

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

Raport nr. 7
8 – 14 noiembrie 2020



National Endowment *for* Democracy
Supporting freedom around the world

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

I. DATE GENERALE

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

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

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

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

1.4 Portalurile monitorizate (în ordine alfabetică):

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

1.5 Obiectul monitorizării

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

1.6. Echipa

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

1.7 Cadrul metodologic

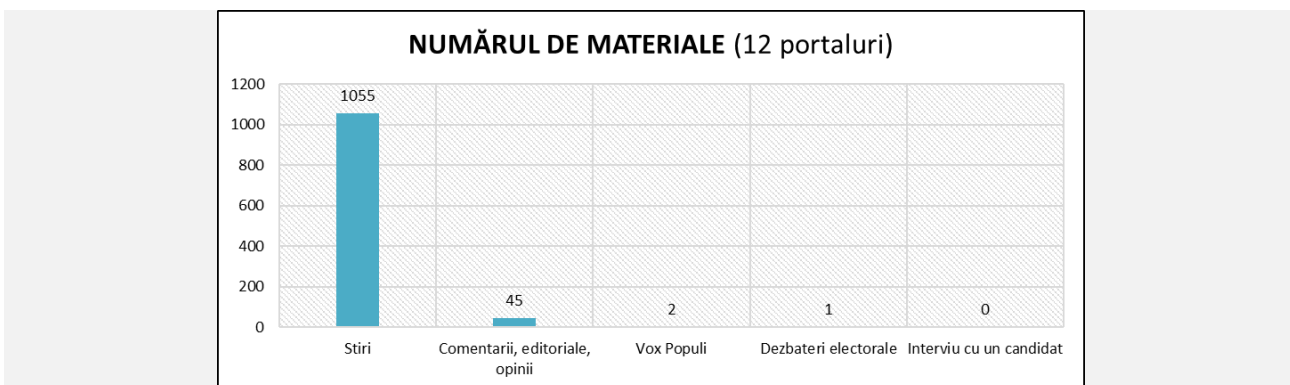
Monitorizarea se bazează pe metodologia elaborată de Oxford Media Research Center pentru proiectele de monitorizare ale Organizației Internaționale Campania Globală pentru Libertatea de Exprimare “Articolul 19”, adaptată și completată. Aceeași metodologie a fost utilizată și la monitorizarea instituțiilor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

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

II. ANALIZA DATELOR

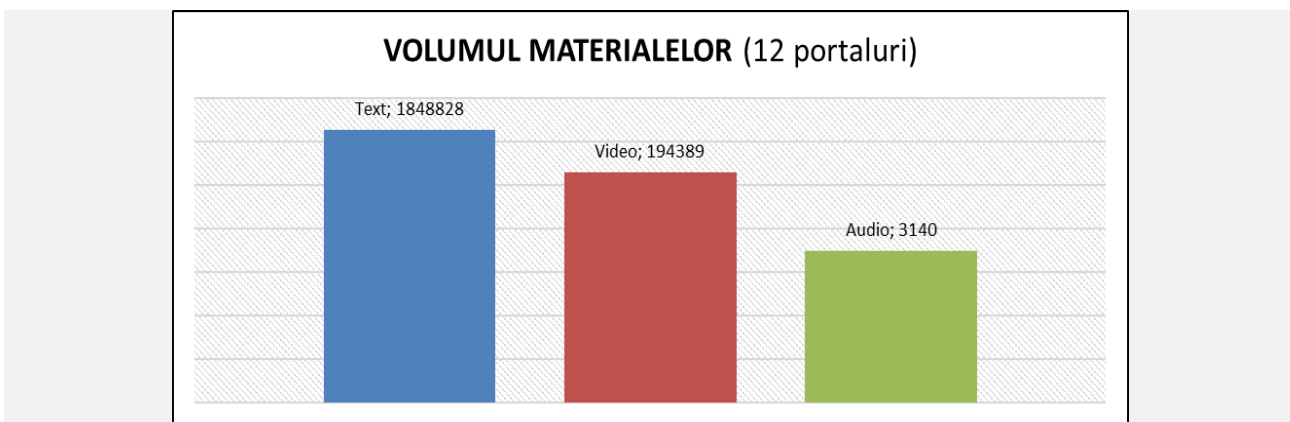
2.1 Tendințe generale

În perioada 8 – 14 noiembrie 2020, cele 12 instituții media online monitorizate au publicat, împreună, 1103 materiale care s-au referit direct sau indirect la campania electorală pentru alegerile prezidențiale. Dintre acestea, cele mai multe au fost știri (1055 sau aproape 96%), care au vizat domeniul politic și pe cel electoral, concurentul și concurența care au acces în turul II al alegerilor, acțiunile lor de campanie, activitatea și deciziile CEC privind votul în turul II în țară, în diasporă și cel al cetățenilor din stânga Nistrului etc. În același timp, 45 de materiale, sau puțin peste 4% din numărul total, au fost publicate sub formă de comentarii, editoriale sau alte articole de opinie, 2 produse jurnalistice au constituit sondaje de tip Vox Populi, iar o instituție a publicat o dezbatere electorală.



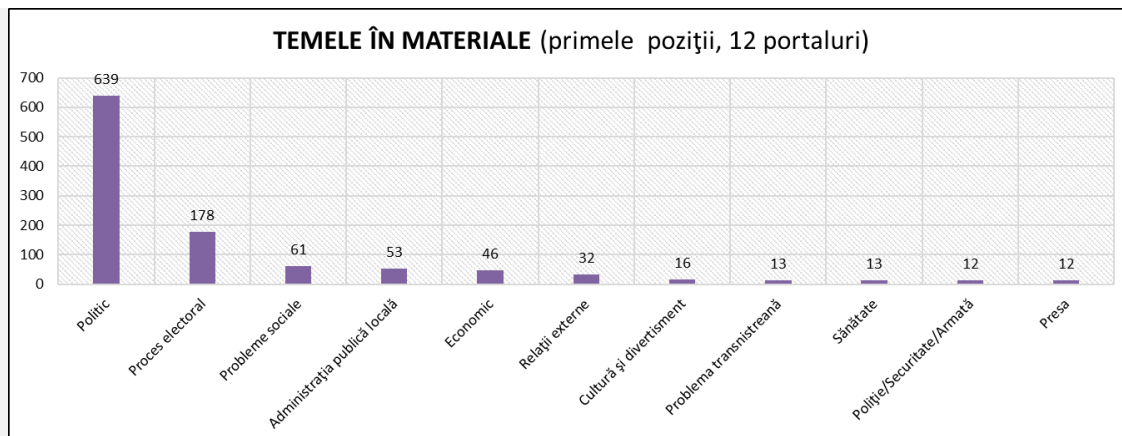
Cel mai mare număr de materiale relevante a fost publicat și de această dată de **Noi.md** (211), iar cel mai mic număr l-a avut a doua oară consecutiv **Timpul.md** – 16 materiale. Celelalte publicații s-au referit la campania electorală astfel: **Aif.md** – în 170 de materiale, **Actualitati.md** – în 110, **Newsmaker.md** – în 92, **Kp.md** – în 90, **Vedomosti.md** – în 88, **Sputnik.md** – în 85, **Agora.md** – în 83, **Unimedia.info** – în 78 de materiale, **Realitatea.md** – în 61 și **Gagauzinfo.md** – în 19 materiale relevante. Totodată, **Noi.md** a publicat cele mai multe știri cu un caracter electoral (206), precum și o dezbatere electorală, **Vedomosti.md** – cele mai multe comentarii (19), iar **Sputnik.md** și **Actualitati.md** au difuzat câte un sondaj de tip Vox Populi.

De asemenea, cele mai multe materiale (1090), au fost publicate sub formă de text, în 188 de cazuri textele fiind însoțite de imagini video, iar în 7 – de audio. Astfel, volumul materialelor monitorizate a fost cuantificat în semne (text) și secunde (video și audio), prezentându-se în felul următor:

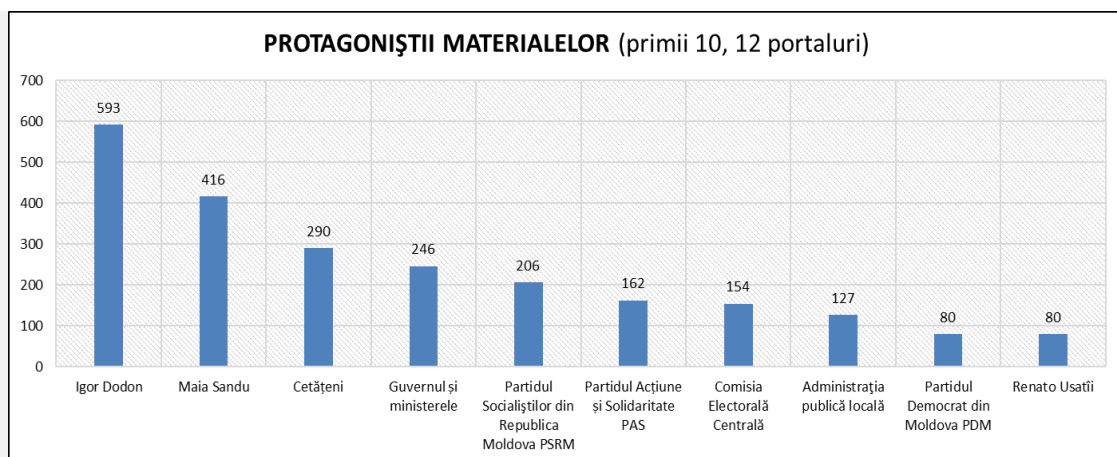


Domeniul politic a dominat net printre temele abordate de cele 12 instituții monitorizate în perioada de referință, elemente referitoare la acest domeniu tematic fiind prezente în 639 de

cazuri, ceea ce înseamnă aproape 58% din total. La o distanță considerabilă s-a clasat procesul electoral, acesta fiind abordat în 178 de materiale, sau problemele sociale, vizate în context electoral de 61 de ori. Alte subiecte, cum ar fi activitatea administrației publice locale, economia, relațiile externe, cultura, sănătatea sau problema transnistreană în context electoral au fost abordate mult mai rar în materialele celor 12 instituții media online monitorizate.

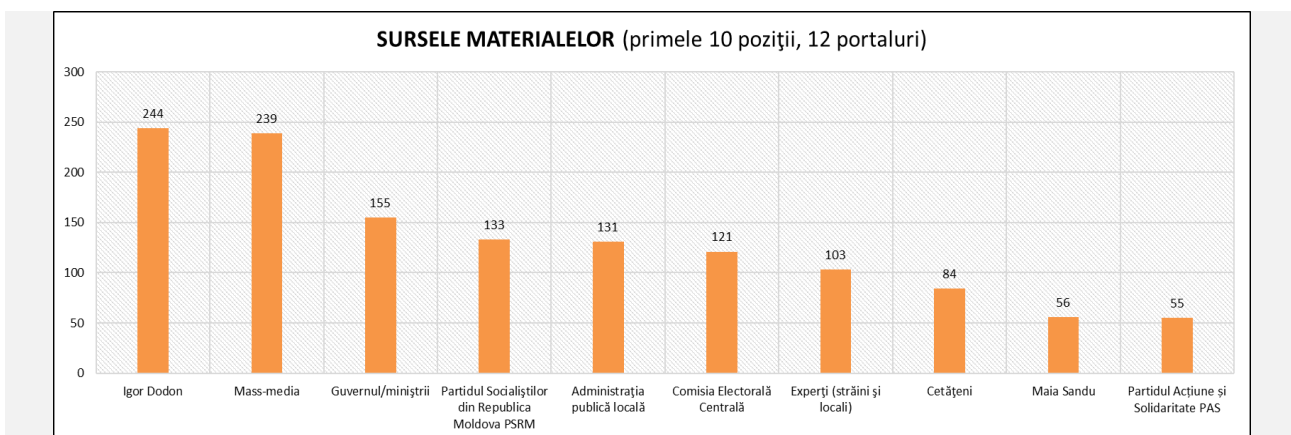


Atât candidata și candidatul care au acces în turul II al alegerilor prezidențiale, cât și ceilalți 5 candidați și o candidată înscrși/înscrisă în cursă pentru turul I au apărut, în perioada de referință în calitate de protagoniști/protagoniste ale materialelor jurnalistice, atenția fiind focalizată spre candidatul independent susținut de Partidul Socialiștilor (PSRM) Igor Dodon, care a fost protagonistul al 593 de materiale, și spre candidata Partidului Acțiune și Solidaritate (PAS), Maia Sandu, care a avut 416 apariții în calitate de protagonistă. La fel, printre cele 43 de categorii diferite, cetățenii/cetățenele au fost vizați/vizate de 290 de ori ca protagoniști/protagoniste, urmași/urmate de reprezentanții/reprezentantele Guvernului, cu 246 de astfel de apariții, de cei/cele ai/ale PSRM menționați/menționate de 206 de ori, ai/ale PAS, vizați/vizate în 162 de materiale, sau ai/ale Comisiei Electorale Centrale (CEC), mediatizați/mediatizate de 154 de ori în calitate de protagoniști/protagoniste. Ceilalți candidați și o candidată care nu au acces în turul II au fost protagoniști/protagonistă ai/a materialelor jurnalistice după cum urmează: Renato Usatîi - de 80 de ori, Andrei Năstase - de 27 de ori, Violeta Ivanov - de 21 de ori, Dorin Chirtoacă - de 15 ori, Tudor Deliu - de 9 ori, Octavian Țîcu - de 8 ori.

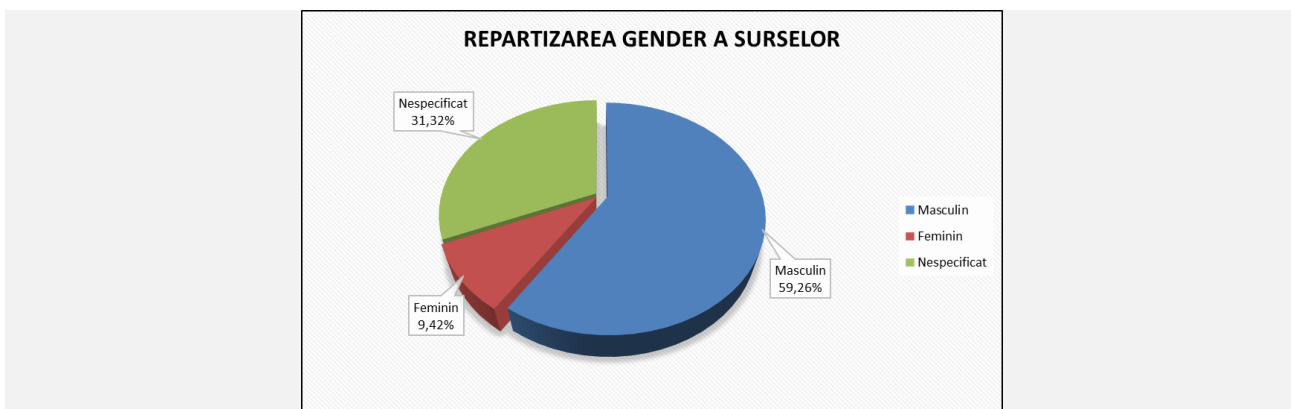


În perioada 8-14 noiembrie 2020, cele 12 publicații online au citat, în total, 1603 surse, inclusiv 36 de categorii diferite. Candidatul Igor Dodon a fost cel mai des citat în această calitate, respectiv de 244 de ori. La o distanță nesemnificativă s-au situat alte surse mass-media, citate de 239 de ori, iar pe locul 3 au fost reprezentanții/reprezentantele Guvernului, cu 155 de citări. În același context, au mai fost citați/citate reprezentanții/reprezentantele PSRM - de 133 de ori, ai/ale administrației publice locale - de 131 de ori, ai/ale CEC - de 121 de ori, sau experții/expertele,

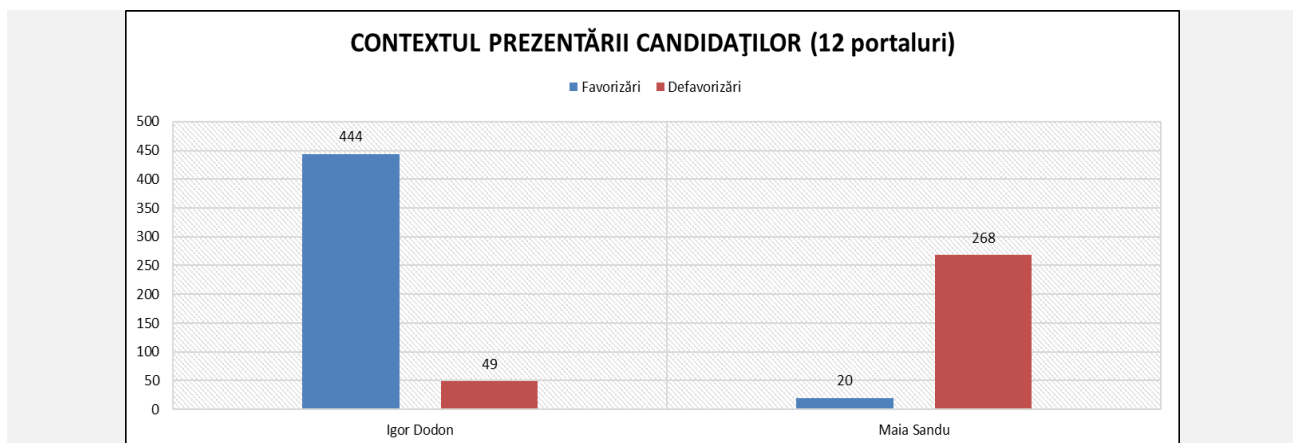
citați/citate de 103 ori. La rândul ei, candidata Maia Sandu a avut calitatea de sursă de 56 de ori în materialele cu un caracter electoral direct sau indirect. Dintre alți candidați la funcția de președinte care nu au acces în turul II, în calitate de surse pentru materialele publicate de cele 12 instituții media online au mai apărut Renato Usatîi – de 25 de ori și Andrei Năstase – de 3 ori.



În același context, sursele citate de cele 12 instituții media online monitorizate au rămas puternic dezechilibrate pe criteriul de gen, în defavoarea femeilor. Mai exact, 950 de surse din numărul total (sau aproape 60%) au fost bărbați, iar 151 de surse (sau peste 9%) au fost femei. În cazul altor 502 surse (sau peste 31%) genul acestora nu a fost specificat.



Candidata și candidatul care au acces în turul II al alegerilor prezidențiale au apărut atât în contexte neutre, cât și pozitive și negative în materialele celor 12 instituții media online monitorizate. Totuși, Igor Dodon a avut mai multe apariții în context pozitiv, care l-au favorizat (444 de cazuri). În același timp, candidatul a apărut de 49 de ori și în ipostaze mai degrabă defavorizante. De cealaltă parte, Maia Sandu a fost defavorizată în mai mult de jumătate din materialele în care a fost protagonistă (de 268 de ori), iar în 20 de cazuri a fost mediatizată în contexte care mai curând au favorizat-o.



În concluzie, în urma monitorizării comportamentului editorial al celor 12 instituții media online în perioada 8 – 14 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 un caracter evident și pronunțat de partizanat. Cele trei publicații l-au favorizat și l-au promovat vădit pe Igor Dodon, și au defavorizat-o clar pe Maia Sandu. În raport cu ea, a continuat campania de discreditare, atacare, denigrare prin informații false și discriminare.
- **Noi.md, Vedomosti.md și Sputnik.md** l-au favorizat pe Igor Dodon prin tonalitatea reflectării și prezentarea în context pozitiv a candidatului. Maia Sandu a fost defavorizată de cele trei publicații.
- **Gagauzinfo.md** a acordat relativ puțină atenție ultimei săptămâni a campaniei electorale pentru alegerile prezidențiale, și a pus accent în special pe candidatul Igor Dodon, favorizându-l în majoritatea cazurilor în care acesta a apărut în calitate de protagonist.
- **Unimedia.info** a abordat în special teme din domeniul politic, cu accent pe acțiunile de campanie ale candidatului Igor Dodon care a apărut de mai multe ori în contexte care l-au favorizat.
- **Agora.md și Newsmaker.md** au avut o politică editorială relativ echilibrată și, per ansamblu, nepărtinitoare, iar candidata și candidatul la funcția de președinte/președintă care au acces în turul II a fost prezentat/prezentată 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 ultima săptămână a campaniei electorale, prezentând acțiunile candidatei și ale candidatului la prezidențiale. 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. Igor Dodon a fost plasat mai des în contexte defavorizante.

