

Monitorizarea mass-media (presa online) în perioada și campania electorală pentru alegerile parlamentare anticipate din 11 iulie 2021

Raportul nr. 1
1 – 10 iunie 2021



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 online) în perioada electorală și în campania electorală pentru alegerile parlamentare anticipate din Republica Moldova din 11 iulie 2021.

1.2 Perioada de monitorizare: 1 iunie 2021 – 11 iulie 2021.

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 respondenții la sondajele de opinie credibile, 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), Gagauzinfo.md³ (limba rusă), Kp.md⁴ (limba rusă), Newsmaker.md⁵ (versiunea în limba rusă), Noi.md⁶ (versiunea în limba română), Realitatea.md⁷ (limba română), Sputnik.md⁸ (limba română), Timpul.md⁹ (limba română), Unimedia.info¹⁰ (limba română).

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.

1.7 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 de API și la monitorizarea instituțiilor mass-media în perioadele și campaniile electorale precedente.

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

⁴ Pagină electronică a ziarului „Комсомольская правда в Молдове”, editat - de „Комсомольская правда-Basarabia” SRL (administrator – **Serghei Ciuricov**), fondatorul firmei – Exclusiv Media SRL, compania deputatului PSRM **Corneliu Furculiță**

⁵ Fondat de SRL NEWS MAKER, fondator – **Vladimir Soloviov** (administratoare – **Olga Cenușa**)

⁶ Fondat de MLD Media SRL, companie cu șase acționari, inclusiv companii ale omului de afaceri **Vasile Chirtoca**, consilier PSRM în Consiliul Municipal Chișinău (administrator – **Constantin Burghiu**)

⁷ Fondat de SRL HB MEDIA, fondator – MMDT SRL (administrator – **Dumitru Țira**)

⁸ Filială a Agenției Internaționale de Presă și Radio Sputnik, fondată de compania de stat Rossiya Sevodnya din Federația Rusă (directoare Sputnik Moldova – **Marina Perekrestova**)

⁹ Fondat de Publicația Periodică „TIMPUL de dimineață” (administrator – **Silviu Tănase**)

¹⁰ Fondat de Miraza SRL (fondatoare și administratoare – **Olesea Banari**)

Metodologia prevede măsurarea și analiza tuturor materialelor jurnalistice și a publicității nemarcate care vizează direct sau indirect teme/subiecte politice și electorale, publicate de cele 10 portaluri informaționale. Monitorizarea are loc în baza unor indicatori *cantitativi* (inclusiv tipul, formatul, durata și tematica informațiilor, protagoniștii, sursele și genul surselor citate, frecvența apariției concurenților electorali) și *calitativi* (contextul favorabil, defavorabil sau neutru de prezentare a fiecărui concurent electoral; analiza de conținut a fiecărui articol: o știre care prezintă un concurent electoral în context 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 concurenți, și, cu toate acestea, să fie echidistantă și corectă din punct de vedere profesional).

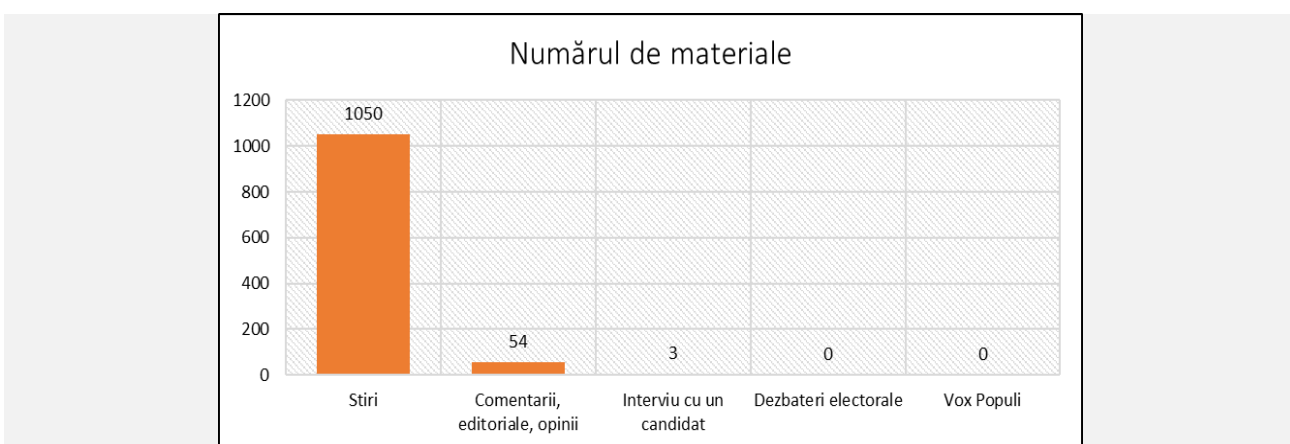
1.8. Lista partidelor și a acronimelor folosite în raport

1. Blocul electoral al comuniștilor și socialiștilor – BECS
2. Blocul electoral „Renato Usatîi” – BERU
3. Partidul Politic „Partidul Acțiune și Solidaritate” – PAS
4. Partidul Politic „Șor” - PPȘ
5. Partidul Politic „Platforma Demnitate și Adevăr” - PPDA
6. Partidul Democrat din Moldova - PDM
7. Partidul Politic „PARTIDUL SCHIMBĂRII” - PS
8. Partidul Politic Partidul Acasă Construim Europa „PACE” - PACE
9. Partidul Politic „Partidul Acțiunii Comune – Congresul Civic” - PACCC
10. Partidul Politic „Partidul Legii și Dreptății” - PLD
11. Mișcarea Profesiioniștilor „Speranța – Надежда” - MPSN
12. Partidul Politic Partidul Verde Ecologist - PVE
13. Partidul Politic ALIANȚA PENTRU UNIREA ROMÂNILOR - AUR
14. Partidul Politic „Partidul Unității Naționale” – PUN
15. Partidul Regiunilor din Moldova – PRM
16. Partidul Politic Partidul Oamenilor Muncii – POM
17. Partidul Politic Noua Opțiune istorică – NOI/PAȘ
18. Partidul Politic „NOI”
19. Partidul „Patrioții Moldovei” – PPM
20. Partidul Politic „Democrația Acasă” – PDA
21. Partidul Politic „Puterea Oamenilor” – PPO
22. Partidul Politic „Partidul Dezvoltării și Consolidării Moldovei” – PDCM
23. Candidat independent - CI
24. Partidul Liberal Democrat din Moldova – PLDM
25. Partidul Politic „Partidul Socialiștilor din Republica Moldova” – PSRM
26. Partidul Politic „Partidul Comuniștilor din Republica Moldova” - PCRM

II. ANALIZA DATELOR

2.1 Tendințe generale

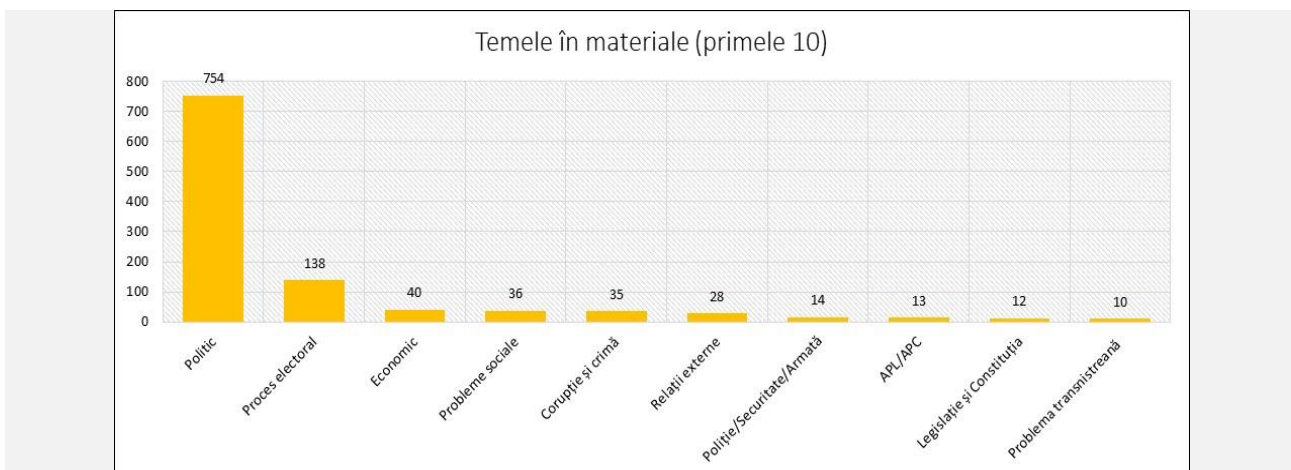
În perioada 1 – 10 iunie 2021, cele 10 instituții media online monitorizate au publicat, împreună, 1107 materiale ce s-au referit direct sau indirect la perioada și campania electorală pentru alegerile parlamentare anticipate din 11 iulie 2021. Cele mai multe produse jurnalistice, 1050, sau aproape 95% au constituit-o știrile despre concurenții înscriși în cursa electorală, sau care au depus dosarele la CEC, despre lansările în campania electorală ale concurenților înregistrați, despre activitatea autorității electorale, dar și despre declarații, acuzații, replici, evenimente cu un caracter politic și/sau electoral al celor vizați. Alte 54 de materiale (sau 4,9%) au fost publicate sub formă de comentarii, editoriale sau articole de opinie. De asemenea, în perioada monitorizată au fost publicate și 3 interviuri cu reprezentanți ai concurenților electorali.



