

# Monitorizarea mass-media în campania electorală pentru alegerile parlamentare 2014 (concluzii generale)

Raport final  
1 octombrie 2014 – 30 noiembrie 2014<sup>1</sup>



National Endowment for Democracy  
*Supporting freedom around the world*



Monitorizarea are loc în cadrul unui proiect finanțat de National Endowment for Democracy (SUA), Ambasada SUA în Republica Moldova și Fundația Est-Europeană (din resursele acordate de Guvernul Suediei prin intermediul Agenției Suedeze pentru Dezvoltare și Cooperare Internațională (Sida) și Ministerul Afacerilor Externe al Danemarcei/DANIDA). Opiniile exprimate aparțin autorilor și nu reflectă neapărat punctul de vedere al finanțatorilor.

<sup>1</sup> Raportul integral va fi publicat pe paginile web: [www.alegeliber.md](http://www.alegeliber.md), [www.api.md](http://www.api.md), [www.media-azi.md](http://www.media-azi.md), [www.apel.md](http://www.apel.md)

## **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 monitorizate<sup>2</sup>:**

#### **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.

---

<sup>2</sup> 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*, *Publika 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*, *Publika 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 nepărtinitoare; 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 nepărtinitoare; 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 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.

### **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 PCRМ 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), PCRМ (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 PCRМ, 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 PCRМ (din 72 de apariții, 35 în context pozitiv și o suprafață mare pentru intervenții directe).

#### **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 15% 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). 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;
- *Timpul* a favorizat concurenții electorali PDM și PL care au avut cea mai mare pondere a aparițiilor în context neutru și pozitiv. PSRM, PPP și PCRM, 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 schimb, 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 PPP;
- *KP v Moldove* a favorizat ușor PPP, care a fost prezentat des în ziar, în context neutru și pozitiv, iar suprafața afectată intervențiilor directe/citatelor pentru reprezentanții acestui partid a fost mult mai mare decât în cazul altor concurenți electorali;
- *Vesti Gagauzii* a publicat foarte puține articole la teme electorale, fără a defavoriza vreun concurent electoral. Totodată, s-a remarcat o ușoară favorizare a concurentului electoral PPP.