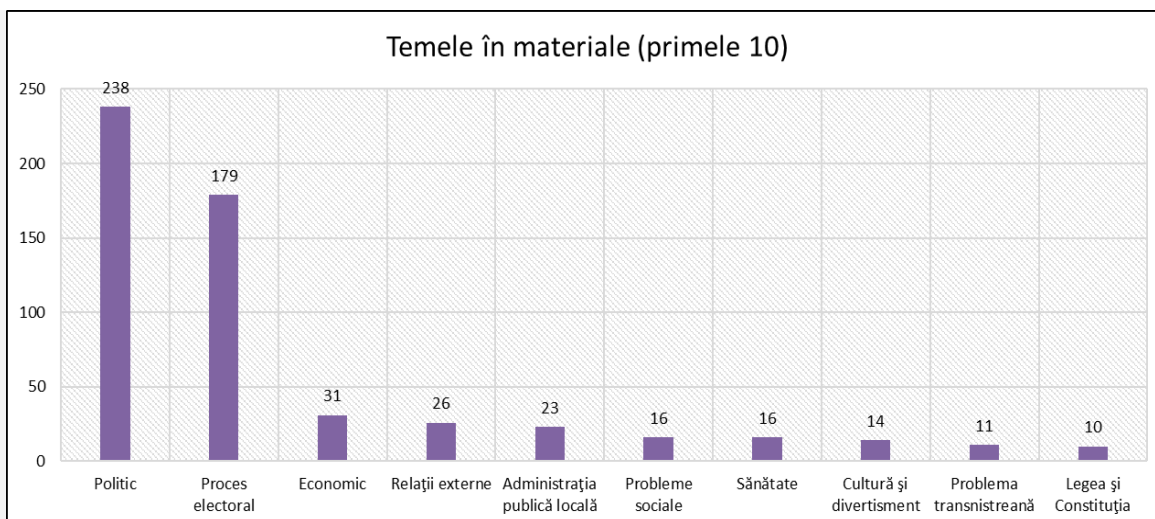


[Sputnik.md](https://www.sputnik.md)

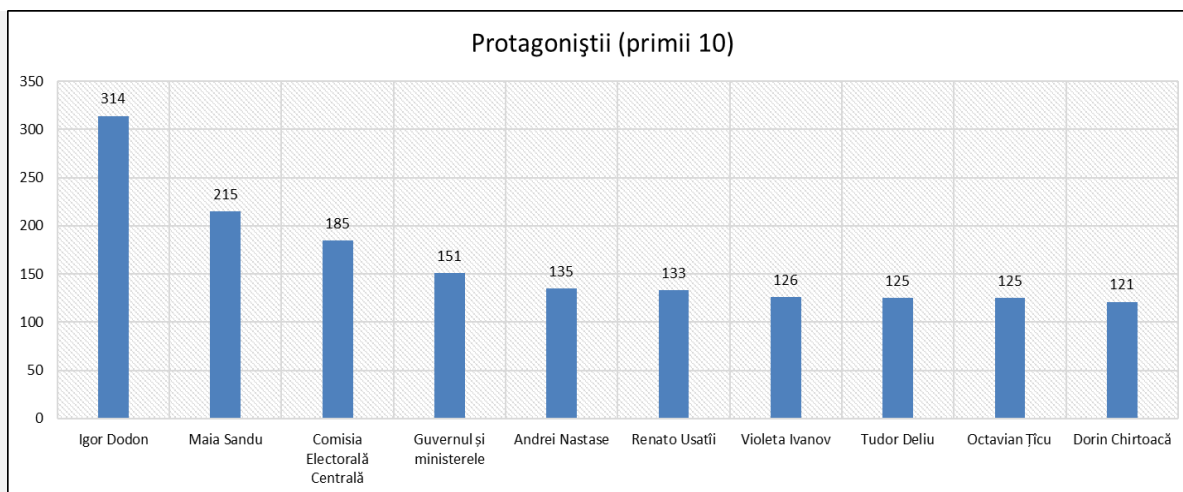
Sputnik.md a publicat, în perioada 15 septembrie – 14 noiembrie 2020, 583 de materiale cu un caracter electoral direct sau indirect, inclusiv 569 de știri, 12 comentarii, editoriale sau alte materiale de opinie, dar și două sondaje de tip Vox Populi. În același timp, 62 materiale au fost însoțite de imagini video, iar 28 – de coloană audio. Volumul total al materialelor relevante a constituit 1208137 de semne (texte), 97344 de secunde sau circa 27 de ore (video) și 6789 de secunde sau aproape 2 ore (audio).

Cele mai multe din materialele publicate de **Sputnik.md** au fost din categoriile tematice politic și proces electoral. O parte importantă a știrilor a vizat activitățile de campanie ale lui Igor Dodon, inclusiv emisiunea „Igor Dodon răspunde”, declarațiile candidatului în cadrul diferitor interviuri, viața privată a candidatului susținut de PSRM, declarațiile făcute de soția acestuia într-un interviu etc. De asemenea, portalul a mediatizat rezultatele sondajelor apărute în această perioadă, deciziile CEC privind votul pe timp de pandemie, regulile pentru diaspora etc. În ziua primului tur al alegerilor prezidențiale candidații și candidatele au fost prezentați/prezentate relativ echilibrat, fără a omisi, au fost publicate știri vizând procesul de vot în țară și peste hotare, declarațiile CEC, încălcările depistate etc.

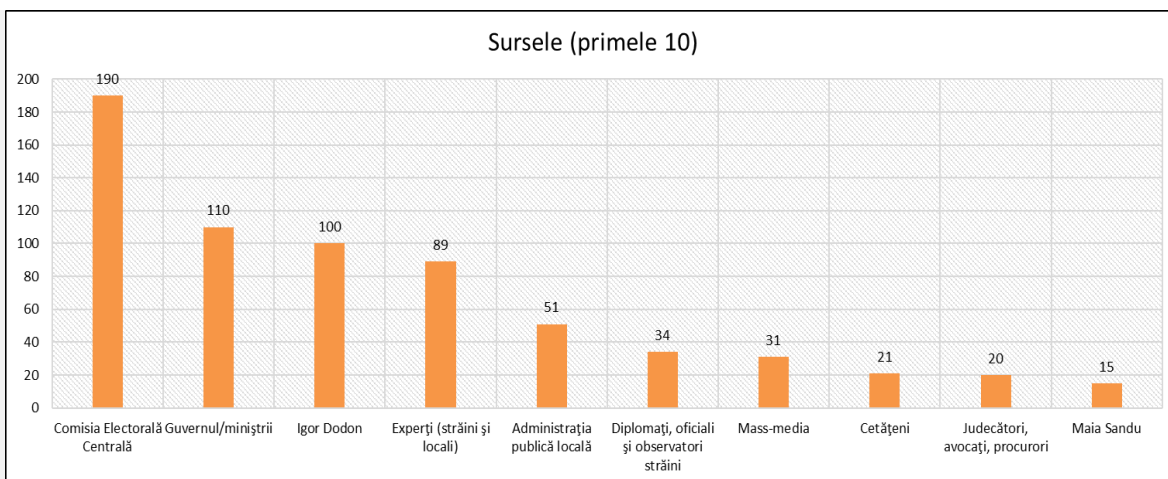
Ulterior, informațiile s-au referit la rezultate și la turul II, la candidatul și candidata care au acces în faza finală a competiției electorale, dar și la opiniile unor experți despre alegeri și scenarii posibile, invocându-se inclusiv ideea că în cazul unei victorii a lui Igor Dodon în alegeri, Occidentul ar fi putut organiza proteste în masă în țara noastră etc. Mult mai puține materiale publicate de **Sputnik.md** s-au referit la economie, relații externe, activitatea administrației publice locale, probleme sociale, sănătate, cultură și divertisment sau problema transnistreană în context electoral.