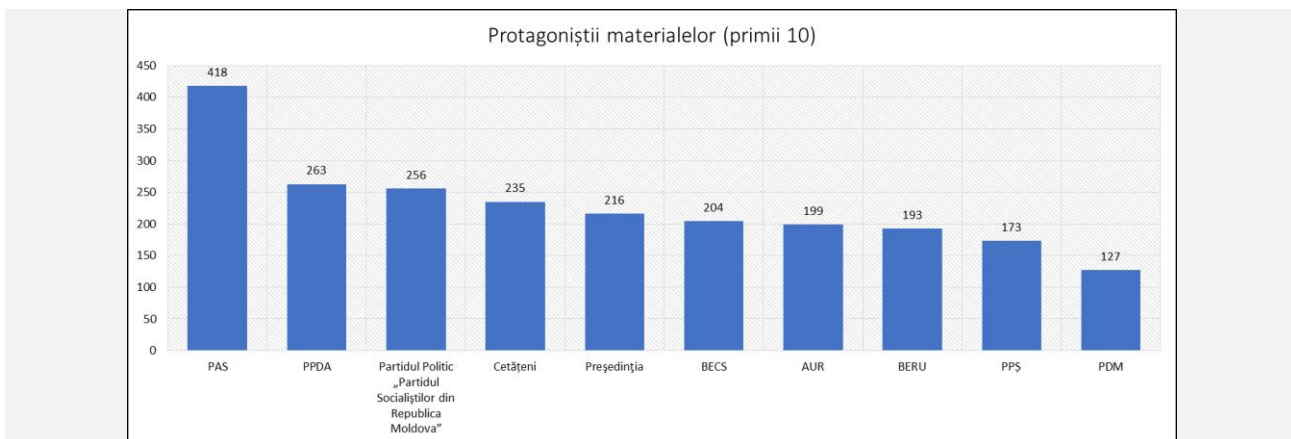
Cele mai multe produse media cu un caracter electoral direct sau indirect au fost publicate de **Noi.md** și **Timpul.md** (câte 188 de materiale fiecare), iar **Gagauzinfo.md** a avut cele mai puține materiale relevante în acest sens (12). În același timp, **Realitatea.md** a avut 150 de materiale relevante, **Unimedia.info** – 135, **Newsmaker.md** – 118, **Actualitati.md** – 103, **Agora.md** - 88, **Sputnik.md** – 77, și **Kp.md** – 48. Totodată, **Noi.md** a publicat cele mai multe știri cu un caracter electoral (186), iar **Timpul.md** – cele mai multe comentarii (38).

Cea mai mare parte a materialelor a constituit-o textul (1106 cazuri). Totuși, 168 de materiale au fost însoțite de imagini video (74 de materiale), iar în 11 cazuri textul a fost susținut de înregistrări audio. Astfel, volumul materialelor monitorizate, cuantificat în semne (text) și secunde (video și audio), a constituit în perioada 1-10 iunie 2021, 2377908 semne, 390698 de secunde, sau peste 108 ore pentru imaginile video, și 1948 de secunde, sau peste 32 de minute pentru materialele în format audio.

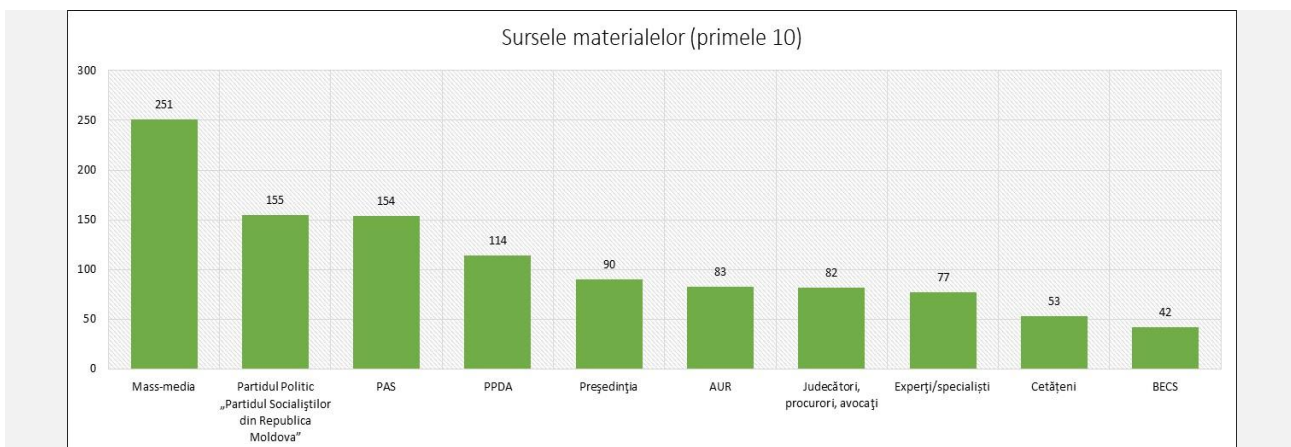
Cel mai des, cele 10 instituții media online supuse monitorizării au abordat teme ce au vizat domeniul politic (754 de materiale), în context electoral, și de peste cinci ori mai puțin s-au referit la procesul electoral în general (138 de materiale). Mult mai puțin au fost abordate problemele economice, sociale, corupția, relațiile externe, problemele legate de securitate, activitatea administrației publice locale și centrale, legislația sau problema transnistreană în context electoral.



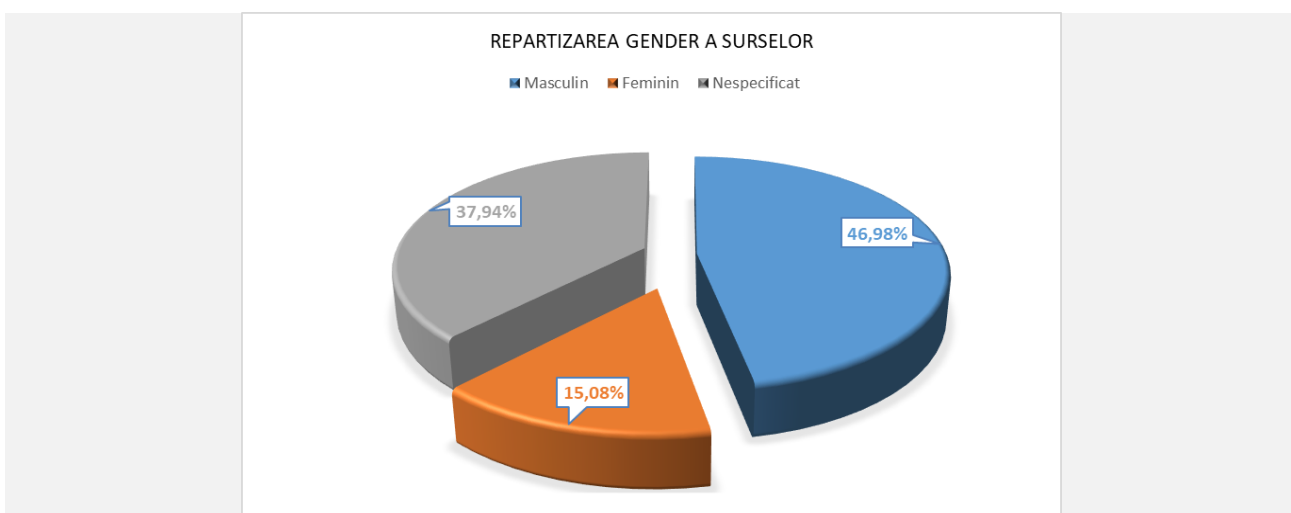
În total, cele 10 publicații online au vizat 58 de categorii de protagoniști/protagoniste, inclusiv 17 partide și blocuri electorale înregistrate în cursa pentru alegerile parlamentare anticipate, dar și 5 potențiali concurenți care au depus dosarele pentru a fi înregistrați de CEC. Astfel, cele mai multe apariții în calitate de protagoniști/protagoniste le-au avut reprezentanții/representantele Partidului Acțiune și Solidaritate (PAS) – de 418 ori, urmați/urmate de cei/cele ai/ale Partidului Politic „Platforma Demnitate și Adevăr” (PPDA), cu 263 de apariții, și de cei/cele ai/ale Partidului Politic „Partidul Socialiștilor din Republica Moldova” (PSRM), cu 256 de apariții. În primele 10 categorii au mai intrat cetățenii/cetățenele, vizați/vizate de 235 de ori, reprezentanții/representantele Președinției (de 216 ori), cei/cele ai/ale Blocului Electoral al Comuniștilor și Socialiștilor (BECS), vizați/vizate în 204 cazuri, cei/cele ai/ale Partidului politic „Alianța pentru Unirea Românilor” (AUR) – în 199 de cazuri, dar și reprezentanții/representantele Blocului electoral „Renato Usatîi” (BERU) – de 193 de ori, ai/ale Partidului Politic „Șor” (PPȘ) – de 173 de ori, precum și cei/cele ai/ale Partidului Democrat din Moldova (PDM), vizați/vizate în 127 de materiale.



