



MONITORIZAREA MASS-MEDIA în campania electorală pentru alegerile parlamentare 2019

*Raport nr. 2
25-31 ianuarie 2019*

(concluzii generale)



Raportul este realizat de Centrul pentru Jurnalism Independent (CJI) și Asociația Presei Independente (API), în cadrul unui proiect de monitorizare a mass-media implementat cu sprijinul financiar al National Endowment for Democracy (SUA), al Guvernului Suediei și al Agenției SUA pentru Dezvoltare Internațională (USAID). Opiniile exprimate aparțin autorilor și nu reflectă neapărat punctul de vedere al finanțatorilor.

I. DATE GENERALE

1.1 Obiectivul proiectului: monitorizarea și informarea publicului cu privire la comportamentul editorial al instituțiilor mass-media în perioada preelectorală și în campania electorală pentru alegerile parlamentare 2019 din Republica Moldova.

1.2 Perioada de monitorizare: 9 ianuarie 2019 – 24 februarie 2019.

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

Instituțiile mass-media au fost selectate în baza următoarelor criterii: a) forma de proprietate; b) geografie; c) limba de difuzare; d) notorietate/audiiență. Astfel, sunt monitorizate instituții mass-media publice și private, cu acoperire națională, cvasi-națională și regională, în limba română și în limba rusă.

1.4 Mass-media monitorizate:

Audiovizual

Moldova 1, GRT, Prime TV, Canal 2, Canal 3, Publika TV, Jurnal TV, NTV Moldova, Pro TV Chișinău, TV8, Accent TV, TV Centrală.

Portaluri online și presa scrisă

Agora.md, Aif.md, Deschide.md, Diez.md, Esp.md, Gagauzinfo.md, Jurnal de Chișinău (ziar), Kp.md, Moldova.org, Newsmaker.md, Noi.md, Realitatea.md, Sputnik.md, Timpul.md, Unimedia.info, Zdg.md

1.5 Obiectul monitorizării

TV (intervalul 18:00-22:00)

- A. Câte un buletin informativ în limba rusă și limba română;
- B. Emisiunile (talk show-uri) cu caracter electoral;
- C. Dezbaterile electorale.

Portaluri online și presa scrisă

Întreg conținutul editorial, fără publicitatea marcată corespunzător.

1.6. Echipa

Proiectul este realizat în cadrul Coaliției pentru Alegeri Libere și Corecte de Centrul pentru Jurnalism Independent (monitorizare TV) și Asociația Presei Independente (monitorizare presă online și presă scrisă).

1.7 Cadrul metodologic

Datele au fost colectate și analizate în baza unei metodologii de monitorizare elaborate de Oxford Media Research Center pentru proiectele de monitorizare ale Organizației Internaționale Campania Globală pentru Libertatea de Exprimare „Articolul XIX”. Metodologia a fost actualizată la sfârșitul anului 2018 și începutul anului 2019 cu asistența experților organizației Osservatorio di Pavia din Italia.

Caracteristicile acestei metodologii sunt următoarele: utilizarea indicatorilor 1) *cantitativi*, inclusiv tipul, durata, tematica mediatizării, sursele știrilor, frecvența și durata apariției concurenților electorali în știri, și 2) *calitativi*, meniți să evalueze tonalitatea reflectării:

neutră, pozitivă sau negativă, ținând cont de atitudinea instituției mass-media și/sau a jurnalistului față de fiecare protagonist.

Monitorizarea se axează pe două componente de bază: evaluarea *pluralismului social* și a *pluralismului politic* în media, care presupune măsurarea diversității de opinii, a pluralității de voci în cadrul materialelor cu tentă electorală. Sunt monitorizate toate materialele cu tangență electorală directă sau indirectă și toate materialele în care apar reprezentanții partidelor sau ai concurenților electorali, chiar dacă subiectele nu au legătură directă cu alegerile. În plus, sunt monitorizate toate subiectele în care este vorba despre activitatea Guvernului, a Parlamentului și cea a Președinției, acești protagoniști având un rol important în spațiul public.

Fiecare material a fost supus unei evaluări de conținut și de context, pentru a determina tonalitatea reflectării. Aceasta a fost atribuită prin evaluarea prezenței 1) *opinieii explicite*, exprimată de mass-media față de protagoniști, și a 2) *cadrajului sau frame-ingului*¹ evenimentelor sau subiectelor, care îi poate favoriza sau defavoriza pe protagoniști.

Conținutul și/sau contextul pozitiv al materialului nu indică neapărat tendențiozitatea sau partizanatul instituției media care difuzează știrea. Doar dacă există tendința, pe o anumită perioadă de timp, ca unii dintre subiecți să fie favorizați sau defavorizați, se poate spune că este vorba despre un dezechilibru.

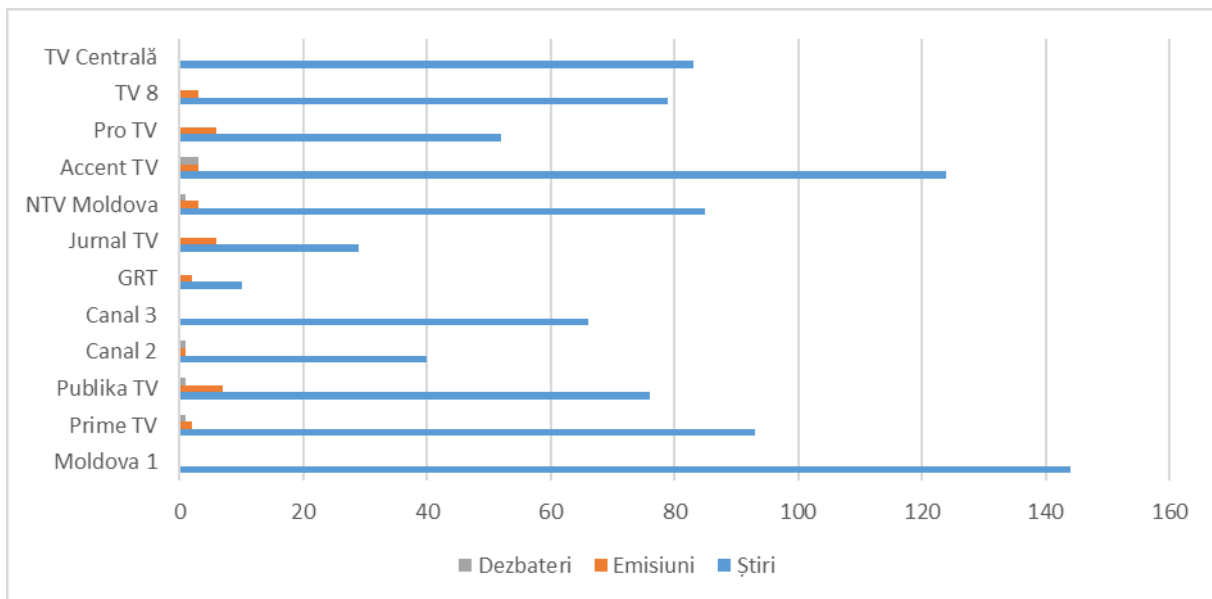
¹ Frame-ing - selectarea și evidențierea anumitor fațete ale unui eveniment sau subiect și conectarea lor în așa fel încât să denote o anumită interpretare sau soluție <http://www.revistadesociologie.ro/pdf-uri/nr3-4-2011/07-N%20Corbu.pdf>