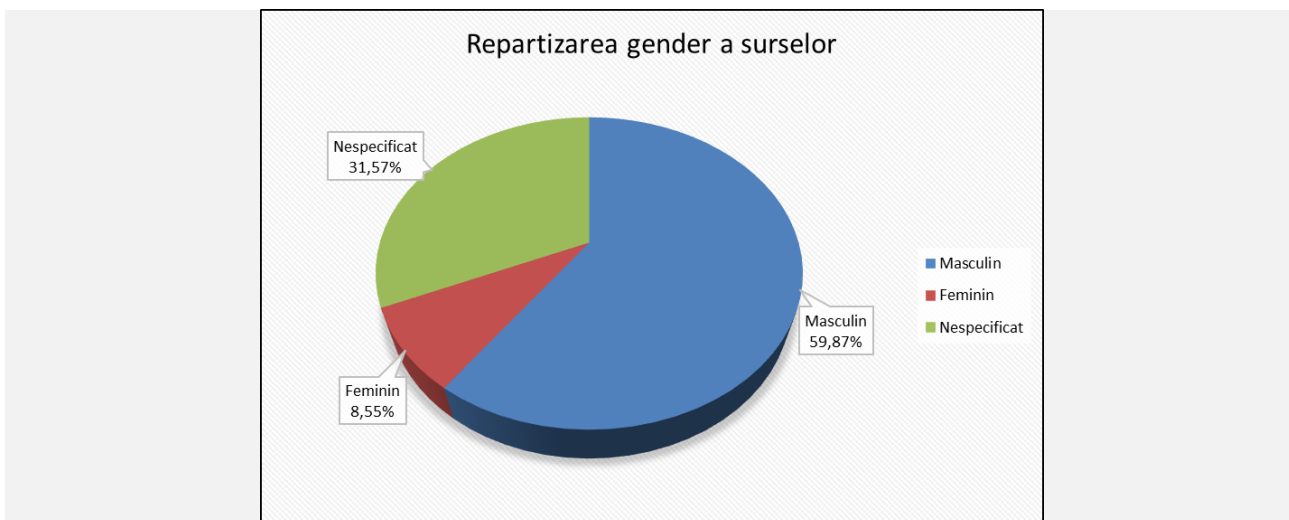
Sputnik.md a mediatizat toți candidații și toate candidatele la funcția de președinte/președintă în calitate de protagoniști/protagoniste. Astfel, cei 6 candidați și cele două candidate nu doar s-au regăsit în primele 10 categorii (din totalul de 44) de protagoniști/protagoniste vizați/vizate în materiale, ci și au fost menționați/menționate în proporții relativ echilibrate. Astfel, Igor Dodon a fost protagonist de 314 ori, Maia Sandu a avut calitatea de protagonistă de 215 ori, Andrei Năstase a fost vizat în 135 de materiale, Renato Usatîi – în 133, Violeta Ivanov – în 126, Tudor Deliu și Octavian Țicu – în câte 125, iar Dorin Chirtoacă – în 121 de materiale. În aceeași listă s-au mai regăsit reprezentanții/reprezentantele Comisiei Electorale Centrale (vizați/vizate în 185 de cazuri), și cei/cele ai/ale Guvernului (în 151 de cazuri). De asemenea, candidații care nu au fost înscriși în cursa electorală au avut calitatea de protagoniști astfel: Andrian Candu – de 24 de ori, Alexandr Kalinin – de 17 ori, Ion Coștaș – de 16 ori, Constantin Oboroc și Serghei Toma – de câte 15 ori.



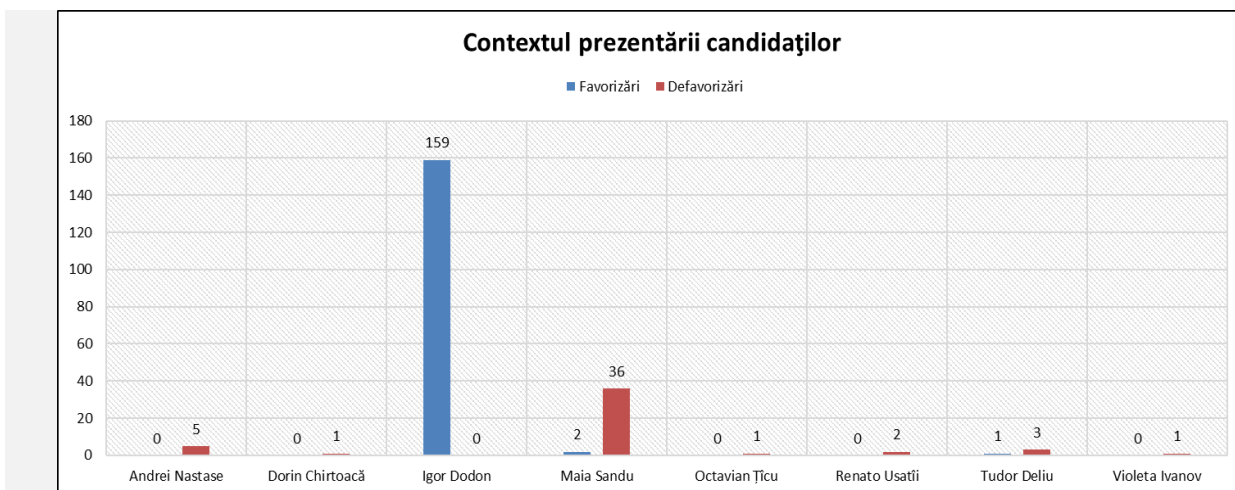
Sputnik.md a apelat în total la 33 de categorii de surse, și cel mai des - la reprezentanții/reprezentantele Comisiei Electorale Centrale (de 190 de ori). De asemenea, în calitate de surse au mai servit reprezentanții/reprezentantele Guvernului (de 110 ori), Igor Dodon, citat de 100 de ori, experții/expertele (de 89 de ori) sau reprezentanții/reprezentantele administrației publice locale (de 51 de ori). Ceilalți candidați și candidatele la funcția supremă în stat au fost citați/citate mai rar, și anume: Maia Sandu – de 15 ori, Renato Usatîi – de 8 ori, Violeta Ivanov – de 5 ori, Andrei Năstase, Tudor Deliu și Octavian Țicu – de câte 4 ori, și Dorin Chirtoacă – de 3 ori.



Sursele citate de **Sputnik.md** au fost dezechilibrate sub aspectul genului, în defavoarea femeilor. Prezența acestora a variat între 4% și 14% în cele 7 perioade monitorizate, pe când bărbații au avut o prezență de cel puțin 53% și cel mult 67%. Per ansamblu, din totalul de 795 de surse citate, 476 sau aproape 60% au fost bărbați, 68 sau 8,55% au fost femei, iar în 251 de cazuri sau peste 31% genul surselor nu a fost specificat.

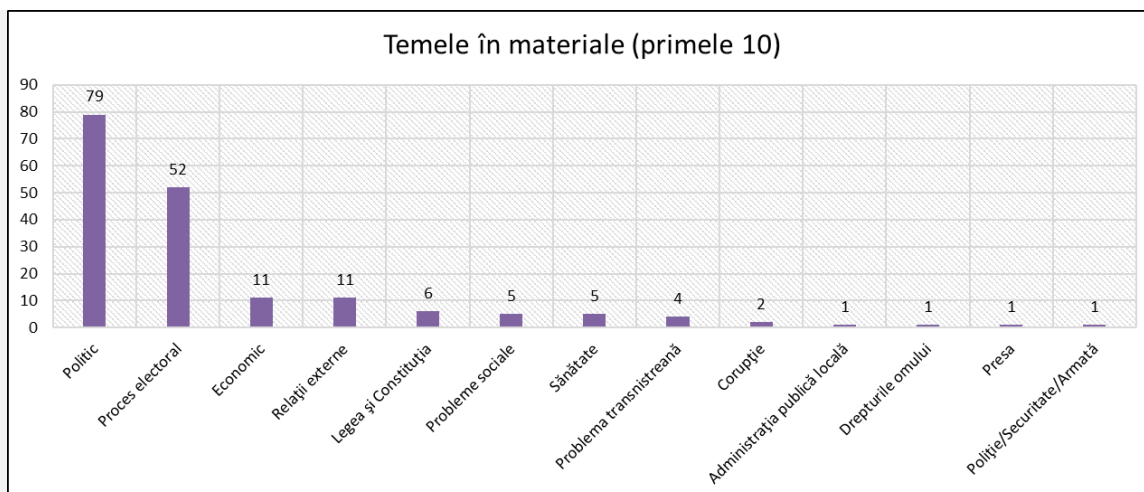


În perioada 15 septembrie – 14 noiembrie 2020, publicația **Sputnik.md** a mediatizat candidații și candidatele la funcția de președinte/președintă atât în manieră neutră, cât și pozitivă și negativă. În cazul a cinci candidați și o candidată au prevalat contextualizările neutre, aparițiile mai degrabă favorabile sau defavorabile fiind puține în raport cu numărul de apariții în calitate de protagoniști/protagonistă a materialelor jurnalistice. Candidatul Igor Dodon, în schimb, a beneficiat de o atitudine favorabilă din partea portalului, acesta fiind plasat în contexte pozitive în jumătate din cazurile în care a fost protagonist (159 de ori din 314), fiind, în același timp, singurul care nu a fost defavorizat nici o dată. În același timp, candidata Maia Sandu a fost mai curând defavorizată de 36 de ori, și favorizată în două rânduri (în 215 cazuri fiind protagonistă).

