

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

Raport nr. 6  
1 – 7 noiembrie 2020



National Endowment *for* Democracy  
*Supporting freedom around the world*

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

## I. DATE GENERALE

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

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

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

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

### **1.4 Portalurile monitorizate (în ordine alfabetică):**

Actualitati.md<sup>1</sup> (limba rusă), Agora.md<sup>2</sup> (limba română), Aif.md<sup>3</sup> (limba rusă), Gagauzinfo.md<sup>4</sup> (limba rusă), Kp.md<sup>5</sup> (limba rusă), Newsmaker.md<sup>6</sup> (versiunea în limba rusă), Noi.md<sup>7</sup> (versiunea în limba română), Realitatea.md<sup>8</sup> (limba română), Sputnik.md<sup>9</sup> (limba română), Timpul.md<sup>10</sup> (limba română), Unimedia.info<sup>11</sup> (limba română), Vedomosti.md<sup>12</sup> (limba rusă). În cazul Aif.md, Kp.md și Vedomosti.md, conținutul editorial al portalurilor este comparat cu conținutul ziarelor „Argumentî i faktî Moldova”, „Komsomolskaia pravda v Moldove” și, corespunzător, „Moldavskie vedomosti”, editate de aceleași companii, pentru a identifica eventuale diferențe editoriale.

### **1.5 Obiectul monitorizării**

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

### **1.6. Echipa**

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

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

<sup>2</sup> Fondat de Interakt Media SRL (administratoare – **Irina Ghelbur**)

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

<sup>4</sup> Fondat de Iusivmedia SRL (administratoare – **Iulia Cîlcic**)

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

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

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

<sup>8</sup> Fondat de SRL HB MEDIA (administrator – **Dumitru Țira**)

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

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

<sup>11</sup> Fondat de Miraza SRL (administratoare – **Olesea Banari**)

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

### 1.7 Cadrul metodologic

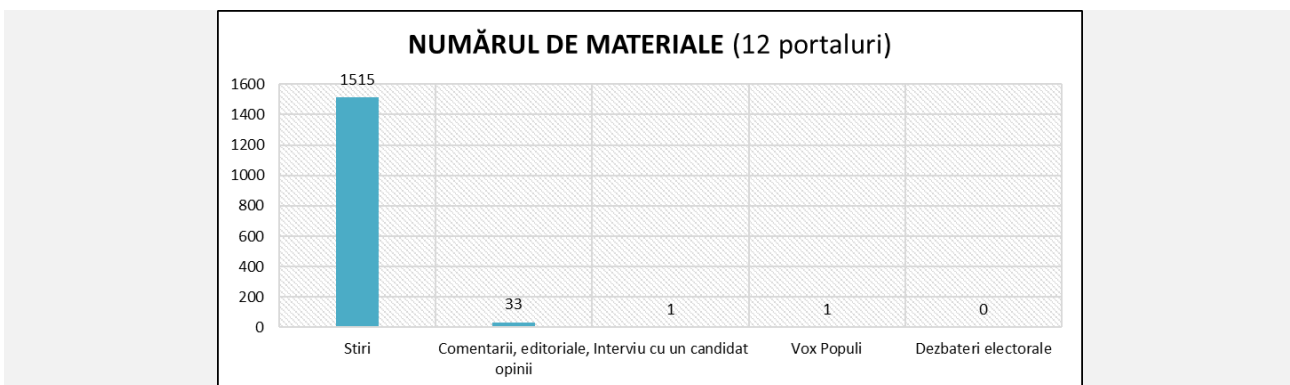
Monitorizarea se bazează pe metodologia elaborată de Oxford Media Research Center pentru proiectele de monitorizare ale Organizației Internaționale Campania Globală pentru Libertatea de Exprimare “Articolul 19”, adaptată și completată. Aceeași metodologie a fost utilizată și la monitorizarea instituțiilor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

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

## II. ANALIZA DATELOR

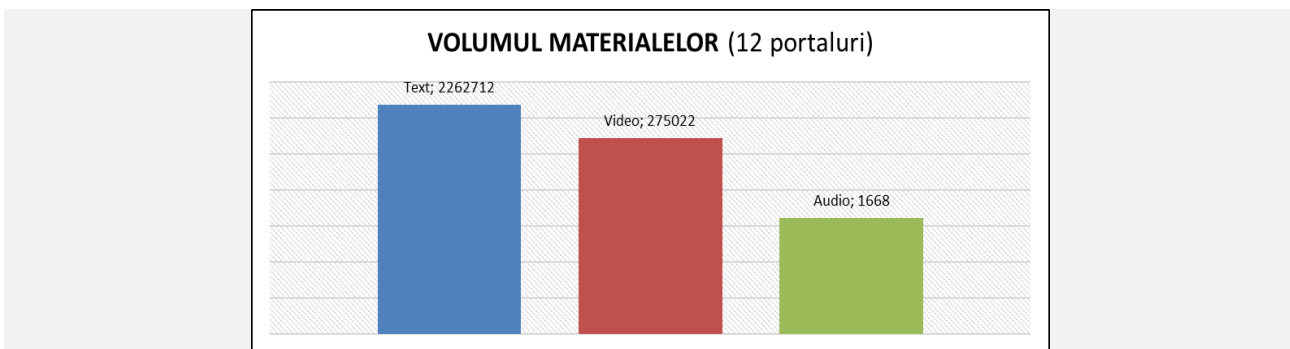
### 2.1 Tendințe generale

În perioada 1 – 7 noiembrie 2020, cele 12 instituții media online monitorizate au publicat, cumulativ, 1550 de materiale care au vizat direct sau indirect campania electorală pentru alegerile prezidențiale. Cea mai mare parte a produselor jurnalistice a constituit-o știrile (1515 sau aproape 98%), care s-au referit la candidații/candidatele la funcția de președinte/președintă, ziua primului tur al alegerilor, formațiunile politice pe care le reprezintă candidații/candidatele, activitatea CEC, votul în țară și în diasporă, votul cetățenilor din stânga Nistrului, acțiunile electorale etc. Alte 33 de materiale, sau puțin peste 2% din numărul total, au fost publicate sub formă de comentarii, editoriale sau alte articole de opinie, iar câte un material a fost publicat sub formă de interviu cu un candidat/o candidată, și un sondaj de tip Vox Populi.



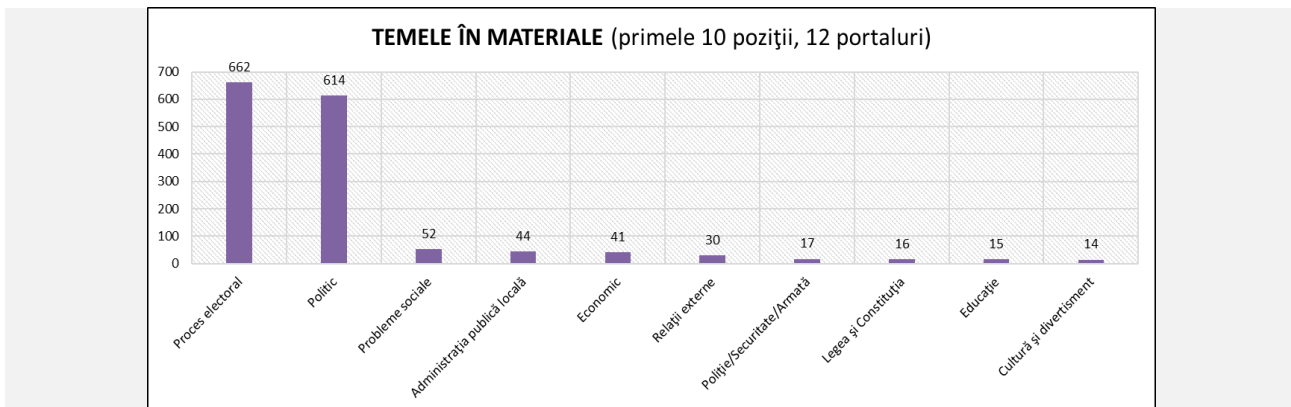
Publicația **Noi.md** a rămas în fruntea clasamentului cu cel mai mare număr de produse media cu un caracter politic și electoral (273), iar cel mai mic număr l-a avut în această perioadă **Timpul.md** – 40 de materiale. Celelalte 10 instituții au mediatizat cantitativ campania electorală și ziua alegerilor astfel: **Agora.md** – în 166 de materiale, **Unimedia.info** – în 156, **Sputnik.md** – în 143, **Aif.md** – în 142, **Newsmaker.md** – în 137, **Realitatea.md** – în 135, **Actualitati.md** – în 121, **Kp.md** – în 110, **Vedomosti.md** – în 78, și **Gagauzinfo.md** – în 49 de materiale relevante. Totodată, **Noi.md** a publicat cele mai multe știri cu un caracter electoral (270), **Vedomosti.md** – cele mai multe comentarii (18), **Kp.md** a publicat un interviu cu un candidat, iar **Gagauzinfo.md** – un sondaj de tip Vox Populi.

Cele mai multe materialele (1536), au fost publicate sub formă de text, în 288 de cazuri textele fiind însoțite de imagini video, iar în 6 – de audio. Astfel, volumul materialelor monitorizate a fost cuantificat în semne (text) și secunde (video și audio), prezentându-se în felul următor:

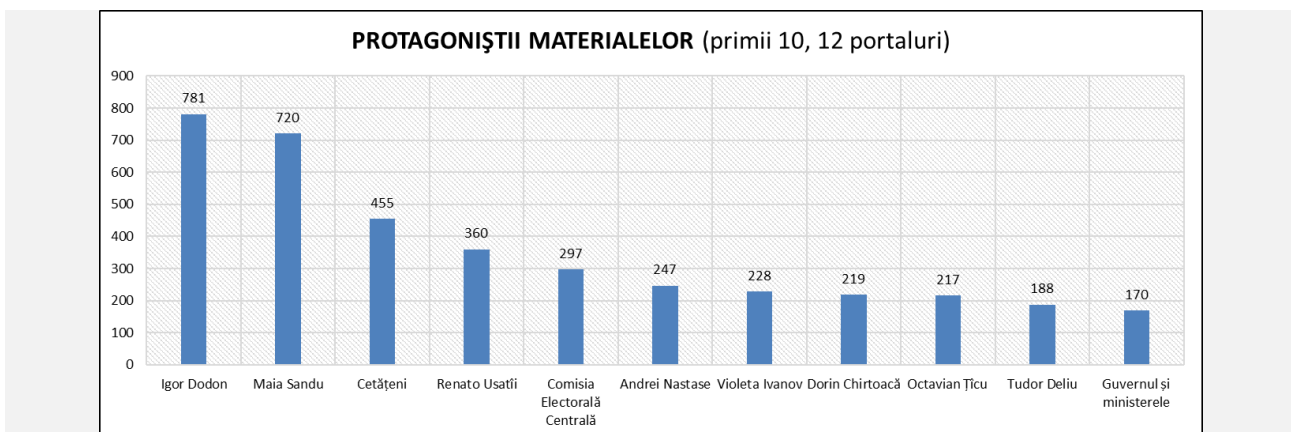


Procesul electoral și domeniul politic au dominat în clasamentul tematicilor abordate în perioada de referință, perioadă care a inclus și ziua primului tur al alegerilor prezidențiale.

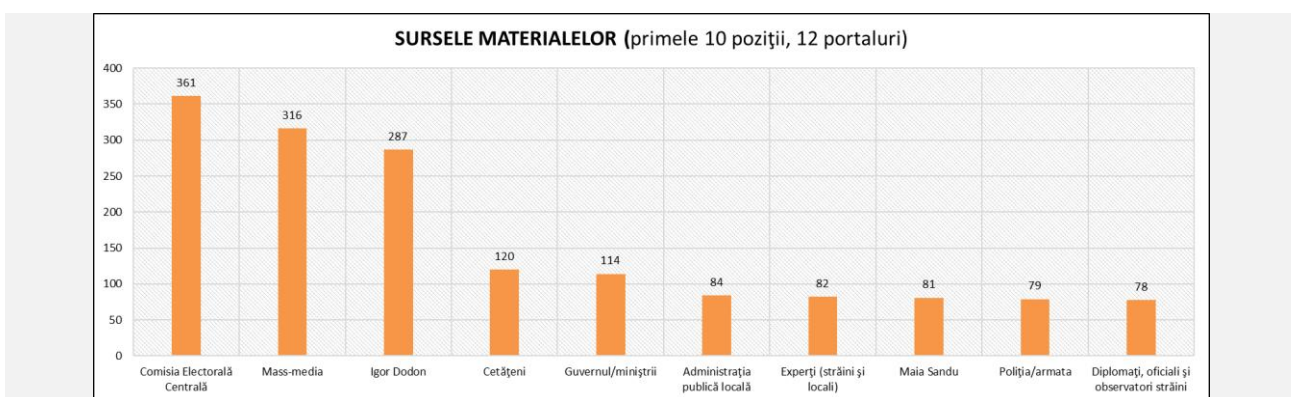
Astfel, 662 de materiale (sau aproape 43%) s-au referit la procesul electoral, și în special la ziua alegerilor, mersul votării, declarațiile CEC, încălcările, votul în țară și în diaspora, votul cetățenilor din stânga Nistrului etc. La distanță de 48 de materiale s-au aflat produsele jurnalistice cu tematică politică, aceasta fiind mediatizată în 614 materiale (sau aproape 40% din total). Cele două domenii tematice au fost urmate la distanțe foarte mari de altele, inclusiv: problemele sociale, activitatea administrației publice locale, economia, relațiile externe, educația sau cultura în context electoral.



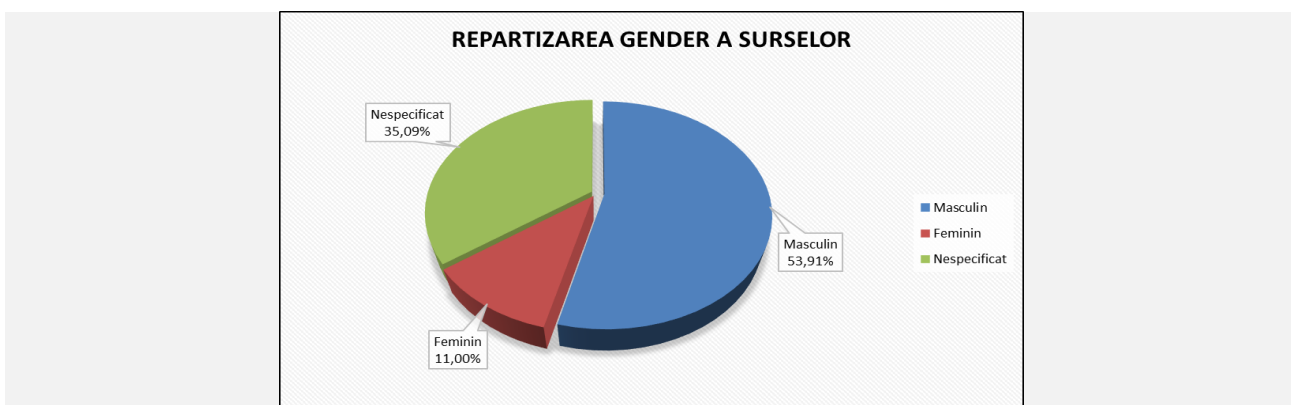
Cei 6 candidați și cele 2 candidate înscrise/înscrise în cursa electorală pentru alegerile prezidențiale au apărut, în perioada de referință în materialele jurnalistice în calitate de protagoniști/protagoniste, în proporții diferite. Mai exact, candidatul independent susținut de Partidul Socialiștilor (PSRM) Igor Dodon a fost, ca și în perioadele anterioare, vizat cel mai des în produsele media cu un caracter electoral (781 de cazuri), fiind primul printre cele 41 de categorii de protagoniști/protagoniste mediatizați/mediatizate în general. La o distanță relativ mică s-a poziționat candidata Partidului Acțiune și Solidaritate (PAS), Maia Sandu, cu 720 apariții în calitate de protagonistă a materialelor. Pe locul trei s-au situat cetățenii/cetățenele, cu 455 de astfel de apariții, urmați/urmate de către candidatul Partidului Politic „Partidul Nostru” (PN), Renato Usatîi, care a fost protagonist de 360 de ori. Reprezentanții/reprezentantele Comisiei Electorale Centrale au fost vizibili/vizibile în această perioadă de 297 de ori, în special în ziua turului I al alegerilor prezidențiale. Aceștia le-au urmat ceilalți candidați și o candidată la funcția de președinte/președintă în felul următor: candidatul Partidului „Platforma Dreptate și Adevăr” (PPDA), Andrei Năstase – de 247 de ori, candidata Partidului „Șor”, Violeta Ivanov – de 228 de ori, candidatul Partidului Liberal (PL) Dorin Chirtoacă – de 219 ori, cel al „Partidului Unității Naționale” (PUN), Octavian Țicu – de 217 ori, și cel al Partidului Liberal Democrat din Moldova (PLDM) Tudor Deliu - de 188 de ori. Astfel, Igor Dodon a apărut de peste 4 ori mai des în calitate de protagonist al materialelor decât Tudor Deliu.



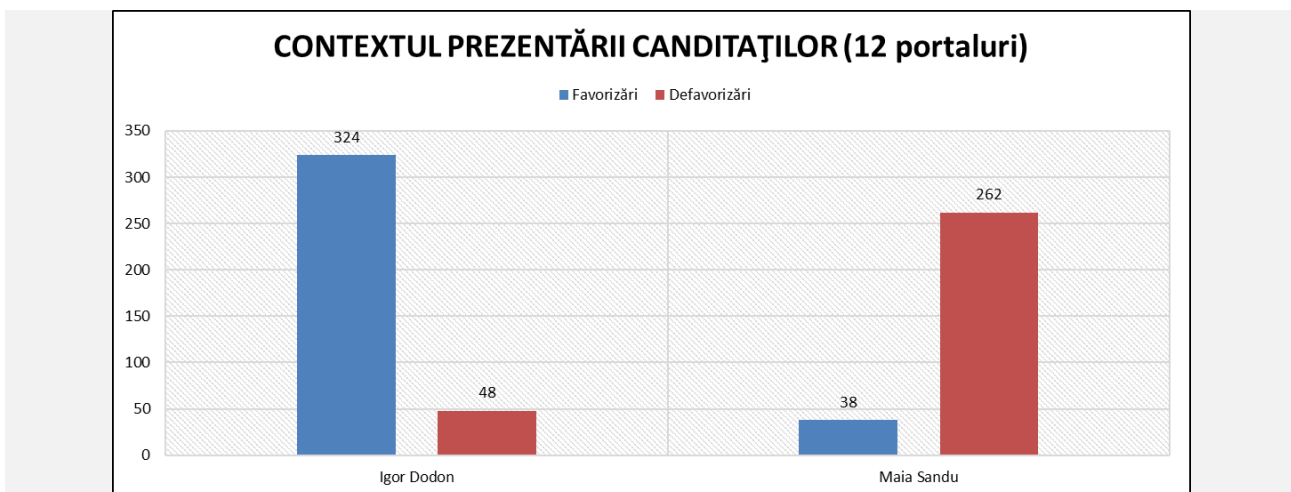
În perioada vizată, cele 12 publicații online au citat, în total, 2046 de surse. De această dată, cel mai des în calitate de surse de informare au servit reprezentanții/reprezentantele Comisiei Electorale Centrale, citați/citate de 361 de ori, dar și alte surse mass-media, citate de colegii/colegele de breaslă de 316 ori. Topul a fost completat în acest sens de către candidatul Igor Dodon, cu 287 de cazuri în care a apărut în calitate de sursă de informare pentru materialele jurnalistice cu un caracter electoral direct sau indirect. S-au mai remarcat în același context cetățenii/cetățenele, citați/citate de 120 de ori, reprezentanții/reprezentantele Guvernului, cu 114 apariții, reprezentanții/reprezentantele administrației publice locale, cu 84 de citări, sau experții/expertele, cu 82 de cazuri în care au fost surse de informare. Mai rar au apărut în calitate de surse ceilalți candidați și cele două candidate la funcția de președinte/președintă, și anume: Maia Sandu – de 81 de ori, Renato Usatîi – de 46 de ori, Andrei Năstase – de 36 de ori, Dorin Chirtoacă – de 22 de ori, Octavian Țicu – de 18 ori, Violeta Ivanov – de 11 ori, și Tudor Deliu – de 9 ori. Astfel, Igor Dodon a fost citat de aproape 32 de ori mai des decât Tudor Deliu.



Repartizarea surselor pe genuri a arătat un dezechilibru în favoarea bărbaților. Astfel, 1103, sau aproape 54% din sursele citate în materialele jurnalistice, publicate în perioada 1 – 7 noiembrie 2020 de cele 12 instituții media online, au fost bărbați. Alte 225 de surse, sau 11% au fost femei, iar în 718 cazuri (peste 35%) genul surselor nu a fost specificat.



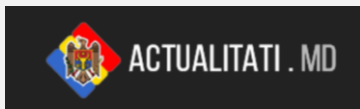
Candidatul și candidata care au acces în turul II al alegerilor prezidențiale au fost mediatizați atât în contexte neutre, cât și pozitive și negative de către cele 12 instituții media monitorizate. Mai exact, Igor Dodon a avut mai multe apariții în context pozitiv, care l-au favorizat (324 de cazuri). În același timp, el a apărut de 48 de ori și în ipostaze mai degrabă defavorizante. De cealaltă parte, Maia Sandu a avut parte, per ansamblu, de un tratament mediatic invers, numărul contextelor negative în care a fost pusă fiind mult mai mare decât al celor care mai curând au defavorizat-o (262 la 38 de cazuri).