II. ANALIZA DATELOR

2.1 Audiovizual

Frecvența reflectării. În prima săptămână de campanie electorală (25-31 ianuarie 2019), cele 12 posturi de televiziune monitorizate au difuzat în total peste o mie de materiale cu caracter electoral direct și indirect, între care 996 de știri, 33 de emisiuni și 14 dezbateri. Volumul total al materialelor a fost de aproximativ 72 de ore, dintre care aproximativ 35,5 ore au revenit știrilor, 26,5 ore - emisiunilor de opinie, iar aproximativ 10 ore - dezbaterilor.

Frecvența știrilor, emisiunilor și dezbaterilor, per post TV



Diversitatea tematică. Subiectele abordate de majoritatea mass-media monitorizate au vizat de cele mai multe ori procesul electoral - depunerea listelor cu semnături și înregistrarea candidaților în cursa electorală, procedura de vot în țară și peste hotare etc. O altă parte din materiale au tratat subiecte politice – activități cu implicarea concurenților, a partidelor politice, lansarea concurenților electorali în campanii pe circumscripția națională și uninominale, de multe ori fiind vorba despre acuzații lansate de unii concurenți la adresa altora. La mare distanță urmează subiecte privind probleme sociale, relații externe, domeniul economic și al ocrotirii sănătății, sport, cultură și divertisment și corupție. Acestea au fost vizate preponderent în materiale cu caracter electoral indirect – majorarea salariilor de către actuala guvernare, lansarea unor programe de prevenire a diferitelor maladii, vizita președintelui Dodon la Moscova etc. Mai rar au fost abordate subiecte ce țin de caritate, regiunea transnistreană, educație, drepturile omului, problema transnistreană, cadrul legislativ, minoritățile, integrarea europeană. Cea mai mare diversitate din punct de vedere tematic a fost atestată la posturile Jurnal TV (proces electoral, politic, economic, corupție etc), TV 8 (politic, proces electoral, integritate, drepturile omului, probleme sociale, corupție etc.), NTV Moldova și Accent TV (politic, proces electoral, relații externe, domeniu social).

Pluralismul social. La documentarea materialelor, pe lângă actorii politici și concurenții electorali, majoritatea posturilor au recurs la diverse surse sociale - cetățeni, reprezentanți ai

Comisiei Electorale Centrale (CEC), ai societății civile, experți locali și străini, ai Poliției/Armatei etc. Întâietatea o dețin sursele din categoria cetățeni, care s-au regăsit în știri cu elemente de „Vox Populi”, aceștia fiind solicitați să-și expună opinia referitoare la anumite probleme sociale și politice, dar și în știri de campanie, pe rol de susținători ai anumitor concurenți pe circumscripții uninominale.

Cele mai diverse surse sociale au fost utilizate în materialele puse pe post de TV8 (cetățeni, judecători/avocați, CEC, societate civilă, diplomați, funcționari de stat), Jurnal TV (cetățeni, judecători/avocați, APL, mass-media, diplomați), Accent TV (cetățeni, experți, societate civilă, CEC, diplomați), Prime TV, Canal 3 și Publika TV (cetățeni, APL, experți, funcționari de stat, poliția/armata, oameni de afaceri).

Sursele și protagoniștii sociali citați sau menționați în știri, emisiuni, dezbateri. 12 posturi TV/Top 10

Surse și protagoniști	Frecvența
Cetățeni	651
Comisia Electorală Centrală	131
Societate civilă – ONG-uri	78
Experți (străini și locali)	77
Poliția/armata	57
Diplomați, oficiali și observatori străini	54
Mass media	52
Business	52
Judecători, avocați	52
Administrația publică locală	43

Pluralismul politic. Materialele monitorizate în prima săptămână de campanie electorală i-au avut ca protagoniști în principal pe reprezentanții partidelor, dar și pe concurenți independenți care fie au fost înregistrați în campania electorală pe circumscripții naționale și uninominale, fie s-au lansat în campanie. De asemenea, reprezentanții Președinției și în special președintele Dodon, alături de prim-ministrul Pavel Filip și alți reprezentanți ai Guvernului care nu au degrevat, au făcut subiectul mai multor știri, dar și al emisiunilor de la unele posturi monitorizate.

Din punctul de vedere al frecvenței și duratei aparițiilor în imagine și a intervențiilor directe în știri, emisiuni și dezbateri, cei mai vizibili actori politici, concurenți electorali în circumscripția națională, au fost Partidul Democrat din Moldova (PDM), Partidul Socialiștilor din Moldova (PSRM), Blocul electoral ACUM, Partidul Politic Șor și Partidul Liberal (PL). Dintre candidații înscrși în cursa electorală în circumscripțiile uninominale, cei mai mediatizați au fost Andrei Năstase (afiliat Blocului ACUM), Vladimir Plahotniuc (afiliat PDM), Maia Sandu (afiliată Blocului ACUM), Vlad Bătrîncea (afiliat PSRM) și Ilan Șor (afiliat Partidului Politic Șor).

Președintele și reprezentanții Președinției au apărut de 179 de ori, cu durata de 13.511 sec. și intervenții directe de 8.450 sec., iar cei ai Guvernului – de 157 de ori, cu durata de 6.812 sec. și intervenții directe de 6124 sec. Reprezentanții Parlamentului au apărut de 31 de ori, timp de 3.032 sec. și 2.735 sec. vorbire directă.

