

Monitorizarea mass-media în campania electorală pentru alegerile parlamentare 2014

Raport final
1 octombrie 2014 – 30 noiembrie 2014

I. Date generale

1.1 Obiectivul proiectului: monitorizarea și informarea opiniei publice privind comportamentul editorial al instituțiilor mass-media în perioada electorală pentru alegerile parlamentare din Republica Moldova.

1.2 Perioada de monitorizare: 1 octombrie 2014 – 30 noiembrie 2014.

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

Instituțiile mass-media au fost selectate în baza următoarelor criterii obiective: a) forma de proprietate; b) geografie; c) limba de difuzare. 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 monitorizate¹:

TV

Accent TV, Canal 2, Canal 3, Canal Regional, GRT, Jurnal TV, Moldova 1, N4, Prime TV, ProTV Chișinău, TV7, Publika TV

Radio

Radio Moldova, Radio Noroc, Radio Plai, Russkoie Radio, Vocea Basarabiei

Presa scrisă

Jurnal de Chișinău, Komsomolskaia pravda v Moldove, Moldova Suverană, Nezaavisimaia Moldova, Panorama, Timpul, Vesti Gagauzii, Ziarul Național

Portaluri online

Deschide.md, Jurnal.md, Moldova24.info, Moldova.org, Newsmaker.md, Noi.md, Omg.md, Politik.md, Realitatea.md, Unimedia.info

1.5 Obiectul monitorizării

TV

- A. Știrile cu caracter electoral din principala ediție informativă a zilei;
- B. Emisiunile cu caracter electoral (câte una la fiecare TV);
- C. Publicitatea electorală cu plată;
- D. Dezbaterile electorale.

Radio

Toate buletinele de știri, emisiunile de dezbateri și publicitatea din prime-time. Intervalul monitorizării: de la 6.00 până la 13.00 și de la 17.00 până la 20.00, zilnic.

Presa scrisă

Întreg conținutul editorial al publicațiilor periodice monitorizate, inclusiv publicitatea.

Portaluri online

Întreg conținutul editorial al site-urilor, inclusiv publicitatea. În cazul plasării pe site a unor materiale video, acestea sunt doar menționate, fără a fi monitorizat conținutul lor.

¹ În ordine alfabetică

1.6. Echipa

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

1.7 Cadrul metodologic

Analiza de conținut a instituțiilor mediatice s-a făcut în baza unor indicatori care permit cuantificarea și calificarea știrilor/emisiunilor cu caracter electoral, a prezenței protagoniștilor de diferite categorii, a respectării normelor profesionale de către jurnaliști.

Categorii de protagoniști:

- Funcționari de stat;
- Politicieni;
- Experți;
- Cetățeni de rând;
- Alții.

Categorii de instituții:

- Președinția;
- Parlamentul;
- Guvernul;
- Administrația publică locală;
- Partidele politice.

Analiza cantitativă:

- Frecvența aparițiilor actorilor politici: a) intervenții directe; b) mențiuni/apariții;
- Durata aparițiilor actorilor politici: a) intervenții directe; b) mențiuni/apariții;
- Numărul știrilor/emisiunilor cu caracter electoral;
- Numărul știrilor conflictuale cu caracter electoral;
- Numărul protagoniștilor în știrile/emisiunile cu caracter electoral;
- Paritatea sexelor în rândul protagoniștilor.

Analiza calitativă:

- Contextul prezentării actorilor politici în știri : a) pozitiv; b) negativ; c) neutru.
- Atitudinea jurnalistului față de actorii politici în emisiuni: a) favorizantă b) defavorizantă, b) imparțială;
- Numărul surselor în știrile conflictuale: a) o sursă; b) două și mai multe surse;
- Respectarea principiului imparțialității în știri: a) părtinire; b) nepărtinire.

CONCLUZII GENERALE 1 OCTOMBRIE 2014 - 30 NOIEMBRIE 2014

TV:

- 8 din cele 12 televiziuni monitorizate au favorizat și/sau au defavorizat clar anumiți politicieni și concurenți electorali prin intermediul știrilor electorale din principalele ediții informative ale zilei. În cazul celorlalte 4 televiziuni, nu a fost atestată o tendință clară de favorizare și/sau de defavorizare a vreunui concurent electoral. Astfel, cea mai mare parte a televiziunilor a eșuat cu bună știință în intenția anunțată public (în declarațiile politicilor editoriale pentru campania electorală) de a informa adecvat alegătorii.
- *Moldova 1*, în linii mari, a reflectat echilibrat campania electorală în știri. Totuși, datele monitorizării indică asupra unor probleme privind numărul redus de știri conflictuale; numărul de surse în știrile conflictuale; numărul de protagoniști în știri; echilibrul categoriilor de protagoniști în știri și paritatea gender. *Moldova 1* a favorizat ușor un funcționar de stat (I. Leancă) prin frecvența și contextul apariției acestuia în știrile electorale;
- *Prime Tv, Publika Tv, Canal 2 și Canal 3* au reflectat alegerile parlamentare, în linii mari, adecvat, după numărul de știri electorale, numărul de protagoniști în medie per știre, numărul știrilor nepărtinitoare și abordarea funcționarilor de stat. În același timp, *Prime Tv, Publica Tv, Canal 2 și Canal 3* au reflectat vădit dezechilibrat campania electorală pe segmentele: frecvența și contextul apariției în știri a politicienilor și a concurenților electorali; frecvența intervențiilor directe și durata acestora în știri a concurenților electorali; echilibrul categoriilor de protagoniști în știri electorale și paritatea gender. *Prime Tv, Publica Tv, Canal 2 și Canal 3* au favorizat în mod clar un concurent electoral - PDM;
- *Pro Tv Chișinău* a reflectat cel mai echilibrat și cel mai adecvat campania electorală dintre televiziunile monitorizate. Totuși, rămân anumite probleme ce țin de echilibrul categoriilor de protagoniști și de paritatea gender;
- *Tv 7*, în linii mari, a reflectat adecvat alegerile parlamentare, dacă ne referim la numărul de știri electorale, numărul surselor în știrile conflictuale, numărul de protagoniști în medie per știre și numărul știrilor nepărtinitoare. În același timp, *Tv 7* a reflectat dezechilibrat campania electorală pe segmentele: frecvența și contextul apariției în știri a protagoniștilor; frecvența intervențiilor directe și durata acestora în știri a concurenților electorali; echilibrul categoriilor de protagoniști în știri electorale și paritatea gender. *Tv 7* a favorizat în mod clar un concurent electoral - PLDM;
- *Jurnal Tv*, în linii mari, a reflectat adecvat alegerile parlamentare, dacă ne referim la numărul de știri electorale, numărul de știri conflictuale, numărul surselor în știrile conflictuale, numărul de protagoniști în medie per știre, abordarea în știri a funcționarilor de stat și frecvența intervențiilor directe ale concurenților electorali și durata acestora în știri. În același timp, *Jurnal Tv* a reflectat dezechilibrat campania electorală pe segmentele: numărul știrilor părtinitoare; frecvența și contextul apariției în știri a politicienilor și concurenților electorali; echilibrul categoriilor de protagoniști în știri electorale și paritatea gender. *Jurnal TV* a defavorizat în mod clar un politician (V. Plahotniuc) și un concurent electoral - PDM;
- *N4*, în linii mari, a reflectat adecvat alegerile parlamentare, dacă ne referim la numărul de știri electorale, la numărul surselor în știrile conflictuale, la numărul de protagoniști în medie per știre. În același timp, *N4* a reflectat dezechilibrat campania electorală pe segmentele: numărul știrilor părtinitoare; frecvența și contextul apariției în știri a protagoniștilor; frecvența intervențiilor directe și durata acestora în știri a concurenților electorali; echilibrul categoriilor de protagoniști în știri electorale și paritatea gender. *N4* a favorizat în mod clar un concurent electoral - PLDM;
- *Accent Tv*, în linii mari, a reflectat adecvat alegerile parlamentare, dacă ne referim la numărul de știri electorale, numărul de știri conflictuale, numărul de protagoniști în medie per știre, frecvența protagoniștilor în știrile electorale, frecvența și contextul apariției în știri

a funcționarilor de stat. În același timp, *Accent Tv* a reflectat dezechilibrat campania electorală pe segmentele: numărul surselor în știrile conflictuale; numărul știrilor părtinitoare; contextul apariției în știri a politicienilor și concurenților electorali; frecvența intervențiilor directe ale concurenților electorali și durata acestora în știri; echilibrul categoriilor de protagoniști în știri electorale și paritatea gender. *Accent Tv* a defavorizat în mod clar doi politicieni (V. Filat și V. Plahotniuc) și doi concurenți electorali – PDM și PLDM. Totodată, *Accent Tv* a favorizat doi politicieni (R. Usatfi și I. Dodon) și doi concurenți electorali – PPP și PSRM;

- *Canal Regional*, în linii mari, a reflectat adecvat alegerile parlamentare, dacă ne referim la numărul de știri electorale, numărul de protagoniști, numărul de protagoniști în medie per știre, echilibrul gender în cazul categoriei „experți”. Totuși, datele monitorizării indică asupra unor probleme privind numărul redus de știri conflictuale; numărul de surse în știrile conflictuale; numărul știrilor părtinitoare; în unele cazuri – de frecvența aparițiilor în știri a protagoniștilor; echilibrul categoriilor de protagoniști în știri și paritatea gender în cadrul unor categorii de protagoniști.

- *GRT* a reflectat adecvat alegerile parlamentare, dacă ne referim la numărul de știri nepărtinitoare, frecvența și contextul apariției în știri a protagoniștilor, frecvența intervențiilor directe ale concurenților electorali și durata acestora în știri. *GRT* a reflectat alegerile parlamentare inadecvat, dacă luăm în calcul numărul de știri electorale; numărul de știri conflictuale; numărul surselor în știrile conflictuale; numărul de protagoniști, inclusiv al politicienilor și, mai ales, al concurenților electorali; numărul de protagoniști în medie per știre; echilibrul categoriilor de protagoniști în știri și paritatea gender;

- Cele 12 posturi tv monitorizate au difuzat împreună 241 de emisiuni cu caracter electoral, numărul acestora variind de la două emisiuni la 43;

- Cei mai mulți concurenți electorali au fost mediatizați la emisiunea *Politica* de la *TV7* (25), iar cei mai puțini – la emisiunea *În profunzime* de la *Pro TV Chișinău* (6);

- PDM a fost concurentul electoral cu cele mai multe apariții directe și cu cele mai multe mențiuni în cadrul emisiunilor cu caracter electoral;

- PCRM a fost concurentul electoral cu cea mai mare vizibilitate, fiind menționat în cadrul emisiunilor de la toate posturile monitorizate;

- Moderatorii emisiunilor cu caracter electoral au avut o atitudine părtinitoare față de protagoniștii personalizați și sau/concurenții electorali de 190 de ori, fiind semnalate 34 de cazuri de favorizare și 156 de cazuri de atitudine defavorizantă față de protagoniști;

- 11 din cele 12 posturi monitorizate au difuzat publicitate electorală cu plată;

- Atât ca număr de televiziuni la care a plasat publicitatea, cât și ca durată a spoturilor, PLDM a avut cea mai mare vizibilitate, iar BE-UV și PFP - cea mai mică;

- 4 posturi de televiziune au admis încălcări ale regulilor privind plasarea publicității contra plată la tv.

- 8 din cele 12 posturi monitorizate au difuzat emisiuni de dezbateri electorale. În cele mai multe cazuri, moderatorii acestora au avut un comportament adecvat față de concurenții electorali. Totuși, două posturi, *Moldova 1* și *Jurnal TV* au admis derogări în acest sens;

- Posturile cu acoperire națională *Canal 2* și *Canal 3* nu au organizat dezbateri electorale, încălcând atât legislația, care îi obligă să facă acest lucru, cât și Declarațiile privind politica editorială în campania electorală, aprobate de CCA, prin care s-au angajat să organizeze câte două dezbateri fiecare, în perioada 01-15 noiembrie 2014;

- Posturile cu acoperire națională *Prime TV* și *Publika TV* au difuzat emisiunile de dezbateri electorale la ore nepotrivite (6.17, 6.20, 6.52, 10.15, 11.15, 12.15) limitând, astfel, numărul potențialilor telespectatori. Deși nu au încălcat legislația, posturile tv nici nu au utilizat adecvat dezbaterile pentru informarea corespunzătoare a electoratului.

Radio:

- Posturile de radio monitorizate au reflectat diferit campania electorală: unii radiodifuzori au alocat spațiu atât în buletinele de știri, cât și spoturilor de educație electorală, dar și dezbaterilor și publicității electorale, iar alții s-au limitat la difuzarea spoturilor de educație electorală și a publicității electorale;
- Cele mai multe și mai diverse știri au fost difuzate de radiodifuzorul public *Radio Moldova* (537), iar cele mai puține - de postul de *Radio Noroc* (127);
- *Radio Moldova*, *Ruskoie radio* și *Radio Noroc* s-au evidențiat prin difuzarea unui număr mare de spoturi de educație electorală, dar și printr-un număr mare de spoturi publicitare;
- Posturile cu acoperire națională *Radio Noroc* și *Radio Plai* au reflectat sumar campania în știri și au organizat un număr mic de dezbateri electorale, eșuând să prezinte electoratului suficientă informație despre platformele electorale ale candidaților în alegeri;
- Majoritatea posturilor au apelat de cele mai multe ori la funcționari de stat și politicieni în știrile relevante, excepție făcând *Vocea Basarabiei* și *Radio Moldova* care au asigurat o diversitate mai mare a surselor;
- Din punctul de vedere al raportului gender al surselor citate, se constată un dezechilibru masiv în defavoarea surselor de sex feminin (12% versus 88% surse de sex masculin);
- Judecând după frecvența și contextul aparițiilor concurenților electorali se poate de afirmat că la *Radio Moldova*, *Radio Noroc* și *Ruskoie radio* nu s-a constatat favorizarea sau defavorizarea clară a vreunui concurent electoral;
- *Postul de radio Plai* a favorizat PDM prin numărul mare de mențiuni în știri (82 sau 66% din numărul total de mențiuni) preponderent în context neutru și pozitiv;
- *Vocea Basarabiei* a favorizat PLDM prin numărul mare de intervenții directe și mențiuni ale reprezentanților acestui concurent electoral (232 sau 40% din numărul total), dintre care 117 au fost în context pozitiv;
- *Radio Moldova* și *Vocea Basarabiei* au asigurat accesul unui număr mare de concurenți electorali atât în știri, cât și în emisiunile de dezbateri, în timp ce *Ruskoie radio*, *Radio Noroc* și *Radio Plai* au oferit cuvânt unui număr limitat de concurenți electorali.

Ziare:

- Ziarele monitorizate au publicat în cele două luni de monitorizare 850 de articole care au vizat direct sau indirect alegerile parlamentare. Cele mai multe materiale relevante au apărut în *Nezavisimaia Moldova* (179), *Moldova Suverană* (123), *Panorama* (122), *Timpul* (110) și *Komsomolskaia pravda v Moldove* (109), iar cele mai puține – în *Vesti Gagauzii* (34);
- 81% din articole au fost din categoria știrilor obișnuite (689 din total), iar 133 au abordat un subiect controversat în context electoral. Jumătate din articolele care au relatat despre un conflict/acuzații în context electoral au fost publicate în *Nezavisimaia Moldova*;
- Ziarele aproape că nu s-au ocupat de educația electorală a cititorilor săi. Astfel, timp de două luni, în cele 8 ziare monitorizate au fost publicate doar 28 articole de acest gen, cele mai multe – în *Jurnal de Chișinău* și *KP v Moldove* (câte 8), iar în *Ziarul Național* nu a fost publicat nici un material de educație electorală;
- Principiul deontologic al prezentării echilibrate a tuturor părților implicate în conflict a fost respectat în doar 20% din articolele de acest fel. O situație foarte gravă a fost înregistrată în cazul ziarului *Nezavisimaia Moldova* care a prezentat dezechilibrat 62 din cele 66 subiecte controversate;
- Numai 44% din articolele la teme electorale au fost nepărtinitoare, celelalte au relatat despre alegeri și concurenții electorali prin prisma autorului și opinia acestuia a fost evidentă. Au fost părtinitoare 92% (!) din articolele la tema alegerilor publicate în *Nezavisimaia Moldova*, 61% din articolele publicate în *Timpul*, 53% din articolele publicate în *Panorama*, 51% din articolele publicate în *Moldova Suverană* și *Ziarul Național*;
- Ziarele au citat surse din diferite categorii, mai des politicieni, dar și experți, funcționari de stat sau cetățeni. Cel mai des cetățenii au fost citați de *Nezavisimaia Moldova*, de 62 de ori,

- în principal fiind vorba de reacții sau scrisori ale cititorilor care au criticat partidele de la guvernare;
- Principiul egalității de gen a fost în mare parte neglijat de ziarele monitorizate, doar 14,6% din sursele citate (132 din 904) fiind femei;
 - După numărul aparițiilor și a mențiunilor concurenților electorali în articole, suprafața afectată acestora și contextul prezentării, se poate afirma că ziarul *Moldova Suverană* a favorizat masiv concurentul electoral PLDM care a fost prezentat preponderent în context pozitiv (din cele 67 de mențiuni, 38 au fost în context pozitiv și 27 – în context neutru), oferindu-i-se și o suprafață mare pentru intervenții directe/citate. Ceilalți concurenți electorali au fost prezentați atât în context neutru, cât și negativ, excepție făcând PPP și PSRM care au fost defavorizați prin prezentarea de cele mai multe ori în context negativ. Deseori, în context negativ au mai apărut PL și PCRM.
 - *Timpul* a favorizat concurentul electoral PDM care a avut cea mai mare pondere a aparițiilor în context pozitiv și o suprafață mare pentru intervenții directe/citate, a fost ușor favorizat și concurentul electoral PL. Concurenții electorali PCRM, PSRM și PPP, dimpotrivă, au avut cele mai multe apariții în context negativ, fiind astfel defavorizați;
 - *Panorama* a favorizat clar concurenții electorali PSRM și PPP care au apărut preponderent în context pozitiv și li s-a oferit spații relativ mari pentru intervenții directe (citate). În perioada campaniei electorale, Panorama a editat câteva ediții speciale ale ziarului cu până la 24 de pagini care au conținut exclusiv agitația electorală a PPP, iar tirajul de circa 500 mii exemplare ale acestor ediții a fost distribuit gratuit. Astfel, ziarul Panorama a fost agentul electoral al PPP în alegerile parlamentare. Totodată, PDM și PLDM au fost defavorizate masiv, prin prezentarea frecventă în context negativ, a apărut deseori în context negativ și concurentul electoral PCRM;
 - *Nezavisimaia Moldova* a fost agentul electoral al PCRM, concurent care a fost prezentat aproape exclusiv în context pozitiv (din 155 apariții, 132 în context pozitiv, plus intervenții directe ale liderilor acestui partid pe o suprafață de zeci de ori mai mare față de alți concurenți). În același timp, PDM a fost defavorizat masiv, fiind prezentat aproape de fiecare dată în context negativ (de 220 de ori din totalul de 226). Cu o intensitate mai rară au fost defavorizați PLDM, PSRM, PLR și PL, mai rar PPP, prin prezentarea frecventă în context negativ;
 - *Ziarul Național* a favorizat PLDM, pe care l-a prezentat doar în context pozitiv sau neutru. PPP, PCRM și PSRM, dimpotrivă, au fost defavorizați prin prezentarea frecventă în context negativ;
 - *Jurnal de Chișinău* nu a favorizat vreun concurent electoral, iar PSRM a fost defavorizat prin prezentarea frecventă în context negativ, mai rar PDM și PPP;
 - *Komsomolskaia pravda v Moldove* a favorizat ușor PPP, care a fost prezentat mai des decât alți concurenți electorali în context pozitiv, iar suprafața afectată intervențiilor directe/citatelor pentru reprezentanții acestui partid a fost mult mai mare decât în cazul altora;
 - *Vesti Gagauzii* a publicat foarte puține articole la teme electorale, fără a defavoriza vreun concurent electoral. Totodată, s-a remarcat favorizarea concurentului electoral PPP și favorizarea ușoară a PSRM.

Online:

- Presa online monitorizată s-au implicat activ în reflectarea campaniei electorale, ținând în vizor diverse subiecte cu caracter electoral direct și indirect. Printre portalurile cu cele mai multe materiale relevante monitorizării se numără *Omg.md* (625), *Realitatea.md* (621), *Noi.md* (620), *Jurnal.md* (501), *Politik.md* (496) și *Deschide.md* (469);
- Numărul materialelor de educație electorală în presa online a fost foarte mic – 86 în total, o mare parte fiind publicate în ultima săptămână de campanie electorală. Cele mai multe

- materiale de educație electorală au fost publicate de *Realitatea.md* (19), *Moldova24.info* (15) și *Unimedia.info* (14);
- Materialele de conflict au fost în mare parte dezechilibrate (73%). Portalul cu cel mai bun indicator al echilibrului materialelor controversate a fost *Newsmaker.md* (73,3% din materiale de acest fel au prezentat opiniile/pozițiile tuturor părților implicate), iar portalurile cu cel mai prost indicator al echilibrului au fost *Politik.md* (doar 13,4%) și *Omg.md* (doar 15,6%);
 - Fiecare al patrulea material din presa online a fost părtinitor (24%), fiind evidentă poziția autorului față de protagoniștii materialelor. *Unimedia.info*, *Moldova.org*, *Realitatea.md* și *Newsmaker.md* au avut puține probleme de prezentare nepărtinitoare a subiectelor jurnalistice electorale, în timp ce la *Omg.md* au fost părtinitoare 56,5% din articole, la *Jurnal.md* – 49%, la *Noi.md* și *Politik.md* – peste 30% din articole.
 - Portalurile online monitorizate au recurs de cele mai dese ori la politicieni și funcționari de stat în calitate de surse de informare, ponderea experților și cetățenilor simpli fiind mult mai mică. Știrile au fost puternic dezechilibrate din punctul de vedere al raportului gender, marea majoritate a surselor citate fiind de sex masculin (91,8%!).
 - După frecvența și contextul aparițiilor directe și mențiunilor protagoniștilor, la *Deschide.md* s-a remarcat defavorizarea ușoară a concurenților electorali PLDM și PPP, care au avut cele mai multe apariții și mențiuni în context negativ (62 și, respectiv, 50);
 - Portalul *Moldova24.info* a defavorizat masiv PLDM (93 de apariții și mențiuni în context negativ) și a favorizat PPP (38 de contexte pozitive și 69 neutre);
 - La *Moldova.org* a fost evidentă favorizarea PDM prin numărul relativ mare de apariții și mențiuni în context pozitiv atât a reprezentanților PDM, cât și a reprezentanților Guvernului și Parlamentului, exponenți ai acestui partid (31 apariții și mențiuni pozitive);
 - În materialele publicate de portalul *Realitatea.md* nu a fost constatată favorizarea evidentă a vreunui concurent electoral. Comparativ cu alți concurenți electorali, PLDM a avut cele mai multe mențiuni în context negativ – 49;
 - La *Unimedia.info* nu s-a remarcat favorizarea sau defavorizarea masivă a vreunui candidat în alegeri. Concurenții electorali care au apărut de cele mai dese ori în context pozitiv au fost PDM – 34 ori și PLDM – 24 ori.
 - *Noi.md* a favorizat PCRPM prin prezentarea frecventă în context neutru (de 91 de ori) și pozitiv (43), dar și o suprafață mare pentru intervenții directe/citate (peste 60 mii semne, triplu față de alți concurenți). Totodată, PLDM, PDM, PLR, PPP și PSRM au fost mai curând defavorizați, prin numărul mare a prezentărilor în context negativ;
 - *Jurnal.md* a defavorizat masiv PDM, care a apărut în context negativ de 393 de ori în perioada monitorizării (92,7% din cazurile când a fost menționat). În context preponderent negativ au mai fost prezentați PLDM (110 cazuri), PCRPM (91), PPP (47), PSRM (27);
 - *Omg.md* a favorizat masiv concurentul electoral PPP prin suprafața alocată aparițiilor directe/citate (peste 63 mii semne, de aproximativ patru ori mai mult față de alți concurenți electorali) și apariții frecvente în context pozitiv (74) și neutru (100). PDM a fost partidul cel mai des criticat de acest portal și prezentat în context negativ (de 307 ori sau în 72,6% din cazurile când a fost vizat). Au mai fost prezentați în context preponderent negativ PLDM, mai rar PCRPM, PL, PLR și PSRM;
 - *Newsmaker.md* a favorizat ușor concurentul electoral PSRM (20 de apariții în context pozitiv din cele 48 de cazuri când a fost vizat), iar PPP i s-a oferit o suprafață pentru intervenții directe/citate de peste 35 mii semne, de cinci ori mai mult față de alți concurenți;
 - *Politik.md* a favorizat concurenții electorali PPP (60 de apariții în context pozitiv din cele 109 cazuri când a fost vizat, plus o suprafață cel puțin dublă pentru intervenții directe/citate), PSRM (din 89 de apariții, 39 în context pozitiv) și PCRPM (din 72 de apariții, 35 în context pozitiv și o suprafață mare pentru intervenții directe).

II. Rezultatele monitorizării posturilor de televiziune

2.1 Știrile cu caracter electoral. Date generale

În perioada 1 octombrie – 30 noiembrie 2014, la cele 12 televiziuni monitorizate au fost difuzate în principala ediție informativă a zilei 3512 știri cu caracter electoral, inclusiv 118 – de educație electorală. Cele mai multe știri a difuzat televiziunea publică națională, iar cele mai puține – televiziunea publică regională. Radiodifuzorii publici au difuzat cele mai multe știri de educație electorală.

30 la sută din toate știrile au avut caracter conflictual. Cele mai multe știri de acest gen au fost atestate la Accent Tv și la Jurnal Tv, cele mai puține – la GRT și la Canal Regional.

Cumulat, principiul reflectării evenimentelor conflictuale din mai multe surse a fost respectat în proporție de 66% sau, altfel spus, fiecare a treia știre cu caracter conflictual a fost scrisă cu derogări de la norma profesională. Regula surselor a fost respectată cel mai des de ProTv și ignorată cel mai des – de Accent Tv.

Cu referire la principiul imparțialității, acesta, cumulat, a fost respectat în proporție de 85%. De cele mai dese ori au demonstrat nepărtinire Tv7, Moldova 1 și GRT. De cele mai multe ori au demonstrat părtinire Jurnal Tv și Accent Tv.

Perioada	Știri electorale				
	Educație electorală	Obișnuite	Conflictuale	Total	% conflictuale din total
01.10-30.11.2014					
Moldova 1	24	325	103	452	23%
Prime TV	6	254	55	315	17%
Publika TV	12	284	73	369	20%
Canal 2	3	172	87	262	33%
Canal 3	12	192	85	289	29%
ProTV	5	184	120	309	39%
TV7	12	294	71	377	19%
Jurnal TV	2	92	128	222	58%
N4	10	190	70	270	26%
Accent TV	1	88	208	297	70%
Canal Regional	12	174	28	214	13%
GRT	19	106	11	136	8%
Total	118	2355	1039	3512	30%

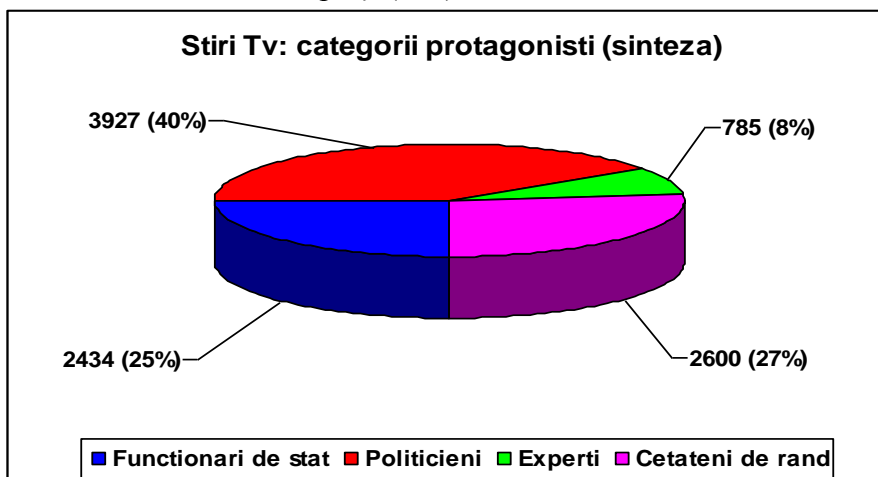
Perioada	Surse în știrile conflictuale (număr)		Surse în știrile conflictuale (%)		Poziția jurnalistului în știri (număr)		Poziția jurnalistului în știri (%)	
	1 sursă	2 +	1 sursă	2 +	părtinitor	nepărtinitor	părtinitor	nepărtinitor
01.10-30.11.2014								
Moldova 1	27	76	26%	74%	20	432	4%	96%
Prime TV	10	45	18%	82%	51	264	16%	84%
Publika TV	18	55	25%	75%	30	339	8%	92%
Canal 2	34	53	39%	61%	58	204	22%	78%
Canal 3	26	59	31%	69%	79	210	27%	73%
ProTV	11	109	9%	91%	28	281	9%	91%
TV7	12	59	17%	83%	5	372	1%	99%
Jurnal TV	31	97	24%	76%	83	139	37%	63%
N4	41	29	59%	41%	35	235	13%	87%

Accent TV	126	82	61%	39%	118	179	40%	60%
Canal Regional	14	14	50%	50%	29	185	14%	86%
GRT	4	7	36%	64%	4	132	3%	97%
Total știri	354	685	34%	66%	540	2972	15%	85%

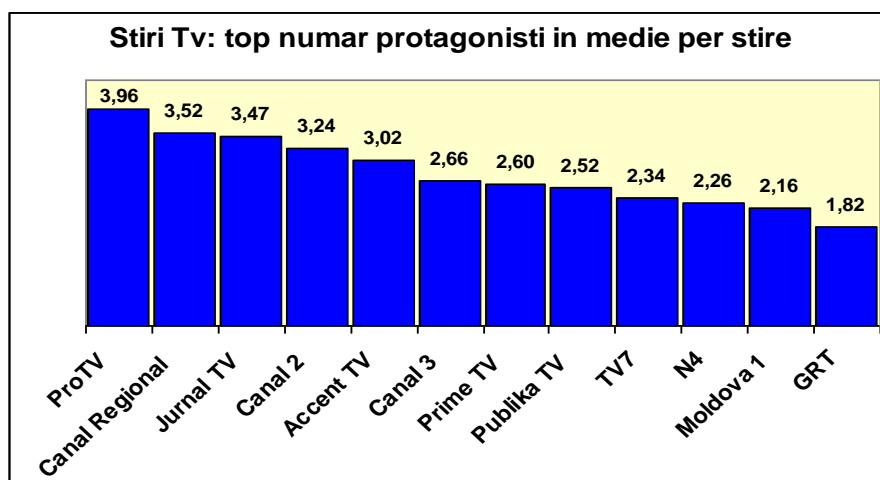
În total, în cele 3512 știri electorale au fost prezenți 10562 de protagoniști sau, în medie, 3 protagoniști per știre. În rândul protagoniștilor, femeile au constituit 21 la sută – a 5-a parte (cum sunt reprezentate în noul parlament).

Perioada	Protagoniști		Protagoniști	
	M	F	M	F
01.10-30.11.2014				
Moldova 1	826	170	83%	17%
Prime TV	805	235	77%	23%
Publika TV	819	242	77%	23%
Canal 2	712	229	76%	24%
Canal 3	652	197	77%	23%
ProTV	1069	189	85%	15%
TV7	725	170	81%	19%
Jurnal TV	724	157	82%	18%
N4	562	81	87%	13%
Accent TV	793	129	86%	14%
Canal Regional	477	343	58%	42%
GRT	212	44	83%	17%
Total	8376	2186	79%	21%

În perioada de referință televiziunile monitorizate au apelat cel mai des în știrile electorale la politicieni (3927), iar cel mai rar – la experți (785).



În știrile electorale de la cinci televiziuni au fost prezenți în medie 3 și mai mulți protagoniști, Pro Tv fiind, în acest sens, cap de listă. La celălalt capăt al listei, cu cei mai puțini protagoniști per știre, se situează radiodifuzorii publici – Moldova 1 și GRT.



Cea mai redusă cotă a femeilor a fost atestată în rândul funcționarilor de stat și a politicienilor (10% și, respectiv, 11%), iar cea mai ridicată – între cetățenii de rând – 46%.

Televiziunile monitorizate au dat preferință diferitor categorii de protagoniști în știrile electorale. Cu referire la paritatea gender, femeile-funcționari de stat au fost abordate cel mai des de Canal Regional, iar cel mai rar – de Canal 2, ProTV și N4. La politicieni femeile cel mai des au apelat Prime Tv, Canal 3, Tv7 și Canal Regional, iar cel mai rar – GRT. În rândul experților femeile s-au regăsit cel mai des în știrile electorale de la Canal Regional și Canal 2, iar cel mai rar – la Accent Tv și Prime Tv. Cele mai multe femei între cetățenii de rând au fost atestate la N 4 și Canal Regional, iar cele mai puține – la GRT. Doar la categoria de protagoniști „cetățenii de rând” a fost înregistrat un echilibru gender relativ.

Perioada	Fs		Fs		Pol		Pol		Exp		Exp		Cet		Cet	
	M	F	M	F	M	F	M	F	M	F	M	F	M	F	M	F
01.10-30.11.14																
Moldova 1	364	33	92%	8%	265	29	90%	10%	125	34	79%	21%	61	67	48%	52%
Prime TV	161	12	93%	7%	332	48	87%	13%	18	1	95%	5%	114	133	46%	54%
Publika Tv	183	25	88%	12%	316	45	88%	12%	34	8	81%	19%	177	145	55%	45%
Canal 2	142	9	94%	6%	269	37	88%	12%	6	4	60%	40%	216	166	57%	43%
Canal 3	160	16	91%	9%	251	36	87%	13%	13	2	87%	13%	156	137	53%	47%
ProTV	227	14	94%	6%	537	46	92%	8%	79	8	91%	9%	203	112	64%	36%
TV7	229	27	89%	11%	282	41	87%	13%	129	36	78%	22%	79	61	56%	44%
Jurnal TV	150	21	88%	12%	328	37	90%	10%	67	14	83%	17%	88	67	57%	43%
N4	208	14	94%	6%	290	36	89%	11%	31	7	82%	18%	11	15	42%	58%
Accent TV	118	12	91%	9%	507	60	89%	11%	74	3	96%	4%	73	52	58%	42%
C.Regional	158	46	77%	23%	91	14	87%	13%	25	25	50%	50%	170	226	43%	57%
GRT	98	7	93%	7%	28	2	93%	7%	26	16	62%	38%	53	18	75%	25%
Total	2198	236	90%	10%	3496	431	89%	11%	627	158	80%	20%	1401	1199	54%	46%

2.2 Știrile cu caracter electoral. Televiziuni

Moldova 1

În perioada de referință Moldova 1 a mediatizat în principala sa ediție informativă a zilei 39 de funcționari de stat. Cel mai des la ecran a apărut premierul Iu.Leancă – de 70 de ori, inclusiv în context pozitiv de 20 de ori. Ocupantul poziției a doua, președintele N.Timofti, a avut o vizibilitate de 2 ori mai redusă.

Moldova 1	Frecvență apariții	Context		
Funcționari de stat		pozitiv	negativ	neutru
*Iurie Leanca	70	20	0	50
*Nicolae Timofti	36	2	0	34
*Vasile Bumacov	19	2	1	16
*Dorin Chirtoaca	16	0	1	15
*Igor Corman	16	3	0	13
*Andrian Candu	11	2	0	9
*Dorin Recean	6	1	1	4
*Oleg Efrim	5	0	0	5

În știrile electorale de la Moldova 1 au fost prezenți 110 politicieni. Cel mai des a fost mediatizat liderul PLDM, V.Filat, inclusiv de 5 ori în context pozitiv și de 4 ori – în context negativ. În context pozitiv au mai fost plasați M.Lupu, de 4 ori, și M.Ghimpu, de 2 ori, iar în context negativ – R.Usatîi și I.Dodon – de câte 2 ori.

Moldova 1	Frecvență apariții	Context		
Politicieni		pozitiv	negativ	neutru
Vlad Filat	26	5	4	17
Marian Lupu	19	4	0	15
Mihai Ghimpu	18	2	0	16
Renato Usatîi	17	0	2	15
Igor Dodon	13	0	2	11
Ion Hadarca	13	1	0	12
Dorin Chirtoaca	12	1	0	11
Vladimir Voronin	10	1	0	9
Oleg Cernei	9	0	0	9
Sergiu Mocanu	8	0	1	7

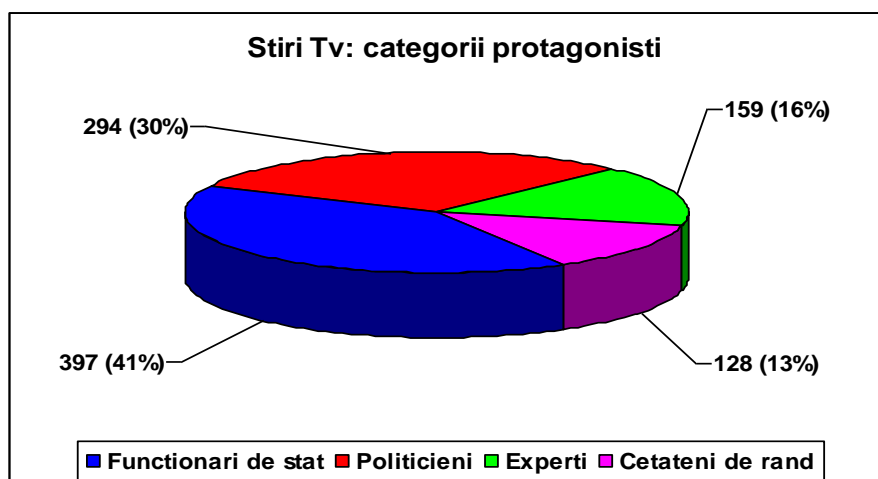
Moldova 1 a prezentat în știri 26 de concurenți electorali – toți cei înregistrați inițial de CEC. Cea mai mare vizibilitate au avut-o PDM (cu 97 de apariții, inclusiv de 23 de ori în context pozitiv și de 4 ori – în context negativ) și PLDM (cu 74 de apariții, inclusiv de 21 de ori în context pozitiv și de 5 ori – în context negativ). În context pozitiv au mai fost plasați PL, de 6 ori, și PLR, de 4 ori, iar în context negativ – PSRM, de 7 ori, PPP, de 6 ori, PLR și MPA – de câte 4 ori.

Moldova 1	Frecvență apariții	Context		
Concurenți electorali		pozitiv	negativ	neutru
*PDM	97	23	4	70
*PLDM	74	21	5	48
*PL	68	6	0	62
*PLR	62	4	4	54
*PCRM	54	1	1	52
*PPP	39	0	6	33
*PSRM	34	0	7	27
*MPA	23	0	4	19
*PPRM	23	0	0	23
*PAD	11	0	0	11

În știrile electorale de la Moldova 1 cele mai multe intervenții directe le-au avut PL și PDM cu durata cumulată de 470 și, respectiv, 460 de secunde.

Moldova 1	Intervenții directe	Durata (sec.)
Concurenți electorali		
*PL	31	470
*PDM	30	460
*PCRM	22	440
*PLR	21	332
*PLDM	16	312
*PSRM	12	222
*PPP	13	215

Moldova 1, în scrierea știrilor electorale, a apelat cel mai des la categoriile de protagoniști „funcționari de stat” și „politicieni”, iar cel mai rar – la „cetățeni de rând” și „experți” (a se vedea diagrama alăturată), fapt ce nu poate conferi știrilor credibilitate suficientă. Paritatea gender a fost asigurată doar în cazul categoriei de protagoniști „cetățeni de rând”.



Prime Tv

Prime Tv a mediatizat în știri electorale 20 de funcționari de stat. Cea mai mare vizibilitate a avut-o D.Chirtoacă, cu 25 de apariții, inclusiv de 2 ori în context pozitiv și de 5 ori – în context negativ. În context pozitiv au fost plasați mai mulți funcționari de stat, iar cel mai des – A.Candu – de 16 ori din 22 de apariții. Jumătate din top 10 apariții funcționari de stat în știrile electorale de la Prime Tv sunt reprezentanți ai PDM.

Prime Tv	Frecvență apariții	Context		
		pozitiv	negativ	neutru
*Dorin Chirtoaca	25	2	5	18
*Andrian Candu	22	16	0	6
*Nicolae Timofti	22	3	0	19
*Iurie Leanca	19	5	1	13
*Igor Corman	12	3	0	9
*Monica Babuc	5	4	0	1

*Valentina Buliga	5	3	0	2
*Nistor Grozavu	4	1	0	3
*Pavel Filip	4	2	0	2
*Vasile Bumacov	4	1	0	3

În știrile electorale de la Prime Tv au fost prezenți 93 de politicieni, iar cel mai des, detașat – liderul PDM M.Lupu, cu 44 de apariții, inclusiv de 25 de ori – în context pozitiv, urmat de alți 4 reprezentanți ai PDM.

Toți politicienii care au fost plasați cel mai des în context pozitiv reprezintă fruntași ai PDM. 3 politicieni – R.Usatîi, I.Dodon și Gr.Petrenco, au apărut exclusiv în context negativ și neutru.

Prime Tv Politicieni	Frecvență apariții	Context		
		pozitiv	negativ	neutru
Marian Lupu	44	25	0	19
Igor Corman	24	22	0	2
Vlad Plahotniuc	18	16	0	2
Pavel Filip	17	6	0	11
Vasile Botnari	16	12	0	4
Renato Usatîi	15	0	6	9
Valentina Buliga	12	10	0	2
Andrian Candu	11	5	0	6
Monica Babuc	10	8	0	2
Dumitru Diacov	9	5	0	4
Igor Dodon	9	0	7	2
Sergiu Sarbu	9	7	0	2
Grigore Petrenco	8	0	6	2
Marcel Raducan	5	4	0	1

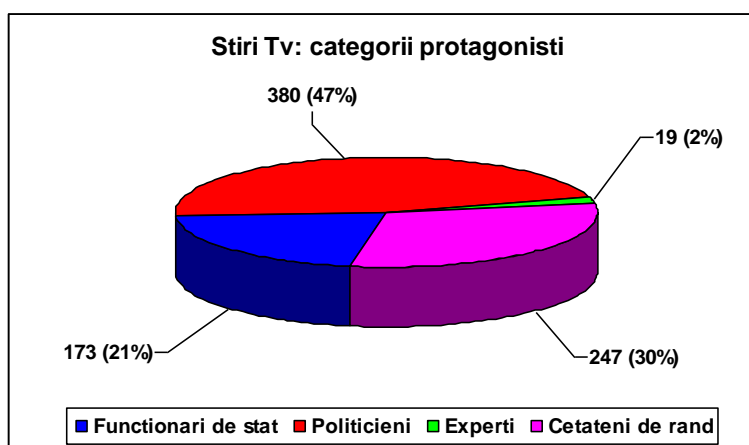
Prime Tv a mediatizat 23 din cei 26 de concurenți electorali înregistrați inițial, iar cel mai des, detașat clar – PDM, de 265 de ori, inclusiv în context pozitiv – de 188 de ori. PCRM, de pe poziția a doua, a avut o vizibilitate de 3 ori mai redusă. 3 concurenți electorali au fost plasați cel mai des în context negativ: PCRM și PPP – de câte 15 ori, iar PSRM – de 14 ori.