În concluzie, în urma monitorizării comportamentului editorial al celor 12 instituții media online în perioada 1 – 7 noiembrie 2020, pot fi constatate următoarele tendințe:

- **Actualitati.md, Aif.md și Kp.md** au avut și în această perioadă de raport un comportament editorial similar, cu elemente accentuate de părtinire și tendențiozitate. Cele trei publicații l-au favorizat și l-au promovat în mod clar pe candidatul independent susținut de PSRM Igor Dodon, și au defavorizat-o pe candidata PAS Maia Sandu. O adevărată campanie de discreditare, atacare, denigrare prin informații false, insinuări, titluri și formulări sexiste, exprimări care îndeamnă la ură, violență și discriminare a fost desfășurată de cele trei publicații în raport cu Maia Sandu.
- **Noi.md, Vedomosti.md și Sputnik.md** l-au favorizat în continuare pe Igor Dodon prin tonalitatea reflectării și prezentarea în context pozitiv a candidatului. **Sputnik.md** a reflectat cel mai echilibrat, din punct de vedere cantitativ, candidații și candidatele la funcția de președinte/președintă. Maia Sandu a fost defavorizată de cele trei publicații.
- **Gagauzinfo.md** a acordat atenție în special zilei alegerilor, numărul materialelor scăzând considerabil în celelalte zile ale perioadei monitorizate. Publicația a asigurat cel mai bun echilibru de gen al surselor citate în materialele electorale.
- **Unimedia.info** a mediatizat procesul electoral și ziua primului tur al alegerilor, prezentând toți candidații și pe cele două candidate. Un spațiu mai mare i-a fost acordat lui Igor Dodon, care a apărut și de mai multe ori în context pozitiv, care l-a favorizat.
- **Agora.md și Newsmaker.md** au avut o politică editorială relativ echilibrată, materialele fiind, în general, nepărtinitoare, iar candidații și candidatele la funcția de președinte/președintă au fost prezentați/prezentate de cele mai multe ori în context neutru, dar și pozitiv sau negativ, însă fără o tendință clară de favorizare sau defavorizare.
- **Realitatea.md** a mediatizat campania electorală și ziua alegerilor, prezentând toți candidații și pe cele două candidate la funcția de președinte/președintă. Candidatul Igor Dodon a apărut de cele mai multe ori în context defavorizant.
- **Timpul.md** a acordat cea mai puțină atenție subiectelor electorale în perioada monitorizată, mediatizând în special ziua alegerilor. Igor Dodon a fost plasat mai des în contexte defavorizante, iar Maia Sandu – mai des în contexte favorabile.

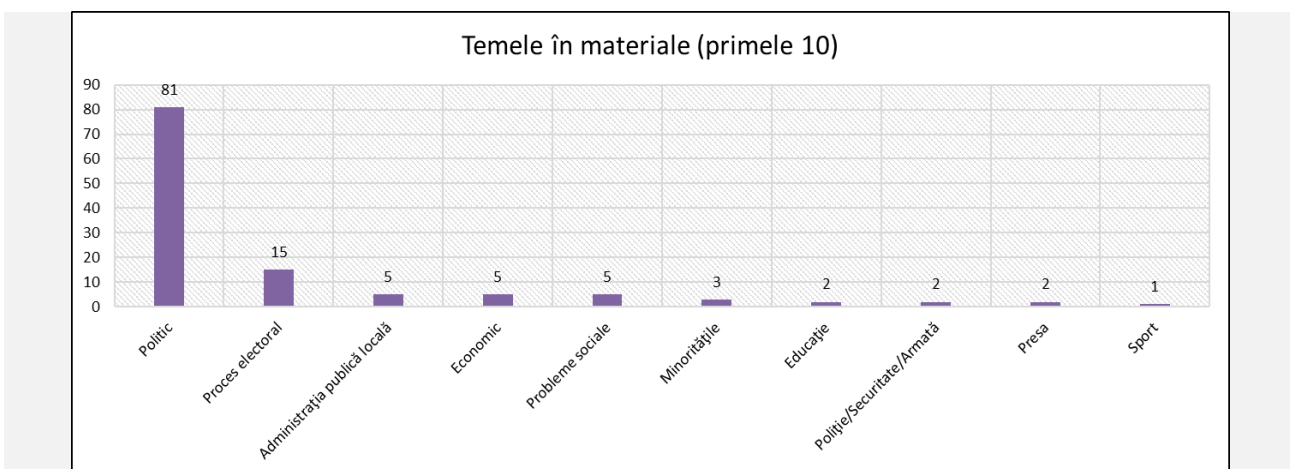
## 2.2 Comportamentul editorial al publicațiilor



[Actualitati.md](http://Actualitati.md)

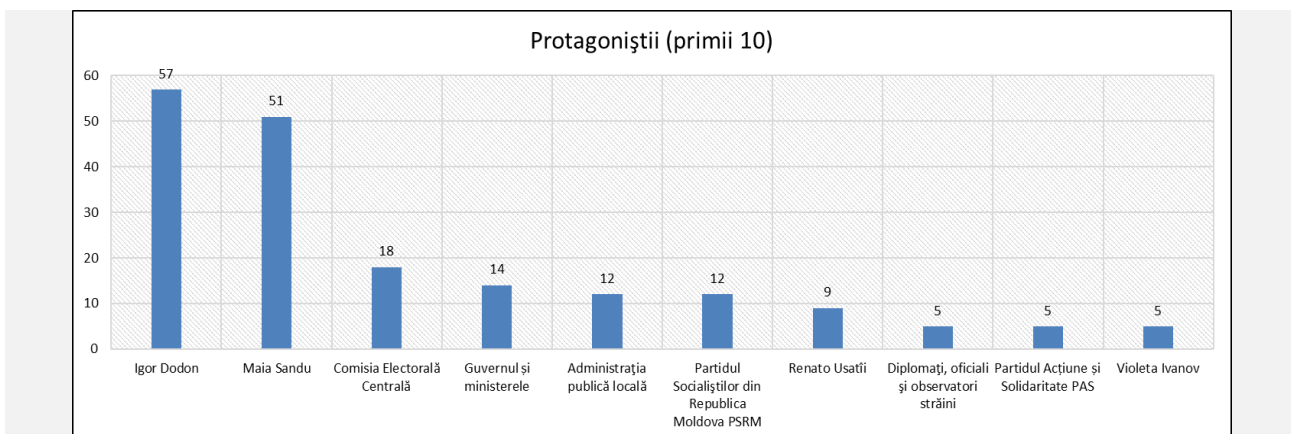
În perioada 1-7 noiembrie 2020, **Actualitati.md** a publicat 121 de știri relevante prezentei monitorizări. Dintre acestea, 5 texte au fost însoțite și de imagini video. Volumul total al materialelor relevante a constituit 114296 de semne pentru texte și 482 de secunde sau circa 8 minute pentru materialele video.

Cele mai multe materiale publicate de **Actualitati.md** au vizat domeniul politic și s-au axat, în special, pe agenda candidatului Igor Dodon. Astfel, toate întâlnirile acestuia cu alegătorii, promisiunile, declarațiile etc. au fost prezentate în detaliu. De asemenea, în ziua primului tur al alegerilor prezidențiale, publicația a mediatizat extrem de selectiv procesul de vot și exprimarea votului de către candidații și candidatele înscriși/înscrise în cursă. Mai exact, Igor Dodon a fost prezent masiv în informațiile prezentate la diferite intervale, iar Andrei Năstase a fost protagonistul unui material despre situația de la Varnița. Alți candidați și cele două candidate au lipsit cu desăvârșire din materialele publicate de **Actualitati.md** în ziua alegerilor. Au fost prezenți în schimb Ion Ceban, Zinaida Grecianîi, Ion Chicu și Irina Vlah, cu declarațiile de după exprimarea votului și îndemnul indirect de a vota un anumit candidat. Igor Dodon a fost prezentat în mai multe materiale ca fiind candidatul cu cele mai multe voturi acumulate în primul tur. În zilele care au urmat scrutinul, un număr impresionant de materiale s-au axat pe discreditarea și atacarea candidatei Maia Sandu, fără ca aceasta să fie măcar o dată prezentă cu o opinie. Astfel, fie că Igor Dodon personal, fie prin intermediul comentatorilor, experților, colegilor din PSRM, al reprezentanților comunităților rușilor sau ucrainenilor din Moldova, de exemplu, s-au concentrat pe o campanie de denigrare a candidatei Maia Sandu, utilizând un șir de informații false, neprobate, pe post de sperietori pentru cetățeni. Școli închise, proiecte stopate, carantină generală și izolare a țării, blocarea relațiilor cu Federația Rusă, votarea pentru unirea cu România, destabilizarea situației economice, marșurile LGBT, de toate a fost făcută responsabilă Maia Sandu în cazul în care câștigă alegerile prezidențiale, fără ca vreo probă să fie prezentată sau candidata să fi avut dreptul la replică. Mai puțin subiectele publicate de **Actualitati.md** au vizat procesul electoral propriu-zis, economia, problemele sociale sau educația în context electoral.

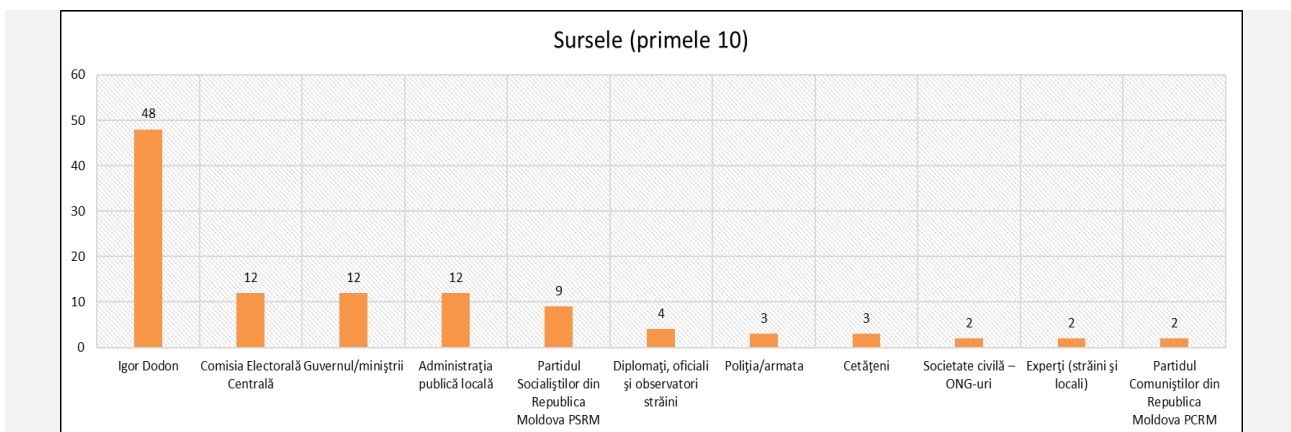




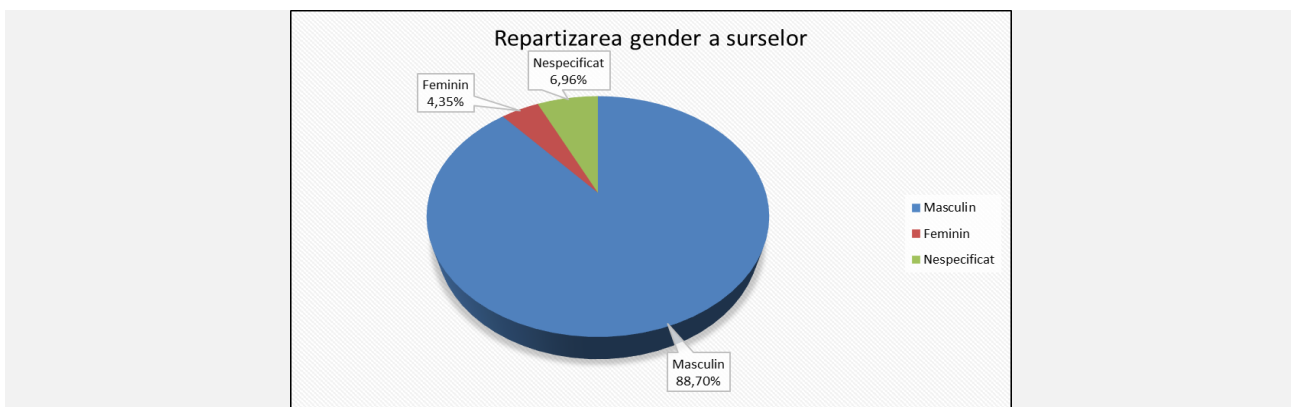
**Actualitati.md** a vizat 25 de categorii de protagoniști/protagoniste. Primele două locuri le-au ocupat în acest sens Igor Dodon și Maia Sandu, cu o diferență cantitativă de 6 prezențe în favoarea candidatului susținut de PSRM. Mult mai rar protagoniști/protagoniste au fost reprezentanții/reprezentantele Comisiei Electorale Centrale (de 18 ori), ai/ale Guvernului (de 14 ori), ai/ale administrației publice locale sau ai/ale Partidului Socialiștilor din Republica Moldova (de câte 12 ori). În calitate de protagoniști/protagonistă ai/a materialelor publicate de **Actualitati.md** au apărut și ceilalți candidați și o candidată la funcția supremă în stat, după cum urmează: Renato Usatîi – de 9 ori, Violeta Ivanov – de 5 ori, Andrei Năstase – de 4 ori, Octavian Țîcu și Tudor Deliu – de câte 3 ori, și Dorin Chirtoacă – o dată.



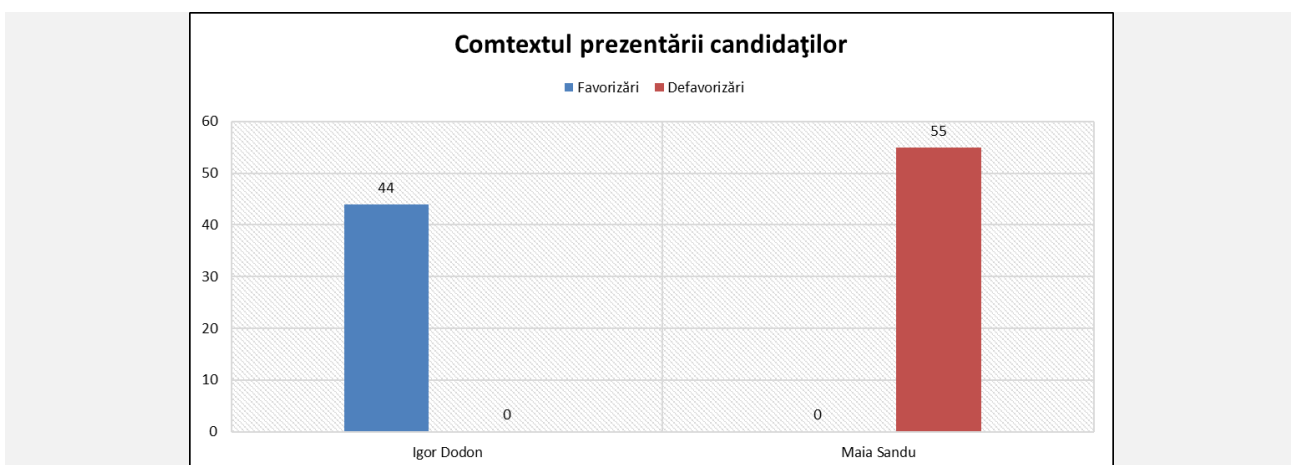
De asemenea, din cele 17 categorii de surse de informare la care s-a apelat, Igor Dodon a fost citat cel mai des (de 48 de ori), urmat de reprezentanții/reprezentantele CEC, ai/ale Guvernului și ai/ale administrației publice locale (de câte 12 ori), dar și de cei/cele ai/ale PSRM, citați/citate de 9 ori. Dintre candidați/candidate, Renato Usatîi și Andrei Năstase au fost citați câte o dată de **Actualitati.md**.



Aproape 89% din sursele citate de **Actualitati.md** au fost bărbați (102 din 115), puțin peste 4% fiind femei (în 5 cazuri), iar în 7% (8 cazuri) genul sursei nu a fost specificat. Prin urmare, publicația a avut un dezechilibru pronunțat sub aspectul genului, în defavoarea femeilor.

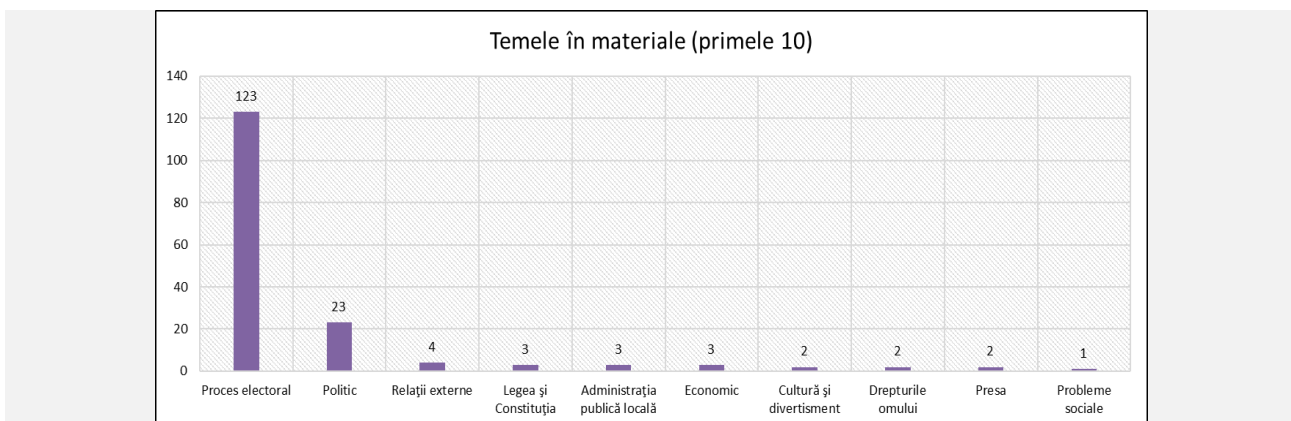


La fel ca în toate perioadele anterioare de monitorizare, cele mai multe materiale pe teme politice și/sau electorale publicate de **Actualitati.md** au avut o singură sursă de informare și un caracter părtinitor accentuat și evident în favoarea candidatului Igor Dodon. Acesta a fost mediatizat de 44 de ori în contexte pozitive, care l-au favorizat, celelalte 13 apariții în calitate de protagonist fiind neutre. Candidata Maia Sandu, în schimb, a fost prezentată în context negativ, defavorizant și denigrator chiar în toate cazurile în care a fost protagonistă, dar și în câteva în care a fost vizată indirect. Candidata Maia Sandu a fost în această perioadă ținta unei ample campanii de denigrare prin intermediul informațiilor false, al atacurilor, inclusiv cu elemente ale discursului de ură, cu încălcarea gravă nu doar a normelor deontologice ale jurnalismului, dar și a mai multor legi, printre care cea care asigură egalitatea de șanse, sau cea cu privire la non-discriminare. Publicația **Actualitati.md** nu a probat niciuna din afirmațiile spuse de Igor Dodon sau de alți protagoniști/protagoniste, și nu i-a oferit nici o dată Maiei Sandu dreptul la replică.

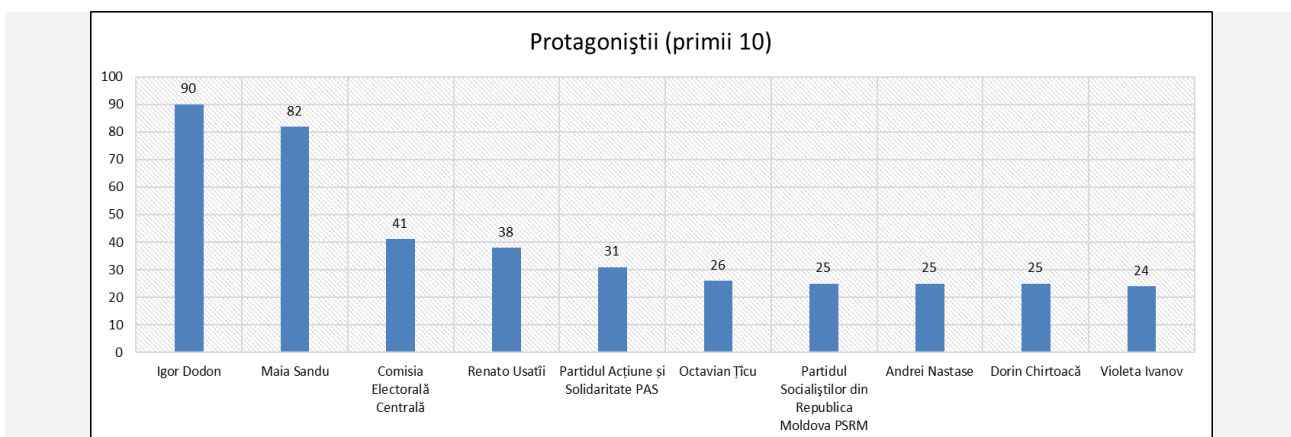


În intervalul supus monitorizării **Agora.md** a publicat 166 de știri cu un caracter electoral direct sau indirect. În 32 de cazuri, materialele au fost însoțite de imagini video. Volumul total al materialelor relevante a constituit 272118 semne (pentru texte), și 14028 de secunde sau aproape 4 ore (pentru materialele video).

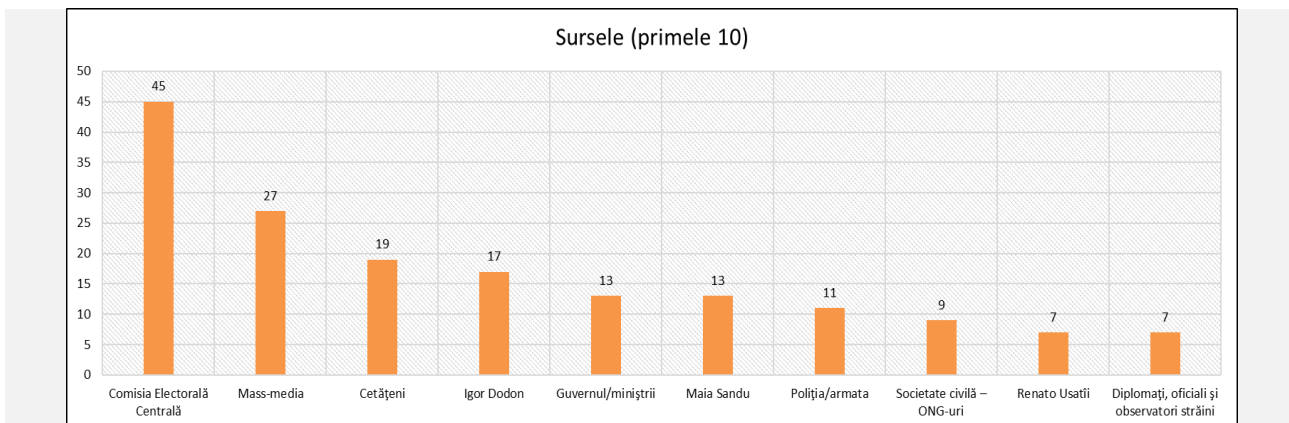
**Agora.md** a acordat o atenție semnificativă procesului electoral în general, cu accent pronunțat pe ziua primului tur al alegerilor prezidențiale. Redacția a fost extrem de activă pe 1 noiembrie, prezentând în timp real toate informațiile relevante despre mersul votării, prezentarea la urne, deciziile și declarațiile CEC, votul candidaților și al candidatelor, votul în diaspora și al cetățenilor din stânga Nistrului, primele rezultate etc. La o distanță mare s-au aflat aspectele politice ale campaniei electorale, inclusiv declarațiile și comentariile candidaților/candidatelor, dar și acțiunile de campanie ale candidatului și candidatei rămas/rămasă în cursă. O atenție nesemnificativă a fost acordată în această perioadă de către **Agora.md** relațiilor externe, economiei, culturii sau problemelor sociale în context electoral.