Frecvența și durata apariției în știri, emisiuni, dezbateri a reprezentanților partidelor politice, concurenți în circumscripția națională/12 posturi TV/TOP 10

Protagoniști	Candidat	Frecvența	Durata apariției, sec.	Durata vorbirii directe, sec
Partidul Democrat din Moldova	Da	411	11027	7962
Partidul Socialiștilor din Republica Moldova	Da	371	11723	6795
Blocul electoral ACUM	Da	364	9345	5649
Partidul Politic Șor	Da	162	2810	1493
Partidul Liberal	Da	138	2564	1478
Partidul Comuniștilor din Republica Moldova	Da	97	703	60
Mișcarea Populară Antimafie	Da	67	1117	655
Partidul Național Liberal	Da	60	826	370
Partidul politic Voința Poporului	Da	55	1405	1102
Partidul Nostru	Da	55	463	203

Frecvența și durata apariției în știri și emisiuni a concurenților electorali în circumscripții uninominale/12 posturi TV/TOP 10

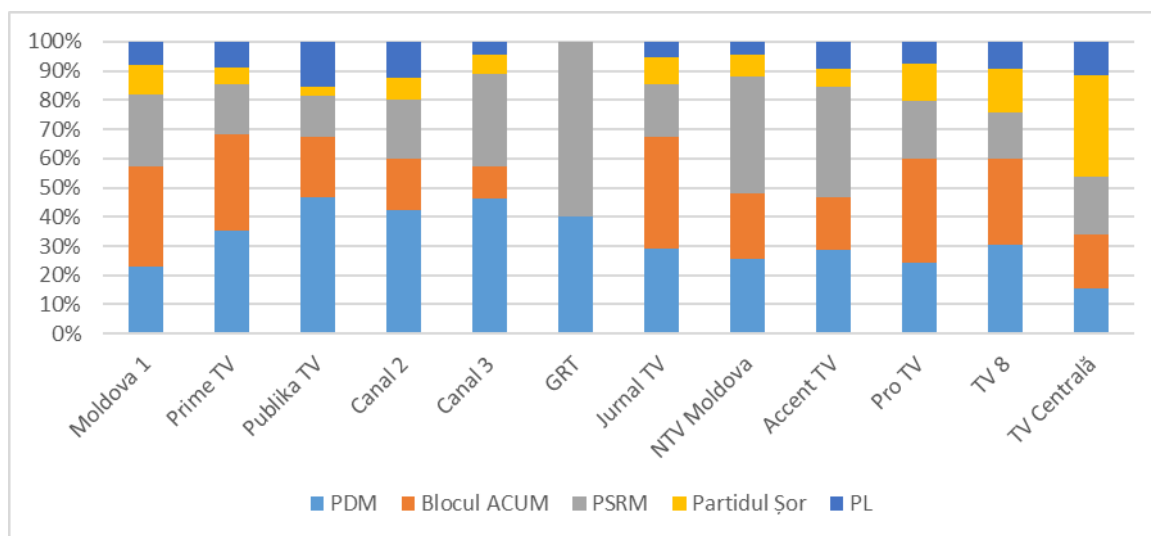
Protagoniști	Afilieră politică	Frecvența	Volumul apariției, sec.	Durata vorbirii directe, sec
Năstase Andrei	Blocul electoral ACUM	65	806	388
Plahotniuc Vladimir	Partidul Democrat din Moldova	53	2000	1058
Sandu Maia	Blocul electoral ACUM	44	733	283
Bătrîncea Vlad	Partidul Socialiștilor din Republica Moldova	36	1639	1123
Șor Ilan	Partidul Politic Șor	35	985	428
Munteanu Valeriu	Blocul electoral ACUM	27	604	201
Greceanii Zinaida	Partidul Socialiștilor din Republica Moldova	24	794	414
Filip Pavel	Partidul Democrat din Moldova	19	528	347
Vieru Călin	Independent	15	874	613
Roșca Vladimir	Partidul Socialiștilor din Republica Moldova	9	631	382

Frecvența apariției în dezbateri a concurenților electorali în circumscripții uninominale/12 posturi TV/TOP 10

Protagoniști	Afilieră politică	Frecvența	Volumul apariției, sec	Durata vorbirii directe, sec
Bolea Vasile	Partidul Socialiștilor din Republica Moldova	2	1325	1325
Colun Grigore	Blocul electoral ACUM	1	706	706
Lipskii Oleg	Partidul Socialiștilor din	1	900	900

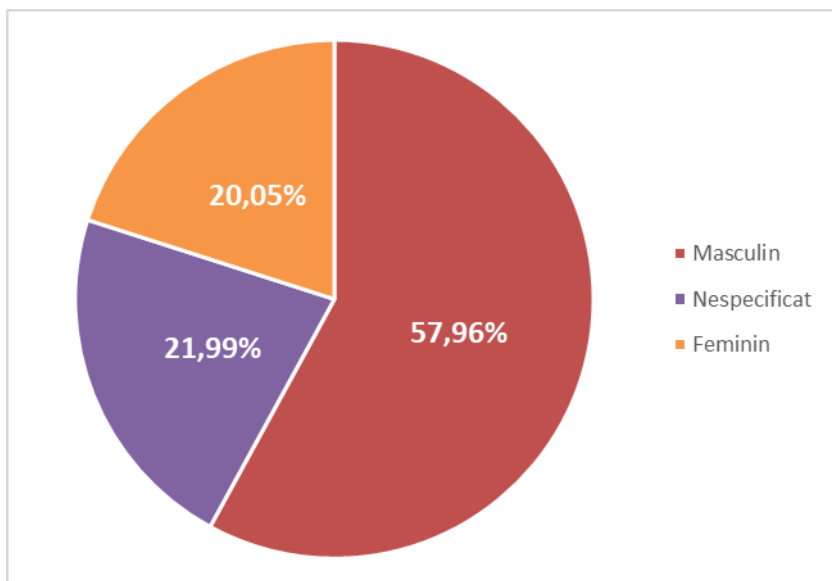
	Republica Moldova			
Rotaru Valentina	Partidul Democrat din Moldova	1	900	900
Bannicov Alexandr	Partidul Democrat din Moldova	1	855	855
Burgudji Serghei	Partidul Politic Șor	1	900	900
Nedelea Veaceslav	Partidul Democrat din Moldova	1	480	480
Burduja Petru	Partidul Socialiștilor din Republica Moldova	1	480	480
Stratulat Mihail	Partidul Democrat din Moldova	1	480	480
Cîrlig Mihail	Independent	1	480	480