Prime Tv Concurenți electorali	Frecvență apariții	Context		
		pozitiv	negativ	neutru
*PDM	265	188	0	77
*PCRM	89	4	15	70
*PL	43	1	1	41
*PLDM	34	1	1	32
*PPP	31	0	15	16
*PLR	22	0	7	15
*PSRM	22	0	14	8
*PPRM	12	2	0	10
*CI-OC	6	0	1	5
*MR	5	0	0	5

În știrile electorale de la Prime Tv cele mai multe intervenții directe le-a avut PDM – 151, cu durata cumulată de 2700 de secunde. Din această perspectivă, PCRM, ocupantul poziției a doua, a avut o vizibilitate de peste 4 ori mai redusă.

Prime Tv	Intervenții directe	Durata (sec.)
Concurenți electorali		
*PDM	151	2700
*PCRM	32	627
*PPP	8	168
*PL	8	141
*PLDM	7	114

Prime Tv a dat prioritate clară în știrile electorale categoriei de protagoniști „politicieni” și aproape a ignorat categoria „experți”. Paritatea gender a fost asigurată doar în cazul categoriei de protagoniști „cetățeni de rând”.



Publika Tv

Publika Tv a mediatizat 21 de funcționari de stat, iar cel mai des – pe Iu.Leancă, de 26 de ori, inclusiv de 3 ori – în context pozitiv. În context pozitiv au mai fost plasați 7 funcționari de stat, 6 dintre ei reprezentând PDM. În context negativ a apărut un singur funcționar – D.Chirtoacă, de 6 ori.

Publika Tv	Frecvență apariții	Context		
		pozitiv	negativ	neutru
Funcționari de stat				
*Iurie Leanca	26	3	0	23
*Dorin Chirtoaca	18	3	6	9
*Andrian Candu	17	6	0	11
*Nicolae Timofti	17	0	0	17
*Igor Corman	13	3	0	10
*Vasile Bumacov	9	1	0	8
*Monica Babuc	5	3	0	2
*Valentina Buliga	4	4	0	0
*Vasile Botnari	3	1	0	2

În știrile electorale de la Publika Tv au fost mediatizați 91 de politicieni, iar cel mai des – M.Lupu, de 41 de ori, inclusiv de 19 ori – în context pozitiv. Dintre politicienii care au fost plasați în știri

electorale în context pozitiv, doar V.Voronin nu reprezintă PDM. Cel mai des în context negativ au fost plasați I.Dodon, de 9 ori, și R.Usatîi și Gr.Petrenco – de câte 3 ori.

Publika Tv	Frecvență apariții	Context		
Politicieni		pozitiv	Negativ	neutru
Marian Lupu	41	19	0	22
Vladimir Voronin	20	1	1	18
Igor Corman	18	5	0	13
Igor Dodon	18	0	9	9
Pavel Filip	17	4	0	13
Vasile Botnari	16	4	0	12
Andrian Candu	14	5	0	9
Renato Usatîi	12	0	3	9
Vlad Plahotniuc	12	10	0	2
Monica Babuc	11	3	0	8
Grigore Petrenco	10	0	3	7
Valentina Buliga	10	7	0	3
Sergiu Sarbu	8	5	0	3

Publika Tv a mediatizat toți (26) concurenții electorali, iar cel mai des, detașat clar – PDM, de 253 de ori, inclusiv în jumătate din ele – în context pozitiv. PCRM, de pe poziția a doua, a avut o vizibilitate de aproape 3 ori mai redusă. De cele mai multe ori în context negativ au fost plasați PSRM, de 16 ori, PCRM și PPP – de câte 9 ori, și PLR – de 7 ori.

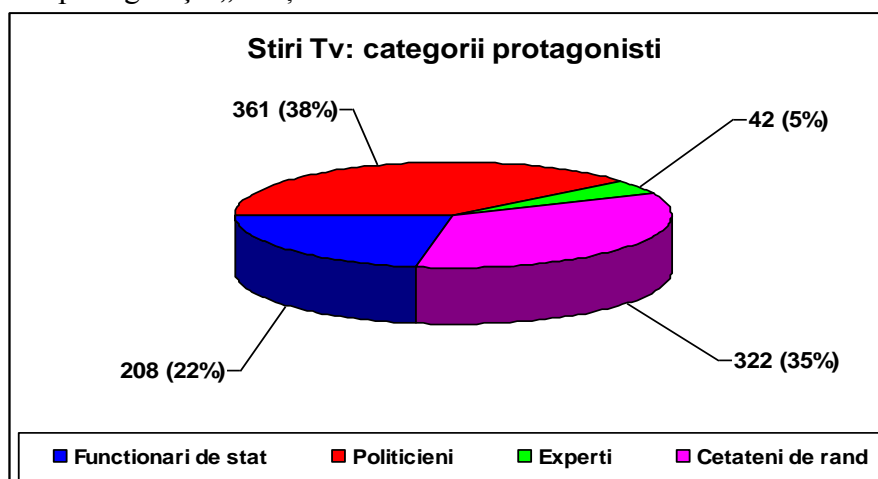
Publika Tv	Frecvență apariții	Context		
Concurenți electorali		pozitiv	negativ	neutru
*PDM	253	128	0	125
*PCRM	90	3	9	78
*PLDM	55	1	1	53
*PL	50	1	1	48
*PPP	46	0	9	37
*PSRM	35	0	16	19
*PLR	20	0	7	13
*PPRM	16	2	0	14
*PCR	9	0	1	8
*BE-UV	8	0	0	8

În știrile electorale de la Publika Tv cele mai multe intervenții directe le-a avut PDM – 137, cu durata cumulată de 2795 de secunde. Din această perspectivă, PCRM, ocupantul poziției a doua, a avut o vizibilitate de 5 ori mai redusă.

Publika Tv	Intervenții directe	Durata (sec.)
Concurenți electorali		
*PDM	137	2795
*PCRM	27	564
*PL	14	276
*PPP	8	252
*PLDM	7	145

*PPRM	6	101
*PLR	4	87
*PpNT	3	42
*CI-OC	2	38
*BE-UV	2	28

Prime Tv a apelat cel mai des în știrile electorale la categoriile de protagoniști „politicieni” și „cetățeni de rând”, iar cel mai rar - la categoria „experți”. Paritatea gender a fost asigurată doar în cazul categoriei de protagoniști „cetățeni de rând”.



Canal 2

Canal 2 a mediatizat în știri 26 de funcționari de stat, iar cel mai des – pe D.Chirtoacă, inclusiv 1 dată în context pozitiv și de 11 ori – în context negativ.

Canal 2 Funcționari de stat	Frecvență apariții	Context		
		pozitiv	negativ	neutru
*Dorin Chirtoaca	26	1	11	14
*Iurie Leanca	18	3	1	14
*Nicolae Timofti	14	0	0	14
*Andrian Candu	10	4	0	6
*Vasile Bumacov	10	1	0	9
*Igor Corman	6	1	0	5
*Monica Babuc	5	2	0	3
*Valentina Buliga	4	2	0	2
*Pavel Filip	3	1	0	2
*Dorin Recean	2	0	0	2

Canal 2 a mediatizat în știri electorale 82 de politicieni, iar cel mai des – pe M.Lupu, de 45 de ori. În context pozitiv, cel mai des au fost plasați politicienii din PDM. Cel mai des în context negativ au apărut R.Usatîi și I.Dodon – de câte 7 ori, și Gr.Petrenco – de 6 ori.

Canal 2 Politicieni	Frecvență apariții	Context		
		pozitiv	negativ	neutru
Marian Lupu	45	9	0	36

Renato Usatîi	19	1	7	11
Igor Corman	17	3	0	14
Vladimir Voronin	16	0	2	14
Valentina Buliga	11	4	0	7
Vasile Botnari	11	3	0	8
Oleg Cernei	10	0	1	9
Vlad Plahotniuc	10	6	0	4
Grigore Petrenco	9	0	6	3
Igor Dodon	9	0	7	2

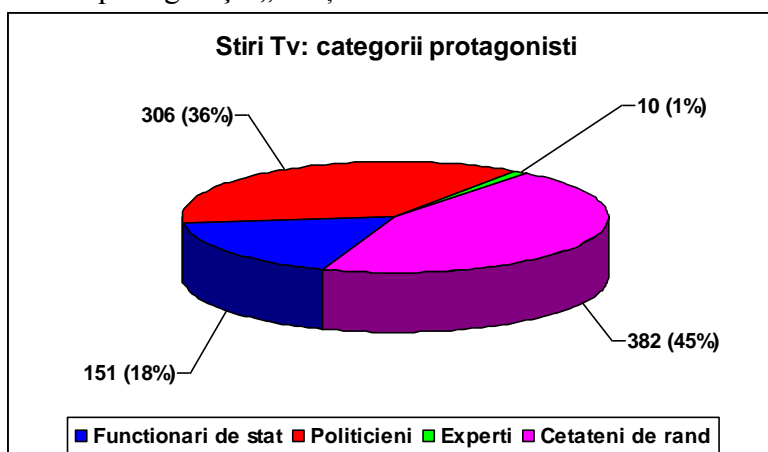
Canal 2 a mediatizat în știri toți (26) concurenții electorali, iar cel mai des, detașat – PDM, de 226 de ori, inclusiv de 98 de ori în context pozitiv. PCRM (poziția a doua) a avut o vizibilitate de aproape 3 ori mai redusă. Cel mai des în context negativ au apărut PPP – de 19 ori, PCRM și PSRM – de câte 12 ori, și PLR – de 7 ori.

Canal 2 Concurenți electorali	Frecvență apariții	Context		
		pozitiv	negativ	neutru
*PDM	226	98	1	127
*PCRM	81	7	12	62
*PPP	44	2	19	23
*PL	38	2	1	35
*PLDM	25	1	1	23
*PSRM	22	0	12	10
*PLR	20	0	7	13
*PPRM	12	1	0	11
*BE-UV	9	0	0	9
*CI-OC	9	0	1	8

În știrile electorale de la Canal 2 cele mai multe intervenții directe le-a avut PDM – 121, cu durata cumulată de 2361 de secunde. Din această perspectivă, PCRM, ocupantul poziției a doua, a avut o vizibilitate de peste 6 ori mai redusă.

Canal 2 Concurenți electorali	Intervenții directe	Durata (sec.)
*PDM	121	2361
*PCRM	19	376
*PL	10	163
*PPP	7	150
*CI-OC	4	95
*PLDM	5	64
*PLR	3	44
*PPRM	2	42
*BE-UV	2	39
*PpNT	1	20

Canal 2 a apelat cel mai des în știrile electorale la categoriile de protagoniști „cetățeni de rând” și „politicieni”, iar cel mai rar - la categoria „experti”. Paritatea gender, în linii mari, a fost asigurată doar în cazul categoriei de protagoniști „cetățeni de rând”.



Canal 3

Canal 3 a mediatizat în știrile electorale 21 de funcționari de stat, iar cel mai des – pe D.Chirtoacă, de 30 de ori, inclusiv de 10 ori– în context negativ. Cel mai des în context pozitiv au fost plasați A.Candu, de 5 ori, și V.Buliga, de 2 ori – ambii reprezentând PDM.

Canal 3 Funcționari de stat	Frecvență apariții	Context		
		pozitiv	negativ	neutru
*Dorin Chirtoaca	30	1	10	19
*Nicolae Timofti	17	0	0	17
*Iurie Leanca	14	1	1	12
*Andrian Candu	12	5	0	7
*Igor Corman	8	1	0	7
*Vasile Bumacov	7	1	0	6
*Monica Babuc	3	1	0	2
*Valentina Buliga	3	2	0	1
*Vlad Cotet	3	0	0	3
*Nistor Grozavu	2	0	0	2
*Pavel Filip	2	1	0	1

În știrile electorale de la Canal 3 au fost mediatizați 79 de politicieni, iar cel mai des – liderul PDM M.Lupu. Cel mai des în context pozitiv au fost plasați V.Plahotniuc, M.Lupu, I.Corman și V.Buliga – toți reprezentând PDM. Cel mai des în context negativ au apărut D.Chirtoacă, de 5 ori și R.Usatîi, de 3 ori.

Canal 3 Politicieni	Frecvență apariții	Context		
		pozitiv	negativ	neutru
Marian Lupu	42	8	1	33
Igor Corman	21	6	0	15
Vladimir Voronin	17	1	1	15
Vlad Plahotniuc	15	12	1	2
Renato Usatîi	13	0	3	10

Valentina Buliga	13	4	0	9
Dorin Chirtoaca	12	0	5	7
Pavel Filip	12	2	0	10
Vasile Botnari	12	2	0	10
Sergiu Sarbu	11	1	0	10

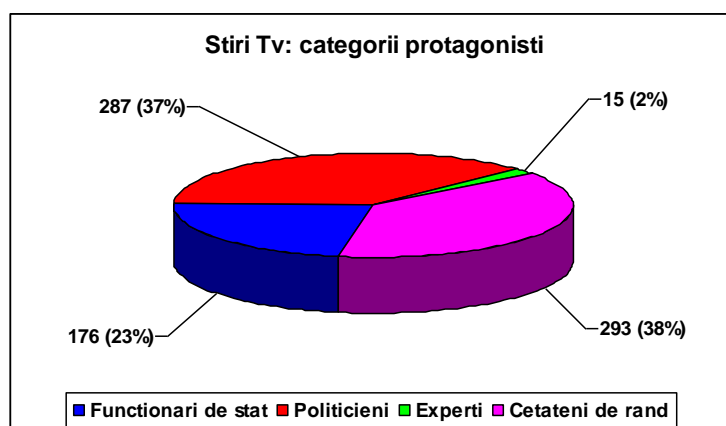
Canal 3 a mediatizat în știri 24 de concurenți electorali, iar cel mai des, detașat – PDM, de 255 de ori, inclusiv de 100 de ori – în context pozitiv. În context negativ au apărut 6 concurenți electorali: PCRM și PPP – de câte 15 ori, PSRM – de 10 ori, PL și PLR – de câte 6 ori, și PDM – de 5 ori.

Canal 3 Concurenți electorali	Frecvență apariții	Context		
		pozitiv	negativ	neutru
*PDM	255	100	5	150
*PCRM	82	2	15	65
*PL	46	0	6	40
*PPP	40	0	15	25
*PLDM	30	1	0	29
*PSRM	22	0	10	12
*PLR	18	0	6	12
*PPRM	13	2	0	11
*MR	10	0	0	10
*BE-UV	9	0	0	9

În știrile electorale de la Canal 3 cele mai multe intervenții directe le-a avut PDM – 133, cu durata cumulată de 2557 de secunde. Din această perspectivă, PCRM, ocupantul poziției a doua, a avut o vizibilitate de peste 5-6 ori mai redusă.

Canal 3 Concurenți electorali	Intervenții directe	Durata (sec.)
*PDM	133	2557
*PCRM	25	416
*PL	13	203
*PPP	7	134
*PLDM	7	97
*PPRM	4	72
*PLR	2	47
*MR	3	47
*BE-UV	1	26
*CI-OC	1	22

Canal 3 a apelat cel mai des în știrile electorale la categoriile de protagoniști „cetățeni de rând” și „politicieni”, iar cel mai rar - la categoria „experți”. Paritatea gender a fost asigurată doar în cazul categoriei de protagoniști „cetățeni de rând”.



Pro Tv

Pro Tv a mediatizat în știri electorale 33 de funcționari de stat, iar cel mai des – pe Iu.Leancă, inclusiv de 11 ori – în context pozitiv și de 2 ori – în context negativ. Cel mai des în context negativ a apărut D.Chirtoacă – în 7 rânduri.

Pro Tv Funcționari de stat	Frecvență apariții	Context		
		pozitiv	negativ	neutru
*Iurie Leanca	52	11	2	39
*Dorin Chirtoaca	33	2	7	24
*Nicolae Timofti	27	2	0	25
*Vasile Bumacov	15	2	1	12
*Dorin Recean	10	0	1	9
*Andrian Candu	5	0	0	5
*Igor Corman	5	1	0	4
*Maia Sandu	5	2	0	3
*Oleg Efrim	5	1	1	3
*Nistor Grozavu	4	0	0	4

În știrile electorale de la Pro Tv au fost prezenți 133 de politicieni cu o frecvență relativ echilibrată. V.Filat și Gr.Petrenco au apărut de câte 4 ori în context negativ.

Pro Tv Politicieni	Frecvență apariții	Context		
		pozitiv	negativ	neutru
Vlad Filat	46	0	4	42
Renato Usatîi	42	1	3	38
Vladimir Voronin	33	2	0	31
Dorin Chirtoaca	27	1	3	23
Igor Dodon	25	0	0	25
Vlad Plahotniuc	24	1	3	20
Mihai Ghimpu	22	0	0	22
Iurie Leanca	18	1	2	15
Marian Lupu	17	0	1	16
Oleg Cernei	14	0	0	14
Grigore Petrenco	12	0	4	8

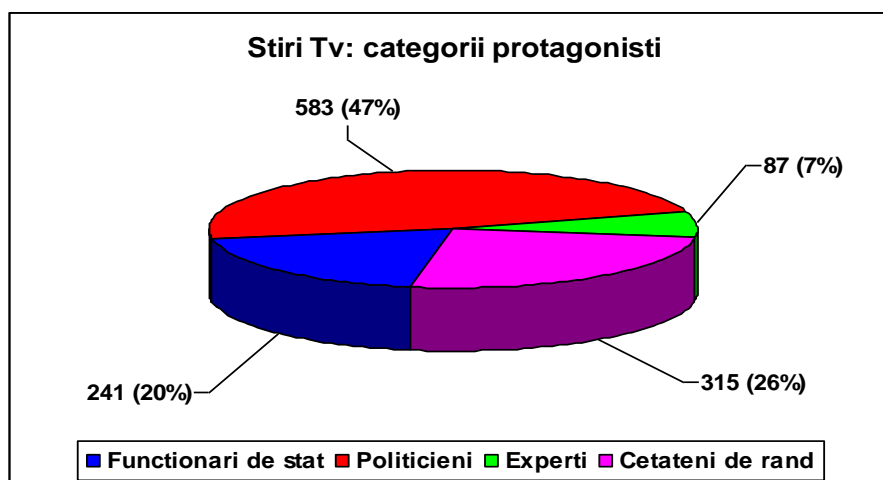
Pro Tv a mediatizat în știri toți (26) concurenții electorali cu o frecvență relativ echilibrată. 8 concurenți electorali au apărut și în context negativ, iar cel mai des – PDM, de 17 ori, PLDM, de 9 ori și PPP, de 8 ori.

Pro Tv	Frecvență apariții	Context		
Concurenți electorali		pozitiv	negativ	neutru
*PDM	164	3	17	144
*PLDM	153	2	9	142
*PCRM	115	3	5	107
*PL	103	2	6	95
*PPP	71	1	8	62
*PSRM	49	0	0	49
*PLR	44	0	1	43
*MPA	19	0	1	18
*BE-UV	14	1	1	12
*PPRM	14	0	0	14

În știrile electorale de la ProTv 3 cele mai multe intervenții directe le-au avut PCRM și PL cu durate cumulate comparabile.

Pro Tv	Intervenții directe	Durata (sec.)
Concurenți electorali		
*PCRM	35	642
*PL	35	575
*PPP	24	532
*PDM	27	498
*PLDM	23	371
*PSRM	13	295
*CI-OC	7	173
*PPRM	6	143
*PLR	9	138
*PAD	5	120

Pro Tv a dat prioritate clară în știrile electorale categoriei de protagoniști „politicieni”, iar cel mai rar a apelat la categoria „experți”. Paritatea gender nu a fost asigurată la nicio categorie de protagoniști.



Tv 7

Tv 7 a mediatizat în știrile electorale 31 de funcționari de stat, iar cel mai des, detașat - pe Iu.Leancă, de 48 de ori, inclusiv 10 ori – în context pozitiv. Cel mai des în context negativ a apărut D.Chirtoacă – de 7 ori.

Tv 7 Funcționari de stat	Frecvență apariții	Context		
		pozitiv	negativ	neutru
*Iurie Leanca	48	10	0	38
*Dorin Chirtoaca	19	1	7	11
*Nicolae Timofti	19	0	0	19
*Andrei Usatîi	9	0	0	9
*Dorin Recean	9	1	0	8
*Igor Corman	9	1	0	8
*Vasile Bumacov	9	1	0	8
*Andrian Candu	7	1	0	6
*Nistor Grozavu	5	0	2	3
*Oleg Efrim	5	0	0	5

În știrile electorale de la Tv 7 au fost prezenți 117 politicieni, iar cel mai des, detașat - liderul PLDM V.Filat, de 46 de ori, inclusiv în 23 de rânduri - în context pozitiv.

Tv 7 Politicieni	Frecvență apariții	Context		
		pozitiv	negativ	Neutru
Vlad Filat	46	23	0	23
Igor Dodon	16	0	3	13
Dorin Chirtoaca	11	1	1	9
Vladimir Voronin	11	2	3	6
Iurie Leanca	10	3	1	6
Marian Lupu	10	3	1	6
Renato Usatîi	10	0	0	10
Chiril Lucinschi	9	1	0	8
Mihai Ghimpu	9	0	0	9

Oleg Cernei	8	0	0	8
-------------	---	---	---	---

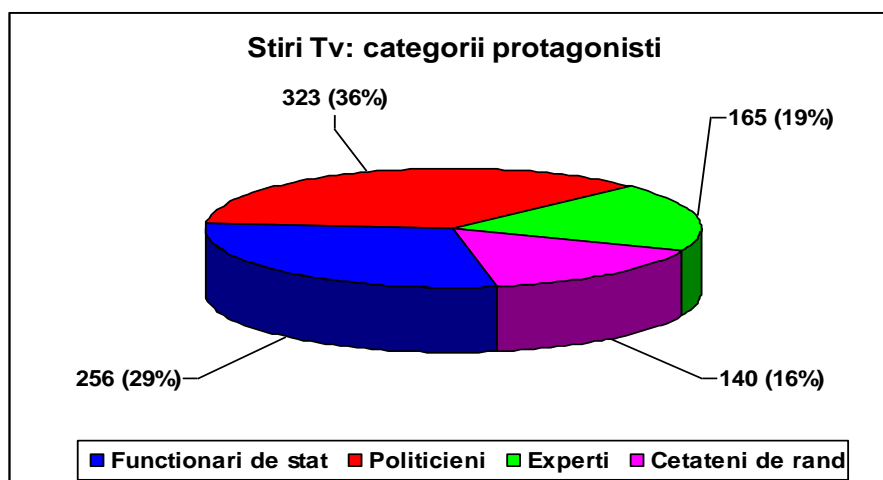
Tv 7 a mediatizat în știri toți (26) concurenții electorali, iar cel mai des, detașat – PLDM, de 129 de ori, inclusiv de 40 de ori - în context pozitiv. În context pozitiv au mai fost plasați 7 concurenți electorali, iar mai des – PDM, de 13 ori. În context negativ au apărut 8 concurenți, iar cel mai des – PCR, de 9 ori.

Tv 7 Concurenți electorali	Frecvență apariții	Context		
		pozitiv	negativ	neutru
*PLDM	129	40	2	87
*PCR	87	5	9	73
*PDM	67	13	4	50
*PL	57	2	2	53
*PLR	48	4	3	41
*PSRM	48	1	4	43
*PPP	25	1	2	22
*PPRM	13	1	0	12
*PR	10	0	0	10
*PCR	9	0	3	6

În știrile electorale de la Tv 7 cele mai multe intervenții directe le-a avut PLDM – 69, cu o durată cumulată de 1452 de secunde. În acest sens PCR (poziția a doua) a avut o vizibilitate de peste 2 ori mai redusă.

Tv 7 Concurenți electorali	Intervenții directe	Durata (sec.)
*PLDM	69	1452
*PCR	29	705
*PL	20	404
*PDM	18	391
*PSRM	16	368
*PLR	20	336
*PPP	7	197
*CI-OC	6	185
*PPRM	5	141
*PVE	3	61

Tv 7 a apelat mai des în știrile electorale la categoriile de protagoniști „politicieni” și „funcționari de stat”, iar mai rar – la categoriile „cetățeni de rând” și „experți”. Paritatea gender a fost asigurată, în linii mari, doar în cazul categoriei de protagoniști „cetățeni de rând”.



Jurnal Tv

Jurnal Tv a mediatizat în știri electorale 20 de funcționari de stat, în fond, cu frecvență comparabilă. 5 funcționari au fost plasați în context negativ, iar cel mai des – D.Chirtoacă – de 9 ori.

Jurnal Tv Funcționari de stat	Frecvență apariții	Context		
		pozitiv	negativ	neutru
*Iurie Leanca	20	1	2	17
*Nicolae Timofti	18	0	4	14
*Dorin Chirtoaca	17	2	9	6
*Dorin Recean	6	0	0	6
*Vasile Bumacov	6	1	0	5
*Ion Gangan	4	0	2	2
*Andrian Candu	2	0	1	1
*Gheorghe Lungu	2	0	2	0
*Igor Grosu	2	0	0	2
*Nistor Grozavu	2	0	0	2

Jurnal Tv a mediatizat în știrile electorale 93 de politicieni, iar cel mai des, detașat – pe V.Plahotniuc, de 65 de ori, inclusiv în context negativ – de 51 de ori. În context pozitiv, mai des, au apărut și M.Lupu – de 9 ori, V.Filat, A.Candu și R.Usatfi – de câte 6 ori, C.Botnari și V.Buliga – de câte 5 ori.

Jurnal Tv Politicieni	Frecvență apariții	Context		
		pozitiv	negativ	neutru
Vlad Plahotniuc	65	0	51	14
Marian Lupu	33	0	9	24
Dumitru Diacov	22	0	2	20
Vlad Filat	19	0	6	13
Igor Corman	13	0	3	10
Dorin Chirtoaca	11	0	2	9
Vladimir Voronin	11	0	3	8
Andrian Candu	10	0	6	4
Constantin Botnari	9	0	5	4

Igor Dodon	9	0	2	7
Iurie Leanca	9	0	2	7
Renato Usatîi	9	0	6	3
Valentina Buliga	7	0	5	2

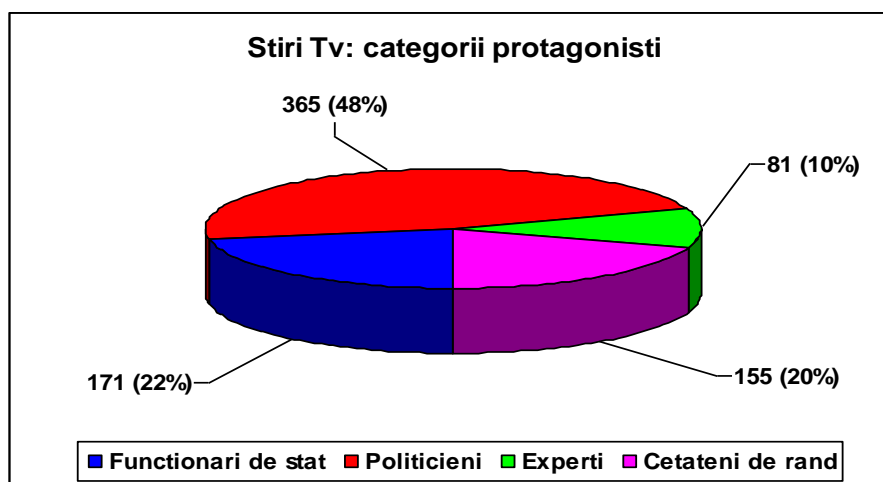
În știrile Jurnal Tv au fost prezenți 21 de concurenți electorali, iar cel mai des, detașat – PDM, de 240 de ori, inclusiv de 130 de ori – în context negativ. În context negativ au mai apărut PLDM – de 21 de ori și PCRM – de 16 ori.

Jurnal Tv	Frecvență apariții	Context		
Concurenți electorali		pozitiv	negativ	neutru
*PDM	240	0	130	110
*PLDM	88	2	21	65
*PCRM	81	0	16	65
*PLR	51	1	1	49
*PL	49	0	8	41
*PSRM	20	0	4	16
*PPP	16	0	7	9
*MPA	13	1	0	12
*CI-OC	8	0	0	8
*PNL	4	0	0	4

În știrile electorale de la Jurnal Tv cele mai multe intervenții directe le-au avut PLR și PCRM, cu durate cumulate comparabile.

Jurnal Tv	Intervenții directe	Durata (sec.)
Concurenți electorali		
*PLR	21	477
*PCRM	21	446
*PLDM	12	301
*PL	16	245
*CI-OC	6	239
*PDM	13	162
*PSRM	6	98
*PPP	4	82
*MPA	5	82
*PNL	1	16

Jurnal Tv a apelat mai des în știrile electorale la categoria de protagoniști „politicieni”, iar cel mai rar – la categoria „cetățeni de rând”. Paritatea gender a fost asigurată, în linii mari, doar în cazul categoriei de protagoniști „cetățeni de rând”.



N4

În știrile N4 cu caracter electoral au fost prezenți 22 de funcționari de stat, iar cel mai des – Iu.Leancă – de 63 de ori, inclusiv de 22 de ori – în context pozitiv și de 4 ori – în context negativ. În context pozitiv a mai apărut D.Recean, în patru rânduri, iar în context negativ – D.Chirtoacă, de 4 ori.

N4 Funcționari de stat	Frecvență apariții	Context		
		pozitiv	negativ	neutru
*Iurie Leanca	63	22	4	37
*Nicolae Timofti	16	1	0	15
*Dorin Chirtoaca	10	0	4	6
*Vasile Bumacov	8	0	0	8
*Dorin Recean	7	4	0	3
*Igor Corman	7	2	0	5
*Andrei Usatîi	5	1	0	4
*Andrian Candu	5	1	0	4

În știrile electorale de la N 4 au fost prezenți 75 de politicieni, iar cel mai des – V.Filat, detașat - de 61 de ori, inclusiv de 30 de ori în context pozitiv și 1 dată – în context negativ. În context negativ, cel mai des au fost plasați R.Usatîi, de 12 ori, și I.Dodon – de 11 ori.

N4 Politicieni	Frecvență apariții	Context		
		pozitiv	negativ	neutru
Vlad Filat	61	30	1	30
Igor Dodon	31	1	11	19
Renato Usatîi	23	1	12	10
Vladimir Voronin	22	1	5	16
Marian Lupu	15	1	2	12
Mihai Ghimpu	13	0	0	13
Ion Hadarca	12	0	0	12
Dorin Chirtoaca	11	0	2	9
Iurie Leanca	8	7	0	1

Grigore Petrenco	7	0	3	4
Vlad Plahotniuc	7	0	3	4
Zinaida Greceanai	7	0	3	4

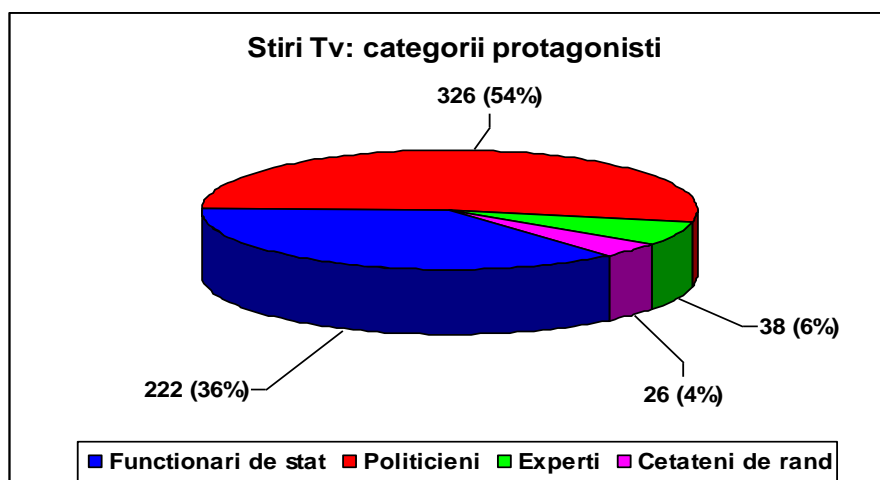
N4 a mediatizat în știri 18 concurenți electorali, iar cel mai des, detașat – PLDM, de 122 de ori, inclusiv de 53 de ori – în context pozitiv și de 2 ori – în context negativ. Cel mai des în context negativ au fost plasați PPP – de 18 ori, PSRM – de 17 ori și PDM – de 14 ori.

N4 Concurenți electorali	Frecvență apariții	Context		
		pozitiv	negativ	neutru
*PLDM	122	53	2	67
*PDM	82	8	14	60
*PSRM	78	1	17	60
*PCRM	73	4	9	60
*PL	51	0	4	47
*PLR	48	4	2	42
*PPP	46	2	18	26
*PPRM	21	1	0	20
*MPA	7	0	1	6
*PR	7	0	1	6

În știrile electorale de la N 4 cele mai multe intervenții directe le-a avut PLDM – 42 cu o durată cumulată de 1877 de secunde sau de 2-3 ori mai mult decât ocupantul poziției a doua - PCRM.

N4 Concurenți electorali	Intervenții directe	Durata (sec.)
*PLDM	42	1877
*PCRM	14	726
*PDM	15	625
*PSRM	12	482
*PLR	8	447
*PPRM	8	425
*PPP	10	404
*PL	8	386
*MPA	3	214
*PR	2	175

N 4 a dat preferință clară în știrile electorale categoriei de protagoniști „politicieni”, iar cel mai rar – a apelat la categoriile „cetățeni de rând” și „experți”. Paritatea gender a fost asigurată, în linii mari, doar în cazul categoriei de protagoniști „cetățeni de rând”.



Accent Tv

Accent Tv a mediatizat în știri electorale 16 funcționari de stat cu o frecvență comparabilă. 6 funcționari au apărut în context negativ, iar cel mai des – N.Timofti și D.Recean – de câte 5 ori.

Accent Tv Funcționari de stat	Frecvență apariții	Context		
		pozitiv	negativ	neutru
*Iurie Leanca	16	0	3	13
*Dorin Chirtoaca	13	0	4	9
*Nicolae Timofti	11	0	5	6
*Vasile Bumacov	10	0	3	7
*Dorin Recean	9	0	5	4
*Andrian Candu	7	0	2	5
*Andrei Usatîi	3	0	0	3
*Octavian Bodisteanu	3	0	0	3
*Oleg Efrim	3	0	0	3
*Valeriu Chiveri	2	0	0	2

În știrile electorale de la Accent Tv au fost prezenți 146 de politicieni cu o frecvență comparabilă a aparițiilor. 3 politicieni au fost plasați în context pozitiv, iar cel mai des – I.Dodon – de 6 ori, și R.Usatîi – de 5 ori. Cu excepția a 2 politicieni – R.Usatîi și Gr.Petrenco, ceilalți au apărut și în context negativ, iar cel mai des – V.Plahotniuc, de 43 de ori și V.Filat, de 41 de ori. De 7 ori în context negativ a fost plasat și V.Voronin.

Accent Tv Politicieni	Frecvență apariții	Context		
		pozitiv	negativ	neutru
Renato Usatîi	55	5	0	50
Vlad Plahotniuc	55	0	43	12
Vlad Filat	54	0	41	13
Grigore Petrenco	30	1	0	29
Igor Dodon	23	6	1	16
Vladimir Voronin	21	0	7	14
Marian Lupu	15	0	4	11

Mihai Ghimpu	14	0	3	11
Iurie Leanca	12	0	3	9
Ana Gutu	10	0	2	8

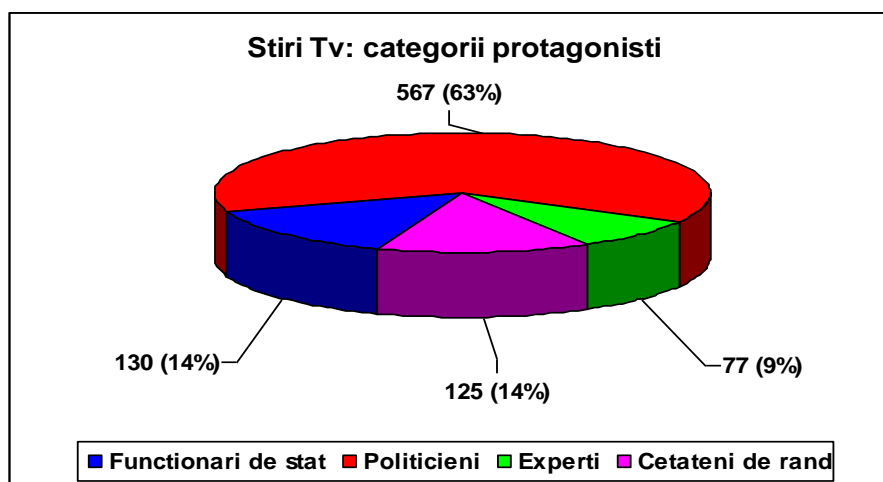
Accent Tv a mediatizat în știri 22 de concurenți electorali cu frecvență, în fond, comparabilă. 2 concurenți – PPP și PSRM, au fost plasați și în context pozitiv. Cu excepția BE-UV și PPCD, ceilalți concurenți electorali au apărut în context negativ, iar cel mai des – PDM, de 88 de ori, PLDM, de 65 de ori și PCRM, de 17 ori.

Accent Tv Concurenți electorali	Frecvență apariții	Context		
		pozitiv	negativ	neutru
*PDM	172	0	88	84
*PLDM	141	0	65	76
*PPP	119	7	1	111
*PCRM	86	0	17	69
*PSRM	56	9	4	43
*PLR	54	0	6	48
*PL	53	0	8	45
*BE-UV	17	0	0	17
*MPA	16	0	3	13
*PPCD	10	0	0	10

În știrile electorale de la Accent Tv cele mai multe intervenții directe le-a avut PPP – 49 cu o durată cumulată de 4266 de secunde sau de 1,6-2,7 ori mai mult decât ocupantul poziției a doua - PSRM.

Accent Tv Concurenți electorali	Intervenții directe	Durata (sec.)
*PPP	49	4266
*PSRM	30	1575
*PCRM	22	1320
*PLR	12	639
*PPCD	7	472
*PLDM	8	429
*PDM	8	417
*MPA	5	270
*BE-UV	5	234
*PL	7	233

Accent Tv a dat preferință clară în știrile electorale categoriei de protagoniști „politicieni”, iar cel mai rar – a apelat la categoria „cetățeni de rând”. Paritatea gender a fost asigurată, în linii mari, doar în cazul categoriei de protagoniști „cetățeni de rând”.



Canal Regional

Canal Regional a mediatizat în știri electorale 29 de funcționari de stat, iar cel mai des – pe Iu.Leancă, de 16 ori, inclusiv în context pozitiv – de 4 ori.

Canal Regional	Funcționari de stat	Frecvență apariții	Context		
			pozitiv	negativ	neutru
	*Iurie Leanca	16	4	0	12
	*Nicolai Nicolaev	7	3	2	2
	*Nicolae Timofti	4	0	0	4
	*Valentina Casian	4	2	0	2
	*Alexandru Relitchi	3	1	0	2
	*Andrei Usatîi	3	2	0	1
	*Dorin Recean	3	0	0	3
	*Igor Corman	3	0	0	3
	*Maia Sandu	3	0	0	3
	*Alexandru Ambros	2	1	0	1

În știrile electorale de la Canal Regional au fost prezenți 64 de politicieni cu o frecvență comparabilă. I.Dodon, în 4 rânduri, a apărut în context negativ.

Canal Regional	Politicieni	Frecvență apariții	Context		
			pozitiv	negativ	neutru
	Igor Dodon	8	0	4	4
	Eugen Carpov	5	0	0	5
	Vlad Filat	5	1	2	2
	Zinaida Greceanai	5	0	1	4
	Vasile Bolea	4	0	0	4
	Marian Lupu	3	0	2	1
	Mihail Gnatiuc	3	1	0	2
	Piotr Puscari	3	0	1	2
	Renato Usatîi	3	0	0	3
	Alexandru Botnari	2	0	0	2

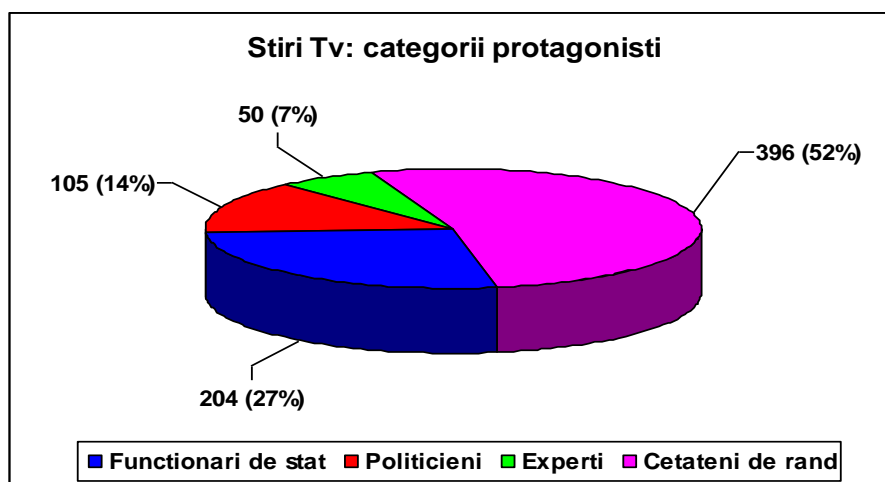
Canal Regional a mediatizat în știri 20 de concurenți electorali cu o frecvență comparabilă. PLDM și PDM au apărut și în context pozitiv – de 5 și, respectiv, de 4 ori, și în context negativ – de 3 și, respectiv, de 5 ori. Cel mai des în context negativ a fost plasat PSRM – de 8 ori.

Canal Regional Concurenți electorali	Frecvență apariții	Context		
		pozitiv	negativ	neutru
*PLDM	33	5	3	25
*PSRM	29	0	8	21
*PDM	27	4	5	18
*PCRM	21	1	1	19
*PL	10	0	1	9
*PLR	9	0	0	9
*PPP	7	0	1	6
*PPRM	7	0	0	7
*PR	7	0	0	7
*PDA	6	0	0	6

În știrile electorale de la Canal Regional cele mai multe intervenții directe le-au avut PLDM și PSRM, cu durate cumulate comparabile.

Canal Regional Concurenți electorali	Intervenții directe	Durata (sec.)
*PSRM	13	319
*PDA	6	251
*PR	5	220
*MPA	3	153
*PDM	6	151
*PPRM	3	136
*UCM	3	132
*PCRM	4	109
*PVE	2	98

Canal Regional a apelat în știrile electorale la categoria de protagoniști „cetățeni de rând” mai des decât la celelalte trei luate împreună. Paritatea gender a fost asigurată deplin în cazul categoriei de protagoniști „experți” și, în linii mari, în cazul categoriei „cetățeni de rând”.



GRT

În știrile electorale de la GRT au fost mediatizați 21 de funcționari de stat, iar mai des – V.Ianioglo și M.Formuzal, inclusiv de câte 3 ori – în context pozitiv.