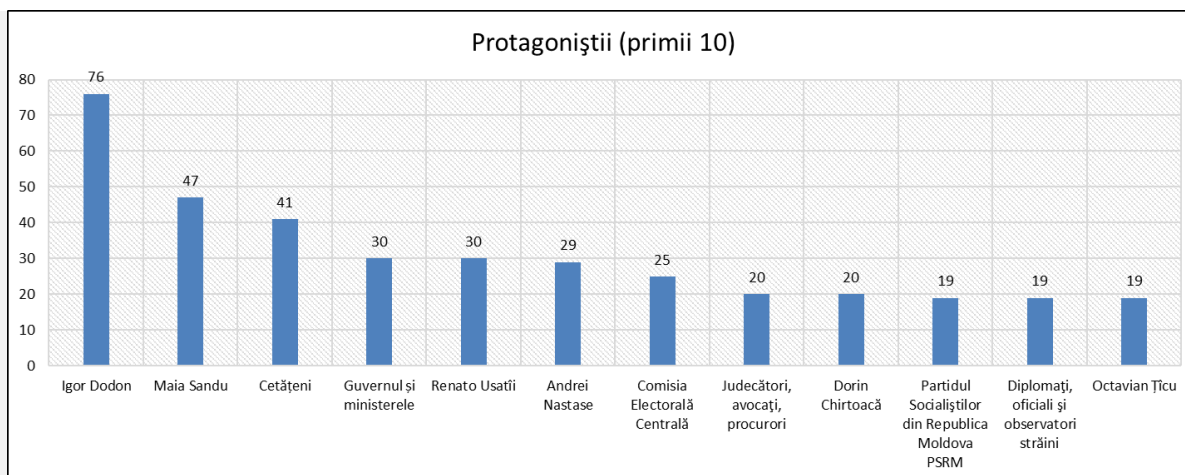


Timpul.md a acordat puțină atenție campaniei electorale pentru alegerile prezidențiale 2020, publicând în total 179 de materiale relevante, inclusiv 161 de știri, 13 comentarii, editoriale sau alte materiale de opinie, 3 sondaje de tip Vox Populi și două interviuri. În 21 de cazuri materialele fie au fost însoțite de imagini video, fie au fost publicate doar în acest format. Volumul total al materialelor relevante a constituit 418346 de semne (texte), și 74373 de secunde sau aproape 21 de ore de imagini video.

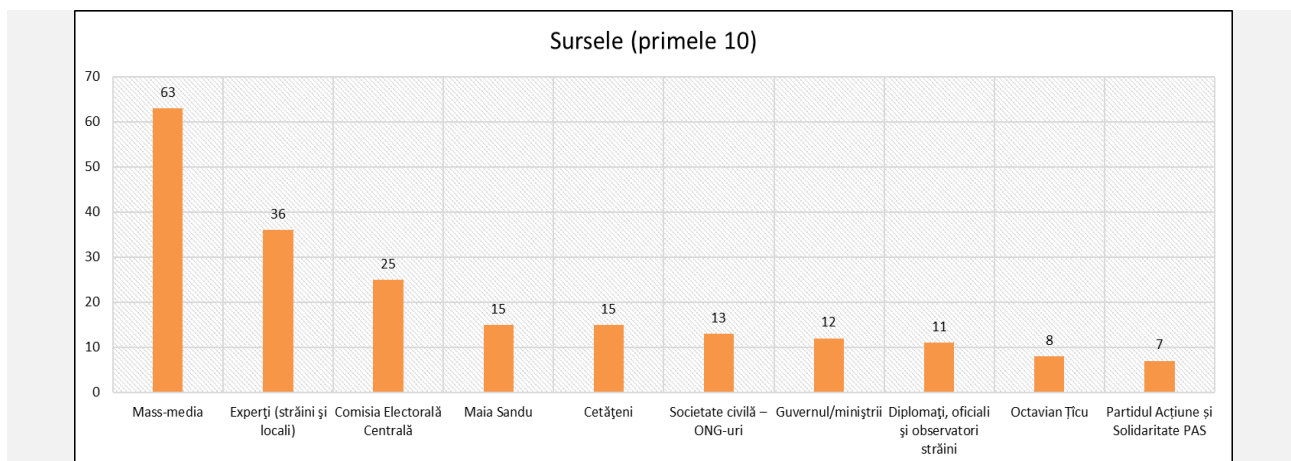
Tematica materialelor relevante s-a axat în special pe domeniul politic și pe procesul electoral, mediatizând acțiunile electorale ale candidaților/candidatelor la funcția de președinte/președintă, cele mai multe știri fiind scrise în ziua primului tur al alegerilor prezidențiale. Toți candidații și cele două candidate au fost mediatizați/mediatizate în contextul procesului de vot, al declarațiilor făcute, al deciziilor CEC, al votului în țară și în diaspora etc. După ziua alegerilor, atenția mediatică a publicației a scăzut considerabil, **Timpul.md** scriind inclusiv despre remanierile din Guvern, anularea dezbaterilor electorale, anumite declarații sau acțiuni ale candidatului și ale candidatei care au acces în faza finală a competiției electorale. Și mai puțin s-a scris despre economie, relații externe, probleme sociale, sănătate, problema transnistreană sau corupție în context electoral.



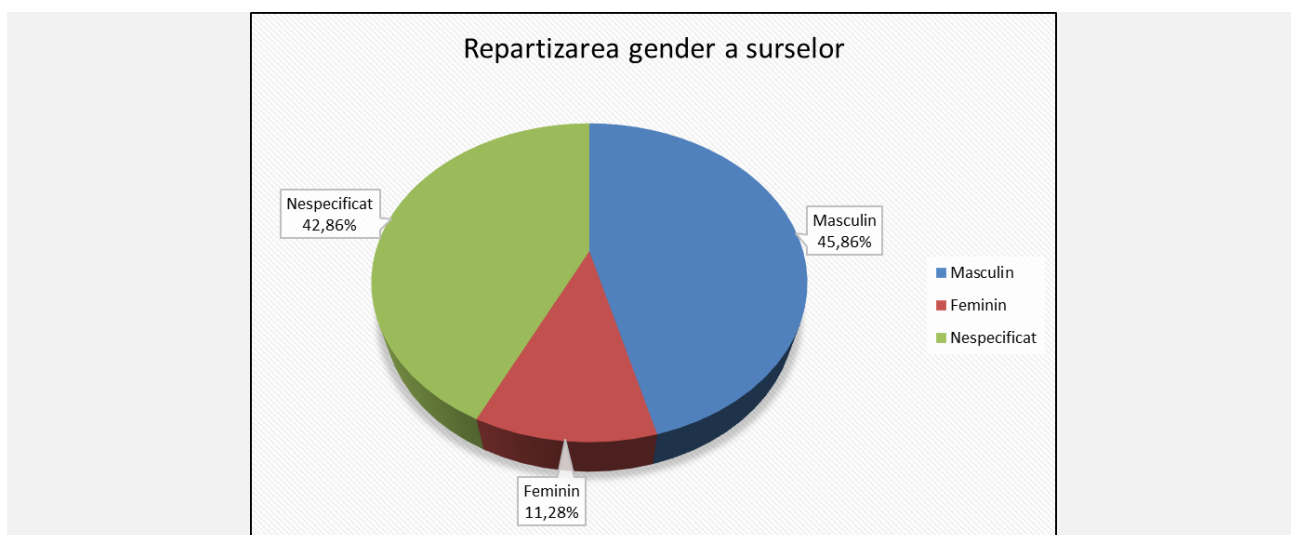
Printre cele 40 de categorii de protagoniști/protagoniste ai/ale materialelor publicate de **Timpul.md**, Igor Dodon a apărut cel mai des în această calitate (de 76 de ori), urmat de Maia Sandu (de 47 de ori), de cetățeni/cetățene (de 41 de ori), de reprezentanții/reprezentantele Guvernului și de Renato Usatîi (de câte 30 de ori), Andrei Năstase (de 29 de ori), reprezentanții/reprezentantele CEC (de 25 de ori), judecători/judecătore și procurori/procurare, dar și Dorin Chirtoacă (de câte 20 de ori), sau de Octavian Țicu (de 19 ori). La fel, Violeta Ivanov a fost protagonistă a materialelor publicate de **Timpul.md** de 17 ori, iar Tudor Deliu – de 10 ori. Dintre candidații care nu au fost înscrși în cursa electorală, Andrian Candu a fost protagonist de 3 ori, și Ion Costăș – o dată.