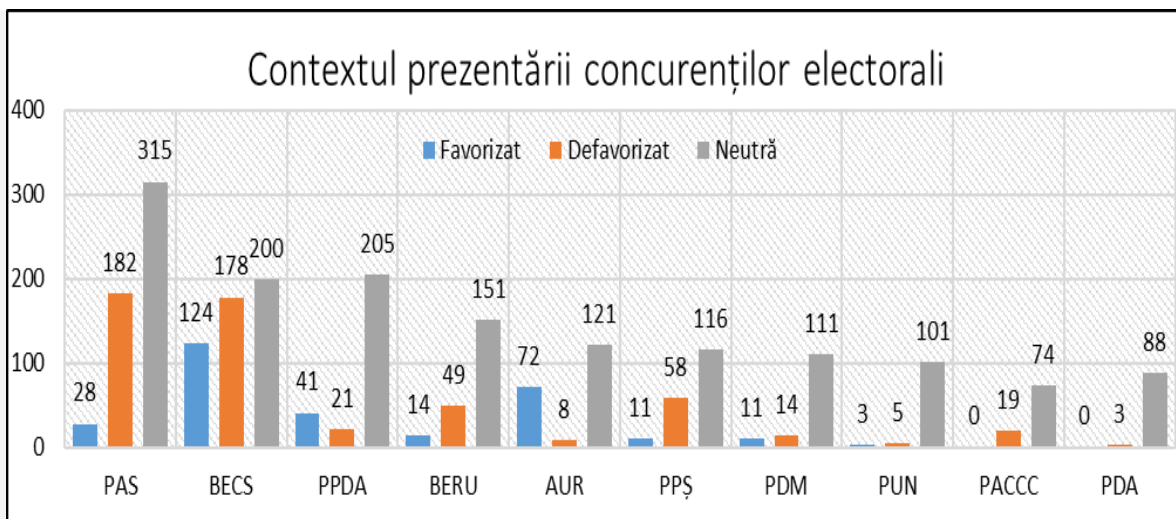
De asemenea, în perioada monitorizată, în materialele publicate de cele 10 instituții media online au fost citate 40 de categorii diferite de surse, inclusiv 17 concurenți electorali înregistrați în cursă, și unul potențial, cel mai des jurnaliștii/jurnalistele făcând referire la alte surse media (de 251 de ori). Podiumul este completat în proporții aproape identice de către reprezentanții/representantele PSRM și cei/cele ai/ale PAS, fiind citați/citate de 155, respectiv 154 de ori. Alte surse au mai provenit de la PPDA (de 114 ori), Președinție (de 90 de ori), AUR (de 83 de ori), din zona sistemului de justiție (de 82 de ori), de la experți/experte (de 77 de ori), cetățeni/cetățene (de 53 de ori), sau de la BECS (de 42 de ori).



La fel, cele 1426 de surse citate în total în perioada 1-10 iunie 2021, au fost dezechilibrate din perspectiva genului, bărbații fiind citați de 3 ori mai des decât femeile. Mai exact, din numărul total de surse, 670, sau aproape 47% au fost bărbați, 215, sau puțin peste 15% au fost femei, iar în 541 de cazuri, ceea ce reprezintă aproape 38%, genul sursei nu a fost specificat.



Concurenții electorali înregistrați sau care au depus dosarul pentru înregistrare în cursa pentru alegerile parlamentare anticipate au apărut în diferite contexte în perioada monitorizată, cel mai des abordarea fiind neutră. Totuși, PAS a fost defavorizat cel mai des (în 182 de cazuri), având și 28 de apariții în context mai curând favorabil, iar BECS a fost cel mai des favorizat (în 124 de cazuri), dar a apărut și în contexte negative de 178 de ori. Ceilalți concurenți au fost favorizați/defavorizați astfel: PPDA – 41/21 de cazuri, BERU – 14/49 de cazuri, AUR – 72/8 cazuri, PPS – 11/58 de cazuri, PDM – 11/14 cazuri, PUN – 3/5 cazuri, PACE – 4/7 cazuri, PDCM – 4/6 cazuri, PS – 1/1 cazuri, PACCC - 19 cazuri de defavorizare, PDA – 3 cazuri de defavorizare, MPSN – 2 cazuri de defavorizare, PLD – 9 cazuri de favorizare, NOI – 3 cazuri de defavorizare, PPO – 4 cazuri de favorizare, PVE – un caz de defavorizare, PRM – un caz de defavorizare, POM – două cazuri de defavorizare, NOI/PAȘ – o defavorizare. Singurul candidat care a apărut exclusiv în context neutru a fost Partidul „Patrioții Moldovei” (PPM), cu 15 astfel de mediatizări.



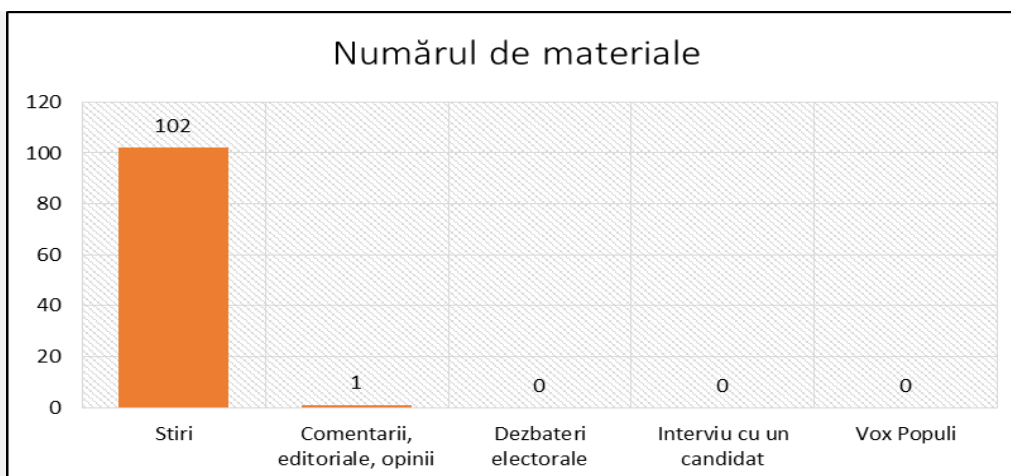
2.2 Comportamentul editorial al publicațiilor



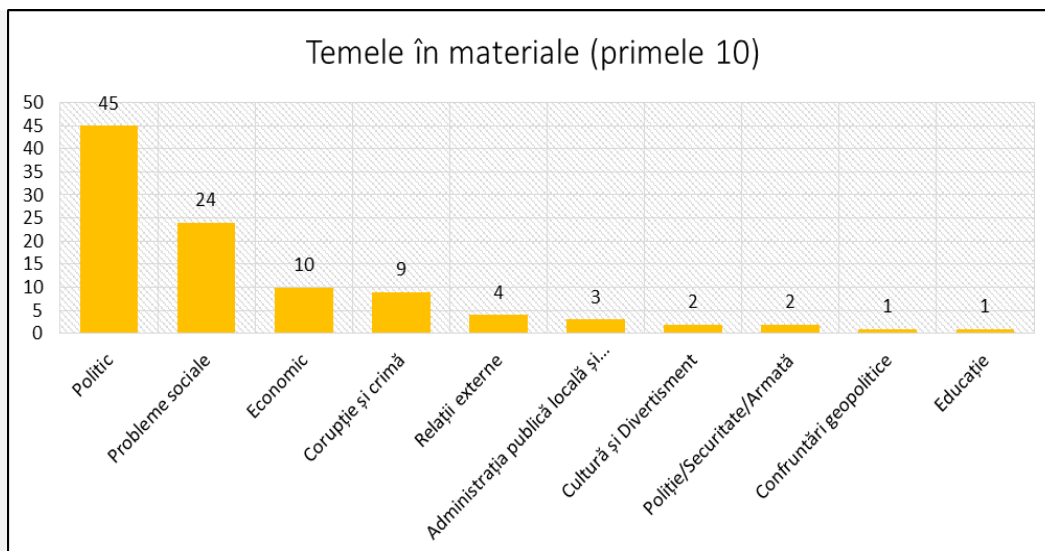
Actualitati.md

În perioada 1-10 iunie 2021, **Actualitati.md** a publicat 102 știri și un comentariu cu tematică electorală. În 12 cazuri textele au fost însoțite și de conținut video. Volumul total al materialelor relevante a constituit 128578 de semne pentru texte și 3112 secunde sau aproape 52 de minute pentru materialele video.