GRT Funcționari de stat	Frecvență apariții	Context		
		pozitiv	negativ	neutru
*Valeri Ianioglo	12	3	0	9
*Mihail Formuzal	10	3	0	7
*Alexandr Tarnavschi	5	0	0	5
*Dumitru Constantinov	5	1	0	4
*Iurie Leanca	4	1	0	3
*Andrian Candu	3	0	0	3
*Nicolae Dudoglo	3	2	0	1
*Eugen Carpov	2	0	0	2
*Igor Corman	2	0	0	2
*Nicolai Stoianov	2	0	0	2

În știrile electorale de la GRT se regăsesc 23 de politicieni cu frecvență comparabilă a aparițiilor

GRT Politicieni	Frecvență apariții	Context		
		pozitiv	negativ	neutru
Mihail Formuzal	5	0	0	5
Nicolae Dudoglo	5	1	0	4
Irina Vlah	3	1	0	2
Vladimir Voronin	3	0	0	3
Igor Dodon	2	0	0	2
Anastasia Tucan	1	0	0	1
Andrian Candu	1	1	0	0
Fiodor Gagauz	1	0	0	1
Ghenadie Vaculovschi	1	0	0	1
Igor Corman	1	0	0	1

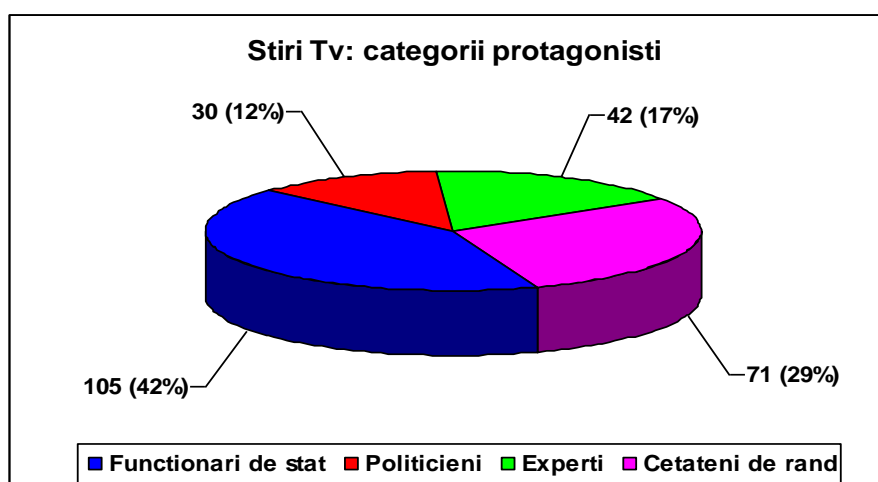
GRT a mediatizat 16 concurenți electorali cu frecvență comparabilă a aparițiilor. PDM, cu 21 de apariții, inclusiv cu 3 – în context pozitiv, ocupă prima poziție.

GRT Concurenți electorali	Frecvență apariții	Context		
		pozitiv	negativ	neutru
*PDM	21	3	0	18
*PCRM	15	1	0	14
*BE-UV	10	0	0	10
*PLDM	10	0	0	10
*PSRM	10	0	0	10
*PPP	6	0	0	6
*PL	5	0	0	5
*PPCD	5	0	0	5
*PCR	4	0	0	4
*PLR	4	0	0	4

În știrile electorale de la GRT cele mai multe intervenții directe le-au avut PLDM, BE-UV și PCRM cu durate cumulate comparabile.

GRT Concurenți electorali	Intervenții directe	Durata (sec.)
*BE-UV	3	104
*PCRM	4	101
*PLDM	2	72
*PSRM	2	51
*PCR	1	35
*PPCD	1	22
*PPP	0	0
*PL	0	0
*PLR	0	0

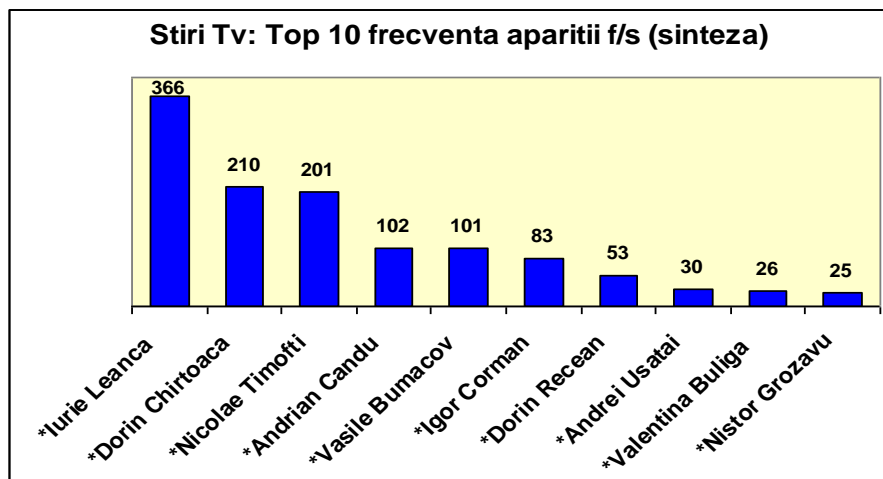
GRT a apelat în știrile electorale cel mai des la categoria de protagoniști „funcționari”, iar cel mai rar – la categoria „politicieni”. Paritatea gender nu a fost asigurată în interiorul categoriilor de protagoniști.



2.3 Știrile cu caracter electoral. Generalizări

În perioada 1 octombrie – 30 noiembrie 2014, cumulativ, în știrile electorale de la televiziunile monitorizate, au fost prezenți 86 de funcționari de stat. Cei mai mulți au fost atestați în știrile de la Moldova 1 – 39, ProTv – 33 și Tv 7 – 31, iar cei mai puțini – la Accent Tv – 16, Prime Tv și Jurnal Tv – câte 20.

Cea mai mare vizibilitate în știrile electorale în perioada de referință au avut-o premierul Iu. Leancă, primarul D.Chirtoacă și președintele N.Timofți. Iu.Leancă a fost prezent în știrile electorale de la toate televiziunile monitorizate, dar cel mai des – la Moldova 1, Tv 7, N 4 și Pro Tv.

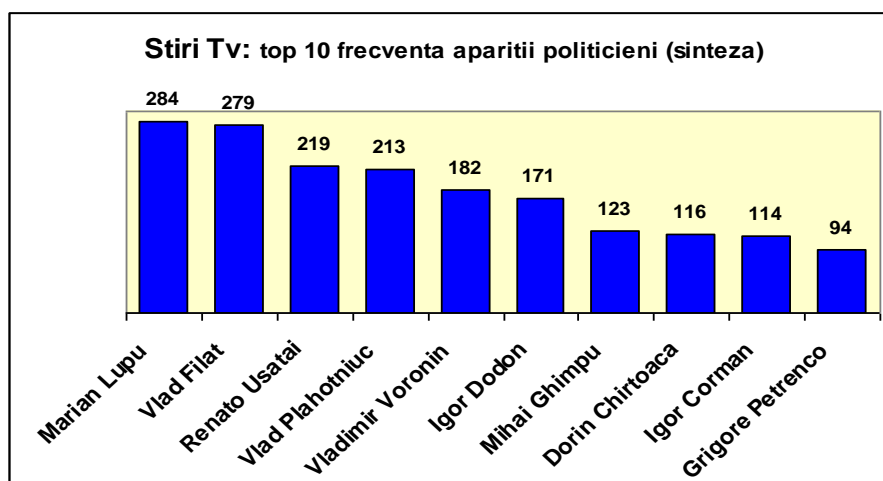


Televiziunile monitorizate au mediatizat în știri electorale, cumulativ, 310 politicieni. Cei mai mulți au fost prezenți în știrile de la Accent Tv - 146, și de la Pro Tv – 133, iar cei mai puțini – la GRT – 23.

În topul politicianilor cu cele mai multe apariții în știri se regăsesc 3 lideri PDM, liderul PLDM, 2 lideri PPP, liderul PCRM, liderul PSRM, 2 lideri PL.

Prezența în top 10 a liderului PDM „a fost asigurată”, în primul rând, de Prime Tv, Publica Tv, Canal 2 și Canal 3.

Prezența în top 10 a liderului PLDM „a fost asigurată”, în primul rând, de Tv 7 și de N4.

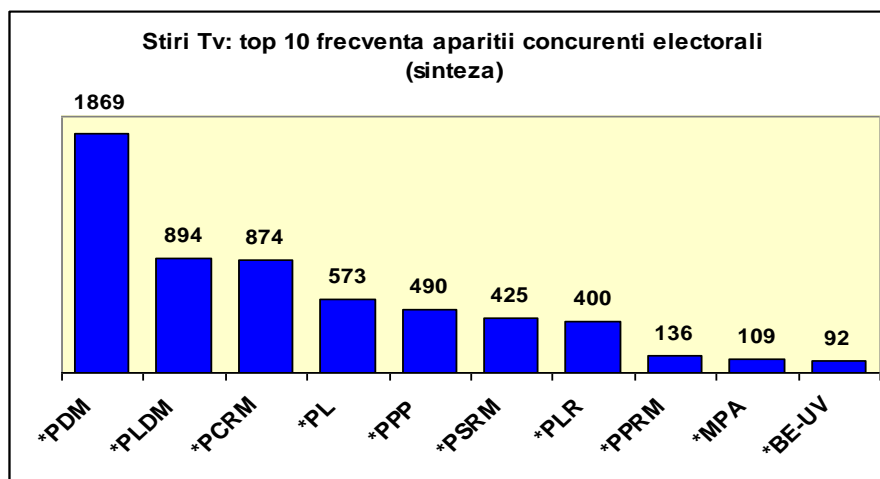


În perioada de referință jumătate din numărul televiziunilor monitorizate nu au relatat în știri despre toți concurenții electorali înregistrați de CEC.

În știrile de la GRT au fost prezenți 16 concurenți electorali; la N 4 – 18; la Canal Regional – 20; la Jurnal Tv – 21; la Accent Tv – 22 și la Canal 3 – 24. Acest fapt denotă o informare incompletă a alegătorilor despre concurenții electorali.

Topul frecvenței în știri a concurenților electorali este condus detașat de PDM. PDM a fost mediat masiv de Prime Tv, Publica Tv, Canal 2, Canal 3 și Jurnal Tv.

PLDM a fost mediat cel mai des de către Tv 7 și N4.



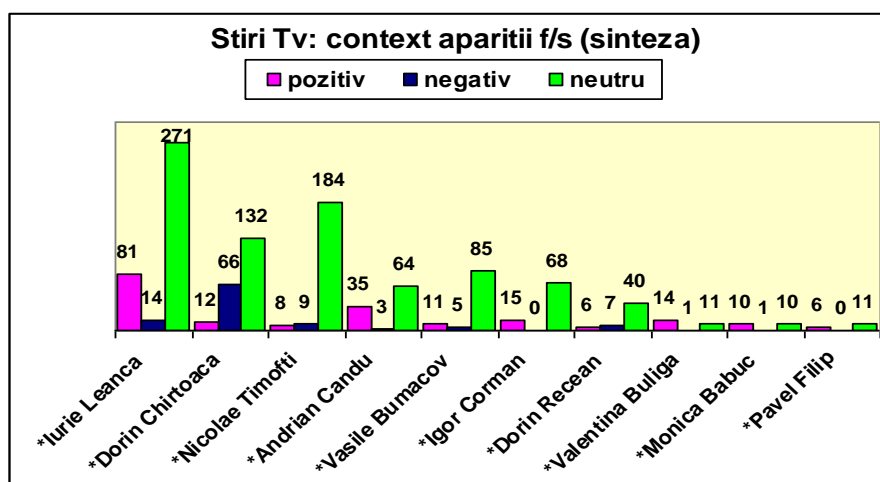
Cu referire la intervențiile directe și durata acestora în știri ale concurenților electorali, abordările televiziunilor monitorizate au fost diferite. O comparație a frecvenței și duratei aparițiilor directe ale primilor doi concurenți electorali din topul fiecărei televiziuni ne oferă tabloul reflectat în tabelul alăturat. Astfel, 5 televiziuni – Moldova 1, Pro Tv, Jurnal Tv, Canal Regional și GRT au adoptat politici editoriale rezonabile. Celelalte 7 televiziuni monitorizate, au adoptat, din acest punct de vedere, politici editoriale selective. Bunăoară, Prime Tv, Publica Tv, Canal 2 și Canal 3 au favorizat masiv un singur concurent electoral – PDM. Tv 7 și N 4, nu chiar cu zelul celor 4 televiziuni, dar a favorizat, totuși, PLDM, iar Accent Tv – PPP.

Televiziuni	loc	concurenți electorali	aparitii directe	durata (sec.)
Moldova 1	1	*PL	31	470
	2	*PDM	30	460
Prime Tv	1	*PDM	151	2700
	2	*PCRM	32	627
Publika Tv	1	*PDM	137	2795
	2	*PCRM	27	564
Canal 2	1	*PDM	121	2361
	2	*PCRM	19	376
Canal 3	1	*PDM	133	2557
	2	*PCRM	25	416
Pro Tv	1	*PCRM	35	642
	2	*PL	35	575
Tv 7	1	*PLDM	69	1452
	2	*PCRM	29	705
Jurnal Tv	1	*PLR	21	477
	2	*PCRM	21	446

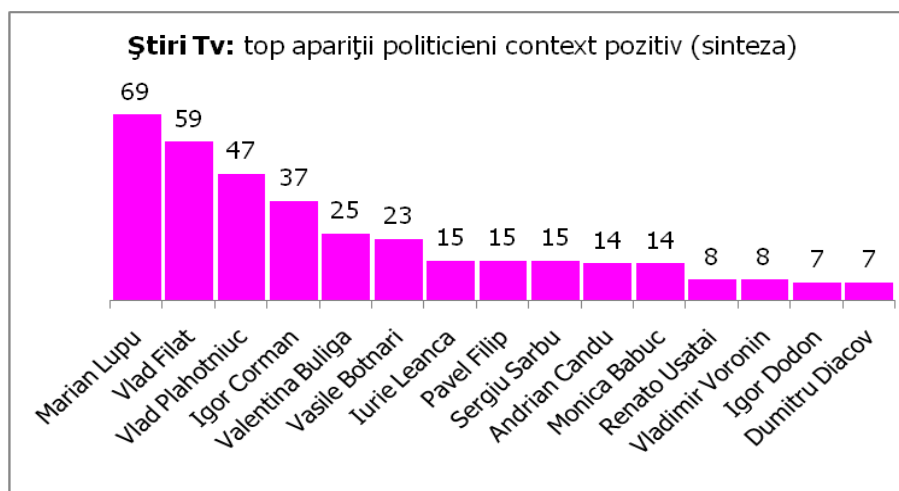
N 4	1	*PLDM	42	1877
	2	*PCRM	14	726
Accent Tv	1	*PPP	49	4266
	2	*PSRM	30	1575
C.Regional	1	*PLDM	13	528
	2	*PSRM	13	319
GRT	1	*PDM	6	178
	2	*BE-UV	3	104

De cele mai dese ori protagoniștii-funcționari de stat au apărut în știri electorale în context neutru (a se vedea diagrama alăturată). Parte dintre funcționari au fost plasați și în context pozitiv, iar cel mai des – Iu.Leancă, context „asigurat”, în primul rând, de Tv 7 și N4. În context pozitiv au mai apărut 5 funcționari de stat, reprezentanți PDM, context „asigurat”, cu precădere de Prime Tv, Publica Tv, Canal 2 și Canal 3.

În context negativ, cel mai des, a fost plasat D.Chirtoacă.

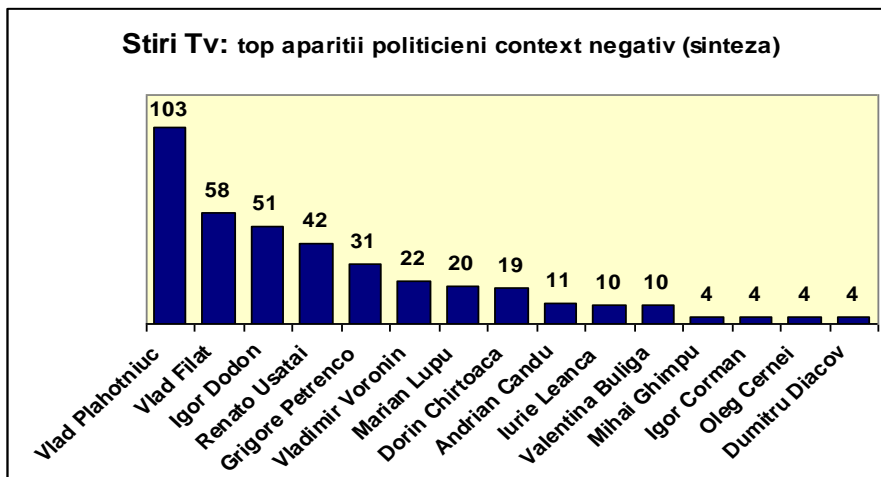


În topul politicienilor plasați cel mai des în știri electorale în context pozitiv se regăesc 10 reprezentanți PDM; 2 reprezentanți PLDM; și câte 1 reprezentant de la PPP, PCRM și PSRM. Politicienii de la PDM au fost mediatizați cel mai des în context pozitiv în știrile de la Prime Tv, Publica Tv, Canal 2 și Canal 3; politicienii de la PLDM – în știrile de la Tv 7 și N 4; R.Usatâi și I.Dodon – în știrile de la Accent Tv.



În topul politicienilor plasați cel mai des în știri electorale în context negativ se regăsesc 7 reprezentanți PDM; câte 2 reprezentanți de la PLDM PPP și PL; câte 1 reprezentant de la PCRM și PSRM și 1 candidat independent.

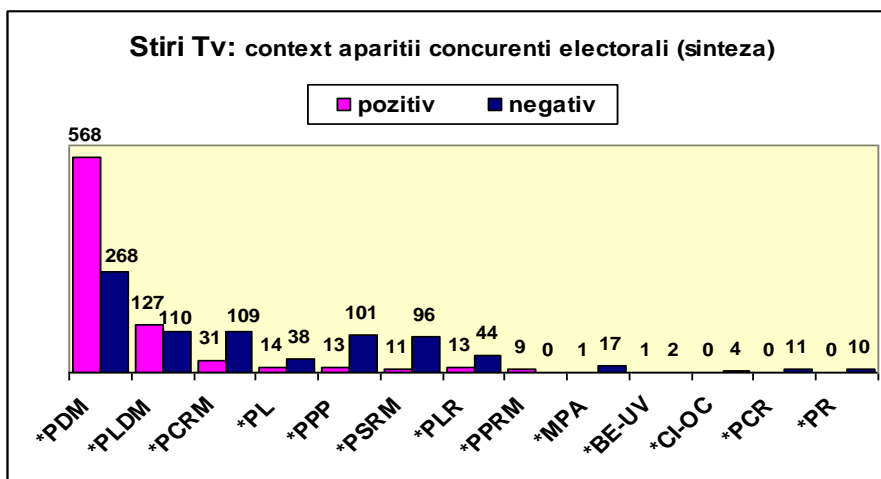
Politicienii de la PDM și PLDM au fost mediatizați cel mai des în context negativ în știrile de la Jurnal Tv și Accent Tv.



Principalii concurenți electorali au apărut în știri atât în context pozitiv, cât și în context negativ. Doar 2 concurenți electorali – PDM și PLDM, au fost plasați în context pozitiv mai des, decât în context negativ, iar PDM – în mod detașat.

PDM a apărut masiv în context pozitiv la știrile electorale de la Prime Tv, Publica Tv, Canal 2 și Canal 3, iar PLDM – în știrile de la Tv 7 și N 4.

PDM și PLDM au fost plasați masiv în context negativ în știrile de la Jurnal Tv și de la Accent Tv.



Concluzii:

- *Moldova 1*, în linii mari, a reflectat echilibrat în știri campania electorală. Totuși, datele monitorizării indică asupra unor probleme cu referire la numărul redus de știri conflictuale; la numărul de surse în știrile conflictuale; la numărul de protagoniști în știri; la echilibrul categoriilor de protagoniști în știri și la paritatea gender. *Moldova 1* a favorizat ușor un funcționar de stat (I.Leancă) prin frecvența și contextul apariției acestuia în știrile electorale;
- *Prime Tv*, *Publica Tv*, *Canal 2* și *Canal 3* au reflectat, în linii mari, adecvat alegerile parlamentare, dacă ne referim la numărul de știri electorale, la numărul de protagoniști în

- medie per știre, la numărul știrilor nepărtinitoare și la abordarea funcționarilor de stat. *Prime Tv*, *Publica Tv*, *Canal 2* și *Canal 3* au reflectat vădit dezechilibrat campania electorală pe segmentele: frecvența și contextul apariției în știri a politicienilor și a concurenților electorali; frecvența intervențiilor directe și durata acestora în știri a concurenților electorali; echilibrul categoriilor de protagoniști în știri electorale și paritatea gender. *Prime Tv*, *Publica Tv*, *Canal 2* și *Canal 3* au favorizat în mod clar un concurent electoral - PDM;
- *Pro Tv*, dintre televiziunile monitorizate, a reflectat cel mai echilibrat și cel mai adecvat campania electorală. Totuși, rămân anumite probleme ce țin de echilibrul categoriilor de protagoniști și de paritatea gender;
 - *Tv 7*, în linii mari, a reflectat adecvat alegerile parlamentare, dacă ne referim la numărul de știri electorale, la numărul surselor în știrile conflictuale, la numărul de protagoniști în medie per știre și la numărul știrilor nepărtinitoare. *Tv 7* a reflectat dezechilibrat campania electorală pe segmentele: frecvența și contextul apariției în știri a protagoniștilor; frecvența intervențiilor directe și durata acestora în știri a concurenților electorali; echilibrul categoriilor de protagoniști în știri electorale și paritatea gender. *Tv 7* a favorizat în mod clar un concurent electoral - PLDM;
 - *Jurnal Tv* în linii mari, a reflectat adecvat alegerile parlamentare, dacă ne referim la numărul de știri electorale, la numărul de știri conflictuale, la numărul surselor în știrile conflictuale, la numărul de protagoniști în medie per știre, la abordarea în știri a funcționarilor de stat și la frecvența intervențiilor directe și durata acestora în știri a concurenților electorali. *Jurnal Tv* a reflectat dezechilibrat campania electorală pe segmentele: numărul știrilor părtinitoare; frecvența și contextul apariției în știri a politicienilor și concurenților electorali; echilibrul categoriilor de protagoniști în știri electorale și paritatea gender. *Jurnal TV* a defavorizat în mod clar un politician (V.Plahotniuc) și un concurent electoral - PDM;
 - *N 4*, în linii mari, a reflectat adecvat alegerile parlamentare, dacă ne referim la numărul de știri electorale, la numărul surselor în știrile conflictuale, la numărul de protagoniști în medie per știre. *N 4* a reflectat dezechilibrat campania electorală pe segmentele: numărul știrilor părtinitoare; frecvența și contextul apariției în știri a protagoniștilor; frecvența intervențiilor directe și durata acestora în știri a concurenților electorali; echilibrul categoriilor de protagoniști în știri electorale și paritatea gender. *N 4* a favorizat în mod clar un concurent electoral - PLDM;
 - *Accent Tv*, în linii mari, a reflectat adecvat alegerile parlamentare, dacă ne referim la numărul de știri electorale, la numărul de știri conflictuale, la numărul de protagoniști în medie per știre, la frecvența în știri electorale a protagoniștilor, la frecvența și contextul apariției în știri a funcționarilor de stat. *Accent Tv* a reflectat dezechilibrat campania electorală pe segmentele: numărul surselor în știrile conflictuale; numărul știrilor părtinitoare; contextul apariției în știri a politicienilor și concurenților electorali; frecvența intervențiilor directe și durata acestora în știri a concurenților electorali; echilibrul categoriilor de protagoniști în știri electorale și paritatea gender. *Accent Tv* a defavorizat în mod clar doi politicieni (V.Filat și V.Plahotniuc) și doi concurenți electorali – PDM și PLDM. *Accent Tv* a favorizat doi politicieni (R.Usatfi și I.Dodon) și doi concurenți electorali – PPP și PSRM;
 - *Canal Regional*, în linii mari, a reflectat adecvat alegerile parlamentare, dacă ne referim la numărul de știri electorale, la numărul de protagoniști, la numărul de protagoniști în medie per știre, la echilibrul gender în cazul categoriei „experți”. Totuși, datele monitorizării indică asupra unor probleme ce țin de numărul redus de știri conflictuale; de numărul de surse în știrile conflictuale; de numărul știrilor părtinitoare; în unele cazuri – de frecvența aparițiilor în știri a protagoniștilor; de echilibrul categoriilor de protagoniști în știri și la paritatea gender în cadrul unor categorii de protagoniști.

- *GRT* a reflectat adecvat alegerile parlamentare, dacă ne referim la numărul de știri nepărtinitoare, la frecvența și contextul apariției în știri a protagoniștilor la frecvența intervențiilor directe și durata acestora în știri a concurenților electorali. *GRT* a reflectat alegerile parlamentare inadecvat, dacă luăm în calcul numărul de știri electorale; numărul de știri conflictuale; numărul surselor în știrile conflictuale; numărul de protagoniști, inclusiv al politicienilor și, mai ales, al concurenților electorali; numărul de protagoniști în medie per știre; echilibrul categoriilor de protagoniști în știri și paritatea gender.

Concluzie generală:

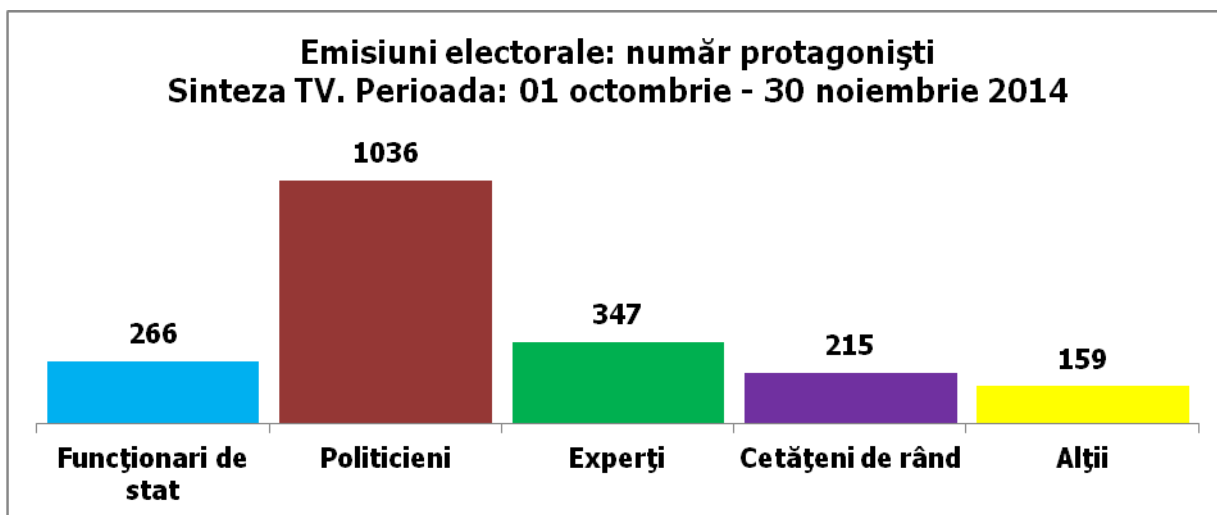
8 din cele 12 televiziuni monitorizate, prin intermediul știrilor electorale din principalele ediții informative ale zilei, au favorizat și/sau au defavorizat clar anumiți politicieni și concurenți electorali. În cazul celorlalte 4 televiziuni nu a fost atestată o tendință clară de favorizare și/sau de defavorizare a vre-unui concurent electoral. Astfel cea mai mare parte a televiziunilor a eșuat cu bună știință în intenția anunțată public (în declarațiile politicilor editoriale pentru campania electorală) de a informa adecvat alegătorii.

2.4 Emisiunile cu caracter electoral

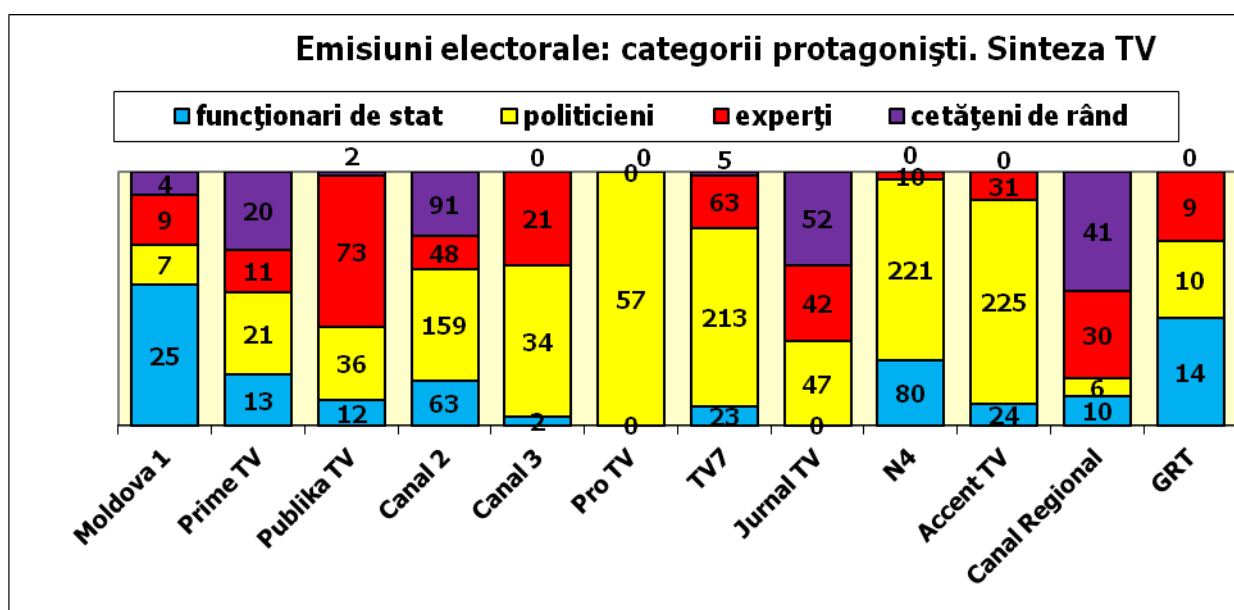
În perioada 01 octombrie - 30 noiembrie 2014, cele 12 posturi tv monitorizate au difuzat împreună 241 de emisiuni cu caracter electoral, cu o durată totală de peste 198 de ore. Cele mai multe astfel de emisiuni a difuzat Accent TV (43), iar cele mai puține – Pro TV Chișinău (2). Ca durată, emisiunile cu caracter electoral de la Publika TV le-au depășit pe toate celelalte, chiar dacă a difuzat cu 12 emisiuni mai puțin decât Accent TV. Cele 26 de emisiuni de la Canal 3 au avut, pe de altă parte, cea mai mică durată.

Postul TV	Titlul emisiunii	Număr emisiuni	Durata (ore/min/sec)
Moldova 1	Moldova în direct	9	10:05:16
Prime TV	Replica	7	05:23:21
Publika TV	Fabrika	31	36:36:04
Canal 2	Tema zilei	40	28:38:12
Canal 3	Особое мнение	26	01:28:43
Pro TV Chișinău	În profunzime	2	01:29:19
TV7	Politica	32	36:06:05
Jurnal TV	Cabinetul din umbră	9	14:54:00
N4	Puterea a patra	28	25:25:36
Accent TV	1+1	43	26:01:36
Canal Regional	Loc de dialog	7	06:35:37
GRT	Лицом к региону	7	05:19:00
Total		241	198:02:49

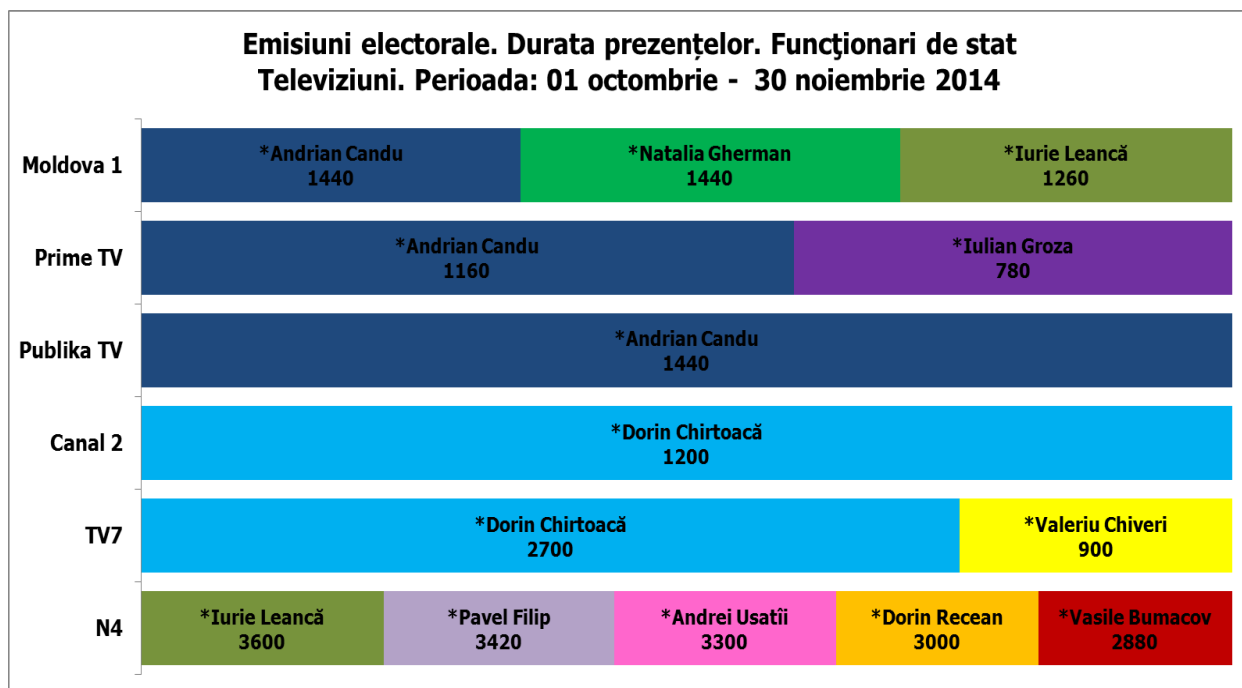
În cele 241 de emisiuni electorale de la cele 12 posturi tv au apărut, cumulativ, 2023 de protagoniști (apariții directe și mențiuni), 1864 dintre care făcând parte din categoriile: *funcționari de stat*, *politicieni*, *experți* și *cetățeni de rând*. Dintre categoriile de protagoniști, cei mai mulți au apărut în cadrul emisiunilor *politicienii* (1036), iar cei mai puțini – *cetățenii de rând*.



În acest context, *politicienii* au prevalat la șapte din 12 posturi tv. Cele două posturi publice, Moldova 1 și GRT au mediatizat mai mulți *funcționari de stat*, în raport cu celelalte categorii de protagoniști. Publika TV este singura televiziune la care au apărut mai mulți experți, iar Jurnal TV și Canal Regional s-au remarcat prin prezentarea opiniei *cetățenilor de rând*. Totuși, cinci televiziuni (Canal 3, Pro TV Chișinău, N4, Accent TV și GRT) au ignorat în totalitate *cetățenii de rând*, o televiziune (Pro TV) a mediatizat în cadrul emisiunilor doar *politicieni*, iar o altă televiziune (Jurnal TV) nu a mediatizat deloc *funcționarii de stat*. La capitolul echilibru în mediatizarea tipurilor de protagoniști, Moldova 1 și Prime TV au asigurat un echilibru relativ, iar Canal 3, Pro TV Chișinău, N4 și Accent TV au prezentat cel mai dezechilibrat aceste categorii.



În perioada 01 octombrie – 30 noiembrie 2014, zece din cele 12 posturi tv monitorizate au avut în calitate de invitați în studio zece protagoniști din rândul *funcționarilor de stat* și 60 de *politicieni*. Din cei 10 funcționari de stat, Andrian Candu a fost prezent la emisiunile de la trei posturi tv, iar Dorin Chirtoacă și Iurie Leancă - la câte două posturi tv.

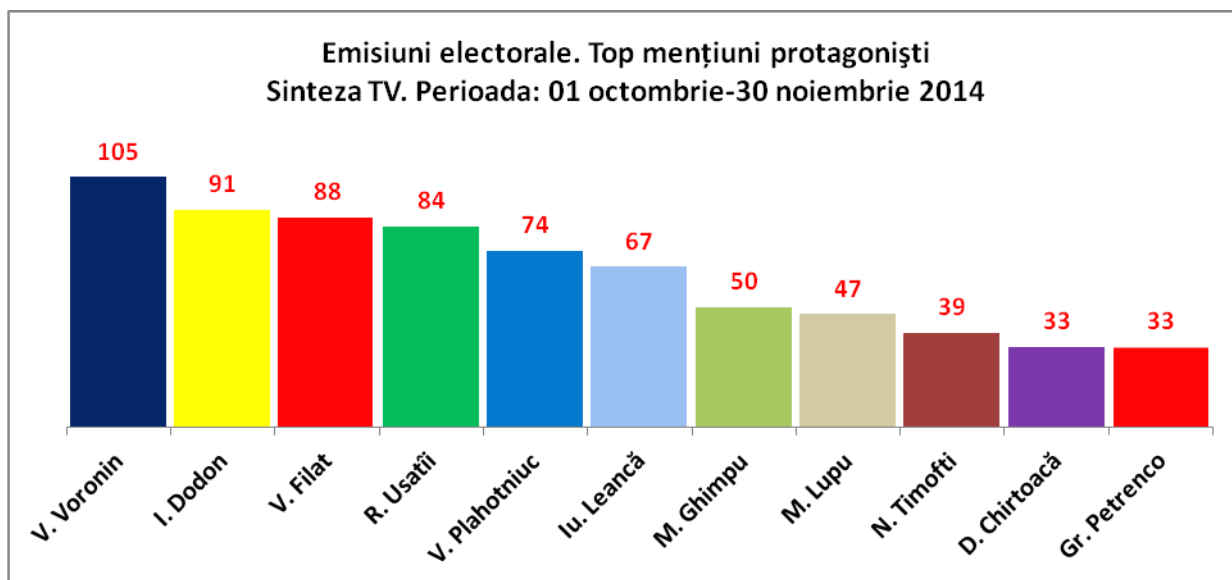


Dintre cei 60 de *politicieni*, cea mai mare vizibilitate a avut-o Iurie Roșca, cu 6 prezențe directe în emisiunile cu caracter electoral (la 3 televiziuni), urmat de Mihai Ghimpu (la 4 televiziuni) și Vladimir Filat (la 3 televiziuni) cu câte 5 prezențe, Vladimir Voronin (la 2 posturi), Oleg Cernei (la 4 posturi), Mihai Godea (la 3 posturi) și Grigore Petrenco (la o singură televiziune) – cu câte 4. Frecvența și durata aparițiilor în direct a *politicienilor*, la fiecare post de televiziune, poate fi văzută în tabelul de mai jos.

Emisiuni electorale. Durata prezențelor. Politicieni. Televiziuni. Perioada: 01 octombrie – 30 noiembrie 2014		
Nume politician	Postul TV	Durata (sec)
1. Alexandr Petkov (PPP)	Accent TV	3900
2. Alexandru Oleinic (PPRM)	TV7, N4	3900
3. Ana Ursachi (PLR)	Jurnal TV, Accent TV	3300
4. Anatol Plugaru (PPM)	Accent TV	2580
5. Anatolie Prohnițchi (PVE)	TV7	1200
6. Andrian Candu (PDM)	Publika TV, Canal 2	6540
7. Artur Reșetnicov (PCRM)	Pro TV, Canal 2	2520
8. Bogdan Țârdea (PSRM)	Accent TV	2160
9. Chiril Lucinschi (PLDM)	GRT	2520
10. Dorin Chirtoacă (PL)	Canal 2, N4	5280
11. Dorin Dușceac (PLR)	Canal 2	2340
12. Dumitru Diacov (PDM)	Pro TV, N4	4320
13. Dumitru Godoroja (PDM)	Canal 2	1200
14. Grigore Petrenco (PPP)	Accent TV	7020
15. Igor Corman (PDM)	Canal 2, N4	5380
16. Igor Dodon (PSRM)	TV7	3300
17. Igor Patrașcu (PPP)	N4	3000
18. Ion Butmalai (PLDM)	Accent TV	2040

19. Ion Ceban (PSRM)	Canal 2, Accent TV	5040
20. Ion Hadârcă (PLR)	TV7, N4	5160
21. Ion Varanița (CI)	Jurnal TV	780
22. Iurie Bolboceanu (N/A)	Jurnal TV	360
23. Iurie Roșca (PPCD)	TV7, N4, Accent TV	10500
24. Marcel Răducan (PDM)	Publika TV, N4	4860
25. Marian Lupu (PDM)	Prime TV, TV7	4800
26. Mihai Ghimpu (PL)	Publika TV, Canal 2, TV7, N4	14100
27. Mihai Godea (PAD)	Publika TV, Canal 2, TV7	4260
28. Mihai Petreache (UCM)	TV7	2100
29. Mihail Garbuz (PPM)	TV7	900
30. Monica Babuc (PDM)	Publika TV	2160
31. Nicolae Chirtoacă (PFP)	TV7	2100
32. Nicolae Uțica (PpNT)	TV7	1800
33. Octavian Calmîc (PDM)	Publika TV	1200
34. Oleg Brega (CI)	Jurnal TV, Canal 2, TV7	2520
35. Oleg Cernei (CI)	Jurnal TV, Canal 2, TV7, N4	5340
36. Oleg Țulea (PDM)	Canal 2	1200
37. Pavel Filip (PDM)	Publika TV	3360
38. Radu Bușilă (PPCD)	Accent TV	1080
39. Renato Usatîi (PPP)	TV7, N4, Accent TV	10380
40. Ruslan Popa (PCR)	Canal 2, TV7, N4	5220
41. Serghei Perciun (PPM)	Publika TV	960
42. Sergiu Coropceanu (PSD)	Publika TV, Canal 2, N4	4980
43. Sergiu Mocanu (MPA)	TV7, N4	4800
44. Sergiu Stati (PCRM)	Accent TV	4140
45. Valentin Vizant (PPP)	Accent TV	2400
46. Valentina Buliga (PDM)	Publika TV	1920
47. Valerii Klimenko (MR)	TV7, N4	3840
48. Valeriu Cosarciuc (PPRM)	Publika TV	900
49. Valeriu Pleșca (CI)	TV7	2100
50. Valeriu Streleț (PLDM)		4020
51. Vasile Botnari (PDM)	Publika TV	2160
52. Vasile Costiuc (PPDA)	TV7	1800
53. Vasile Tarlev (PR)	TV7, N4	4560
54. Victor Șelin (BE-UV)	TV7	1200
55. Victor Stepaniuc (PPSM)	TV7	900
56. Vitalia Pavlicenco (PNL)	Publika TV, TV7, N4	5100
57. Vitalie Marinuța (PDM)	Publika TV, Canal 2	2220
58. Vlad Bătrîncea (PSRM)	Accent TV	3600
59. Vladimir Filat (PLDM)	Publika TV, TV7, N4	17920
60. Vladimir Țurcan (PSRM)	Accent TV	1800
61. Vladimir Voronin (PCRM)	Publika TV, TV7	15120
62. Zurabi Todua (PCRM)	GRT	2700

De asemenea, în cele 1154 de mențiuni din cadrul emisiunilor cu caracter electoral, au fost vizate 142 de persoane. Cumulat, cel mai des a fost menționat Vladimir Voronin (de 105 ori), urmat de Igor Dodon (de 91 ori), Vladimir Filat (de 88 ori), Renato Usatîi (de 84 ori), Vladimir Plahotniuc (de 74 de ori), Iurie Leancă (de 67 de ori), Mihai Ghimpu (de 50 ori), Marian Lupu (de 47 de ori), Nicolae Timofti (de 39 de ori), Dorin Chirtoacă și Grigore Petrenco (de câte 33 de ori).



Cei 11 protagoniști au fost menționați în mod diferit în emisiunile de la posturile de televiziune monitorizate. Astfel, Vladimir Voronin, Iurie Leancă și Renato Usatîi au avut cea mai mare vizibilitate, fiind menționați în emisiunile cu caracter electoral de la 11 posturi tv din 12. Alți cinci protagoniști de top, Igor Dodon, Vladimir Filat, Mihai Ghimpu, Marian Lupu și Nicolae Timofti, au fost menționați la emisiunile de la 10 posturi tv din 12.