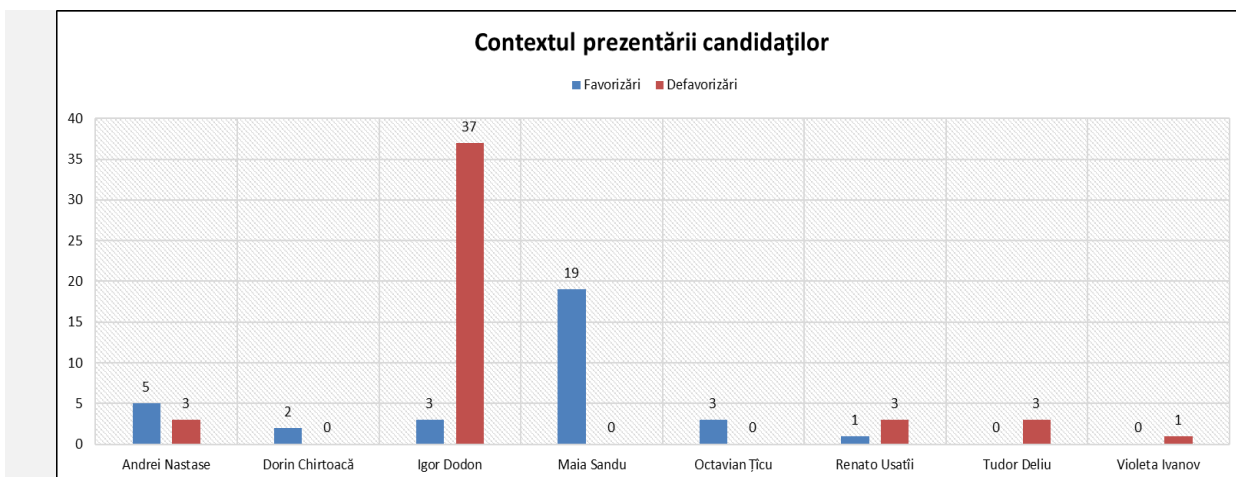
Cele 30 de categorii de surse citate de **Timpul.md** s-au împărțit între alte surse mass-media (în 63 de cazuri), experți/experte, citați/citate de 36 de ori, reprezentanții/reprezentantele Comisiei Electorale Centrale (în 25 de cazuri), Maia Sandu și cetățenii/cetățenele (în câte 15 cazuri) etc. Alți candidați și o candidată au apărut în calitate de surse de informare astfel: Octavian Țicu – de 8 ori, Dorin Chirtoacă și Igor Dodon – de câte 6 ori, Andrei Năstase – de 5 ori, Renato Usatîi – de 3 ori, și Violeta Ivanov – o dată. La rândul său, Tudor Deliu nu a avut calitatea de sursă de informare pentru **Timpul.md** nici o dată.



În același context, sursele citate de publicație au fost puternic dezechilibrate din perspectiva genului, **Timpul.md** fiind singura instituție media monitorizată care a admis în una din perioade lipsa totală a surselor-femei. Cea mai mare proporție în acest sens a ajuns la 15%. Bărbații au fost citați în proporție de cel puțin 30% și cel mult 64%. Per total, din cele 266 de surse citate, 122 sau circa 46% au fost bărbați, 30 sau circa 11% au fost femei, iar în 114 cazuri sau aproape 43% genul surselor nu a fost menționat.



În perioada 15 septembrie – 14 noiembrie 2020, candidații și candidatele la funcția de președinte/președintă au fost prezentați/prezentate de **Timpul.md** atât în contexte neutre, cât și pozitive și negative. S-au remarcat, în special, Igor Dodon, care a fost plasat mai des în contexte defavorabile (de 37 de ori, ceea ce a însemnat aproape jumătate din numărul cazurilor în care a fost protagonist), tot el apărând de 3 ori și în contexte favorabile, și Maia Sandu, care a fost mai curând favorizată în 19 cazuri (fiind protagonistă de 47 de ori).



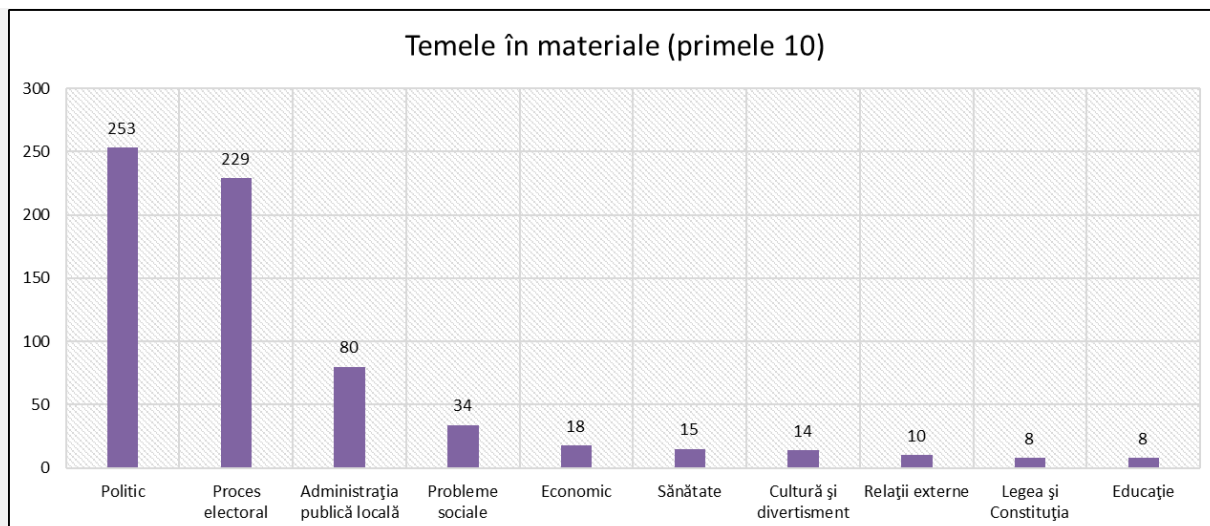
UNIMEDIA

Unimedia.info

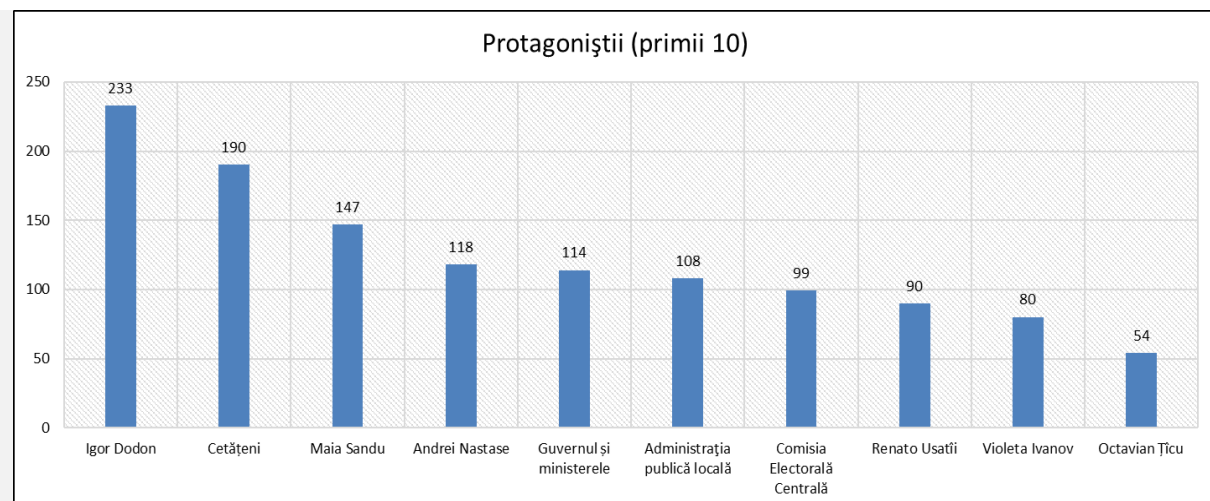
Unimedia.info a publicat în intervalul monitorizat 688 de materiale ce au vizat direct sau indirect campania electorală pentru alegerile prezidențiale, inclusiv 682 de știri, 5 interviuri și un material de opinie. Dintre acestea, 215 materiale au fost însoțite de imagini video, iar unul – de coloană sonoră. Volumul total al materialelor relevante a constituit 1277377 de semne (pentru texte), 288754 de secunde sau peste 80 de ore (pentru materialele video), și 214 secunde sau aproape 4 minute (pentru înregistrarea audio).