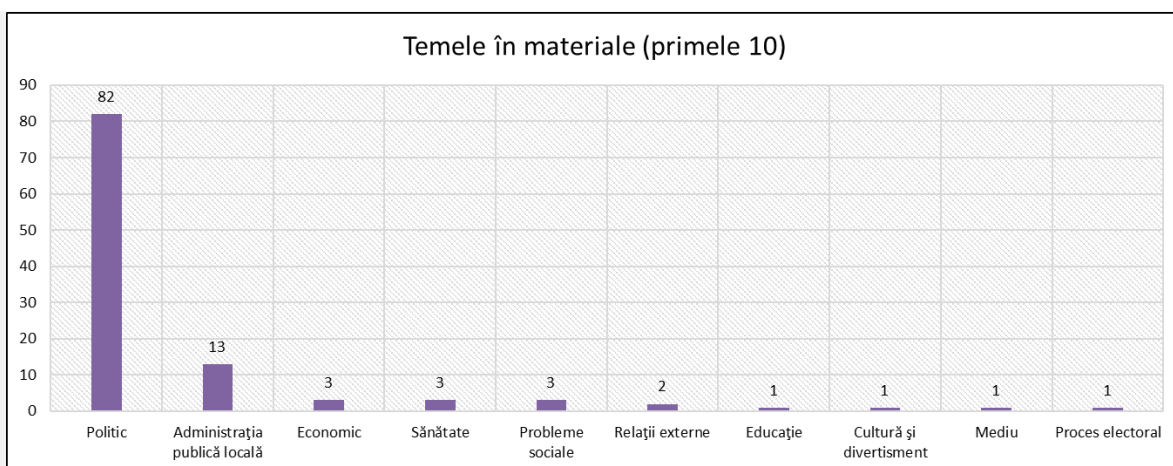
2.2 Comportamentul editorial al publicațiilor



Actualitati.md

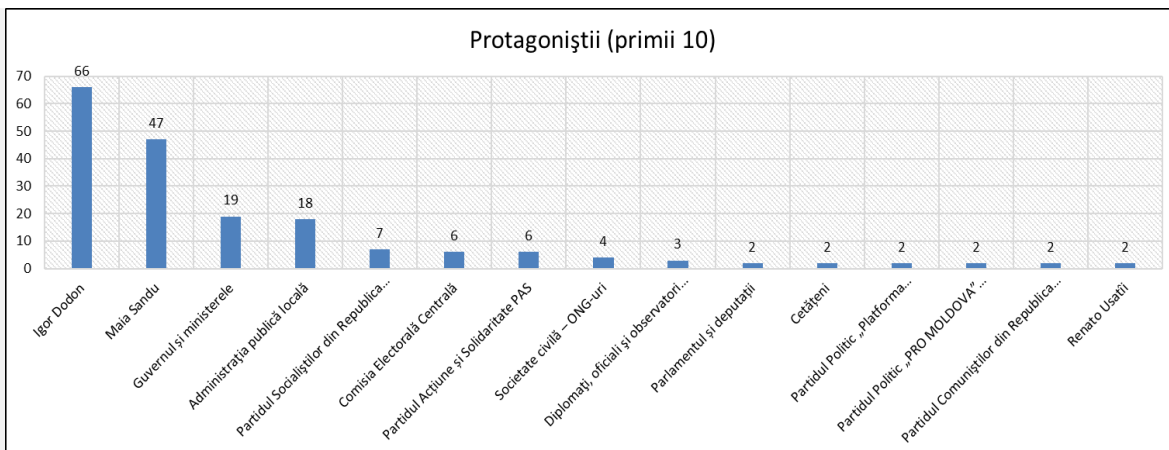
În perioada de raport, **Actualitati.md** a publicat 110 materiale relevante prezentei monitorizării, inclusiv 104 știri, 5 comentarii și un sondaj de tip Vox Populi. 8 materiale au fost însoțite și de imagini video. Volumul total al materialelor relevante a constituit 128118 semne pentru texte și 2767 de secunde sau peste 46 de minute pentru materialele video.

Domeniul politic a fost cel mai des abordat în materialele publicate de **Actualitati.md**, focalizându-se, ca și în perioadele anterioare de raport, pe activitățile, declarațiile, întâlnirile și acțiunile de campanie ale candidatului Igor Dodon, inclusiv pe binecuvântarea acestuia de către Patriarhul Kirill al Rusiei sau susținerea declarată din partea mai multor președinți de raioane sau primari. Astfel, accent s-a pus pe promisiunile lui Igor Dodon făcute pe ultima sută de metri ale campaniei electorale, precum și pe declarațiile diferitor persoane publice privind susținerea acestui candidat în turul II al alegerilor prezidențiale. În detaliu au fost prezentate și acțiunile primarului de Chișinău Ion Ceban, care a menționat de fiecare dată că lucrurile bune care se fac în capitală sunt realizate fie la inițiativa, fie cu suportul președintelui în exercițiu. În același timp, atacurile îndreptate spre candidata Maia Sandu au continuat în perioada de referință, aceasta fiind pusă doar în lumină defavorabilă și acuzată, printre altele, de finanțare ilegală a campaniei electorale, refuzul de a ajuta agricultorii în perioada cât a fost prim-ministră, incapacitatea de a avea relații bune cu Federația Rusă, viziunile sale unioniste etc. Candidata și candidatul la funcția de președintă/președinte a fost prezentată/prezentat în materialele **Actualitati.md** doar în contrast, în relație de personaj pozitiv-personaj negativ, alegătorii/alegătoarele fiind speriați/speriate, ca și în perioada anterioară de raport, prin mai multe informații false și neprobate, de consecințele negative pentru țara noastră dacă Maia Sandu câștigă alegerile. Cea din urmă nu a beneficiat de dreptul la replică în cazurile materialelor conflictuale. Alte teme abordate de **Actualitati.md**, în proporții mult mai mici, s-au referit la activitatea administrației publice locale, în special a lui Ion Ceban, sau economia, sănătatea, problemele sociale sau relațiile externe în context electoral. Un singur material a vizat procesul electoral în general.

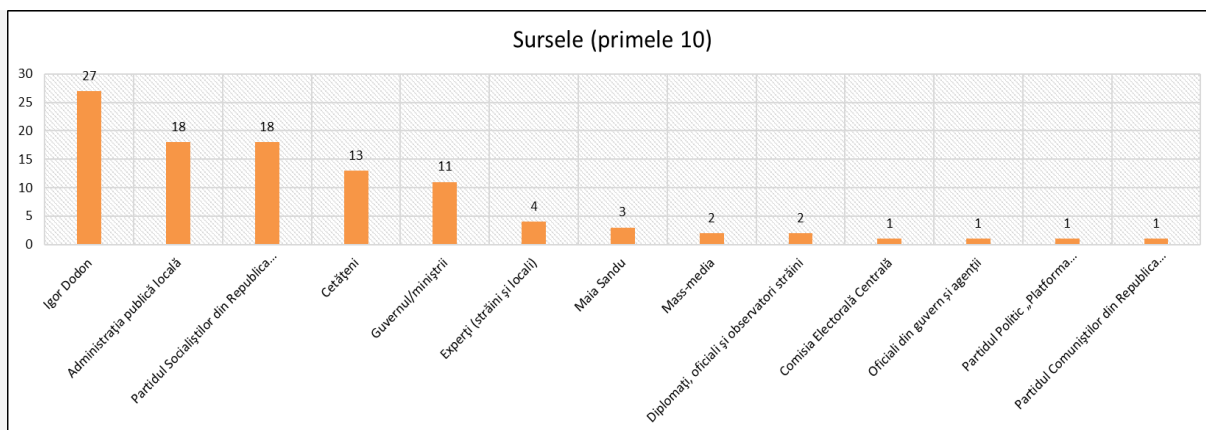


Cel mai des printre cele 19 categorii diferite de protagoniști/protagoniste vizați/vizate de **Actualitati.md** s-au regăsit Igor Dodon, de 66 de ori, și Maia Sandu, de 47. Au urmat reprezentanții/reprezentantele Guvernului, în special Ion Chicu (de 19 ori), dar și ai/ale administrației publice locale, în special Ion Ceban (de 18 ori). Dintre candidații și candidata care

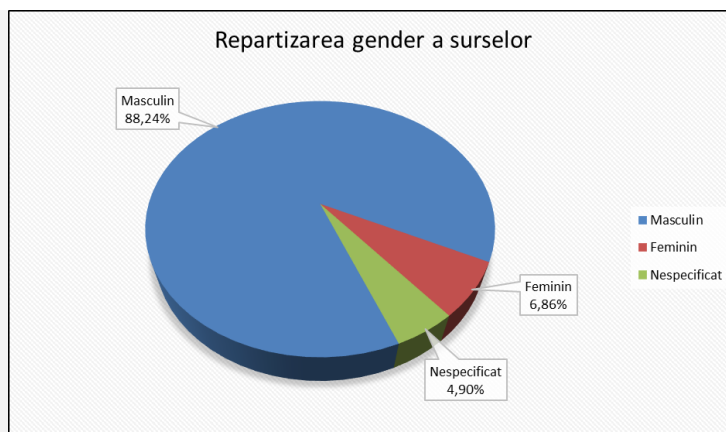
nu au acces în turul II al alegerilor prezidențiale, Renato Usatîi a mai avut calitatea de protagonist al materialelor **Actualitati.md** de două ori.



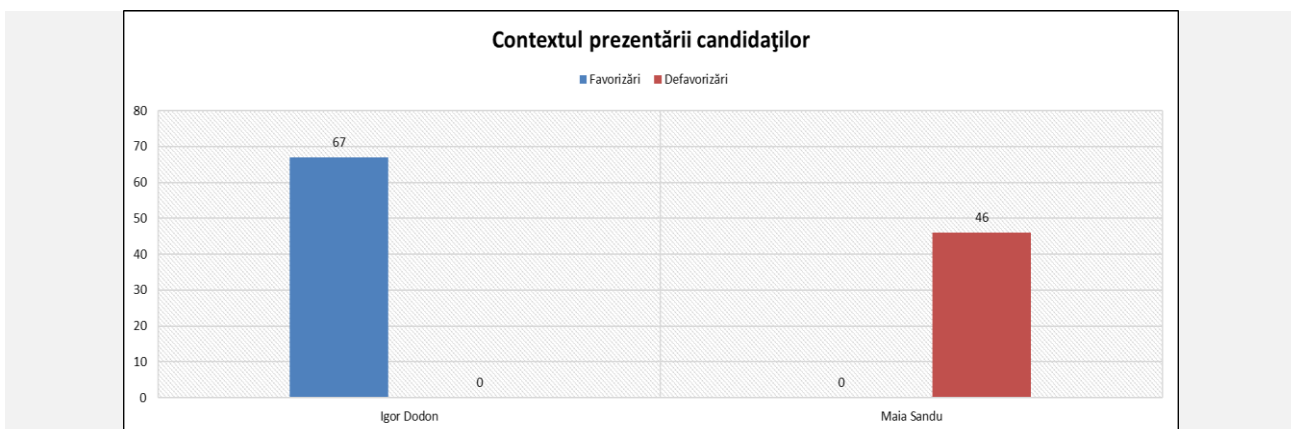
Candidatul Igor Dodon a fost primul și printre cele 13 categorii de surse de informare citate de **Actualitati.md**, cu 27 de citări. Reprezentanții/reprezentantele administrației publice locale și cei/cele ai/ale PSRM au avut, la rândul lor, același număr de citări (câte 18), iar cetățenii/cetățenele au completat podiumul cu 13 apariții în calitate de surse. În același timp, candidata Maia Sandu a servit drept sursă de informare de 3 ori, alți candidați și o candidată care nu au acces în turul II lipsind din această listă.



Din numărul mare de surse specificate în produsele jurnalistice publicate de **Actualitati.md**, peste 88% (sau 90 din numărul total) au fost bărbați, aproape 7% (sau 7) au fost femei, și aproape 5% (sau 5 surse din total) au rămas neidentificate sub aspectul genului. Prin urmare, publicația a avut un dezechilibru de gen clar, în defavoarea femeilor.



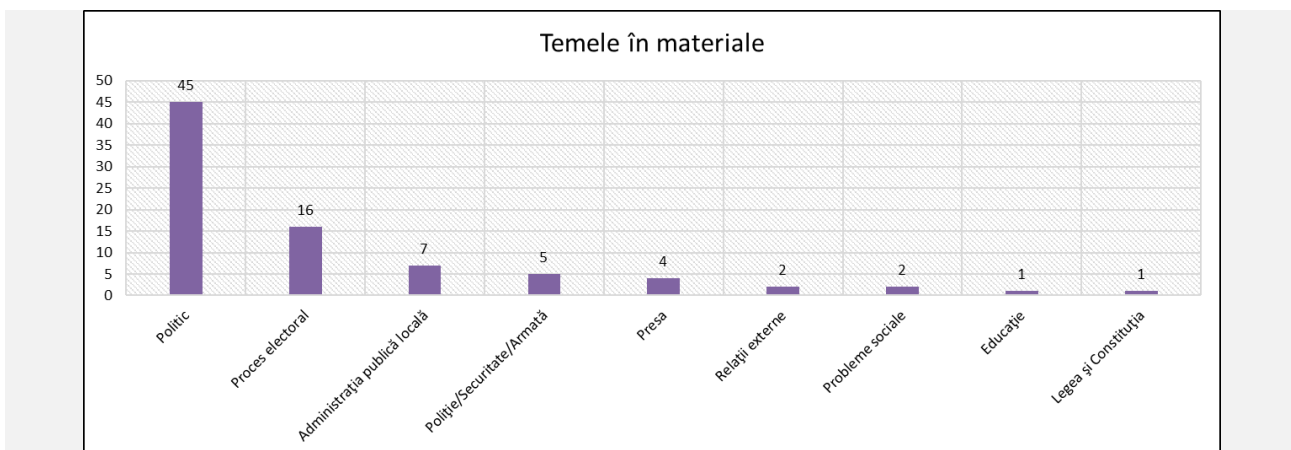
Materialele cu un caracter electoral direct sau indirect publicate pe **Actualitati.md** în perioada 8-14 noiembrie 2020 au fost părtinitoare, au avut o singură sursă de informare și l-au favorizat deschis și evident pe candidatul Igor Dodon, toate materialele plasându-l în context pozitiv. Candidata Maia Sandu, la rândul ei, a fost defavorizată deschis în 46 din 47 de cazuri în care a apărut în calitate de protagonistă, fiind atacată, criticată, denigrată prin intermediul informațiilor false, al speculațiilor și insinuărilor, atât în știri, cât și în materialele de opinie. Publicația **Actualitati.md** nu i-a oferit nici o dată Maiei Sandu dreptul la replică.



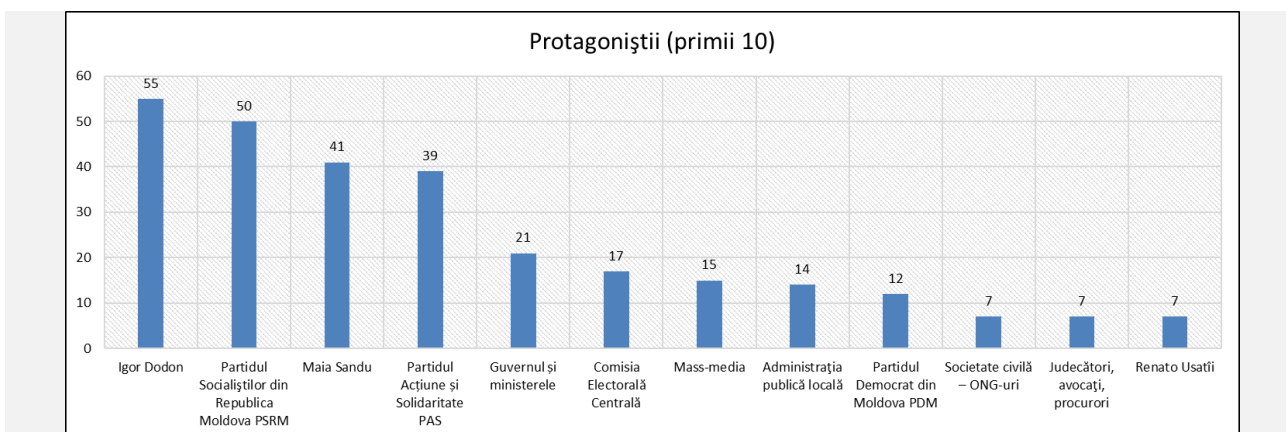
Agora.md

În perioada 8-14 noiembrie 2020, **Agora.md** a publicat 83 de știri cu un caracter electoral direct sau indirect. În 10 cazuri, materialele au fost însoțite de imagini video, iar într-un caz – de audio. Volumul total al materialelor relevante a constituit 167974 semne (pentru texte), 4774 de secunde sau peste o oră (pentru materialele video), și 1820 de secunde sau peste 30 de minute pentru audio.

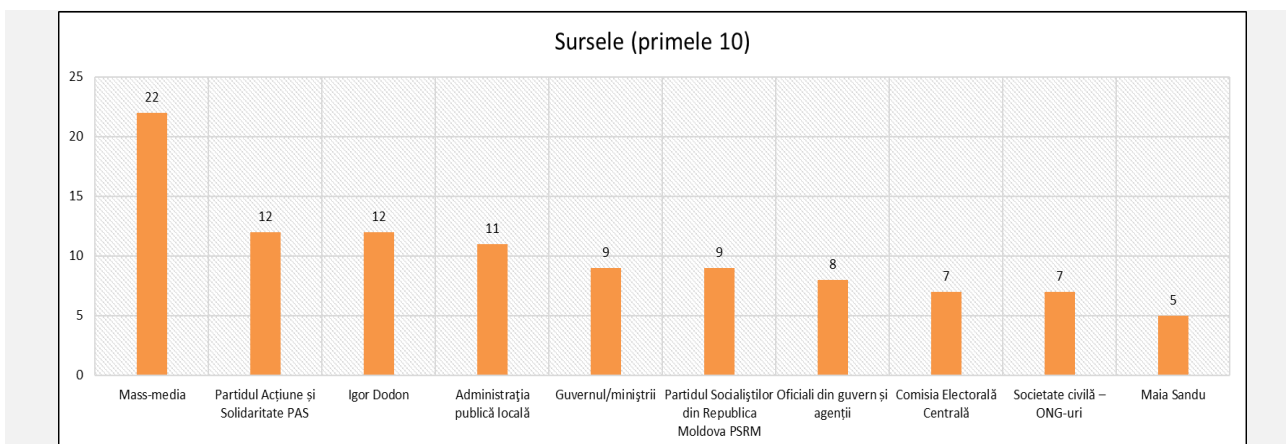
Cele mai multe materiale publicate de **Agora.md** au vizat domeniul politic, reflectând acțiunile de campanie, declarațiile și reacțiile la acestea ale candidatului și ale candidatei care au acces în turul II al alegerilor prezidențiale. De asemenea, au fost publicate detalii privind procesul electoral în general, cu informații pentru alegătorii din diaspora sau din țară, deciziile CEC etc. Mai rar **Agora.md** a scris despre activitatea administrației publice locale, în special a Primăriei Chișinău, despre poliție/armată, relații externe, probleme sociale sau educație în context electoral.



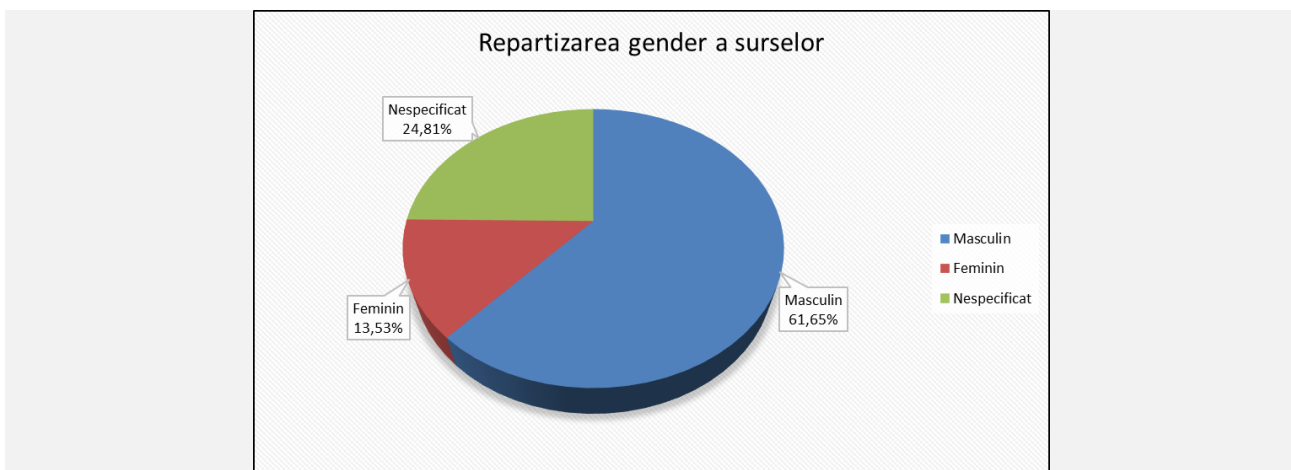
Primele 4 locuri printre cele 31 de categorii diferite de protagoniști/protagoniste pe care i-a/le-a vizat **Agora.md**, s-au repartizat relativ echilibrat între Igor Dodon, vizat de 55 de ori, reprezentanții/reprezentantele PSRM, cu 50 de apariții, Maia Sandu, vizată în 41 de cazuri, și reprezentanții/reprezentantele PAS, cu 39 de apariții. Mai rar au fost protagoniști/protagoniste reprezentanții/reprezentantele Guvernului (de 21 de ori) sau cei/cele ai/ale CEC (de 17 ori). Dintre candidații și candidata care nu au acces în turul II, Renato Usatîi a avut calitatea de protagonist al materialelor **Agora.md** de 7 ori, Violeta Ivanov – de 3 ori, Andrei Năstase, Dorin Chirtoacă și Tudor Deliu – de câte două ori, și Octavian Țîcu – o dată.



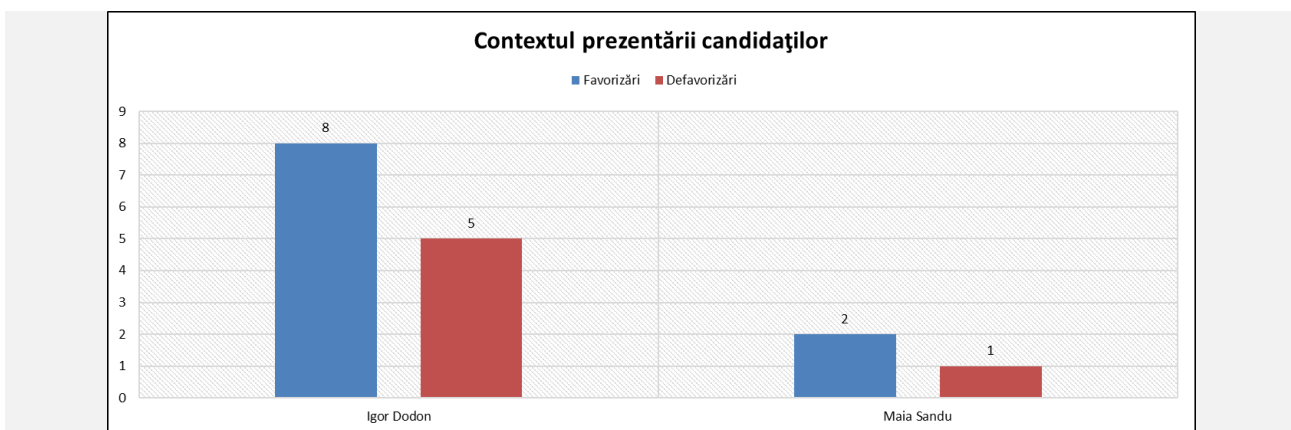
La capitolul surse citate, **Agora.md** a avut în perioada monitorizată 25 de categorii diferite, iar cel mai des au fost citate alte surse mass-media (de 22 de ori), urmate de reprezentanții/reprezentantele PAS și de candidatul Igor Dodon (de câte 12 ori), dar și de reprezentanții/reprezentantele administrației publice locale, citați/citate de 11 ori. Totodată, Maia Sandu a avut calitatea de sursă a materialelor **Agora.md** de 5 ori, iar dintre candidații care nu au acces în turul II, Renato Usatîi a fost citat de două ori în produsele **Agora.md**.