Vladimir Plahotniuc și Dorin Chirtoacă au fost menționați în emisiunile de la opt posturi din 12, iar Grigore Petrenco – în emisiunile de la șapte televiziuni.

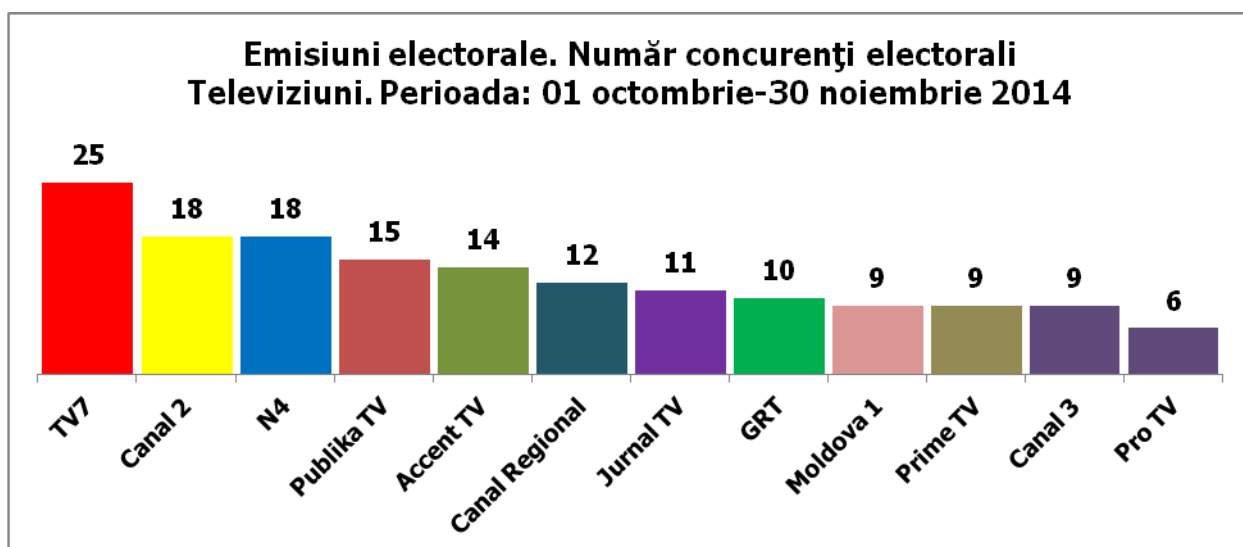
În același context, remarcăm faptul că toți cei 11 protagoniști au fost menționați în emisiunile *Tema zilei* de la Canal 2, *Politica* de la TV7, *Puterea a patra* de la N4 și *1+1* de la Accent TV.

Nr	Protagonisti	M1	Prime	Publika	Canal2	Canal3	ProTV	TV7	JTV	N4	ATV	CR	GRT	Total
1	V. Voronin	1	3	12	17	11	1	15	5	21	16	-	3	105
2	I. Dodon	1	2	11	13	9	-	14	9	20	11	-	1	91
3	V. Filat	-	1	2	12	-	1	20	6	17	26	1	2	88
4	R. Usatîi	1	4	11	11	1	1	16	4	18	15	-	2	84
5	V. Plahotniuc	-	-	3	3	-	1	22	8	8	28	-	1	74
6	Iu. Leancă	1	2	3	17	-	2	12	3	11	13	1	2	67
7	M. Ghimpu	-	2	2	5	1	1	13	3	12	10	-	1	50
8	M. Lupu	1	-	4	6	1	1	7	4	12	10	-	1	47
9	N. Timofti	1	1	-	7	1	1	9	-	5	12	-	2	39
10	D. Chirtoacă	1	-	2	8	-	-	5	2	9	5	-	1	33
11	Gr. Petrenco	-	3	5	10	-	1	4	-	5	5	-	-	33

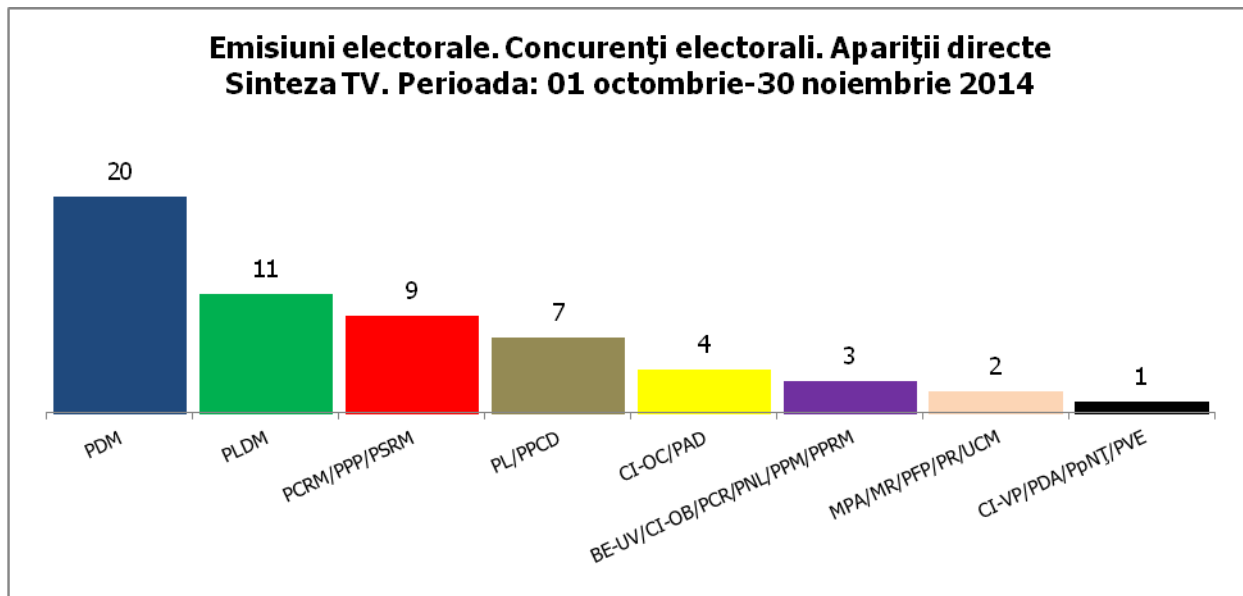
În cadrul emisiunilor cu caracter electoral au fost mediatizați toți concurenții electorali înscrși în cursă pentru alegerile parlamentare din 30 noiembrie 2014. Numărul acestora variază între 6 (la Pro

TV Chişinău) și 25 (la TV7). Dintre concurenții electorali, PCRM a avut cea mai mare vizibilitate, fiind menționat în cadrul emisiunilor de la toate cele 12 televiziuni.

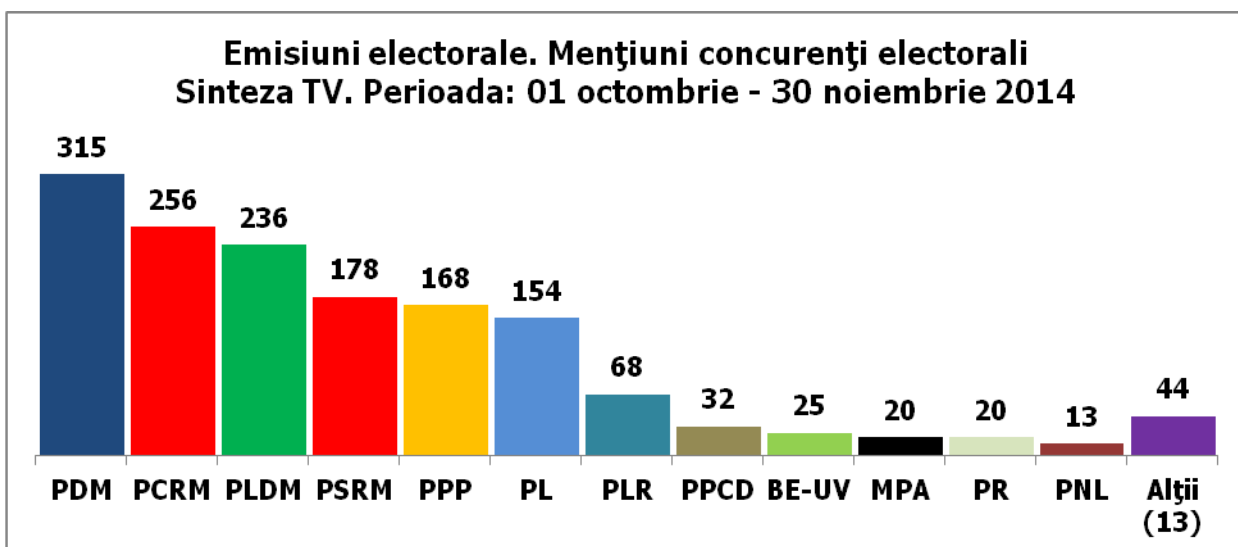
Nr.	M1	Prime	Publika	Canal2	Canal 3	Pro TV	TV7	JTV	N4	ATV	CR	GRT
Concurenți	9	9	15	18	9	6	25	11	18	14	12	10
1	PAD	PCRM	PDM	PDM	PCRM	PCRM	PCRM	PLR	PDM	PPP	BE-UV	PLDM
2	PCRM	PPP	PCRM	PL	PSRM	PDM	PPCD	CI-OB	PCRM	PSRM	MPA	PCRM
3	PDM	PL	PPP	PLR	PDM	PL	PAD	CI-OC	PL	PPCD	PCRM	PDM
4	PL	PLDM	PSRM	PAD	PR	PLDM	UCM	PDM	PSRM	PCRM	PDA	PPP
5	PLDM	PSRM	PLDM	PCR	PPP	PLR	PFP	PLDM	PLDM	PLR	PL	PL
6	PLR	PDM	PL	PCRM	PPCD	PPP	PDM	PSRM	PPP	PLDM	PLDM	PSRM
7	PPP	PLR	PLR	PLDM	BE-UV		PLDM	PCRM	PLR	PPM	PLR	BE-UV
8	PR	BE-UV	PPM	BE-UV	MR		PL	PL	PPCD	PDM	PPCD	PPCD
9	PSRM	PPCD	PNL	PSRM	PL		PSRM	MPA	PR	PL	PPP	MPA
10			PPRM	CI-OB			PPP	PPP	BE-UV	PNL	PR	PCR
11			BE-UV	CI-OC			PLR	PPCD	PNL	MPA	PSRM	
12			MR	CI-AD			MPA		PCR	BE-UV	PVE	
13			PAD	CI-VP			BE-UV		PPRM	PPRM		
14			PPCD	PNL			PR		MPA	PCR		
15			PR	PPCD			PPRM		MR			
16				PPP			PCR		CI-OC			
17				PpNȚ			PVE		CI-OB			
18				UCM			CI-OB		PPM			
19							CI-OC					
20							CI-VP					
21							MR					
22							PDA					
23							PNL					
24							PPM					
25							PpNȚ					



Rămânând la capitolul concurenței electorale, după numărul aparițiilor directe, pe primul loc s-a situat PDM, cu 20 de apariții, urmat de PLDM, cu 11 apariții, PCRМ, PPP și PSRM cu câte 9 apariții, PL și PPCD cu câte 7 apariții, CI-OC și PAD cu câte 4 apariții, BE-UV, CI-OB, PCR, PNL, PPM și PPRM, cu câte 3 apariții, MPA, MR, PFP, PR și UCM – cu câte două apariții, și CI-VP, PDA, PpNT și PVE – cu câte o apariție.



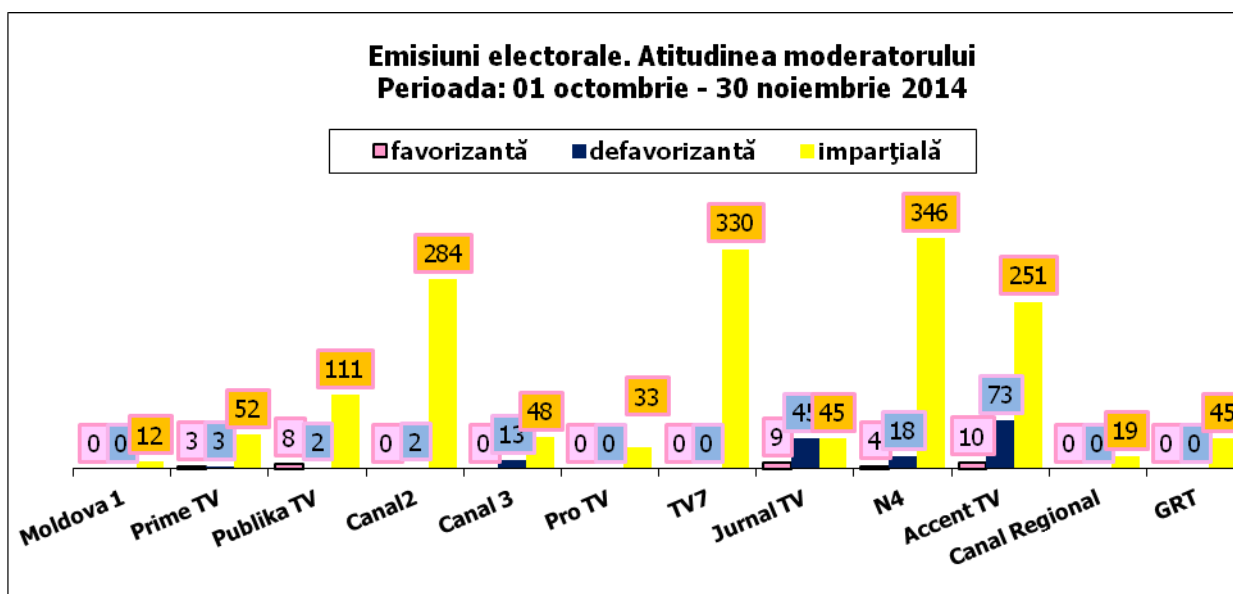
De asemenea, cumulativ, cel mai des a fost menționat concurentul electoral PDM (de 315 ori), urmat de PCRМ (de 256 de ori), PLDM (de 236 de ori), PSRM (de 178 de ori), PPP (de 168 de ori), PL (de 154 de ori), PLR (de 68 ori), PPCD (de 32 de ori), BE-UV (de 25 de ori), MPA și PR (de câte 20 de ori), PNL (de 13 ori).



Atitudinea moderatorilor în cadrul emisiunilor cu caracter electoral din perioada 01 octombrie-30 noiembrie 2014 a fost, în majoritatea cazurilor, *imparțială*. În cazul a 5 posturi tv din 12, moderatorii au fost sută la sută *imparțiali* față de invitații în platou sau față de cei menționați. La alte 7 televiziuni s-au înregistrat 34 de cazuri de *favorizare* și 156 de cazuri de atitudine *defavorizantă* din partea moderatorului. Un comportament *favorizant* față de un concurent electoral au avut-o moderatorii emisiunilor cu caracter electoral de la Prime TV, Publika TV, Jurnal TV, N4

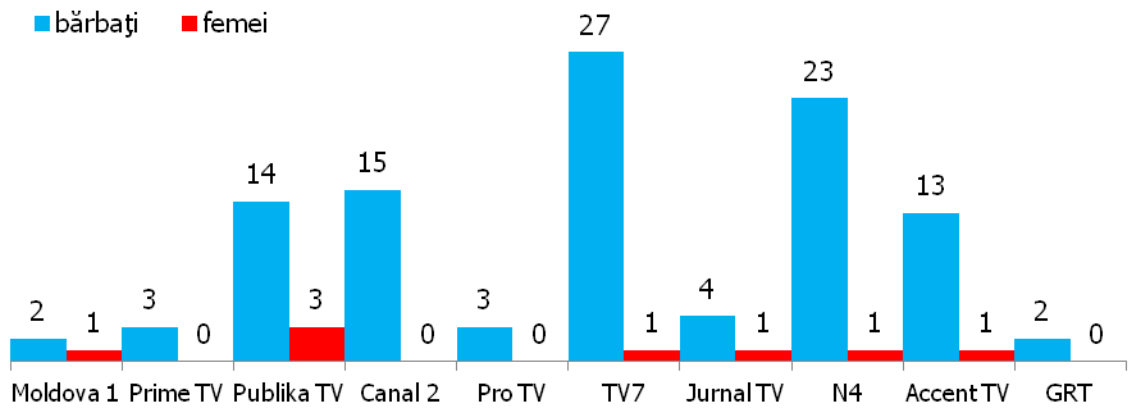
și Accent TV, iar un comportament *defavorizant* au avut moderatorii de la posturile Prime TV, Publika TV, Canal 2, Canal 3, Jurnal TV, N4 și Accent TV.

Cazurile de *favorizare* a unui protagonist s-au repartizat astfel: la emisiunea *Replica* de la Prime TV, față de PDM (de trei ori), la *Fabrika* de la Publika TV, față de PDM (de 8 ori), la *Cabinetul din Umbră* de la Jurnal TV, față de PLR (de 7 ori), PLDM (o dată) și MPA (o dată); la *Puterea a patra* de la N4 câte o dată față de PDM și PLR, și de două ori față de PLDM, și la emisiunea *1+1* de la Accent TV, față de PPP (de 5 ori), de PPCD (de 3 ori) și câte o dată față de PCRM și PLR. Drept *defavorizantă* a fost catalogată atitudinea moderatorului în următoarele cazuri: la emisiunea *Replica* de la Prime TV, față de PPP (de două ori) și față de PSRM (o dată); la *Fabrika* de la Publika TV, față de PCRM, în două rânduri; la *Tema zilei* de la Canal 2, câte o dată față de PLR și PCR; la *Oсобое мнение* de la Canal 3 (de 9 ori față de PCRM, de două ori față de PSRM și câte o dată față de PR și PL), la *Cabinetul din umbră* de la Jurnal TV (de 20 de ori față de PDM, de 5 ori față de PLDM, de 7 ori față de PSRM, de 6 ori față de PCRM, de 3 ori față de PPP, și câte o dată față de PL, MPA, PPCD și Coaliția Pro-europeană), la *Puterea a patra* de la N4 (de 8 ori față de PPP, de 4 ori față de PSRM, de 3 ori față de PL, și câte o dată față de PCRM, PSD și Coaliția Pro-europeană), precum și la *1+1* de la Accent TV (de 30 de ori față de PDM, de 20 de ori față de PLDM, de 5 ori față de PL, de 16 ori față de Coaliția Pro-europeană, și câte o dată față de PPP și PLR).



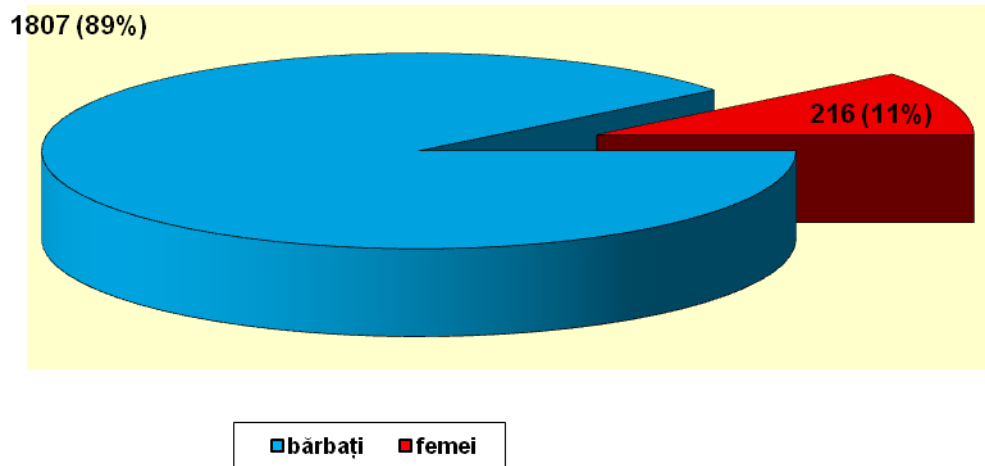
În cazul tuturor celor 12 posturi tv atestăm preponderența netă a invitaților-bărbați în platoul emisiunilor electorale, în raport cu invitații-femei. 6 televiziuni din 12 au avut în calitate de invitați 8 femei. Nominal, vorbim despre 5 femei, două dintre ele fiind prezente la două sau trei posturi tv, sau/și de două ori. Invitații-femei au fost: Natalia Gherman – la Moldova 1, Monica Babuc, Valentina Buliga și Vitalia Pavlicenco – la Publika TV, Vitalia Pavlicenco – la TV7 și la N4, și Ana Ursachi – la Jurnal TV și la Accent TV.

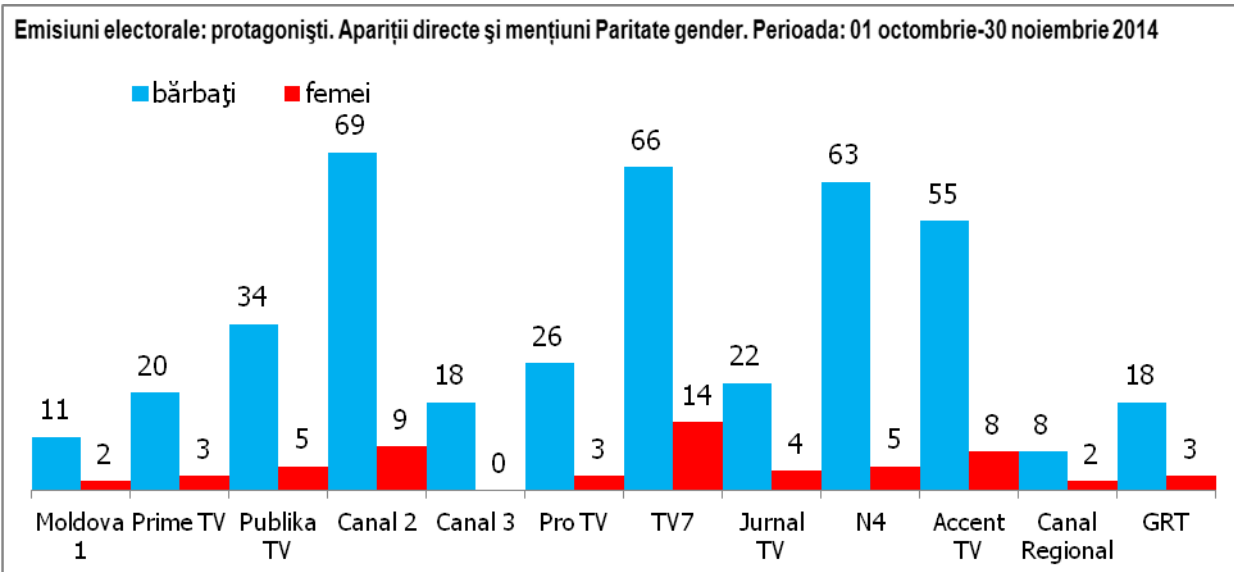
Emisiuni electorale: protagoniști-invitați. Paritate gender. Sinteza TV. Perioada: 01 octombrie-30 noiembrie 2014



Și în cazul celorlalte tipuri de intervenții în emisiunile analizate (mențiuni directe/indirecte), bărbații au fost prezenți într-un număr mai mare la cele 241 de emisiuni. Cumulat, în emisiunile televiziunilor monitorizate, din totalul de 2023 de apariții, 1807, sau 89% au fost bărbați, față de 216 sau 11% de protagoniști-femei.

Emisiuni electorale. Protagonisti: paritate gender. Sinteza TV. Perioada: 01 octombrie-30 noiembrie 2014





Concluzii:

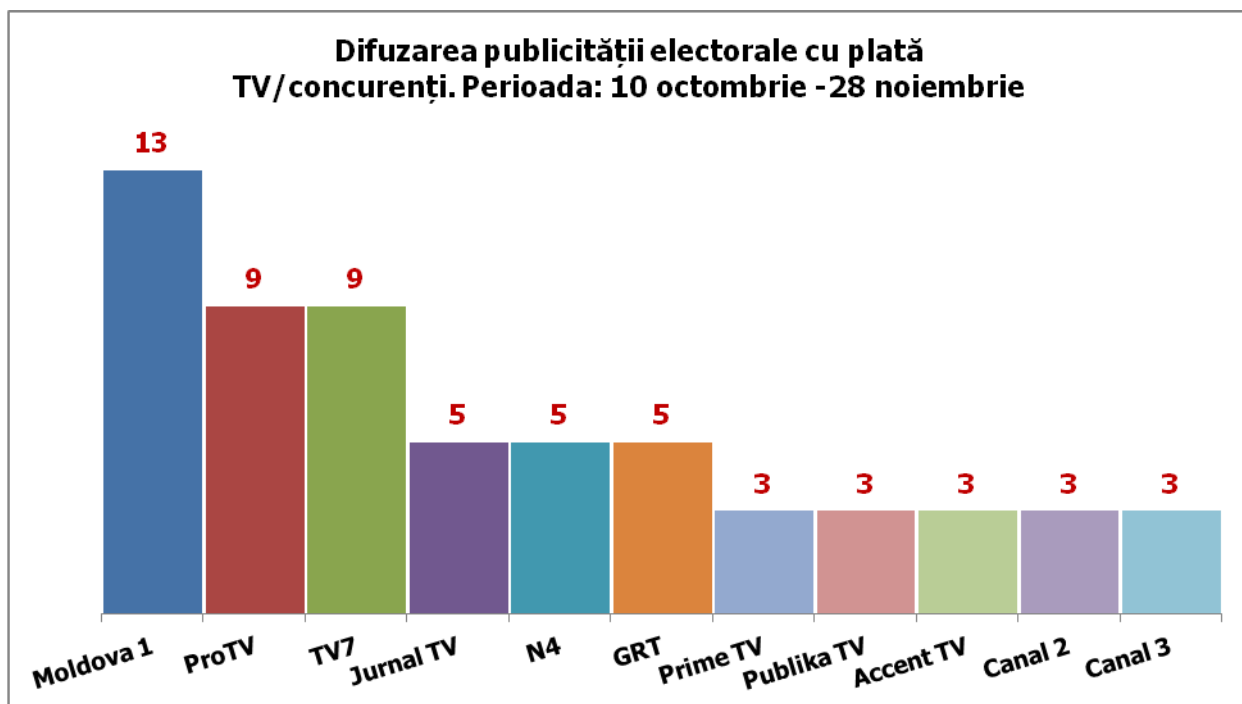
- În perioada 01 octombrie-30 noiembrie 2014, cele 12 posturi tv monitorizate au difuzat împreună 241 de emisiuni cu caracter electoral, numărul acestora variind de la două emisiuni la 43;
- În cele 241 de emisiuni cu caracter electoral, cel mai des au apărut *politicienii*, iar cel mai rar – *cetățenii de rând*;
- În cadrul celor 241 de emisiuni cu caracter electoral, 72 de persoane au avut intervenții directe, fiind invitate în platou;
- În cadrul emisiunilor cu caracter electoral de la 12 posturi tv au fost mediatizați toți concurenții electorali înscrși în cursa pentru alegerile parlamentare din 30 noiembrie 2014;
- Cei mai mulți concurenți electorali au fost mediatizați la emisiunea *Politica* de la TV7 (25), iar cei mai puțini – la emisiunea *În profunzime* de la Pro TV Chișinău (6);
- PDM a fost concurentul electoral cu cele mai multe apariții directe și cu cele mai multe mențiuni în cadrul emisiunilor cu caracter electoral de la cele 12 posturi tv;
- PCRM a fost concurentul electoral cu cea mai mare vizibilitate, fiind menționat în cadrul emisiunilor de la toate cele 12 posturi tv monitorizate;
- Moderatorii emisiunilor au avut o atitudine părtinitoare față de protagoniștii personalizați și sau/concurenții electorali de 190 de ori, fiind semnalate 34 de cazuri de *favorizare* și 156 de cazuri de atitudine *defavorizantă* față de protagoniști;
- Raportul bărbați – femei, atât în cazul intervențiilor directe, cât și în cel al mențiunilor, a fost net în favoarea bărbaților.

2.5 Publicitatea electorală cu plată

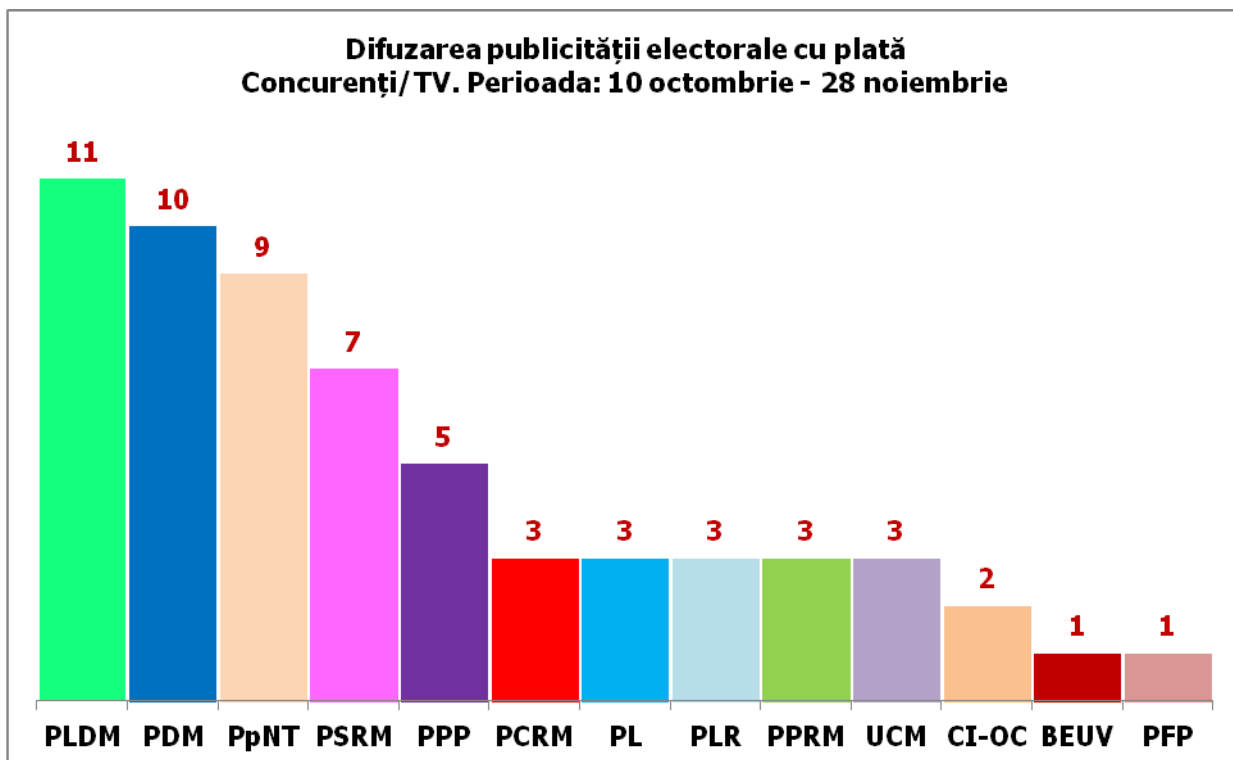
În intervalul de timp 10 octombrie – 28 noiembrie 2014, 11 din cele 12 posturi de televiziune monitorizate au difuzat publicitate electorală cu plată. Excepție, în acest sens, a făcut Canal Regional, care a difuzat, conform *Declarației privind politica editorială în campania electorală pentru alegerile parlamentare din 30 noiembrie 2014*, doar spoturi sociale și de educație civică și electorală.

Pe parcursul celor 7 săptămâni de campanie electorală, 13 concurenți electorali (PCRM, PLDM, PDM, PL, PLR, PPP, PSRM, BE-UV, PPRM, PFP, UCM, PpNȚ, CI-OC) au plasat publicitate cu plată la posturile de televiziune monitorizate. Postul public de televiziune de la Chișinău este

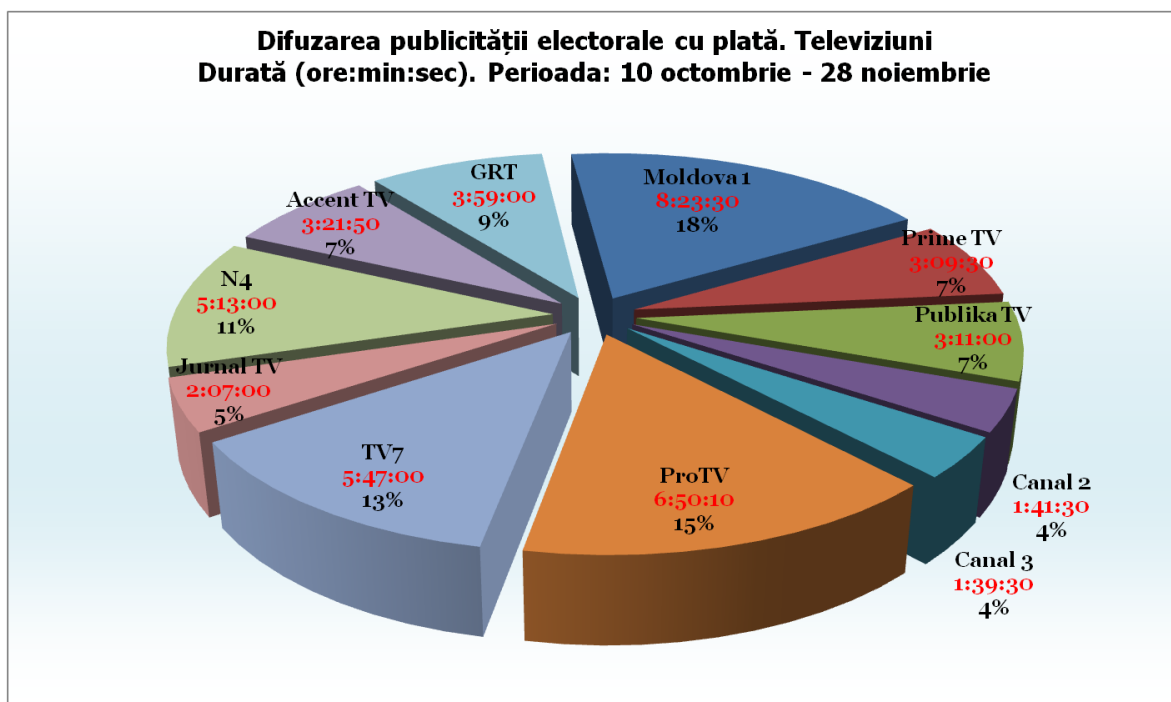
singurul care a plasat publicitatea celor 13 concurenți. Două posturi tv (Pro TV Chișinău și TV7) au plasat spoturile electorale pentru 9 concurenți electorali (PLDM, PDM, PL, PSRM, PPRM, UCM, PpNT, și PLR, CI-OC/PCRM, PPP). Alte trei televiziuni (Jurnal TV, N4 și GRT) au plasat publicitatea electorală a 5 concurenți electorali (PLDM, PDM, PSRM, și PLR, PpNT/PPP, PpNT, PCRM, PPP). De asemenea, 5 posturi tv au difuzat publicitatea a trei concurenți electorali. Dintre acestea, patru posturi (Prime TV, Publika TV, Canal 2 și Canal 3) au dat spoturile PLDM, PDM și PpNT, iar Accent TV – pe cele ale PLDM, PPP și PSRM.



Din cei 13 concurenți electorali care au plasat publicitate cu plată la posturile monitorizate, cea mai mare vizibilitate a avut-o PLDM, care a difuzat spoturile la toate posturile tv. Acesta este urmat de PDM, cu 10 posturi la care a plasat publicitate cu plată, PpNT, cu 9 posturi tv, PSRM – cu șapte televiziuni și PPP – cu cinci. Alți 5 concurenți electorali (PCRM, PL, PLR, PPRM și UCM) au plasat spoturile la câte trei posturi tv din 11, candidatul independent Oleg Cernei – la două, iar BE-UV și PFP – la câte unul.

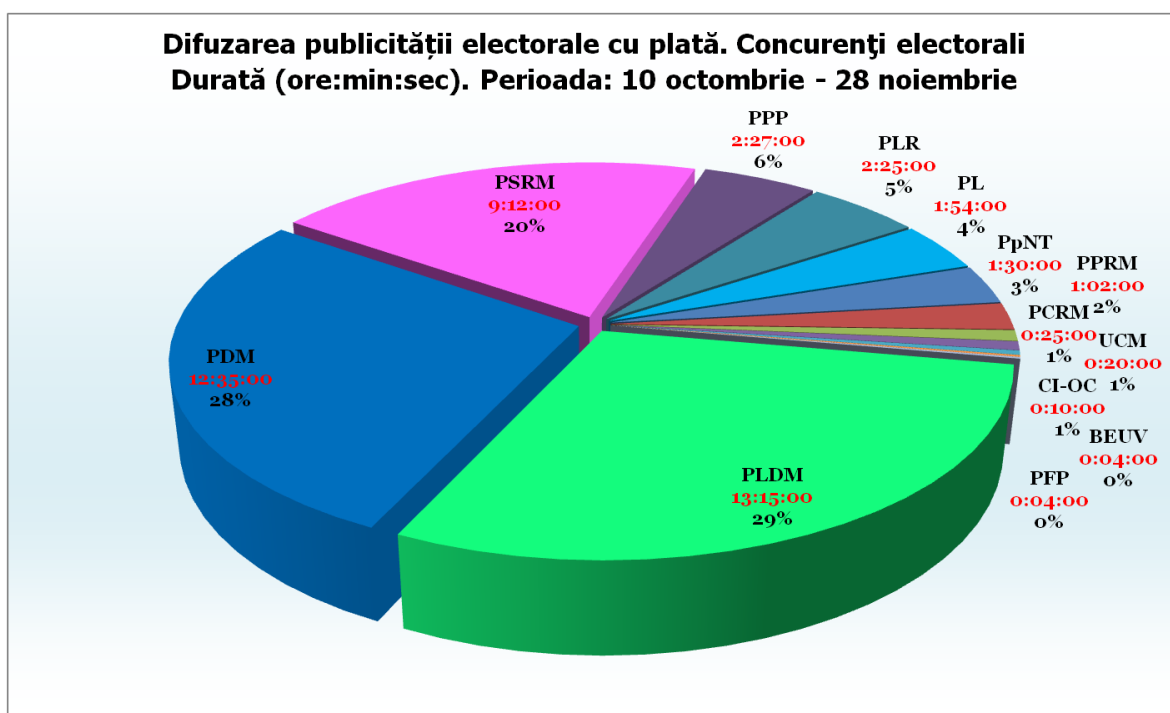


În ansamblu, televiziunile monitorizate au difuzat publicitate cu plată cu o durată însumată ce depășește 45 de ore (45:23:00). Moldova 1 a difuzat cel mai mare volum de publicitate electorală cu plată – peste 8 ore. Urmează ProTV cu 6 ore și 50 min. și TV7 cu 5 ore și 47 min. Canal 2 și Canal 3 au difuzat fiecare câte aproximativ o oră și jumătate de publicitate cu plată. O treime din întreg volumul de publicitate a fost difuzat la două televiziuni – Moldova 1 și ProTV.



PLDM a difuzat la posturile monitorizate spoturi electorale cu plată cu o durată de peste 13 ore, cu circa 40 de minute mai puțin decât PDM. UN volum de publicitate comparabil cu primii doi concurenți electorali a difuzat și PSRM – mai mult de 9 ore. BE-UV și PFP au difuzat câte 4 minute

de publicitate, iar Oleg Cernei – 10 minute. Mai mult de trei sferturi din întreg volumul de publicitate difuzat la cele 11 televiziuni monitorizate a fost plasat de 3 concurenți – PLDM, PDM și PSRM.



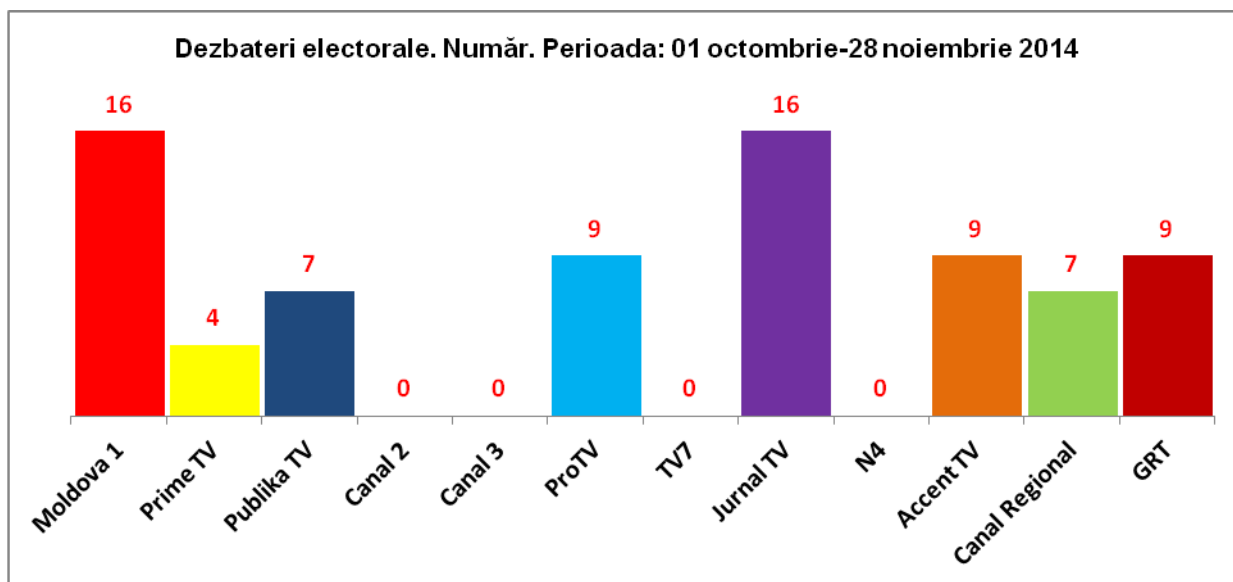
În perioada de referință, 4 posturi de televiziune din 12 monitorizate au admis derogări de la normele privind plasarea publicității electorale cu plată la tv. Astfel, Accent TV a difuzat pe 7, 8, 9 și 10 octombrie, între orele 20.00 și 22.00 un spot electoral al PSRM de 40 de secunde, fără însemnele prevăzute de cadrul normativ (inclusiv p.16 din Regulamentul CEC). În plus, PSRM fusese înregistrat ca și concurent electoral de către CEC pe 10 octombrie. În continuare, Jurnal TV a difuzat pe data de 13.10 (ora 18.55) un reportaj comercial (la rubrica *Electorală. Achitat din fond electoral*) de la lansarea unui concurent electoral (PLDM) cu o durată de 130 sec. În aceeași zi postul a mai difuzat și două spoturi electorale ale aceluiași concurent cu durată de 120 sec. Cumulat, cele 3 spoturi au durat 250 de secunde și au depășit plafonul admis legal pentru plasarea publicității electorale din partea unui concurent pe parcursul unei zile. De asemenea, pe 27 octombrie 2014, Publika TV a difuzat un spot al unui concurent electoral (PLDM) cu o durată de 60 de secunde, și alte trei – a câte 30 de secunde. Împreună, cele 4 blocuri au constituit 150 de secunde, depășind cu 30 de secunde limita admisă de legislație. O situație identică s-a înregistrat pe 28 octombrie 2014 la postul de televiziune Pro TV Chișinău. O altă abatere a fost atestată pe 16 noiembrie 2014, când Publika TV a difuzat, la ora 8.20, două spoturi în loc de unul, ale unui concurent electoral (PLDM) a câte 30 de secunde. Însumat, în ziua respectivă, concurentul PLDM a avut un volum de publicitate electorală cu plată de 150 de secunde, în loc de 120.