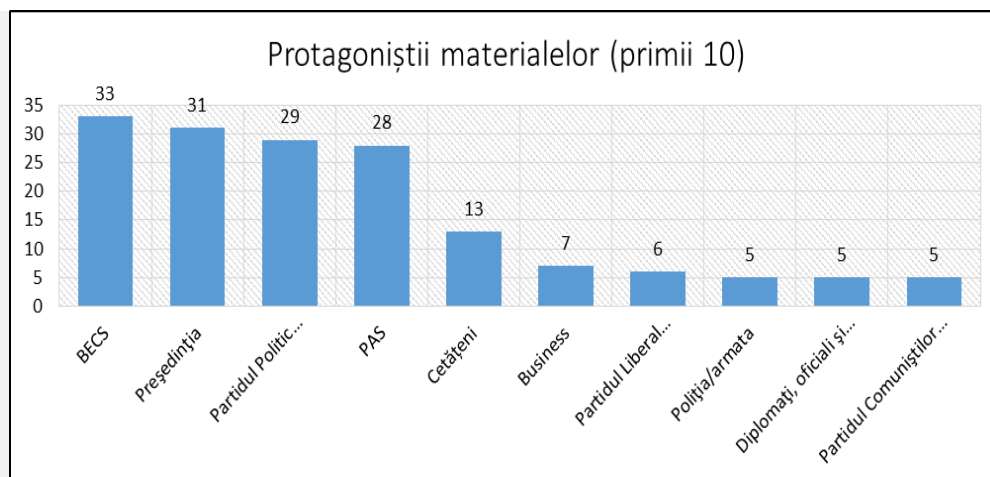
Conținutul materialelor publicate de **Actualitati.md** s-a referit masiv la activitatea politică/electorală a PSRM și BECS. Astfel, aproximativ 80% din conținutul editorial a reprezentat știri electorale care, fie au favorizat BECS, fiind preluate mesajele și postările liderilor Blocului, în mod special ale lui Igor Dodon, fie au conținut acuzații și critici la adresa președintei Maiei Sandu și/sau la adresa PAS. **Actualități.md** a preluat, de asemenea, materiale publicate de alte instituții de presă cu o politică editorială similară. Alți concurenți electorali au fost pomeniți foarte rar, PAS apărând cel mai des în context negativ, iar BECS – în context pozitiv.



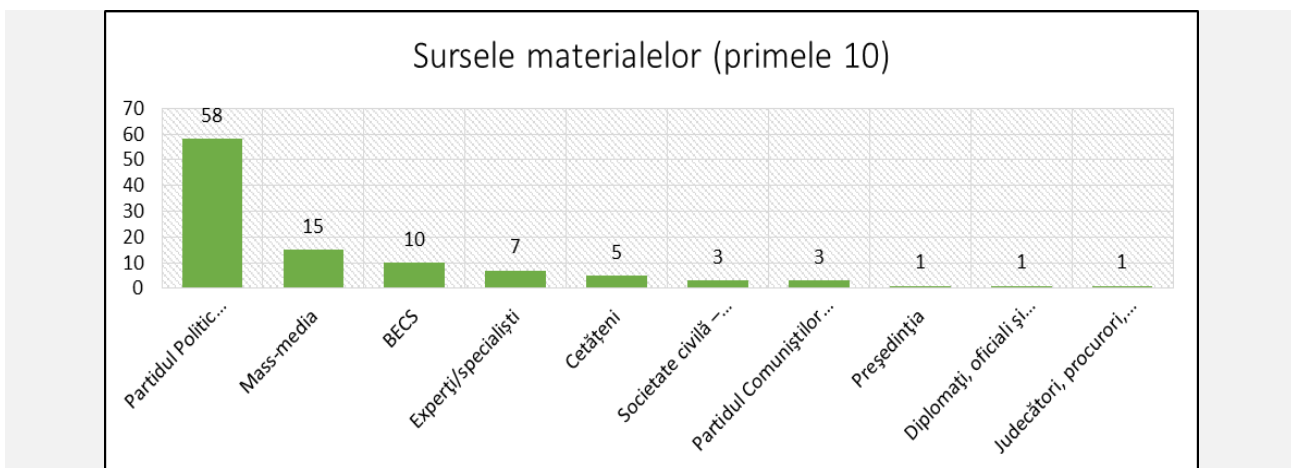
Cele mai multe materiale s-au referit la domeniul politic (45), de aproape de două ori mai puține - la probleme sociale (24), și de peste patru ori mai puține - la subiectele economice în context electoral (10). Și mai rar a scris **Actualitati.md** în această perioadă despre corupție și crimă (9 materiale), relații externe(4 materiale), administrația publică locală și centrală (3 materiale), dar și despre cultură și divertisment, poliție/securitate/armată (de câte două ori), sau despre confruntări geopolitice și educație (câte o dată).



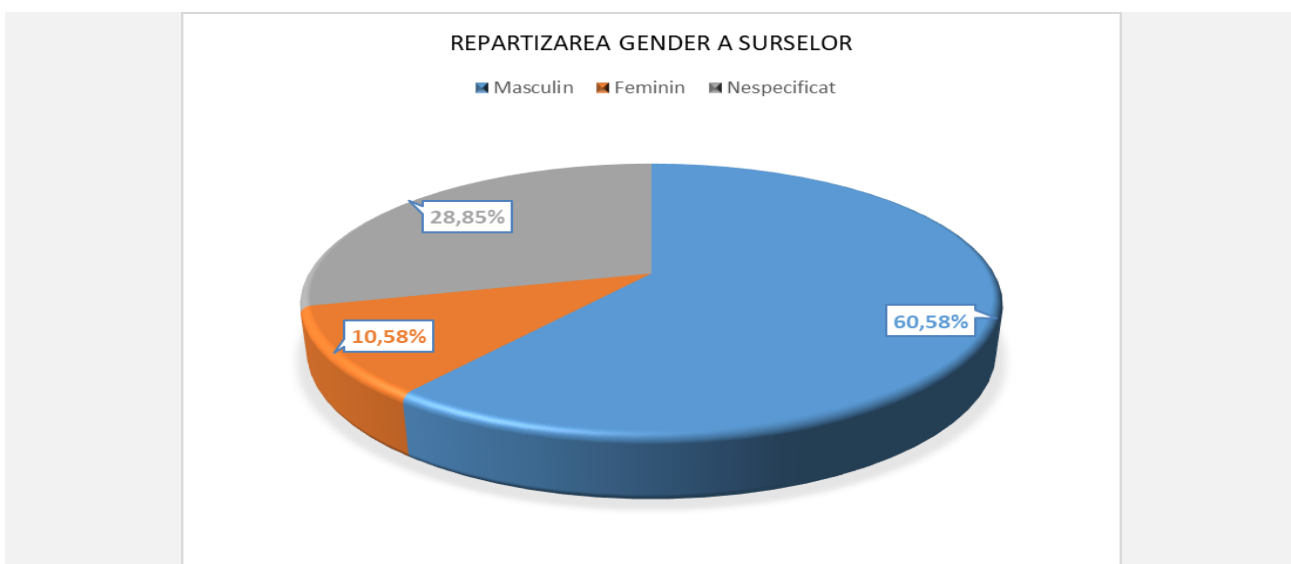
În perioada monitorizată, **Actualitati.md** a vizat 22 de categorii de protagoniști/protagoniste, inclusiv 9 concurenți electorali. Cel mai des în calitate de protagoniști/protagoniste au apărut reprezentanții/representantele BECS (de 33 de ori), reprezentanții/representantele Președinției (de 31 de ori), reprezentanții/representantele PSRM (de 29 de ori), dar și cei/cele ai/ale PAS (de 28 de ori). În primele zece categorii au mai intrat cetățenii/cetățenele, cu 13 apariții, reprezentanții/representantele lumii afacerilor, de 7 ori, reprezentanții/representantele PLDM, cu 6 apariții, dar și poliția/armata, diplomați/diplomate, și reprezentanți/representante ai/ale PCR, cu câte 5 apariții în calitate de protagoniști/protagoniste ale materialelor jurnalistice.