Cele 133 de surse citate de **Agora.md** au fost dezzechilibrate din perspectiva genului, 82 dintre ele (sau aproape 62%) fiind bărbați, iar 18 (sau peste 13%) – femei. În alte 33 de materiale (sau aproape 25%) sursa nu a fost specificată sub aspectul genului. Prin urmare, sursele au rămas dezzechilibrate în favoarea bărbaților.



Agora.md a mediatizat ultima săptămână a campaniei electorale 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, cu prezența replicilor în cazurile necesare. Atât candidatul Igor Dodon cât și candidata Maia Sandu au beneficiat, în general, de un tratament editorial neutru din partea publicației. Totuși, în 8 cazuri Igor Dodon a fost mai curând favorizat, direct sau indirect, și plasat într-un context mai degrabă defavorabil în alte 5 cazuri. Maia Sandu, la rândul ei, a beneficiat de o mediatizare mai degrabă pozitivă de două ori și de una mai curând negativă – o dată. Cu toate acestea, o tendință evidentă de favorizare sau defavorizare a lui Igor Dodon sau a Maiei Sandu nu a fost atestată.



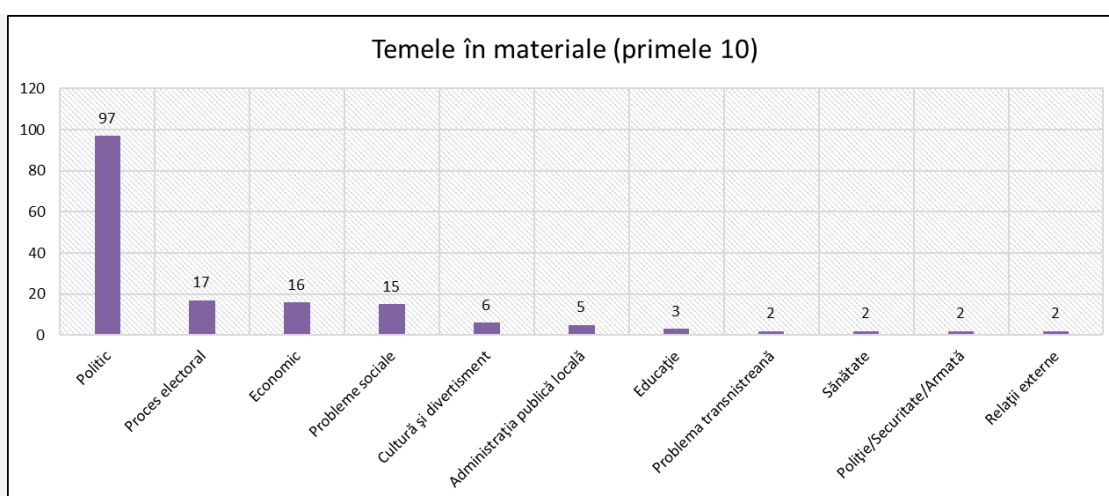
**АРГУМЕНТЫ
И ФАКТЫ** В МОЛДОВЕ

Aif.md

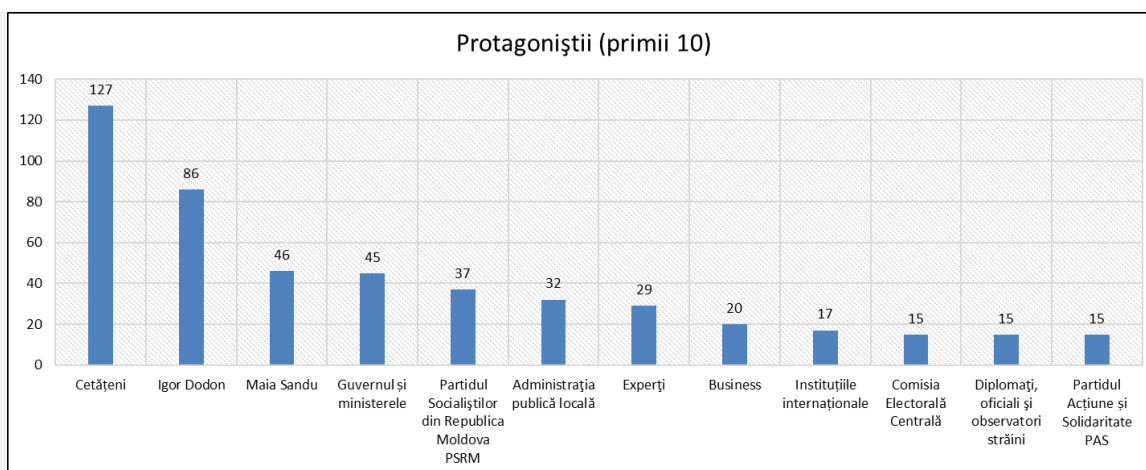
Aif.md a publicat în perioada 8 – 14 noiembrie 2020, 170 de materiale relevante pentru monitorizare, inclusiv 166 de știri și 4 comentarii, editoriale sau alte materiale de opinie. 73 dintre ele au fost însoțite de imagini video. Volumul total al materialelor relevante a constituit 171504 semne (pentru texte), și 33527 de secunde sau peste 9 ore (pentru materialele video).

Aif.md a dat predilecție domeniului politic în perioada de referință, cea mai mare parte a materialelor referindu-se la declarații, întâlniri și activități de campanie ale candidatului Igor Dodon. Un număr important de știri au vizat susținerea declarată a diferitor regiuni ale țării, raioane, sectoare ale municipiului Chișinău, categorii de populație, cum ar fi agricultorii sau anumiți artiști, etc. pentru acest candidat. Anumite știri s-au referit și la activitatea primarului de

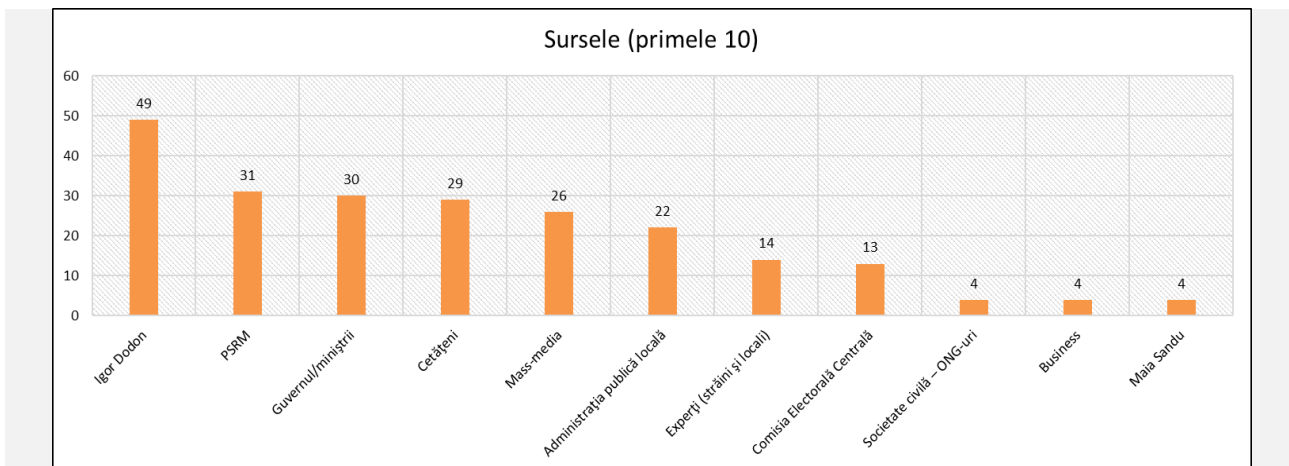
Chișinău Ion Ceban, care și-a luat din nou concediu pentru a-l susține pe Igor Dodon. Personaje constante ale materialelor au mai fost Zinaida Grecianî și Ion Chicu, ale căror întâlniri și declarații au fost prezentate în detalii, susținându-l indirect pe Igor Dodon. În ziua tăcerii, pe 14 noiembrie 2020, **Aif.md** a publicat 3 materiale despre procesul electoral, dar și două în care protagonist direct și indirect a fost Igor Dodon. Într-un caz acesta a apărut alături de Ion Ceban plantând arbori în sectorul Botanica, iar în altul Ion Ceban a anunțat despre deschiderea unei porțiuni a străzii Albișoara din capitală, proaspăt reparată. Materialele l-au favorizat direct sau indirect pe Igor Dodon, acesta fiind prezentat ca fiind candidatul care va fi câștigat alegerile prezidențiale în turul II. În același timp, campania de denigrare a candidatei Maia Sandu a continuat și în această perioadă, ea fiind acuzată, printre altele, de rusofobie și intenții de lichidare a statului Republica Moldova, închidere a școlilor și nedorința de a ajuta agricultorii etc. Opinia Maiei Sandu a lipsit din materialele conflictuale. Alte tematici, abordate mai rar de către **Aif.md** au vizat procesul electoral în general, economia, problemele sociale, cultura, activitatea administrației publice locale, cu accent pe primăria Chișinău, educația sau sănătatea în context electoral.



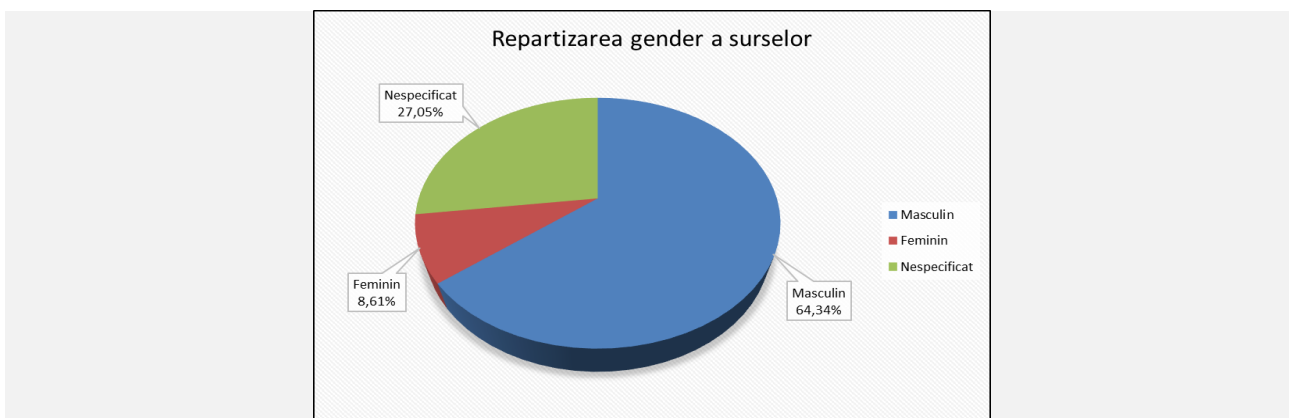
În perioada monitorizată **Aif.md** a vizat în materiale 32 de categorii dierite de protagoniști/protagoniste. Ca și în perioada precedentă de raport, cetățenii/cetățenele au avut cel mai des această calitate (de 127 de ori), urmați/urmate de candidatul Igor Dodon, care a fost protagonist în 86 de cazuri, și de candidata Maia Sandu, cu 46 de menționări. La fel, în listă s-au mai regăsit reprezentanții/reprezentantele Guvernului (de 45 de ori), ai/ale PSRM (de 37 de ori), ai/ale administrației publice locale, în special Ion Ceban (de 32 de ori), sau experți/experte (de 29 de ori). Dintre candidații/candidata care nu au acces în turul II al alegerilor prezidențiale, Renato Usatii a fost protagonist de 4 ori în materialele **Aif.md**, și Dorin Chirtoacă – o dată.



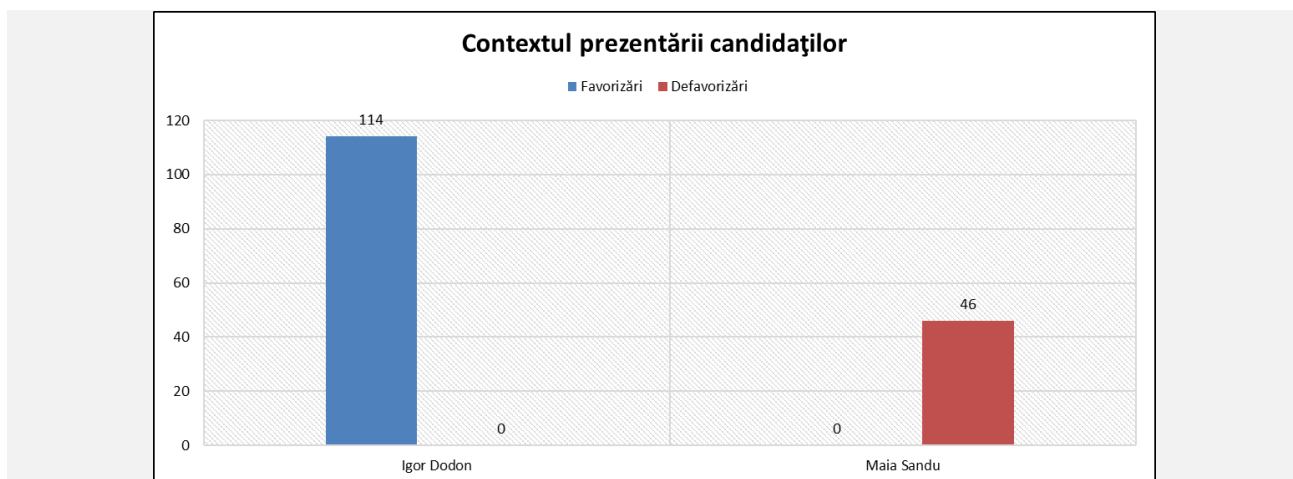
Aif.md a citat 21 de categorii diferite de surse, iar cel mai des, pe candidatul Igor Dodon (de 49 de ori). La o distanță de 18 citări, candidatul independent a fost urmat de surse din PSRM, citate de 31 de ori. De asemenea, reprezentanții/reprezentantele Guvernului, dar și cetățenii/cetățenele au fost citați/citate de câte 30 și respectiv 29 de ori de către **Aif.md**. Candidata Maia Sandu a apărut și ea de 4 ori în calitate de sursă. Dintre candidații/candidata care nu au acces în turul II, Renato Usatîi a fost citat o dată în materialele publicate de **Aif.md**.



De asemenea, din cele 244 de surse citate în total de **Aif.md**, cea mai mare parte (157 sau peste 64%) au fost bărbați, 21 (sau aproape 9%) au constituit-o femeile, iar în 66 de cazuri (sau în jur de 27%) genul surselor nu a fost specificat. Astfel, materialele jurnalistice publicate de **Aif.md** au continuat să fie disproporționate din perspectiva de gen, în defavoarea femeilor.



În perioada 8-14 noiembrie 2020, **Aif.md** a continuat să-l promoveze evident și accentuat pe Igor Dodon, atât în știri cât și în materiale de opinie. Mai exact, el a fost favorizat în toate materialele în care a apărut în calitate de protagonist (86 de ori) cât și în alte 28 de cazuri în mod indirect, beneficiind astfel de o mediatizare exclusiv pozitivă masivă. Maia Sandu, pe de altă parte, a fost plasată în context exclusiv negativ, care a defavorizat-o în mod evident în toate cele 46 de cazuri în care a fost protagonistă. Publicația **Aif.md** a admis în continuare atacuri la persoană, acuzații neprobate și nefondate, falsuri și denigrări în adresa candidatei Maia Sandu, fără ca opinia acestora să fie prezentată măcar o dată.

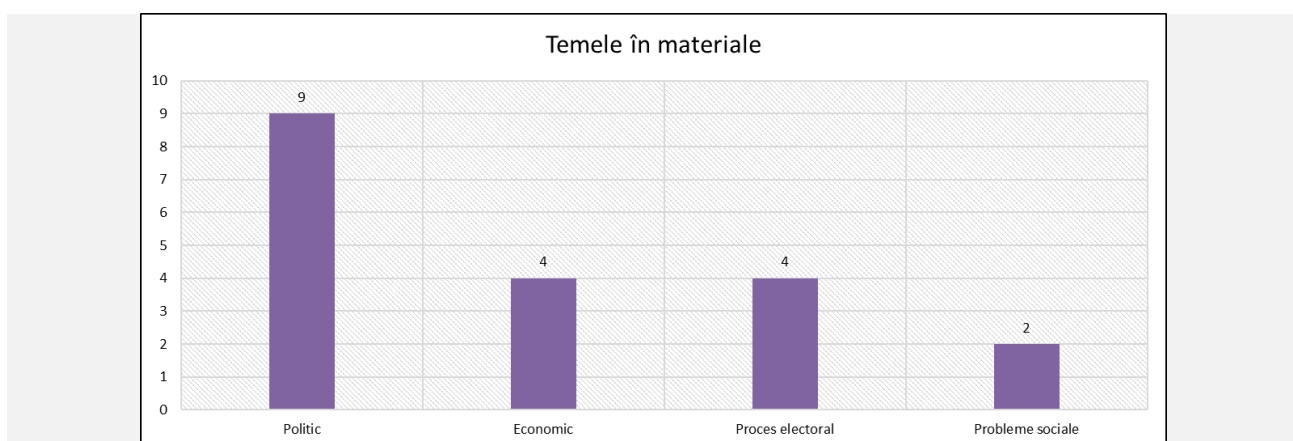


Gagauzinfo.MD

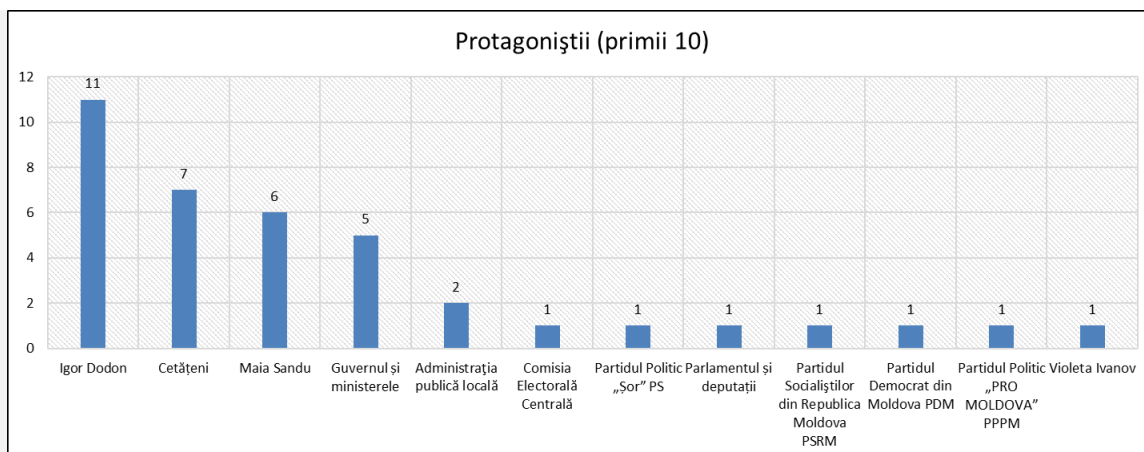
Gagauzinfo.md

Portalul regional **Gagauzinfo.md** a publicat 19 știri în perioada de referință, două fiind însoțite de imagini video. Volumul total al materialelor relevante a constituit astfel 25935 de semne (pentru texte), și 5244 de secunde sau peste o oră în cazul imaginilor video.

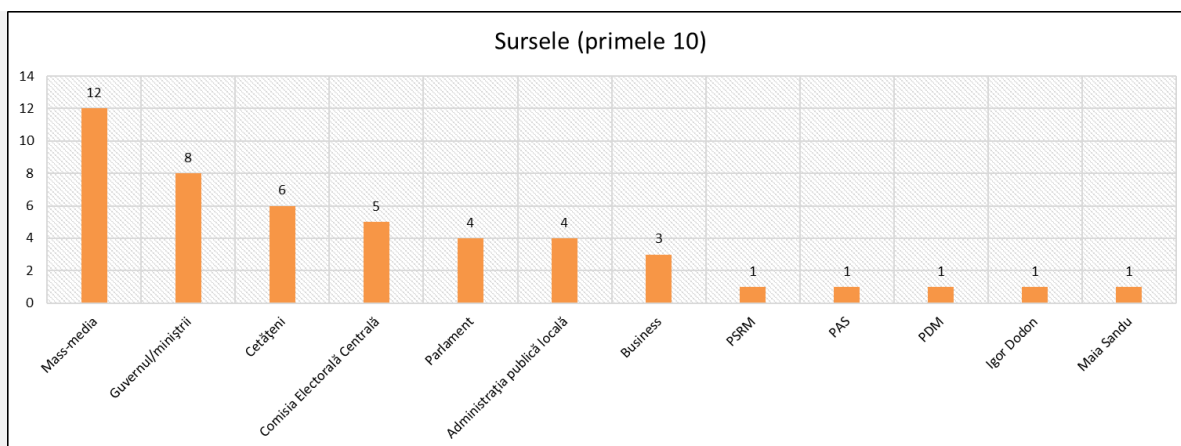
Știrile s-au referit la domeniul politic, dar și la procesul electoral în general, inclusiv la deciziile CEC, modalitatea de vot pentru moldovenii într-o țară sau alta, cum vor vota cei infectați cu Covid-19 etc. De asemenea, publicația a acordat o atenție mai mare candidatului Igor Dodon, despre care s-a scris că este susținut de grupuri de primari din diferite localități. S-au mai făcut referiri la primele pe care ar fi urmat să le primească bugetarii, la programul „Drumuri bune” etc. În ultima zi a campaniei electorale, pe **Gagauzinfo.md** a putut fi urmărit în direct marșul de susținere a candidatului Igor Dodon desfășurat în Găgăuzia. Alte câteva materiale au abordat subiecte economice și probleme sociale în context electoral.