Concluzii:

- În perioada 10 octombrie-28 noiembrie 2014, 11 din 12 posturi tv monitorizate au difuzat publicitate electorală cu plată;
- 13 concurenți electorali au plasat publicitate contra plată la cele 11 posturi tv;
- Atât ca număr de televiziuni la care a plasat publicitatea, cât și ca durată a spoturilor, PLDM a avut cea mai mare vizibilitate, iar BE-UV și PFP - cea mai mică;
- 4 posturi de televiziune au admis încălcări ale regulilor privind plasarea publicității contra plată la tv.

2.6 Dezbaterile electorale

În perioada 01 octombrie-28 noiembrie 2014, 8 posturi de televiziune din 12 monitorizate au organizat împreună 77 de dezbateri electorale (59 în limba română și 18 în limba rusă) cu o durată totală de 3429 de minute. Cele mai multe emisiuni au organizat Moldova 1 și Jurnal TV – câte 16. Câte 9 emisiuni de dezbateri au difuzat Pro TV Chișinău, Accent TV și GRT, și câte 7 emisiuni – Publika TV și Canal Regional. Prime TV a difuzat 4 emisiuni de acest fel.



Împreună, cele 8 posturi tv au avut 220 de invitați la dezbaterile electorale, reprezentanți ai tuturor concurenților electorali înscriși în cursă pentru alegerile parlamentare din 30 noiembrie 2014, precum și 40 de invitați care nu s-au prezentat la dezbateri. Nominal, vorbim despre 88 de persoane care au participat la dezbaterile electorale de la televiziunile monitorizate, 43 dintre ele fiind prezente de mai multe ori la emisiunile de dezbateri de la diferite posturi tv. În același context, PCR a avut cel mai mare număr de participări la dezbateri - 13. Alți 5 concurenți (BE-UV, PLDM, PPCD, PPRM, PSRM) au avut câte 12 participări la dezbateri. Ceilalți 20 de concurenți au utilizat dezbaterile electorale televizate pentru promovarea platformei după cum urmează: 6 concurenți (CI-OB, MPA, PFP, PNL, PPP, UCM)) au avut câte 9 participări, alți 8 concurenți (PAD, PDA, PDM, PL, PLR, PPM, PR, PVE) – câte 8, 2 concurenți (candidatul independent Oleg Cernei, PCR) – câte 6, 2 concurenți (candidatul independent Valeriu Pleșca, PpNT) – câte 5. Candidatul independent Anatolie Doga a participat de 4 ori la emisiunile de dezbateri electorale, iar MR – de 3 ori.

Nr.	Moldova1	Prime TV	Publika	Pro TV	Jurnal TV	Accent TV	C.Regional	GRT
Concurenți	25	20	22	24	24	18	17	8
1	BE-UV	BE-UV	BE-UV	BE-UV	BE-UV	BE-UV	BE-UV	BE-UV
2	CI-OB	CI-OB	CI-AD	CI-OB	CI-AD	CI-AD	CI-AD	PCR
3	CI-OC	CI-VP	CI-OB	CI-OC	CI-OB	CI-OB	CI-OB	PCR
4	CI-VP	MPA	CI-OC	CI-VP	CI-OC	MPA	CI-VP	PDM
5	MPA	PAD	MPA	MPA	CI-VP	PAD	MPA	PLDM
6	MR	PCR	PAD	PAD	MPA	PCR	PCR	PPCD
7	PAD	PDA	PCR	PCR	MR	PFP	PDA	PPRM
8	PCR	PDM	PDA	PCR	PAD	PL	PFP	PSRM
9	PCR	PFP	PDM	PDA	PCR	PLDM	PLDM	

10	PDA	PL	PFP	PDM	PDA	PLR	PNL	
11	PDM	PLDM	PL	PFP	PFP	PNL	PPCD	
12	PFP	PLR	PLDM	PL	PL	PPCD	PPM	
13	PL	PNL	PLR	PLDM	PLDM	PPM	PPP	
14	PLDM	PPCD	PNL	PLR	PLR	PPP	PR	
15	PLR	PPP	PPCD	PNL	PNL	PPRM	PSRM	
16	PNL	PPRM	PPM	PPCD	PPCD	PR	PVE	
17	PPCD	PR	PPP	PPM	PPM	PSRM	UCM	
18	PPM	PSRM	PPRM	PPP	PPP	UCM		
19	PPP	PVE	PR	PPRM	PPRM			
20	PPRM	UCM	PSRM	PR	PR			
21	PR		PVE	PSRM	PSRM			
22	PSRM		UCM	PVE	PVE			
23	PVE			PpNȚ	PpNȚ			
24	PpNȚ			UCM	UCM			
25	UCM							
Absențe	5	6	4	2	6	8	3	3
1	CI-AD	CI-AD	CI-VP	CI-AD	CI-AD	CI-OC	CI-OC	BE-UV
2	CI-VP	CI-OC	MR	MR	CI-VP	CI-VP	PDM	PPCD
3	MR	MR	PCRM		PDM	MR	PLR	PSRM
4	PCRM	PCRM	PpNȚ		PCRM	PCRM		
5	PDM	PPM			PLDM	PDA		
6		PpNȚ			PR	PDM		
7						PVE		
8						PpNȚ		

Moderatorii dezbaterilor electorale au fost, de cele mai multe ori, *imparțiali* față de invitați (în 192 din 220 de cazuri). În cazul a 6 posturi tv din 8, moderatorii dezbaterilor electorale au avut o atitudine sută la sută *imparțială* față de concurenții electorali și reprezentanții acestora. Totuși, două posturi de televiziune, Moldova 1 și Jurnal TV, au admis abateri în acest sens, înregistrându-se 2 cazuri de *favorizare* și 26 de cazuri de *defavorizare* a participanților la dezbateri. Cazurile de *favorizare* au fost atestate la Jurnal TV, iar cele de *defavorizare* s-au împărțit astfel: 12 la Moldova 1 și 14 la Jurnal TV.

Mai exact, moderatorul dezbaterilor electorale de la Jurnal TV a avut o atitudine *favorizantă* față de Ana Ursachi (PLR), de două ori (în emisiunile de pe 28 octombrie 2014 și 7 noiembrie 2014). În primul caz, invitatului Ana Ursachi i s-au pus întrebări doar din domeniul justiției, acesta fiind domeniul de activitate al protagonistei. În cazul al doilea, o atitudine *favorizantă* a avut-o echipa de filmare din cadrul dezbaterilor electorale (în limba rusă) de la același post de televiziune. Drept *favorizant* a fost catalogat comportamentul cameramanului, care a dat în prim-plan reprezentanta PLR, vizibil mai mult timp decât pe ceilalți participanți la dezbateri. Prin aceste gesturi, moderatorul și echipa de filmare au demonstrat un comportament *părtinitor* față de un invitat, încălcând, astfel, prevederile p.43 din Regulamentul CEC: *Realizatorii și moderatorii emisiunilor de dezbateri electorale au următoarele obligații: să fie imparțiali; să formuleze clar întrebările, evitând abordarea tendențioasă sau părtinitoare.*

Rămânând la același post de televiziune, cele 14 cazuri de defavorizare a unui concurent electoral s-au atestat: pe 28 octombrie 2014 (prin reproșul adus de către moderator invitatului Vlad Bătrîncea (PSRM), precum că nu ar fi răspuns corect la întrebare, nu a propus nicio măsură concretă, nu știe

ce este Freedom House și că nu citește rapoarte și presă străină, acesta a încălcat prevederile Regulamentului CEC din p.43); pe 3 noiembrie 2014 (față de reprezentantul PPCD, Radu Bușilă. Moderatorul a comentat, în două rânduri, afirmațiile invitatului, inclusiv, o dată sugerându-i că nu are dreptate în privința principiilor funcționării economiei de piață); pe 4 noiembrie 2014 (calificarea, pe un ton zeflemitor, a tezelor din programul electoral al PCR, dar și întreruperea, de mai multe ori a discursului reprezentantului acestei formațiuni, Eliza Moscalciuc; insistența cu care moderatorul afirmă că Mihai Godea (PAD) ar avea legături privilegiate cu Vladimir Plahotniuc, argumentând aceste afirmații prin zvonuri); pe 7 noiembrie (în două rânduri, față de reprezentanții PNL (Vitalia Pavlicenco) și PCR (Ruslan Popa). Alte 4 cazuri de *defavorizare* a concurenților electorali s-au înregistrat în emisiunile de dezbateri de pe 10 noiembrie (față de reprezentantul PR, Leonid Tabără), și de pe 11 noiembrie, când moderatorul a avut un comportament neadecvat față de toți participanții la dezbateri, defavorizându-i prin replici, comentarii, întrebări și reproșuri lipsite de echidistanță (Anatol Prohnițchi – PVE, Mihai Petrache – UCM, Igor Țurcanu – PPM). Același tip de abatere a comis-o moderatorul dezbaterilor electorale în cadrul emisiunilor de pe 17 și 18 noiembrie 2014. De această dată, comentariile și întrebările lipsite de echidistanță i-au vizat, în emisiunea de pe 17 noiembrie, pe candidatul independent Anatolie Doga și pe Valeri Klimenko (MR), iar în emisiunea de pe 18 noiembrie – pe candidatul independent Valeriu Pleșca și pe Victor Șelin (BE-UV).

La postul public de televiziune, cazurile de defavorizare a concurenților electorali s-au repartizat astfel: în cadrul emisiunii de pe 8 noiembrie 2014 (prin modalitatea de exprimare, abordarea vădit tendențioasă a subiectului pus în discuție, precum și prin punerea accentului pe faptul că mai mulți membri au părăsit formațiunea invitatului în platou, moderatorul a manifestat un comportament *defavorizant* față de reprezentantul PCR, Gheorghe Anghel. Aceeași observație este valabilă și în cazul reprezentantului PR, Vasile Tarlev, invitat în aceeași emisiune de dezbateri. Replicile și comentariile moderatorului se înscriu în categoria *comportament neadecvat* față de un concurent electoral și încalcă p. 43 din Regulamentul CEC. În emisiunea de pe 10 noiembrie 2014, prin modalitatea de exprimare, întreruperea discursului invitatului și expunerea unei opinii personale față de partidul invitatului în platou, moderatorul a manifestat un comportament *defavorizant* față de reprezentantul PPP, Ilian Cașu. Alte două cazuri de tratament *defavorizant* față de un concurent electoral s-au înregistrat pe 11 și pe 12 noiembrie 2014. În emisiunea de pe 11 noiembrie, prin reproșul adus reprezentantului UCM, Dan Petrache, privind nivelul scăzut de vizibilitate a partidului, precum și prin referirea la UCM ca la o „afacere de familie”, moderatorul a manifestat un comportament neadecvat față de invitat. Aceeași observație este valabilă și în cazul candidatului independent, Oleg Brega, invitat în emisiunea de pe 12 noiembrie. Supozițiile și zvonurile pe care le-a invocat moderatorul în discuția cu invitatul se înscriu în categoria *comportament neadecvat* față de un concurent electoral și încalcă p. 43 din *Regulamentul CEC*.

De asemenea, pe data de 19 noiembrie 2014, Igor Țurcanu (PPM) și Leonid Tabără (PR), și pe data de 21 noiembrie 2014, pe Iurie Roșca (PPCD) și Vitalie Țaulean (PpNT) au beneficiat de un tratament neadecvat din partea moderatorilor dezbaterilor electorale. Comentariile, replicile și întrebările adresate participanților de către moderatori se înscriu în categoria *încălcări* ale prevederilor p. 43 din *Regulamentul CEC*. De asemenea, moderatorii dezbaterilor electorale de la Moldova 1 au avut o atitudine mai degrabă *defavorizantă* față de Dan Petrache (UCM) și Victor Șelin (BE-UV) în cadrul emisiunii de pe data de 24 noiembrie 2014, precum și față de Ruslan Popa (PCR) în emisiunea de pe 26 noiembrie.

Concluzii:

- În perioada 1 octombrie – 28 noiembrie 2014, 8 din cele 12 posturi tv monitorizate au difuzat emisiuni de dezbateri electorale;
- Cumulat, reprezentanții tuturor concurenților electorali înscriși în cursa pentru alegerile parlamentare din 30 noiembrie au fost prezenți la dezbaterile electorale televizate;

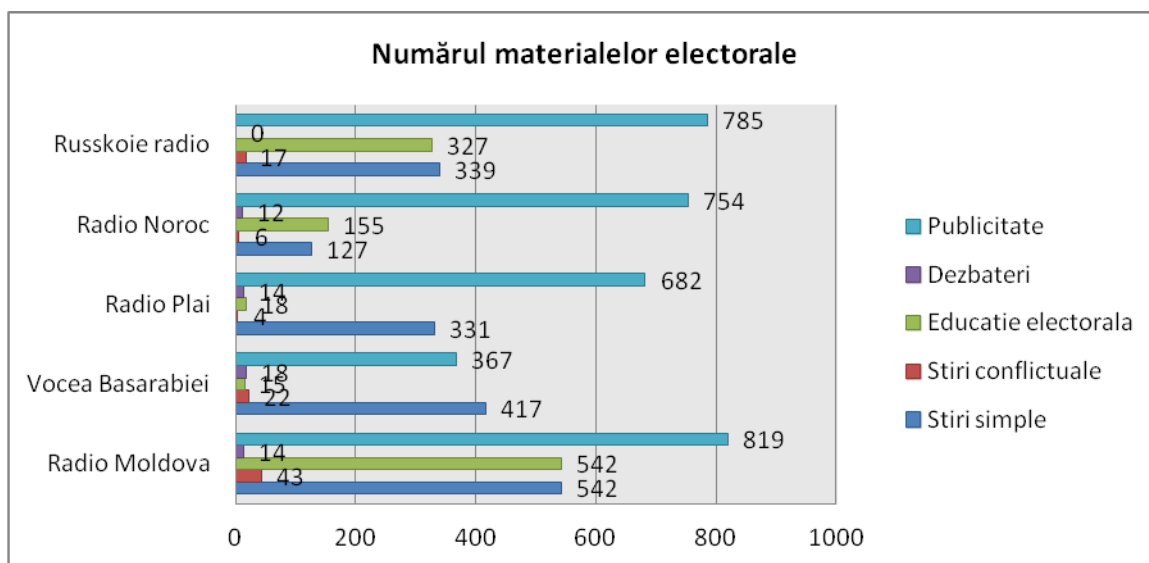
- În cele mai multe cazuri, moderatorii au avut un comportament adecvat față de concurenții electorali. Totuși, două posturi, *Moldova 1* și *Jurnal TV* au avut derogări în acest sens;
- Posturile cu acoperire națională *Canal 2* și *Canal 3* nu au organizat dezbateri electorale, încălcând atât legislația, care îi obligă să facă acest lucru, cât și Declarațiile privind politica editorială în campania electorală, aprobate de CCA, prin care s-au angajat să organizeze câte două dezbateri fiecare, în perioada 1-15 noiembrie 2014;
- Alte două posturi cu acoperire națională (*Prime TV* și *Publika TV*) au difuzat emisiunile de dezbateri electorale la ore nepotrivite (6.17, 6.20, 6.52, 10.15, 11.15, 12.15) limitând, astfel, la maximum numărul potențialilor telespectatori. Deși nu au încălcat legislația, posturile tv nici nu au utilizat adecvat dezbaterile pentru informarea corespunzătoare a electoratului;
- Deși Declarațiile privind politica editorială în campania electorală pentru alegerile parlamentare din 30 noiembrie 2014 ale *Prime TV*, *Publika TV*, *Canal 2* și *Canal 3* sunt trase la indigo, *Prime* și *Publika* au organizat mai multe dezbateri decât au indicat în Declarații, iar *Canal 2* și *Canal 3* și-au ignorat propriile angajamente. Acest lucru este cu atât mai regretabil, cu cât vorbim despre 4 posturi tv din 5 cu acoperire națională, pe care legea îi obligă să utilizeze dezbaterile electorale pentru a informa și ajuta electoratul să-și facă alegerea, într-o manieră corectă, profesionistă și echidistantă.

III. Rezultatele monitorizării posturilor de radio

3.1 Date generale radio

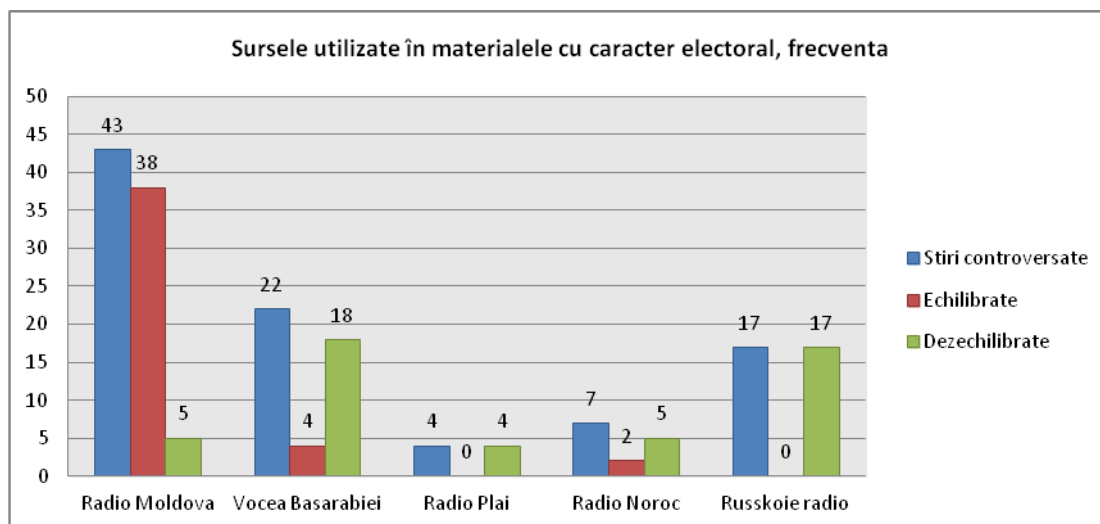
Posturile de radio monitorizate s-au implicat diferit în reflectarea campaniei electorale, unele punând accentul pe știri, materiale de educație electorală, dezbateri, iar altele - mai mult pe materiale de educație electorală și publicitate electorală. În perioada 1 octombrie – 30 noiembrie, cele 5 posturi de radio monitorizate au difuzat în total 2900 materiale relevante prezentei monitorizări, dintre care 1057 materiale de educație electorală, 1751 de știri simple și 92 știri controversate. Totodată, în perioada de referință au fost difuzate 58 de emisiuni de dezbateri electorale și publicitate electorală - 3407 apariții în total.

Cele mai active posturi au fost Radio Moldova, Russkoie radio și Vocea Basarabiei, care au difuzat atât știri, cât și materiale de educație electorală, publicitate electorală. Radio Noroc a avut cele mai puține știri, reflectând campania preponderent prin spoturi de educație electorală.

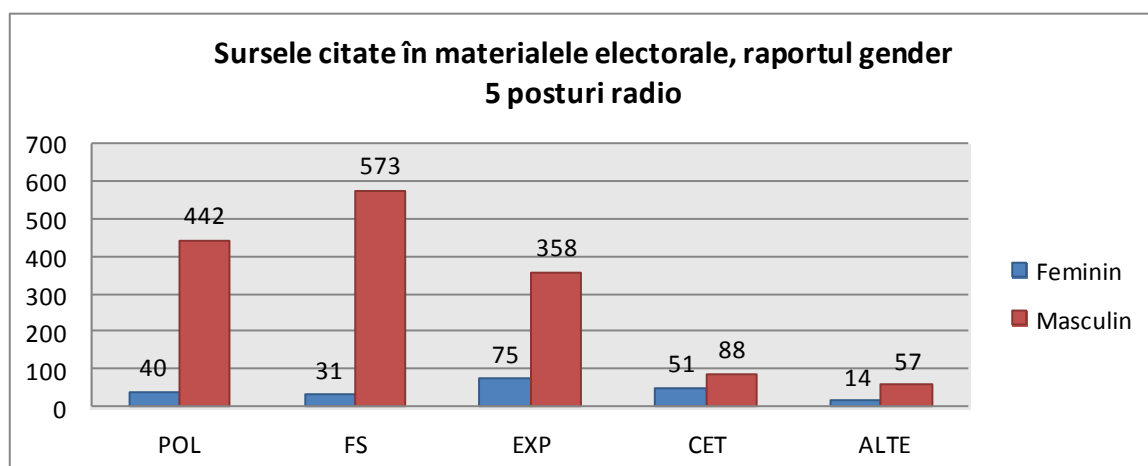


Știrile conflictuale au fost în parte echilibrate – 44 din 92, marea majoritate a materialelor echilibrate (38) revenind Radio Moldova. Absoluta majoritate a materialelor relevante – 1845 - au fost nepărtinitoare.

Sursele la care au apelat de cele mai dese ori posturile monitorizate au fost din categoria politicianilor și funcționarilor de stat. Totodată, unele posturi – Vocea Basarabiei și Radio Moldova – s-au remarcat prin asigurarea diversității surselor, citând și experți, cetățeni simpli și surse din alte categorii.



Din punctul de vedere al asigurării echilibrului gender la marea majoritate a materialelor difuzate de cele 5 posturi monitorizate a fost constatat un dezechilibru evident în favoarea persoanelor de sex masculin (88% versus 12% surse de sex feminin).



3.1.1 Radio Moldova

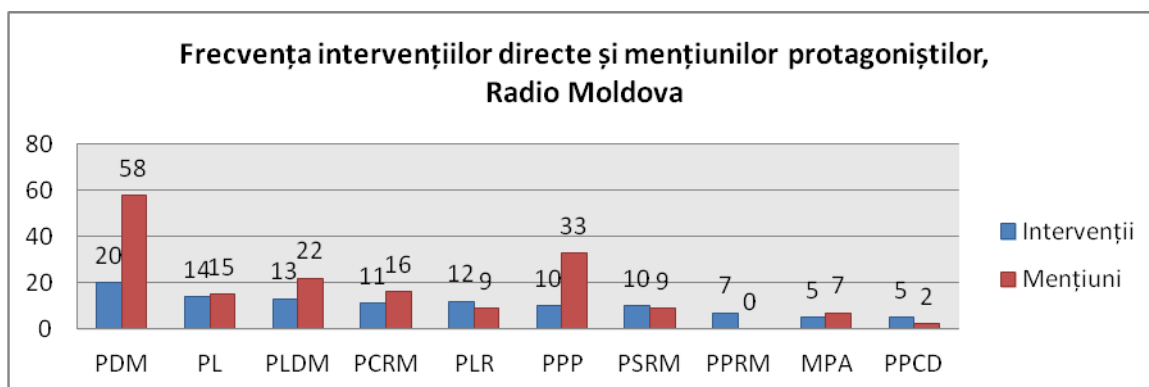
Radiodifuzorul public a difuzat în campania electorală 1122 de materiale relevante prezentei monitorizării, cu durată totală de 68615 secunde sau 19 ore. 542 din materiale au avut caracter de educație electorală. 43 de materiale au fost controversate și marea majoritate (38) au fost echilibrate, prezentând două părți din conflict. Poziția jurnalistului a fost sesizată într-un singur material.

Ca surse, Radio Moldova a dat prioritate funcționarilor de stat, la care a apelat de 218 ori (dintre care 203 bărbați). La politicieni s-a recurs de 181 ori (dintre care 160 de surse de sex masculin), la

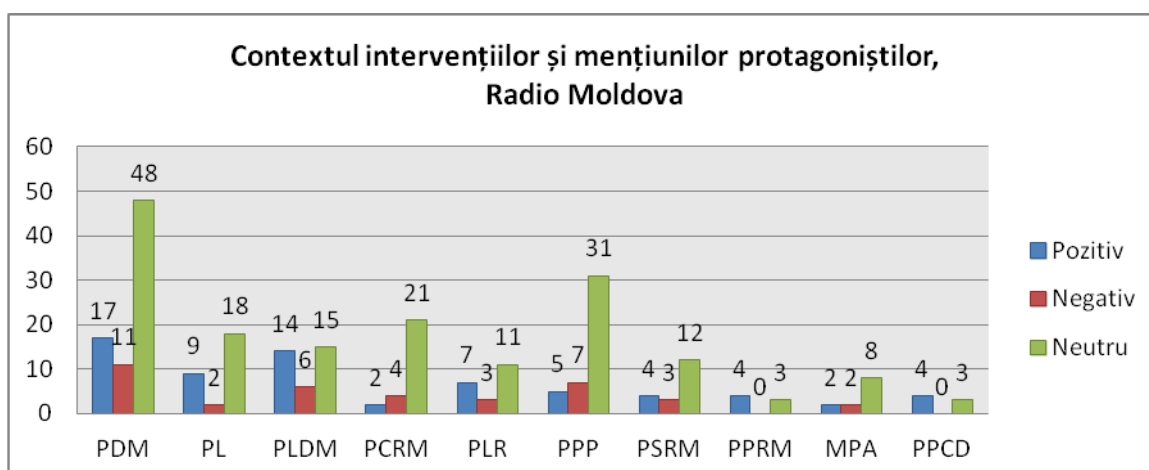
experți – de 108 ori (87 bărbați), iar la cetățeni de rând - de 62 ori (35 surse de sex masculin). La surse din alte categorii s-a apelat de 18 ori (marea majoritate – 17 - fiind bărbați).

Radiodifuzorul public a reflectat 25 de concurenți electorali, având drept protagoniști de cele mai multe ori partidele din coaliția de guvernare și opoziția parlamentară, dar și câteva partide extraparlamentare. De cel mai mare volum au beneficiat PDM și PLR care au avut intervenții directe de 726 și, respectiv, 509 secunde, urmați de PLDM, PL și PCRM cu câte 494, 446 și, respectiv, 366 secunde.

Reprezentanții PDM au avut cele mai multe intervenții directe – 20, aceștia fiind urmați de PL, PLDM, PCRM și PLR cu câte 14, 13, 11 și 11 intervenții directe. PDM a fost și cel mai des menționat protagonist, urmat de PPP și PLDM.

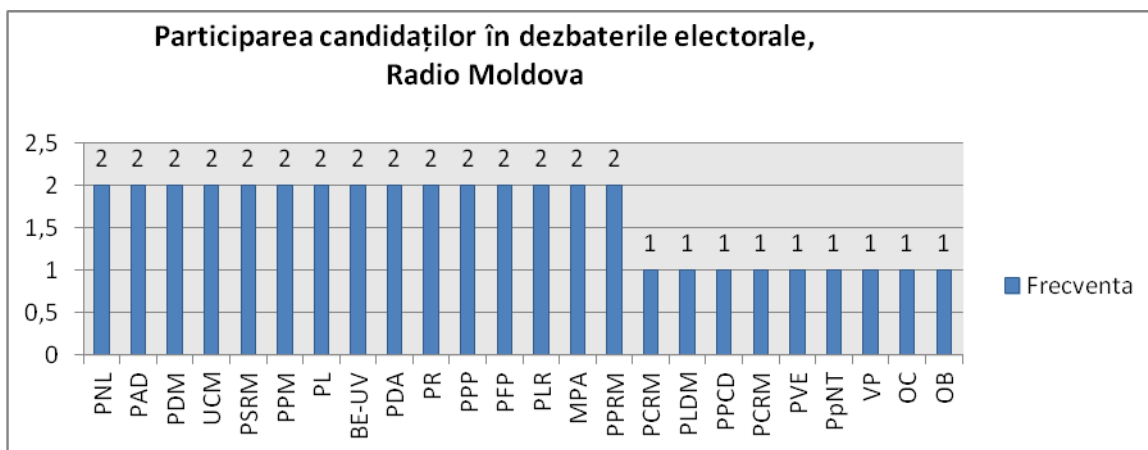


Contextul apariției protagoniștilor principali a fost preponderent neutru pentru majoritatea celor care au avut intervenții sau au fost menționați. PDM a avut cele mai multe apariții în context negativ – 17, fiind urmat de PLDM cu 14 apariții în context negativ. PLDM a avut și un număr relativ mare de mențiuni în context negativ, la fel ca și PPP.

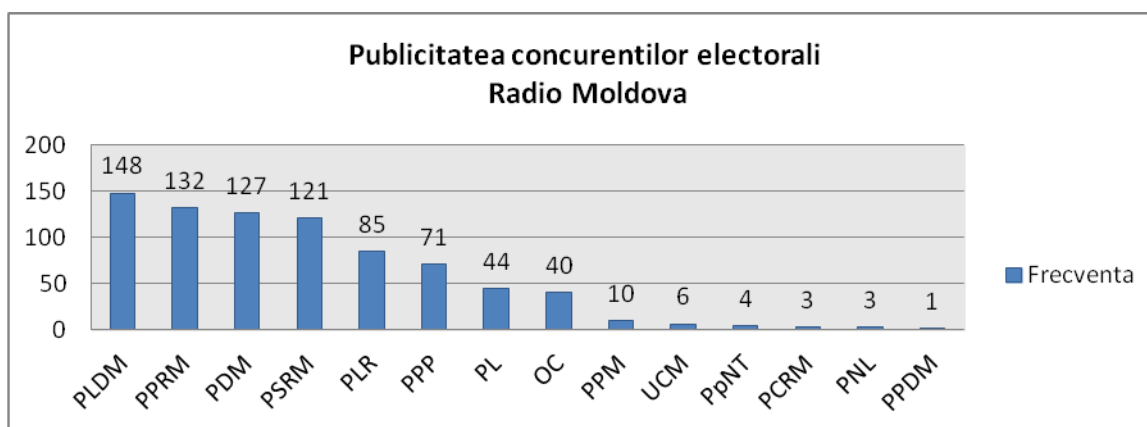


Reprezentanții Guvernului au avut 23 de intervenții directe pe parcursul a 1062 de secunde și au fost menționați de 104 ori. Contextul aparițiilor a fost preponderent neutru și pozitiv (76 și, respectiv 43 ori).

Radiodifuzorul public a pus pe post în perioada de referință 14 emisiuni de dezbateri la care au participat reprezentanți a 24 de concurenți electorali – dintre care majoritatea au fost prezenți de câte 2 ori la dezbateri, cu excepția PCRM, PLDM, PPCD, PCR, PVE, PpNT și a candidaților independenți Valeriu Pleșca, Oleg Brega și Oleg Cernei, care au participat câte o singură dată la emisiunile de dezbateri.



Radio Moldova a difuzat în perioada de raport publicitatea a 14 concurenți electorali - PLDM, PPRM, PDM, PSRM, PLR, PPP, PL, OC, PPM, UCM, PpNT, PCRM, PNL, PPDM.



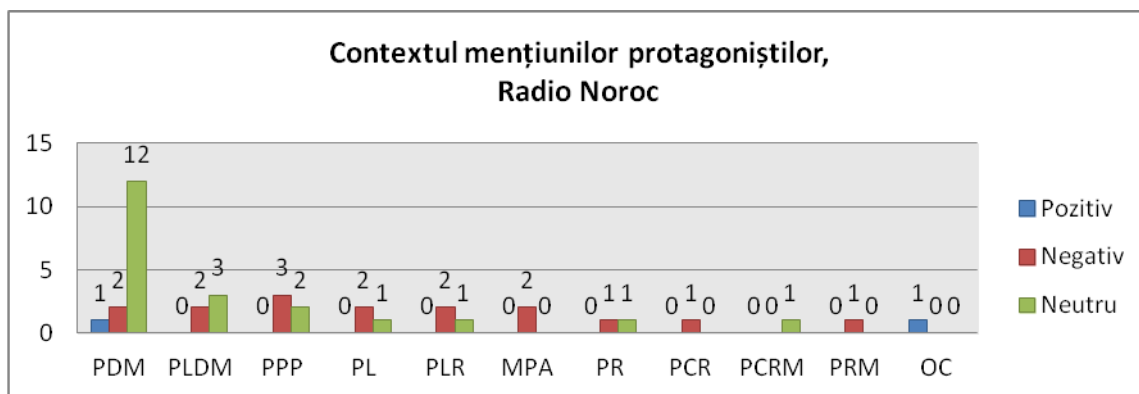
3.1.2 Radio Noroc

În perioada de raport, postul de radio cu acoperire națională Radio Noroc s-a limitat să reflecte campania electorală mai mult în spoturi de educație electorală și publicitate electorală. În total, la Radio Noroc au fost înregistrate 288 de materiale, dintre care peste jumătate – 155 - au fost de educație electorală. 127 de materiale au fost știri simple, preponderent cu caracter electoral indirect, iar 6 au avut caracter controversat. Volumul de emisie alocat subiectelor cu caracter electoral direct sau indirect a fost de 4852 secunde sau 1,34 ore.

Ca și surse, în știrile de la Radio Noroc au apărut mai mult funcționari de stat – de 69 ori (68 bărbați) și experți – 10 (toți bărbați). Politicienii au fost citați de 5 ori (toți bărbați), iar la surse din alte categorii s-a recurs de 8 ori (toate de sex masculin). De regulă, știrile s-au bazat pe comunicate de presă ale instituțiilor sau au făcut trimitere la alte media, fără a cita direct sau indirect surse însuflețite.

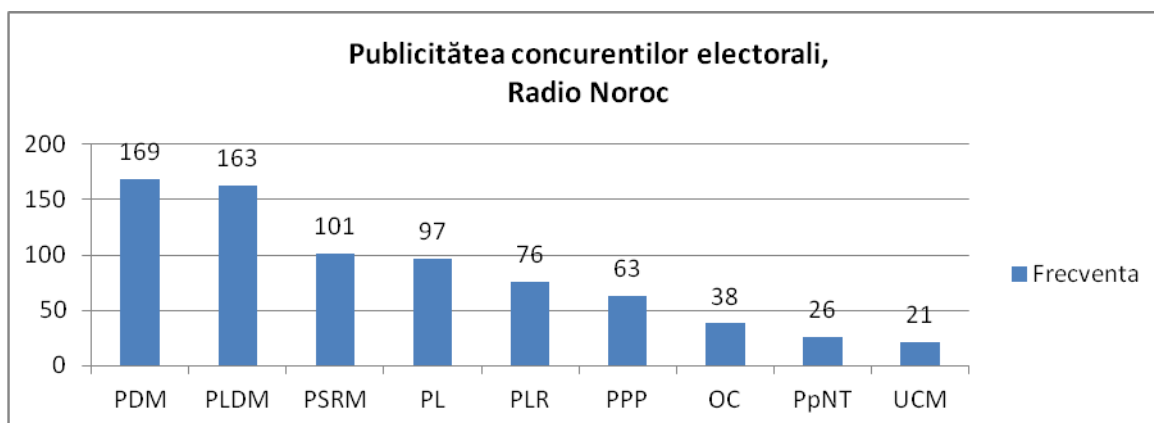
Nici un protagonist din rândul concurenților electorali nu a avut intervenții directe, doar opt din ei fiind menționați: PDM - de 15 ori în context preponderent neutru, PLDM și PPP de câte 5 ori în context neutru și negativ, PL și PLR de câte 3 ori, în context mai mult negativ. MPA și PR au avut câte 2 mențiuni, iar PCR, PCRM, PRM și candidatul independent Oleg Cernei – câte o mențiune, contextul fiind diferit.

Reprezentanții Guvernului au fost menționați de 50 de ori, marea majoritate fiind în context pozitiv – 34.



Pe întreaga durată a campaniei electorale, Radio Noroc a pus pe post 12 emisiuni de dezbateri electorale la care au participat 18 candidați – PAD, PVE, PPM, PPCD, PDM, PLDM, PFP, PLR, PCR, MPA, PNL, PDA, PPRM, PLR, PCRM și candidații independenți Oleg Cernei, Oleg Brega și Anatolie Doga, fiecare invitat beneficiind în jur de 600 secunde.

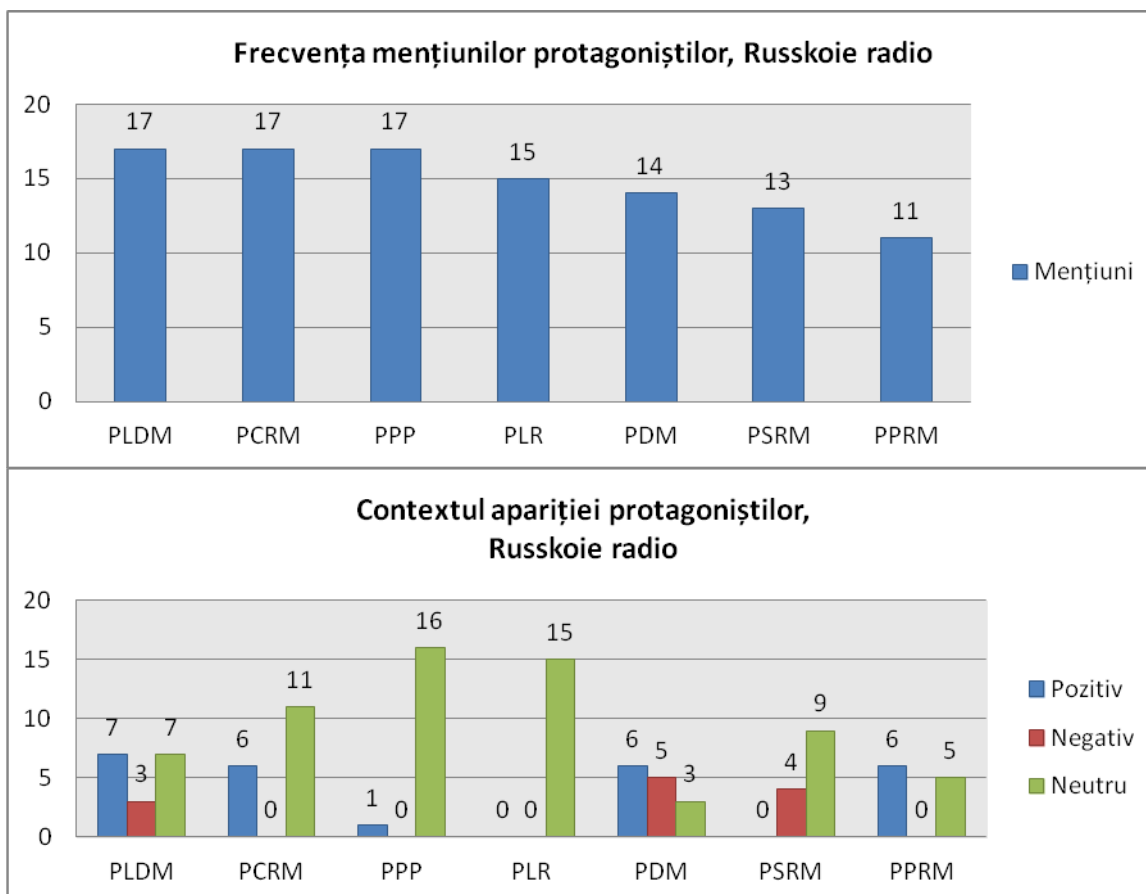
Postul de radio Noroc a difuzat în perioada de referință publicitatea electorală a 9 concurenți, în total 754 apariții.



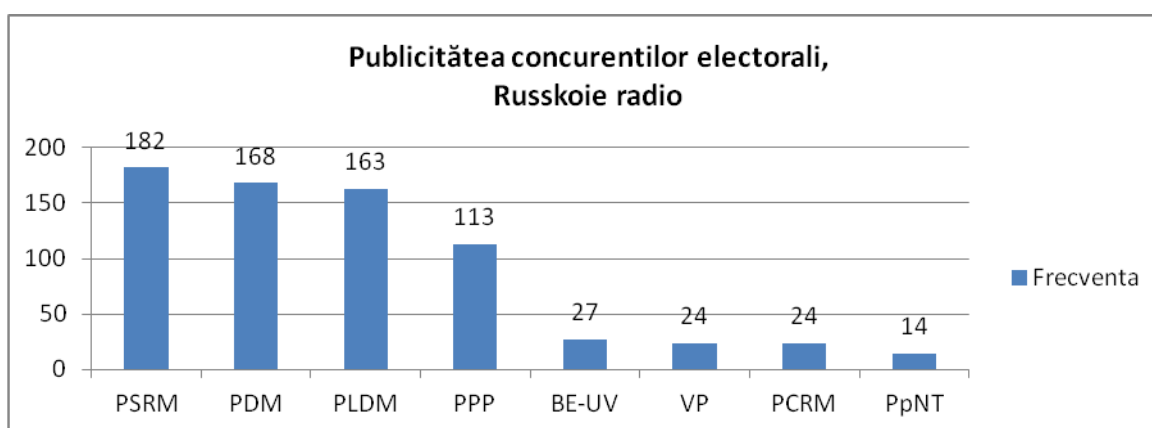
3.1.3 Russkoie radio

Radiodifuzorul regional Russkoie radio a difuzat în perioada de referință 683 de materiale relevante prezentei monitorizării, cu durată totală de 23 806 secunde sau 6,6 ore. Aproape jumătate - 327 de materiale - au fost de educație electorală, iar 339 au fost știri simple. 17 știri au abordat subiecte controversate, toate fiind dezechilibrate din punctul de vedere al prezentei ambelor tabere din conflict. Postul a eșuat la capitolul asigurării diversității de opinie, apelând de cele mai dese ori la politicieni în calitate de surse - 103, dintre care 94 au fost bărbați, și la funcționari de stat – 82 ori, dintre care 76 au fost de sex masculin.

Cei 19 actori electorali mediatizați nu au avut intervenții directe. PLDM, PCRM, PPP, PLR, PDM, PSRM și PPRM au fost menționați cel mai frecvent, aceștia fiind urmași de PL, PNL, BE-UV, PAD. Contextul aparițiilor pentru PLDM a fost și pozitiv, și negativ, pentru PCRM, PPP și PLR mai mult neutru. PDM a apărut în lumină și pozitivă, și negativă, PSRM – negativ și neutru, iar PPRM – pozitiv și neutru.



Reprezentanții Guvernului au fost menționați în știri de 68 ori, în absoluta majoritate în context pozitiv (62). În perioada de referință, Russkoie Radio a difuzat publicitatea electorală a 8 concurenți electorali - PDM, PLDM, PPP, PSRM, BE-UV, PCRM, PpNT și candidatul independent Valeriu Pleșca.

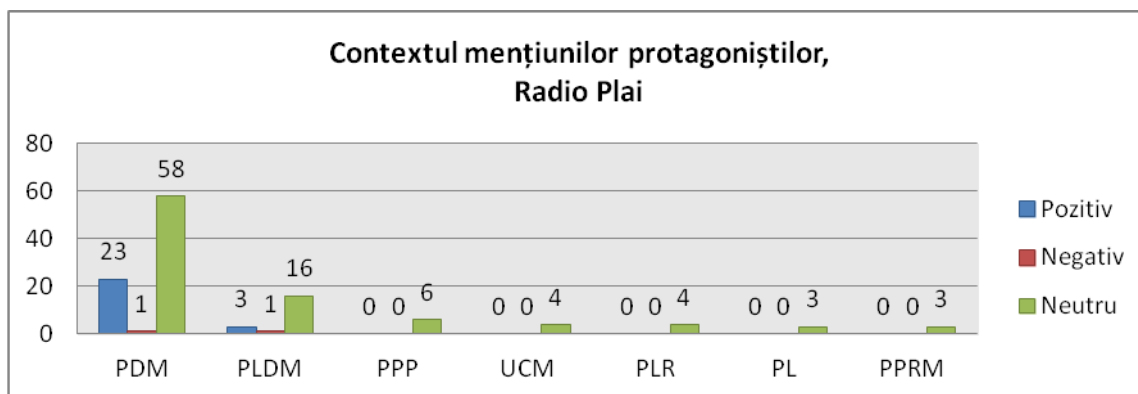


3.1.4 Radio Plai

Postul de radio cu acoperire națională Plai a difuzat în perioada de raport 353 de știri cu caracter electoral direct sau indirect, marea majoritate – simple (331), cu durata totală de 14 905 secunde sau 4,2 ore. 18 materiale au fost de educație electorală. Patru materiale au abordat subiecte controversate, toate fiind dezechilibrate, citând o singură parte din conflict. Opt din numărul total al știrilor au fost părtinitoare, fiind evidentă poziția autorului față de protagoniști.