Unimedia.info a mediatizat pe larg tematica politică și procesul electoral, inclusiv comportamentul/declarațiile unor candidați/candidate, dar și un număr mare de materiale despre candidatul Igor Dodon, inclusiv în baza emisiunii „Igor Dodon răspunde”, care l-au prezentat doar în lumină favorabilă. De asemenea, au fost publicate știri despre activitățile și declarațiile candidatului, au fost transmise conferințele PSRM, mediatizate marșurile în susținerea lui Igor Dodon, ședințele Guvernului și ale Primăriei Chișinău, prezentarea raportului privind un an de activitate a primarului și a cabinetului de miniștri etc. De asemenea, declarațiile candidatului au fost scoase în evidență, chiar și cele agresive, iar în unele știri au fost omise părțile în care Igor Dodon a fost criticat. La fel, a fost prezentată detaliat activitatea primăriei și a primarului Ion Ceban, inclusiv prin preluarea de pe pagina de Facebook a acestuia a reportajelor foto, dar și a declarațiilor primarului cu îndemnuri pentru oameni, proiecte, vizite în afara țării etc. S-a scris și despre procesul electoral, inclusiv știri cu reacții de la CEC, despre deciziile Comisiei, numărul de buletine, procesul electoral în afara țării, înregistrarea candidaților și a candidatelor etc. În ziua primului tur al alegerilor **Unimedia.info** a mediatizat procesul de vot, participarea la vot, încălcările, declarațiile CEC, votul în țară și în diaspora etc. Publicația a reflectat cum a votat fiecare candidat și candidată la alegerile prezidențiale. În același timp, site-ul a publicat știri despre cum au votat premierul, președinta Parlamentului, primarul capitalei și bașkana Găgăuziei, toți acești actori făcând aluzii că optează pentru Igor Dodon la președinție.

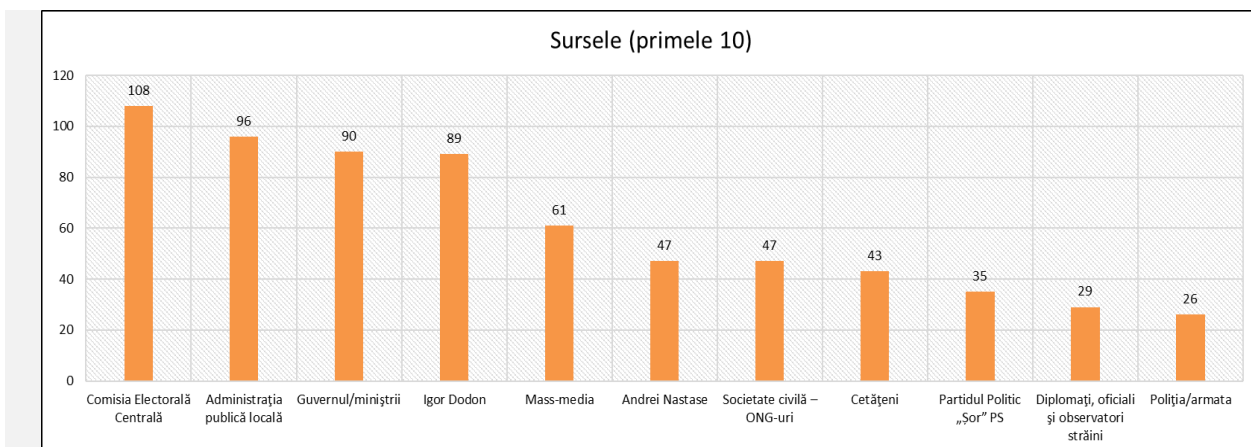
De asemenea, mai multe materiale care i-au vizat pe Andrei Năstase și Violeta Ivanov au apărut în fluxul general de știri, deși au fost marcate ca fiind materiale plătite, iar în anumite perioade materiale cu un vădit caracter publicitar nu au fost marcate corespunzător.



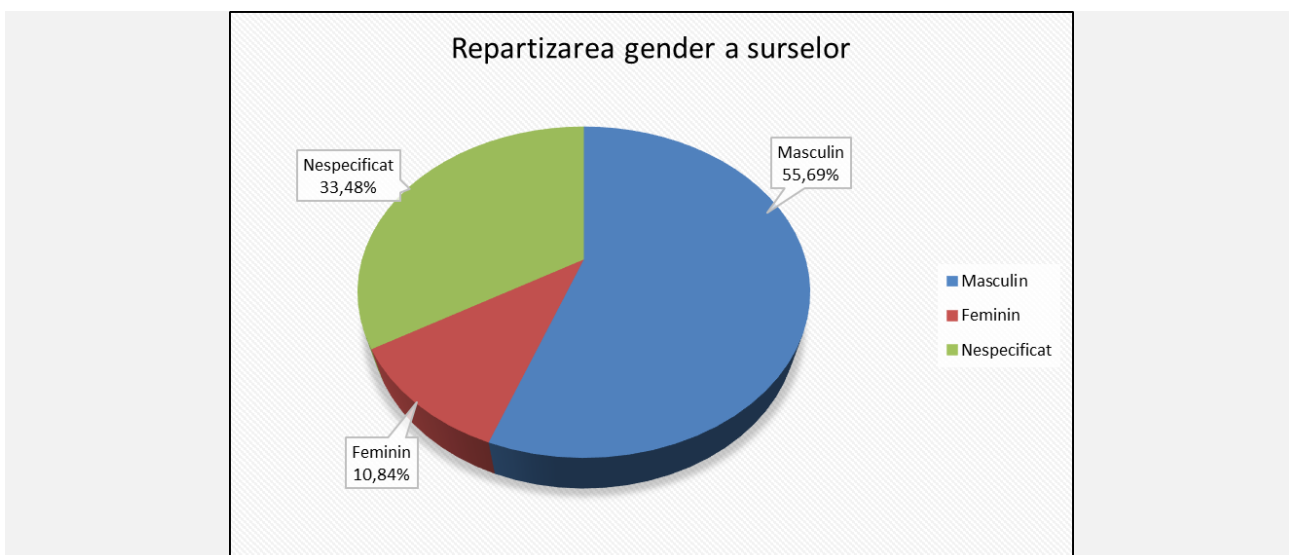
Publicația a vizat în total 38 de categorii de protagoniști/protagoniste în materiale, cel mai des în această calitate regăsindu-se Igor Dodon (de 233 de ori). Au urmat cetățenii/cetățenele, cu 190 de astfel de apariții, și Maia Sandu, vizată în 147 de cazuri. În primele zece categorii de protagoniști/protagoniste au mai fost Andrei Năstase (de 118 ori), reprezentanții/representantele Guvernului (de 114 ori), reprezentanții/representantele administrației publice locale, în special Ion Ceban (de 108 ori), reprezentanții/representantele CEC (de 99 de ori), dar și Renato Usatîi, care a fost protagonist de 90 de ori, Violeta Ivanov, care a apărut de 80 de ori în această ipostază, și Octavian Țicu – de 54 de ori. Dorin Chirtoacă și Tudor Deliu au fost și ei protagoniștii materialelor publicate de **Unimedia.info** de 53 și, respectiv, de 51 de ori. Dintre candidații rămași în afara cursei electorale, Andrian Candu a apărut de 22 de ori în calitate de protagonist.