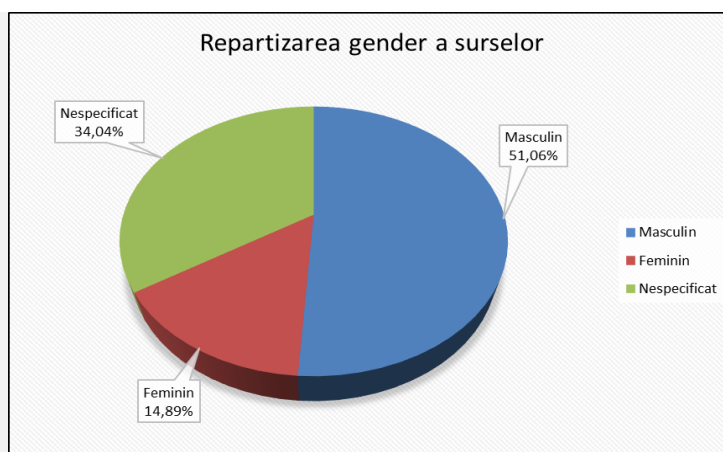
Cele 12 categorii de protagoniști/protagoniste vizați/vizate în produsele jurnalistice au fost dominate de candidatul Igor Dodon, care a apărut de 11 ori în această postură. De asemenea, protagoniști/protagoniste ale materialelor **Gagauzinfo.md** au mai fost în această perioadă cetățenii/cetățenele (de 7 ori), candidata Maia Sandu (de 6 ori), reprezentanții/reprezentantele Guvernului (de 5 ori) sau cei/cele ai/ale administrației publice locale (de 2 ori). Dintre candidații și candidata care nu au acces în turul II al alegerilor prezidențiale, Violeta Ivanov a apărut o dată în calitate de protagonistă a materialelor portalului regional.



Și sursele s-au împărțit în 12 categorii diferite, cele mai multe venind din zona mass-mediei (de 12 ori), de la Guvern (de 8 ori), de la cetățeni/cetățene (de 6 ori) și de la Comisia Electorală Centrală (de 5 ori). Candidatul Igor Dodon și candidata Maia Sandu a fost citat/citată câte o dată în materialele publicate de **Gagauzinfo.md** în perioada de referință.

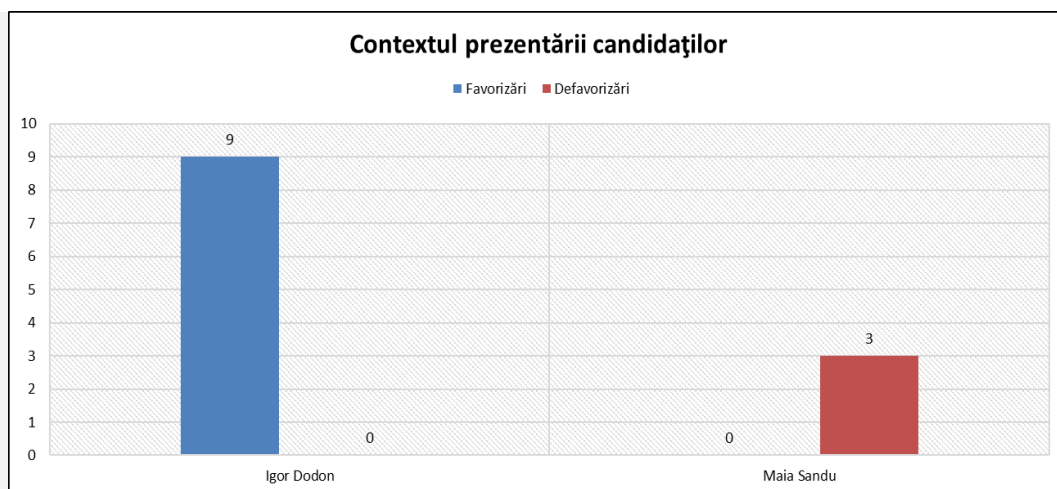


Cele 47 de surse citate de **Gagauzinfo.md** s-au repartizat inegal sub aspectul genului, 24 (sau peste 51%) fiind bărbați, 7 (sau aproape 15%) fiind femei, iar 16 (sau în jur de 34%) au rămas nespecificate.



În perioada 8-14 noiembrie 2020, publicația regională **Gagauzinfo.md** a avut o politică editorială mai puțin echilibrată decât în perioadele anterioare de raport, candidatul și candidata care au acces în turul II al alegerilor prezidențiale fiind mediatizat/mediatizată cu accente de părtinire. Astfel, candidatul Igor Dodon a fost mai degrabă favorizat în 9 din 11 cazuri în care a fost

protagonist, iar candidata Maia Sandu a fost mai degrabă defavorizată în jumătate din cazurile în care a fost protagonistă (3 din 6).

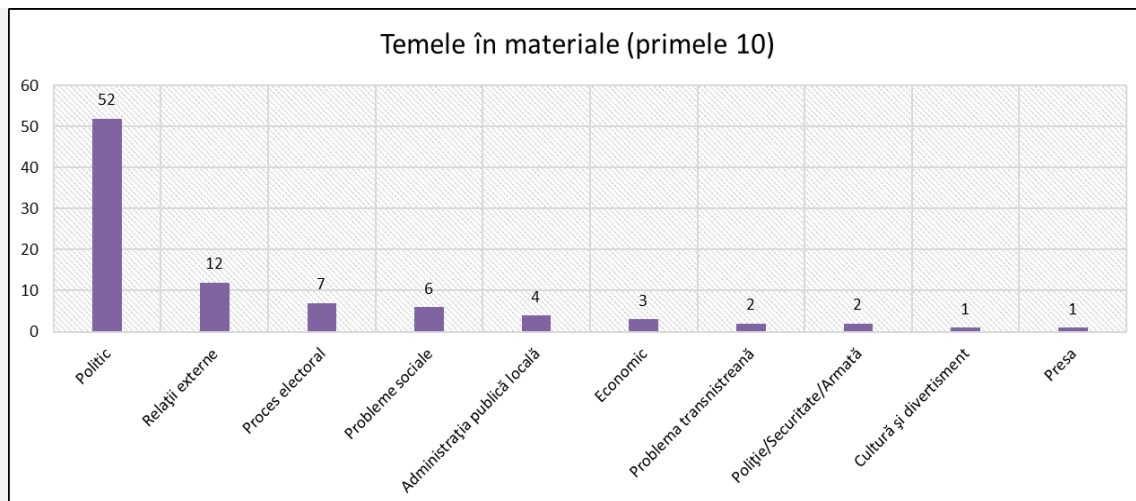


МОЛДОВА ▾

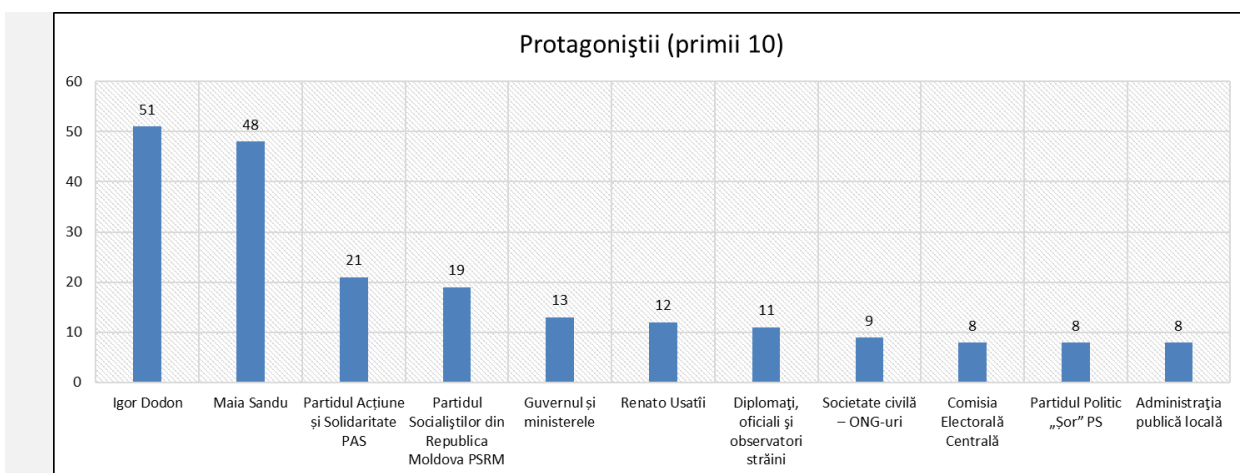
[Kp.md](http://kp.md)

Kp.md a publicat în perioada de referință 90 materiale cu un caracter electoral direct sau indirect, inclusiv 88 de știri, și două materiale de opinie, un material fiind însoțit de imagini video. Volumul total al materialelor relevante a constituit 166161 de semne/texte și 34 de secunde/video.

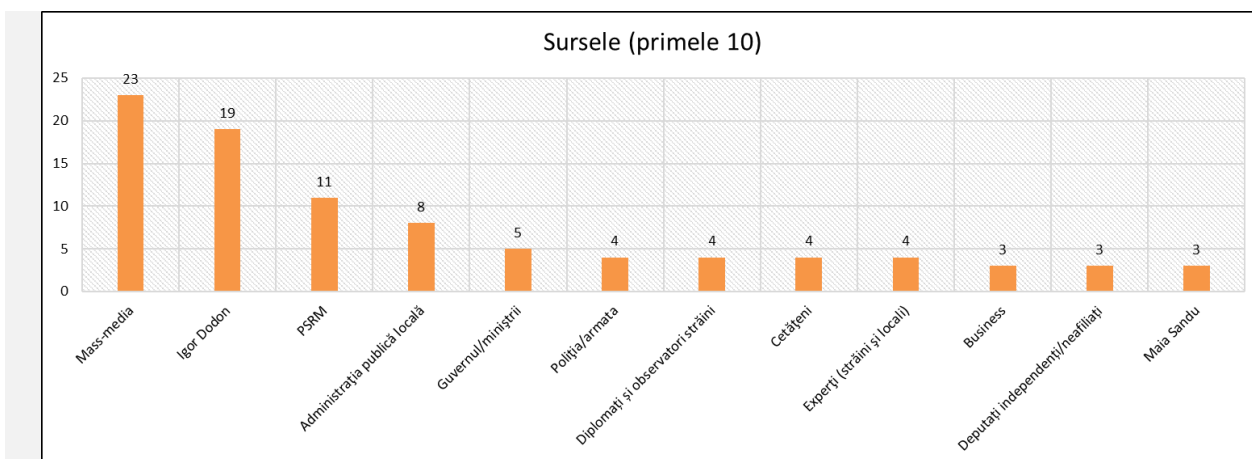
Publicația **Kp.md** a abordat preponderent subiecte din domeniul politic, axându-se pe de o parte, pe susținerea deschisă și promovarea masivă, exclusiv pozitivă a candidatului Igor Dodon, și pe denigrarea, pe de altă parte, a candidatei Maia Sandu. Amestec dintre fapte și opinii, lipsa surselor și a probelor, interpretări și insinuări, fotografiile care au pus-o în lumină proastă pe candidata la prezidențiale, acuzații arbitrare, informații false despre și în adresa Maiei Sandu – de toate au fost publicate pe **Kp.md** în perioada de referință. Igor Dodon creștinul, care felicită Dumitrii și Dumitrițele cu ocazia zilei onomastice, apărător al valorilor tradiționale, versus Maia Sandu, susținătoare a minorităților sexuale și distrugătoare a statalității Republicii Moldova, între aceste narative au oscilat materialele de pe **Kp.md** în ultima săptămână a campaniei electorale. Publicația a admis în continuare titluri și exprimări calomnioase, discriminatoare și denigratoare, care atentează la demnitatea umană și pot incita la ură. Alte materiale au vizat, în proporții mult mai mici, relațiile externe, procesul electoral, problemele sociale, economia sau cultura.



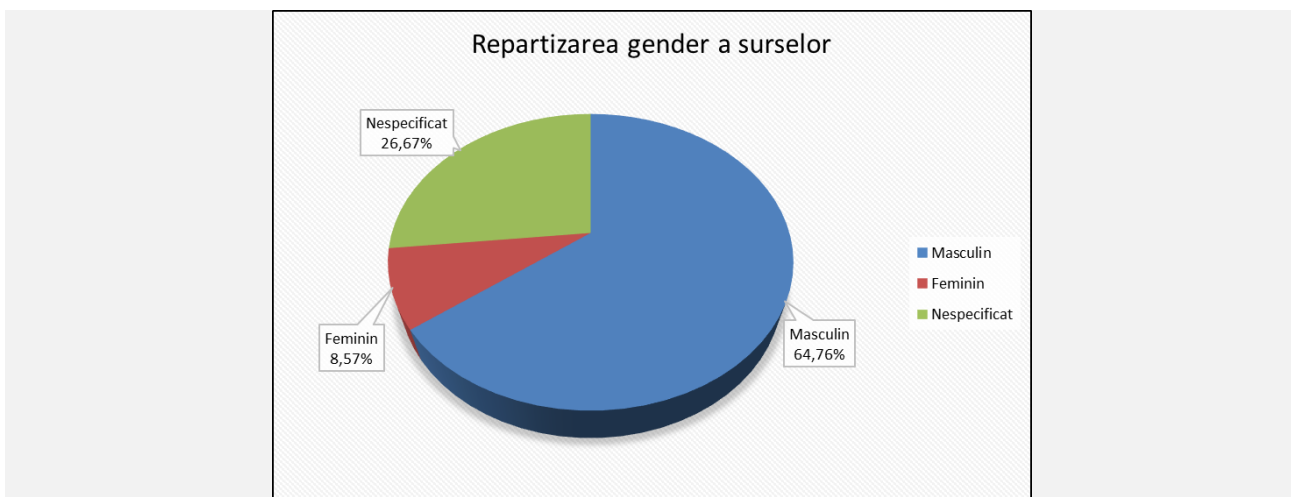
În context, cel mai des în calitate de protagonist/protagonistă a fost vizat/vizată candidatul Igor Dodon (de 51 de ori) și candidata Maia Sandu (de 48 de ori). De asemenea, printre cele 32 de categorii diferite de protagoniști/protagoniste s-au remarcat reprezentanții/reprezentantele PAS (de 21 de ori) și cei/cele ai/ale PSRM (de 19 ori), reprezentanții/reprezentantele Guvernului (de 13 ori), dar și candidatul din primul tur Renato Usatîi (de 12 ori). Dintre ceilalți candidați și o candidată care nu au acces în turul II al alegerilor prezidențiale, Andrei Năstase a avut calitatea de protagonist al materialelor **Kp.md** de 5 ori, Dorin Chirtoacă – de 4 ori, Violeta Ivanov – de 3 ori, Octavian Țicu și Tudor Deliu – de câte două ori fiecare.



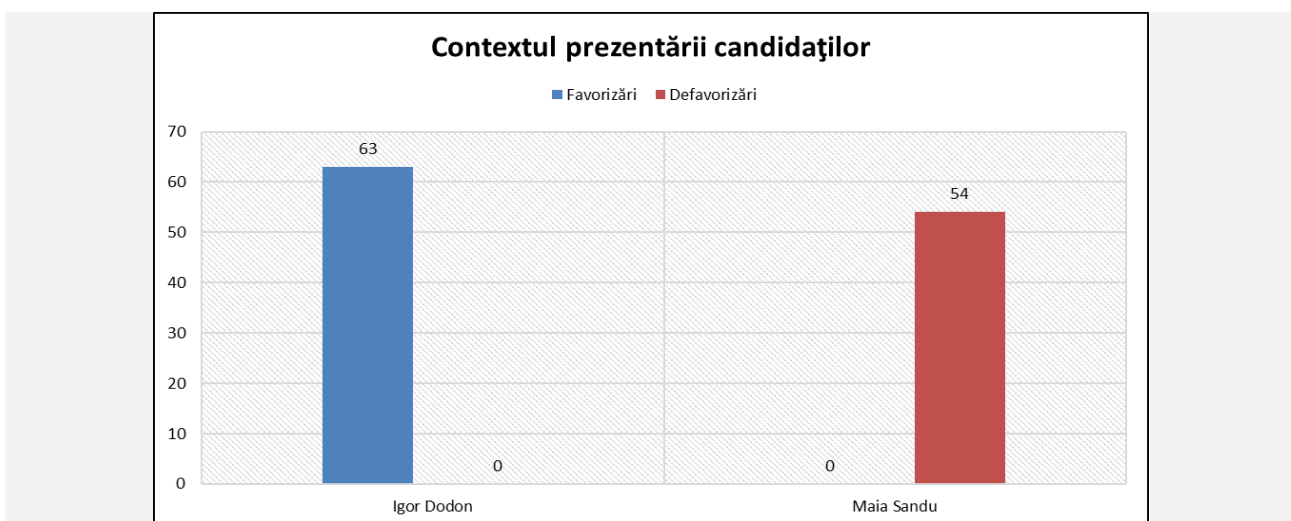
De asemenea, cele 22 de categorii de surse citate de **Kp.md** s-au repartizat între alte surse mass-media (în 23 de cazuri), candidatul Igor Dodon (de 19 ori), sau reprezentanții/reprezentantele PSRM (de 11 ori). În același timp, candidata Maia Sandu a fost citată de 3 ori în calitate de sursă, iar candidatul din primul tur Renato Usatîi – de 2 ori.



Sursele citate de **Kp.md** au fost preponderent bărbați (68 din 105 sau circa 65%), femeile constituind aproape 9% (în 9 cazuri). În 28 de cazuri (sau aproape 27%) apartenența de gen a sursei nu a fost precizată. Astfel, și în acest caz a fost atestat un dezechilibru de gen în defavoarea femeilor.



Publicația **Kp.md** a continuat să-l favorizeze deschis pe Igor Dodon, atât în știri, cât și în materialele de opinie ale diferitor autori, inclusiv experți străini, deputați etc. El a beneficiat de 63 de cazuri de favorizare clară, inclusiv în toate cazurile în care a fost protagonistul materialelor (de 51 de ori), cât și în alte 12 cazuri când a fost favorizat indirect. De cealaltă parte, Maia Sandu a fost supusă în continuare unei campanii continue de critici, denigrare, atacare, calomniere etc., fără ca dreptul la replică să-i fie asigurat. Mai exact, ea a fost defavorizată în 54 de cazuri, inclusiv în 48 în care a fost protagonistă, și în alte 6 în mod indirect, fiind plasată în contexte exclusiv negative și ofensatoare.



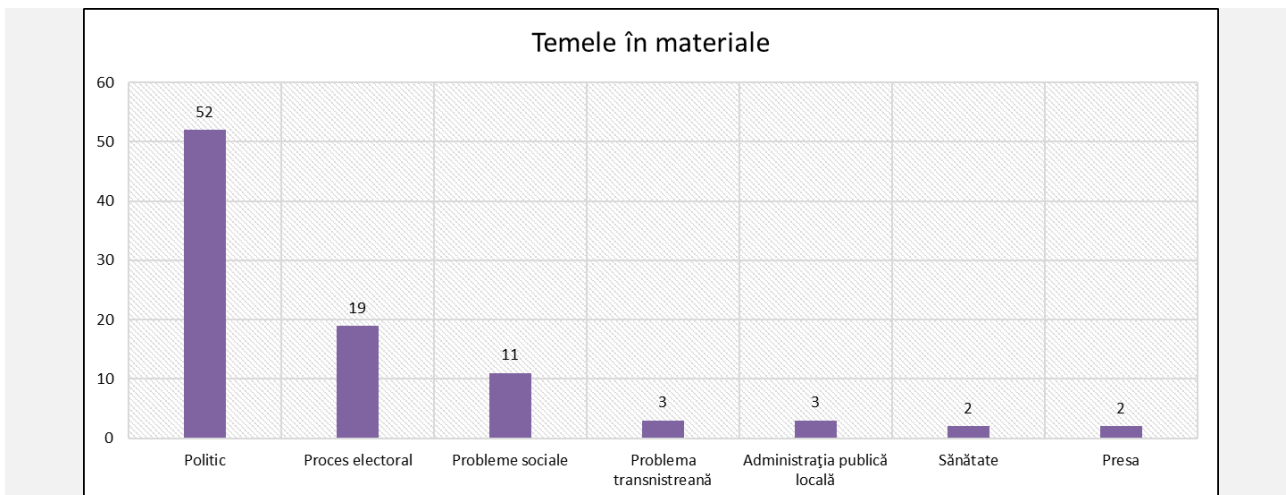
NewsMaker

Newsmaker.md

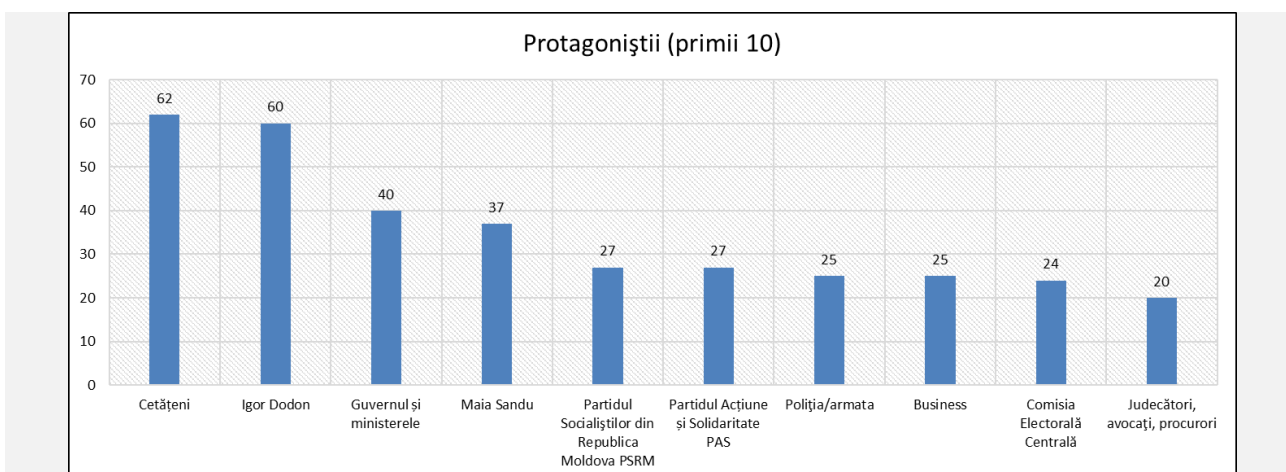
Newsmaker.md a publicat, în perioada 8-14 noiembrie 2020, 92 de materiale cu un caracter electoral direct sau indirect, inclusiv 86 de știri și 6 materiale de opinie. În 14 cazuri, produsele au fost însoțite și de imagini video, iar într-un caz – de audio. Volumul total al materialelor relevante a constituit 185431 de semne în cazul textelor, 33295 de secunde sau peste 9 ore în cazul imaginilor video, și 254 de secunde, sau circa 4 minute pentru audio.