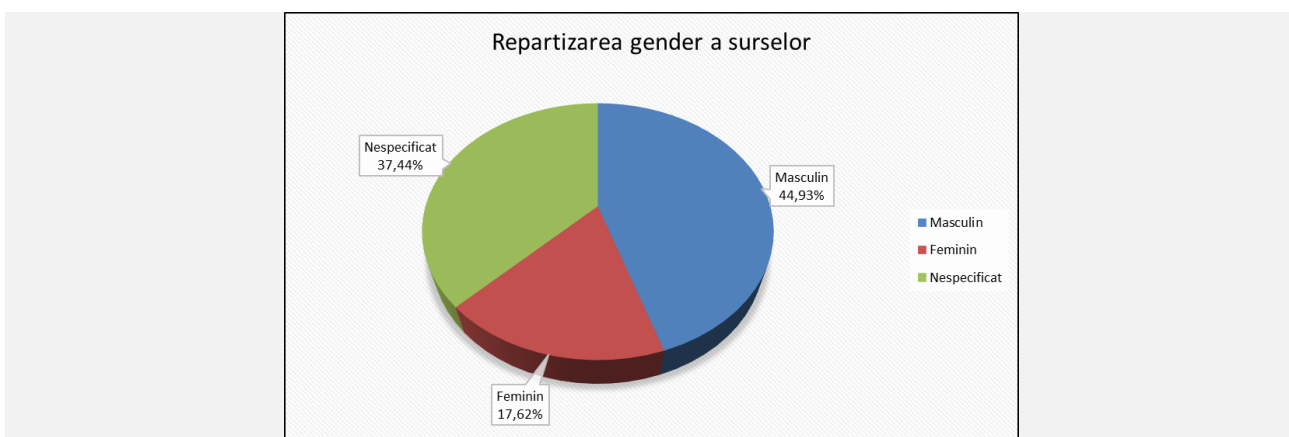
Din cele 37 de categorii diferite de protagoniști/protagoniste pe care i-a/le-a vizat **Agora.md**, cel mai des în această calitate a apărut Igor Dodon (de 90 de ori) și Maia Sandu (de 82 de ori). Reprezentanții/reprezentantele CEC au încheiat topul cu 41 de apariții, urmați/urmate de Renato Usatîi cu 38 de ori în care a fost protagonist, reprezentanții/reprezentantele PAS, cu 31, și de Octavian Țicu, de 26 de ori în această postură. De asemenea, de câte 25 de ori au fost vizati în calitate de protagoniști ai știrilor **Agora.md** Andrei Năstase și Dorin Chirtoacă, Violeta Ivanov fiind menționată în 24 de cazuri, iar Tudor Deliu – în 22.



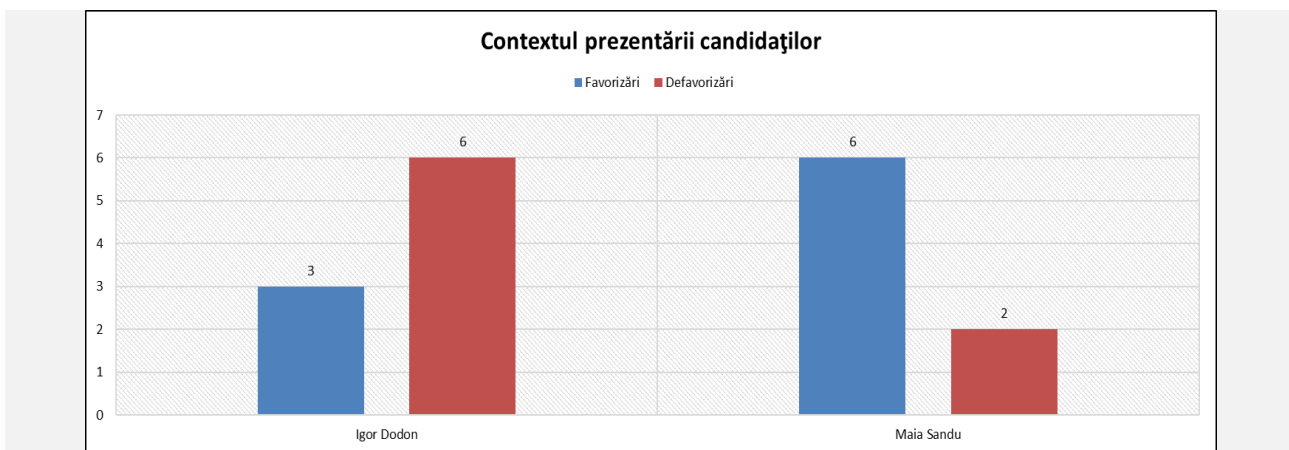
Totodată, **Agora.md** a citat 29 de categorii diferite de surse, iar cel mai des pe reprezentanții/reprezentantele Comisiei Electorale Centrale (de 45 de ori). Au urmat alte surse mass-media și cetățenii/cetățenele, citați/citate de 27 și respectiv 19 ori. Candidații și candidatele la funcția de președinte/președintă au fost citați/citate mai rar de **Agora.md**, după cum urmează: Igor Dodon - de 17 ori, Maia Sandu – de 13 ori, Renato Usatîi – de 7 ori, Andrei Năstase și Dorin Chirtoacă – de câte 6 ori, Octavian Țicu – de 3 ori, Violeta Ivanov și Tudor Deliu – de câte două ori.



În materialele publicate de **Agora.md** au fost citate, în total, 227 de surse de informație, în 102 cazuri (sau aproape 45%) fiind vorba de bărbați și în 40 (sau aproape 18%) – de femei. În alte 85 de materiale (sau peste 37%) sursa nu a fost specificată sub aspectul genului. Prin urmare, **Agora.md** a prezentat dezechilibrat sursele, în favoarea bărbaților, asigurând, totuși, un raport mai bun decât alte publicații monitorizate.



**Agora.md** a mediatizat campania electorală, inclusiv ziua alegerilor, în mod relativ echilibrat și echidistant, fără interpretări ale faptelor sau declarațiilor. În cele mai multe cazuri, textele au fost nepărtinitoare în raport cu sursele și protagoniștii/protagonistele, prezentându-le în manieră neutră. În cazul în care inițial cei/cele vizați/vizate în materiale nu au dorit să comenteze, iar ulterior s-au răzgândit și au comentat, publicația le-a oferit spațiu, explicând contextul în care au apărut informațiile. Candidatul Igor Dodon și candidata Maia Sandu au beneficiat, în general, de un tratament editorial neutru din partea **Agora.md**. În câteva cazuri (3 Igor Dodon și 6 Maia Sandu) contextele mai curând au favorizat candidatul și candidata, iar în alte câteva (6 Igor Dodon și 2 Maia Sandu) a fost vorba de contexte mai degrabă defavorizante pentru candidat/candidată. Cu toate acestea, o tendință evidentă, susținută și continuă de favorizare sau defavorizare a candidatului Igor Dodon sau a candidatei Maia Sandu nu a fost atestată.

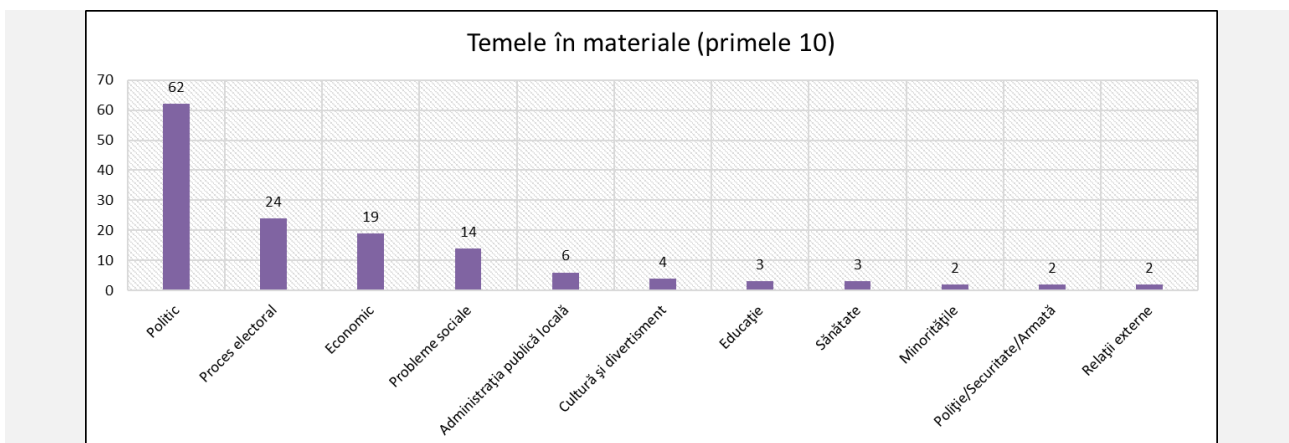


**АРГУМЕНТЫ  
И ФАКТЫ** В МОЛДОВЕ

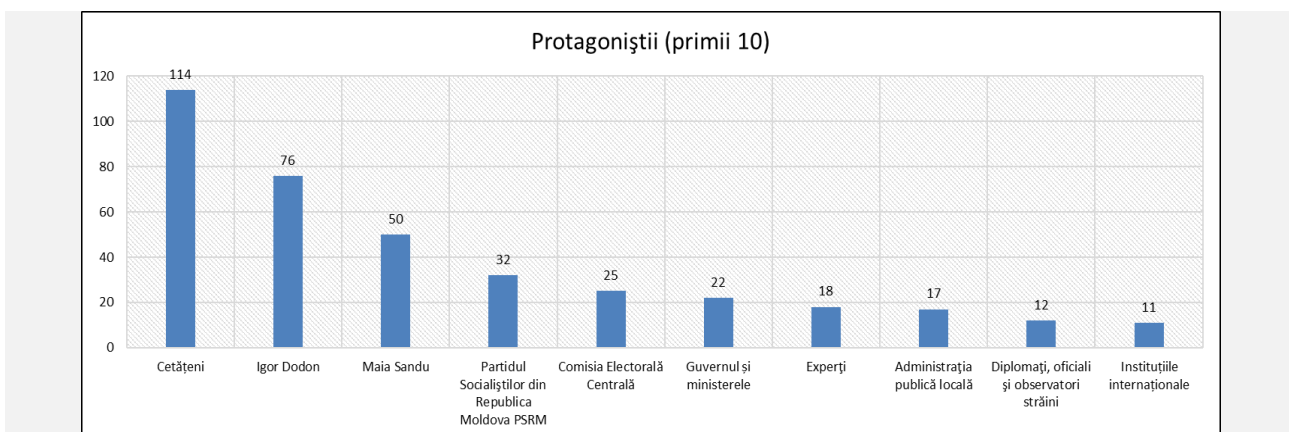
[Aif.md](http://Aif.md)

**Aif.md** a publicat în perioada 1 – 7 noiembrie 2020 un număr de 142 de materiale relevante pentru monitorizare, inclusiv 136 de știri și 6 comentarii, editoriale sau alte materiale de opinie. 55 dintre ele au fost însoțite de imagini video. Volumul total al materialelor relevante a constituit 124972 de semne (pentru texte), și 21390 de secunde sau aproape 6 ore (pentru materialele video).

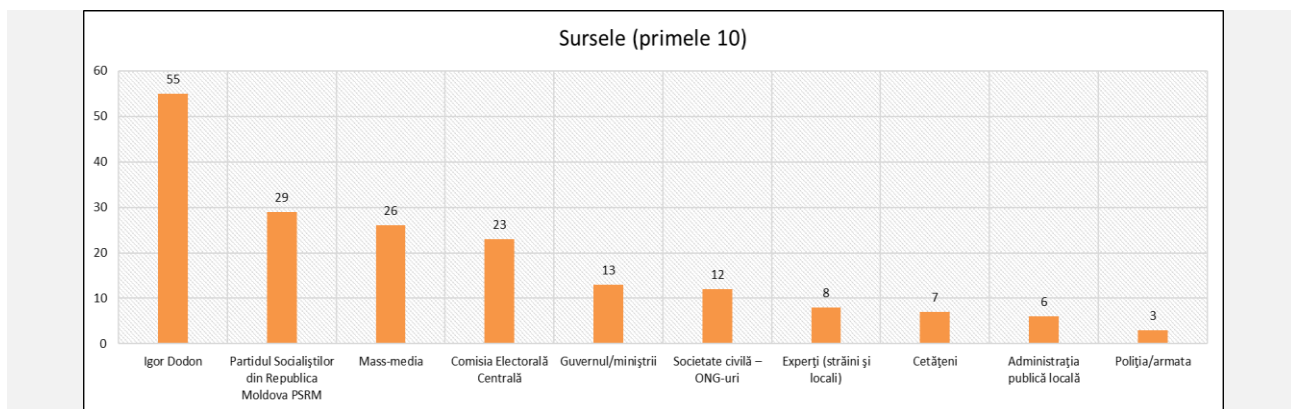
Cele mai multe materiale cu un caracter electoral direct sau indirect publicate de **Aif.md** au vizat domeniul politic, cu un accent pronunțat pe activitățile de campanie ale candidatului Igor Dodon. Publicația a mediatizat în detalii toate declarațiile, opiniile și activitățile candidatului, dar și ale colegilor acestuia din PSRM, ale premierului Ion Chicu, ale președintei Parlamentului Zinaida Grecianîi, ale primarului general Ion Ceban, sau ale bașcanei Irina Vlah. În ziua primului tur al alegerilor prezidențiale, **Aif.md** l-a prezentat doar pe Igor Dodon în calitate sa de candidat la funcția de președinte, începând cu exercitarea de către acesta a dreptului la vot, și continuând cu toate declarațiile și reacțiile exprimate pe parcursul zilei. Toate materialele l-au favorizat direct sau indirect pe Igor Dodon, acesta fiind prezentat ca fiind candidatul care a acumulat cele mai multe voturi după primul tur. În același timp, au fost publicate mai multe materiale în care Igor Dodon sau alte persoane care îl susțin au denigrat-o și acuzat-o pe candidata Maia Sandu, fără ca opinia acesteia să fie prezentă măcar o dată în materialele conflictuale. Narativele s-au axat pe izolarea țării, lipsa susținerii producătorilor autohtoni, interzicerea sărbătoririi zilei victoriei, încurajarea marșurilor comunității LGBT, discriminarea minorităților vorbitoare de limbă rusă etc., în cazul câștigării de către Maia Sandu a alegerilor prezidențiale. Au mai fost publicate o serie de materiale scurte, pe baza spoturilor video plasate pe canalul de facebook al lui Igor Dodon, ca mesaje electorale, de campanie. Materialele au avut caracter publicitar, dar nu au fost marcate ca atare. Mai puține materiale s-au referit la procesul electoral, inclusiv la declarațiile și deciziile CEC, votarea propriu-zisă etc., dar și la economie, probleme sociale, educație, sănătate sau cultură în context electoral.



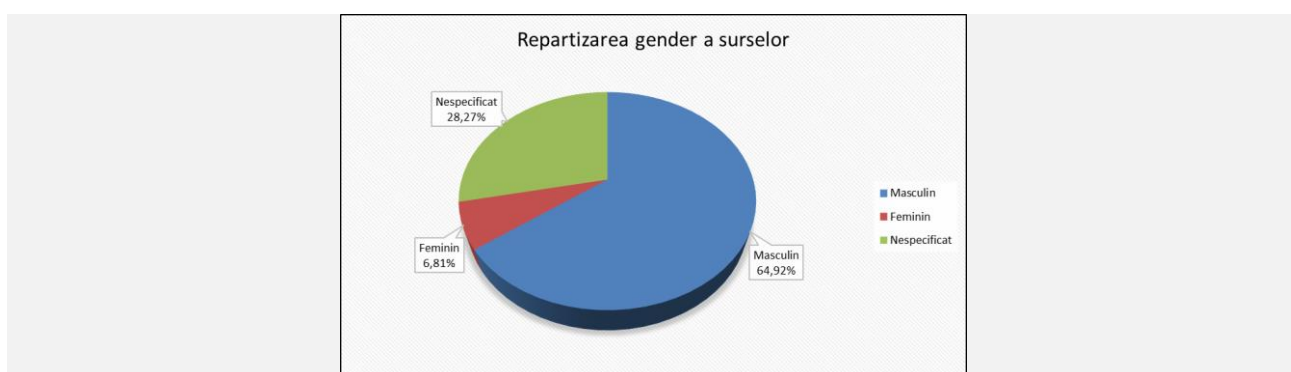
În perioada de referință, **Aif.md** a dat predilecție cetățenilor/cetățenelor în calitate de protagoniști/protagoniste ai/ale materialelor cu un caracter electoral direct sau indirect. Aceștia/acestea au avut calitatea de protagoniști/protagoniste în 114 cazuri. Pe locul doi a fost Igor Dodon, care a avut 76 de apariții ca protagonist, iar pe locul trei s-a situat Maia Sandu, cu 50 de ori în care a fost protagonista materialelor **Aif.md**. La fel, printre cele 28 de categorii de protagoniști/protagoniste vizate s-au mai regăsit reprezentanții/representantele PSRM, ai/ale CEC sau ai/ale Guvernului. Dintre alți candidați/alte candidate la funcția de președinte/președintă, Renato Usatîi și Violeta Ivanov au avut calitatea de protagonist/protagonistă de câte 10 ori, Andrei Năstase – de 9 ori, Dorin Chirtoacă și Octavian Țicu – de câte 7 ori, și Tudor Deliu – de 6 ori.



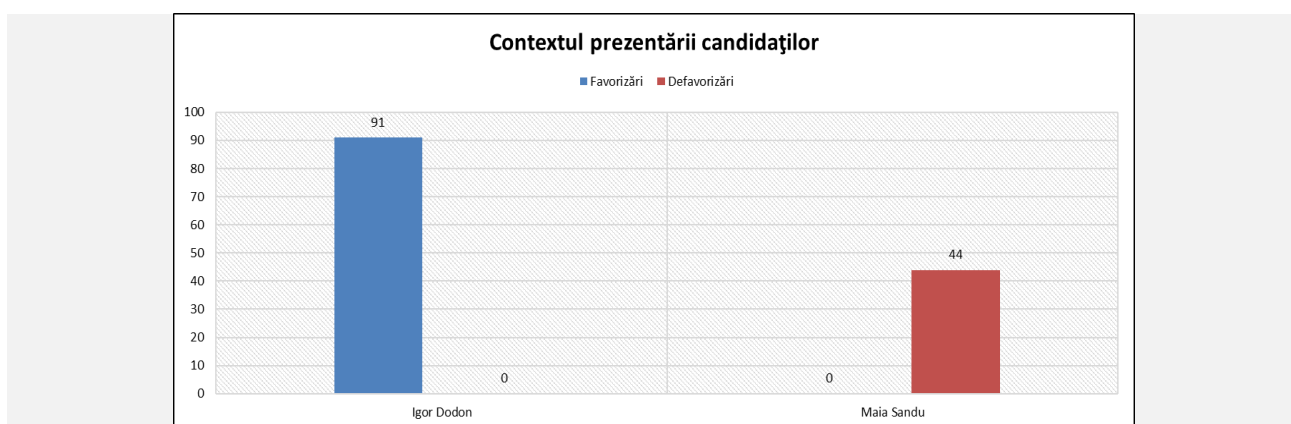
**Aif.md** a citat în calitate de surse 17 categorii diferite. Cel mai des în această postură a apărut candidatul Igor Dodon (de 55 de ori). La fel, surse de informare au servit reprezentanții/representantele PSRM (în 29 de cazuri), alte surse mass-media (de 26 de ori), sau reprezentanții/representantele Comisiei Electorale Centrale (de 23 de ori). Dintre candidații/candidatele la funcția de președinte/președintă, Maia Sandu a fost citată o dată în calitate de sursă.



În context, cele mai multe surse citate au rămas bărbații (aproape 65%) sau 124 din 191, iar femeile au fost citate ca surse de 13 ori, ceea ce înseamnă aproape 7% din total. În 54 de cazuri (sau peste 28%) sursa nu a fost specificată. Prin urmare, materialele jurnalistice publicate de **Aif.md** au continuat să fie disproporționate din perspectiva de gen.

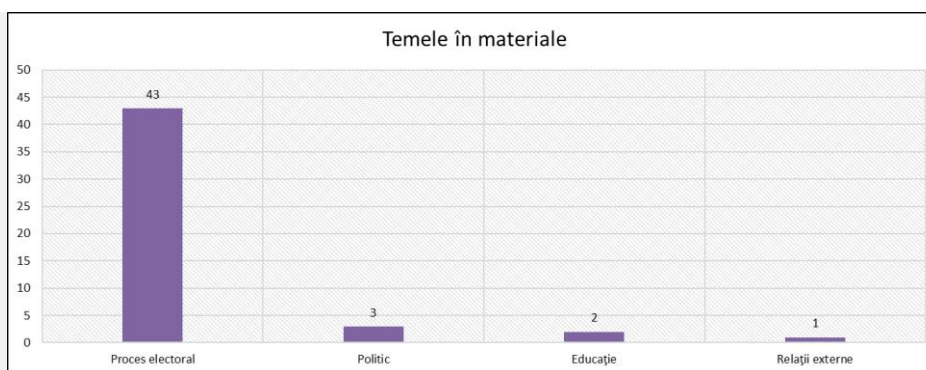


În perioada 1-7 noiembrie 2020, **Aif.md** a continuat să-l promoveze deschis și masiv pe candidatul Igor Dodon, publicând un număr mare de materiale care l-au vizat direct sau indirect, inclusiv toate declarațiile, opiniile, atacurile, îndemnurile etc. Astfel, Igor Dodon a fost favorizat de 91 de ori în articolele publicației, inclusiv în toate materialele în care a fost protagonist (76), dar și în alte 15 cazuri, când a fost favorizat indirect. Maia Sandu, pe de altă parte, a fost plasată în context negativ, care a defavorizat-o masiv și evident de 44 de ori din 50 în care a fost protagonistă. Publicația **Aif.md** a admis atacuri la persoană, acuzații neprobate și nefondate, falsuri și denigrări în adresa candidatei Maia Sandu, fără ca opinia acesteia să fie prezentată măcar o dată.