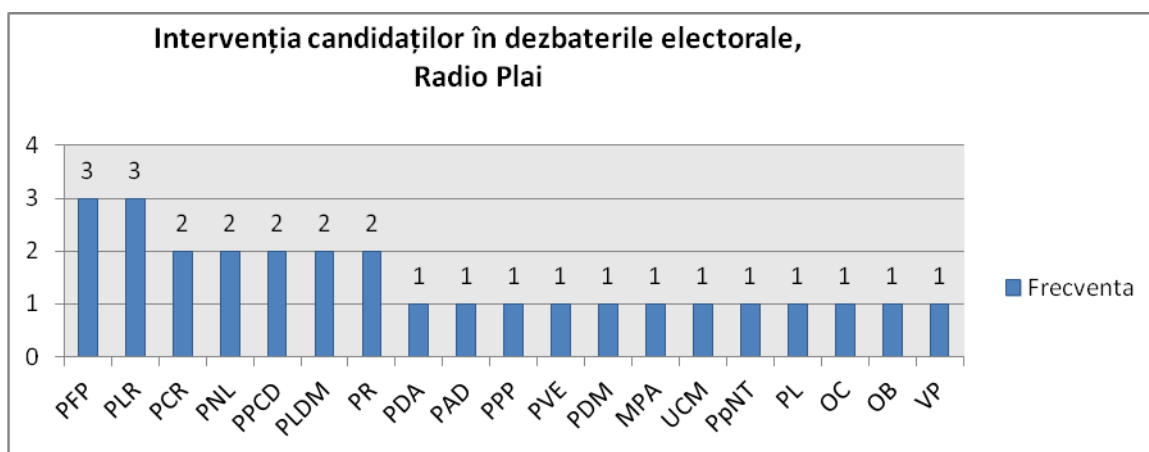
În materiale au fost citați ca surse preponderent politicieni – 107 (toți bărbați) și funcționari de stat – 59 ori (dintre care o sursă de sex feminin), dar și experți – 29 ori, dintre care 27 au fost de sex masculin. La surse din alte categorii s-a apelat o dată.

În total, Radio Plai a mediatizat 9 candidați în alegeri. Actorii politici mediatizați cel mai des în știrile de la Radio Plai au fost reprezentanții PDM (82 mențiuni, majoritatea în context neutru și pozitiv. PLDM a fost menționat de 20 de ori, preponderent în context neutru, iar ceilalți protagoniști ai fost menționați fie de 3, 4, 6 ori în diferite contexte.

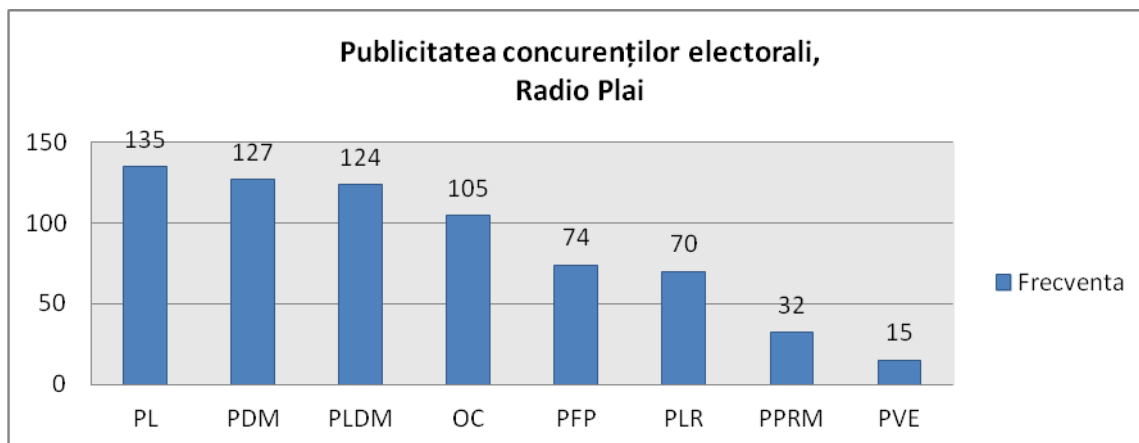


Reprezentanții Guvernului au fost menționați de 96 ori - de 45 ori în context pozitiv, 3 ori negativ și 48 ori neutru.

Postul de radio Plai a pus pe post, în perioada 1 octombrie – 30 noiembrie, 14 emisiuni electorale la care au participat reprezentanții a 19 concurenți electorali – PL, PCR, PNL, PFP, PDA, PAD, PPCD, PLDM, PLR, PR, PPP, PVE, PDM, MPA, UCM, PpNT și candidații independenți Oleg Cernei, Oleg Brega și Valeriu Pleșca. Reprezentanții PFP și PLR au fost invitați de câte 3 ori la emisiuni, ai PCR, PNL, PPCD, PLDM, PR au participat de câte 2 ori, iar ceilalți - câte o dată. De notat că deși în declarația depusă la CCA Radio Plai anunța că va organiza dezbateri, formatul emisiunilor puse pe post este caracteristic timpilor de antenă gratuite oferite candidaților, fiecare invitat având la dispoziție câte 5 minute să-și expună platformele electorale.



Radio Plai a difuzat publicitatea electorală a 9 concurenți electorali, 682 apariții în total.

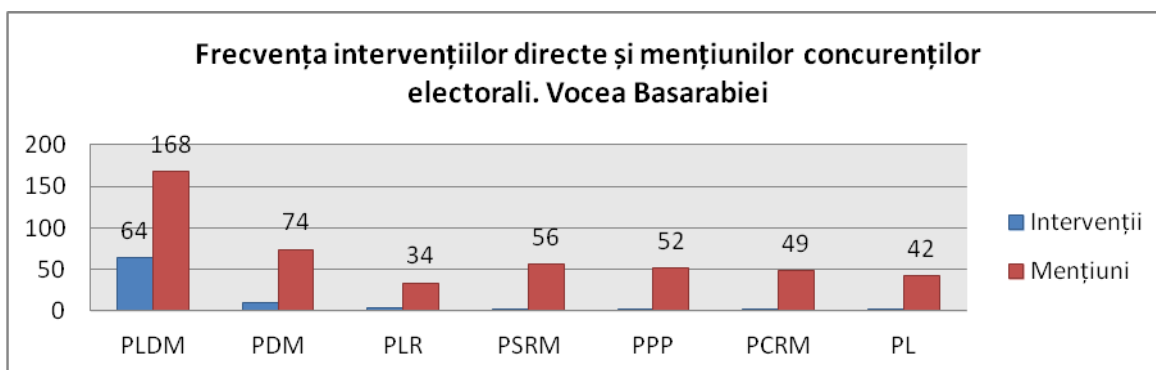


3.1.5 Vocea Basarabiei

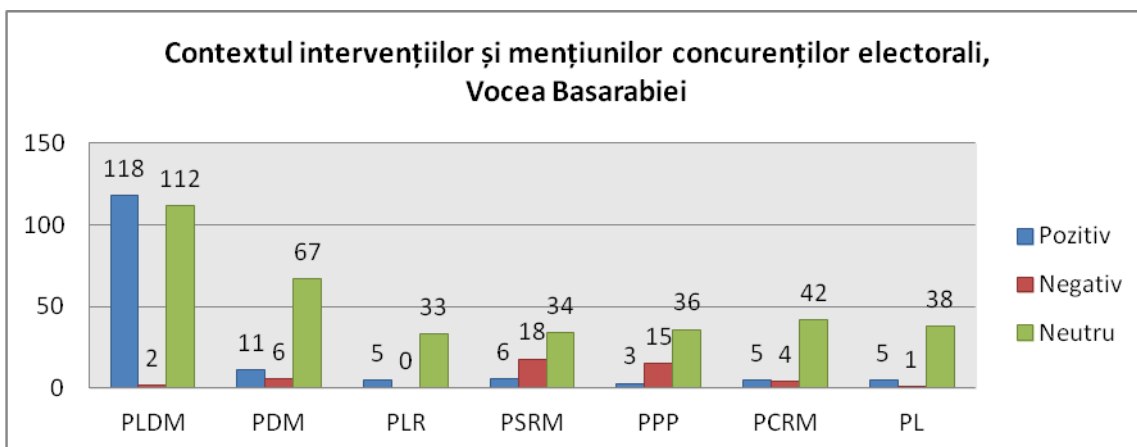
Postul de radio privat cu acoperire națională Vocea Basarabiei a difuzat în total 456 de materiale jurnalistice cu caracter electoral direct sau indirect, cu durata totală de 57 131 secunde sau 15,7 ore. Marea majoritate a știrilor – 419 - au fost simple, iar 22 au tratat subiecte controversate. Postul a avut 15 materiale de educație electorală. Marea majoritate a materialelor relevante au fost nepărtinitoare, fiind înregistrate 22 cazuri (5%) în care a fost evidentă părtinirea reporterului față de protagoniști. 18 sau 81% din materialele conflictuale au fost dezechilibrate.

La documentarea știrilor, postul de radio Vocea Basarabiei a apelat la diverse surse, marea majoritate fiind experți – 276, dintre care 225 bărbați și 51 femei. Politicienii au fost citați ca surse în 134 cazuri (125 bărbați și 9 femei), iar funcționarii de stat – în 128 cazuri (119 bărbați și 9 femei). Și cetățenilor de rând le-a fost oferit cuvânt, aceștia fiind citați de 77 ori (53 bărbați și 24 femei). Sursele din alte categorii au fost citate de 42 ori, dintre care 29 au fost de sex masculin și 13 de sex feminin.

Protagonistii la care au făcut referire știrile de la Vocea Basarabiei au reprezentat 14 candidați în alegeri, dar cele mai multe intervenții și mențiuni au revenit partidelor din arcul guvernamental și opoziția parlamentară. După frecvența intervențiilor directe și mențiunilor, pe primul loc în top se situează PLDM cu 64 intervenții directe pe parcursul a 51 minute și 168 de mențiuni, urmat de PDM cu 10 intervenții directe pe parcursul a 3,5 minute și 74 mențiuni, și PLR cu 4 intervenții cu durata de 2,4 minute și 34 mențiuni. PP, PCR, PL și PSRM au avut câte două intervenții, cu durata de 96, 54, 52 și, respectiv, 40 secunde fiecare. Cealalți concurenți – au fost doar menționați.

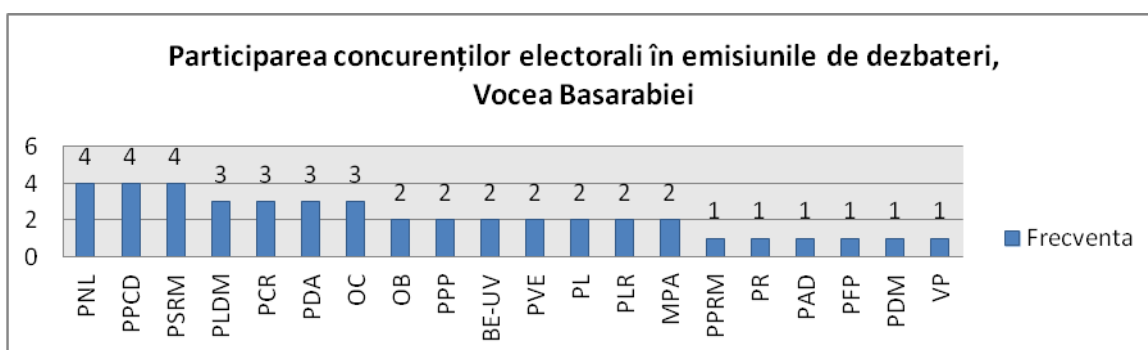


Contextul în care au apărut protagoniștii din categoria actorilor electorali a fost diferit. PLDM a fost prezentat de cele mai multe ori în context pozitiv și neutru – câte 117 și 112 cazuri respectiv. Contextul apariției și menționării PDM, PCR și PL a fost mai mult neutru, iar PPP și PSRM – mai mult negativ.

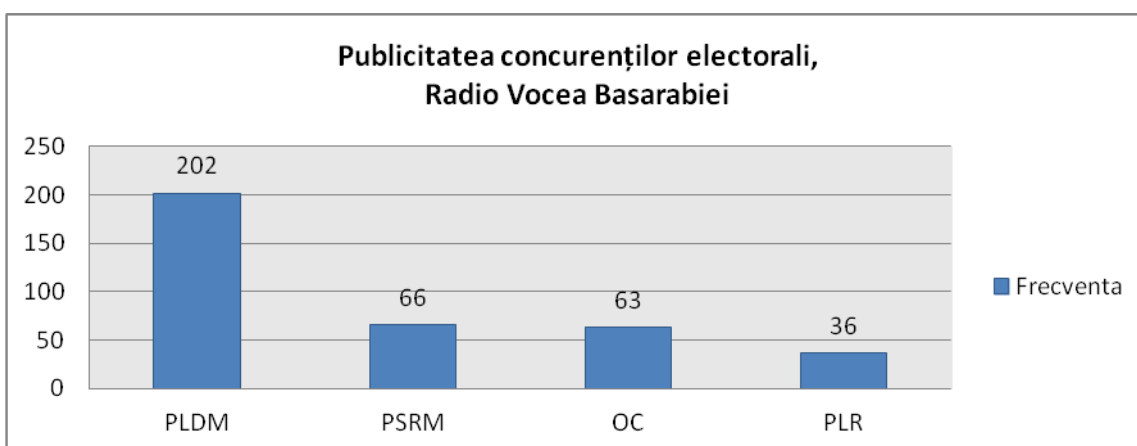


De notat că reprezentanții de rang înalt din cadrul Guvernului au fost menționați de 84 ori și au intervenit de 39 ori, dintre care 46 ori în context pozitiv, 7 negativ și 70 ori - neutru.

Postul a difuzat în perioada de referință și 18 emisiuni de dezbateri electorale la care au participat reprezentanții a 20 concurenți electorali – PNL, PPCD, PSRM de câte 4 ori, PLDM, PCR, PDA, Oleg Cernei de câte 3 ori, Oleg Brega, PPP, BE-UV, PVE, PL, PLR, MPA de câte 2 ori, iar PPRM, PR, PAD, PFP, PDM și Valeriu Pleșca – câte o dată.



În perioada de raport, Vocea Basarabiei a difuzat publicitatea electorală a 4 candidați în alegeri, cu un total de 367 apariții.



Concluzii

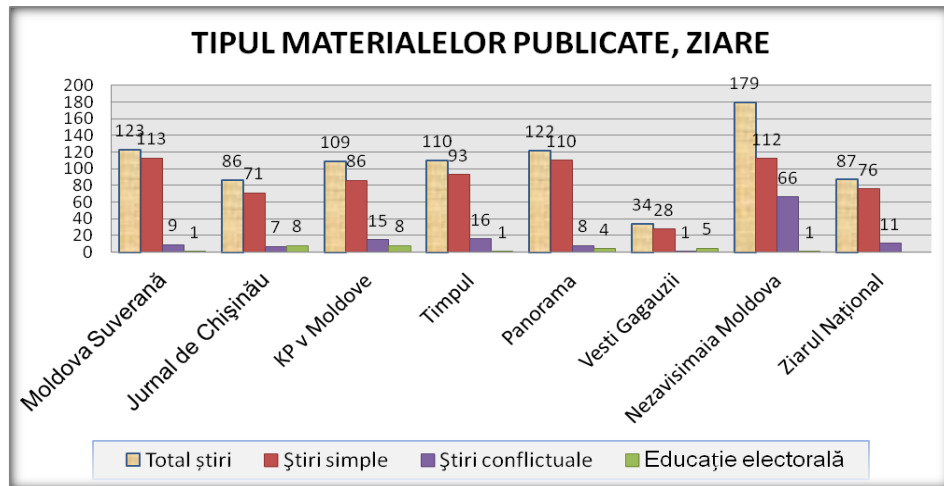
- Posturile de radio monitorizate au reflectat diferit campania electorală: unii radiodifuzori au alocat spațiu atât în buletinele de știri, cât și spoturilor de educație electorală, dar și

- dezbaterilor și publicității electorale, iar alții s-au limitat la difuzarea spoturilor de educație electorală și a publicității electorale;
- Cele mai multe și diverse știri au fost difuzate de radiodifuzorul public *Radio Moldova* (537), iar cele mai puține - de postul de radio *Noroc* (127). *Radio Moldova*, *Ruskoie radio* și *Radio Noroc* s-au evidențiat prin difuzarea unui număr mare de spoturi de educație electorală, dar și printr-un număr mare de spoturi publicitare. Totodată, posturile cu acoperire națională *Radio Noroc* și *Radio Plai* au reflectat sumar campania în știri și au organizat insuficiente dezbateri electorale, eșuând să prezinte electoratului suficientă informație despre platformele electorale ale candidaților în alegeri;
 - Posturile monitorizate au reflectat campania preponderent în știri simple, rata știrilor conflictuale fiind mică (92 sau aproximativ 17%). O mare parte a știrilor controversate au fost echilibrate (44 sau 47 %), iar poziția autorilor a fost nepărtinitoare în marea majoritate a cazurilor;
 - Majoritatea posturilor au apelat de cele mai multe ori la funcționari de stat și politicieni în știrile relevante, excepție făcând *Vocea Basarabiei* și *Radio Moldova* care au asigurat o diversitate mai mare a surselor. Totodată, din punctul de vedere al raportului gender al surselor citate se constată un dezechilibru masiv în defavoarea surselor de sex feminin (12% versus 88% surse de sex masculin);
 - Judecând după frecvența și contextul aparițiilor concurenților electorali se poate de afirmat că la *Radio Moldova*, *Radio Noroc* și *Ruskoie radio* nu s-a constatat favorizarea sau defavorizarea clară a vreunui concurent electoral. Postul de radio *Plai* a favorizat PDM prin numărul mare de mențiuni în știri (82 sau 66% din numărul total de mențiuni) preponderent în context neutru și pozitiv, iar *Vocea Basarabiei* – PLDM - prin numărul mare de intervenții directe și mențiuni ale reprezentanților PLDM (232 sau 40% din numărul total), dintre care 117 au fost în context pozitiv;
 - *Radio Moldova* și *Vocea Basarabiei* au asigurat accesul unui număr mare de concurenți electorali atât în știri, cât și în emisiunile de dezbateri, în timp ce *Ruskoie radio*, *Radio Noroc* și *Radio Plai* au oferit cuvânt unui număr limitat de concurenți.

IV. Rezultatele monitorizării ziareor

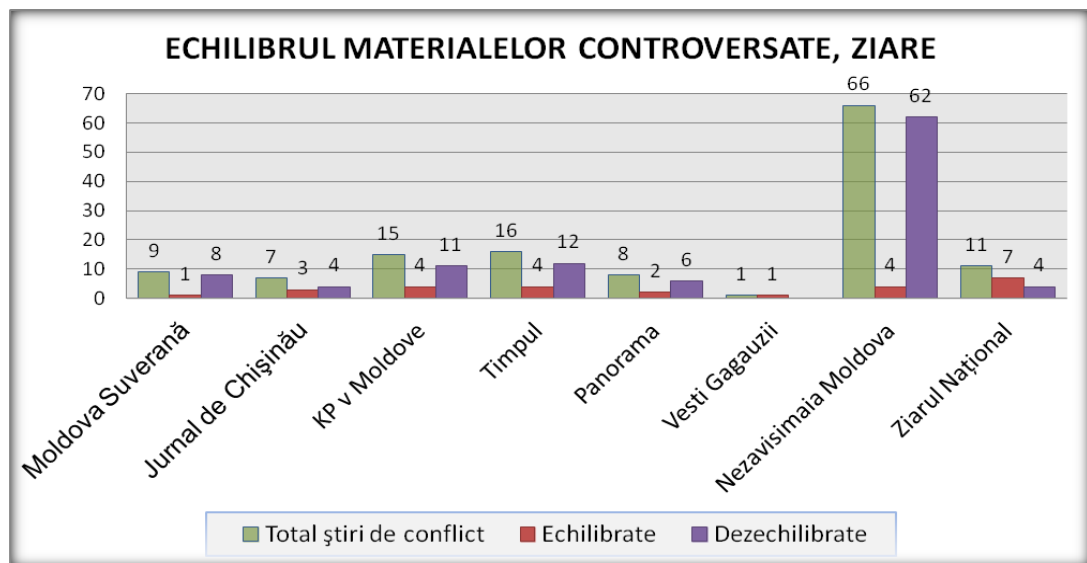
4.1 Date generale ziare

În perioada octombrie-noiembrie 2014, cele opt ziare monitorizate au publicat în total 850 de articole care au vizat direct sau indirect campania electorală, cu o suprafața de 443,938 centimetri pătrați. 689 de texte (81% din total) au fost materiale simple, 133 articole (15,7% din total) au tratat subiecte controversate și doar 28 de articole (3,3% din total) au prezentat detalii despre exercitarea dreptului la vot, fiind astfel de educație electorală. Ziarul Național nu a publicat niciun articol de educație electorală, iar *Moldova Suverană*, *Nezavisimaia Moldova* și *Timpul* – câte un articol de acest gen timp de două luni.



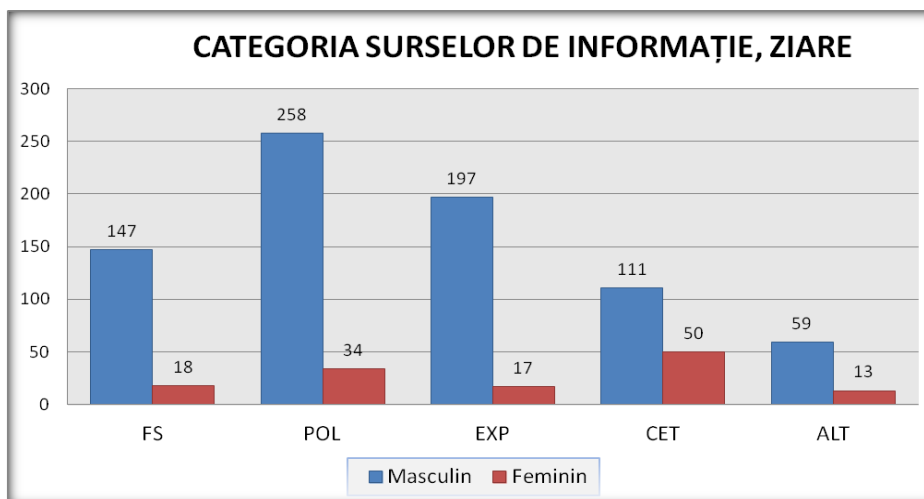
Jumătate din articolele care au abordat un conflict în contextul alegerilor parlamentare sau au lansat acuzații la adresa concurenților electorali (66 din 133), au fost publicate în ziarul *Nezavisimaia Moldova*, însă doar 4 din ele (6%) au fost relativ echilibrate, prezentând pozițiile tuturor părților implicate, celelalte 62 texte (94% din total!) au fost dezechilibrate.

Vesti Gagauzii a evitat subiectele controversate despre alegeri și a publicat, în octombrie-noiembrie 2014, un singur articol de acest fel. Doar în *Ziarul Național* numărul materialelor controversate prezentate echilibrat l-a depășit pe cel al celor dezechilibrate, pe când în celelalte ziare monitorizate majoritatea articolelor conflictuale au fost prezentate dintr-o singură perspectivă, fiind astfel dezechilibrate.

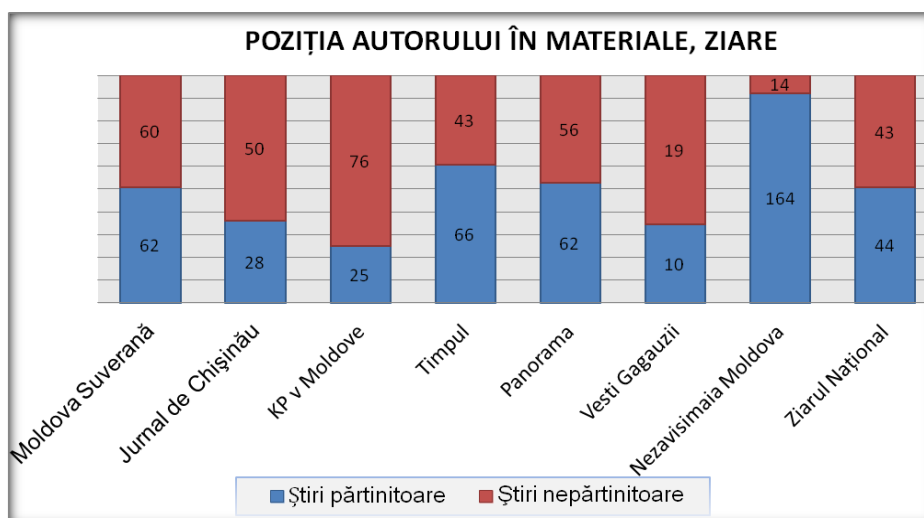


Ziarele monitorizate au apelat la surse de informație din diferite categorii, însă au dat preferință politicianilor. Astfel, din totalul de 904 surse citate de toate cele opt ziare în octombrie-noiembrie 2014, 292 (sau 32% din total) au fost politicieni, urmați de experți (24% din total), funcționari de stat și cetățenii simpli. Cel mai des cetățenii au fost citați de *Nezavisimaia Moldova*, de 62 de ori, în principal fiind vorba de reacții sau scrisori ale cititorilor care au criticat partidele de la guvernare.

Principiul egalității de gen a fost neglijat de toate ziarele monitorizate: pe toată durata monitorizării doar 14,6% din surse (132 din 904) au fost femei, iar *Vesti Gagauzii* și *Moldova Suverană* au citat, timp de două luni, doar câte 2 și, corespunzător, 3 surse de gen feminin în articolele despre campania electorală.



Mai mult de jumătate din articolele electorale publicate în această perioadă (fără materialele de educație electorală) – 461 din 822 (sau 56% din total) au fost părtinitoare, adică poziția jurnalistului a putut fi ușor percepută de cititori. Cea mai gravă situație la acest capitol s-a înregistrat în textele publicate de Nezașisimaia Moldova, care au fost părtinitoare în 92% din cazuri (164 din 178 de articole). Cel mai bun indicator în ce privește asigurarea caracterului nepărtinitor al materialelor a fost atestat în ziarul KP v Moldove (75,3% din articole au fost nepărtinitoare), urmat de Vesti Gagauzii (65,5%) și Jurnal de Chișinău (64%); au fost nepărtinitoare aproape jumătate din textele la teme electorale din Ziarul Național și Moldova Suverană.



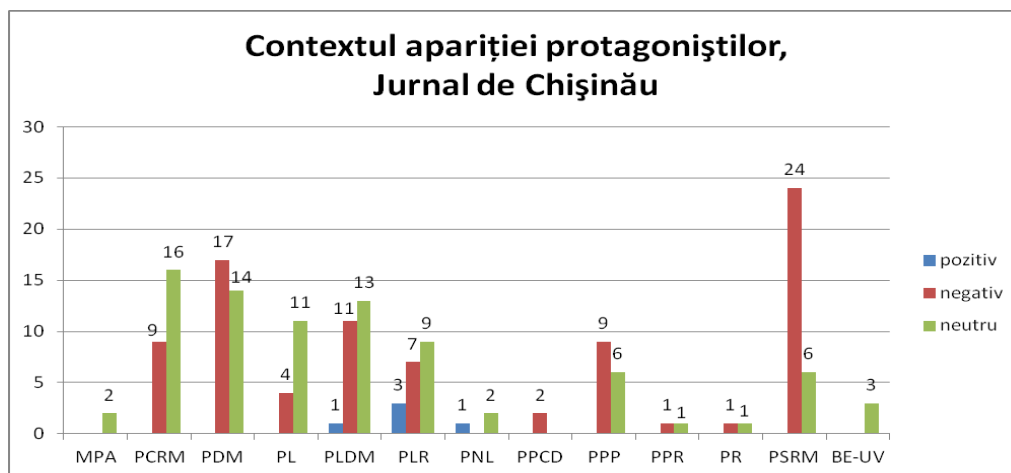
4.1.1 Jurnal de Chișinău

În cele două luni de monitorizare, în ziarul Jurnal de Chișinău au fost publicate 86 de articole care au vizat direct sau indirect campania electorală, alegerile și actorii politici concurenți, inclusiv 71 știri simple, 7 materiale despre situații de conflict și 8 materiale de educație electorală. Suprafața totală afectată materialelor electorale a fost de 43390 cm.p.

Doar 3 din cele 7 articole care au reflectat o situație de conflict au întrunit condițiile de prezentare echilibrată a pozițiilor tuturor părților, celelalte 4 au prezentat o singură parte a conflictului, fiind astfel dezechilibrate. Caracterul nepărtinitor al prezentării subiectului a fost asigurat în 64% din materiale (50 din 78 de articole relevante, fără materialele de educație electorală), celelalte 28 de texte au fost părtinitoare și/sau au lăsat să se înțeleagă care este poziția/opinia autorilor și a redacției. Pentru articolele la teme electorale, ziarul a utilizat surse de informație din diferite domenii, cu un număr aproximativ egal: 24 experți, 20 cetățeni simpli, 19 funcționari, 17 politicieni, 19 surse din

alte domenii. Principiul egalității de gen a surselor citate nu a fost respectat, 85,9% din cele 99 de surse fiind bărbați și numai 14,1% femei.

În total, 21 de concurenți electorali au fost menționați în articolele publicate de Jurnal de Chișinău în perioada octombrie-noiembrie 2014, cel mai des amintiți fiind reprezentanții PDM (31 de mențiuni), PSRM (30), PLDM (25), PCRDM (25), PLR (19) și PL (15). Nici unul dintre concurenții electorali nu a fost favorizat în mod clar. În același timp, PSRM, PDM și PPP au fost defavorizați în mod clar, prin prezentarea preponderentă în context negativ (PSRM: din cele 30 de apariții, 24 au fost în context negativ și 6 în context neutru; PDM: din 31 de apariții, 17 au fost în context negativ și 14 în context neutru; PPP: din 15 apariții, 9 au fost în context negativ și 6 în context neutru). Ceilalți concurenți electorali au fost prezentați în contexte diferite, cel mai des – în context neutru.



4.1.2 Komsomolskaia pravda v Moldove

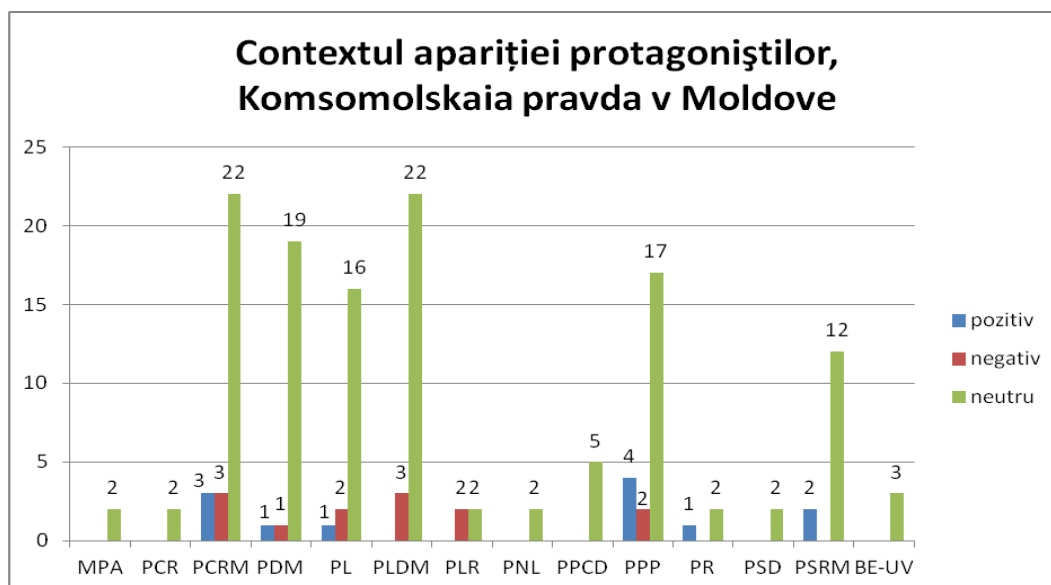
În perioada de monitorizare, Komsomolskaia pravda v Moldove a publicat 109 articole care cad sub incidența prezentei monitorizării cu o suprafață totală de 47970 cm.p. 86 de materiale (78,8% din total) au fost știri simple, 15 articole (13,8%) au abordat un subiect de conflict sau acuzații în adresa concurenților în scrutinul parlamentar, iar celelalte 8 materiale au fost de educație electorală.

Materialele care au reflectat o situație de conflict au fost, în general, dezechilibrate, deoarece au prezentat o singură parte a conflictului și nu au oferit poziția/opinia altor părți sau a celor acuzați (11 din cele 15 articole conflictuale, adică 73% din total, au fost dezechilibrate) și numai 4 texte au asigurat echilibrul părților. În două treimi din materialele jurnalistice relevante (76 din 101 articole) a fost respectat principiul prezentării nepărtinitoare a subiectului, celelalte 25 de texte au fost părtinitoare și/sau au lăsat să se înțeleagă care este poziția/opinia autorilor și a redacției.

În reflectarea campaniei electorale, Komsomolskaia pravda v Moldove a dat preferință surselor de informație din comunitatea de experți (37,9% din cele 145 de sursele citate au fost experți – 55), urmate de surse din rândul cetățenilor simpli (31), a funcționarilor de diferite nivele (29) și a politicienilor (28). Sursele citate au fost, în majoritatea covârșitoare a cazurilor, de genul masculin (83,4% din total), iar numărul femeilor solicitate de redacție în calitate de surse de informație a fost mic (24 surse feminine sau 16,6% din total), în principal fiind vorba de femei din afara politicului.

În total, 17 concurenți electorali au apărut în paginile ziarului în perioada campaniei electorale, printre cei mai mediatizați fiind PCRDM (28 de apariții), PLDM (25), PPP (23), PDM (21), PL (19) și PSRM (14). Concurentului electoral PPP i-a fost acordată cea mai mare suprafață pentru intervenții directe/citate – 909 cm.p., dublu în comparație cu următorul clasat la acest capitol – PDM. De notat, că ziarul Komsomolskaia pravda v Moldove a publicat multe articole de publicitate electorală directă sau indirectă care însă nu au fost marcate ca publicitate, fiind plasate la alte rubric comerciale.

În textele care nu au constituit publicitate, contextul prezentării concurenților electorali a fost, în general, neutru. Excepție a făcut concurentul electoral PPP, care a fost favorizat ușor, prin prezentarea mai frecventă în context pozitiv și suprafața mare afectată intervențiilor directe/citatele pentru reprezentanții acestui partid.



4.1.3 Moldova Suverană

În ziarul Moldova Suverană au fost publicate, timp de două luni, 123 de articole care au vizat, direct sau indirect, alegerile parlamentare, cu o suprafață totală de 59122 cm.p. Majoritatea covârșitoare a materialelor (113 sau 92% din total) au fost informații simple, 9 texte au mediatizat o situație de conflict sau acuzații la adresa concurenților electorali, iar un material a fost de educație electorală a cititorilor.

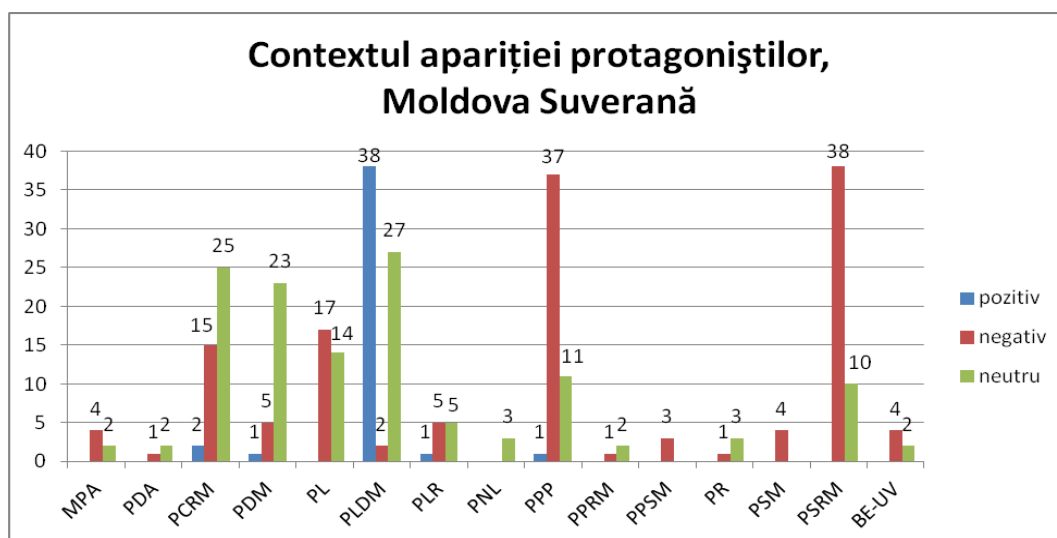
Cu o singură excepție, materialele care au reflectat o situație de conflict au fost dezechilibrate, deoarece au prezentat o singură parte a conflictului și nu au oferit poziția/opinia altor părți sau a celor acuzați (8 din cele 9 articole de acest fel au fost dezechilibrate). Mai mult de jumătate din textele relevante prezentei monitorizări (62 de articole sau 50,8% din total) au fost părtinitoare, adică opinia autorului a fost nuanțată sau a putut fi percepută ușor de cititori, în alte 60 de cazuri autorii au fost nepărtinitori față de tema sau protagoniștii materialului.

Sursele de informație pentru articolele la teme electorale au fost fie din rândul funcționarilor (26 surse), al politicienilor (24) sau experților (22), iar cetățenii simpli aproape că nu au fost citați în aceste articole (2 surse). Moldova Suverană a fost publicația cu cel mai mic grad de sensibilitate la principiul egalității de gen: din cele 85 de surse citate în articolele la teme electorale, 82 (96,5%) sunt bărbați și doar 3 femei.

În articolele publicate de ziarul Moldova Suverană în octombrie-noiembrie au fost vizați 23 dintre concurenții electorali, printre cei mai mediatizați fiind PLDM (67 de apariții), PPP (49), PSRM (48), PCRM (42), PL (31), PDM (29) și PLR (11 apariții). Concurentului electoral PLDM i-a fost oferită cea mai mare suprafață pentru intervenții directe/citate – 1195 cm.p., de 3,3 ori mai mult decât PCRM care este următorul clasat în ce privește suprafața acordată pentru citate.

Moldova Suverană a favorizat masiv concurentul electoral PLDM care a fost prezentat preponderent în context pozitiv (din cele 67 de mențiuni, 38 au fost în context pozitiv și 27 – în context neutru), oferindu-i-se și o suprafață mare pentru intervenții directe/citate. Ceilalți concurenți electorali au fost prezentați atât în context neutru, cât și negativ, excepție făcând PPP și PSRM care au fost defavorizați prin prezentarea de cele mai multe ori în context negativ (PSRM: din 48 de

mențiuni, 38 au fost în context negativ; PPP: din 49 de mențiuni, 37 au fost în context negativ). Deseori, în context negativ au mai apărut PL și PCR. M.



4.1.4 Nezașivisimaia Moldova

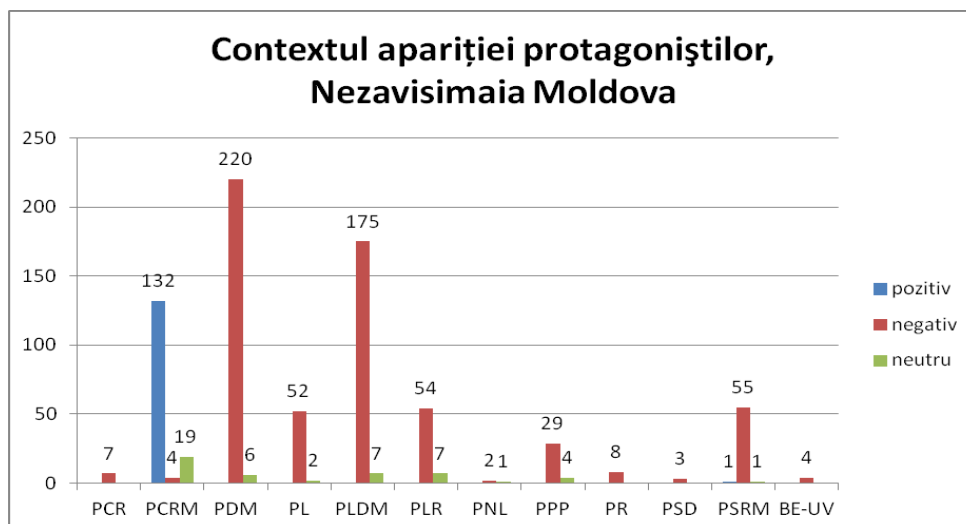
Ziarul Nezașivisimaia Moldova a publicat în cele două luni 179 de articole la teme electorale, acesta fiind cel mai mare număr de materiale dintre cele opt ziare monitorizate. Suprafață totală a textelor care au vizat direct sau indirect campania electorală a fost de 113658 cm.p. 112 articole au fost știri simple, 66 s-au referit la un subiect controversat, iar un material a fost de educație electorală a cititorilor.

Majoritatea absolută a articolelor care au abordat un conflict sau acuzații în context electoral, au fost prezentate dezechilibrat, deoarece au mediatizat părerea unei singure părți. Astfel, 93,9% din cele 66 de materiale conflictuale, adică 62 de articole, au fost dezechilibrate, și numai 4 (6,1%) au prezentat toate părțile implicate, fiind mai mult sau mai puțin echilibrate. Ziarul Nezașivisimaia Moldova a înregistrat cel mai prost rezultat în ce privește asigurarea caracterului nepărtinitor al prezentării subiectelor: 92% din articole (164 din 178) au fost părtinitoare, adică opinia autorului a fost indicată sau a putut fi ușor percepută de cititori, și numai 14 texte (8%) au fost nepărtinitoare.

Principalele surse de informație ale ziarului au fost cetățenii simpli (62 din cele 156 de surse citate sau 39,7%) sau politicienii (56 de surse sau 35,9%). Principiul egalității de gen în selectarea surselor nu a fost respectat, 85,3% din cele 156 de surse fiind de genul masculin și numai 14,7% (23 de surse) – de genul feminin.

În articolele publicate în Nezașivisimaia Moldova s-a făcut referire la 14 concurenți electorali, printre cei mai des vizați fiind PDM (226 de apariții), PLDM (182), PCR (155), urmate la distanță de PLR (61), PSRM (57), PL (54) și PPP (33 de apariții). Concurerului electoral PCR i-a fost oferită o suprafață-record de 12263 cm.p. pentru intervenții directe/citate, în timp ce alți concurenți electorali în general nu au beneficiat de spații pentru citate sau acestea au fost sumare.