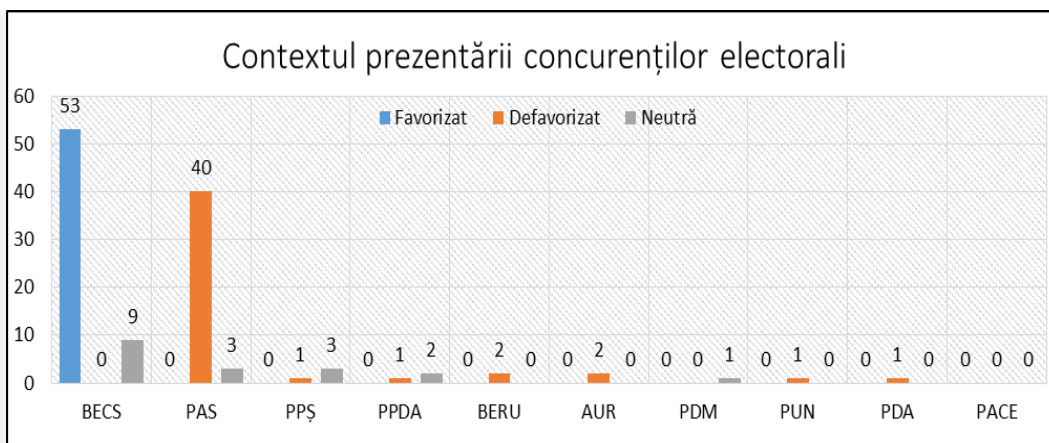
În același timp, **Actualitati.md** a citat 10 categorii de surse, inclusiv un concurent electoral (reprezentanții/representantele BECS, citați/citate de 10 ori). De cele mai multe ori, însă, au fost citați/citate reprezentanții/representantele PSRM (în 58 de cazuri), urmași/urmate de alte surse mass-media, citate de 15 ori. Au mai fost citați/citate: experți/experte – de 7 ori, cetățeni/cetățene – de 5 ori, reprezentanții/representantele societății civile, dar și cei/cele ale PSRM – de câte 3 ori, precum și reprezentanții/representantele Președinției, diplomați/diplomate și reprezentanți/representante ai/ale sistemului judecătoresc – câte o dată.



Cele 104 surse citate de **Actualitati.md** au fost disproporționate din perspectiva genului. Astfel, 63 dintre acestea, sau 60,58% au fost bărbați, 11, sau 10,58 – femei, iar în 30 de cazuri, sau în 28,85%, sexul sursei nu a fost specificat.

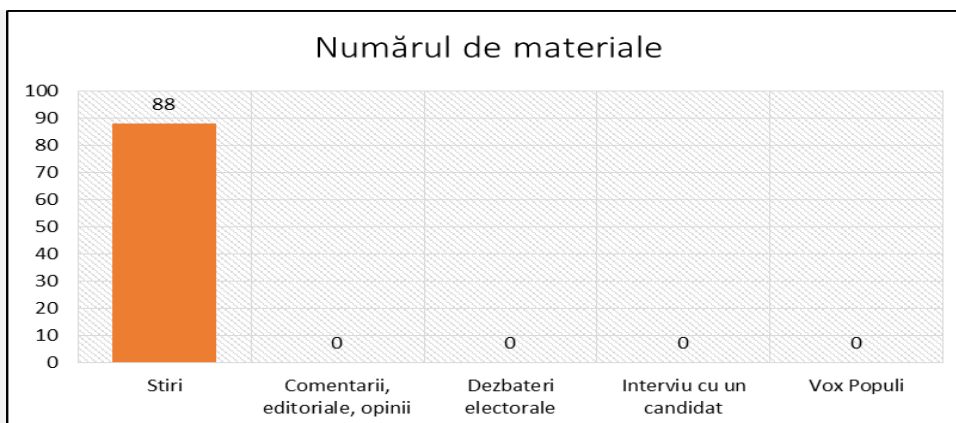


Cei 9 concurenți electorali au apărut în contexte diferite în materialele publicate de **Actualitati.md** în perioada 1-10 iunie 2021, BECS fiind singurul concurent favorizat masiv, deschis și evident (de 53 de ori sau aproape dublu față de numărul cazurilor când reprezentanții/reprezentantele blocului au fost protagoniști/protagoniste). Același concurent a mai fost tratat în manieră neutră de 9 ori, acest număr fiind tot cel mai mare dintre abordările neutre de care au beneficiat concurenții. La polul opus găsim concurentul electoral PAS, defavorizat în conținuturile jurnalistice de 40 de ori, tot el apărând și de 3 ori în context neutru. Alți concurenți au mai apărut sporadic în contexte negative (Blocul electoral „Renato Usatâi și Partidul Politic „Alianța pentru Unirea Românilor” – de câte două ori, Partidul Unității Naționale și Partidul Politic „Democrația Acasă” – câte o dată). La rândul său, Partidul Politic „Șor” a fost defavorizat o dată, iar de trei ori a apărut în context neutru, Partidul Politic „Platforma Demnitate și Adevăr” a apărut o dată în context favorabil și de două ori în context neutru, iar Partidul Democrat – o dată în context neutru.

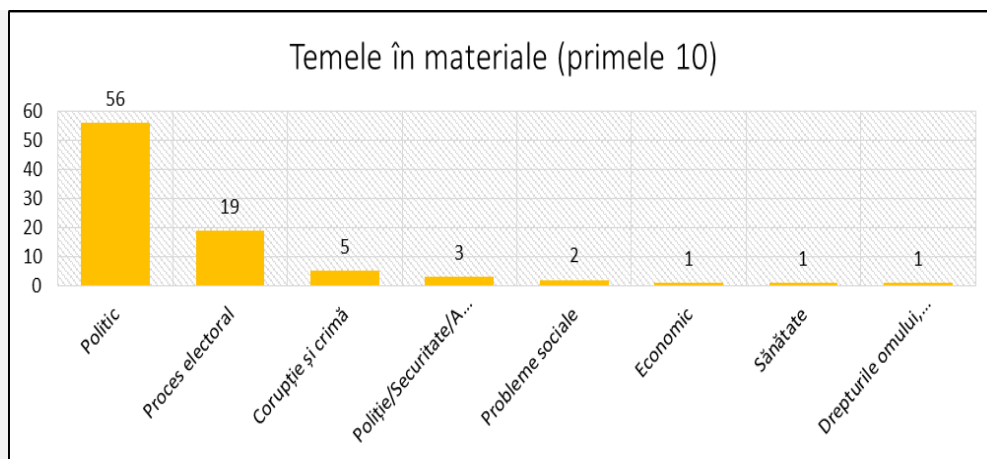


[Agora.md](https://www.agora.md)

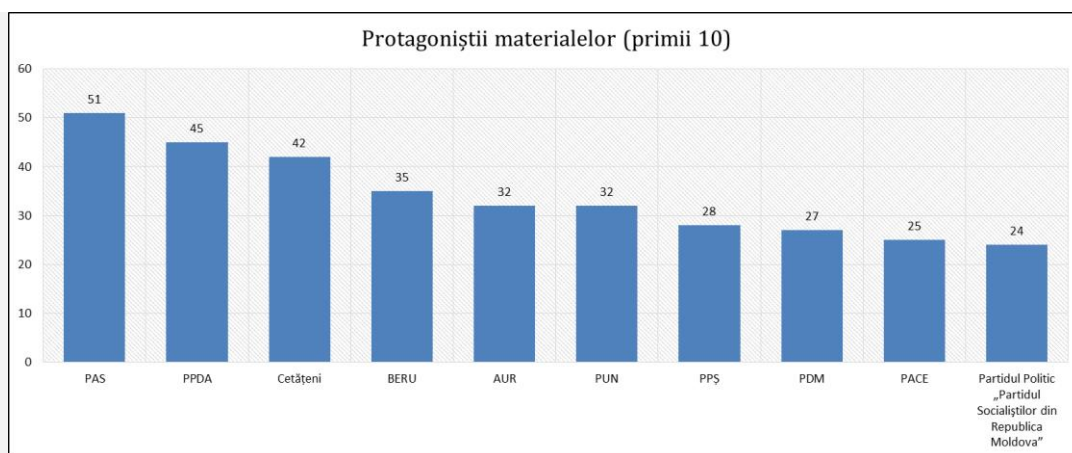
Între 1 și 10 iunie 2021 **Agora.md** a publicat 88 de știri cu un caracter electoral direct sau indirect. În 12 cazuri, textele știrilor au fost însoțite de imagini video, și într-un caz – de înregistrare audio. Volumul total al materialelor relevante a constituit 195689 de semne (pentru texte), 29859 de secunde sau circa 8 ore (pentru materialele video), și 214 secunde, sau aproape 4 minute (pentru audio).