Frecvența reflectării partidelor politice per post TV/Circumscripția națională/TOP 5



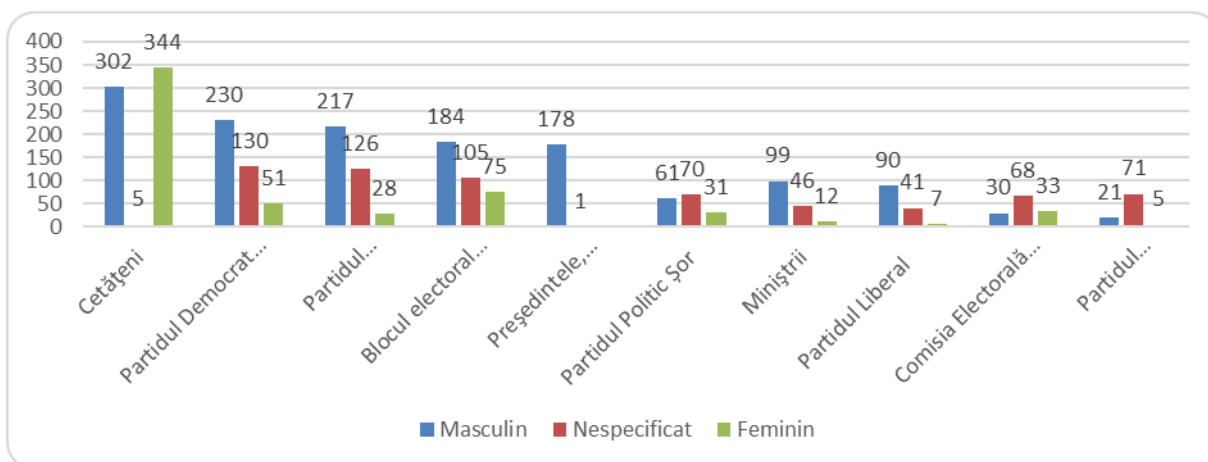
Echilibrul de gen. O mare parte din materialele analizate au fost puternic dezechilibrate din punctul de vedere al raportului gender, majoritatea surselor și protagoniștilor citați sau menționați de cele 12 posturi de televiziune fiind de sex masculin – 58%, sursele de sex feminin constituind 20%. Singura categorie de surse/protagoniști în care a fost asigurat echilibrul de gen a fost categoria Cetățeni și Comisia Electorală Centrală, în materialele cu prezența acestora fiind citate mai multe femei decât bărbați. De notat că rata surselor de sex feminin din categoria „Cetățeni” constituie 38% din numărul total de surse.

Rata surselor și protagoniștilor din perspectiva gender



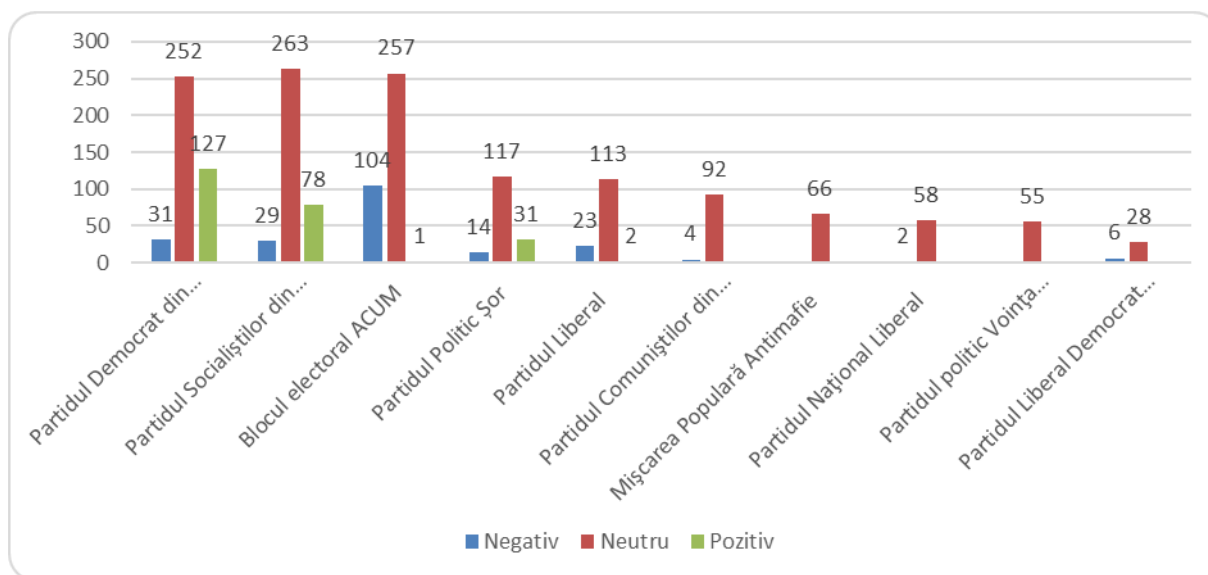
Majoritatea posturilor monitorizate au recurs la surse bărbați atunci când au solicitat opinii din partea reprezentanților societății civile, oficiali din Guvern, APL, experți etc. În rândul partidelor/concurenților electorali, cota femeilor citate/menționate a fost mică, cu mici excepții.

Cel mai bun indicator la capitolul echilibru de gen a fost înregistrat la Jurnal TV – 33,3%, Canal 3 – 25%, Prime TV – 23,3% și NTV – 22,75%.