Publicația a acordat o atenție mai mare domeniului politic, mediatizând acțiunile de campanie ale candidatei și candidatului rămași în cursa pentru alegerile prezidențiale, în manieră preponderent echilibrată și echidistantă. De cele mai multe ori, s-au făcut eforturi pentru obținerea de

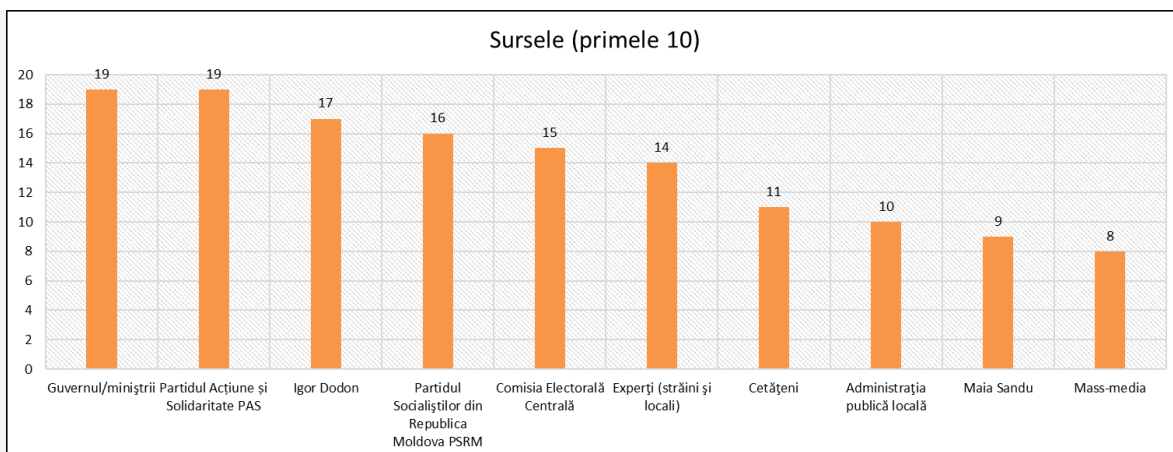
repli/reacții de la părțile vizate în materialele conflictuale, sau acestea au fost prezentate în background. De exemplu, într-un material video, redacția a demontat falsurile din câteva filme apărute pe Internet despre ambii candidați, iar raportul de activitate prezentat de premierul Ion Chicu a fost echilibrat cu opiniile a trei experți. Mai rar, materialele publicate de **NewsMaker.md** au vizat procesul electoral în general, problemele sociale, problema transnistreană sau sănătatea în context electoral.



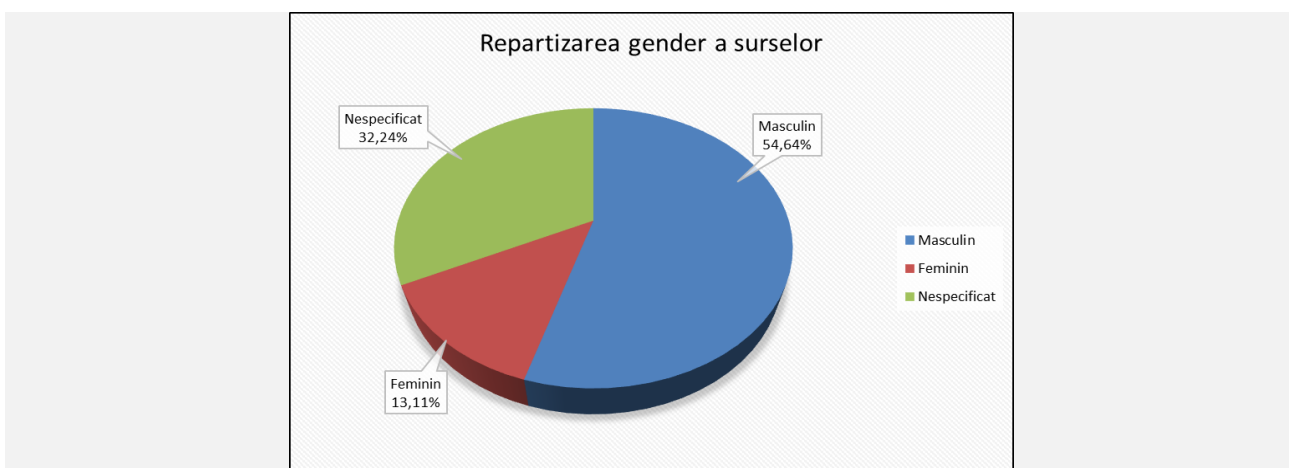
Protagonistii/protagonistele care au beneficiat de cea mai mare atenție din partea **NewsMaker.md** în perioada de referință au fost cetățenii/cetățenele, fiind cel mai des vizați/vizate printre cele 32 de categorii diferite (de 62 de ori). Aceștia/acestea au fost urmați/urmate de candidatul Igor Dodon, care a fost protagonist în 60 de cazuri, și de reprezentanții/reprezentantele Guvernului, vizați/vizate în 40 de materiale. Candidata Maia Sandu a avut, la rândul ei, 37 de apariții în calitate de protagonistă a materialelor **NewsMaker.md**, iar reprezentanții/reprezentantele PSRM și PAS – câte 27 de astfel de apariții. Dintre candidații și candidata din primul tur, Renato Usatîi a fost protagonist de 12 ori, Andrei Năstase – de 5 ori, Violeta Ivanov – de patru ori, și Tudor Deliu – o dată.



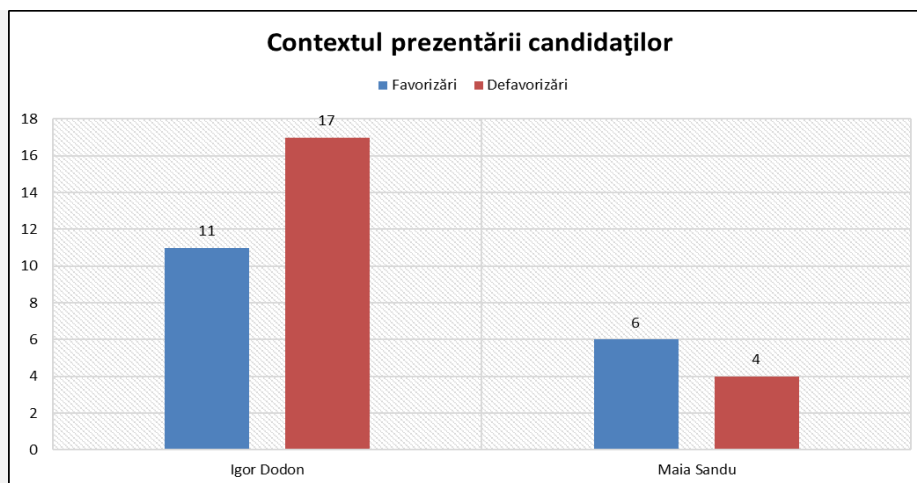
În perioada de referință, **NewsMaker.md** a citat 26 de categorii de surse. De mai multe ori au fost citați/citate reprezentanții/reprezentantele Guvernului, dar și ai/ale Partidului Acțiune și Solidaritate (de câte 19 ori), candidatul Igor Dodon (de 17 ori), reprezentanții/reprezentantele PSRM (de 16 ori), sau cei/cele ai/ale CEC (de 15 ori). Candidata Maia Sandu a apărut în calitate de sursă de 9 ori, iar dintre candidații din primul tur, Renato Usatîi a fost citat de 7 ori și Andrei Năstase – o dată.



Sursele au fost și în acest caz prezentate dezechilibrat din perspectiva de gen. Din cele 183 de surse citate de **Newsmaker.md** în perioada de raport, 100 (sau aproape 55%) au fost bărbați, 24 (sau circa 13%) au constituit-o femeile, iar în 59 de cazuri (sau peste 32%) genul sursei nu a fost specificat.



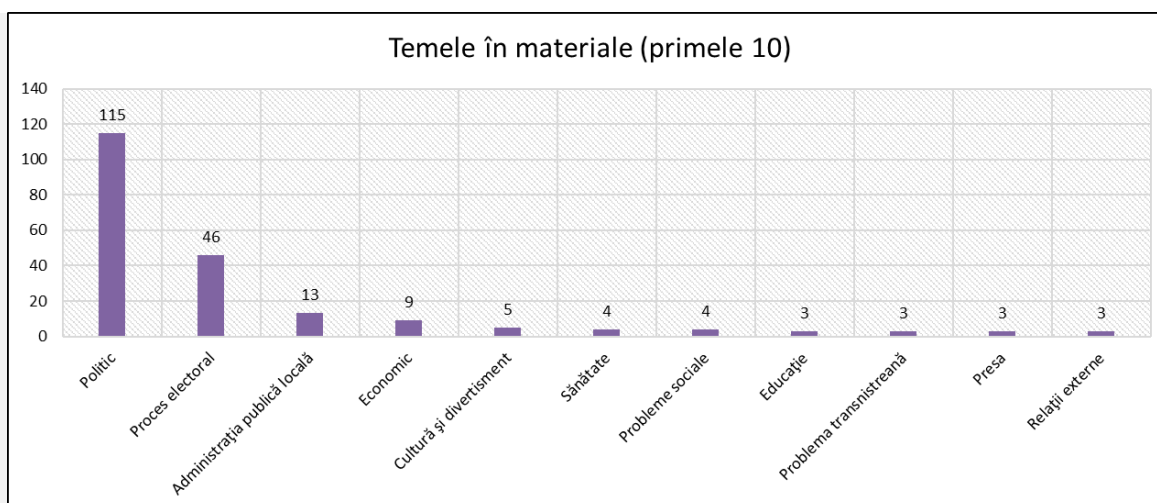
În perioada vizată de prezentul raport, **Newsmaker.md** a mediatizat, în general, în mod echilibrat candidatul și candidata la funcția de președinte/președintă al/a Republicii Moldova rămas/rămasă în cursă, prezentându-l/prezentând-o de cele mai multe ori în contexte neutre. Totuși, atât Igor Dodon cât și Maia Sandu au apărut și în contexte care mai curând l-a favorizat/au favorizat-o, sau l-au defavorizat/au defavorizat-o. Mai exact, I. Dodon a fost favorizat indirect de 11 ori, și defavorizat indirect de 17 ori, iar M. Sandu a fost plasată într-un context mai degrabă favorabil în 6 cazuri, și în unul mai curând defavorabil – în 4 cazuri. Cu toate acestea, o tendință a redacției de favorizare sau defavorizare evidentă a lui Igor Dodon sau a Maiei Sandu nu a fost sesizată.



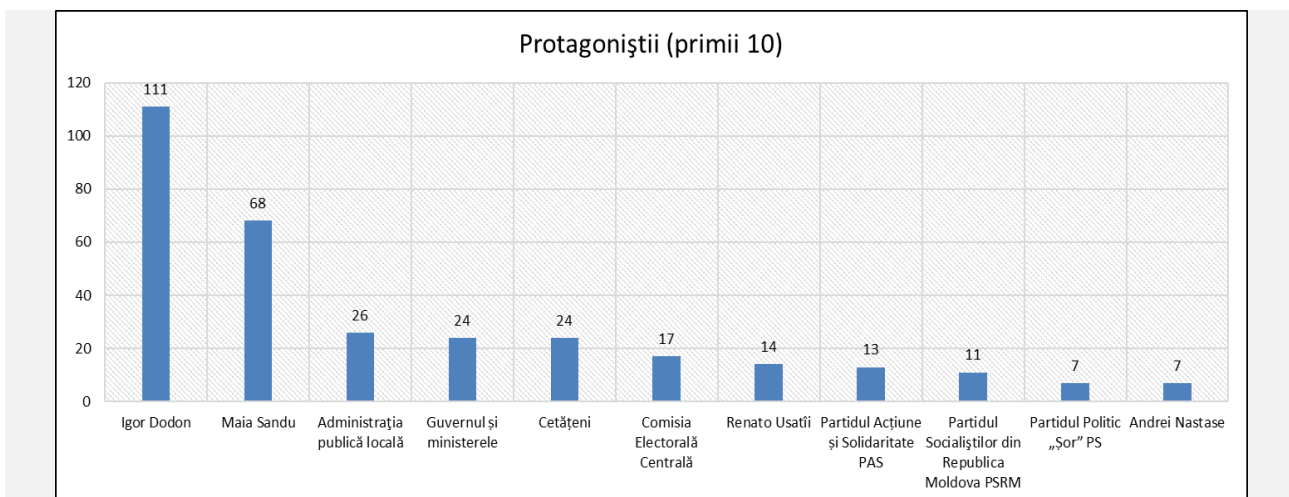
Noi.md

Publicația **Noi.md** a avut, în continuare, cele mai multe materiale cu un caracter electoral direct sau indirect, și anume 211, inclusiv 206 știri, 4 materiale de opinie și o dezbatere electorală. În 30 cazuri, materialele au fost însoțite de imagini video, iar într-un caz – de audio. Volumul total al produselor relevante a constituit 284675 de semne pentru texte, 44802 secunde sau peste 12 ore pentru video, și 293 de secunde sau circa 5 minute pentru audio.

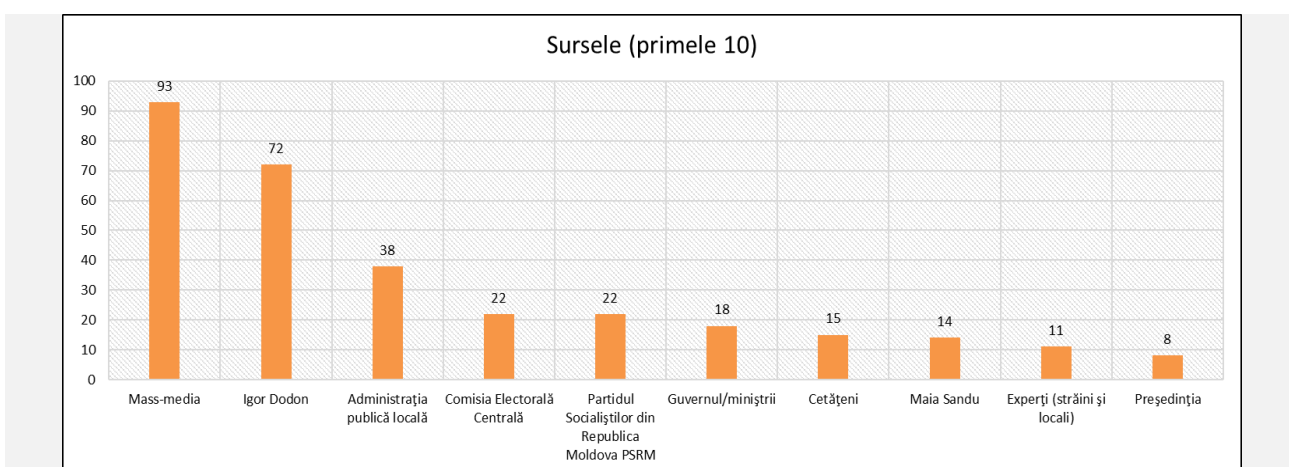
Cele mai multe materiale electorale publicate de **Noi.md** au vizat domeniul politic, cu accent pe candidatul Igor Dodon, prezentat în context exclusiv pozitiv, și pe candidata Maia Sandu, prezentată în context negativ. Astfel, au fost publicate mai multe știri despre activitatea lui Igor Dodon din campanie, au fost prezentate în direct toate emisiunile la care acesta a participat la diverse posturi TV, dar și emisiunea „Igor Dodon răspunde”, cu publicarea ulterioară a știrilor în baza declarațiilor candidatului din cadrul emisiunii, majoritatea fiind critici în adresa oponentei sale. De asemenea, au fost prezentate mai multe opinii ale aleșilor locali, artiștilor etc. care și-au anunțat susținerea pentru Igor Dodon. De cealaltă parte, Maia Sandu a fost pusă în lumină defavorabilă de fiecare dată când a fost menționată. Alte materiale publicate de **Noi.md** au vizat procesul electoral, inclusiv deciziile și declarațiile CEC, dar și activitatea administrației publice locale, relațiile externe, cultura, economia, educația sau sănătatea în context electoral.



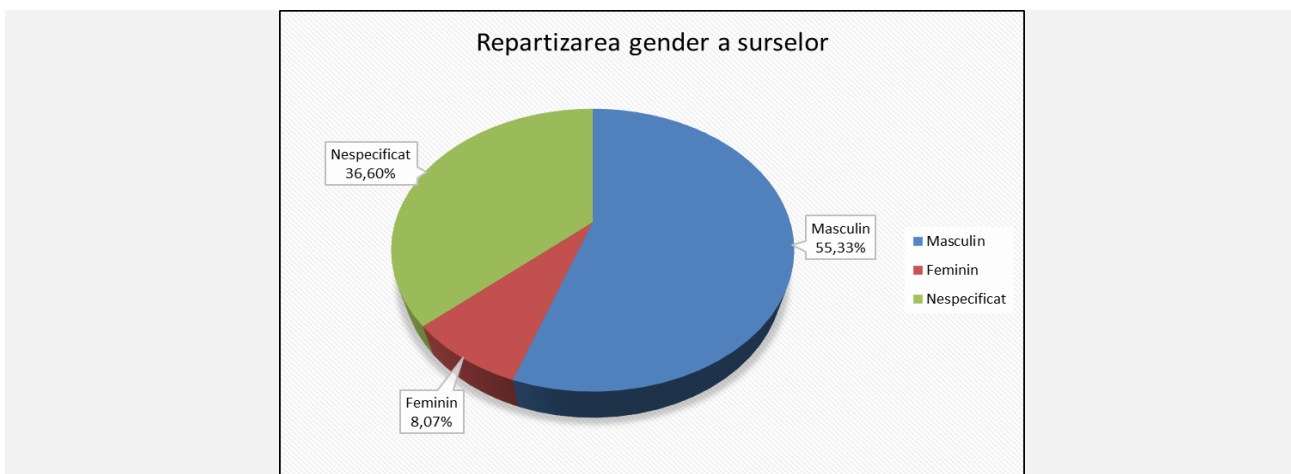
La categoria protagoniști/protagoniste, Igor Dodon și Maia Sandu au ocupat primele locuri, cu 111 și, respectiv, 68 de apariții în această calitate. De asemenea, printre cele 28 de categorii diferite de protagoniști/protagoniste s-au mai regăsit reprezentanții/reprezentantele administrației publice locale, în special Ion Ceban (de 26 de ori), cei/cele ai/ale Guvernului, dar și cetățenii/cetățenele (de câte 24 de ori). Dintre candidații din primul tur, Renato Usatîi a fost protagonist în 14 rânduri, Andrei Năstase – în 7, Dorin Chirtoacă – în 5, Violeta Ivanov – în 4, Octavian Țicu și Tudor Deliu – în câte 2 cazuri.