Pe toată durata campaniei electorale, ziarul Nezașivisimaia Moldova a fost agentul electoral al PCR, concurent care a fost prezentat aproape exclusiv în context pozitiv (din 155 apariții, 132 în context pozitiv, plus intervenții directe ale liderilor acestui partid pe o suprafață de zeci de ori mai mare față de alți concurenți). În același timp, PDM a fost defavorizat masiv, fiind prezentat aproape de fiecare dată în context negativ (de 220 de ori din totalul de 226). Cu o intensitate mai rară au fost defavorizați PLDM, PSRM, PLR și PL, mai rar PPP, prin prezentarea frecventă în context negativ;



4.1.5 Panorama

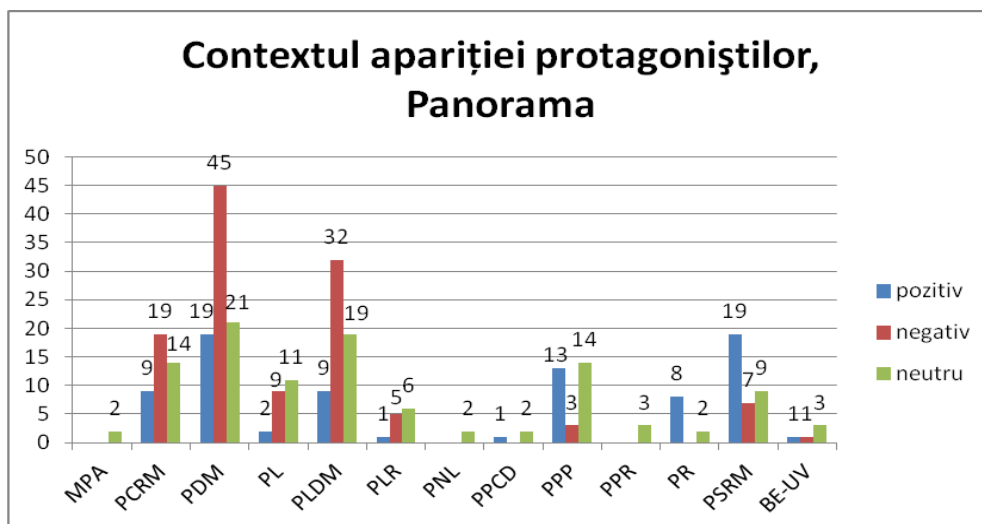
Ziarul Panorama a publicat 122 de articole care au vizat direct sau indirect campania electorală, pe o suprafață totală de 55194 cm.p. Din ele, 110 au fost știri simple, 8 au abordat un subiect de conflict sau acuzații în context electoral, iar 4 materiale au fost de educație electorală a cititorilor.

Doar 2 din cele 8 articole care au abordat un conflict sau acuzații în context electoral au fost prezentate echilibrat, cititorilor fiindu-le oferite opiniile/pozițiile tuturor părților implicate, alte 6 articole (75% din total) au fost dezechilibrate. Caracterul nepărtinitor al prezentării subiectului a fost asigurat în doar 47,5% din cele 118 articole relevante (fără materialele de educație electorală), pe când în alte 62 de texte (52,5%) opinia autorului a putut fi ușor percepută de cititori.

De cele mai multe ori, sursele de informație pentru articolele din ziarul Panorama au fost politicienii (65 din cele 140 de surse citate sau 46,4%), urmași de funcționarii de stat (34 sau 24,3%) și experții (26 sau 18,6% din totalul surselor citate), cetățenii simpli fiind aproape lipsă în calitate de surse de informație (3 cazuri). Principiul egalității de gen a surselor nu a fost respectat: din cele 140 de surse citate, 126 (90%) sunt bărbați, și numai 14 (10%) – femei.

24 dintre concurenții electorali au fost vizați în materialele publicate în ziarul Panorama pe parcursul campaniei electorale, printre cei mai vizibili fiind PDM (85 de apariții), PLDM (60), PCRM (42), PSRM (35), PPP (30), PL (22 de apariții). Concurenților electorali PPCD și PPP le-a fost oferită cea mai mare suprafață pentru intervenții directe/citate: PPCD: 1760 cm.p.; PPP: 984 cm.p., de câteva ori mai mult decât altor concurenți.

Partidele din coaliția de guvernare, în special PDM și PLDM, au fost ținta constantă a criticilor în articolele publicate în Panorama, acești concurenți electorali fiind defavorizați prin prezentarea frecventă în context negativ (PDM: din 85 de apariții, 45 au fost în context negativ; PLDM: din 60 de apariții, 32 în context negativ). A apărut deseori în context negativ și concurentul electoral PCRM. În schimb, ziarul a favorizat clar concurenții electorali PSRM și PPP care au apărut preponderent în context pozitiv și li s-au oferit spații relativ mari pentru intervenții directe (citate). De menționat că, în perioada campaniei electorale, Panorama a editat câteva ediții speciale ale ziarului cu până la 24 de pagini care au conținut exclusiv agitația electorală a PPP, iar tirajul de circa 500 mii exemplare ale acestor ediții speciale au fost distribuite gratuit. Astfel, ziarul Panorama a fost agentul electoral al PPP în alegerile parlamentare.



4.1.6 Timpul

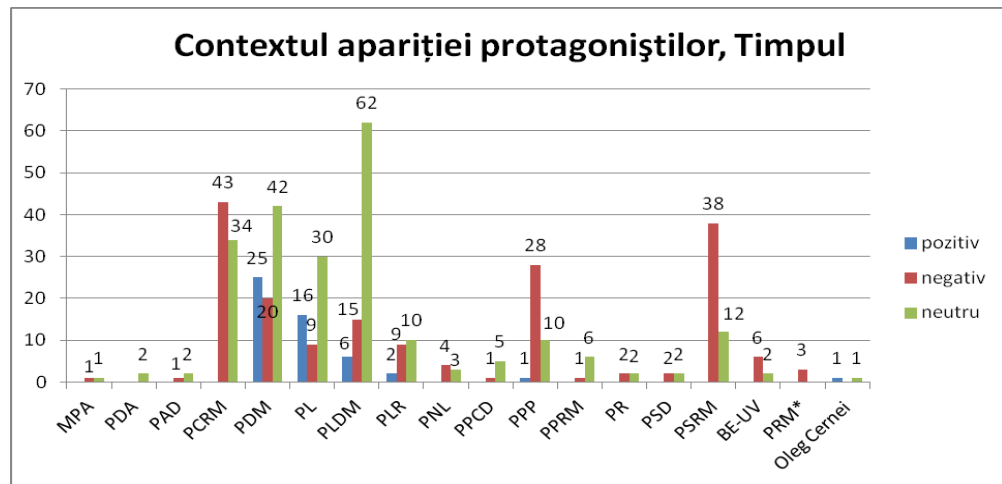
În perioada octombrie-noiembrie 2014, în ziarul Timpul au fost publicate 110 articole care au vizat direct sau indirect campania electorală, cu o suprafață totală de 56035 cm.p. Majoritatea textelor (93 sau 84,5% din total) au fost informații și știri obișnuite, 16 materiale (14,5% din total) au abordat o situație de conflict sau acuzații în context electoral, iar un articol a urmărit educația electorală a cititorilor.

Materialele cu subiecte controversate au fost, în general, dezechilibrate, adică au prezentat o singură perspectivă/opinie asupra situației create (au avut o singură sursă 12 din cele 16 articole conflictuale, sau 75%), și doar 4 materiale au oferit spațiu pentru prezentarea tuturor părților în conflict, fiind astfel mai mult sau mai puțin echilibrate. Mai mult de jumătate din textele publicate (fără articolele de educație electorale) au prezentat informația prin prisma autorului și au fost părtinitoare (66 din 109 articole sau 60,6%), și doar 43 de materiale (39,4% din total) au întrunit principiul prezentării nepărtinitoare a temei.

Sursele de informație preferate de ziarul Timpul pentru articolele la teme electorale au fost politicienii (50 de surse sau 43,1% din totalul celor 116 surse citate), mai rar au fost citați experții (24 sau 20,7 din total sursele), și mai rar – funcționarii de stat sau cetățenii simpli. Ceva mai mult de o pătrime din sursele citate de ziar în această perioadă sunt femei (31 de surse din totalul de 116 sau 26,7%), acesta fiind unul din cele mai bune rezultate la capitolul egalitate de gen dintre ziarele monitorizate.

În textele publicate, Timpul a relatat despre 25 de concurenții electorali, printre cei mai frecvent menționați fiind PDM (87 de apariții), PLDM (83), PCR (77), PL (55), PSRM (50), PPP (39), PLR (21 de apariții). Reprezentanților concurentului electoral PDM le-a fost oferită cea mai mare suprafață pentru intervenții directe/citate – 1350 cm.p., dublu față de următorul clasat la acest capitol – PL (655 cm.p.). Candidatului independent Oleg Cernei i-a fost oferită o suprafață pentru citate de 285 cm.p., egală cu suprafața oferită PLDM.

În majoritatea articolelor publicate, Timpul a defavorizat partidele de stânga care au fost prezentate preponderent în context negativ (PCR: din 77 de apariții, 43 au fost în context negativ; PSRM: din 50 de apariții, 38 în context negativ; PPP: din 39 de apariții, 28 în context negativ). În același timp, PDM a fost favorizat prin prezentare frecventă în context pozitiv și un spațiu mare pentru intervenții directe/citate. A fost ușor favorizat și concurentul electoral PL.



4.1.7 Vesti Gagauzii

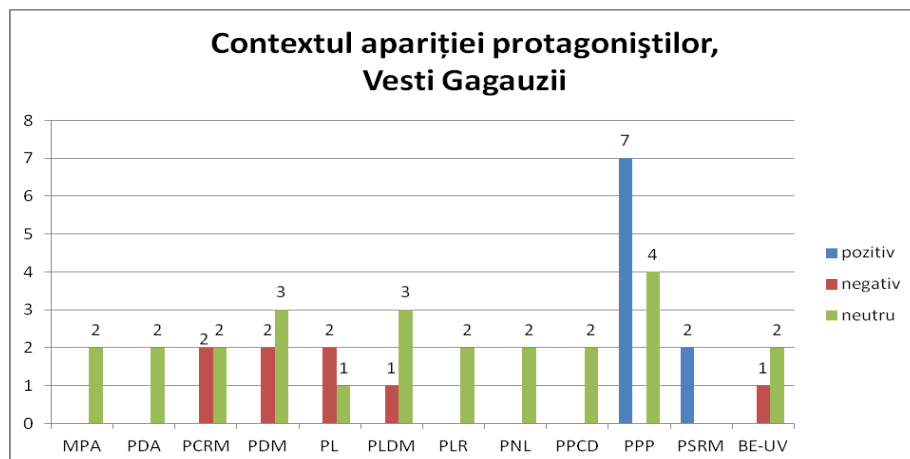
Publicația Adunării Populare din autonomia găgăuză Vesti Gagauzii s-a implicat foarte puțin în mediatizarea campaniei electorale pentru alegerile parlamentare, publicând un număr redus de articole la această temă, doar 34 timp de două luni, cu suprafață totală de 14357 cm.p. 28 de articole (82,3% din total) au fost știri simple, un articol a abordat o situație de conflict, iar celelalte 5 au fost din categoria materialelor de educație electorală.

Singurul articol care a abordat o situație de conflict a fost echilibrat, adică a prezentat opiniile/pozițiile tuturor părților implicate. Două treimi din materialele relevante (fără textele de educație electorală) au fost nepărtinitoare, adică opinia autorului nu a fost nuanțată (19 din cele 29 de articole sau 65,5%), pe când în alte 10 articole (34,5%) poziția autorului a putut fi ușor percepută de cititori, adică articolele au fost părtinitoare.

În calitate de surse de informație pentru articolele la teme electorale au fost solicitați în special funcționarii de stat (13 surse sau 39,4% din cele 33 de surse citate), mai rar experții (7 sau 21,2%), politicienii (6 sau 18,2% din total), și mai rar cetățenii simpli. Principiul egalității de gen a fost neglijat în totalitate de Vesti Gagauzii: din cele 33 de surse citate, 31 (94%) sunt bărbați și numai 2 femei (6%).

Ziarul Vesti Gagauzii s-a referit la 19 dintre concurenții electorali, cei mai mediatizați fiind PPP (11 apariții), PDM (5), PLDM și PCRM (câte 4), PL și BE-UV (câte 3 apariții). Concurentului electoral PPP i-a fost oferită cea mai mare suprafață pentru apariții directe/citate – 387 cm.p., pe când alți concurenți electorali în general nu au beneficiat de spații pentru citate. PPP a fost partidul care a plasat constant publicitate electorală în Vesti Gagauzii.

Majoritatea concurenților electorali au fost prezentați de ziar în context neutru. În același timp, concurentul electoral PPP a fost favorizat prin prezentarea frecventă în context pozitiv și un spațiu relativ mare pentru intervenții directe/citate. A fost favorizat și concurentul electoral PSRM care a fost menționat rar, însă doar în context pozitiv.



4.1.8 Ziarul Național

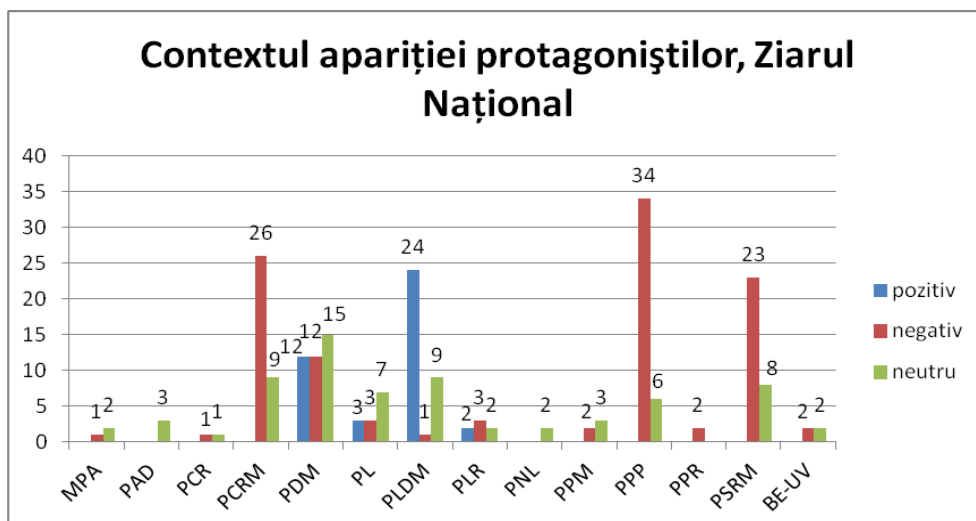
În perioada octombrie-noiembrie 2014, Ziarul Național a publicat 87 de articole care au vizat direct sau indirect campania electorală, cu o suprafață totală de 54212 cm.p. 76 de materiale (87,4% din total) au fost informații obișnuite, iar celelalte 11 (12,6%) s-au referit la o situație de conflict sau la acuzații în context electoral. Ziarul Național a fost singurul din cele 8 ziare monitorizate care nu a publicat nici un material de educație electorală a cititorilor.

Majoritatea articolelor care au abordat un conflict/acuzații în context electoral au fost echilibrate, adică au prezentat opiniile/pozițiile tuturor celor implicați (7 din cele 11 materiale sau 63,6% din total), însă 4 articole de acest gen (36,4% din total) au fost scrise dintr-o singură sursă, fiind astfel dezechilibrate. Caracterul nepărtinitor al relatării subiectului a fost asigurat în jumătate din materialele jurnalistice (în 43 din 87 de articole), celelalte 44 au fost articole de opinie sau părerea autorului vizavi de tema abordată a putut fi ușor remarcată de cititori.

În calitate de surse de informație pentru articolele la teme electorale, ziarul a dat preferință politicienilor (46 din cele 130 de surse citate, 35,4% din total) și experților (38 surse citate, 29,3% din total), mai rar au fost solicitați funcționarii și cetățenii simpli. Principiul egalității de gen a fost, în mare parte, neglijat, majoritatea absolută a surselor (109 sau 83,8% din total) fiind de genul masculin și doar 21 surse (16,2%) – de genul feminin.

În perioada de monitorizare, Ziarul Național s-a referit la 18 concurenți electorali, printre cei mai mediatizați fiind PPP (40 de apariții), PDM (39), PCRM (35), PLDM (34), PSRM (31), PL (13 apariții). Concurentului electoral PLDM i-a fost oferită cea mai mare suprafață pentru intervenții directe/citate – 819 cm.p., de 2,4 ori mai mult decât următorului clasat la acest capitol – PDM (342 cm.p.).

Concurentul electoral PLDM a fost favorizat de Ziarul Național prin prezentarea masivă în context pozitiv (din 34 de apariții, 24 au fost în context pozitiv) și o suprafață mare pentru intervenții directe/citate. PDM a apărut în ziar în context diferit, mai des neutru (15 apariții), dar și pozitiv sau negativ (câte 12 apariții). În același timp, concurenții electorali PPP, PCRM și PSRM au fost defavorizați prin prezentarea masivă în context negativ (PPP: din 40 de apariții, 34 în context negativ; PCRM: din 35 de apariții, 26 în context negativ; PSRM: din 31 de apariții, 23 în context negativ).



Concluzii:

- Ziarele monitorizate au publicat în cele două luni de monitorizare 850 de articole care au vizat direct sau indirect alegerile parlamentare. Cele mai multe materiale relevante au apărut în *Nezavisimaia Moldova* (179), *Moldova Suverană* (123), *Panorama* (122), *Timpul* (110) și *Komsomolskaia pravda v Moldove* (109), iar cele mai puține – în *Vesti Gagauzii* (34);
- 81% din articole au fost din categoria știrilor obișnuite (689 din total), iar 133 au abordat un subiect controversat în context electoral. Jumătate din articolele care au relatat despre un conflict/acuzații în context electoral au fost publicate în *Nezavisimaia Moldova*;
- Ziarele aproape că nu s-au ocupat de educația electorală a cititorilor săi. Astfel, timp de două luni, în cele 8 ziare monitorizate au fost publicate doar 28 articole de acest gen, cele mai multe – în *Jurnal de Chișinău* și *KP v Moldove* (câte 8), iar în *Ziarul Național* nu a fost publicat nici un material de educație electorală;
- Principiul deontologic al prezentării echilibrate a tuturor părților implicate în conflict a fost respectat în doar 20% din articolele de acest fel. O situație foarte gravă a fost înregistrată în cazul ziarului *Nezavisimaia Moldova* care a prezentat dezechilibrat 62 din cele 66 subiecte controversate;
- Numai 44% din articolele la teme electorale au fost nepărtinitoare, celelalte au relatat despre alegeri și concurenții electorali prin prisma autorului și opinia acestuia a fost evidentă. Au fost părtinitoare 92% (!) din articolele la tema alegerilor publicate în *Nezavisimaia Moldova*, 61% din articolele publicate în *Timpul*, 53% din articolele publicate în *Panorama*, 51% din articolele publicate în *Moldova Suverană* și *Ziarul Național*;
- Ziarele au citat surse din diferite categorii, mai des politicieni, dar și experți, funcționari de stat sau cetățeni. Cel mai des cetățenii au fost citați de *Nezavisimaia Moldova*, de 62 de ori, în principal fiind vorba de reacții sau scrisori ale cititorilor care au criticat partidele de la guvernare;
- Principiul egalității de gen a fost în mare parte neglijat de ziarele monitorizate, doar 14,6% din sursele citate (132 din 904) fiind femei;
- După numărul aparițiilor și a mențiunilor concurenților electorali în articole, suprafața afectată acestora și contextul prezentării, se poate afirma că ziarul *Moldova Suverană* a favorizat masiv concurenții electorali PLDM care a fost prezentat preponderent în context pozitiv (din cele 67 de mențiuni, 38 au fost în context pozitiv și 27 – în context neutru), oferindu-i-se și o suprafață mare pentru intervenții directe/citate. Ceilalți concurenți electorali au fost prezentați atât în context neutru, cât și negativ, excepție făcând PPP și

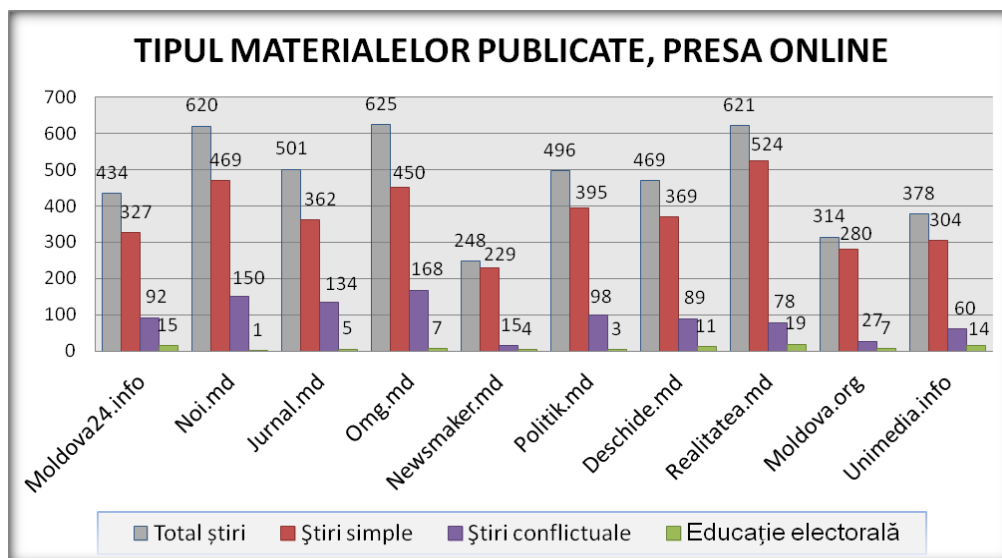
- PSRM care au fost defavorizați prin prezentarea de cele mai multe ori în context negativ. Deseori, în context negativ au mai apărut PL și PCRМ.
- *Timpul* a favorizat concurentul electoral PDM care a avut cea mai mare pondere a aparițiilor în context pozitiv și o suprafață mare pentru intervenții directe/citate, a fost ușor favorizat și concurentul electoral PL. Concurenții electorali PCRМ, PSRM și PPP, dimpotrivă, au avut cele mai multe apariții în context negativ, fiind astfel defavorizați;
 - *Panorama* a favorizat clar concurenții electorali PSRM și PPP care au apărut preponderent în context pozitiv și li s-a oferit spații relativ mari pentru intervenții directe (citate). În perioada campaniei electorale, Panorama a editat câteva ediții speciale ale ziarului cu până la 24 de pagini care au conținut exclusiv agitația electorală a PPP, iar tirajul de circa 500 mii exemplare ale acestor ediții speciale a fost distribuit gratuit. Astfel, ziarul Panorama a fost agentul electoral al PPP în alegerile parlamentare. Totodată, PDM și PLDM au fost defavorizate masiv, prin prezentarea frecventă în context negativ, a apărut deseori în context negativ și concurentul electoral PCRМ;
 - *Nezavisimaia Moldova* a fost agentul electoral al PCRМ, concurent care a fost prezentat aproape exclusiv în context pozitiv (din 155 apariții, 132 în context pozitiv, plus intervenții directe ale liderilor acestui partid pe o suprafață de zeci de ori mai mare față de alți concurenți). În același timp, PDM a fost defavorizat masiv, fiind prezentat aproape de fiecare dată în context negativ (de 220 de ori din totalul de 226). Cu o intensitate mai rară au fost defavorizați PLDM, PSRM, PLR și PL, mai rar PPP, prin prezentarea frecventă în context negativ;
 - *Ziarul Național* a favorizat PLDM, pe care l-a prezentat doar în context pozitiv sau neutru. PPP, PCRМ și PSRM, dimpotrivă, au fost defavorizați prin prezentarea frecventă în context negativ;
 - *Jurnal de Chișinău* nu a favorizat vreun concurent electoral, iar PSRM a fost defavorizat prin prezentarea frecventă în context negativ, mai rar PDM și PPP;
 - *Komsomolskaia pravda v Moldove* a favorizat ușor PPP, care a fost prezentat mai des decât alți concurenți electorali în context pozitiv, iar suprafața afectată intervențiilor directe/citatelor pentru reprezentanții acestui partid a fost mult mai mare decât în cazul altora;
 - *Vesti Gagauzii* a publicat foarte puține articole la teme electorale, fără a defavoriza vreun concurent electoral. Totodată, s-a remarcat favorizarea concurentului electoral PPP și favorizarea ușoară a PSRM.

V. Rezultatele monitorizării portalurilor online

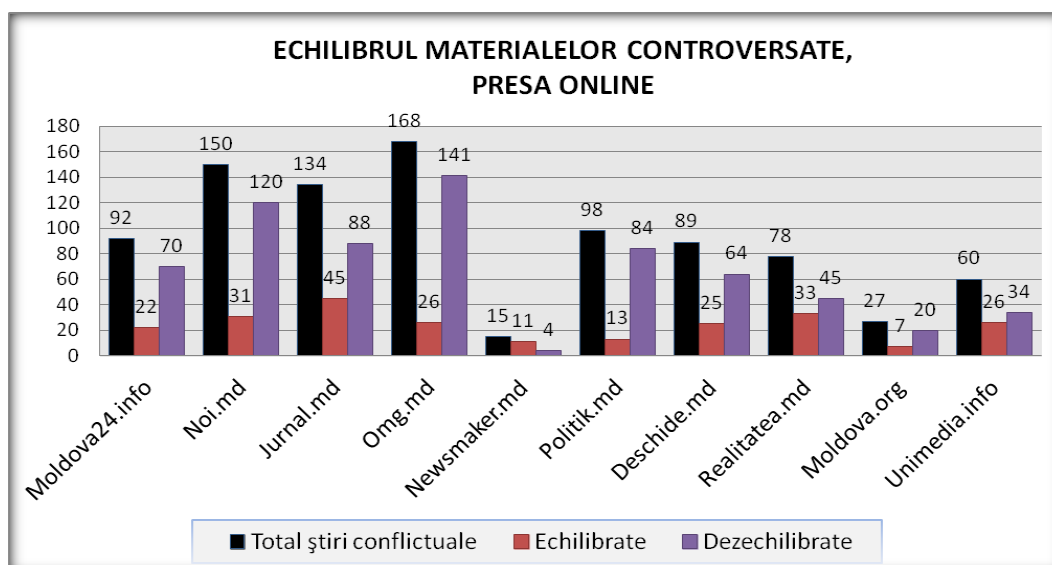
5.1 Date generale portaluri online

În perioada 1 octombrie – 30 noiembrie 2014, cele 10 portaluri online monitorizate au publicat în total 4706 materiale cu caracter electoral direct sau indirect, cu un spațiu total de 8,646,608 de caractere. Portalurile cu cele mai multe știri electorale au fost Omg.md (625), Realitatea.md (621), Noi.md (620), Jurnal.md (501), Politik.md (496) și Deschide.md (469), cu cele mai puține – Newsmaker.md (248). În total, 3709 texte (sau 79% din total) au fost din categoria știrilor simple, iar 911 (19%) au tratat subiecte controversate.

Numărul materialelor de educație electorală în presa online a fost foarte mic – 86 (2% din total), o mare parte fiind publicate în ultima săptămână de campanie electorală. Cele mai multe materiale de educație electorală au fost publicate de Realitatea.md (19), Moldova24.info (15) și Unimedia.info (14); Noi.md a publicat, timp de două luni, un singur material de educație electorală, Politik.md – 3, Newsmaker.md – 4, iar Jurnal.md – 5 texte din această categorie.

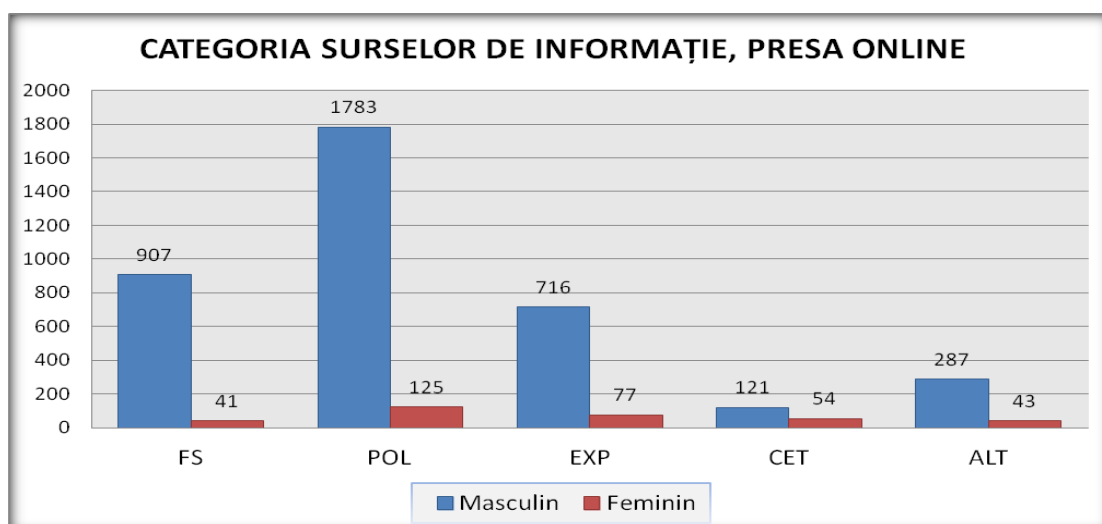


Doar 27% din știrile care au mediatizat o situație de conflict sau anumite acuzații în context electoral, au fost prezentate profesionist, prin citarea tuturor părților în conflict. Portalul cu cel mai bun indicator al echilibrului materialelor controversate a fost Newsmaker.md (73,3% din materiale de acest fel au prezentat opiniile/pozițiile tuturor părților implicate), iar cea mai gravă situație la acest capitol a fost înregistrată la Politik.md (13,4%; au fost prezentate echilibrat doar 13 din cele 98 de articole cu subiecte de conflict) și Omg.md (au fost echilibrate numai 26 din 168 de texte, sau 15,6%).



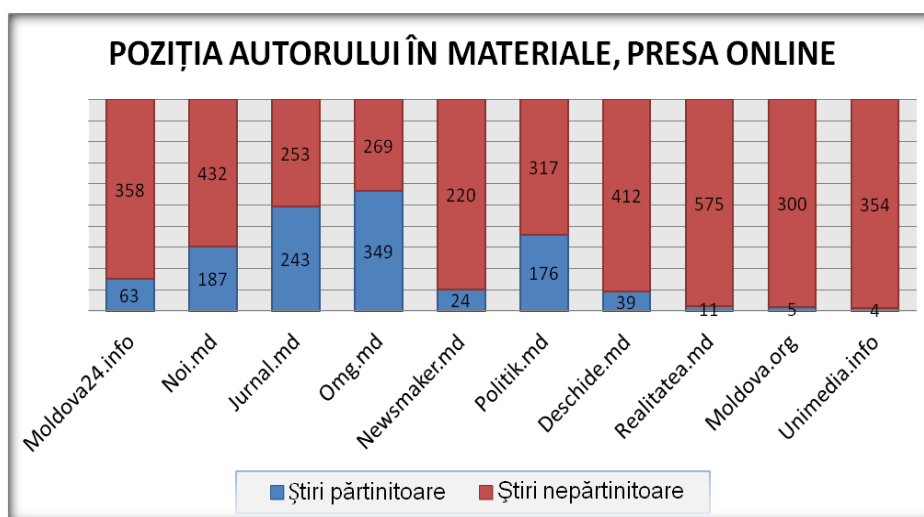
În majoritatea absolută a cazurilor, sursele de informație ale portalurilor online au fost politicienii și funcționarii de stat de genul masculin. Astfel, din totalul de 4154 de surse citate, 1908 (sau 46%) au fost politicieni (1783 de bărbați și 125 femei), iar 948 (23%) – funcționari (907 bărbați și 41 femei). În perioada de referință portalurile online au mai solicitat opinia unor experți (793 citate), iar cetățenii au fost citați de numai 175 de ori.

Ponderea femeilor ca surse de informație a fost nesemnificativă, știrile fiind puternic dezechilibrate din punctul de vedere al raportului gender. Astfel, (91,8%!) din totalul surselor citate sunt de sex masculin și doar 8,2% - de gen feminin. Cele mai multe surse feminine au fost citate de Jurnal.md (78), iar cele mai puține – de Moldova.org (10) și Newsmaker.md (13).



76% din toate articolele electorale, publicate de cele 10 portaluri în octombrie-noiembrie 2014, (fără materialele de educație electorală) au fost prezentate nepărtinitor, în timp ce 24% au fost părtinitoare, adică a fost evidentă poziția autorului față de protagoniștii materialelor.

Unimedia.info și Moldova.org sunt portalurile care în perioada monitorizării au prezentat aproape toate știrile electorale nepărtinitor, adică poziția jurnalistului nu a fost nuanțată direct sau indirect în textul publicat (Unimedia.info: din 358 articole relevante, au fost nepărtinitoare 354; Moldova.org: 300 din 305). O pondere mică a cazurilor de prezentare părtinitoare a fost înregistrată la Realitatea.md (2%), relativ puține cazuri de acest fel au fost la Deschide.md (9%) și Newsmaker.md (10%). În același timp, la Omg.md au fost părtinitoare 56,5% din articole (349 din 618), la Jurnal.md – 49% (243 din 496), la Noi.md și Politik.md au fost părtinitoare peste 30% din articole.



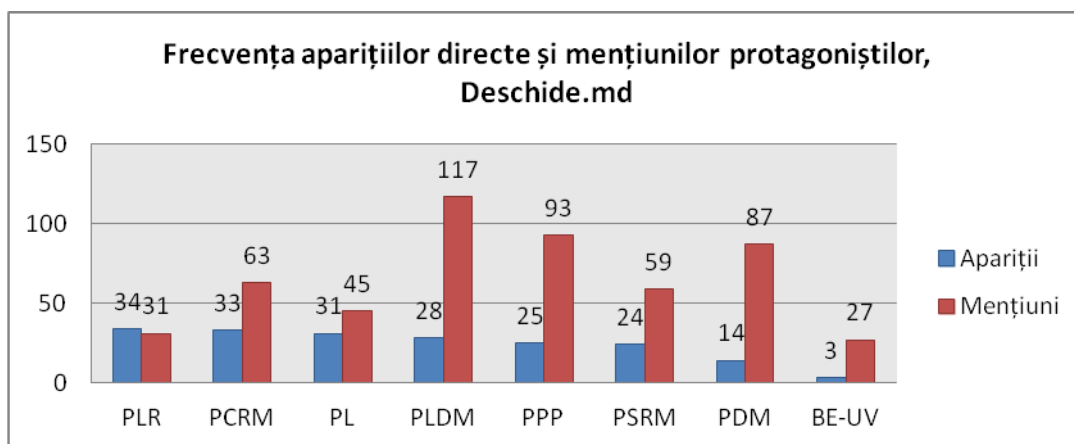
5.1.1 Deschide.md

Pe parcursul întregii campanii electorale, portalul de știri Deschide.md a publicat 469 de materiale relevante prezentei monitorizări, cu un spațiu total de 711 270 caractere. 369 dintre ele au fost materiale simple, iar 89 au tratat subiecte controversate. 11 materiale au fost din categoria educației electorale. Marea majoritate a materialelor de conflict (64 din 89) au fost dezechilibrate, fără a oferi dreptul la replică părții acuzate. Totodată, 39 din numărul total de materiale au fost parțiale, faptele fiind neseperate de opinie.

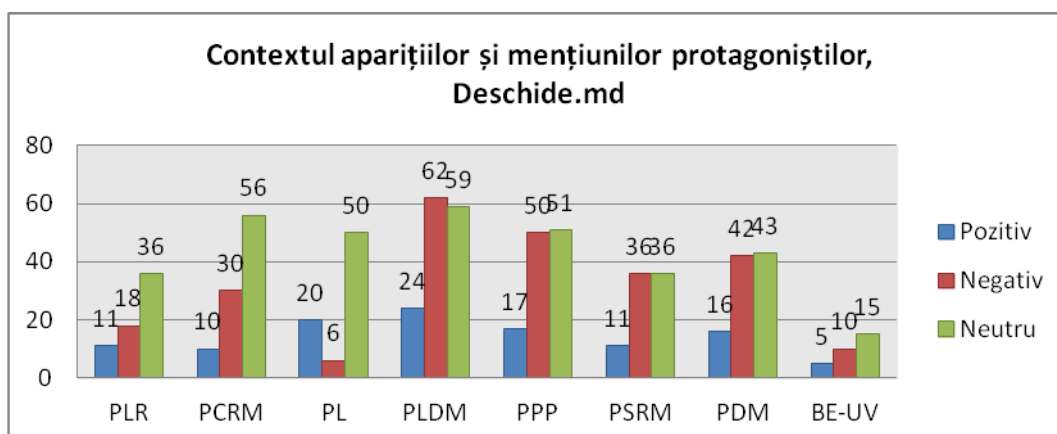
La documentarea materialelor, de cele mai dese ori autorii au recurs la politicieni – 243 ori (dintre care 13 surse de sex feminin), funcționari de stat – 46 ori (inclusiv 4 femei). La experți s-a recurs de 45 de ori (dintre care 2 femei), la cetățeni simpli s-a apelat de 9 ori (dintre care 5 femei), iar în 19 cazuri s-a făcut referire la surse din alte categorii.

Portalul a difuzat cu precădere materiale având ca protagoniști partidele parlamentare din opoziție și cele din arcul guvernamental, dar și un partid extraparlamentar. Pe primele cinci poziții în Topul spațiului alocat concurenților electorali se numără reprezentanții PL - cu 26 780 caractere, PCRM - cu un spațiu total de 20 954 caractere, PLR – cu 19 844 caractere, urmați de reprezentanții PPP - 15390 caractere și PLDM - 14981 caractere.

În total, Deschide.md a mediatizat 21 de concurenți electorali, cărora fie le-a oferit cuvânt, fie i-a menționat, însă cea mai mare pondere după frecvența aparițiilor directe a revenit unui număr de opt partide, preponderent din majoritatea și opoziția parlamentară. Primii în top sunt PLR și PCRM – câte 34 și 33 apariții fiecare, urmați de PL, PLDM și PPP care au fost citați de 31, 28 și 25 ori fiecare. Situația se schimbă în cazul numărului mențiunilor protagoniștilor, pe primul loc în top situându-se PLDM – 117 mențiuni, urmat de PPP – 93 mențiuni și PDM – 87 mențiuni.



Actorii electorali mediatizați au apărut în diferite contexte, fără a ieși în evidență favorizarea masivă a vreunui concurent electoral. Totodată, pe parcursul campaniei electorale, periodic la Deschide.md s-a remarcat defavorizarea concurentului electoral PLDM.



Portalul Deschide.md a publicat și materiale cu caracter electoral indirect în care au apărut sau au fost menționați reprezentanții Guvernului. Spațiul total alocat în perioada de referință reprezentanților Guvernului a fost de 5735 caractere, aceștia fiind citați direct de 10 ori și menționați de 22 ori, mai mult în context neutru sau negativ (16 și, respectiv, 12 ori).

5.1.2 Jurnal.md

Portalul de știri Jurnal.md a publicat în octombrie-noiembrie 2014 în total 501 articole cu caracter electoral direct sau indirect, cu o suprafață de 1,501,007 de caractere. 362 dintre ele au fost materiale simple, 134 au tratat subiecte controversate, în cadrul cărora au fost lansate diverse acuzații la adresa unor actori politici, iar 5 au fost materiale de educație electorală a cititorilor.

În 34% din știrile controversate (46 din 134) cititorilor le-au fost prezentate opiniile tuturor părților implicate în conflict, aceste materiale fiind mai mult sau mai puțin echilibrate, celelalte 88 de materiale (66% din total) au fost prezentate dezechilibrat, adică dintr-o singură perspectivă.

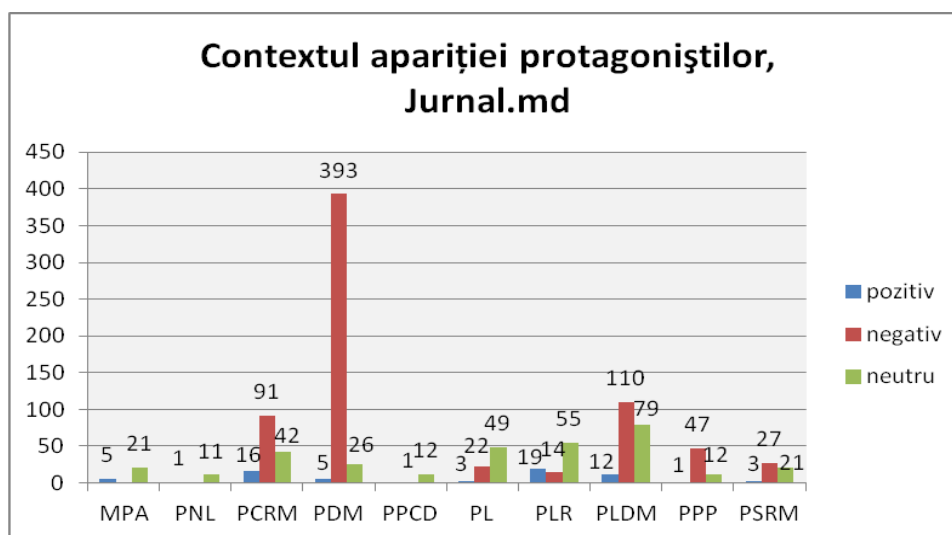
Caracterul nepărtinitor al prezentării subiectului a fost asigurat în doar jumătate din materiale publicate pe site (253 din 496, sau 51% din total), celelalte 243 de texte au fost părtinitoare.

Sursele de informație ale Jurnal.md au fost, cel mai des, experții (193 din totalul de 535 de surse citate), urmați de funcționarii de diferit nivel (113), politicienii (102), cetățenii simpli (75) și surse din alte categorii (52). Din toate sursele citate, 457 (sau 85%) sunt de genul masculin și 78 (15%) de genul feminin.

În articolele publicate, Jurnal.md s-a referit la majoritatea concurenților electorali în alegerile parlamentare, unii fiind doar menționați, alora oferindu-li-se spații pentru intervenții directe, activitatea și candidații acestora fiind dezbătută în diferite contexte. După numărul de mențiuni, concurentul electoral cel mai des vizat în această perioadă a fost PDM (424 de ori), urmat de PLDM (201), PCRM (149), PLR (88) și PL (74). Dintre partidele politice, cele mai mari suprafețe pentru aparițiile în direct au fost afectate PLR (14568 semne) și MPA (6668 semne). Candidatul independent Oleg Cernei a beneficiat de intervenții directe pe o suprafață totală de 2347 semne.

Portalul Jurnal.md a defavorizat masiv PDM pe întreaga durată a campaniei electorale, acest concurent fiind prezentat aproape de fiecare dată în context negativ (de 393 de ori sau în 92,7% din cazuri). Astfel, pe durata campaniei electorale, Jurnal.md a făcut anti-agitație în raport cu PDM.

Preponderent negativ au fost prezentați PLDM (de 110 ori din totalul de 201 apariții), PCRM (de 91 de ori din 149 de apariții), au apărut în context negativ în cele mai multe din știrile care i-au vizat și concurenții electorali PPP și PSRM.



5.1.3 Moldova24.info

Portalul informațional Moldova24.info a difuzat în perioada de referință 434 de materiale proprii sau preluate din alte surse, cu o suprafață totală de 778 194 de caractere. Dintre acestea, 15 materiale au fost din categoria educație electorală. De notat că acest portal a inserat la rubrica Vox report mai multe materiale de opinie, semnate de autori diverși, care au fost agregate de pe alte site-

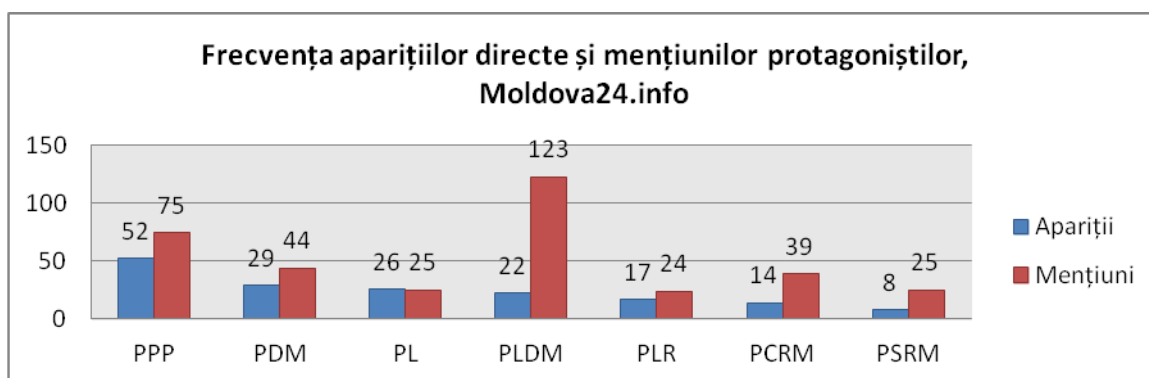
uri sau bloguri. De asemenea, la rubrica Bloguri au apărut materiale defavorabile unor concurenți, de regulă PLDM.