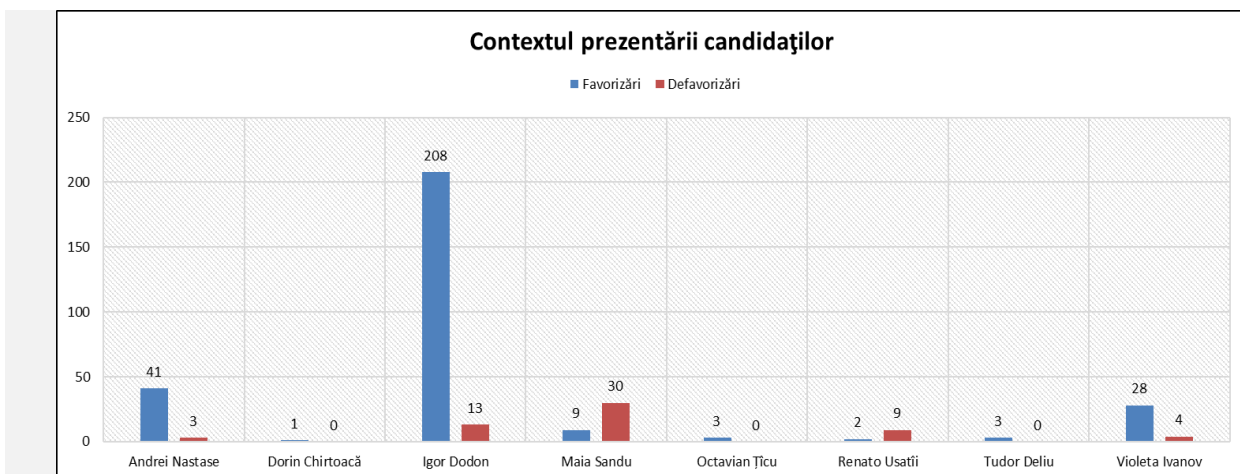
Cu referire la surse, cel mai des printre cele 36 de categorii citate s-au aflat reprezentanții/representantele Comisiei Electorale Centrale (de 108 de ori), urmați/urmate de cei/cele ai/ale administrației publice locale, în special Ion Ceban (de 96 de ori), ai/ale Guvernului, citați/citate de 90 ori, și de Igor Dodon, citat de 89 de ori. Dintre candidații la funcția de președinte, Andrei Năstase s-a regăsit în primele zece categorii de surse, el fiind citat de 47 de ori. Ceilalți candidați și candidatele la funcția supremă au avut calitatea de sursă de informare mai rar, și anume: Violeta Ivanov – de 24 de ori, Maia Sandu – de 22 de ori, Renato Usatîi – de 11 ori, Octavian Țicu – de 9 ori, Dorin Chirtoacă – de 7 ori, și Tudor Deliu – de 5 ori.



Materialele publicate de **Unimedia.info** au fost dezechilibrate din perspectiva genului în toate perioadele monitorizate, femeile fiind reprezentate mult mai puțin decât bărbații. Astfel, cea mai slabă prezență a surselor feminine fost de puțin peste 4% și cea mai bună - de 14%, pe când bărbații au fost citați în proporții care au oscilat între 45% și 62%. Per ansamblu pentru toată perioada, din totalul de 941 de surse citate, 524 sau aproape 56% au fost bărbați, 102 sau circa 11% au constituit-o femeile, iar în 315 cazuri (sau peste 33%) genul sursei nu a fost specificat.



În perioada 15 septembrie - 14 noiembrie 2020, candidații și candidatele înscrși/înscrise în cursa electorală au fost mediatizați/mediatizate de **Unimedia.info** atât în contexte neutre, cât și pozitive sau negative. Igor Dodon a avut, în context, cele mai multe apariții în contexte pozitive, care l-au favorizat (208 cazuri, el fiind protagonist de 233 de ori), dar și 13 defavorizări indirecte. Maia Sandu a beneficiat de 30 de ori de contexte mai curând defavorizante, iar Violeta Ivanov și Andrei Năstase – de mai multe favorizări în raport cu alți candidați.



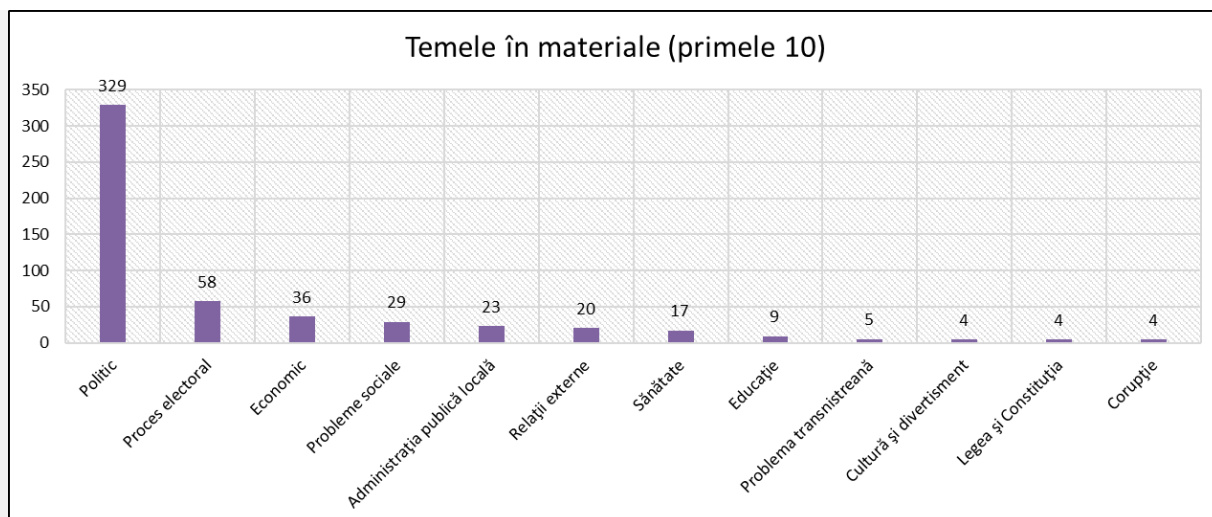
МОЛДАВСКНЕ МБ ВЕДОМОСТИ

Vedomosti.md

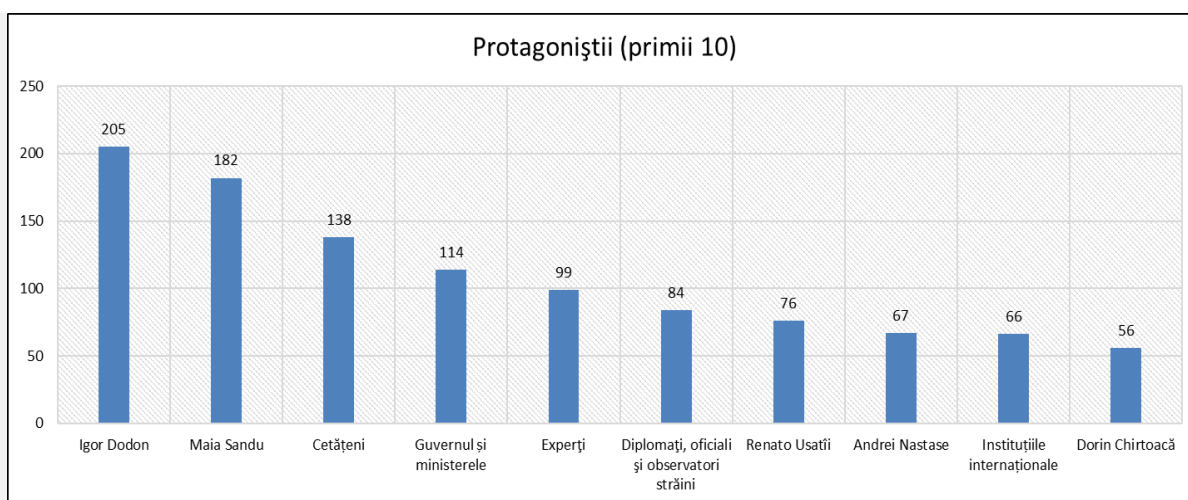
Vedomosti.md a publicat în total 548 de materiale relevante prezentei monitorizării, inclusiv 462 de știri, 85 de comentarii, editoriale sau alte materiale de opinie, și un interviu cu un candidat. 4 materiale au fost însoțite de imagini video. Volumul total al materialelor relevante a constituit 1422262 de semne (pentru texte) și 11046 de secunde sau circa 3 ore (pentru materialele video).