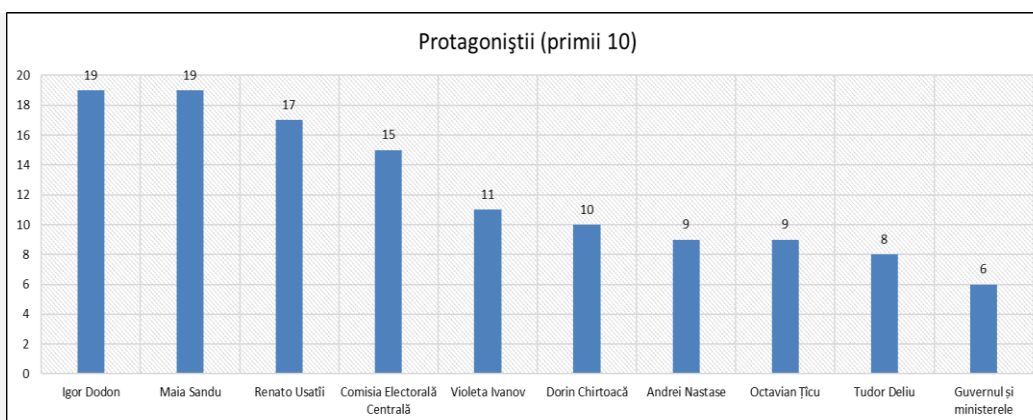


Publicația regională **Gagauzinfo.md** a acordat relativ puțină atenție campaniei electorale pentru alegerile prezidențiale, dar mai multă decât în perioadele anterioare de monitorizare. Astfel, între 1-7 noiembrie 2020, au fost publicate 49 de materiale relevante, inclusiv 48 de știri și un sondaj de tip Vox Populi. 9 materiale au fost însoțite și de imagini video. Volumul total al materialelor relevante a constituit astfel 81360 de semne (pentru texte), și 1918 secunde sau circa 32 de minute în cazul imaginilor video.

Știrile s-au referit în cele mai multe cazuri la procesul electoral în general, cu accent pe organizarea scrutinului în UTA Gagauzia Yeri. Publicația **Gagauzinfo.md** a fost în special activă în ziua alegerilor, când a publicat știri despre procesul de vot din Găgăuzia, Vox Populi cu oamenii care au spus pentru ce au votat, dar și despre procesul de vot din țară, inclusiv despre cum au votat candidații și candidatele, liderii/liderele autonomiei, prezența la vot, rezultate preliminare etc. Ulterior au fost publicate știri despre rezultatele turului I, despre cum va arăta buletinul de vot pentru turul II, informații de la CEC. Foarte puțin s-a scris în această perioadă despre domeniul politic, educație și relații externe în context electoral.



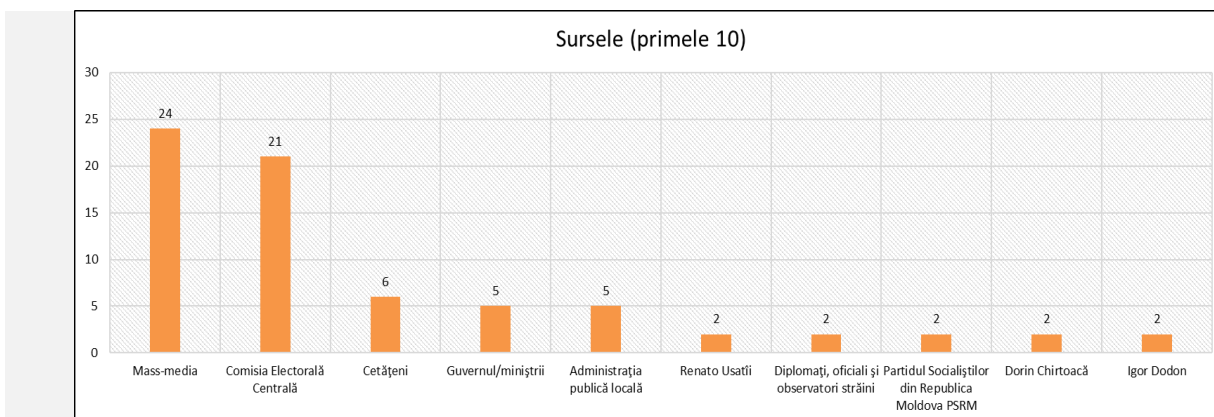
Din cele 17 categorii de protagoniști/protagoniste vizați/vizate în produsele jurnalistice au făcut parte, în proporții relativ echilibrate, toți candidații și candidatele la funcția de președinte/președintă al/a Republicii Moldova, dar și reprezentanții/reprezentantele Comisiei Electorale Centrale sau ai/ale Guvernului.



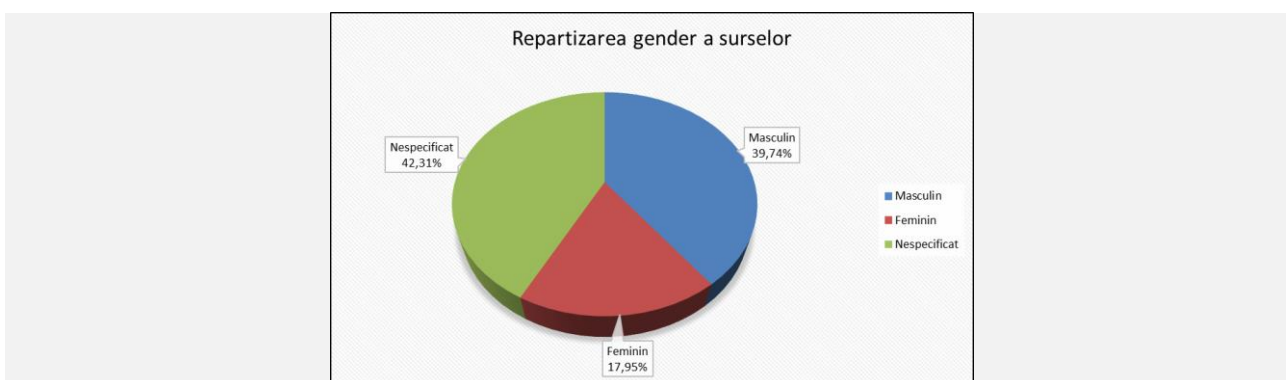
Din cele 17 categorii diferite de surse, cel mai des au fost citate alte surse mass-media (de 24 de ori), urmate de reprezentanții/reprezentantele CEC (de 21 de ori) și de cetățeni/cetățene



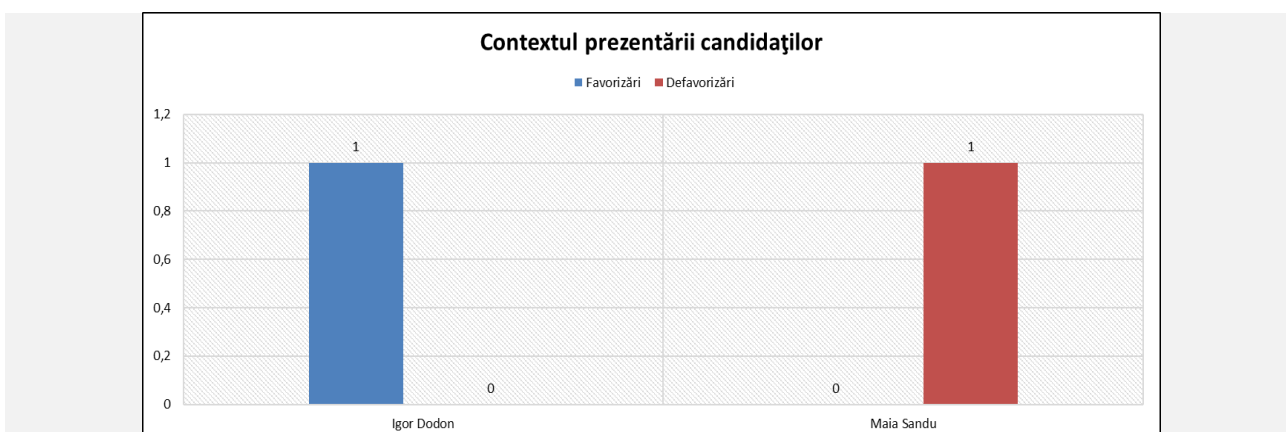
(de 6 ori). Candidații/candidatele la funcția supremă în stat au fost citați/citate de **Gagauzinfo.md** mult mai rar, și anume: Renato Usatîi, Dorin Chirtoacă și Igor Dodon (de câte două ori), iar Violeta Ivanov, Andrei Năstase, Maia Sandu, Octavian Țîcu și Tudor Deliu – câte o dată.



Sursele citate de **Gagauzinfo.md** au fost în special bărbații (31 din 78 sau aproape 40%). La rândul lor, femeile au constituit aproape 18% din total, fiind citate în 14 cazuri, iar în 33 de cazuri (sau în peste 42%) apartenența de gen a surselor nu a fost specificată.

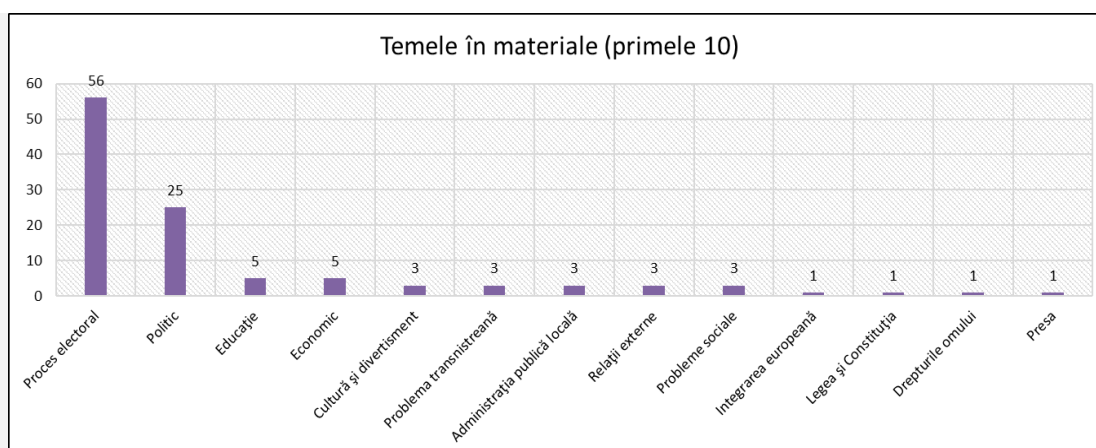


Publicația regională **Gagauzinfo.md** a mediatizat, în perioada de referință, în context preponderent neutru acțiunile electorale ale candidatului și candidatei care au acces în turul II al alegerilor prezidențiale. Câte o singură dată contextul a fost mai curând favorabil pentru Igor Dodon și mai degrabă nefavorabil pentru Maia Sandu, fără a fi atestată o promovare (pozitivă sau negativă) evidentă a cuiva.

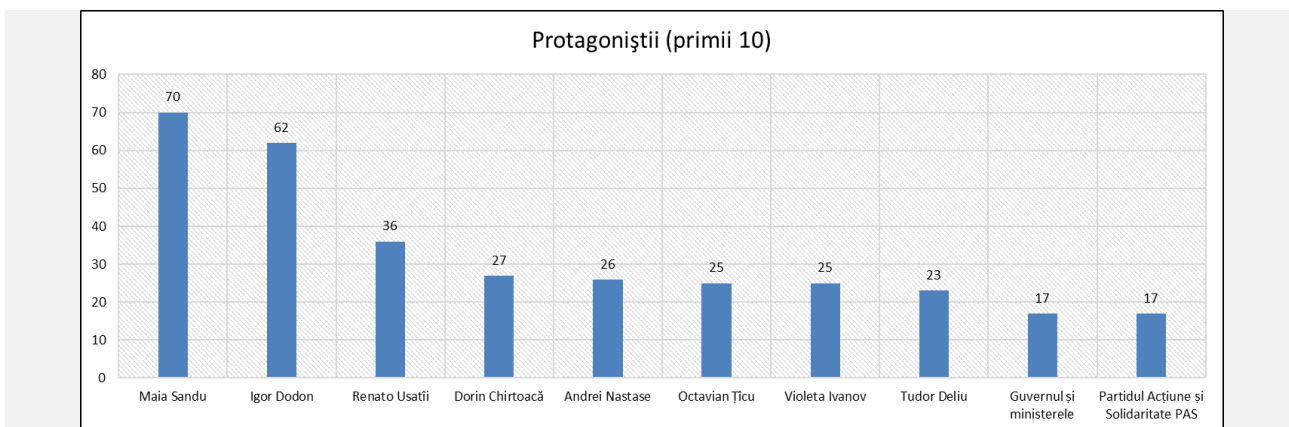


**Kp.md** a publicat în perioada supusă monitorizării 110 materiale cu un caracter electoral direct sau indirect, inclusiv 108 știri, un interviu cu un candidat și un material de opinie, toate publicate sub formă de text. Volumul total al materialelor relevante a constituit 150887 de semne.

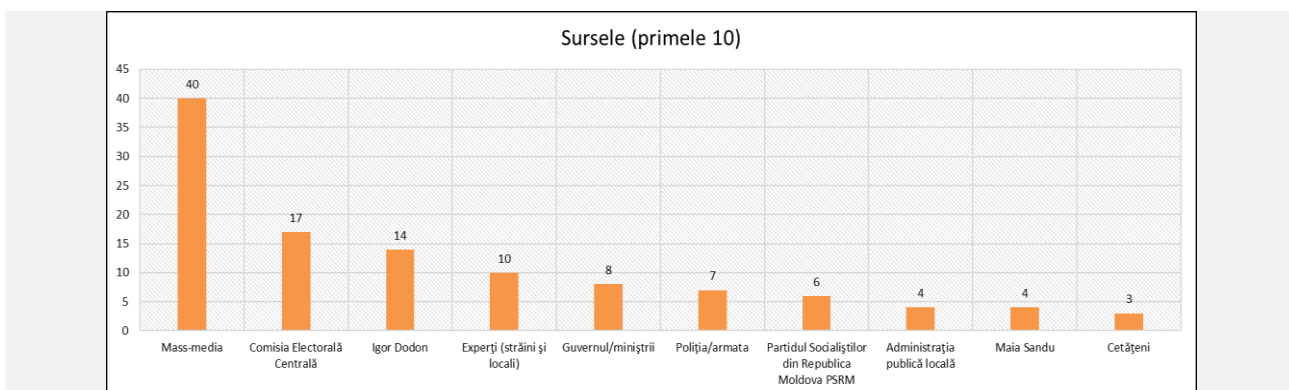
Cu referire la tematici, procesul electoral a dominat de această dată agenda **Kp.md**, o parte importantă a informațiilor vizând procesul de vot, rezultatele primului tur al alegerilor, declarațiile CEC etc. Totuși, acest proces nu a fost prezentat echilibrat, accentul fiind pus pe candidatul Igor Dodon și pe susținătorii săi, pe votul în anumite regiuni ale țării, pe incidentul de la Varnița, în care a fost implicat un membru al Partidului Acțiune și Solidaritate etc. De asemenea, în celelalte zile monitorizate, **Kp.md** s-a alăturat altor publicații care au distribuit un șir de informații critice, false și denigratoare la adresa candidatei Maia Sandu, folosind mai multe declarații și opinii, insinuări și presupuneri pe post de sperietoare pentru alegători/alegătoare. Circa 80-90% dintre materialele critice despre Maia Sandu nu au avut la bază nicio sursă, și au constituit interpretări ale autorilor. Mai mult, publicația a admis titluri și exprimări sexiste și care au îndemnat la ură, violență și discriminare. Alte materiale au vizat, în context, domeniul politic, și mai rar – educația, economia, cultura, problemele sociale, relațiile externe sau problema transnistreană.



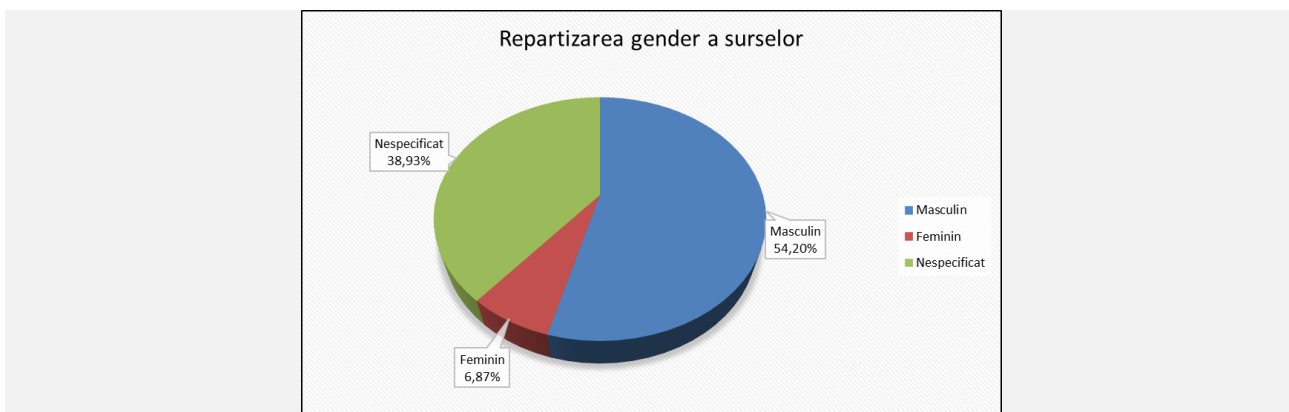
În perioada 1-7 noiembrie 2020, **Kp.md** a vizat 31 de categorii diferite de protagoniști/protagoniste. Primele opt poziții au fost ocupate în acest sens de candidații și candidatele la funcția de președinte/președintă al/a Republicii Moldova. Astfel, cel mai des în această calitate a apărut Maia Sandu (de 70 de ori), urmată de Igor Dodon (de 62 de ori), Renato Usatîi (de 36 de ori), Dorin Chirtoacă (de 27 de ori), Andrei Năstase (de 26 de ori), Octavian Țîcu și Violeta Ivanov (de câte 25 de ori) și de Tudor Deliu, care a fost protagonist al materialelor **Kp.md** de 23 de ori. În primele 10 categorii de protagoniști/protagoniste au mai intrat reprezentanții/reprezentantele Guvernului, precum și cei/cele ai/ale Partidului Acțiune și Solidaritate (de câte 17 ori).



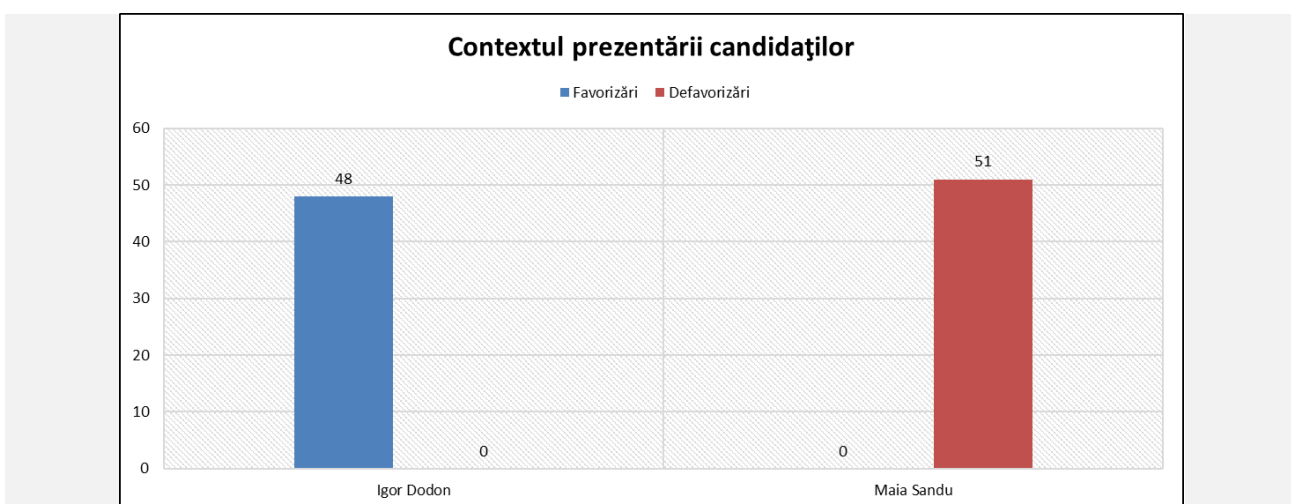
Cele 24 de categorii de surse citate de **Kp.md** s-au repartizat între alte surse mass-media (în 40 de cazuri), reprezentanții/reprezentantele CEC (de 17 ori) și Igor Dodon, care a fost citat de 14 ori în calitate de sursă de informare. Au urmat experți/experte (de 10 ori), reprezentanții/reprezentantele Guvernului (de 8 ori), cei/cele ai/ale poliției sau armatei (de 7 ori) ș.a. Dintre candidații/candidatele la funcția de președinte/președintă Maia Sandu a fost citată în calitate de sursă de 4 ori, Renato Usatîi – de 2 ori, iar Dorin Chirtoacă și Andrei Năstase – câte o dată. La rândul lor, Violeta Ivanov, Tudor Deliu și Octavian Țicu nu a fost citată/nu au fost citați de **Kp.md** în perioada de referință.



Sursele au fost și în acest caz dezechilibrate sub aspectul genului. Astfel, din totalul de 131 de surse citate de **Kp.md**, 71 sau peste 54% au fost bărbați, 9 (sau aproape 7%) - femei, iar în 51 cazuri (sau aproape 39%) apartenența de gen a sursei nu a fost precizată.



Publicația **Kp.md** a continuat să-l favorizeze deschis și masiv pe Igor Dodon, atât în știri, cât și în materialele de opinie ale diferitor autori, inclusiv experți străini, deputați etc. Igor Dodon a apărut astfel în contexte neutre și pozitive, fiind favorizat în 48 de cazuri din 62 în care a fost protagonistul materialelor. Maia Sandu, pe de altă parte, a fost supusă unei campanii continue de critici, denigrare, atacare, discriminare pe criteriu de gen și acuzare, fără ca dreptul la replică să-i fie asigurat celei din urmă. Astfel, candidata Maia Sandu a fost defavorizată în 51 de cazuri din 70 în care a fost protagonistă, fiind plasată în contexte eminamente negative, acuzatoare și jignitoare.