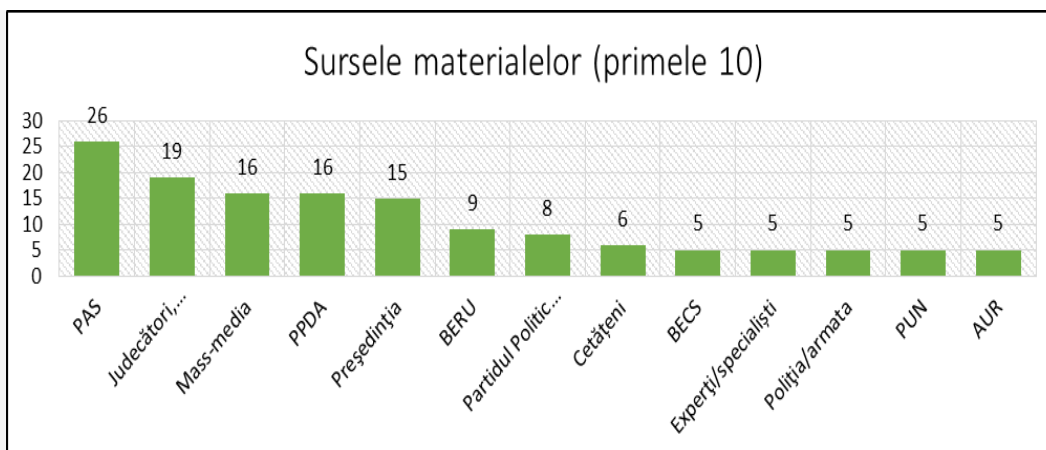
Agora.md a reflectat în știri în special domeniul politic, dar și procesul electoral, referindu-se la înregistrarea partidelor politice la CEC, lansarea în campania electorală a concurenților, votul în diaspora, protestele din fața autorității electorale și a Curții de Apel împotriva deciziei de a deschide același număr de secții de votare în străinătate ca și la alegerile prezidențiale din 2020, ș.a. Mai rar în materialele **Agora.md** au fost vizate corupția și crima, poliția/securitatea/armata, problemele sociale, economia, sănătatea sau drepturile omului în context electoral.



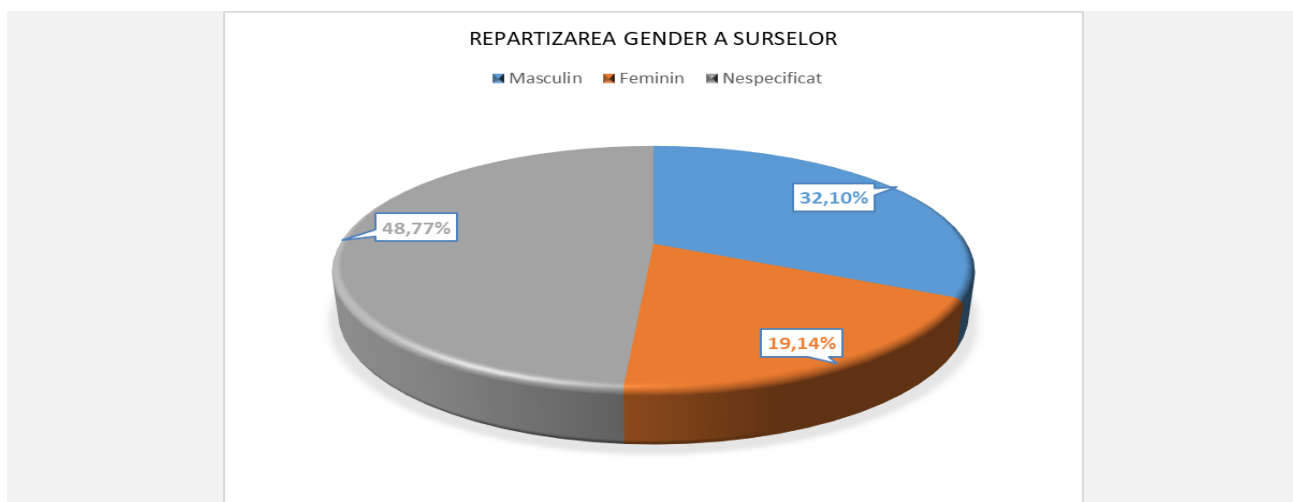
Agora.md a acoperit, în perioada monitorizată, 51 de tipuri de protagoniști/protagoniste ai/ale materialelor, inclusiv 21 de concurenți electorali înregistrați sau în curs de înregistrare în competiția electorală. Astfel, PAS a fost vizat cel mai des – de 51 de ori, urmat de PPDA – de 45 de ori, și de cetățeni/cetățene, cu 42 de apariții în calitate de protagoniști/protagoniste. Pe primele 10 poziții mai regăsim reprezentanții/reprezentantele BERU, cu 35 de apariții, pe cei/cele ai/ale AUR și PUN, cu câte 32 de apariții, pe cei/cele ai/ale PPȘ – cu 28, ai/ale PDM – cu 27, ai/ale PACE – cu 25, dar și exponenți/exponente ale PSRM – cu 24 astfel de apariții.



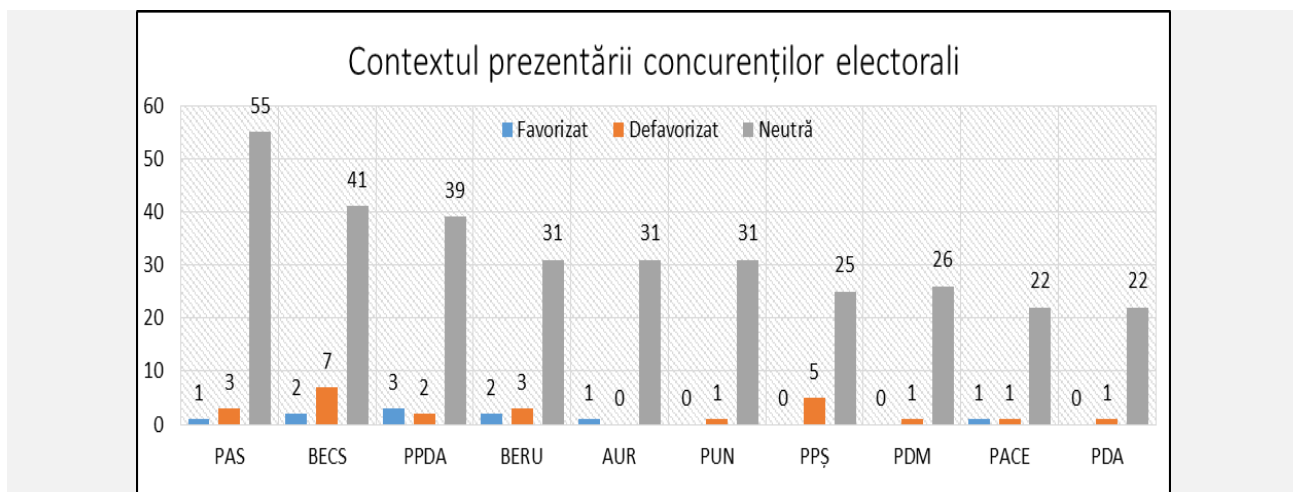
În ceea ce privește sursele, 26 de categorii diferite au fost citate de **Agora.md**, inclusiv 12 concurenți electorali. Cel mai des în calitate de surse au apărut reprezentanții/reprezentantele PAS (de 26 de ori), urmați/urmate de cei/cele ai/ale sistemului judecătoresc, citați/citate de 19 ori, de mass-media și reprezentanți/reprezentante ai/ale PPDA, cu câte 16 apariții în calitate de surse. Președinția, la rândul ei, a fost citată de 15 ori, BERU – de 9 ori, PSRM – de 8 ori, cetățenii/cetățenele – de 6 ori, BECS, experți/experte, poliția/armata, PUN sau AUR – de câte 5 ori. Alte 13 categorii de surse au fost citate în materialele publicate de **Agora.md** mai rar.



În materialele publicate de **Agora.md** au fost citate, în total, 162 de surse de informație, în 52 de cazuri (sau peste 32%) fiind vorba de bărbați și în 31 de cazuri (sau peste 19%) – de femei. În același timp, într-un număr semnificativ de cazuri (79 sau aproape 49%) sursa nu a fost specificată sub aspectul genului.