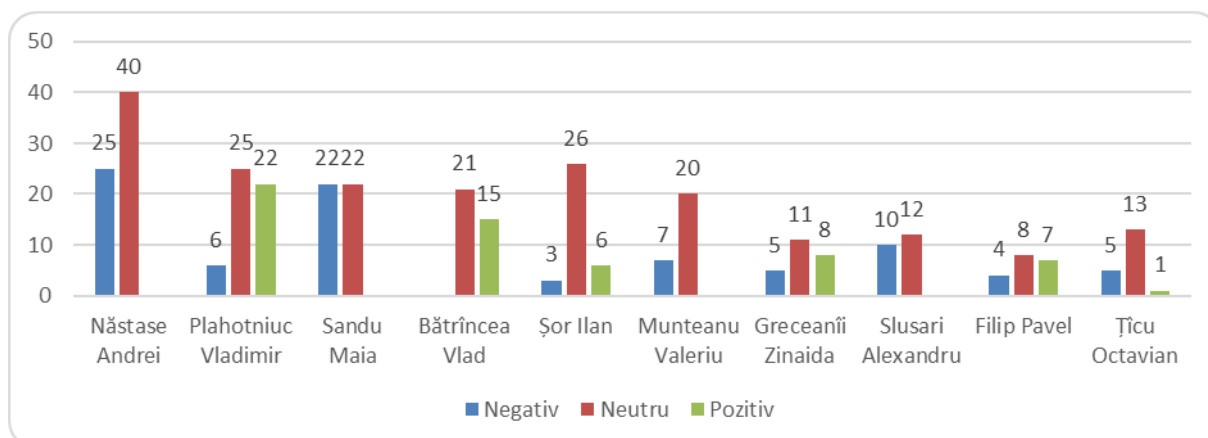


Tonalitatea reflectării concurenților electorali/Date generale, 12 posturi TV. De cele mai multe ori, de tonalitate pozitivă au beneficiat concurenții electorali în circumscripția națională PDM, urmat de PSRM și Partidul Politic Șor. Similar, actorii electorali în circumscripții uninominale afiliați acestor partide au fost protagoniștii celor mai multe materiale cu tonalitate pozitivă. În contrast, Blocul ACUM a apărut în cele mai multe materiale cu tonalitate negativă, la fel și concurenții în circumscripțiile uninominale afiliate acestui bloc. Instituțiile statului au apărut mai mult în tonalitate neutră și pozitivă.

Tonalitatea reflectării concurenților electorali în știri, emisiuni, dezbateri/Circumscripția națională, 12 posturi TV



Tonalitatea reflectării concurenților electorali în știri, emisiuni, dezbateri/Circumscripții uninominale, 12 posturi TV



Tonalitatea reflectării concurenților electorali/Per post TV

În perioada de raport, postul public național de televiziune Moldova 1 a oferit spațiu mai multor actori politici, concurenți electorali în circumscripția națională și circumscripții uninominale, dar și principalelor instituții de stat. Tonalitatea reflectării a fost în mare parte neutră pentru majoritatea dintre ei, cu excepția Cabinetului de miniștri, față de care au fost înregistrate patru cazuri de tonalitate pozitivă, favorabile partidului de guvernământ. La fel, dintre candidații în circumscripții uninominale, Vladimir Plahotniuc, afiliat PDM, a fost prezent în patru știri cu tonalitate pozitivă și în patru – cu tonalitate neutră (mai multe detalii, în Anexa 1).

Postul public **GRT** nu a reflectat activ campania electorală, difuzând în buletinul de știri în limba rusă puține materiale relevante prezentei monitorizării, fără a fi observată vreo tendință de favorizare sau defavorizare a anumitor actori politici.

Posturile private cu acoperire națională **Prime TV, Canal 2, Canal 3 și Publika TV** au avut politici editoriale similare, reflectând campania electorală în știri și dezbateri (la tema referendumului național consultativ), cât și în emisiuni la care de cele mai dese ori au fost discutate subiecte cu caracter electoral indirect, cu participarea reprezentanților Guvernului sau ai PDM. De cele mai multe ori, la aceste posturi au avut acces reprezentanții PDM și candidații afiliați acestui partid, la fel ca și reprezentanții Guvernului - prim-ministrul, miniștri care nu au degrevat. Tonalitatea reflectării acestora a fost preponderent pozitivă și neutră, PDM fiind favorizat și de prezența știrilor despre membrii Guvernului. Reprezentanții Blocului electoral ACUM și concurenții în circumscripții uninominale afiliați acestui bloc au fost prezenți mai mult în imagine, în principal în materiale cu conotație negativă, durata intervențiilor personale fiind nesemnificativă.

NTV Moldova și **Accent TV** au continuat să acorde masiv spațiu de emisie atât reprezentanților PSRM și concurenților electorali în circumscripții uninominale afiliați acestui partid, cât și președintelui Igor Dodon, tonalitatea reflectării fiind mai mult pozitivă și neutră. PDM, Blocul ACUM și Partidul Șor au fost reflectați în tonalitate neutră și negativă.

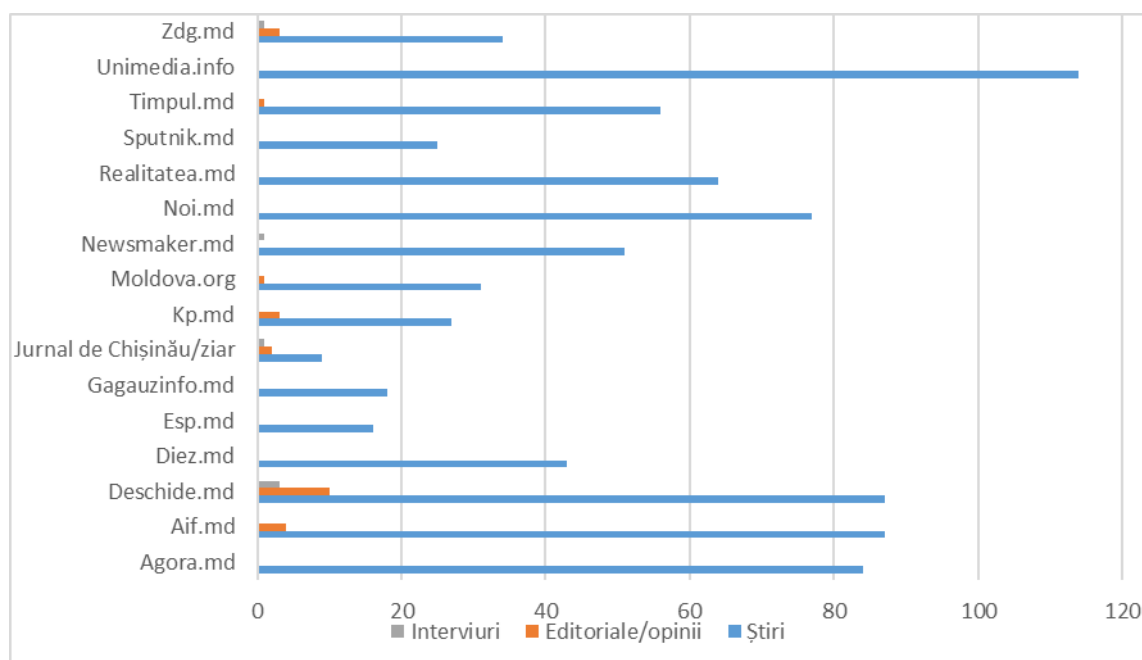
Posturile private **Pro TV, TV8** și **Jurnal TV** au reflectat activitatea mai multor actori politici – partide, concurenți electorali în circumscripția națională și circumscripțiile uninominale, a reprezentanților Președinției, Parlamentului și Guvernului. În majoritatea cazurilor, tonalitatea reflectării protagoniștilor politici la aceste posturi a fost neutră. În marea majoritate a cazurilor, tonalitatea reflectării protagoniștilor politici în știri la Pro TV, TV 8 și Jurnal TV a fost neutră. În emisiunile puse pe post de Jurnal TV tonalitatea pentru reprezentanții Guvernului, ai Parlamentului și ai PDM, Partidului Șor a fost negativă și neutră.