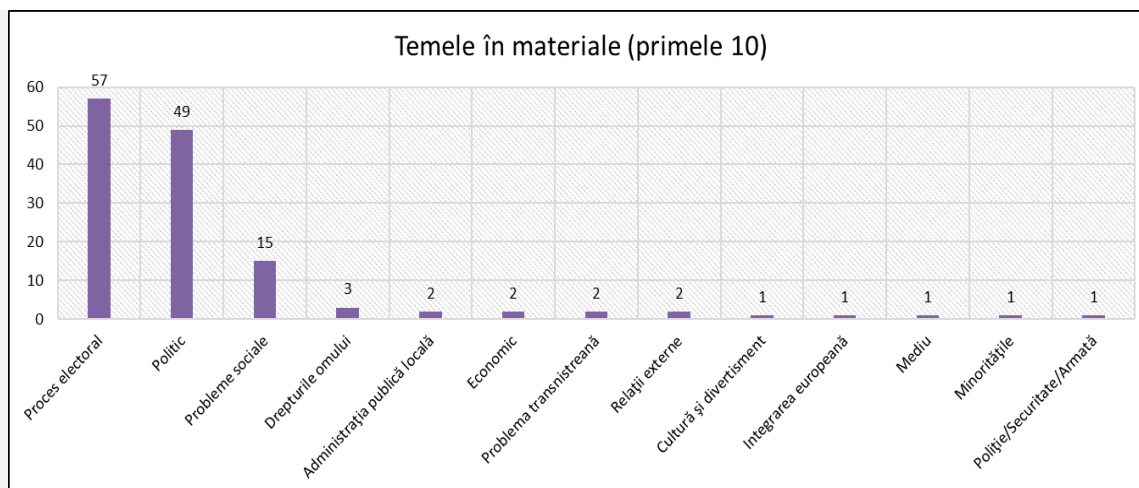


**NewsMaker**

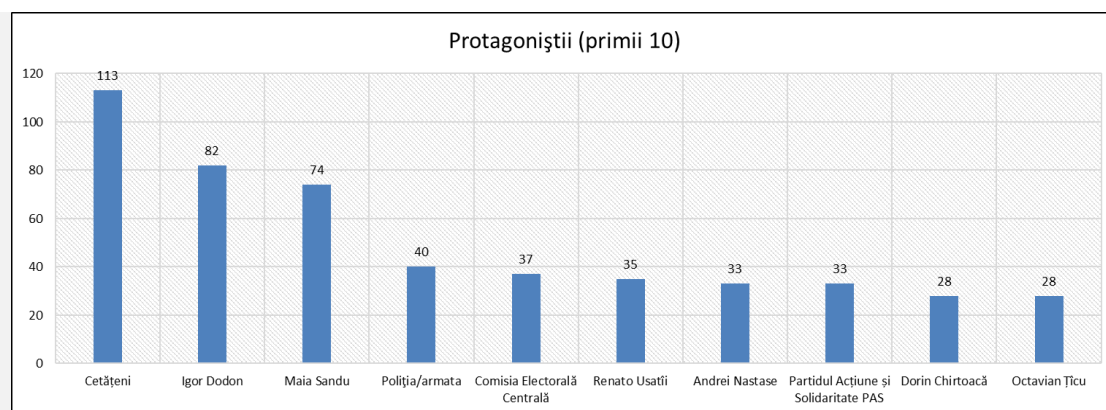
[Newsmaker.md](http://Newsmaker.md)

**Newsmaker.md** a publicat, în perioada monitorizată, 137 de materiale cu un caracter electoral direct sau indirect, inclusiv 133 de știri și 4 materiale de opinie. În 27 de cazuri, produsele au fost însoțite și de imagini video. Volumul total al materialelor relevante a constituit 245976 de semne în cazul textelor, și 28283 de secunde sau aproape 8 ore în cazul imaginilor video.

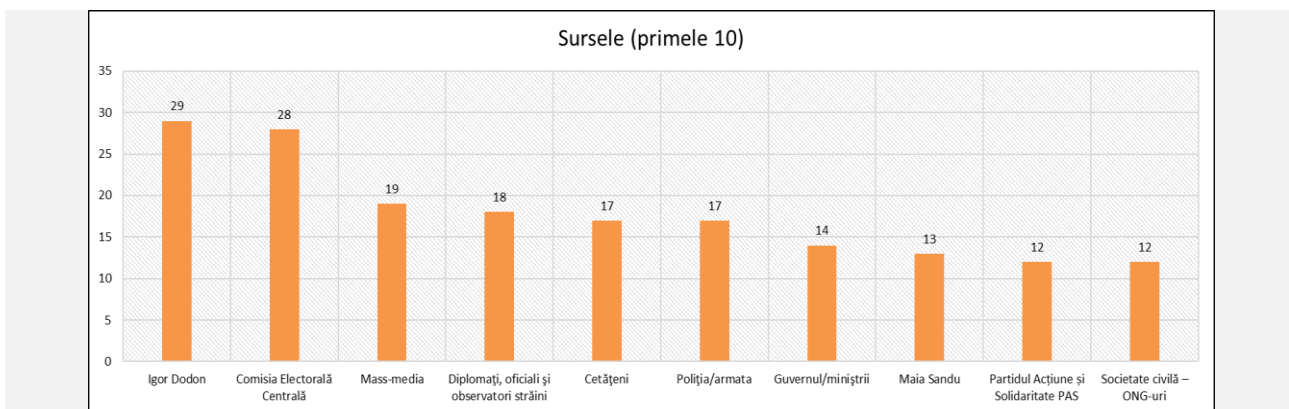
Publicația a mediatizat pe larg procesul electoral, inclusiv și în special în ziua primului tur al alegerilor prezidențiale, prezentând relativ echilibrat informațiile relevante. **Newsmaker.md** a acoperit procesul de vot în general, cu datele de la CEC, cele despre încălcări, declarațiile candidaților și ale candidatelor, incidentul de la Varnița, votul în diaspora etc. La o distanță relativ mică au fost subiectele ce au vizat domeniul politic, și mai puțin au fost mediatizate problemele sociale, economia, relațiile externe sau cultura în context electoral. De cele mai multe ori, publicația a asigurat dreptul la replică în materialele conflictuale, fie prin reacția imediată a părții vizate, dacă ea a existat, fie în știri separate, publicate la anumite intervale. Și în materialele de opinie, **Newsmaker.md** a încercat să asigure echilibrul, referindu-se, de exemplu, atât la faptul că Igor Dodon a numit diaspora „electorat paralel”, cât și la faptul că unii deputați PAS au blocat accesul cetățenilor din regiunea transnistreană la vot.



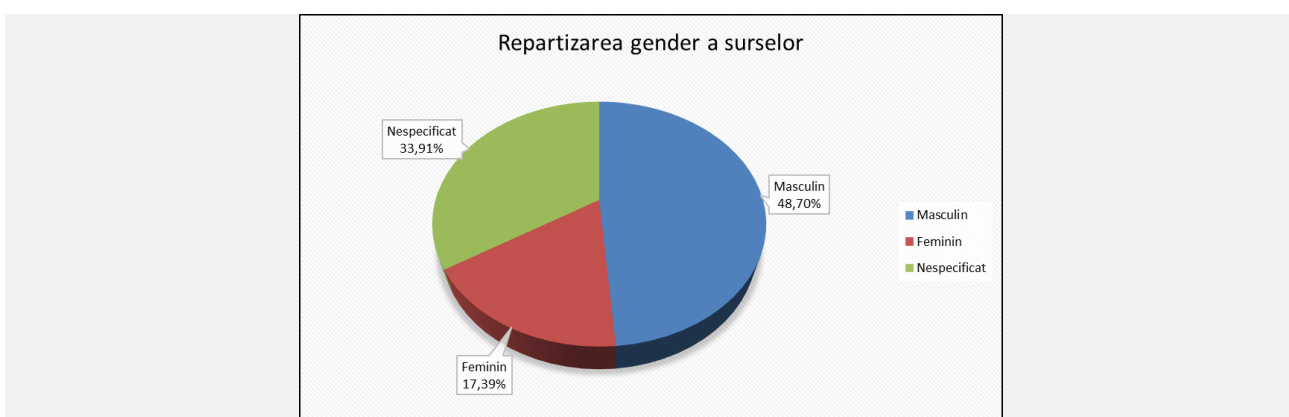
Protagonistii/protagonistele care au beneficiat de cea mai mare atenție din partea **NewsMaker.md** în perioada de referință au fost cetățenii/cetățenele, fiind cel mai des vizați/vizate printre cele 35 de categorii diferite de protagoniști/protagoniste (de 113 ori). Igor Dodon și Maia Sandu au completat podiumul în acest sens cu 82 și, respectiv, 74 de apariții. Protagonisti/protagoniste au mai fost reprezentanții/representantele poliției (de 40 de ori), sau cei/cele ai/ale Comisiei Electorale Centrale (de 37 de ori). Alți candidați și o candidată la funcția de președinte/președintă au avut calitatea de protagoniști/protagonistă în mai puține cazuri, și anume: Renato Usatîi – de 35 de ori, Andrei Năstase – de 33 de ori, Dorin Chirtoacă și Octavian Țicu – de câte 28 de ori, Tudor Deliu – de 26 de ori, Violeta Ivanov – de 22 de ori. De asemenea, în primele 10 categorii s-au regăsit reprezentanții/representantele Partidului Acțiune și Solidaritate, prezenți/prezente în calitate de protagoniști/protagoniste de 33 de ori.



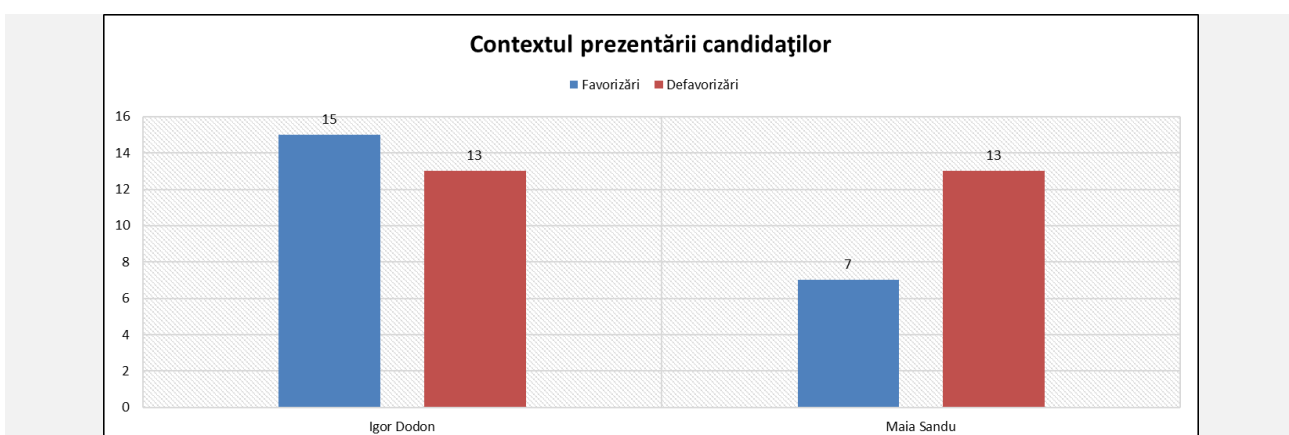
În perioada monitorizată, **NewsMaker.md** a citat 26 de categorii de surse, cel mai des apelând în acest sens la Igor Dodon (de 29 de ori), și la reprezentanții/representantele Comisiei Electorale Centrale (de 28 de ori). De asemenea, au fost citate alte surse mass-media (de 19 ori), diplomați/diplomate și oficiali străini/oficiale străine (de 18 ori), cetățeni/cetățene sau reprezentanți/representante ai/ale poliției (de câte 17 ori). Dintre candidați/candidate, Maia Sandu a fost citată în calitate de sursă de 13 ori, Renato Usatîi – de 7 ori, Andrei Năstase – de 5 ori, Dorin Chirtoacă și Octavian Țicu – de câte două ori, și Violeta Ivanov – o dată. Candidatul Tudor Deliu nu a avut calitatea de sursă pentru materialele publicate de **NewsMaker.md** în perioada de referință.



Din cele 230 de surse citate de **Newsmaker.md** în perioada de raport, 112 (sau aproape 49%) au fost bărbați, 40 (sau aproape 18%) au constituit-o femeile, iar în 78 de cazuri (sau aproape 34%) genul sursei nu a fost specificat. Astfel, publicația a prezentat sursele în mod dezechilibrat sub aspectul genului.



În perioada 1 - 7 noiembrie 2020, **Newsmaker.md** a mediatizat, în general, în mod echilibrat candidatul și candidata la funcția de președinte/președintă al/a Republicii Moldova rămas/rămasă în cursă, prezentându-l/prezentând-o de cele mai multe ori în contexte neutre. Cu toate acestea, atât Igor Dodon cât și Maia Sandu a fost plasat/plasată în anumite cazuri în contexte fie mai degrabă favorabile (de 15 ori Igor Dodon și de 7 Maia Sandu), fie nefavorabile (de câte 13 ori fiecare), fiind vorba despre favorizări sau defavorizări indirecte ale candidatului/candidatei. Prin urmare, o tendințiozitate a redacției **Newsmaker.md** în raport cu Igor Dodon sau Maia Sandu nu a fost atestată.

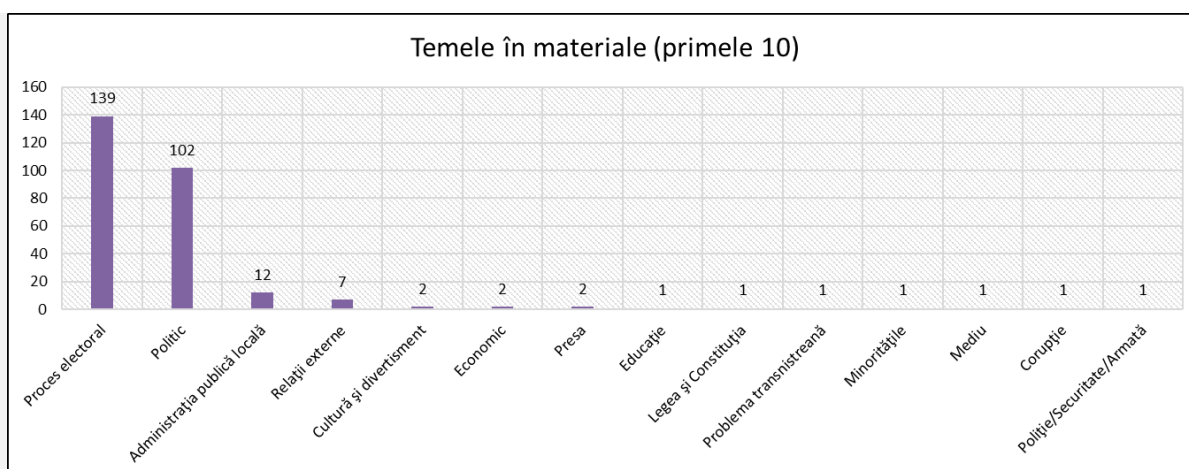




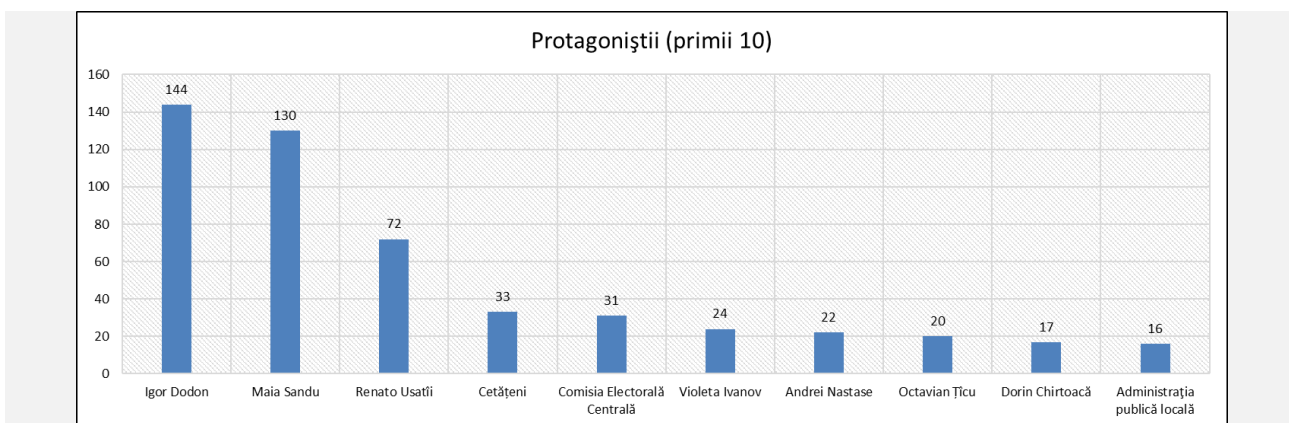
[Noi.md](http://Noi.md)

Publicația **Noi.md** a avut, în continuare, cele mai multe materiale relevante pentru prezenta monitorizare, dintre cele 12 instituții urmărite. Astfel, în perioada 1-7 noiembrie 2020, instituția a publicat 273 de astfel de materiale, inclusiv 270 de știri și 3 materiale de opinie. În 19 cazuri, materialele au fost însoțite și de imagini video. Volumul total al produselor relevante a constituit 306263 de semne pentru texte, și 7909 secunde sau circa 2 ore pentru video.

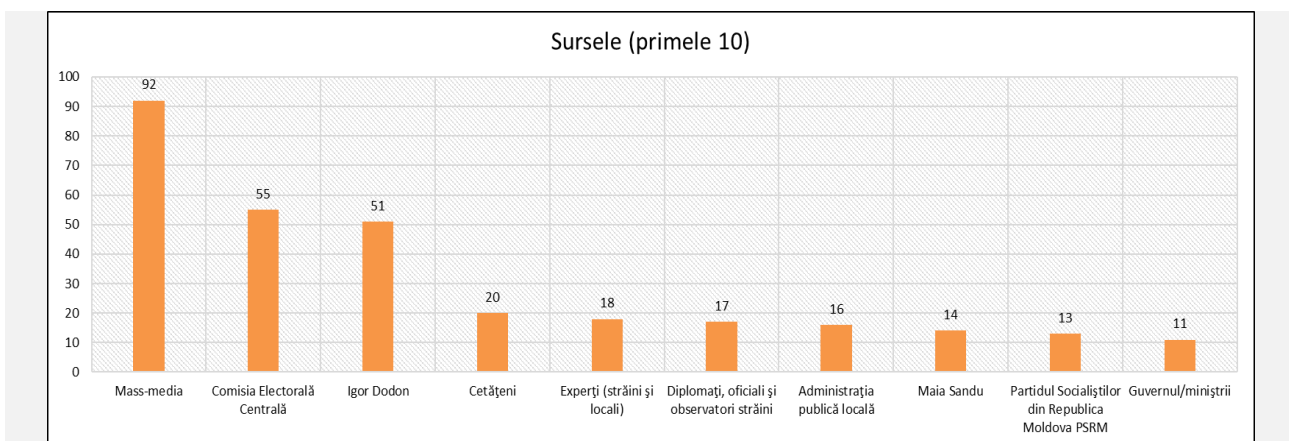
Numărul mare de știri electorale publicate de **Noi.md** a vizat în special procesul electoral și domeniul politic. Publicația a mediatizat activ ziua primului tur al alegerilor prezidențiale, prezentând inclusiv datele furnizate de Comisia Electorală Centrală, rezultatele votului, prezența la urne etc. Igor Dodon a beneficiat de cea mai largă mediatizare din partea publicației, atât în ziua alegerilor, cât și în zilele care au urmat, fiind favorizat în mod evident. În același timp, de o atenție semnificativă a avut parte și candidata Maia Sandu, doar că plasarea a fost în contexte eminentemente defavorabile. Pe parcursul săptămânii de după alegeri Igor Dodon a apărut în știri care l-au prezentat în vizite în teritoriu, cu declarații de la toate emisiunile la care a participat, cu declarații făcute la emisiunea sa săptămânală „Igor Dodon răspunde” etc. Publicația a conturat imaginea unui bun creștin și reformator al justiției, în persoana lui Igor Dodon, care s-a prezentat mai târziu la urna de vot pentru că a mers la biserică, și a unui pericol destabilizator, lichidator al statalității Republicii Moldova – în persoana Maiei Sandu. Știrile care au vizat-o pe cea din urmă au fost exclusiv negative, conținând inclusiv declarații sau acuzații ale lui Igor Dodon la adresa ei, fără a fi prezentată și poziția Maiei Sandu. De asemenea, anumite materiale au fost bazate pe opiniile anumitor experți care o critică pe candidată. Narativele despre lichidarea școlilor și a grădinițelor, interzicerea sărbătoririi zilei de 9 mai ca zi a victoriei, marșurile LGBT sau unirea cu România au fost și în acest caz exploatare și folosite pe post de sperietori pentru beneficiarii/beneficiarele de informație și implicit alegători/alegătoare. Alte câteva materiale ale **Noi.md** au vizat activitatea administrației publice locale, relațiile externe, cultura, economia, educația sau mediul în context electoral.



Igor Dodon și Maia Sandu au fost, prin urmare, cel mai des vizați în calitate de protagonist/protagonistă a materialelor publicate de **Noi.md** în perioada de referință, printre cele 29 de categorii diferite. Mai exact, Igor Dodon a avut 144 de astfel de apariții, iar Maia Sandu – 130. Pe locul trei s-a situat în acest sens Renato Usatîi cu 72 de ori în care a fost protagonist. Au urmat cetățenii/cetățenele, vizate de 33 de ori pe post de protagoniști/protagoniste, sau reprezentanții/reprezentantele Comisiei Electorale Centrale (de 31 de ori). De asemenea, Violeta Ivanov a avut rolul de protagonistă de 24 de ori, Andrei Năstase a fost protagonist al 22 de materiale, Octavian Țîcu – al 20, Dorin Chirtoacă – al 17, iar Tudor Deliu – al 14 materiale.