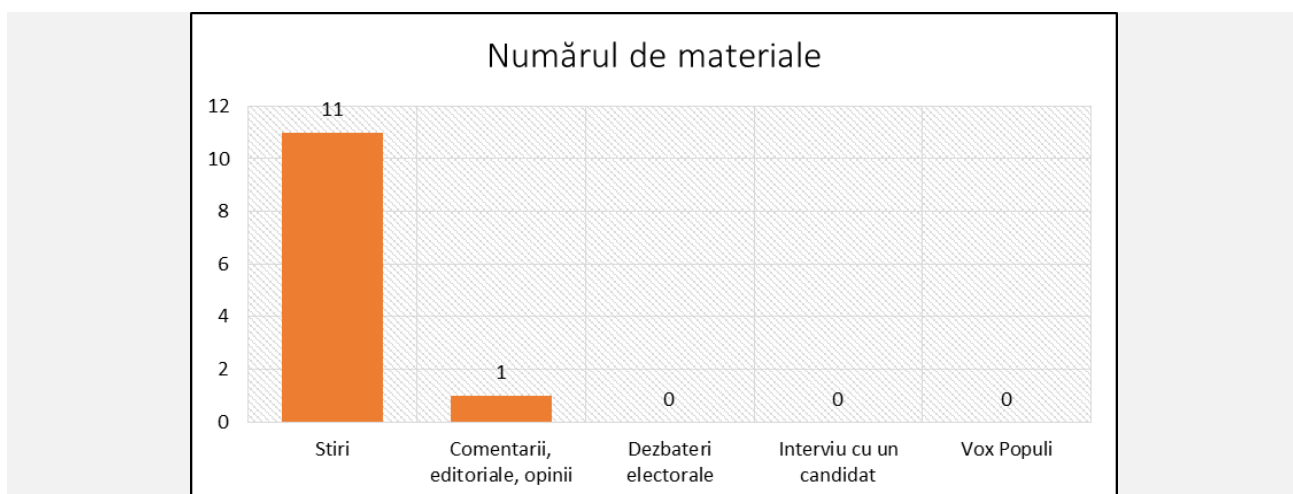
În perioada de referință, **Agora.md** a reflectat în mai mare parte echidistant evenimentele legate de campania electorală pentru alegerile parlamentare anticipate din 11 iulie 2021, concurenții fiind prezentați în cea mai mare parte neutru. Au fost însă și cazuri când concurenții au fost plasați în contexte favorizante/defavorizante, după cum urmează: PAS – 1/3 cazuri, BECS – 2/7 cazuri, PPDA – 3/2 cazuri, BERU – 2/3 cazuri, AUR – o favorizare, PUN – o defavorizare, PPȘ – 5 defavorizări, PDM – o defavorizare, PACE – 1/1 cazuri, PDA – o defavorizare, PDCM – 1/2 cazuri, PACCC, MPSN, NOI, PRM, PVE, POM și NOI/PAȘ – câte un caz de plasare în contexte mai curând defavorizante.



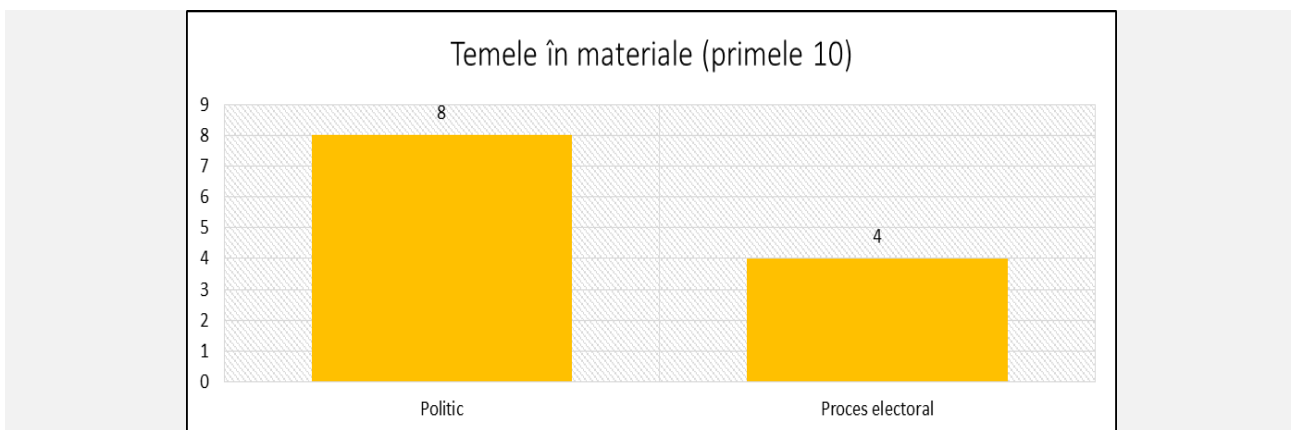
Gagauzinfo.MD

Gagauzinfo.md

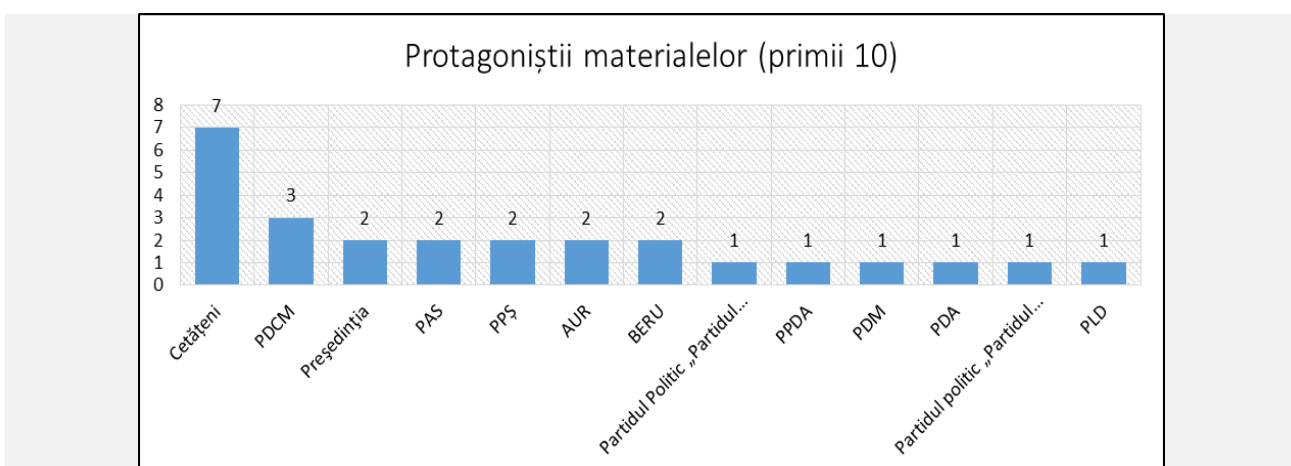
Publicația regională **Gagauzinfo.md** a publicat cel mai mic număr de materiale cu un caracter electoral direct sau indirect, și anume 11 știri și un comentariu. 5 articole au fost însoțite și de imagini video. Astfel, volumul total al materialelor a constituit 11781 de semne pentru texte, și 14157 de secunde, sau aproape 4 ore pentru conținutul video.



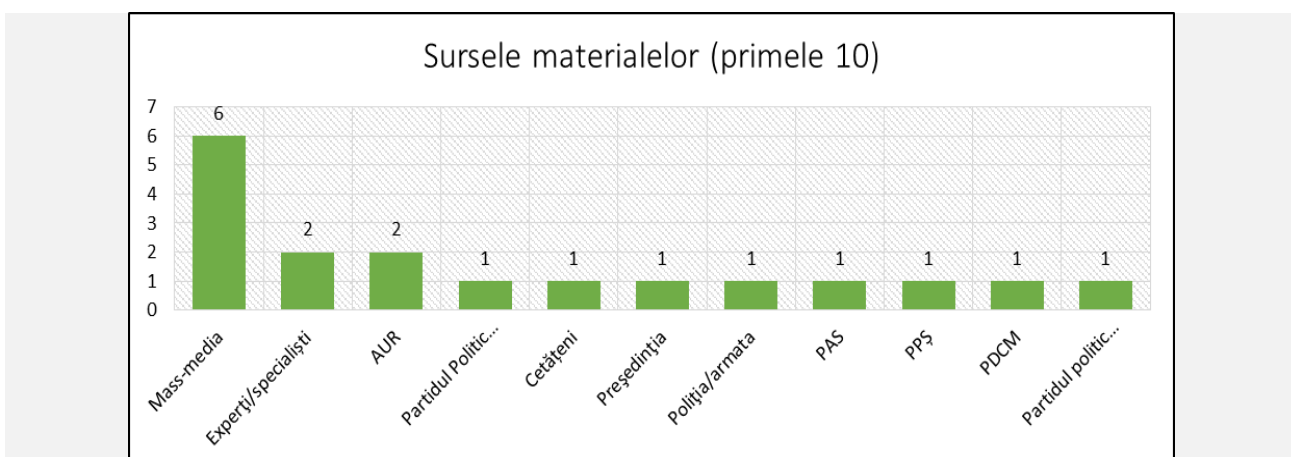
Cele 12 materiale au vizat două arii tematice, și anume domeniul politic, cu 8 materiale, și procesul electoral general, cu 4 materiale.