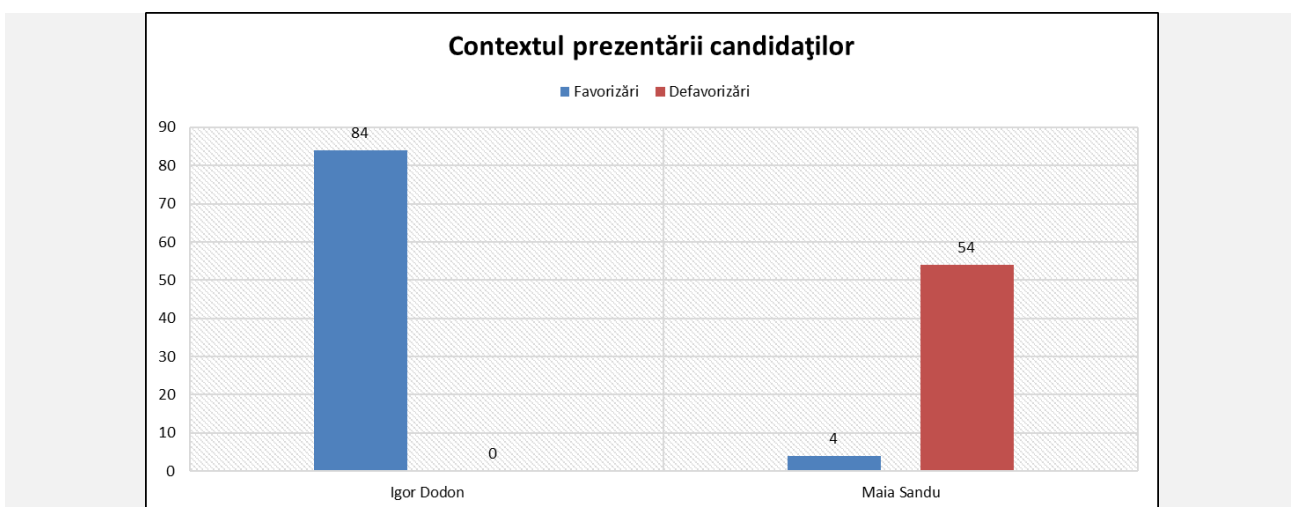
În perioada 8-14 noiembrie 2020, **Noi.md** a citat 24 de categorii de surse. Cel mai des în această postură s-au regăsit alte surse mass-media, citate de 93 de ori, urmate de candidatul Igor Dodon, cu 72 de citări, și de reprezentanții/reprezentantele administrației publice locale, în special Ion Ceban (în 38 de cazuri). În calitate de surse de informare au mai servit reprezentanții/reprezentantele CEC și cei/cele ale PSRM (de câte 22 de ori), ai/ale Guvernului (de 18 ori) și cetățenii/cetățenele, citați/citate de 15 ori. Candidata Maia Sandu a avut, în context, 14 apariții în calitate de sursă a materialelor **Noi.md**. Renato Usatîi și Andrei Năstase au apărut și ei de 5 și, respectiv, o dată în aceeași calitate.



Cele 347 de surse au fost puternic dezechilibrate din perspectiva genului. Mai exact, 192 (sau peste 55%) dintre sursele citate de **Noi.md** au fost bărbați, 28 (sau puțin peste 8%) au fost femei, iar în 127 de cazuri (sau aproape 37%) genul nu a fost specificat.



În perioada vizată de prezentul raport, publicația online **Noi.md** l-a favorizat și l-a promovat în continuare pe candidatul Igor Dodon, atât în știri, cât și în comentarii. Candidatul susținut de PSRM a fost plasat în context pozitiv în cea mai mare parte a materialelor în care a fost protagonist (84 din 111 cazuri), și nici o dată în context defavorabil. Maia Sandu, pe de altă parte, a beneficiat de un tratament editorial negativ pronunțat, ea fiind defavorizată în 54 de cazuri din 68 în care a fost protagonistă. Defavorizarea s-a făcut atât prin textele știrilor, care au inclus mai multe afirmații și acuzații fără a fi probate sau fără a fi prezentată opinia candidatei, cât și în materialele de opinie. La fel, ea a fost plasată de 4 ori și în contexte pozitive, care au favorizat-o indirect.

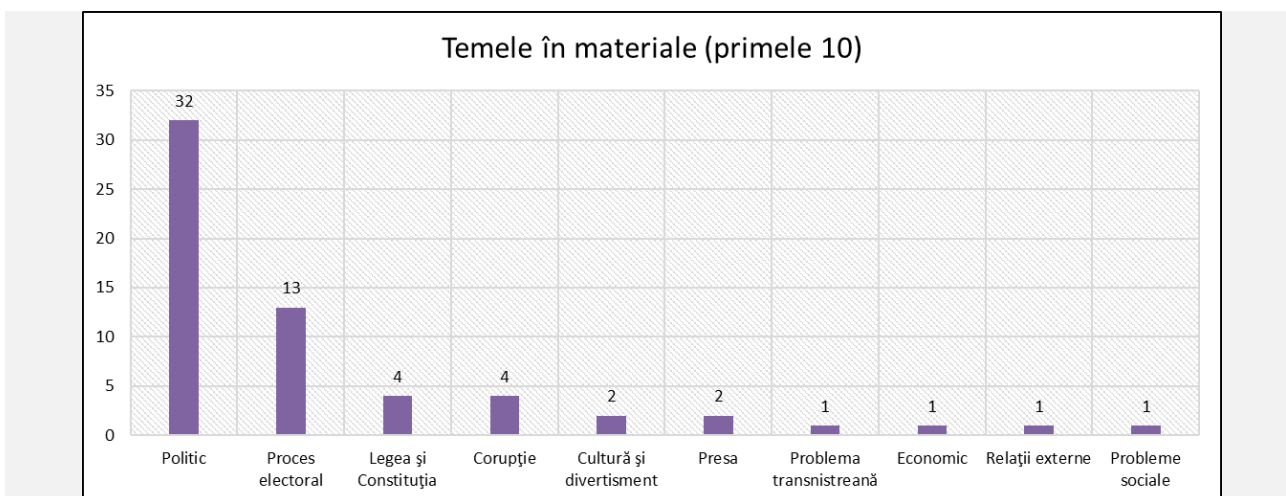


Realitatea.md

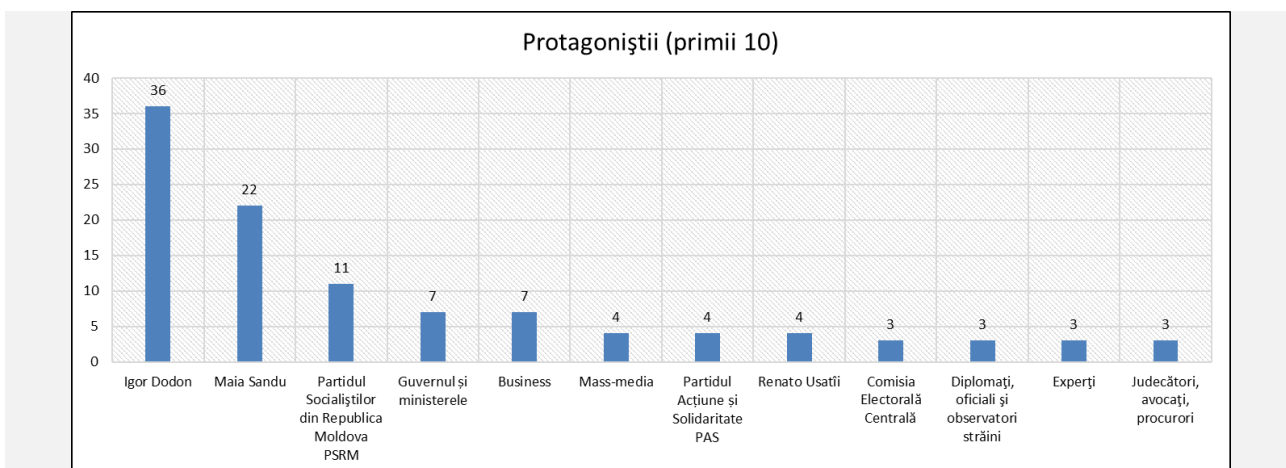
Realitatea.md a publicat, în perioada 8-14 noiembrie 2020, 61 de știri cu un caracter electoral direct sau indirect, 19 fiind însoțite de imagini video, și una – de audio. Volumul total al materialelor relevante a constituit 126679 semne pentru texte, 19226 de secunde sau peste 5 ore în cazul materialelor video, și 196 de secunde, sau circa 3 minute pentru audio.

Realitatea.md a vizat preponderent domeniul politic, punând accent pe acțiunile de campanie sau declarațiile candidatei și ale candidatului care au acces în turul II al alegerilor prezidențiale. La fel, o parte din articole s-au referit la diferite aspecte ale procesului electoral, inclusiv votul în străinătate sau al cetățenilor suspectați de infectarea cu SARS-Cov2. În unele cazuri nu s-a făcut

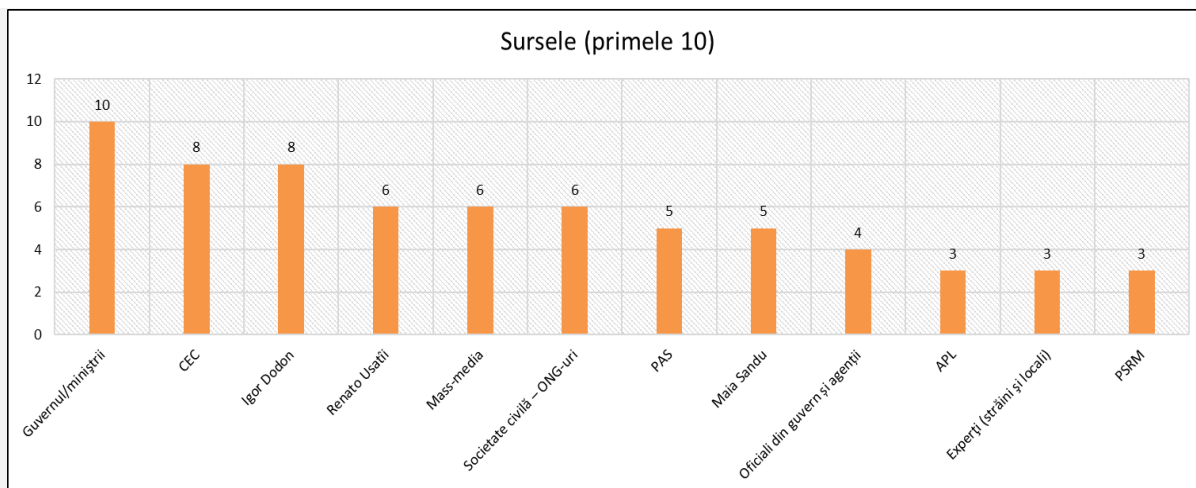
distincția clară dintre fapte și opinii. Câteva materiale au mai abordat corupția, cultura, economia, relațiile externe sau problemele sociale în context electoral.



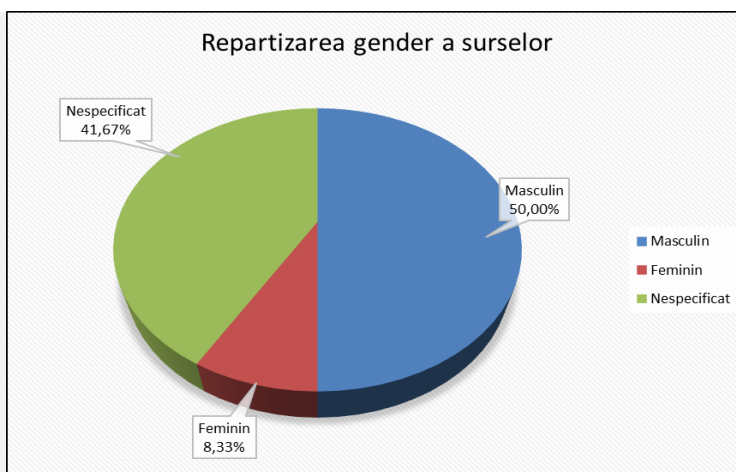
Igor Dodon și Maia Sandu au avut cel mai des calitatea de protagonist/protagonistă printre cele 24 de categorii diferite la care s-a referit **Realitatea.md**, primul apărând de 36 de ori în această postură, iar a doua – de 22 de ori. Au urmat reprezentanții/reprezentantele PSRM, cu 11 astfel de apariții, sau ai/ale Guvernului, și ai/ale domeniului de afaceri, cu câte 7 menționări. Dintre candidații/candidata din primul tur, Renato Usatîi a fost de 4 ori protagonistul materialelor **Realitatea.md**, Andrei Năstase și Violeta Ivanov – câte o dată.



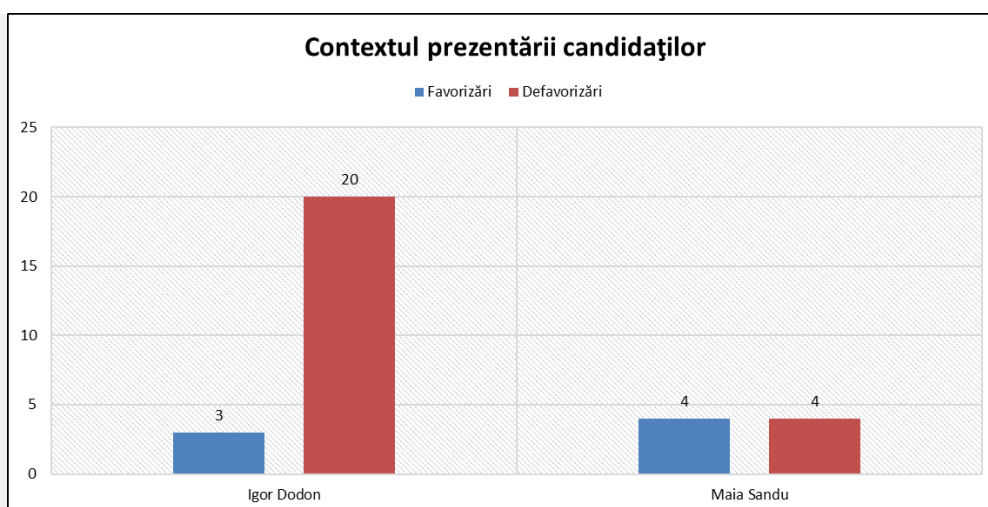
În același timp, din cele 24 de categorii de surse citate de **Realitatea.md** în aceeași perioadă, cele mai multe au venit de la Guvern (de 10 ori), Comisia Electorală Centrală și de la Igor Dodon (de câte 8 ori). La fel, Renato Usatîi și alte surse mass-media au avut calitatea de surse de câte 6 ori, iar candidata Maia Sandu – de 5 ori. Andrei Năstase a fost citat o dată de **Realitatea.md**.



În același context, jumătate din sursele citate de **Realitatea.md** (42 din 84) au fost bărbați. Alte 7 surse (sau peste 8%) au constituit-o femeile, iar în 35 de cazuri (sau aproape 42%) genul nu a fost specificat. Prin urmare, materialele au fost dezechilibrate în favoarea bărbaților.



În perioada vizată de prezentul raport, candidatul Igor Dodon a fost în mai multe cazuri plasat în contexte mai degrabă defavorabile (de 20 de ori din 36 în care a fost protagonist), dar și de 3 ori în contexte care l-au favorizat indirect. Maia Sandu a apărut, pe lângă contextul neutru, de câte 4 ori în unul care mai degrabă au favorizat-o și respectiv defavorizat-o.

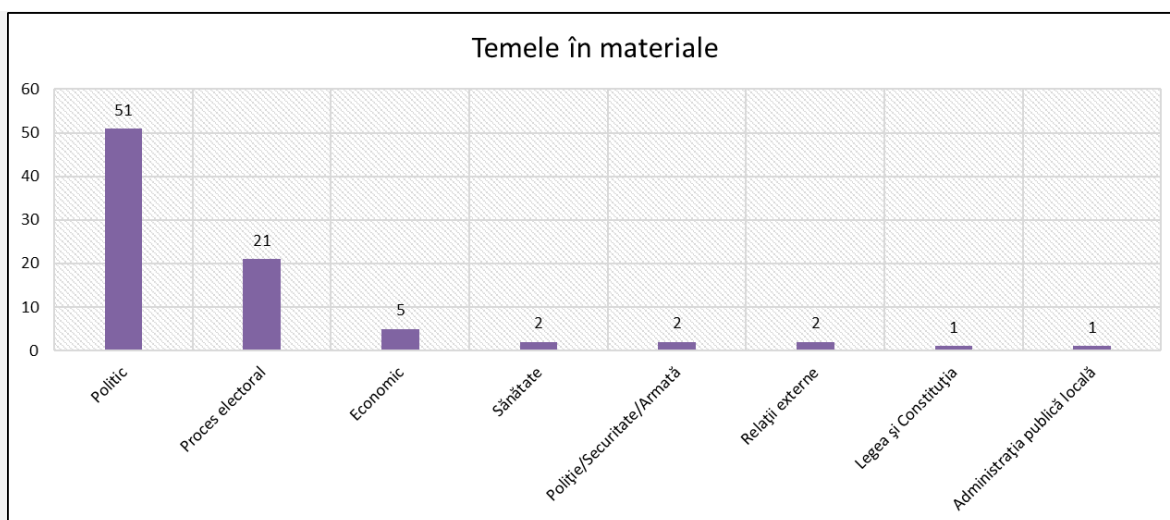




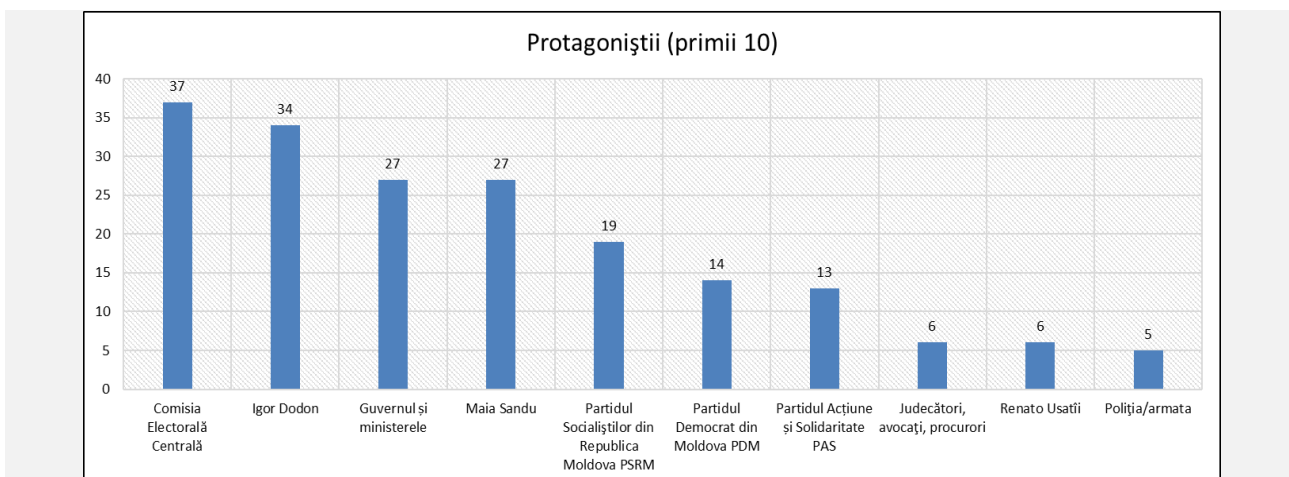
[Sputnik.md](https://sputnik.md)

Sputnik.md a publicat, în perioada 8-14 noiembrie 2020, 85 de materiale electorale, inclusiv 80 de știri, 4 materiale de opinie și un sondaj de tip Vox Populi. Dintre acestea, 4 materiale au fost însoțite de imagini video, iar 3 – de audio. Volumul total al materialelor relevante a constituit 184404 de semne (texte), 4632 de secunde sau peste o oră (pentru materialele video) și 577 de secunde sau aproape 10 minute (pentru audio).

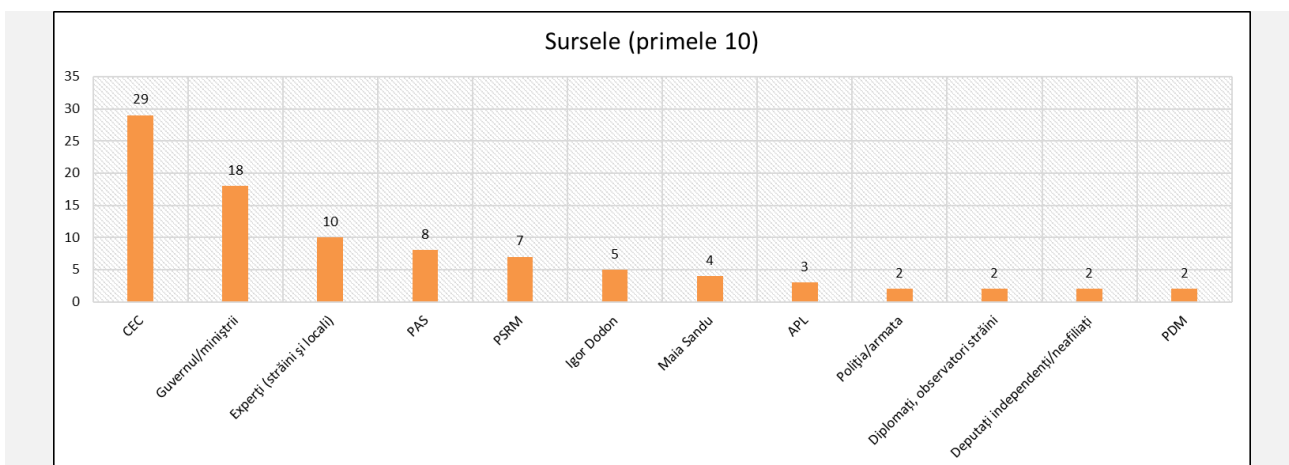
La fel ca și toate celelalte publicații online monitorizate **Sputnik.md** a vizat în materiale cel mai mult domeniul politic, inclusiv remanierile din Guvern, declarațiile candidatului și ale candidatei la prezidențiale, scandalul de la o editură unde se tipăreau materiale electorale ale concurentului electoral Igor Dodon, anularea dezbaterilor dintre candidată și candidat, binecuvântarea de către Patriarhul Kirill a candidatului Igor Dodon etc. Altă serie de materiale s-a referit la deciziile și declarațiile CEC privind alegerile, votul în anumite locații din străinătate, regulile pentru alegătorii și alegătoarele cu simptome de Covid-19 etc. Mult mai rar pe **Sputnik.md** au putut fi citite articole despre economie, sănătate, relații externe sau securitate în context electoral.