Televiziunea Centrală a alocat mai mult spațiu Partidului Politic Șor și concurenților afiliați acestui partid, în circumscripții uninominale, pentru care tonalitatea reflectării a fost mai mult pozitivă și neutră.

2.2 PORTALURI ONLINE ȘI PRESA SCRISĂ

Frecvența reflectării. În perioada 25-31 ianuarie 2019, cele 16 portaluri online și ziare monitorizate au publicat în total 853 de materiale cu caracter electoral direct și indirect, inclusiv 823 de știri, 24 de editoriale sau alte articole de opinie și 6 interviuri care într-un fel sau altul au vizat campania electorală pentru alegerile parlamentare 2019. Unele știri au fost însoțite de coloană video. Volumul total al materialelor a fost de 1.719.654 semne și 193.536 secunde sau aproape 54 de ore de înregistrări video. Cele mai multe materiale jurnalistice relevante prezentei monitorizări au fost publicate de portalurile **Unimedia.info** (114) și **Deschide.md** (100), cea mai modestă reflectare a campaniei a avut-o în aceasta perioadă portalurile regionale **Esp.md** (16) și **Gagauzinfo.md** (18 materiale), ziarul „**Jurnal de Chișinău**” a publicat 12 materiale relevante prezentei monitorizări.

Frecvența materialelor relevante, per portal online/ziar



Diversitatea tematică. Majoritatea instituțiilor media monitorizate au mediatizat cele mai importante evenimente politice de campanie și au publicat știri despre majoritatea concurenților electorali. Știrile s-au referit la lansările în campania electorală a diferitor candidați, declarațiile acestora și acuzațiile unora împotriva altora, replicile celor vizați, comunicatele de presă ale concurenților electorali sau postările acestora pe rețelele de socializare. De remarcat că deseori materialele au fost dezechilibrate, deoarece s-au bazat pe informația furnizată de o singură sursă. Desfășurarea procesului electoral propriu-zis și activitatea Comisiei Electorale Centrale de asemenea a fost una din cele mai frecvente teme. Astfel, au fost publicate cu regularitate știri despre deciziile CEC, inclusiv înregistrarea sau respingerea înregistrării unor candidați, examinarea contestațiilor depuse de concurenți, detalii privind exercitarea votului etc. În context electoral, au mai fost abordate tema relațiilor externe, unele probleme sociale sau economice.

Unele portaluri au demonstrat o abordare mai creativă în mediatizarea campaniei electorale. De exemplu, **Agora.md** a publicat un test la tema promisiunilor electorale, intitulat „Colhoz,

pedeapsa cu moartea sau amenzi pentru scuipat”. Câteva portaluri au lansat dezbateri electorale cu candidații.

Totodată, unele portaluri demonstrează o abordare selectivă în reflectarea campaniei. Astfel, pe de o parte, portalurile regionale **Esp.md** (Bălți) și **Gagauzinfo.md** (Comrat) mediatizează doar concurenții electorali din regiunile respective, ultimul având și o abordare editorial vădit negativă față de un anumit candidat. Pe de altă parte, portalurile **Aif.md**, **Kp.md**, **Noi.md**, **Sputnik.md**, **Timpul.md** triază știrile în funcție de preferințele politice, iar unele evenimente electorale în general sunt omise.

Pluralismul social. În perioada de raport, la documentarea materialelor, pe lângă actorii politici și concurenții electorali, portalurile online și ziarele monitorizate au apelat și la 969 de surse și protagoniști din alte categorii. Cel mai des a fost vorba despre alte instituții mass-media, reprezentanți ai Comisiei Electorale Centrale, cetățeni, oficiali și observatori străini, experți locali și străini ș.a. (vezi tabelul). **Newsmaker.md** și **Zdg.md** au avut, în această perioadă, surse din cele mai diferite domenii sociale.

Sursele și protagoniștii sociali citați sau menționați în materiale/16 mass-media

Surse și protagoniști	Frecvența, nr.
Mass-media	203
Comisia Electorală Centrală	158
Cetățeni	148
Diplomați, oficiali și observatori străini	79
Experți (străini și locali)	73
Grupuri de inițiativă	67
Poliția/armata	60
Judecători, avocați	60
Societate civilă – ONG-uri	53
Business	26
Oficiali din guvern	22
Administrația publică locală	17
Biserica	3

Pluralismul politic. Portalurile online și ziarele monitorizate au avut, în total, 1614 surse și protagoniști din domeniul politic, inclusiv partide concurente în circumscripția electorală națională, candidați în circumscripțiile uninominale sau reprezentanți de vârf ai Președinției, Parlamentului și Guvernului. După frecvența și durata aparițiilor (citate/vorbire directă), cei mai vizibili concurenți electorali în circumscripția națională au fost Partidul Democrat și Partidul Socialiștilor, urmați de Blocul electoral ACUM, Partidul Șor și Partidul Comuniștilor. Unii concurenți (Partidul Democrat, Partidul Socialiștilor, Blocul electoral ACUM, Partidul Liberal) au beneficiat și de spații relativ mari pentru vorbire directă. Astfel, Partidul Democrat a fost cel mai vizibil, în diferit context, la 8 din cele 16 instituții media monitorizate, Partidul socialiștilor la 4, Blocul electoral ACUM la 3.