Vedomosti.md a publicat preponderent informații cu referire la domeniul politic, inclusiv știri care au vizat candidații/candidatele la prezidențiale, dar și comentariile unor analiști experți etc., sau deciziile CEC privind activitatea electorală etc. Cele mai multe materiale au vizat acțiunile de campanie ale candidatului Igor Dodon, accentul fiind pus și pe favorizarea indirectă a acestuia prin prezentarea pozitivă a activității lui Ion Ceban, dar și pe atacarea altor candidați/candidate, atât în știri cât mai cu seamă în comentarii. Ziua primului tur al alegerilor a fost reflectată selectiv, cu accent pe candidatul Igor Dodon, dar și pe premier, președinta Parlamentului, votul cetățenilor din stânga Nistrului, sau cel din diasporă.

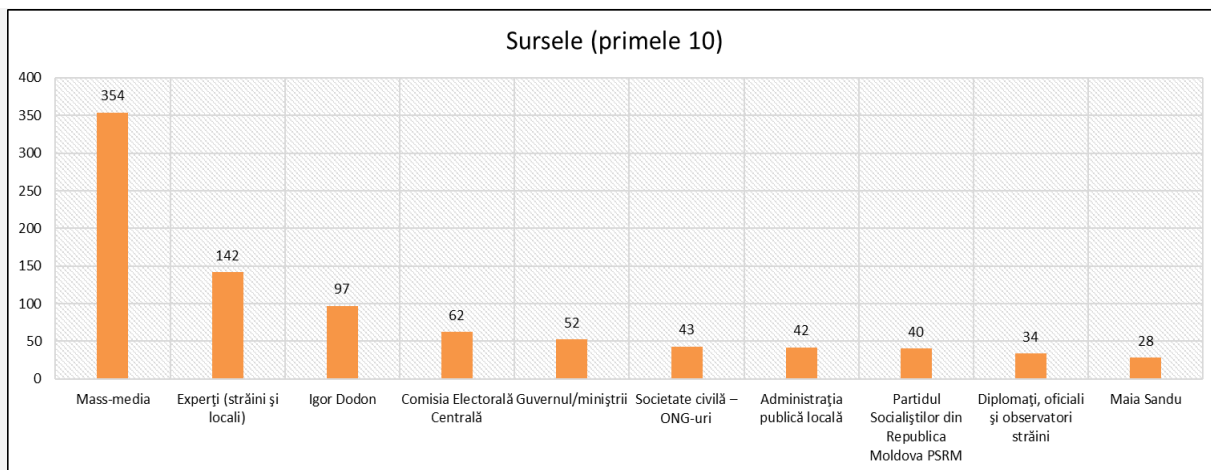
În campania pentru turul II, candidata Maia Sandu a fost ținta atacurilor, acuzațiilor, insinuărilor și presupunerilor privind acțiunile acesteia în cazul în care va deveni președinta Republicii Moldova. Pe lângă temele dezvoltate și de alte publicații online, **Vedomosti.md** s-a referit și la presupusele finanțări ale campaniei Maiei Sandu de către George Soros, prin intermediul ONG-urilor, legăturile cu Vladimir Plahotniuc etc. Niciuna dintre acuzațiile aduse nu a fost probată, iar replica celor vizați a lipsit. Portalul a avut o politică editorială vădit în favoarea lui Igor Dodon, care a apărut în context pozitiv în multe știri de eveniment, dar și în comentarii ale autorilor din redacție, sau preluate din alte surse, în special de pe **Kp.md**.



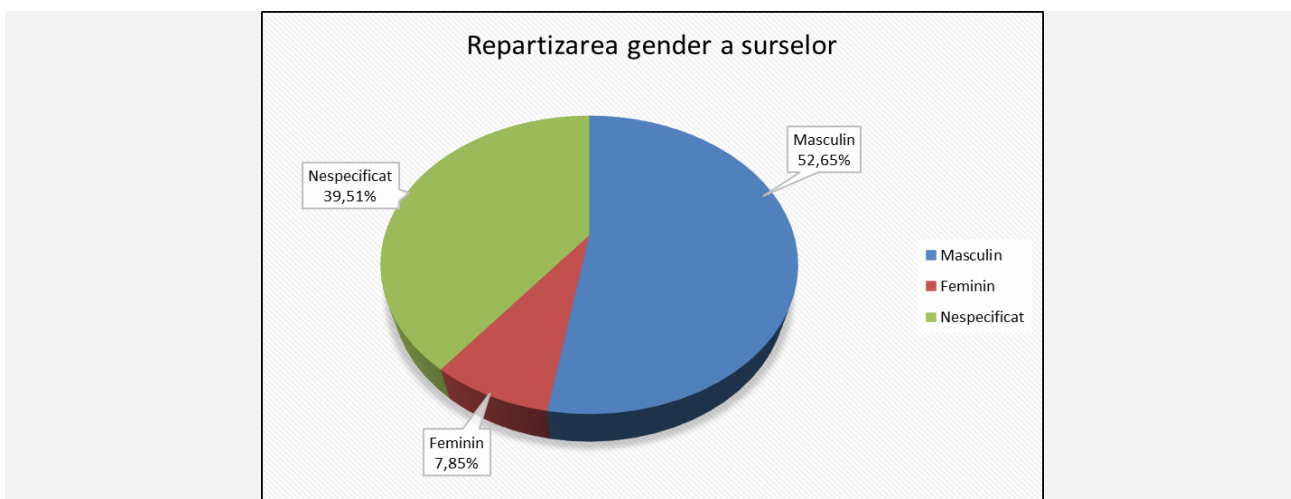
Vedomosti.md a vizat în total 43 de categorii de protagoniști/protagoniste în materialele publicate. Cel mai des în această calitate a apărut Igor Dodon (de 205 ori), urmat de Maia Sandu (de 182 de ori) și de cetățeni/cetățene, vizați/vizate în 138 de cazuri. Alți trei candidați au fost printre primele zece categorii cel mai des vizate, și anume: Renato Usatîi – de 76 de ori, Andrei Năstase – de 67 de ori, și Dorin Chirtoacă – de 56 de ori. Deși mai rar, și ceilalți doi candidați și o candidată au fost protagoniștii/a fost protagonista materialelor: Violeta Ivanov – de 45 de ori, Octavian Țicu – de 37 de ori, și Tudor Deliu – de 30 de ori. Dintre candidații care nu au acces la competiția electorală, Andrian Candu a fost protagonist al 28 de materiale, Ion Costăș și Constantin Oboroc – al câte 3, Alexandr Kalinin – al 2 materiale, și Serghei Toma – al unui material.



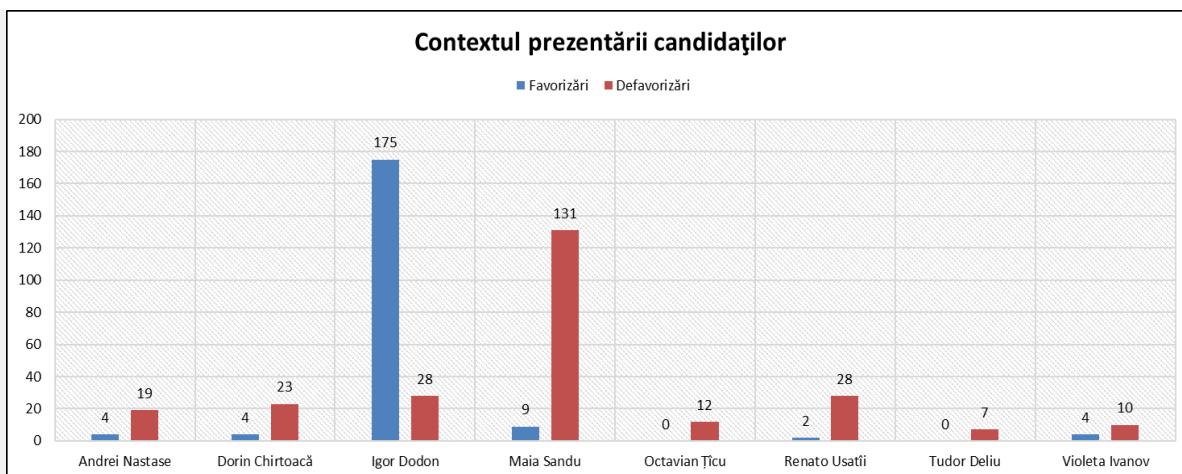
Din 42 de categorii de surse diferite, alte instituții mass-media au fost citate cel mai des de **Vedomosti.md** (în 354 de cazuri), urmate de experți/experte (de 142 de ori), și de Igor Dodon (în 97 de cazuri). De asemenea, surse de informare au mai servit reprezentanții/reprezentantele CEC (de 62 de ori), ai/ale Guvernului (de 52 de ori), ai/ale administrației publice locale, cu accent pe Ion Ceban (de 42 dori), dar și ai/ale PSRM (de 40 de ori). Ceilalți candidați și cele două candidate la funcția de președinte/președintă au avut calitatea de surse de informare astfel: Maia Sandu – de 28 de ori, Andrei Năstase – de 12 ori, Renato Usatîi – de 10 ori, Dorin Chirtoacă și Octavian Țicu – de câte 6 ori, Violeta Ivanov și Tudor Deliu – de câte 4 ori.