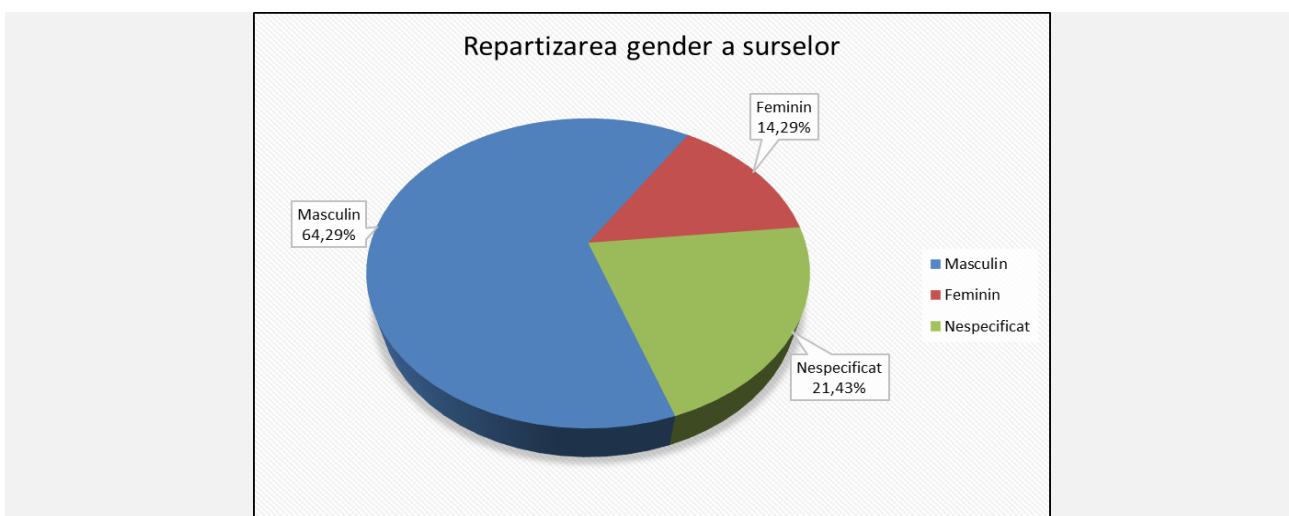
Sputnik.md a vizat 25 de categorii de protagoniști/protagoniste ai/ale materialelor publicate în perioada de referință. Cel mai des în această postură au apărut reprezentanții/reprezentantele CEC (de 37 de ori), urmași/urmate de Igor Dodon (de 34 de ori), Maia Sandu și reprezentanții/reprezentantele Guvernului, care au fost protagoniste/protagoniști de câte 27 de ori. Destul de des au fost protagoniști/protagoniste reprezentanții/reprezentantele partidelor politice PSRM (de 19 ori), PDM (de 14 ori) și PAS (de 13 ori). Dintre ceilalți candidați și o candidată din primul tur, Renato Usatfi a apărut în calitate de protagonist în 6 materiale publicate de **Sputnik.md** în perioada de raport.



În același timp, 18 categorii de surse diferite au fost citate de **Sputnik.md**, cel mai des acestea provenind de la CEC (de 29 de ori), Guvern (de 18 ori) și experți/experte (de 10 ori). Totodată, candidatul Igor Dodon a fost citat de 5 ori în perioada de referință, iar candidata Maia Sandu – de 4 ori. Renato Usatii apare și el în calitate de sursă o dată.

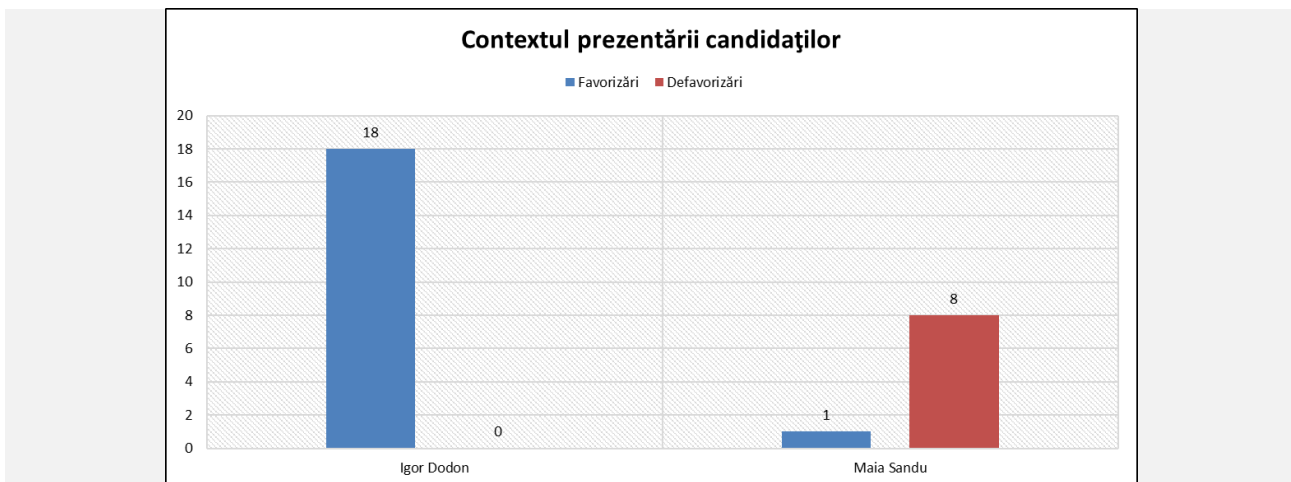


Din cele 98 de surse citate de **Sputnik.md**, 63 sau peste 64% au fost bărbați, 14 sau circa 14% au fost femei, iar în 21 de cazuri sau peste 21% genul surselor nu a fost specificat. Astfel, și în acest caz materialele publicate au fost dezechilibrate din punct de vedere al reprezentării genurilor.



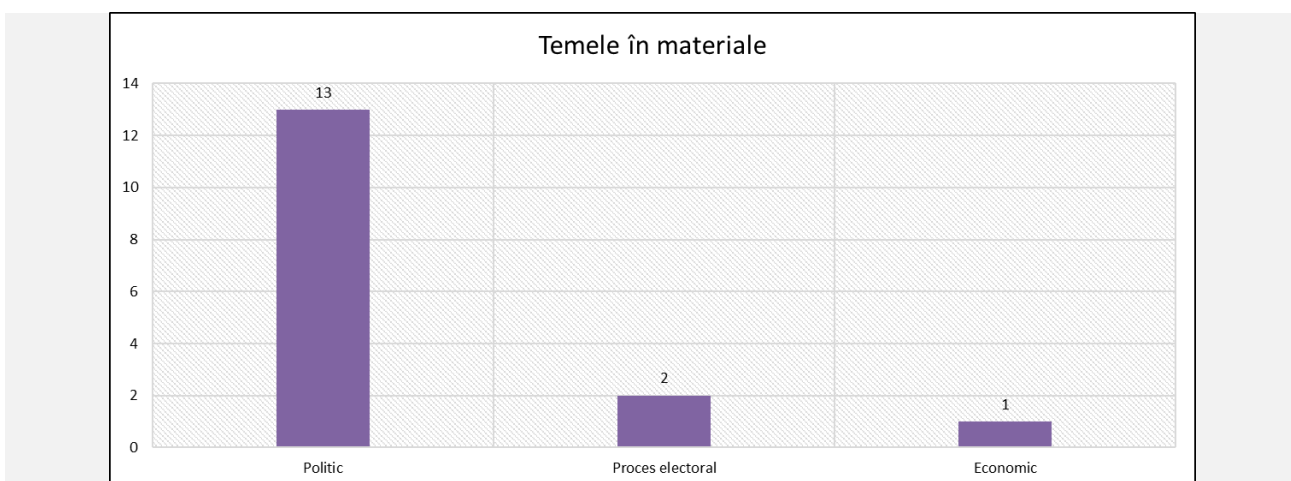
În perioada 8 – 14 noiembrie 2020, candidatul Igor Dodon a fost plasat în contexte pozitive, care mai degrabă l-au favorizat în materialele **Sputnik.md** în mai mult de jumătate din cazurile în care

a apărut ca protagonist (18 din 34), iar candidata Maia Sandu a beneficiat de o apariție mai curând favorizantă și de 8 cazuri în care contextul mediatic a defavorizat-o.



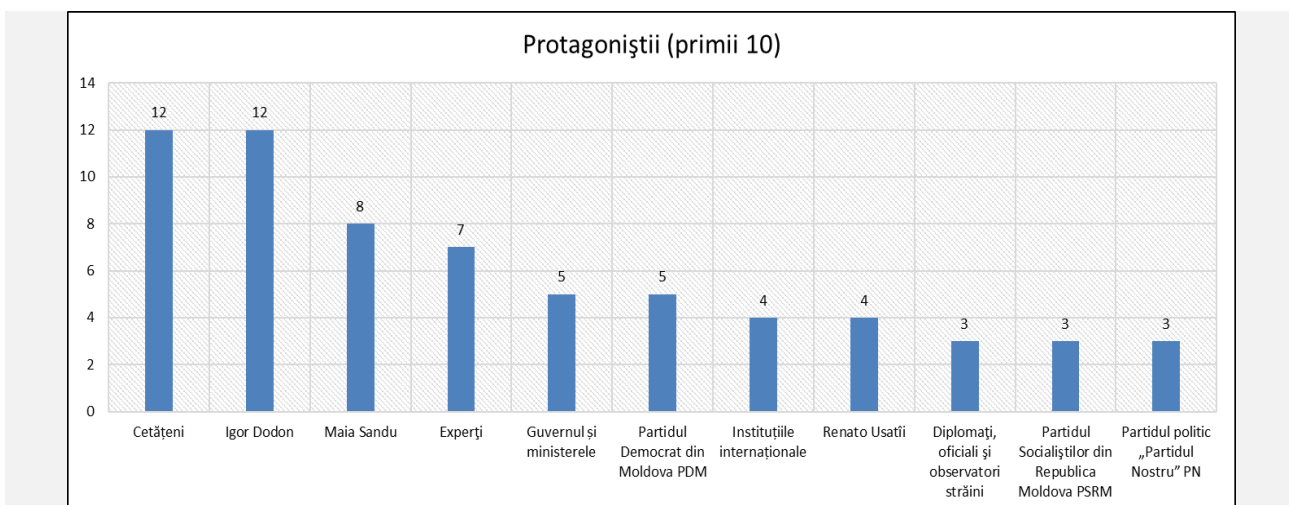
Timpul.md a acordat, în ultima săptămână a campaniei electorale, cea mai mică atenție subiectelor electorale, publicând 16 știri, două fiind însoțite de imagini video. Volumul total al materialelor relevante a constituit 48740 de semne (texte), și 1165 de secunde sau peste 19 minute de imagini video.

Tematica materialelor relevante s-a axat în majoritatea cazurilor pe domeniul politic, inclusiv pe remanierile din Guvern, anularea dezbaterilor electorale, anumite declarații sau acțiuni ale candidatului și ale candidatei care au acces în faza finală a competiției electorale. Alte două materiale au vizat procesul electoral în general, iar un material s-a referit la economie în context electoral.

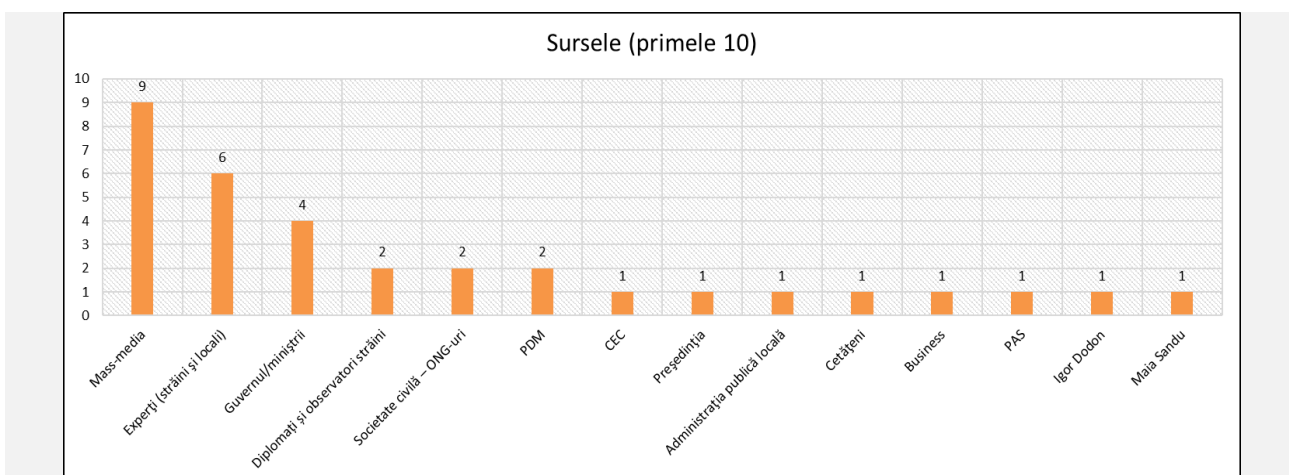


Cetățenii/cetățenele, dar și candidatul Igor Dodon au fost cel mai des protagoniștii/protagonistele materialelor publicate de **Timpul.md** (de câte 12 ori). De asemenea, printre cele 26 de categorii de protagoniști/protagoniste s-au regăsit Maia Sandu, cu 8 apariții, experți/experte, cu 7 astfel de apariții, sau reprezentanții/reprezentantele Guvernului și ai/ale PDM (de câte 5 ori). Dintre ceilalți candidați și o candidată care nu au acces în turul II, Renato Usatîi a fost de 4 ori

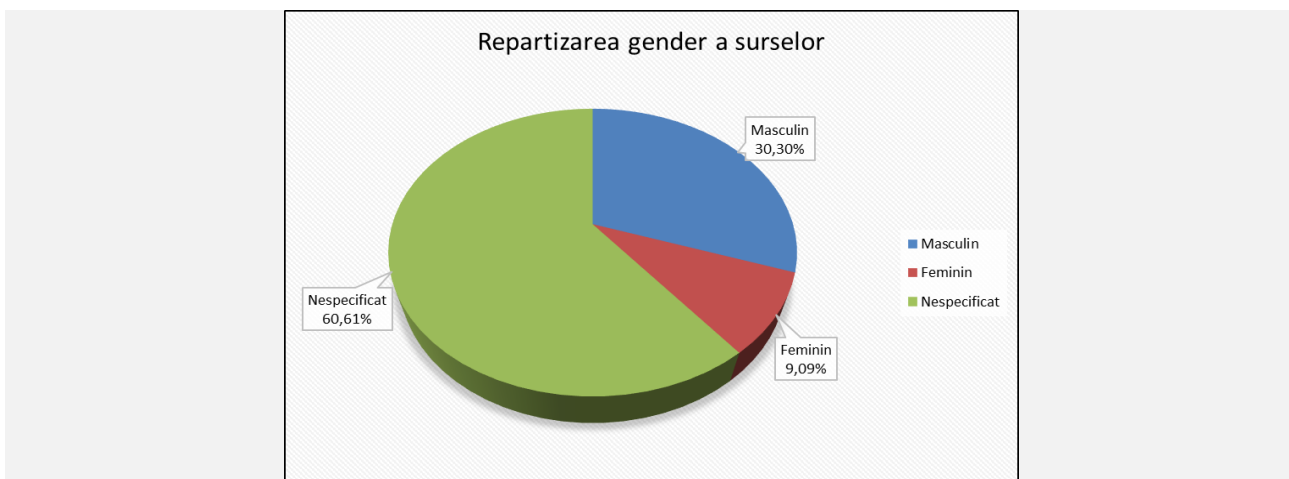
protagonistul materialelor publicate de **Timpul.md**, Violeta Ivanov – de două ori și Andrei Năstase – o dată.



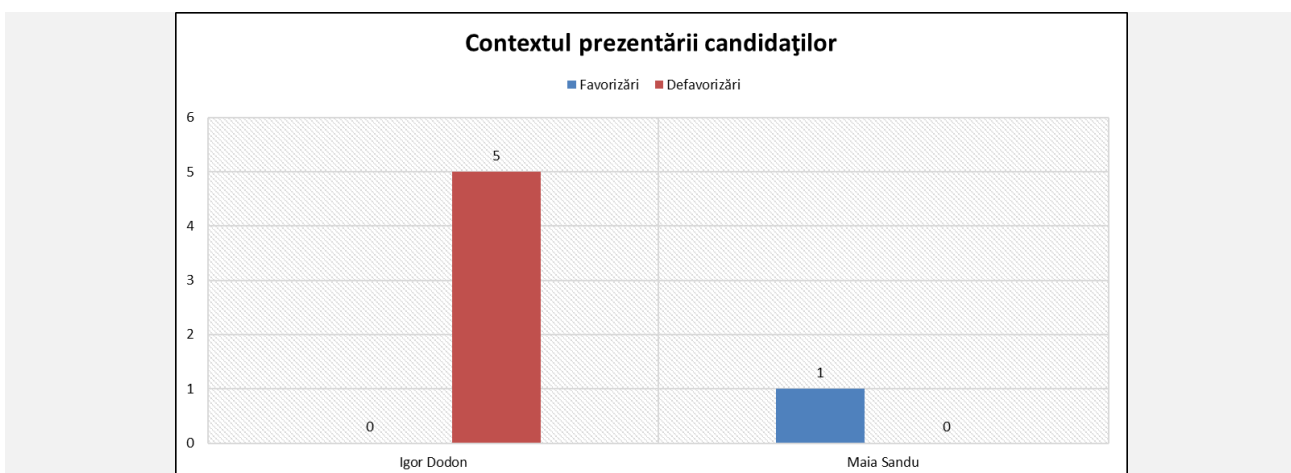
Cele 14 categorii de surse citate de **Timpul.md** s-au împărțit între alte surse mass-media (în 9 cazuri), experți/experte, citați/citate de 6 ori, și reprezentanții/reprezentantele Guvernului (de 4 ori). De asemenea, candidata Maia Sandu și candidatul Igor Dodon au fost citați câte o dată de **Timpul.md** în perioada de referință.



Din totalul de 33 de surse citate, 10 sau peste 30% au fost bărbați, iar 3 sau circa 9% au fost femei. Alte 20 de surse (sau aproape 61%) nu au putut fi identificate sub aspectul genului. Chiar și așa, dezechilibrul de gen în favoarea bărbaților a fost constatat și în cazul **Timpul.md**.



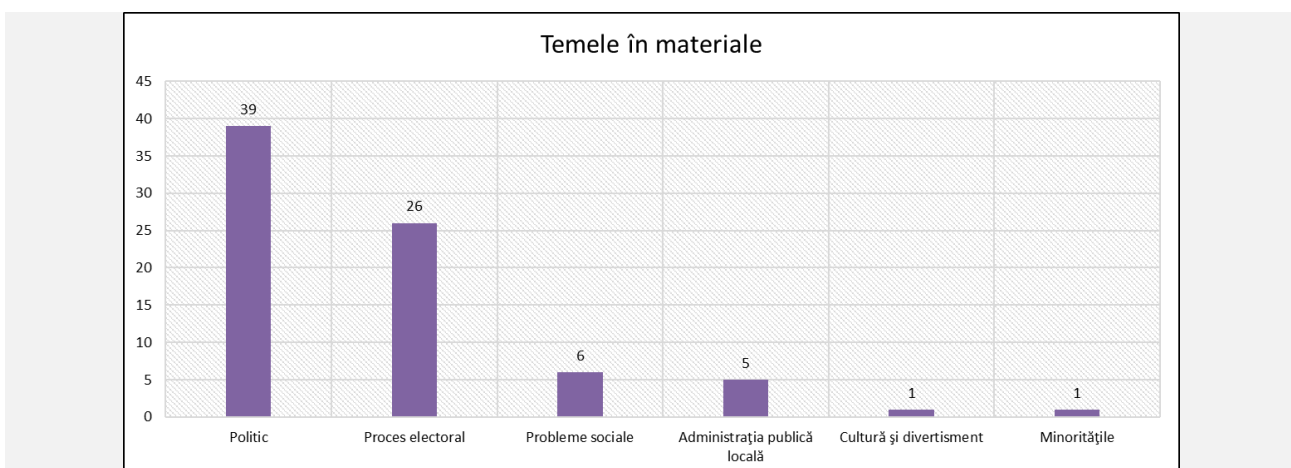
În perioada vizată de prezenta monitorizare, candidata Maia Sandu a fost plasată în materialele **Timpul.md** o dată într-un context care mai curând a favorizat-o, iar candidatul Igor Dodon – de 5 ori într-o postură mai degrabă defavorabilă.



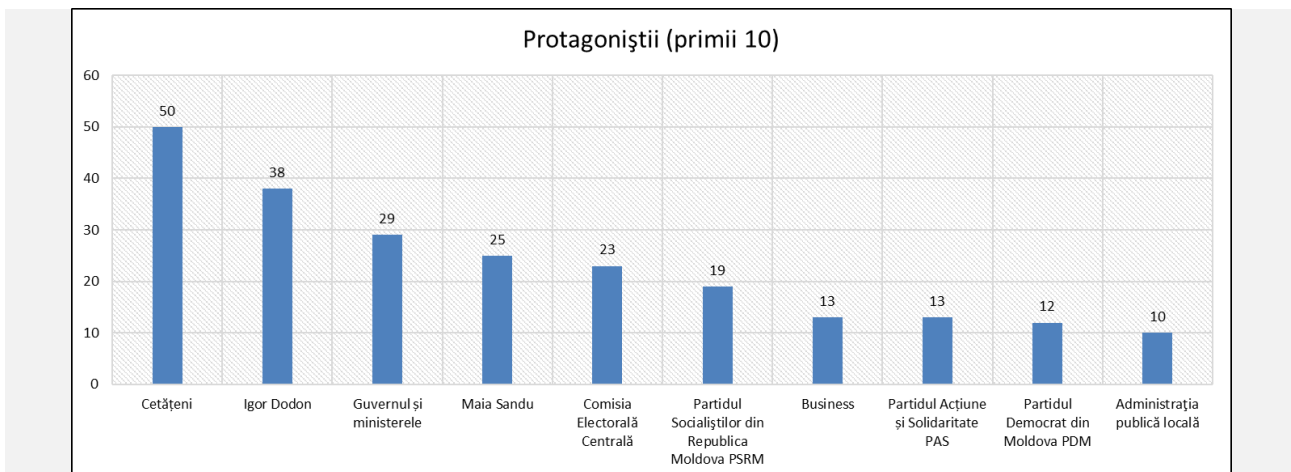
Unimedia.info

Unimedia.info a publicat în perioada monitorizată 78 de materiale relevante, inclusiv 77 de știri și un comentariu. Dintre acestea, 25 au fost însoțite de imagini video. Volumul total al materialelor relevante a constituit 131509 semne (pentru texte), și 44923 de secunde sau peste 12 ore (pentru materialele video).