Frecvența și durata apariției reprezentanților partidelor politice, concurenți în circumscripția națională/16 mass-media/TOP 10

Surse și protagoniști	Frecvența, nr.	Durata apariției, semne	Durata vorbirii directe, semne
Partidul Democrat din Moldova	413	155579	43085
Partidul Socialiștilor din Republica Moldova	328	150176	43436
Blocul electoral ACUM	252	126772	32163
Partidul Politic Șor	136	60615	8764
Partidul Comuniștilor din Republica Moldova	90	19328	8065
Partidul Liberal	74	32948	15868
Partidul Nostru	54	10215	0
Mișcarea Populară Antimafie	35	12755	9806
Partidul politic Voința Poporului PVP	34	11952	2294
Partidul „Democrația Acasă”	31	7185	0

Candidați înscrși în cursa electorală în circumscripțiile uninominale au fost vizați în materialele publicate de portalurile și ziarele monitorizate în total de 426 de ori. După frecvența aparițiilor, suprafața totală oferită și spațiul pentru citate/vorbire directă, cei mai mediatizați au fost Pavel Filip, Vladimir Plahotniuc, Ilan Șor, Andrei Năstase, Maia Sandu și Valeriu Munteanu (*vezi tabelul; sunt incluși candidații menționați de cel puțin 3 ori*).

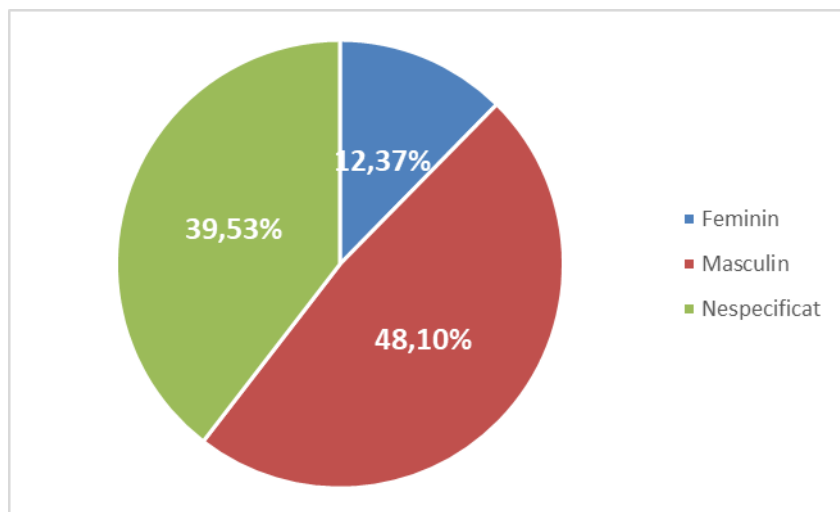
Frecvența și durata apariției concurenților electorali în circumscripții uninominale/16 mass-media

Surse și protagoniști	Frecvența, nr.	Durata apariției, semne	Durata vorbirii directe, semne
Filip Pavel	32	30535	6988
Plahotniuc Vladimir	32	33684	7981
Șor Ilan	30	22324	7153
Năstase Andrei	29	18821	1120
Sandu Maia	25	22957	2117
Munteanu Valeriu	22	17485	3672
Țuțu Constantin	10	1218	0
Dudoglo Nicolai	10	10110	0
Țicu Octavian	9	5540	1001
Vieru Călin	9	8049	6122
Terguță Ion	9	9470	2317
Iordan Serghei	8	4768	0
Sîrbu Oleg	8	5586	611
Nastas Andrei	8	1926	0
Burduja Petru	7	9263	1261
Greceanii Zinaida	7	5312	1287
Plîngău Dinu	6	8155	2057
Bătrîncea Vlad	6	11412	2039

Apostolova Reghina	5	10408	1928
Bobeică Gheorghe	4	5190	4465
Pleşca Nae-Simion	4	5981	1056
Catraniuc Mihail	4	218	0
Ghileţchi Valeriu	4	6465	2953
Căpăţină Svetlana	4	240	0
Mitriuc Ghenadii	4	3113	470
Costin Vasile	4	211	0
Guzun Ludmila	3	381	0
Geamăna Valentina	3	274	0
Brega Oleg	3	4132	2242
Novac Grigore	3	3152	771
Roşca Vladimir	3	2183	103
Popşoi Mihail	3	1834	176
Perciun Dan	3	1736	1382
Slusari Alexandru	3	1459	345
Tauber Marina	3	3530	1471
Botgros Nicolae	3	2467	589

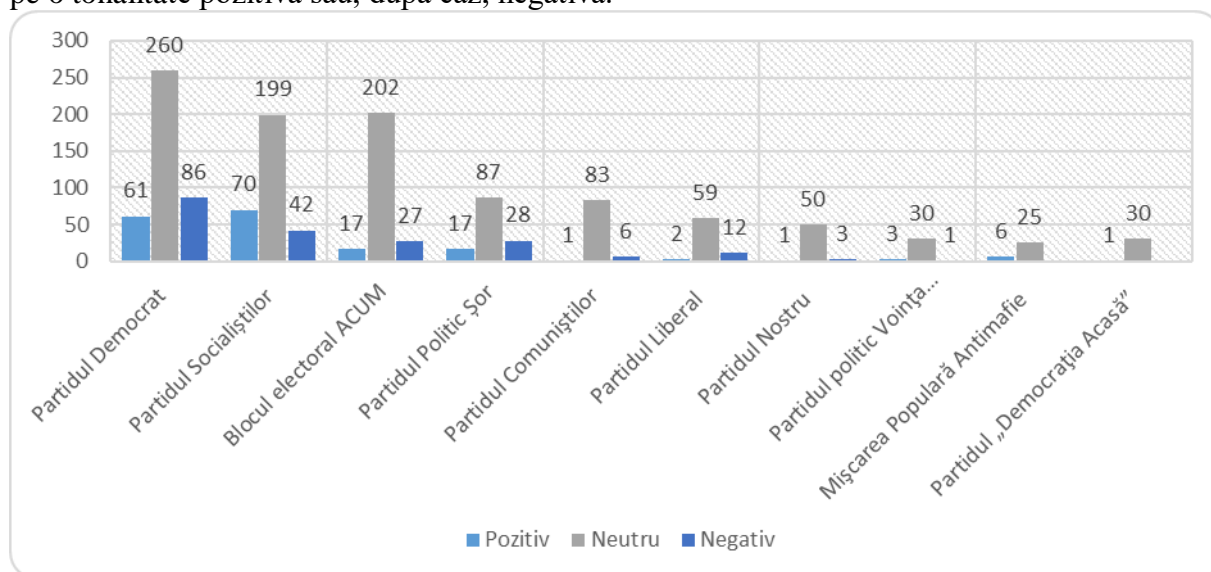
Din sursele și protagoniștii structurilor publice de prim rang, președintele Republicii Moldova Igor Dodon, care în percepția publică este asociat cu Partidul Socialiștilor și deseori transmite mesaje care favorizează, direct sau indirect, acest concurent electoral, a fost cel mai des citat demnitar (de 146 de ori), beneficiind și de cele mai mari spații de prezentare și de citare/vorbire directă.