Materialele **Vedomosti.md** au fost dezechilibrate din perspectiva de gen, în defavoarea femeilor. În diferite perioade monitorizate, sursele de genul feminin au fost citate în proporție de cel puțin 5% și cel mult 12%, iar bărbații au fost prezenți între 49% și 59%. Per ansamblu, din totalul de 1096 de surse citate, 577 sau aproape 53% au fost bărbați, 86 sau circa 8% au fost femei, iar în 433 de cazuri (circa 40%) genul surselor nu a fost specificat.



În perioada de referință, candidații și candidatele la funcția de președinte/președintă au fost prezentați/prezentate atât în contexte neutre, cât și pozitive și negative de **Vedomosti.md**. O tendință evidentă de favorizare continuă a fost sesizată doar în cazul lui Igor Dodon, care a apărut în lumină pozitivă de 175 de ori (din 205 în care a fost protagonist), dar și în 28 de cazuri care mai curând l-au defavorizat indirect. Cealți candidați și două candidate au avut câteva apariții mai curând pozitive, care i-au/le-au favorizat indirect, defavorizările fiind mai evidente și mai multe, în toate cazurile. Cel mai des a fost defavorizată candidata Maia Sandu (de 131 de ori din 182 în care a fost protagonistă), ea apărând și în ipostaze mai curând pozitive de 9 ori. Și în acest caz, s-au admis atacuri, învinuiri fără probe, formulări discriminatorii și insinuări, fără ca dreptul la replică să fie acordat.



2.3 Concluzii generale:

- În perioada 15 septembrie - 14 noiembrie 2020, cele 12 publicații online monitorizate au mediatizat campania electorală pentru alegerile prezidențiale preponderent prin intermediul știrilor, dar au fost publicate, mai rar, și comentarii, sondaje de tip Vox Populi, interviuri și dezbateri electorale.
- Cea mai mare parte a materialelor au fost publicate sub formă de text, dar au fost și materiale video și audio, într-o proporție mai mică.
- **Noi.md** a publicat cel mai mare număr de materiale relevante pentru contextul electoral, iar **Gagauzinfo.md** – cel mai mic număr.
- Cele mai multe materiale relevante s-au referit la domeniul politic, și de două ori mai rar la procesul electoral. O singură publicație – **Gagauzinfo.md** a dat predilecție, per ansamblu, subiectelor care au vizat procesul electoral în general.
- Toți cei 6 candidați și cele 2 candidate înscriși/înscrise în cursa electorală, dar și candidații și candidata respinși/respinsă de CEC au apărut în calitate de protagoniști/protagoniste ale materialelor electorale.
- Cel mai des în calitate de protagonist a apărut candidatul susținut de PSRM Igor Dodon, iar cel mai rar – candidatul PLDM Tudor Deliu. Igor Dodon a avut de aproape 6 ori mai multe apariții în aceasă calitate decât Tudor Deliu.
- Toți cei 6 candidați și cele 2 candidate înscriși/înscrise în cursa electorală au apărut în calitate de surse ale materialelor electorale.
- Cel mai des a apărut în calitate de sursă Igor Dodon, iar cel mai rar – Tudor Deliu. Igor Dodon a fost citat de 53 de ori mai des decât Tudor Deliu.
- Materialele publicate de toate cele 12 instituții media monitorizate au fost puternic dezechilibrate din punct de vedere al genului, în favoarea bărbaților.
- Igor Dodon a avut cea mai mare vizibilitate în cele 12 instituții online monitorizate.
- Igor Dodon a fost cel mai des plasat într-un context pozitiv care l-a favorizat.
- Maia Sandu a fost cel mai des plasată într-un context negativ care a defavorizat-o.
- 8 din 12 publicații monitorizate l-au favorizat pe candidatul Igor Dodon.
- **Actualitati.md**, **Aif.md** și **Kp.md** au avut un comportament editorial asemănător pe parcursul întregii perioade monitorizate, cu elemente accentuate de părtinire, tendențiozitate, lipsă de echidistanță, de corectitudine jurnalistică, și cu încălcarea normelor deontologice. Cele trei publicații l-au favorizat deschis și l-au promovat masiv pe candidatul susținut de PSRM Igor Dodon. Ceilalți candidați/celelalte candidate au apărut în mod dezechilibrat cantitativ și au fost, în majoritatea cazurilor

defavorizați/defavorizate, și chiar discreditați/discreditate, prin utilizarea frecventă a calificativelor și atacurilor la persoană și fără să le fi fost oferit dreptul la replică. Cel mai des materialele au defavorizat-o pe candidata PAS Maia Sandu. O adevărată campanie de discreditare, atacare, denigrare prin informații false, insinuări, titluri și formulări sexiste, exprimări care îndeamnă la ură, violență și discriminare a fost desfășurată de cele trei publicații în raport cu Maia Sandu, în special în campania pentru turul II al alegerilor.

- **Noi.md, Vedomosti.md și Sputnik.md** l-au favorizat pe Igor Dodon prin tonalitatea reflectării și prezentarea în context pozitiv a candidatului. În același timp, Maia Sandu a fost defavorizată evident, inclusiv prin materialele de opinie publicate, dar și prin fotografiile care au însoțit anumite texte. Și alți candidați, inclusiv Andrei Năstase, Dorin Chirtoacă, Renato Usatîi și Octavian Țîcu au fost defavorizați în anumite perioade, în special în materialele publicate de **Vedomosti.md**.
- **Gagauzinfo.md** a acordat cea mai mică atenție campaniei electorale, iar știrile s-au referit în majoritatea cazurilor la procesul electoral în general, cu accent pe organizarea scrutinului în UTA Gagauz Yeri, dar și pe candidatul Igor Dodon, favorizându-l în cele mai multe cazuri.
- **Unimedia.info** i-a acordat un spațiu mai mare lui Igor Dodon, care a apărut de cele mai multe ori în context pozitiv care l-a favorizat. De asemenea, Andrei Năstase și Violeta Ivanov au fost promovați inclusiv în materiale cu caracter publicitar evident, nemarcate corespunzător, sau marcate ca publicitate dar plasate în fluxul general de știri.
- **Agora.md și Newsmaker.md** au avut o politică editorială relativ echilibrată, autorii materialelor fiind, în general, nepărtinitori în raport cu sursele și protagoniștii, iar candidații și candidatele la funcția de președinte/președintă au fost prezentanți/prezentate de cele mai multe ori în context neutru, dar și pozitiv sau negativ, însă fără o tendință clară de favorizare sau defavorizare.
- **Realitatea.md** a mediatizat candidații și candidatele la funcția de președinte/președintă atât neutru, cât și pozitiv sau negativ. Candidatul Igor Dodon a apărut de cele mai multe ori în context defavorizant. Candidata Violeta Ivanov a fost promovată în articole cu un caracter publicitar evident care nu au fost marcate corespunzător.
- **Timpul.md** a acordat puțină atenție perioadei și campaniei electorale, prezentând selectiv candidații și candidatele. Igor Dodon a fost plasat mai des în contexte defavorizante, iar Maia Sandu – mai des în contexte favorabile.