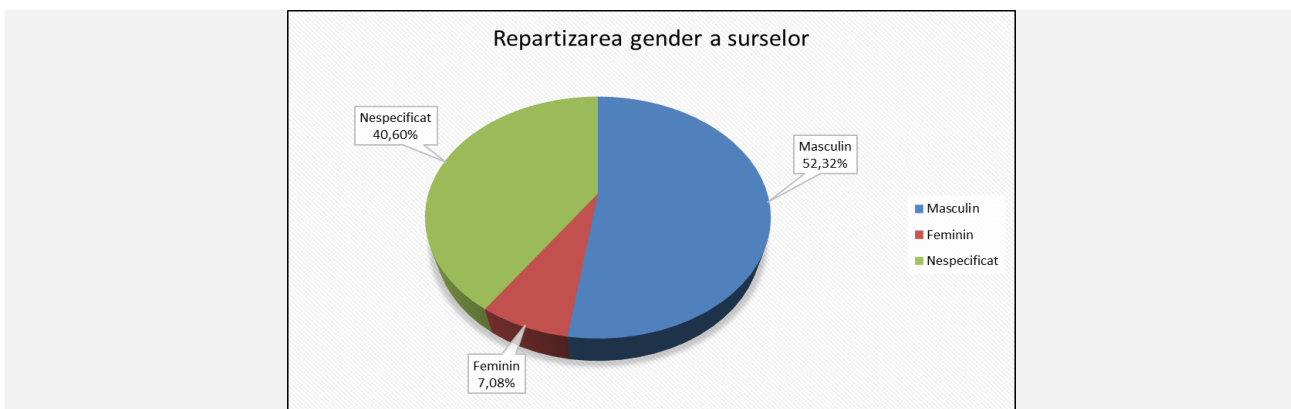


Din cele 30 de categorii de surse citate de **Noi.md** în perioada de raport, alte surse mass-media au avut cel mai des această calitate (de 92 de ori), urmate de reprezentanții/reprezentantele CEC (de 55 de ori) și de Igor Dodon (de 51 de ori). Sursele materialelor **Noi.md** au mai venit din rândul cetățenilor/cetățenelor (de 20 de ori), al experților/expertelor (de 18 ori) sau al reprezentanților/reprezentantelor administrației publice locale (de 16 ori). Dintre candidați/candidate, în calitate de surse de informare s-au mai regăsit Maia Sandu – de 14 ori, Andrei Năstase – de 7 ori, Renato Usatîi – de 6 ori, Octavian Țîcu – de 3 ori, iar Violeta Ivanov, Dorin Chirtoacă și Tudor Deliu – câte o dată.

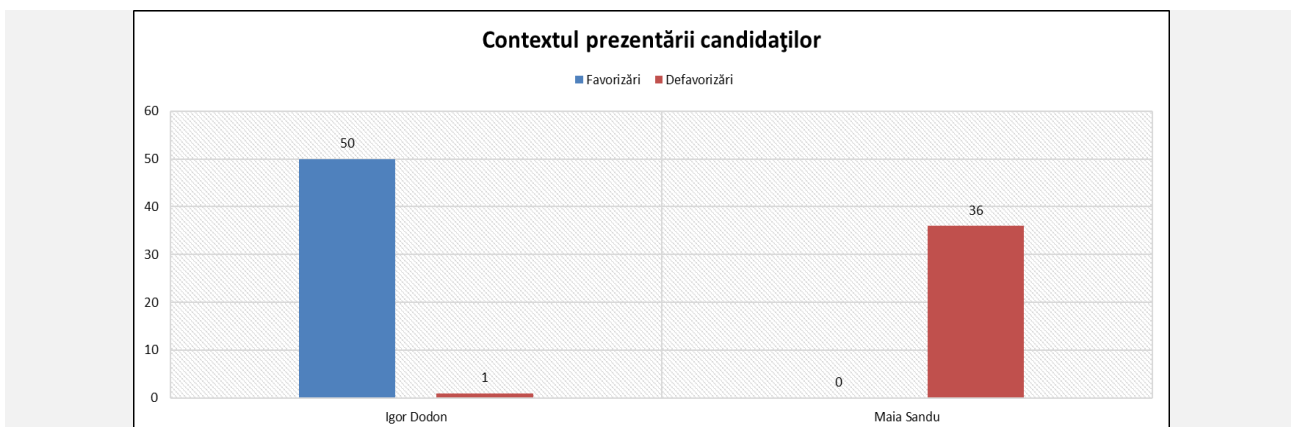


Sub aspectul genului surselor a fost atestat un dezechilibru evident în defavoarea femeilor. Astfel, din 367 de surse citate, 192 sau peste 52% din total, au fost bărbați. La rândul lor, femeile au fost surse în 26 de cazuri (circa 7% din total), iar sexul altor 149 de surse (sau aproape 41%) nu a fost specificat.





În perioada 1-7 noiembrie 2020, **Noi.md** l-a favorizat continuu pe candidatul Igor Dodon, atât în știri, cât și în comentarii. Candidatul susținut de PSRM a fost plasat în context pozitiv de 50 de ori, și în context neutru în cea mai mare parte din materialele în care a fost protagonist. Un material l-a defavorizat indirect, printr-o menționare a numelui candidatului într-un context mai degrabă negativ. Maia Sandu, în schimb, a beneficiat de un tratament atât neutru, cât și puternic negativ, fiind defavorizată în mod evident în 36 de cazuri. Defavorizarea s-a făcut atât prin textele știrilor, care au inclus mai multe afirmații și acuzații grave fără a fi probate sau fără a fi prezentată opinia candidatei, cât și, în unele cazuri, prin fotografii trucate.

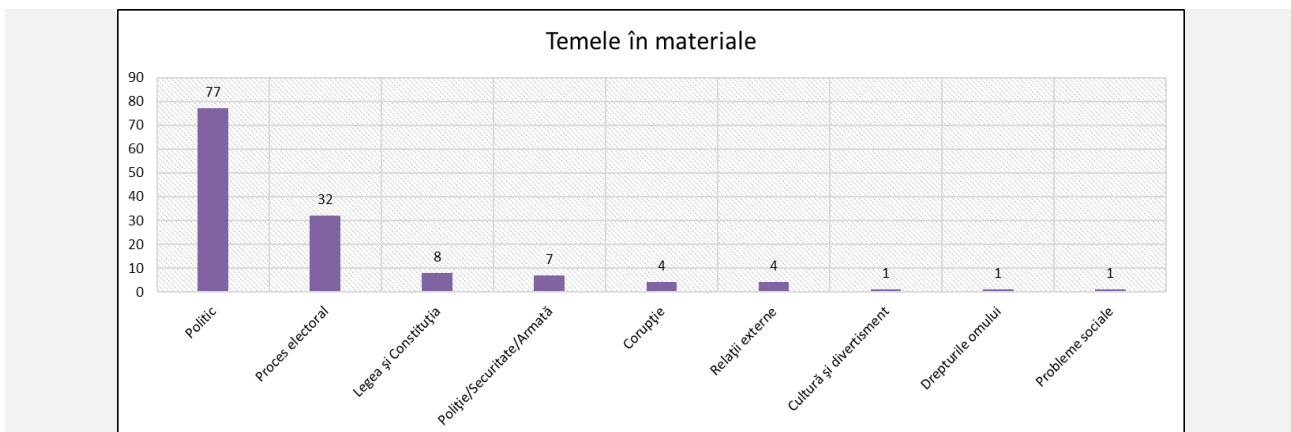


[Realitatea.md](http://Realitatea.md)

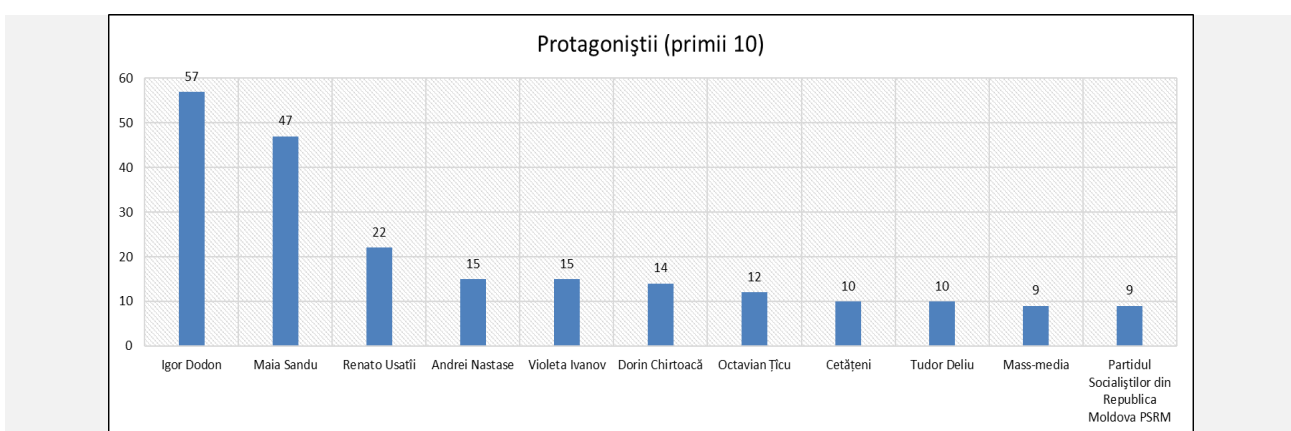
**Realitatea.md** a publicat în perioada supusă monitorizării 135 de știri cu un caracter electoral direct sau indirect, 54 fiind însoțite și de imagini video. Volumul total al materialelor relevante a constituit 214703 semne pentru texte, și 53892 de secunde sau aproape 15 ore în cazul materialelor video.

Cea mai mare parte a materialelor publicate de **Realitatea.md** au vizat domeniul politic, iar o parte s-a referit și la procesul electoral, în special în ziua primului tur al alegerilor prezidențiale. Astfel, publicația a prezentat toți candidații și pe cele două candidate în procesul de exercitare a dreptului de vot, precum și deciziile și declarațiile CEC, votul în țară și în diasporă, incidentul de la Varnița etc. În celelalte zile, știrile s-au referit în special la activitățile post-scrutin ale candidatului și ale candidatei care au acces în turul II, inclusiv la

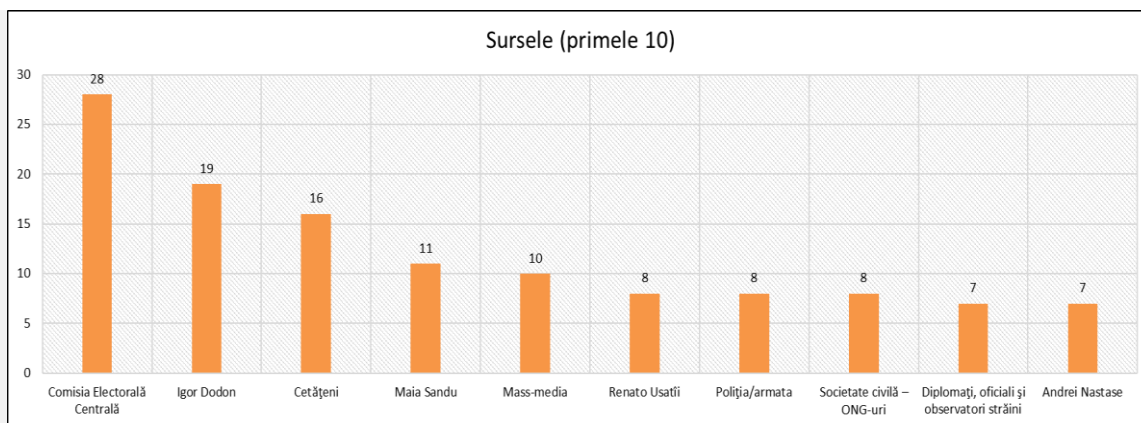
negocierile cu ceilalți candidați/cealaltă candidată, reacții ale diferitor actori etc. Câteva materiale s-au referit și la activitatea poliției, la corupție, relații externe, cultură, divertisment sau probleme sociale în context electoral.



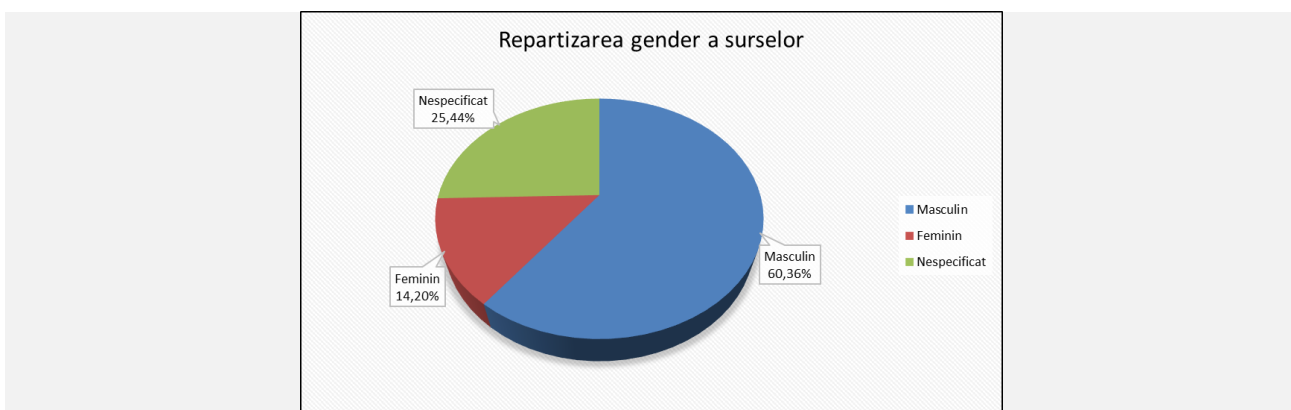
În perioada de referință, **Realitatea.md** a vizat 26 de categorii diferite de protagoniști/protagoniste. În context, candidatul Igor Dodon a apărut cel mai des în această calitate (de 57 de ori), urmat de candidata Maia Sandu, cu 47 de apariții. Ceilalți candidați/cealaltă candidată la funcția de președinte/președintă au fost protagoniști/protagonistă de mai puține ori, după cum urmează: Renato Usatîi – de 22 de ori, Andrei Năstase și Violeta Ivanov – de câte 15 ori, Dorin Chirtoacă – de 14 ori, Octavian Țicu – de 12 ori și Tudor Deliu – de 10 ori.



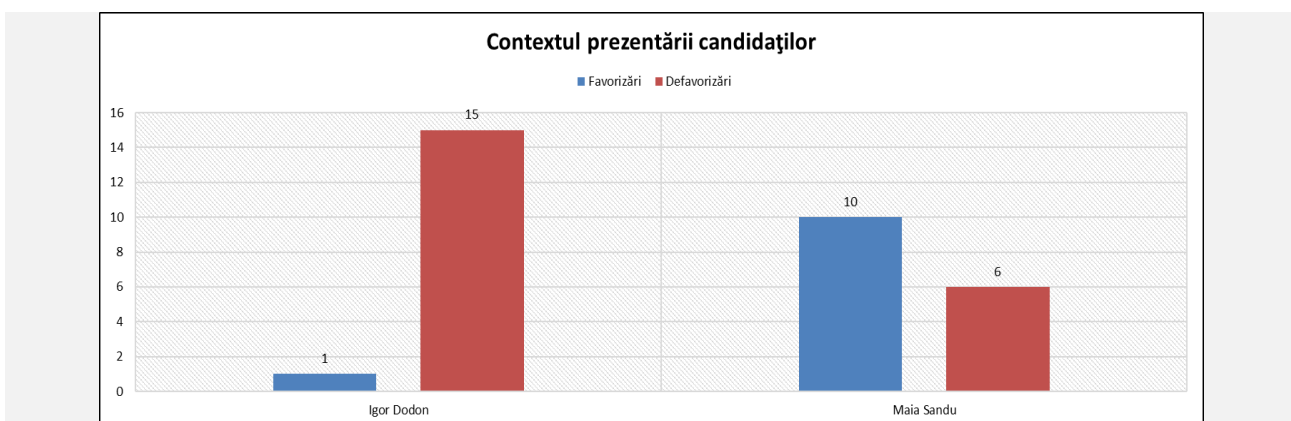
În același timp, din cele 31 de categorii de surse citate de **Realitatea.md** în intervalul monitorizat, cele mai multe au venit de la Comisia Electorală Centrală (28), de la Igor Dodon (în 19 cazuri) și de la cetățeni/cetățene (în 16 cazuri). De asemenea, Maia Sandu a fost citată de 11 ori în materialele **Realitatea.md**, Renato Usatîi – de 8 ori, Andrei Năstase – de 7 ori, Dorin Chirtoacă – de 5 ori, Octavian Țicu – de 4 ori, Violeta Ivanov și Tudor Deliu – de câte două ori fiecare.



În același timp, cele 169 de surse s-au repartizat pe criteriul de gen astfel: 102 (sau peste 60%) au fost bărbați, 24 (sau circa 14%) – femei, iar 43 (sau peste 25%) nu au fost specificate în acest sens. Prin urmare, materialele au fost dezechilibrate în favoarea bărbaților.



În perioada vizată de prezentul raport, candidatul și candidata care au acces în turul II al alegerilor prezidențiale au fost mediatizați de **Realitatea.md** preponderent în manieră neutră. Totuși, candidatul Igor Dodon a fost mai curând defavorizat indirect în 15 cazuri și favorizat într-un caz, iar candidata Maia Sandu a fost plasată într-un context care mai degrabă a favorizat-o de 10 ori, și care a defavorizat-o, de 6 ori.

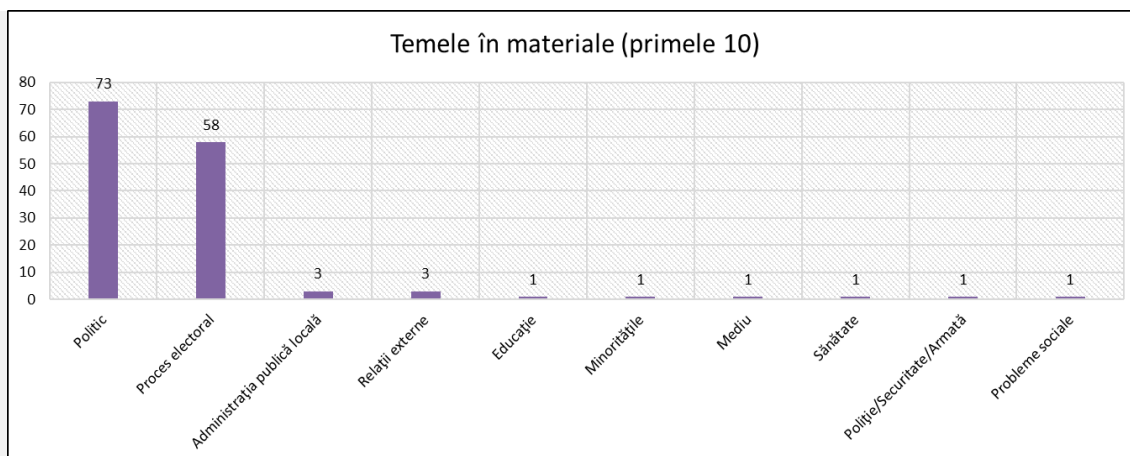




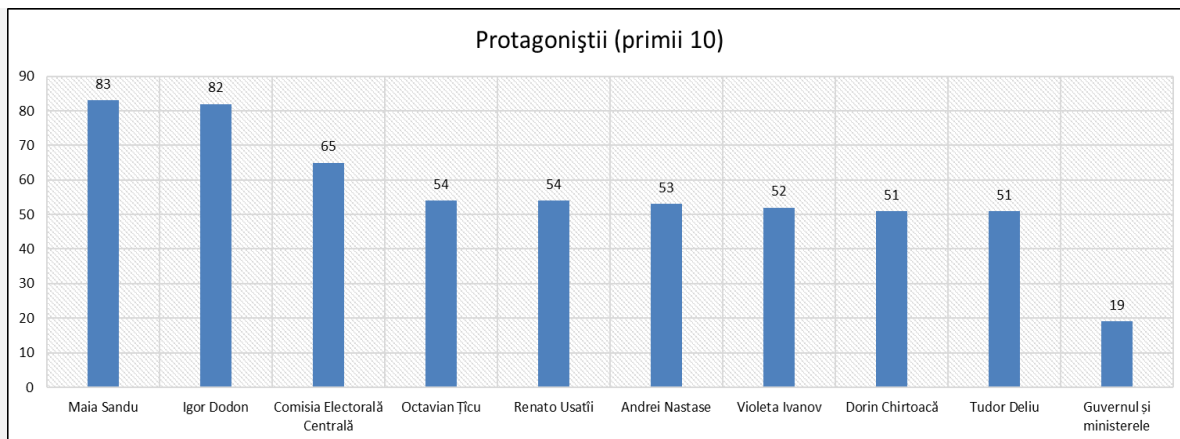
[Sputnik.md](https://sputnik.md)

**Sputnik.md** a publicat, în perioada 1-7 noiembrie 2020, 143 de materiale cu un caracter electoral direct sau indirect, inclusiv 142 de știri și un material de opinie. În același timp, 12 materiale au fost însoțite de imagini video, iar 6 – de audio. Volumul total al materialelor relevante a constituit 250354 de semne (texte), 20275 de secunde sau aproape 6 ore (video) și 1668 de secunde sau aproape 28 de minute (audio).

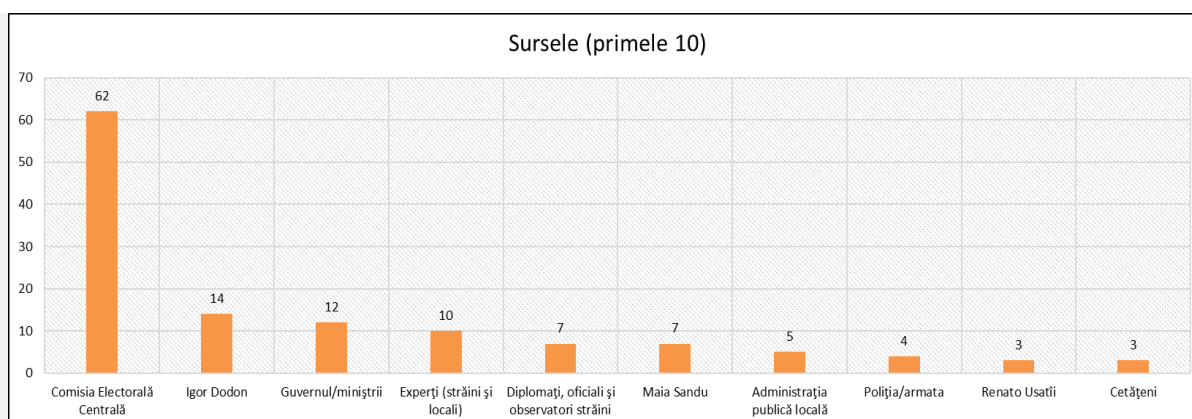
În perioada vizată de monitorizare **Sputnik.md** a publicat cele mai multe materiale din categoriile tematice politic și proces electoral, cu accent atât pe ziua primului tur al alegerilor prezidențiale, cât și pe reacțiile, declarațiile și acțiunile care au urmat acestei zile. Astfel, în ziua alegerilor candidații și candidatele au fost prezentați/prezentate relativ echilibrat, fără a fi omiși/omise, știrile vizând procesul de vot în țară și peste hotare, declarațiile CEC, încălcările depistate etc. În celelalte zile, informațiile s-au referit la rezultate și turul II, la candidatul și candidata care au acces în faza finală a competiției electorale, dar și la opiniile unor experți despre alegeri și scenariile posibile. Foarte rar materialele **Sputnik.md** au mai abordat în această perioadă subiecte referitoare la sănătate, educație, relații externe, mediu sau probleme sociale în context electoral.