Echilibrul de gen. Dezechilibrul de gen al surselor și protagoniștilor s-a accentuat față de perioada precedentă de monitorizare. Astfel, în total la cele 16 portaluri online și ziare monitorizate, 48% din surse și protagoniști au fost de sex masculin și numai 12,4% de sex feminin. În mai mult de o treime din materialele relevante prezentei monitorizări, sexul surselor nu a fost specificat (*vezi diagrama*). Cel mai mare raport între sursele bărbați și sursele femei l-au avut, în această perioadă, ziarul „**Jurnal de Chișinău**” și portalurile **Zdg.md**, **Timpul.md** și **Agora.md** (în medie, fiecare a patra sursă identificată este de gen feminin), cel mai modest – portalurile **Sputnik.md** și **Aif.md** (o sursă de gen feminin revine la șapte surse de gen masculin).



Tonalitatea reflectării concurenților electorali/Date generale, 16 portaluri online și presă scrisă

Partidul Democrat, Partidul Socialiștilor și Blocul electoral ACUM au fost și în această perioadă cei mai mediatizați concurenți electorali în circumscripția națională, în marea majoritate a cazurilor tonalitatea reflectării în total pe cele 16 portaluri online și ziare monitorizate fiind una neutră. Urmează, la mare distanță, Partidul Șor, Partidul Comuniștilor, Partidul Liberal și Partidul Nostru, de asemenea, prezentați preponderent neutru. Unele instituții media monitorizate au favorizat sau defavorizat editorial concurenții, prezentându-i pe o tonalitate pozitivă sau, după caz, negativă.



Tonalitatea reflectării concurenților electorali/Per portal online sau ziar

Portalul **Agora.md** continuă să mediatizeze campania electorală echilibrat și pe o tonalitate general neutră, fără preferințe editoriale vizibile.

Portalul **Aif.md** reflectă pe larg și preponderent laudativ activitatea Partidului Socialiștilor și a președintelui Igor Dodon, în raport cu care tonalitatea este aproape de fiecare dată pozitivă. În același timp, alți concurenți electorali sunt trecuți cu vederea sau criticați, în special Partidul

Democrat, Partidul Liberal, Blocul electoral ACUM și Partidul Șor. Știrile conflictuale sunt părtinitoare și dezechilibrate, deoarece prezintă un singur punct de vedere.

Portalul **Deschide.md** prezintă Partidul Socialiștilor și Partidul Șor mai mult pe o tonalitate editorială negativă decât neutră. Partidul Democrat și Blocul electoral ACUM apar atât neutru, cât și pozitiv sau negativ. Unele știri conțin opiniile proprii ale jurnaliștilor, fiind părtinitoare.

Portalul **Diez.md** mediatizează campania electorală în general pe o tonalitate neutră, însă în perioada de raport au apărut câteva materiale pe o tonalitate pozitivă în raport cu Partidul Șor și cu primarul degrevat de Orhei.

Portalul din Bălți **Esp.md** se rezumă la reflectarea mersului campaniei în Bălți, toate materialele publicate având o tonalitate editorială neutră și nepărtinitoare.

Portalul din Comrat **Gagauzinfo.md** de asemenea reflectă campania doar din perspectivă regională, însă este vizibilă tonalitatea negativă în raport cu candidatul Nicolai Dudoglo, înregistrat ca independent, fiind însă acuzat de afiliere la Partidul Democrat. Astfel, Dudoglo este ridiculizat, acuzat de diverse încălcări fără a i se oferi dreptul la replică. În același timp, portalul promovează candidații Partidului Socialiștilor.

Ziarul „**Jurnal de Chișinău**” prezintă pe o tonalitate negativă Partidul Socialiștilor, Partidul Șor, Partidul Democrat și pe liderul acestuia Vladimir Plahotniuc, în timp ce Blocul electoral ACUM și reprezentanții acestuia au fost prezentați preponderent de o manieră pozitivă sau neutră.

Portalul **Kp.md** favorizează masiv Partidul Socialiștilor, pe o tonalitate preponderent pozitivă este prezentat și președintele Igor Dodon. Partidul Democrat este prezentat diferit, dar mai mult neutru și pozitiv.

Portalul **Moldova.org** își menține abordarea echilibrată și tonalitatea generală neutră în raport cu partidele și candidații la alegerile parlamentare 2019.

Portalul **Newsmaker.md** de asemenea are un comportament corect, tonalitatea generală a articolelor fiind neutră, fără preferințe editoriale.

La fel ca în perioada precedentă de monitorizare, portalul **Noi.md** denotă o atitudine negativă față de Ilan Șor, manifestată prin totalitatea generală negativă a articolelor care îl vizează pe acest candidat și partidul său. În același timp, portalul îl favorizează editorial pe Igor Dodon prin știrile frecvente care îl prezintă într-o lumină pozitivă.

În perioada de raport, portalul **Realitatea.md** a prezentat majoritatea concurenților electorali în general neutru, însă Partidul Democrat și Pavel Filip au beneficiat de cele mai multe apariții în știri și de cele mai multe materiale care i-a prezentat în context pozitiv.

În perioada de raport, portalul **Sputnik.md** aproape că s-a eschivat de la mediatizarea campaniei electorale, concentrându-se pe reflectarea intensă și pe o tonalitate pozitivă a vizitei președintelui Igor Dodon în Federația Rusă, a declarațiilor acestuia și a comentariilor sale pe rețelele de socializare.

Portalul **Timpul.md** favorizează vizibil Partidul Democrat și pe liderii acestuia Vladimir Plahotniuc și Pavel Filip, prin numărul mare de articole laudative. De asemenea, este favorizat Partidul Șor și liderul acestuia. În același timp, portalul prezintă pe o tonalitate de cele mai multe ori negativă Blocul electoral ACUM și pe liderii acestuia Andrei Năstase și Maia Sandu.

În perioada de raport, portalul **Unimedia.info** a prezentat concurenții electorali în context diferit, preponderent neutru.

Portalul **Zdg.md** reflectă campania electorală echilibrat, pe o tonalitate generală neutră.