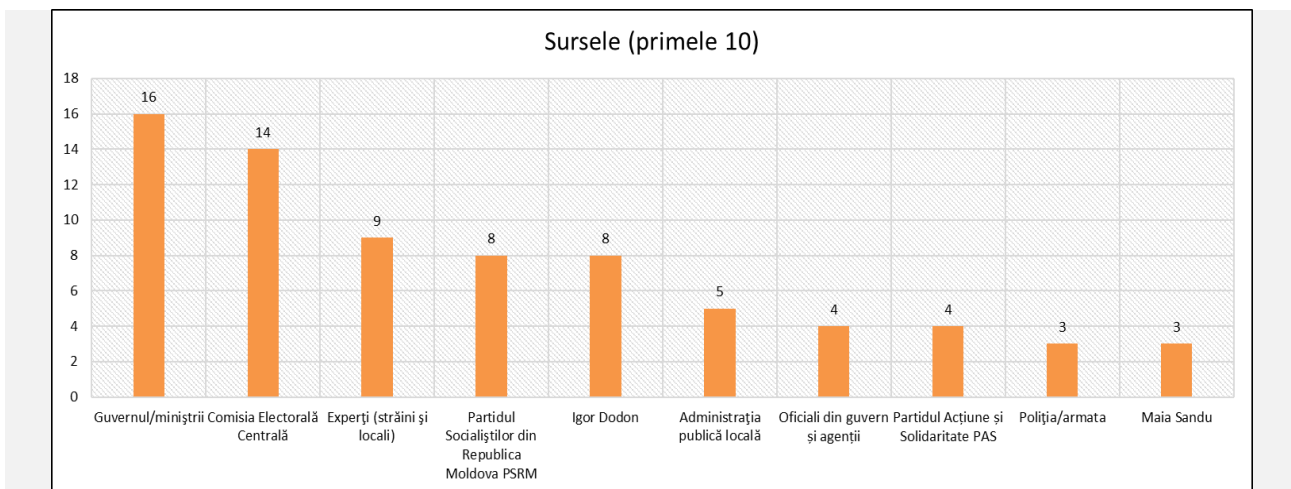
Unimedia.info a mediatizat în special subiectele din domeniul politic, acordându-i o atenție mai mare candidatului Igor Dodon, prin publicarea știrilor despre activitățile și declarațiile acestuia, transmiterea în direct a conferințelor PSRM, mediatizarea marșurilor în susținerea lui Igor Dodon, a emisiunii „Igor Dodon răspunde”, a ședințelor Guvernului și ale Primăriei Chișinău, a prezentării raportului privind un an de activitate a primarului și a cabinetului de miniștri etc. De asemenea, declarațiile candidatului au fost scoase în evidență, chiar și cele agresive, iar în unele știri au fost omise părțile în care Igor Dodon a fost criticat. O atenție importantă a fost acordată și procesului electoral în general, iar sporadic au mai fost abordate teme legate de problemele sociale, activitatea administrației publice locale sau cultură.



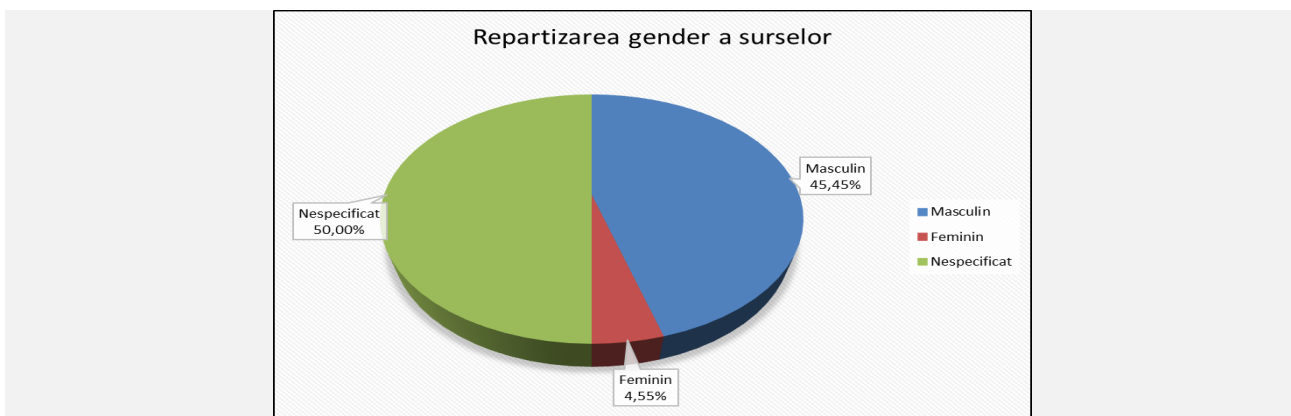
Printre cele 30 de categorii de protagoniști/protagoniste ai/ale materialelor publicate pe **Unimedia.info**, cel mai des au fost în această calitate cetățenii/cetățenele (de 50 de ori), urmați/urmate de Igor Dodon (de 38 de ori), de reprezentanții/reprezentantele Guvernului (de 29 de ori) sau de Maia Sandu, care a fost protagonistă în 25 de rânduri. De asemenea, dintre candidații/candidata din primul tur în această listă s-au mai regăsit Renato Usatîi (de 6 ori), Andrei Năstase (de 3 ori), și Violeta Ivanov (de două ori).



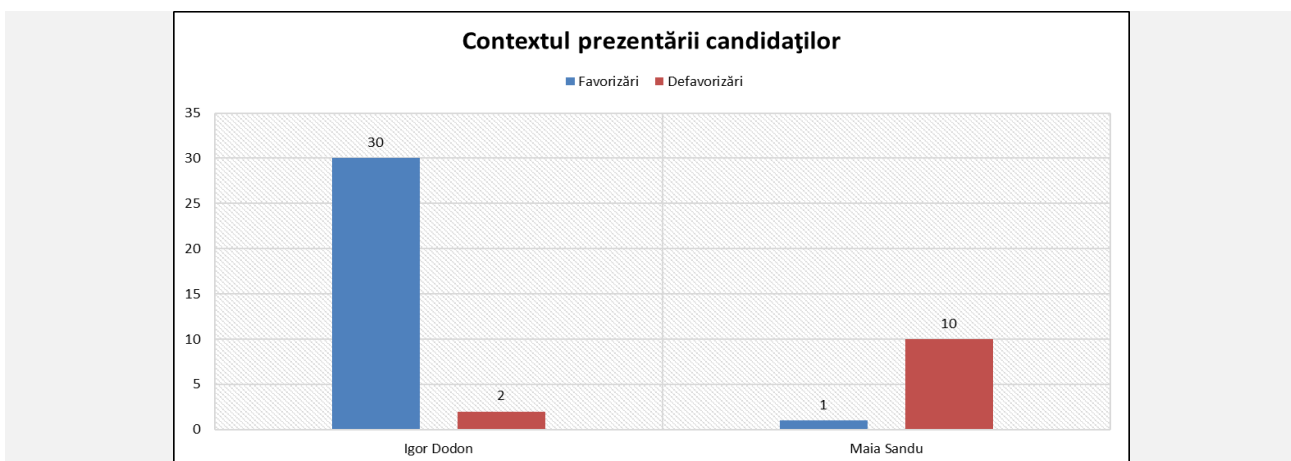
Dintre sursele citate, cel mai des printre cele 19 de categorii diferite s-a apelat la reprezentanții/reprezentantele Guvernului (de 16 ori), dar și la cei/cele ai/ale Comisiei Electorale Centrale (de 14 ori). Candidatul Igor Dodon, la rândul lui, a fost citat de 8 ori în calitate de sursă de informare pentru materialele **Unimedia.info**, iar candidata Maia Sandu – de 3 ori.



Unimedia.info a citat în total 88 de surse în perioada monitorizată. Dintre acestea, jumătate nu au fost specificate sub aspectul genului. Alte 40 de surse (sau peste 45%) au fost bărbați, iar 4 (sau peste 4%) au constituit-o femeile, dezechilibrul de gen fiind în favoarea bărbaților.

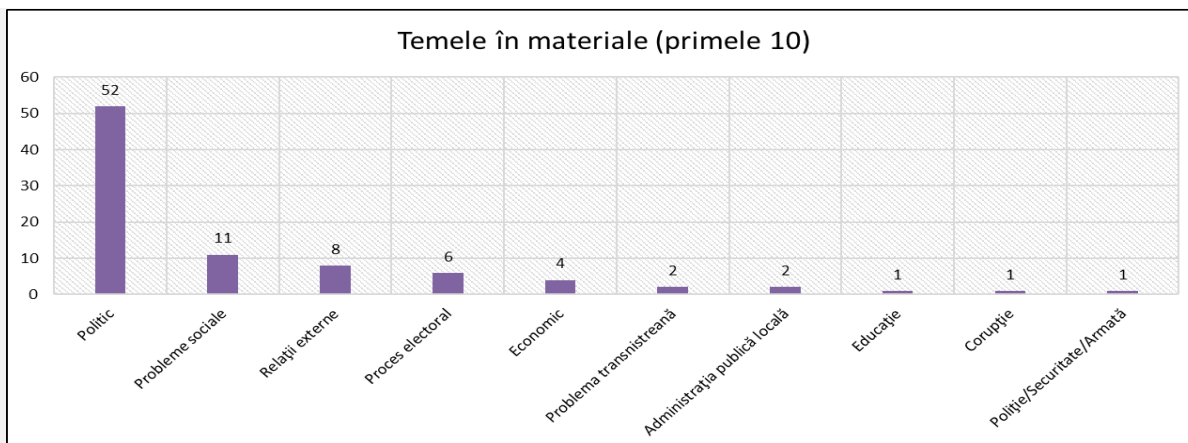


În perioada monitorizată, candidatul Igor Dodon a fost cel mai des plasat într-un context pozitiv, care mai degabă l-a favorizat, direct sau indirect (de 30 de ori din 38 în care a fost protagonsit), dar și de două ori contextul mai curând l-a defavorizat. Maia Sandu a beneficiat, pe lângă mediatizări neutre, și de 10 contextualizări mai degrabă negative, dar și de una care a favorizat-o.

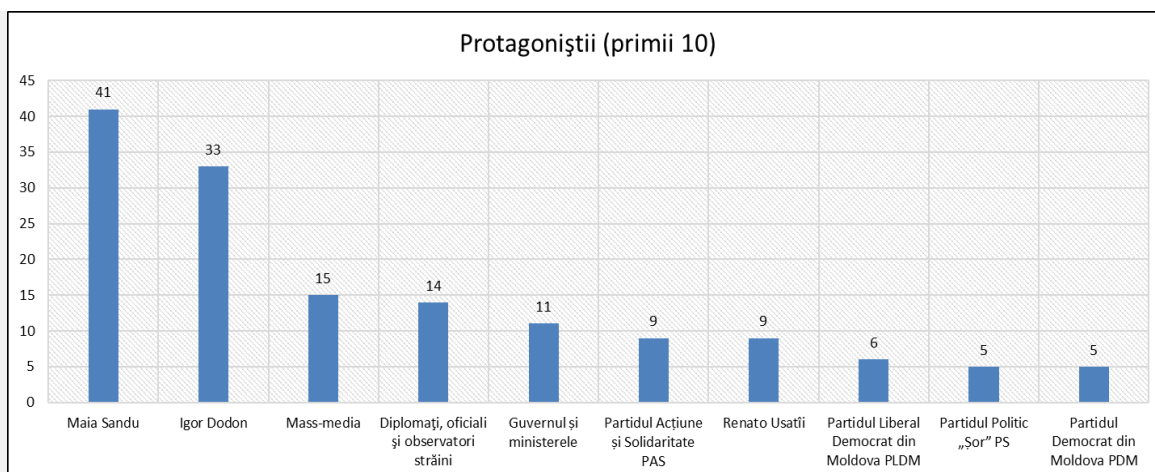


Vedomosti.md a publicat în perioada 8-14 noiembrie 2020, 88 de materiale relevante prezentei monitorizări, inclusiv 69 de știri și 19 comentarii, editoriale sau alte materiale de opinie, toate sub formă de text. Volumul total al materialelor a constituit 227698 de semne.

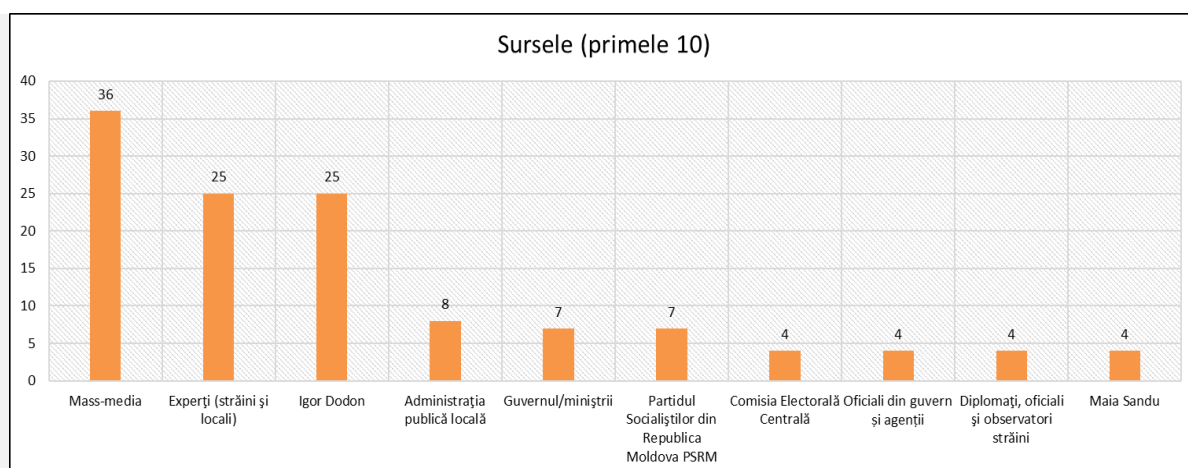
Domeniul politic a dominat agenda **Vedomosti.md** în perioada de referință, cu accent pe activitățile candidatului Igor Dodon, dar și pe comentarii, analize și opinii exprimate de diverși autori cu referire la ce ar urma să se întâmple în Republica Moldova dacă alegerile sunt câștigate de Maia Sandu. Retorica finanțării de către ONG-uri a candidatei, rusofobia, incompetența, mobilizarea organizată a diasporei pentru vot etc. a fost exploatată pe larg de publicație. **Vedomosti.md** a avut o politică editorială vădit în favoarea lui Igor Dodon, care a apărut în context pozitiv în multe știri de eveniment, dar și în comentarii ale autorilor din redacție, sau preluate din alte surse, în special de pe **Kp.md**. Mult mai rar materialele au vizat problemele sociale, relațiile externe, procesul electoral în general, economia sau educația în context electoral.



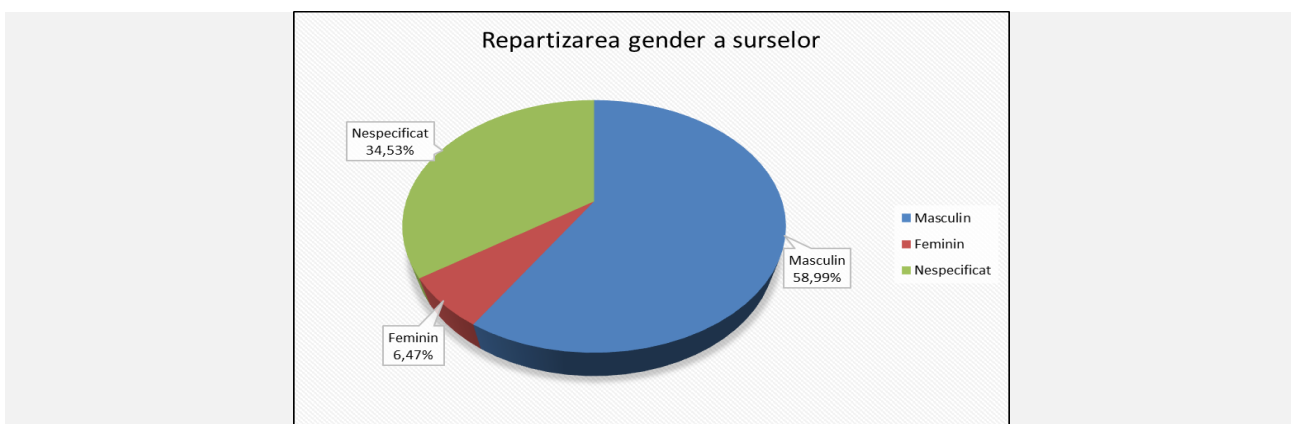
Vedomosti.md a vizat 23 de categorii diferite de protagoniști/protagoniste, inclusiv pe Maia Sandu (în 41 de cazuri) și pe Igor Dodon (de 31 de ori). La distanță semnificativă în această calitate au apărut alte surse mass-media (de 15 ori), diplomați/diplomate (de 14 ori) sau reprezentanți/reprezentante ai/ale Guvernului (de 11 ori). Dintre ceilalți candidați și o candidată care nu au acces în turul II, calitatea de protagonist/protagonistă au mai avut-o Renato Usatîi – de 9 ori, Andrei Năstase, Dorin Chirtoacă și Octavian Țicu – de câte 3 ori, Tudor Deliu – de 2 ori și Violeta Ivanov – o dată.



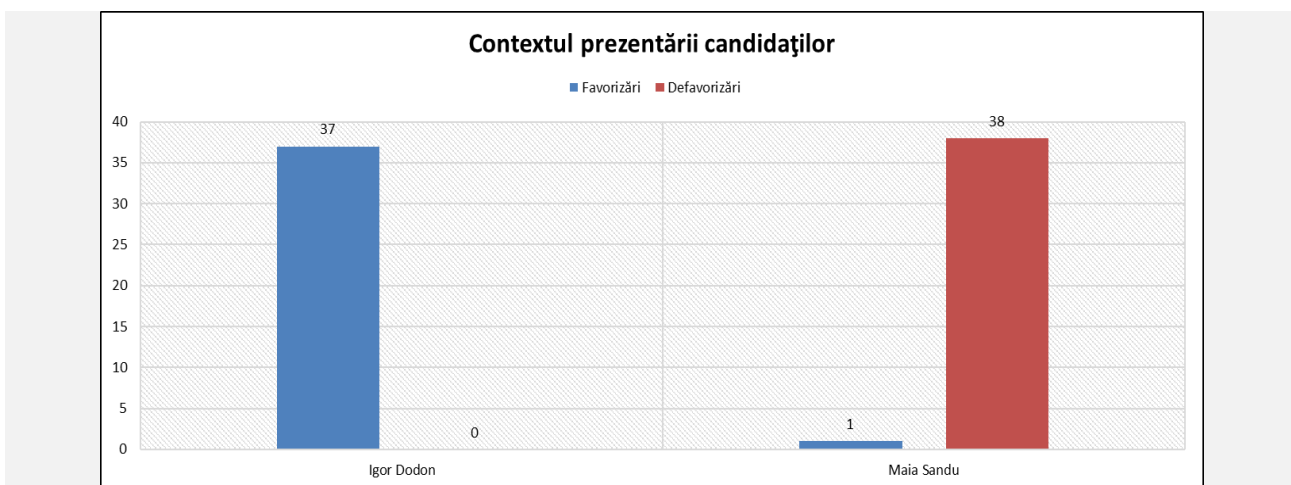
Din 21 de categorii de surse diferite, alte instituții mass-media au fost citate cel mai des de **Vedomosti.md** (în 36 de cazuri), urmate de Igor Dodon și experți/experte (în câte 25 de cazuri). Maia Sandu a fost citată de 4 ori în materialele **Vedomosti.md**, iar Renato Usatîi a apărut și el o dată în această calitate.



În perioada de raport, **Vedomosti.md** a citat în total 139 de surse, dintre care 82 (sau aproape 59%) au fost bărbați, și 9 (sau peste 6%) – femei. În alte 48 de cazuri (sau peste 34%), genul surselor nu a fost specificat, materialele fiind dezechilibrate din perspectiva de gen în defavoarea femeilor.



În perioada 8-14 noiembrie 2020, candidatul Igor Dodon a fost masiv și vădit favorizat de **Vedomosti.md**, atât în știri cât și în materialele de opinie. Acesta a apărut în context exclusiv pozitiv de 37 de ori, adică în toate cazurile în care a fost protagonist (33 de ori) și în alte 4 cazuri în care a fost favorizat indirect. Candidata Maia Sandu, pe de altă parte, a apărut în majoritatea cazurilor în care a fost protagonistă în context negativ, care a defavorizat-o (în 38 de cazuri din 41), și o dată într-o postură favorabilă.



2.3. Concluzii generale:

- În perioada 8 - 14 noiembrie 2020, cele 12 publicații online monitorizate au mediatizat campania electorală pentru alegerile prezidențiale preponderent prin intermediul știrilor, dar au fost publicate, mai rar, și comentarii, două sondaje de tip Vox Populi și un o dezbateri electorală.
- **Noi.md** a publicat cel mai mare număr de materiale relevante pentru contextul electoral, iar **Timpul.md** – cel mai mic număr.
- Toate cele 12 instituții monitorizate au abordat preponderent domeniul politic în context electoral, și la distanță sesizabilă – procesul electoral propriu-zis.
- Atât candidata și candidatul care au acces în turul II al alegerilor prezidențiale, cât și ceilalți 5 candidați și o candidată la funcția supremă în stat au apărut în calitate de protagoniști/protagoniste ai/ale materialelor electorale.

- Materialele publicate de toate cele 12 instituții media monitorizate au fost puternic dezechilibrate din punct de vedere al genului, în favoarea bărbaților.
- Igor Dodon a 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.