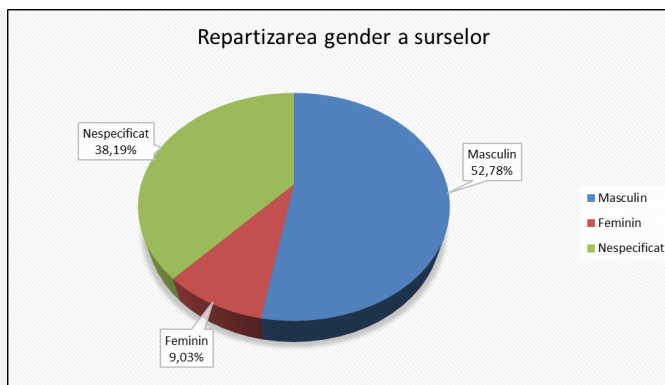
**Sputnik.md** a mediatizat cel mai echilibrat candidații și candidatele la funcția de președinte/președintă în calitate de protagoniști/protagoniste. Astfel, cei 6 candidați și cele două candidate nu doar s-au regăsit în primele 10 categorii de protagoniști/protagoniste vizați/vizate în materiale, ci și au fost menționați/menționate în proporții relativ echilibrate. Astfel, Maia Sandu a fost de 83 de ori protagonista materialelor **Sputnik.md**, Igor Dodon a avut calitatea de protagonist de 82 de ori, Octavian Țicu și Renato Usatîi – de câte 54 de ori, Andrei Năstase – de 53 de ori, Violeta Ivanov – de 52 de ori, iar Dorin Chirtoacă și Tudor Deliu – de câte 51 de ori fiecare. În aceeași listă s-au mai regăsit reprezentanții/reprezentantele Comisiei Electorale Centrale (vizați/vizate în 65 de cazuri), și cei/cele ai/ale Guvernului (în 19 cazuri).



**Sputnik.md** a apelat la 23 categorii de surse, și cel mai des - la reprezentanții/representantele Comisiei Electorale Centrale (de 62 de ori). La o distanță semnificativă au fost citați Igor Dodon (de 14 ori), reprezentanții/representantele Guvernului (de 13 ori), experții/expertele (de 10 ori) sau observatorii străini (de 7 ori). Ceilalți candidați și candidatele la funcția supremă în stat au fost citați/citate mai rar, și anume: Maia Sandu – de 7 ori, Renato Usatii – de 3 ori, Andrei Năstase și Tudor Deliu – de câte două ori, Dorin Chirtoacă, Octavian Țicu și Violeta Ivanov – câte o dată fiecare.

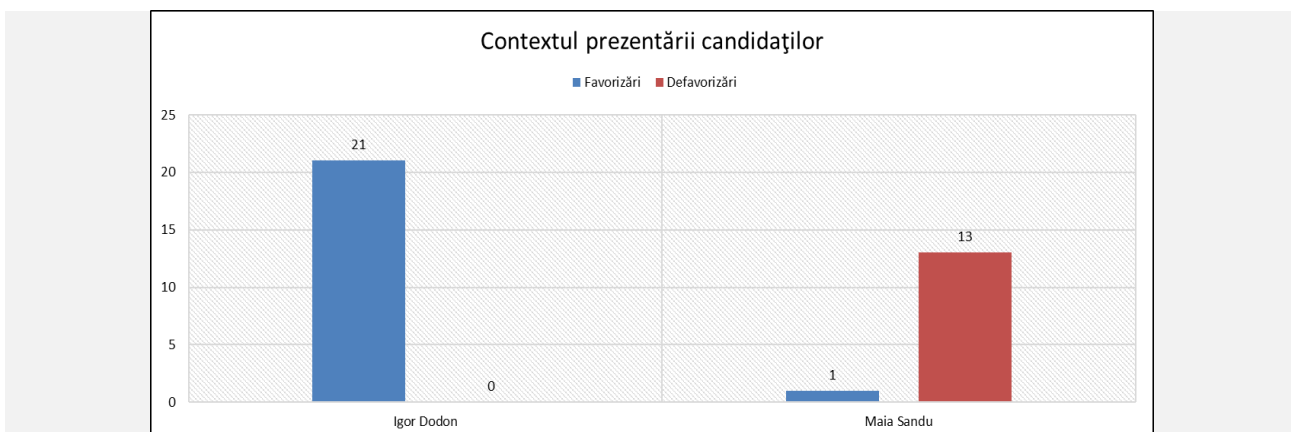


Din cele 144 de surse citate de **Sputnik.md**, 76 sau aproape 53% au fost bărbați, 13 sau circa 9% au fost femei, iar în 55 de cazuri sau peste 38% genul surselor nu a fost specificat. Astfel, materialele publicate au fost dezechilibrate din punct de vedere al reprezentării genurilor.



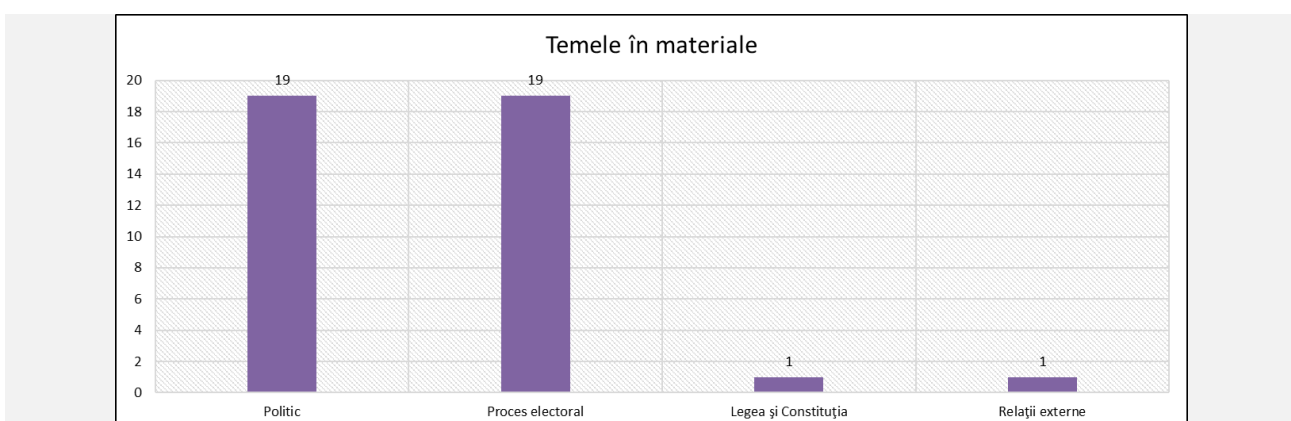
În perioada 1 – 7 noiembrie 2020, candidatul Igor Dodon și candidata Maia Sandu au fost, în general, mediatizați în manieră neutră de către publicația **Sputnik.md**. Totuși, Igor Dodon a

fost plasat într-un context mai degrabă pozitiv în 21 de cazuri, iar Maia Sandu în unul mai degrabă negativ de 13 ori.



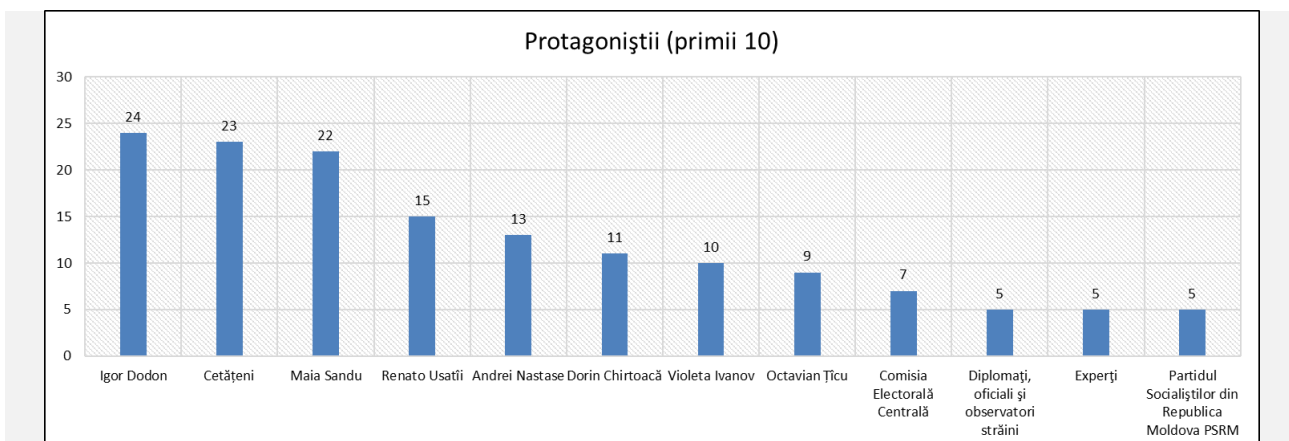
**Timpul.md** a acordat, în perioada monitorizată, cea mai mică atenție campaniei electorale, publicând 40 de știri. În 10 cazuri materialele fie au fost însoțite de imagini video, fie au fost publicate doar în acest format. Volumul total al materialelor relevante a constituit 45626 de semne (texte), și 53967 de secunde sau aproape 15 ore de imagini video.

Tematica materialelor relevante s-a axat în mod egal pe domeniul politic și pe procesul electoral, majoritatea știrilor fiind din ziua primului tur al alegerilor prezidențiale. Toți candidații și cele două candidate au fost mediatizați/mediatizate în contextul procesului de vot, al declarațiilor făcute, al deciziilor CEC, al votului în țară și în diaspora etc. După ziua alegerilor, atenția mediatică a publicației a scăzut considerabil, candidata și candidatul care au acces în turul II beneficiind de puțină mediatizare din partea **Timpul.md**. Câte un material a mai vizat legea și Constituția, dar și relațiile externe în context electoral.

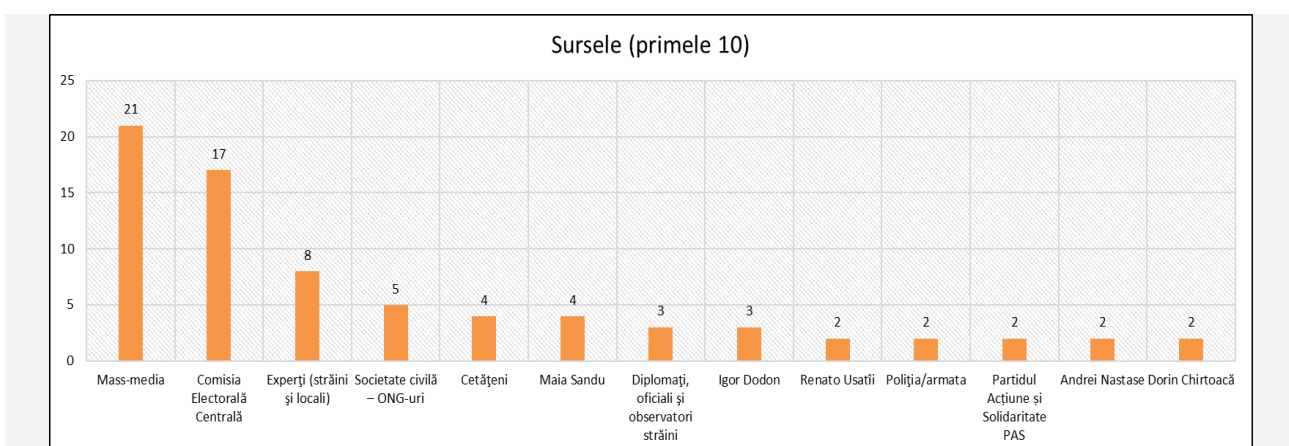


Printre cele 25 de categorii de protagoniști/protagoniste ai/ale materialelor publicate de **Timpul.md**, Igor Dodon a apărut cel mai des în această calitate (de 24 de ori), urmat de cetățeni/cetățene (de 23 de ori), și de Maia Sandu (de 22 de ori). La fel, ceilalți candidați și o candidată au fost protagoniștii/protagonista materialelor publicate de **Timpul.md** astfel:

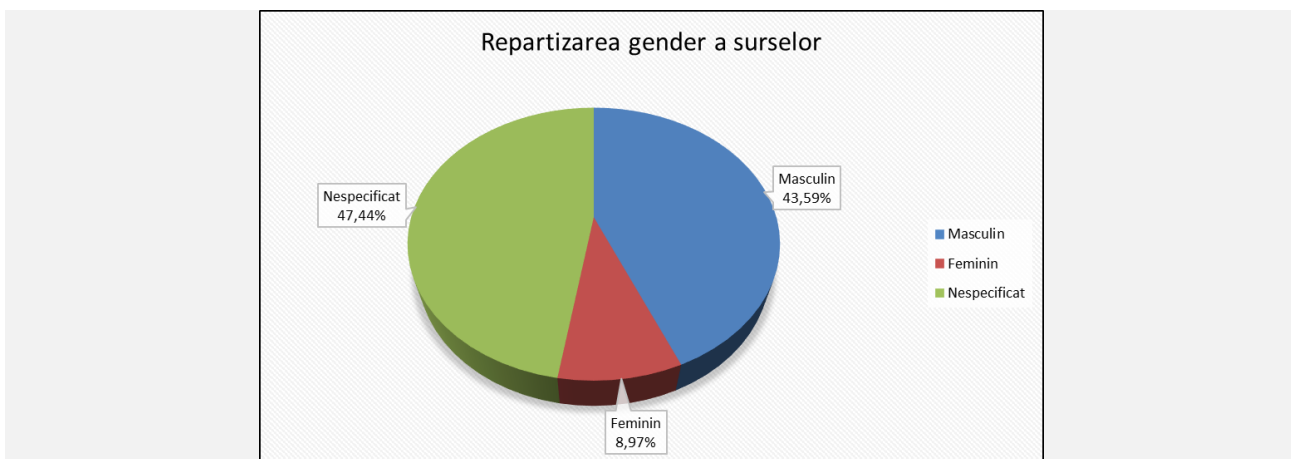
Renato Usatîi – de 15 ori, Andrei Năstase – de 13 ori, Dorin Chirtoacă – de 11 ori, Violeta Ivanov – de 10 ori, Octavian Țicu – de 9 ori și Tudor Deliu – de 4 ori.



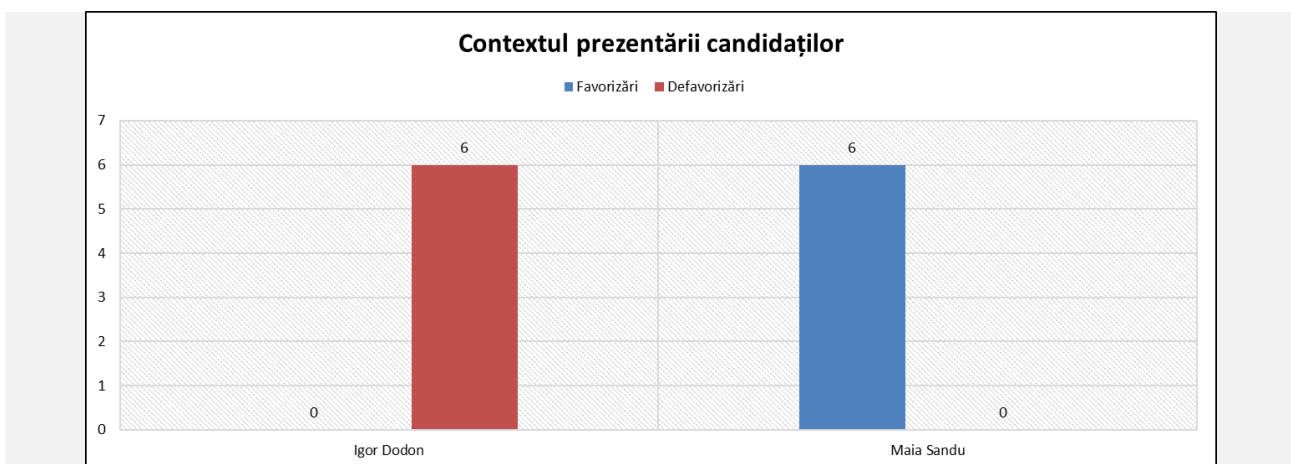
Cele 16 categorii de surse citate de **Timpul.md** s-au împărțit între alte surse mass-media (în 21 de cazuri), reprezentanții/reprezentantele Comisiei Electorale Centrale (în 17 cazuri), experți/experte, citați/citate de 8 ori ș.a. Dintre candidați/candidate, Maia Sandu a fost citată de 4 ori în calitate de sursă, Igor Dodon – de 3 ori, Renato Usatîi, Andrei Năstase și Dorin Chirtoacă – de câte 2 ori, iar Octavian Țicu și Violeta Ivanov – câte o dată. La rândul său, Tudor Deliu nu a avut calitatea de sursă de informare pentru **Timpul.md** în perioada de referință.



În același context, din totalul de 78 de surse citate, 34 sau peste 43% au fost bărbați. Alte 7 surse (sau circa 9%) au fost femei, iar în 37 de cazuri (peste 47%) genul surselor nu a fost menționat. Astfel, dezechilibrul de gen s-a atestat și în cazul **Timpul.md** în favoarea bărbaților.



În perioada vizată, candidata și candidatul care au acces în turul II al alegerilor prezidențiale au fost mediatizați în general neutru de **Timpul.md**. Au fost, însă, atestate câte 6 cazuri de favorizare a Maiei Sandu și defavorizare a lui Igor Dodon prin contextul mai degrabă pozitiv și respectiv negativ în care a fost plasată/plasat.



**UNIMEDIA**

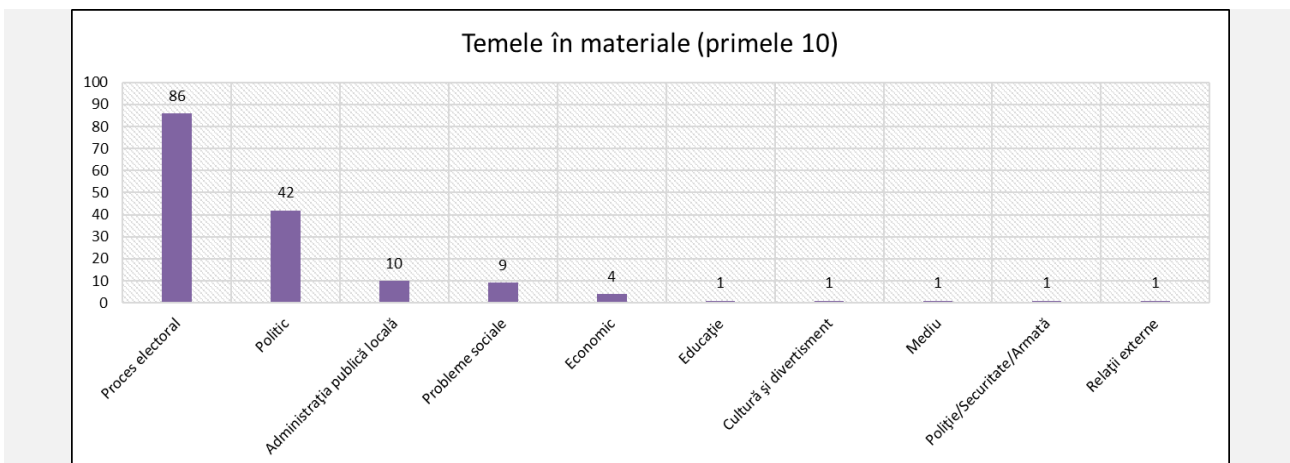
[Unimedia.info](http://Unimedia.info)

**Unimedia.info** a publicat în intervalul 1-7 noiembrie 2020, 156 de știri ce vizează direct sau indirect campania electorală pentru alegerile prezidențiale. Dintre acestea, 65 au fost însoțite de imagini video. Volumul total al materialelor relevante a constituit 263382 de semne (pentru texte), și 72878 de secunde sau peste 20 de ore (pentru materialele video).

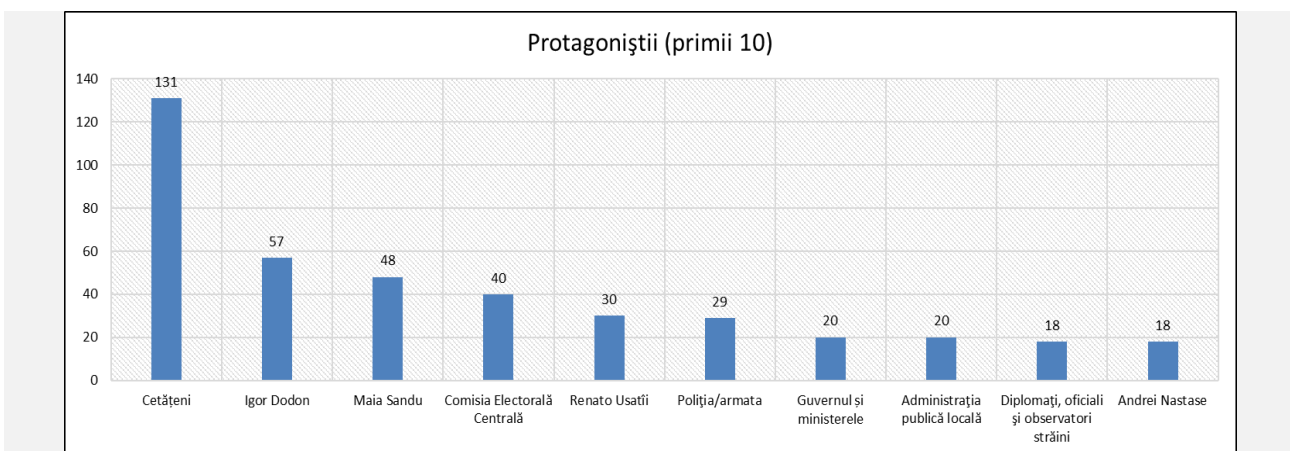
**Unimedia.info** a mediatizat pe larg procesul electoral, cu accent pe ziua alegerilor, procesul de vot, participarea la vot, încălcări, declarațiile CEC, votul în țară și în diaspora etc. Publicația a reflectat cum a votat fiecare candidat și candidată la alegerile prezidențiale. În același timp, site-ul a publicat știri despre cum au votat premierul, președinta Parlamentului, primarul capitalei și bașkana Găgăuziei, toți acești actori făcând aluzii că optează pentru Igor Dodon la președinție. În general, **Unimedia.info** a oferit mai mult spațiu candidatului Igor Dodon, inclusiv difuzând în direct emisiunea „Igor Dodon răspunde” sau ședințele Guvernului. De asemenea, a fost pe larg reflectată activitatea primarului Ion Ceban, unilateral și laudativ,



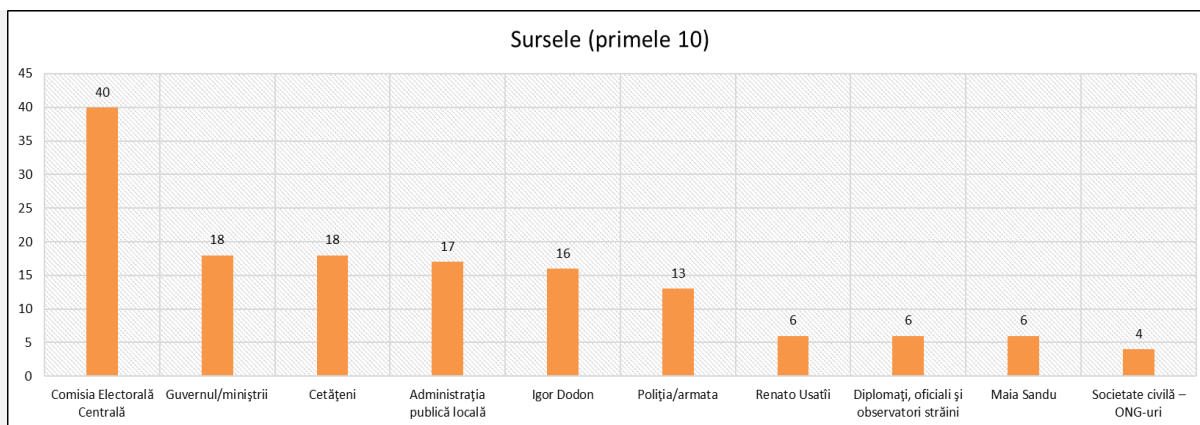
dintr-o singură sursă. Alte tematici, vizate mai rar, au fost problemele sociale, economia, educația, cultura sau relațiile externe în context electoral.