92 din numărul total de materiale cu caracter electoral direct și indirect au fost controversate și marea majoritate a acestora (70) au fost dezechilibrate din punctul de vedere al prezenței ambelor tabere din conflict. În ceea ce privește imparțialitatea au fost constatate probleme în 63 de știri. Acestea au fost părtinitoare, fiind evidentă poziția jurnalistului față de protagoniști.

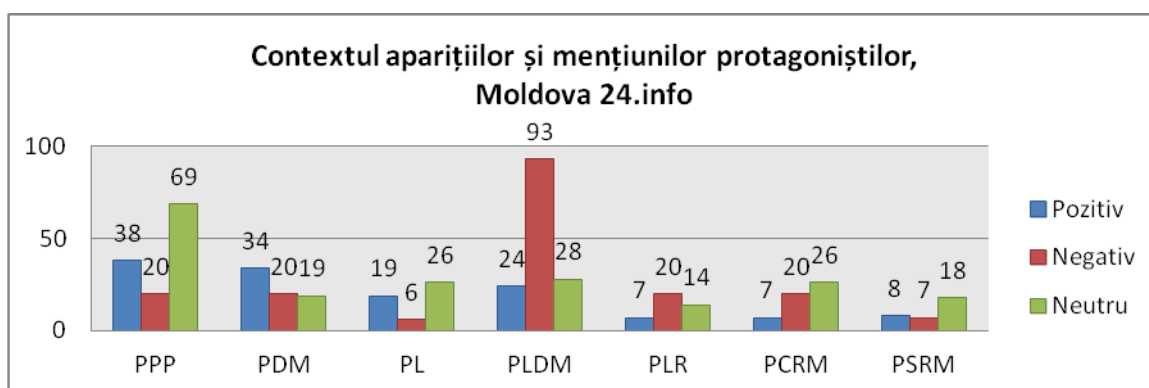
De cele mai dese ori reporterii de la Moldova24.info au recurs la politicieni în calitate de surse – 196 în total, dintre care 185 bărbați. La funcționarii de stat s-a apelat de 32 ori (31 bărbați), la experți și surse din alte categorii – de câte 34 și 24 ori, respectiv (majoritatea surselor fiind de sex masculin – 32 și, respectiv, 22). Cetățenii simpli au fost citați de 11 ori, dintre care 7 au fost bărbați.

Cel mai mare spațiu alocat protagoniștilor a revenit PL, care a apărut în materiale cu un spațiu total de 87569 caractere. Acest concurent electoral e urmat de PPP cu 57293 de caractere, PDM cu 28962 caractere, PCRM cu 26278 și PLR cu 13148 caractere.

Moldova24.info a publicat materiale în care fie au fost citați, fie au fost menționați reprezentanții a 22 de concurenți electorali. Șase partide parlamentare din coaliția de guvernare și cele din opoziția parlamentară, dar și un partid extraparlamentar, au avut prioritate din punctul de vedere al frecvenței aparițiilor. Cele mai multe apariții directe au revenit concurentului electoral PPP – 52 de apariții directe urmat de PDM, PL și PLDM cu câte 29, 26 și 22 citate respectiv. După numărul mențiunilor, lider în top este PLDM – 127 de mențiuni, urmat de PPP – 75 mențiuni.



Contextul apariției concurenților electorali a fost preponderent negativ pentru PLDM și mai mult pozitiv și neutru pentru PPP. Ceilalți concurenți electorali au fost menționați în contexte pozitive, neutre și negative.



De notat că reprezentanții Guvernului au fost menționați și citați direct de câte 18 ori, spațiul total alocat acestora fiind de 19351 caractere. Guvernul a apărut în număr aproximativ egal în context neutru, pozitiv și negativ.

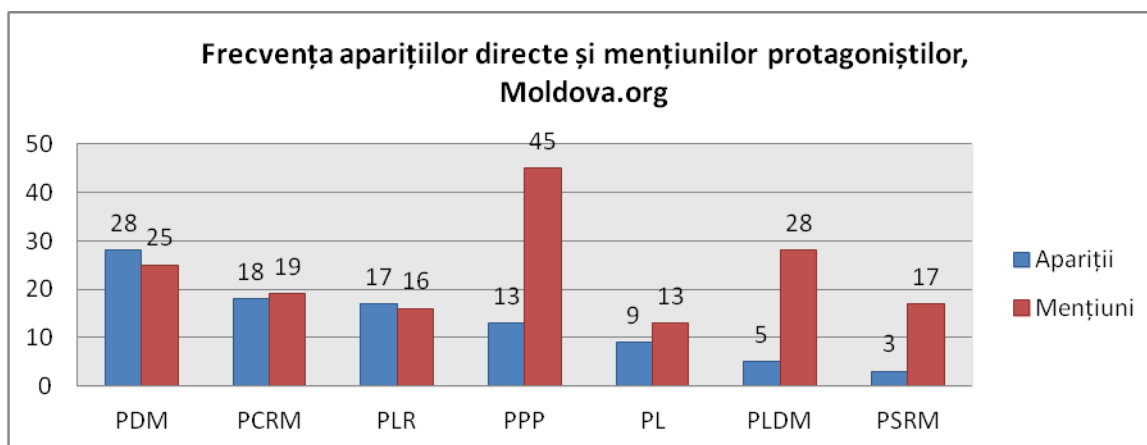
5.1.4 Moldova.org

Portalul de știri Moldova.org a publicat în perioada 1 octombrie – 30 noiembrie 314 materiale relevante prezentei monitorizării, cu o suprafață totală de 528 970 caractere. Dintre acestea marea majoritate au fost materiale simple – 280, iar 27 au tratat subiecte de conflict. șapte materiale au fost de educație electorală. 20 din cele 27 de materiale cu caracter controversat au omis să prezinte părerea ambelor părți din conflict, fiind catalogate ca dezechilibrate. Poziția jurnalistului în majoritatea știrilor relevante a fost corectă și nepărtinitoare, părtinirea autorului fiind sesizată în 5 rânduri.

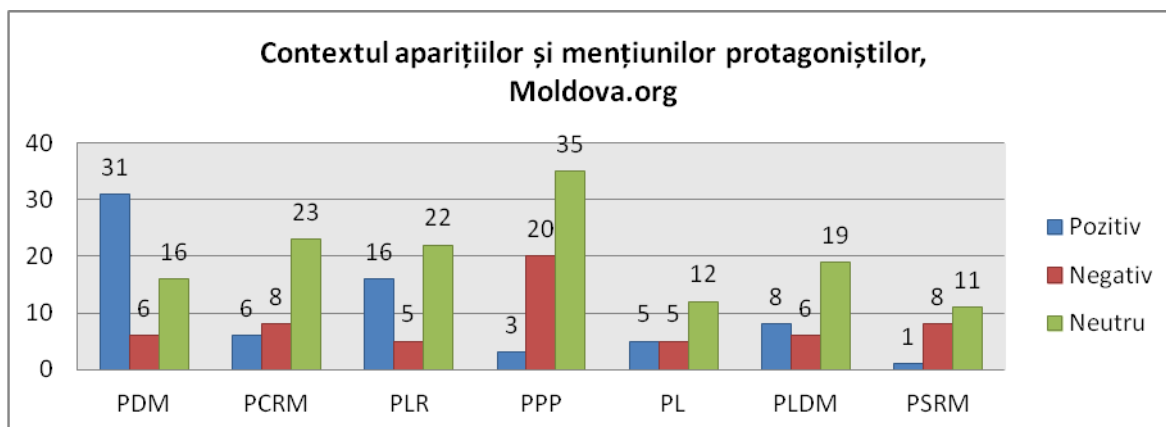
De cele mai multe ori, reporterii de la Moldova.org au citat ca surse politicienii – 107 ori (dintre care 102 de sex masculin) și funcționarii de stat - 89 ori (dintre care 87 bărbați). Totodată, în materiale au fost incluse și păreri a 66 experți (marea majoritate – 65 - de sex masculin) și 18 surse din alte categorii (dintre care 16 au fost bărbați).

Ca și protagoniști, Moldova.org a dat preferință reprezentanților partidelor din coaliția de guvernare – PLDM, PDM și PLR, dar și partidelor parlamentare de opoziție – PL, PCRM și PSRM. Din partidele extraparlamentare, de cele mai dese ori a fost citat PPP. Cel mai mare spațiu în care protagoniștii au fost citați direct a revenit PDM (25585 caractere), reprezentanților PCRM – 24795 caractere, ai PLR - 18002 caractere, urmați la mare distanță de PPP, PLR și PLDM cu câte – 5413, 4088 și, respectiv, 2135 caractere.

În total, Moldova.org a mediatizat 24 de candidați în alegeri, însă marea majoritate a spațiului alocat a revenit unui număr de șapte concurenți. Frecvența aparițiilor și mențiunilor actorilor politici a fost relativ egală pentru reprezentanții PDM, PCRM și PLR, în timp ce PLDM și PPP au fost mai mult menționați, decât citați.



Contextul apariției și mențiunilor protagoniștilor a fost diferit, majoritatea candidaților fiind prezenți în știri în context pozitiv, neutru și negativ. Cele mai multe apariții în context pozitiv au revenit PDM-ului, iar cele mai multe în context negativ – PPP-ului.



De notat că portalul a dedicat mult spațiu reprezentanților Guvernului, care au avut 42 apariții directe și au fost menționați de 36 ori, spațiul total alocat constituind 22625 caractere. Contextul apariției acestora a fost de 50 ori pozitiv, 7 ori negativ și 21 ori neutru.

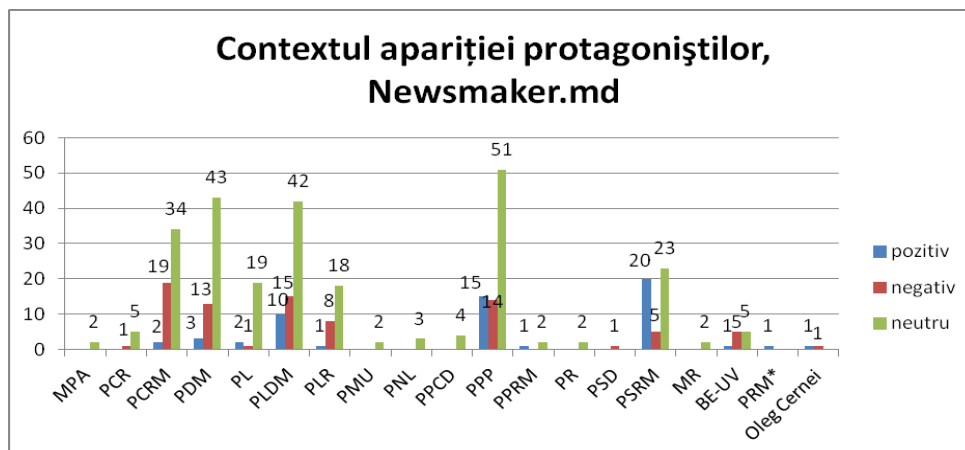
5.1.5 Newsmaker.md

Portalul de știri Newsmaker.md a publicat în perioada de raportare 248 de materiale cu caracter electoral direct sau indirect, cu un spațiu total de 541 699 de caractere, majoritatea absolută a textelor fiind din categoria informațiilor simple (229 sau 92,3% din total). Portalul a mai publicat 15 articole care au abordat un subiect de conflict sau acuzații (acesta fiind cel mai mic număr de materiale de conflict dintre cele 10 portaluri monitorizate) și doar 4 materiale de educație electorală. Cele mai frecvente surse de informație pentru Newsmaker.md au fost politicienii (77 surse citate) și experții (69), mai rar au fost citați funcționarii de stat (51), iar cetățenii simpli aproape că nu au fost solicitați ca surse (12 cazuri). Portalul practic a neglijat principiul egalității de gen, majoritatea covârșitoare a surselor fiind bărbații (199 din 212, sau 94% din totalul surselor citate).

De regulă, articolele pe teme electorale au fost prezentate de portal profesionist și nepărtinitor. Astfel, din totalul de 244 materiale relevante (fără articolele de educație electorală), principiul prezentării nepărtinitoare a fost respectat în 220 (90,2%), în celelalte 24 de articole a putut fi sesizată poziția/opinia autorului.

Articolele de pe Newsmaker.md au vizat doar 19 din concurenții electorali înregistrați, cel mai vizibil fiind PPP care a fost menționat de 80 de ori, urmat de PLDM (67 mențiuni), PDM (59), PCRM (55), PSRM (48). Concurentul electoral PPP a beneficiat de cel mai mare spațiu pentru intervenții directe (citate) – 35488 semne, de 5,5 ori mai mult decât următorul clasat – PLDM (6456 semne).

Concurentul electoral PSRM a fost ușor favorizat de portal prin prezentarea frecventă în context pozitiv (din 48 de apariții, 20 în context pozitiv, 23 în context neutru și 5 în context negativ). A fost mai degrabă favorizat și concurentul electoral PPP care a fost vizat cel mai des, i s-a oferit un spațiu mare pentru intervenții directe, iar numărul de mențiuni în context pozitiv (15) a fost mai mare decât al altor concurenți, cu excepția PSRM. Ceilalți actori electorali au fost mediatizați preponderent în context neutru.



5.1.6 Noi.md

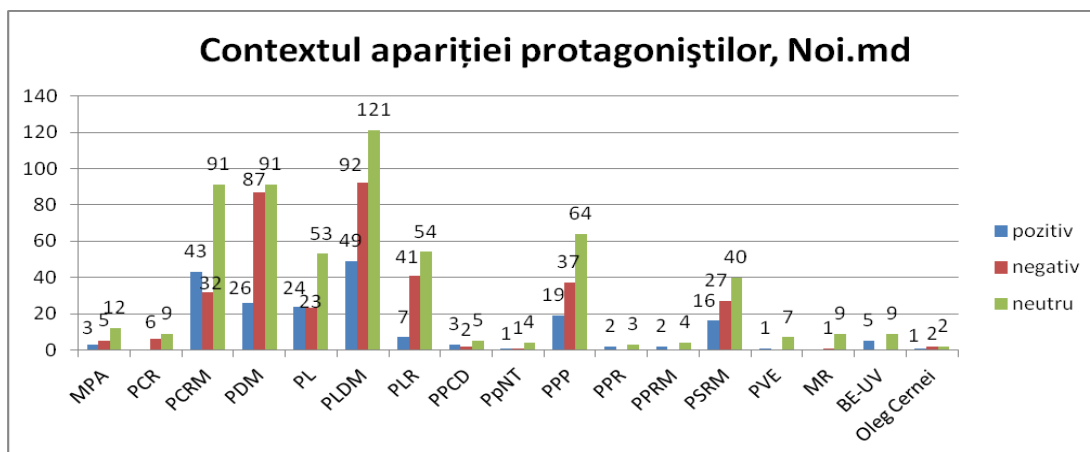
Portalul de știri Noi.md a publicat în octombrie-noiembrie 620 de materiale cu caracter electoral direct sau indirect, cu un spațiu total de 1 289 668 de caractere. 469 de articole (75,6% din total) au avut subiecte obișnuite, iar 150 (24,2%) au tratat teme controversate sau au mediatizat acuzații în adresa unor actori politici. Portalul a publicat un singur material de educație electorală pe durata celor două luni de monitorizare.

Majoritatea absolută a articolelor care au reflectat o situație de conflict (120 din 150, adică 80% din total) au neglijat condițiile de prezentare echilibrată a pozițiilor tuturor părților, fiind astfel dezechilibrate. Caracterul nepărtinitor al prezentării subiectului a fost asigurat în 69,8% din materiale (432 din cele 619 materiale jurnalistice relevante).

În majoritatea cazurilor, Noi.md a apelat la surse din rândul politicienilor (272 de surse sau 39% din totalul de 694 surse citate). Urmează sursele din comunitatea de experți (190 sau 27% din total) și funcționarii de diferite nivele (169 sau 24%), cetățenii simpli fiind citați de portal extrem de rar. Ponderea femeilor-surse de informație a fost insignifiantă (bărbați: 93%; femei: 7% din totalul surselor).

În textele publicate de Noi.md au fost vizați în total 32 de concurenți electorali, în topul celor mai mediatizați fiind PLDM (262 de mențiuni) și PDM (204), urmași de PCRM (166), PPP (120), PLR (102), PL (100) și PSRM (83 de mențiuni). Concurrentului electoral PCRM i s-a oferit cel mai mare spațiu pentru intervenții directe (60712 semne), de 1,6 ori mai mult față de următorul clasat la acest capitol – PDM (36336 semne). Suprafețe mari pentru intervenții directe/citate au fost oferite și PLDM, PPP, PSRM, PL.

Actorii politici și electorali au fost prezentați în context diferit de Noi.md. Astfel, partidele de la guvernare au fost mediatizate frecvent în context negativ, dar și neutru, uneori și în context pozitiv; totuși PDM, PLDM, PLR au fost mai curând defavorizate, iar PCRM, dimpotrivă, a fost favorizat prin apariții frecvente în context pozitiv și suprafața mare pentru citatele reprezentanților acestui partid.



5.1.7 Omg.md

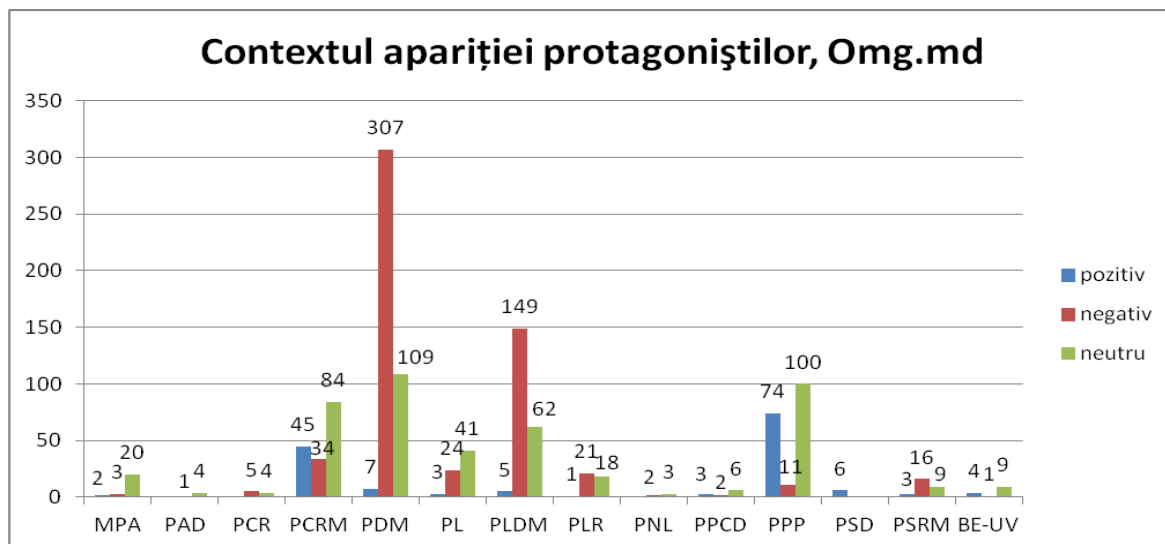
Portalul de știri Omg.md a publicat în timpul celor două luni de monitorizare 625 de materiale cu caracter electoral direct sau indirect, cu un spațiu total de 865 129 de caractere. 450 de materiale (72% din total) au avut subiecte obișnuite, 168 (26,9%) au tratat teme controversate sau au mediatizat acuzații în adresa unor actori politici, iar celelalte 7 articole au fost din categoria materialelor de educație electorală.

84% din materialele care au reflectat o situație de conflict (141 din 168) au fost dezechilibrate, deoarece au prezentat o singură opinie sau poziție în conflict/acuzațiile pe care le-au mediatizat. Caracterul nepărtinitor al prezentării subiectului a fost asigurat în doar 43,5% din materiale (269 din cele 618 de materiale jurnalistice relevante), în celelalte materiale opinia autorului și a redacției poate fi ușor percepută de cititori. La capitolele echilibrul prezentării materialelor de conflict și asigurarea caracterului nepărtinitor, Omg.md a înregistrat unele din cele mai proaste rezultate din cele 10 portaluri monitorizate.

În jumătate din cazuri, Omg.md a apelat la surse din domeniului politicului (213 din totalul de 424 surse citate), de asemenea au fost citate sau s-a făcut trimitere la funcționari de stat (122 surse), mai rar la experți (66), iar cetățenii aproape că au lipsit din categoria surselor (doar 4 surse citate). Principiul egalității de gen a fost neglijat de portal, aproape toate sursele citate în această perioadă fiind bărbați (400 sau 94% din totalul de 424 de surse citate).

În textele publicate de Omg.md în perioada de monitorizare au fost vizați 29 de concurenți electorali, în topul celor mai mediatizate formațiuni fiind PDM (423 de apariții), PLDM (216), PPP (185) și PCRM (163). De notat, că suprafața totală a intervențiilor directe oferită concurentului electoral PPP a fost de 63043 semne, de 3,4 ori mai mare decât cea oferită următorului clasat la acest capitol – PCRM, de 7,8 ori mai mare decât PDM și de 23 de ori mai mare decât suprafața oferită PLDM.

Omg.md a defavorizat masiv partidele din coaliția de guvernare și în special PDM care a fost cel mai des criticat și prezentat în context negativ (de 307 ori sau în 72,6% din cazurile când a fost vizat). De asemenea, a fost prezentat doar în context negativ (rareori neutru) concurentul electoral PLDM, aceeași politică editorială fiind adoptată și în cazul PLR. A fost defavorizat prin prezentarea preponderentă în context negativ și PSRM. În același timp, PPP a fost favorizat masiv, prin apariții constante în context pozitiv și pe o suprafață mare. Concurentul electoral PCRM a fost prezentat mai des în context neutru, dar și pozitiv, deși în fiecare al cincilea articol acest partid a fost criticat.



PPP a fost unicul concurent electoral care a beneficiat de spațiu pentru publicitate electorală pe portalul Omg.md (bannere simple și bannere de tip popup).

5.1.8 Politik.md

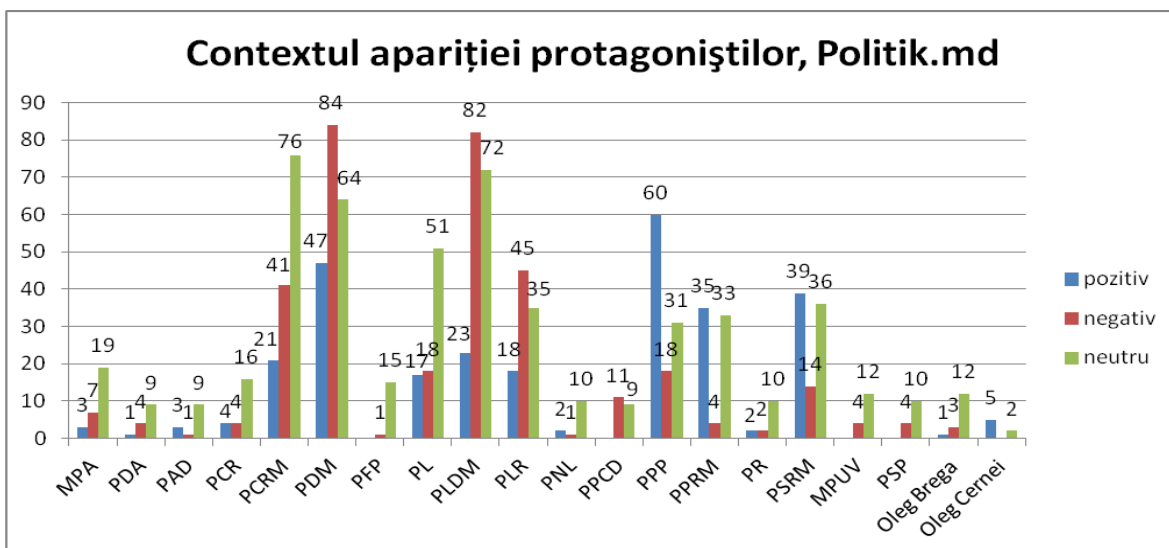
Portalul Politik.md a publicat în perioada de monitorizare 496 materiale cu caracter electoral direct sau indirect, cu un spațiu total de 757 605 de caractere. 395 de materiale (79,6% din total) au avut subiecte obișnuite, 98 (19,8%) au tratat teme controversate sau au mediatizat conflicte, acuzații în adresa unor actori politici, iar celelalte 3 articole au fost din categoria materialelor de educație electorală.

Majoritatea absolută a materialelor conflictuale (84 din 98, sau 85,7% din total) au fost dezechilibrate, adică au prezentat un singur punct de vedere asupra problemei reflectate. Acesta este unul din cele mai proaste rezultate din cele 10 portaluri monitorizate la capitolul echilibrul prezentării subiectelor de conflict. Caracterul nepărtinitor al prezentării subiectului a fost asigurat în 64,3% din materiale (317 din cele 493 de materiale jurnalistice relevante), celelalte au fost mai mult sau mai puțin părtinoare.

În mai mult de jumătate din cazuri, Politik.md a apelat la surse din domeniului politicului (210 surse sau 57% din totalul de 370 de surse citate), mai rar s-a apelat la surse din rândul funcționarilor de diferite nivele (81 surse), și mai rar la experți (41 surse), cetățeni simpli (22) sau alte surse (16). În total, 90% din surse (334 din 370) sunt bărbați, iar sursele de gen feminin au fost solicitate foarte rar.

În textele publicate de Politik.md în perioada de monitorizare au fost vizați 35 de concurenți electorali, acesta fiind cel mai mare număr de actori politici mediatizați în context electoral din cele 10 portaluri monitorizate. În topul celor mai mediatizate formațiuni au fost PDM (195 de apariții) și PLDM (177), PCRM (138), PPP (109), PLR (98), PSRM (89) și PL (86 apariții). Concurentului electoral PPP i-a fost oferită cea mai mare suprafață pentru intervenții directe/citate – 34605 semne, aproape dublu față de următorul clasat la acest capitol PPRM – 17927 semne.

Politik.md a favorizat concurenții electorali PPP (60 de apariții în context pozitiv din cele 109 cazuri când a fost vizat, plus o suprafață mare pentru intervenții directe/citate), PSRM (din 89 de apariții, 39 în context pozitiv și 36 în context neutru) și PPRM (din 72 de apariții, 35 în context pozitiv, 33 în context neutru și o suprafață mare pentru intervenții directe). Concurenții electorali PDM, PLDM și PLR au fost defavorizați prin prezentarea preponderentă în context negativ, iar PCRM a fost menționat preponderent în context neutru sau negativ.



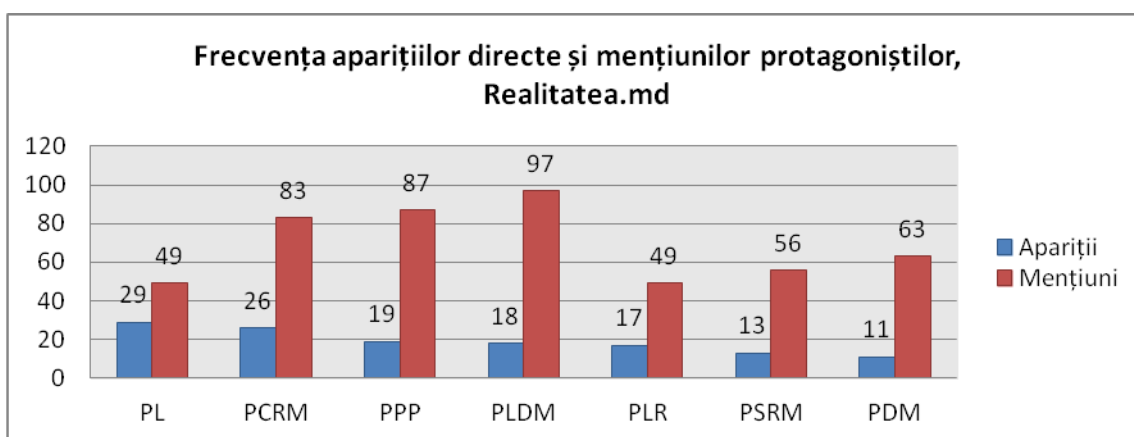
5.1.9 Realitatea.md

În perioada 1 octombrie – 30 noiembrie, portalul de știri Realitatea.md a publicat 621 de materiale cu caracter electoral direct sau indirect, între care 19 materiale de educație electorală. Suprafața totală alocată acestora a constituit 1 038 708 de caractere cu spații. Din numărul total de materiale, 78 au avut caracter conflictual, majoritatea (45) eșuând să prezinte părerea ambelor părți din conflict. Totodată, majoritatea materialelor au separat faptele de opinie, poziția autorului față de un subiect sau altul fiind evidentă doar în 11 cazuri.

În perioada de raport, sursele la care au apelat de cele mai dese ori reporterii de la Realitatea.md au fost din categoriile politicieni și funcționari de stat, aceștia fiind citați direct sau indirect de 242 și, respectiv, 138 ori, absoluta majoritate fiind de sex masculin (227 și, respectiv, 136 ori). În materiale s-a făcut trimitere și la experți - de 35 ori (dintre care 29 bărbați), cetățeni simpli – 8 ori (6 bărbați) și surse din alte categorii – 96 ori (76 bărbați).

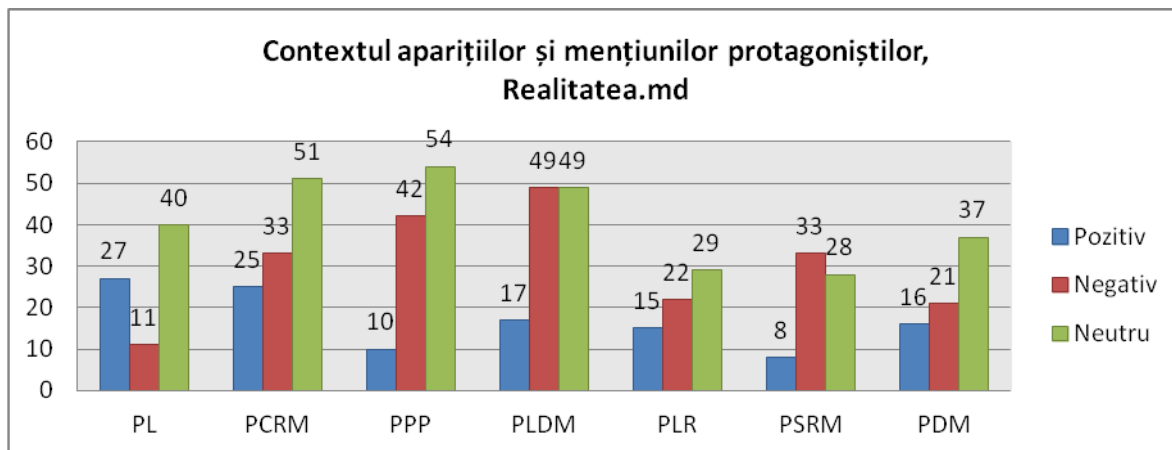
Realitatea.md a mediatizat în total 24 de concurenți electorali, iar primii șapte în Top 10 al protagoniștilor cărora le-a fost alocat cel mai mare spațiu se numără: PCRM (15282 caractere), PL (13052 caractere), PPP (7506 caractere), PLDM (7082 caractere), PLR (5954 caractere), PDM (5945) și PSRM (4192 caractere).

Din punctul de vedere al aparițiilor directe, de cele mai multe ori au fost citați reprezentanții PL – 29 ori, urmați de PCRM (26 ori) și PPP (19 ori). Cele mai multe mențiuni au revenit PLDM (97), PPP (87) și PCRM (83).



De notat că reprezentanților Guvernului le-a fost alocat un spațiu total de 28710 caractere, aceștia fiind citați de 55 ori și menționați de 38 ori. Protagonistii respectivi au apărut de 50 ori în context pozitiv, 11 ori - negativ și de 32 ori – neutru.

Contextul apariției concurenților electorali a fost diferit, în mare parte neutru și negativ. Cele mai multe apariții în context pozitiv au revenit PL, iar cele mai multe în context negativ – PLDM.



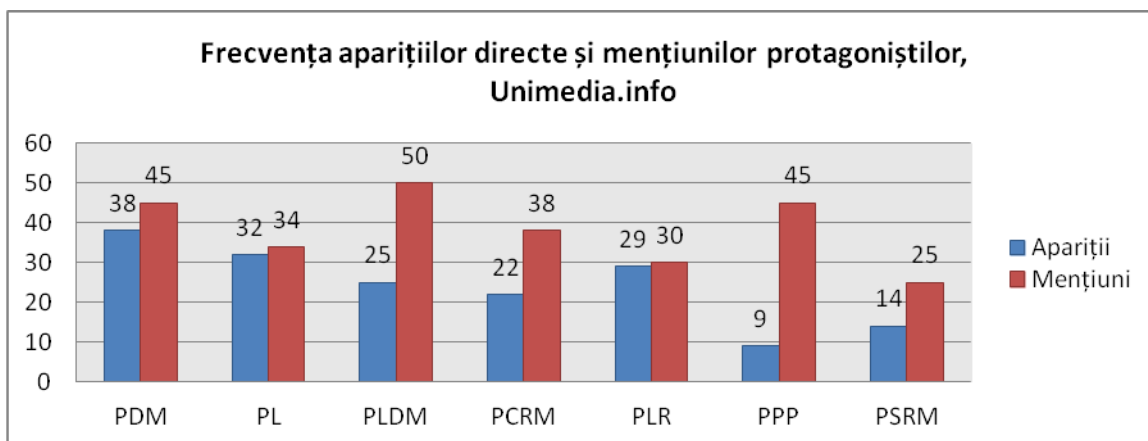
Portalul Realitatea.md a publicat în perioada de monitorizare publicitatea concurenților electorali PDM – un banner pop-up, difuzat în perioada 1 - 28 noiembrie, și PLR - un banner pop-up, în perioada 8 – 28 noiembrie.

5.1.10 Unimedia.info

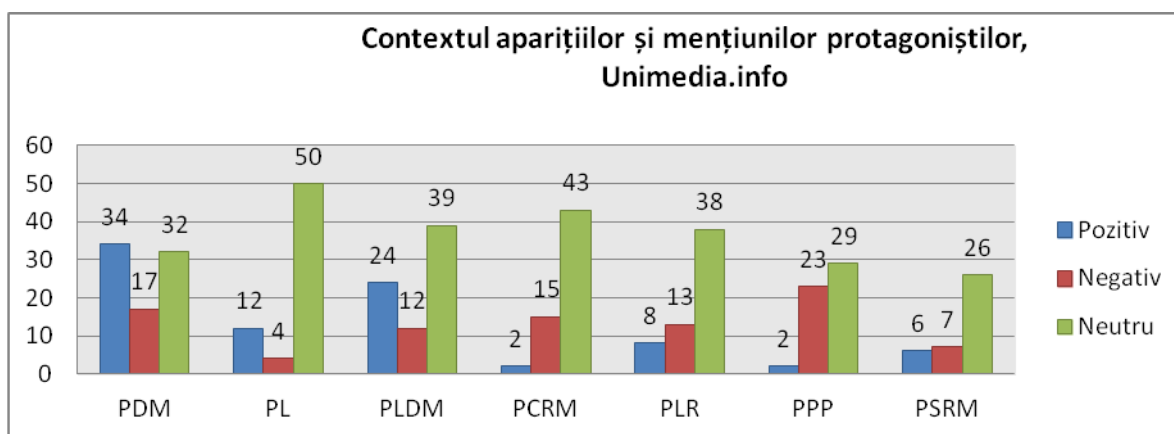
Portalul informațional Unimedia.info a publicat în perioada de referință 378 de materiale cu caracter electoral direct sau indirect cu o suprafață totală de 634 358 caractere cu spații. 304 materiale au fost simple, 60 au abordat subiecte controversate, iar 14 au fost educație electorală. Majoritatea (34) din știrile controversate nu au citat ambele părți în conflict. În 4 cazuri a fost constatată părtinirea autorilor față de protagoniștii reflectați.

În calitate de surse, de cele mai dese ori Unimedia.info a apelat la politicieni – 246 de ori (dintre care 218 bărbați). La funcționari de stat s-a apelat de 107 ori (103 de sex masculin). Totodată, la experți s-a recurs de 54 ori (50 de sex masculin), iar la cetățeni simpli și surse din alte categorii – 15 și 38 ori, respectiv, marea majoritate fiind de sex masculin (11 și 33, respectiv).

Portalul Unimedia.info a mediatizat 15 concurenți electorali în total, dar cea mai mare pondere din punctul de vedere al frecvenței aparițiilor și spațiului alocat a revenit partidelor din arcul guvernamental și celor din opoziția parlamentară. Cel mai mult spațiu a fost alocat PDM-ului – 22822 caractere, care este urmat de PL cu 18439 semne, PLR - 15458 caractere și PLDM – 14729 semne. Din punctul de vedere al frecvenței aparițiilor directe, pe primul loc se situează PDM cu 38 citate, urmat de PL – 32 apariții, PLR – 29 și PLDM – 25 apariții. Cele mai multe mențiuni le-au avut PLDM – 50 ori, urmat de PDM și PPP – de câte 45 de ori.



Contextul aparițiilor și mențiunilor protagoniștilor a fost preponderent neutru pentru majoritatea protagoniștilor. Cele mai multe apariții și mențiuni în context pozitiv le-a avut PDM, iar cele mai multe în context negativ – PPP.



Reprezentanții Guvernului au fost mediatizați pe o suprafață de 21070 caractere, având 27 apariții și 22 mențiuni, în context pozitiv, negativ și neutru.

Portalul Unimedia.info a publicat în perioada de raport publicitatea a 7 concurenți electorali: PDM – 2 bannere simple, unul timp de 25 de zile și altul - 12 zile, un banner pop-up timp de o zi și 36 articole publicitare. PLDM – un banner simplu timp de 30 zile, un banner pop-up - 12 zile și 24 articole publicitare. PLR – un banner simplu timp de 24 zile și un banner simplu timp de o zi, un banner pop-up 12 zile și 20 articole publicitare. PSRM – trei bannere simple timp de 14 zile fiecare, un banner pop-up timp de 8 zile și 29 articole publicitare. PPRM – 15 articole publicitare. PL – un banner simplu timp de 4 zile și un alt banner timp de o zi. UCM – un banner timp de 5 zile.

Concluzii:

- Presa online monitorizată s-au implicat activ în reflectarea campaniei electorale, ținând în vizor diverse subiecte cu caracter electoral direct și indirect. Printre portalurile cu cele mai multe materiale relevante monitorizării se numără *Omg.md* (625), *Realitatea.md* (621), *Noi.md* (620), *Jurnal.md* (501), *Politik.md* (496) și *Deschide.md* (469);
- Numărul materialelor de educație electorală în presa online a fost foarte mic – 86 în total, o mare parte fiind publicate în ultima săptămână de campanie electorală. Cele mai multe materiale de educație electorală au fost publicate de *Realitatea.md* (19), *Moldova24.info* (15) și *Unimedia.info* (14);
- Materialele de conflict au fost în mare parte dezechilibrate (73%). Portalul cu cel mai bun indicator al echilibrului materialelor controversate a fost *Newsmaker.md* (73,3% din

- materiale de acest fel au prezentat opiniile/pozițiile tuturor părților implicate), iar portalurile cu cel mai prost indicator al echilibrului au fost *Politik.md* (doar 13,4%) și *Omg.md* (doar 15,6%);
- Fiecare al patrulea material din presa online a fost părtinitor (24%), fiind evidentă poziția autorului față de protagoniștii materialelor. *Unimedia.info*, *Moldova.org*, *Realitatea.md* și *Newsmaker.md* au avut puține probleme de prezentare nepărtinitoare a subiectelor jurnalistice electorale, în timp ce la *Omg.md* au fost părtinitoare 56,5% din articole, la *Jurnal.md* – 49%, la *Noi.md* și *Politik.md* – peste 30% din articole.
 - Portalurile online monitorizate au recurs de cele mai dese ori la politicieni și funcționari de stat în calitate de surse de informare, ponderea experților și cetățenilor simpli fiind mult mai mică. Știrile au fost puternic dezechilibrate din punctul de vedere al raportului gender, marea majoritate a surselor citate fiind de sex masculin (91,8%!).
 - După frecvența și contextul aparițiilor directe și mențiunilor protagoniștilor, la *Deschide.md* s-a remarcat defavorizarea ușoară a concurenților electorali PLDM și PPP, care au avut cele mai multe apariții și mențiuni în context negativ (62 și, respectiv, 50);
 - Portalul *Moldova24.info* a defavorizat masiv PLDM (93 de apariții și mențiuni în context negativ) și a favorizat PPP (38 de contexte pozitive și 69 neutre);
 - La *Moldova.org* a fost evidentă favorizarea PDM prin numărul relativ mare de apariții și mențiuni în context pozitiv atât a reprezentanților PDM, cât și a reprezentanților Guvernului și Parlamentului, exponenți ai acestui partid (31 apariții și mențiuni pozitive);
 - În materialele publicate de portalul *Realitatea.md* nu a fost constatată favorizarea evidentă a vreunui concurent electoral. Comparativ cu alți concurenți electorali, PLDM a avut cele mai multe mențiuni în context negativ – 49;
 - La *Unimedia.info* nu s-a remarcat favorizarea sau defavorizarea masivă a vreunui candidat în alegeri. Concurenții electorali care au apărut de cele mai dese ori în context pozitiv au fost PDM – 34 ori și PLDM – 24 ori.
 - *Noi.md* a favorizat PCRPM prin prezentarea frecventă în context neutru (de 91 de ori) și pozitiv (43), dar și o suprafață mare pentru intervenții directe/citate (peste 60 mii semne, triplu față de alți concurenți). Totodată, PLDM, PDM, PLR, PPP și PSRM au fost mai curând defavorizați, prin numărul mare a prezentărilor în context negativ;
 - *Jurnal.md* a defavorizat masiv PDM, care a apărut în context negativ de 393 de ori în perioada monitorizării (92,7% din cazurile când a fost menționat). În context preponderent negativ au mai fost prezentați PLDM (110 cazuri), PCRPM (91), PPP (47), PSRM (27);
 - *Omg.md* a favorizat masiv concurentul electoral PPP prin suprafața alocată aparițiilor directe/citate (peste 63 mii semne, de aproximativ patru ori mai mult față de alți concurenți electorali) și apariții frecvente în context pozitiv (74) și neutru (100). PDM a fost partidul cel mai des criticat de acest portal și prezentat în context negativ (de 307 ori sau în 72,6% din cazurile când a fost vizat). Au mai fost prezentați în context preponderent negativ PLDM, mai rar PCRPM, PL, PLR și PSRM;
 - *Newsmaker.md* a favorizat ușor concurentul electoral PSRM (20 de apariții în context pozitiv din cele 48 de cazuri când a fost vizat), iar PPP i s-a oferit o suprafață pentru intervenții directe/citate de peste 35 mii semne, de cinci ori mai mult față de alți concurenți;
 - *Politik.md* a favorizat concurenții electorali PPP (60 de apariții în context pozitiv din cele 109 cazuri când a fost vizat, plus o suprafață cel puțin dublă pentru intervenții directe/citate), PSRM (din 89 de apariții, 39 în context pozitiv) și PCRPM (din 72 de apariții, 35 în context pozitiv și o suprafață mare pentru intervenții directe). Totodată, concurenții electorali PDM, PLDM și PLR au fost defavorizați prin prezentarea preponderentă în context negativ.