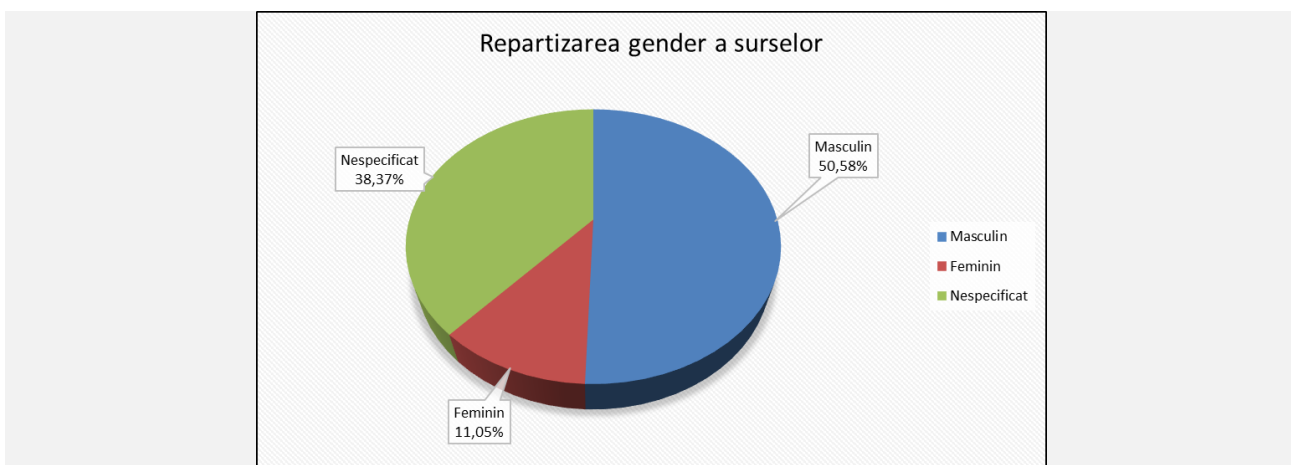
Printre cele 37 de categorii de protagoniști/protagoniste ai/ale materialelor publicate pe **Unimedia.info**, cel mai des au fost în această postură cetățenii/cetățenele (de 131 de ori), urmați/urmate de Igor Dodon (de 57 de ori), Maia Sandu (de 48 de ori), reprezentanții/reprezentantele CEC (de 40 de ori), Renato Usatîi (de 30 de ori) sau de reprezentanții/reprezentantele poliției sau armatei (de 29 de ori). Dintre ceilalți candidați/candidate, Andrei Năstase a fost protagonist al 18 materiale, Dorin Chirtoacă și Violeta Ivanov – ai câte 16 fiecare, Octavian Țîcu – al 15 materiale și Tudor Deliu – al 13 materiale.



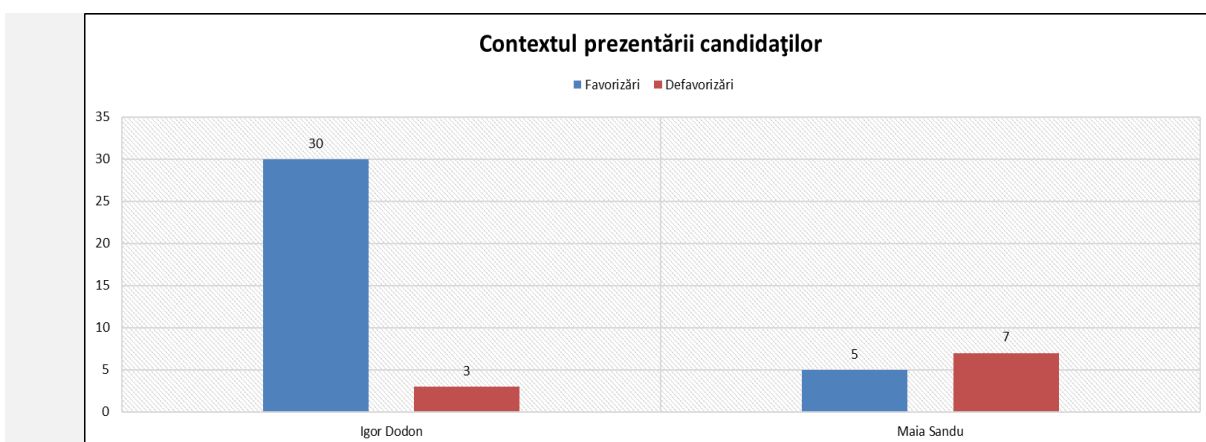
Cu referire la surse, cel mai des printre cele 29 de categorii citate s-au aflat reprezentanții/reprezentantele Comisiei Electorale Centrale (de 40 de ori). De două ori mai rar au fost citați/citate reprezentanții/reprezentantele Guvernului, dar și cetățenii/cetățenele (de câte 18 ori), sau reprezentanții/reprezentantele administrației publice locale, în special Ion Ceban (de 17 ori). Candidații/candidatele la funcția de președinte/președintă au avut calitatea de sursă mai rar, astfel: Igor Dodon – de 16 ori, Maia Sandu și Renato Usatîi – de câte 6 ori, Andrei Năstase – de 3 ori, Violeta Ivanov, Dorin Chirtoacă și Octavian Țîcu – de câte două ori, și Tudor Deliu – o dată.



**Unimedia.info** a citat în total 172 de surse în perioada monitorizată. Dintre acestea, 87 sau peste 50% au fost bărbați, 19, sau circa 11% au constituit-o femeile, iar în 66 de cazuri (sau peste 38%) genul sursei nu a fost specificat, dezechilibrul de gen fiind în favoarea bărbaților.

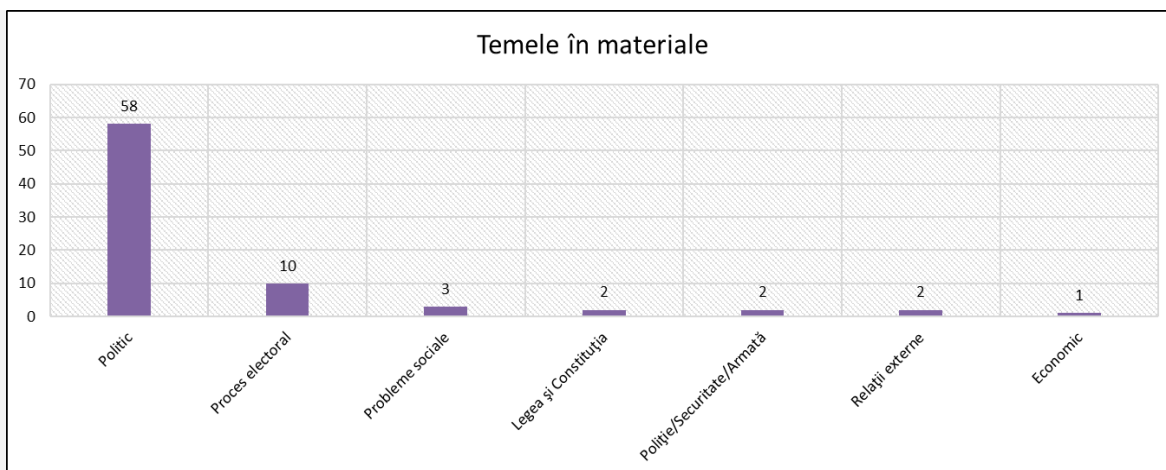


În perioada 1-7 noiembrie 2020, candidatul Igor Dodon a avut, pe lângă mediatizări neutre, și 30 de cazuri de plasare într-un context care l-a favorizat (din 57 de cazuri în care a fost protagonist). În același timp, acest candidat a avut și 3 defavorizări contextuale. La rândul ei, candidata Maia Sandu a fost plasată, pe lângă contextele neutre, de 5 ori în poziții mai degrabă favorizante, și de 7 ori în unele mai curând defavorabile.

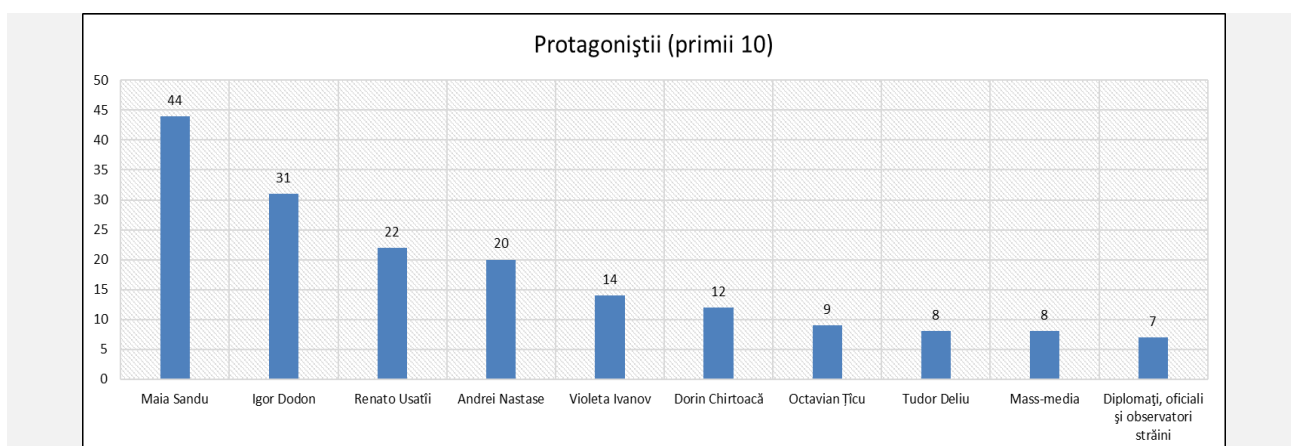


**Vedomosti.md** a publicat în perioada supusă monitorizării 78 de materiale relevante prezentei monitorizării, inclusiv 70 de știri și 18 comentarii, editoriale sau alte materiale de opinie, toate sub formă de text. Volumul total al materialelor relevante a constituit 192775 de semne.

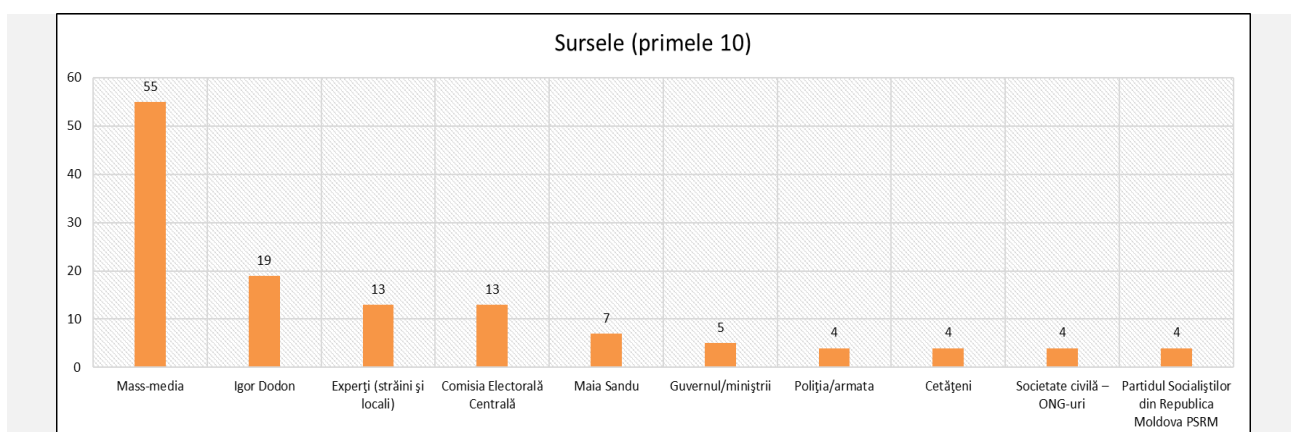
În perioada de raport, **Vedomosti.md** a publicat preponderent informații cu referire la domeniul politic, și mai puțin la cel electoral, ziua alegerilor fiind reflectată selectiv, cu accent pe candidatul Igor Dodon, dar și pe premier, președinta Parlamentului, votul cetățenilor din stânga Nistrului, sau cel din diasporă. În zilele următoare, rezultatele și campania pentru turul II l-au constituit subiectul atât al știrilor, cât și al comentariilor și materialelor de opinie, în care candidata Maia Sandu a fost ținta atacurilor, acuzațiilor, insinuărilor și presupunerilor privind acțiunile acesteia în cazul în care va deveni președinta Republicii Moldova. Pe lângă temele dezvoltate și de alte publicații online, **Vedomosti.md** s-a referit și la presupusele finanțări ale campaniei Maiei Sandu de către George Soros, prin intermediul ONG-urilor, legăturile cu Vladimir Plahotniuc etc. Niciuna dintre acuzațiile aduse nu a fost probată, iar replica celor vizați a lipsit. De câteva ori, publicația s-a mai referit în materialele sale la problemele sociale, poliție, relații externe sau economie în context electoral.



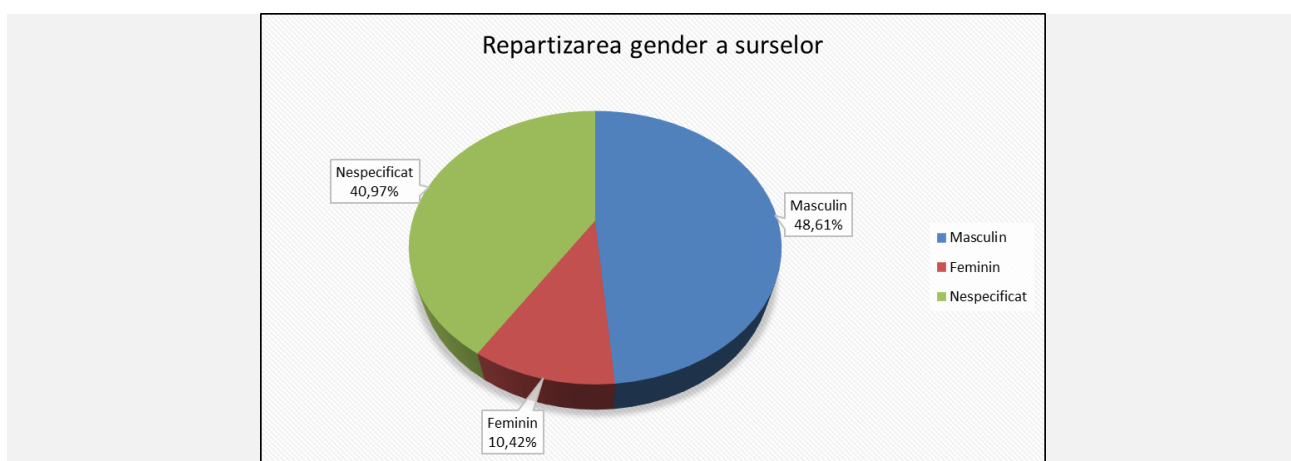
Toți cei 6 candidați și cele două candidate la funcția de președinte/președintă au fost vizați/vizate în materialele **Vedomosti.md** printre cele 25 de categorii de protagoniști/protagoniste. Astfel, cel mai des în această calitate a putut fi urmărită Maia Sandu (de 44 de ori), urmată de Igor Dodon (de 31 de ori), Renato Usatîi – de 22 de ori, Andrei Năstase – de 20 de ori, Violeta Ivanov – de 14 ori, Dorin Chirtoacă – de 12 ori, Octavian Țicu – de 9 ori, și Tudor Deliu – de 8 ori. Tot de 8 ori alte surse mass-media au fost protagoniste, iar în 7 cazuri a fost vorba despre diplomați/diplomate, oficiali/oficiale străini/străine.



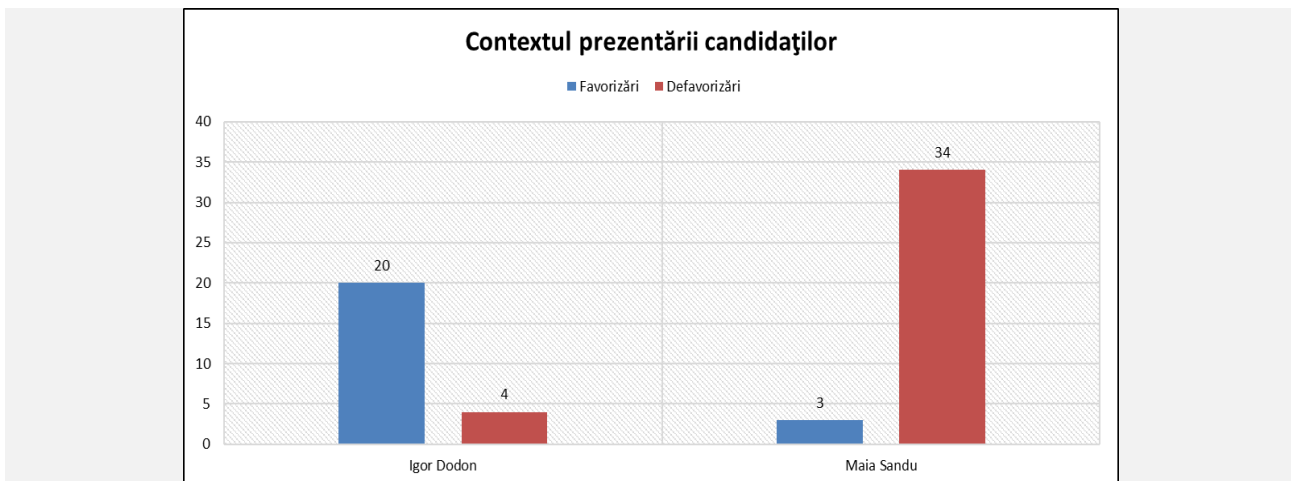
Din 21 de categorii de surse diferite, alte instituții mass-media au fost citate cel mai des de **Vedemosti.md** (în 55 de cazuri), urmate de Igor Dodon (în 19 cazuri), de experți/experte, dar și de reprezentanții/representantele CEC (de câte 13 ori). Ceilalți candidați și cele două candidate la funcția de președinte/președintă au avut calitatea de surse de informare astfel: Maia Sandu – de 7 ori, Renato Usatfi – de două ori, Octavian Țicu și Andrei Năstase – câte o dată. La rândul lor, Dorin Chirtoacă, Violeta Ivanov și Tudor Deliu nu au fost citați/nu a fost citată în calitate de surse.



Materialele **Vedemosti.md** au fost dezechilibrate din perspectiva de gen, în defavoarea femeilor. Astfel, din 144 de surse, 70 sau aproape 49% au fost de gen masculin, 15 sau peste 10% au fost femei, iar în 59 de cazuri (circa 41%) genul surselor nu a fost specificat.



În perioada de referință candidatul Igor Dodon a apărut de câteva ori în context neutru în materialele **Vedomosti.md**, în cea mai mare parte fiind însă favorizat deschis și direct atât cantitativ (în 20 din 31 de cazuri în care a fost protagonist), cât și prin modalitățile de formulare a textelor. Tot el a fost mai degrabă defavorizat indirect prin declarațiile unor persoane terțe în 4 cazuri. De cealaltă parte, candidata Maia Sandu a fost masiv defavorizată (în 34 de cazuri din 44 în care a fost protagonistă), de 3 ori beneficiind indirect și de un context mai curând pozitiv.



### 2.3. Concluzii generale:

- În perioada 1 - 7 noiembrie 2020, cele 12 publicații online monitorizate au mediatizat campania electorală pentru alegerile prezidențiale preponderent prin intermediul știrilor, dar au fost publicate, mai rar, și comentarii, dar și un sondaje de tip Vox Populi, și un interviu.
- **Noi.md** a publicat cel mai mare număr de materiale relevante pentru contextul electoral, iar **Timpul.md** – cel mai mic număr.
- Cele mai multe materiale relevante s-au referit la procesul electoral și la domeniul politic. 7 instituții din 12 au abordat preponderent procesul electoral, iar 5 au dat predilecție domeniului politic.
- Toți cei 6 candidați și cele 2 candidate la funcția supremă în stat au apărut în calitate de protagoniști/protagoniste ale materialelor electorale.
- Materialele publicate de toate cele 12 instituții media monitorizate au fost puternic disproporționate din punct de vedere al genului, în favoarea bărbaților.
- Igor Dodon a fost cel mai des plasat într-un context pozitiv care l-a favorizat.
- Maia Sandu a fost cel mai des plasată într-un context negativ care a defavorizat-o.