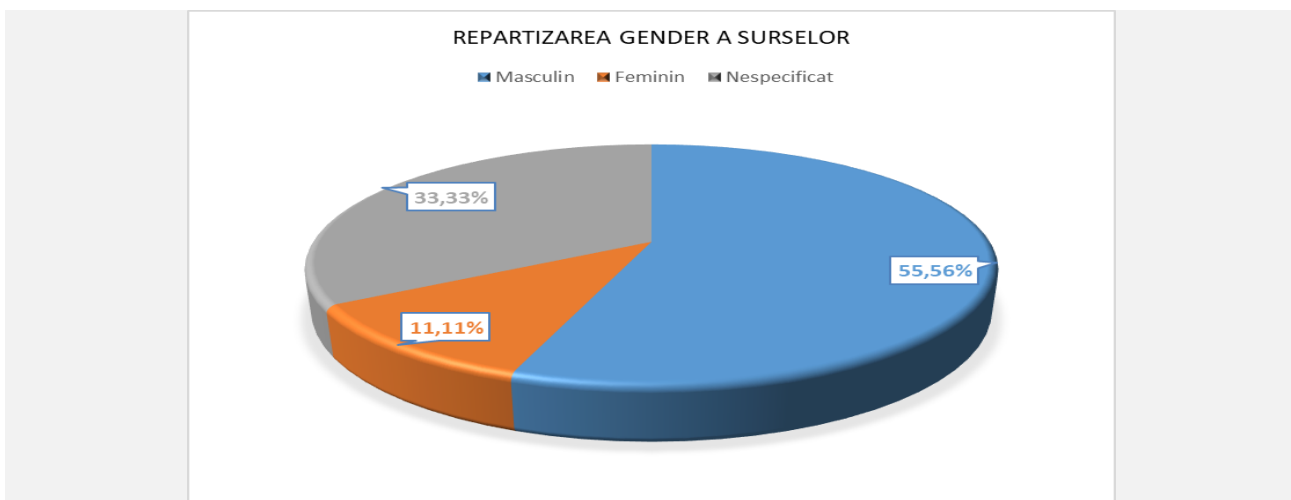
În puținele materiale publicate în perioada de referință, **Gagauzinfo.md** a vizat 13 categorii de protagoniști/protagoniste, inclusiv 9 concurenți electorali. Cetățenii și cetățenele au avut calitatea de protagoniști/protagoniste de cele mai multe ori – 7, urmași/urmate de reprezentanții/reprezentantele PCDM – cu 3 apariții, de cei/cele ai/ale Președinției, PAS, PPȘ, AUR și BERU – cu câte două apariții, dar și de exponenții/exponentele PSRM, PPDA, PDM, PDA, PN și PLD – cu câte o apariție.



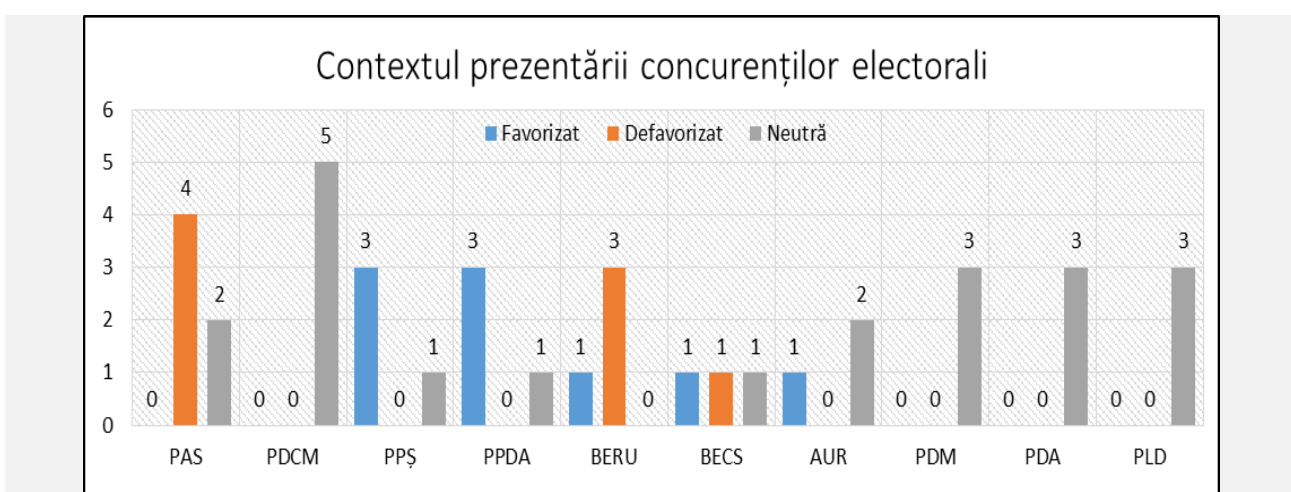
Cele 11 categorii de surse citate de **Gagauzinfo.md**, s-au repartizat astfel: de 6 ori au fost citate alte instituții mass-media, de câte două ori – experții/expertele, dar și reprezentanții/reprezentantele AUR, și câte o dată – exponenții/exponentele PSRM, cetățenii/cetățenele, Președinția, poliția/armata, PAS, PPȘ, PDCM și PN.



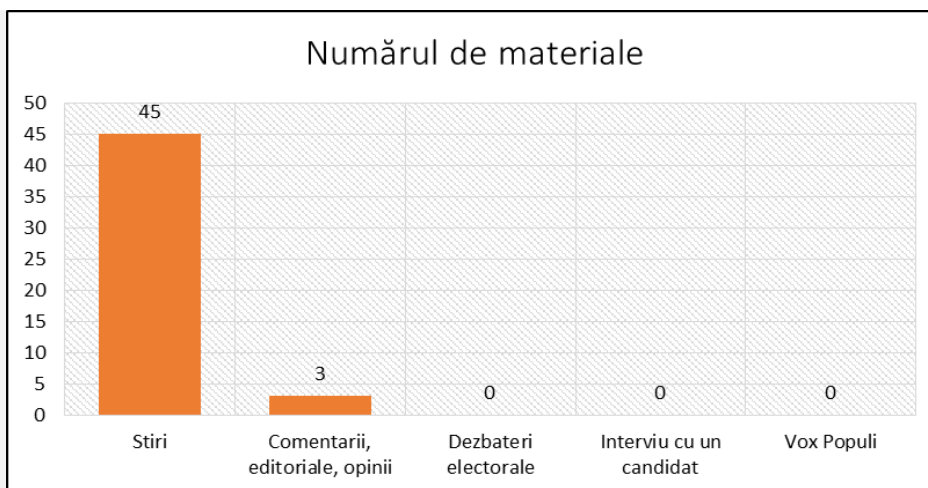
De asemenea, din totalul de 18 surse citate de publicația **Gagauzinfo.md**, 10 (sau peste 55%) au fost bărbați, 2 (sau puțin peste 11%) au fost femei, iar în 6 cazuri (sau peste 33%) genul sursei nu a fost specificat.



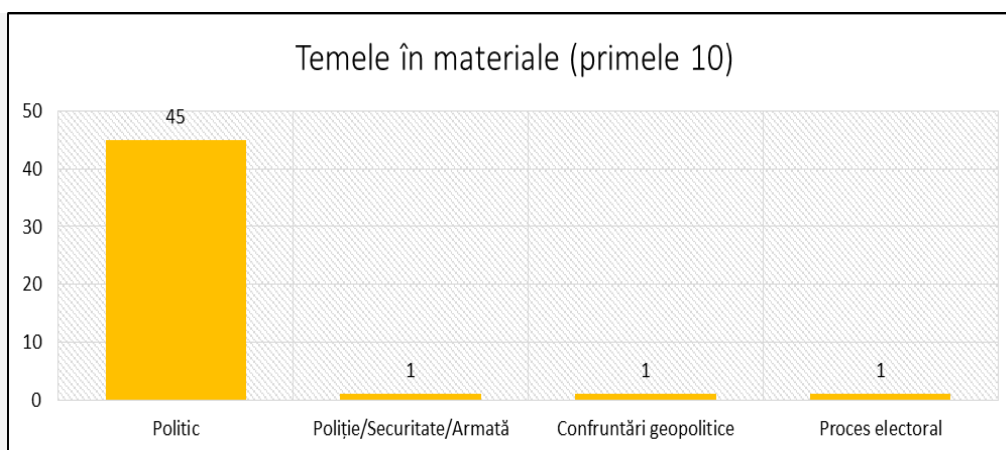
Contextul apariției candidaților electorali a fost preponderent neutru, dar și favorizant/defavorizant în anumite cazuri. Astfel, PPȘ și PPDA au fost mai curând favorizate de câte 3 ori, iar BERU, BECS și AUR au apărut în astfel de contexte câte o dată. La fel, PAS a fost cel mai des defavorizat – de 4 ori, BERU – de trei ori, și BECS – o dată.



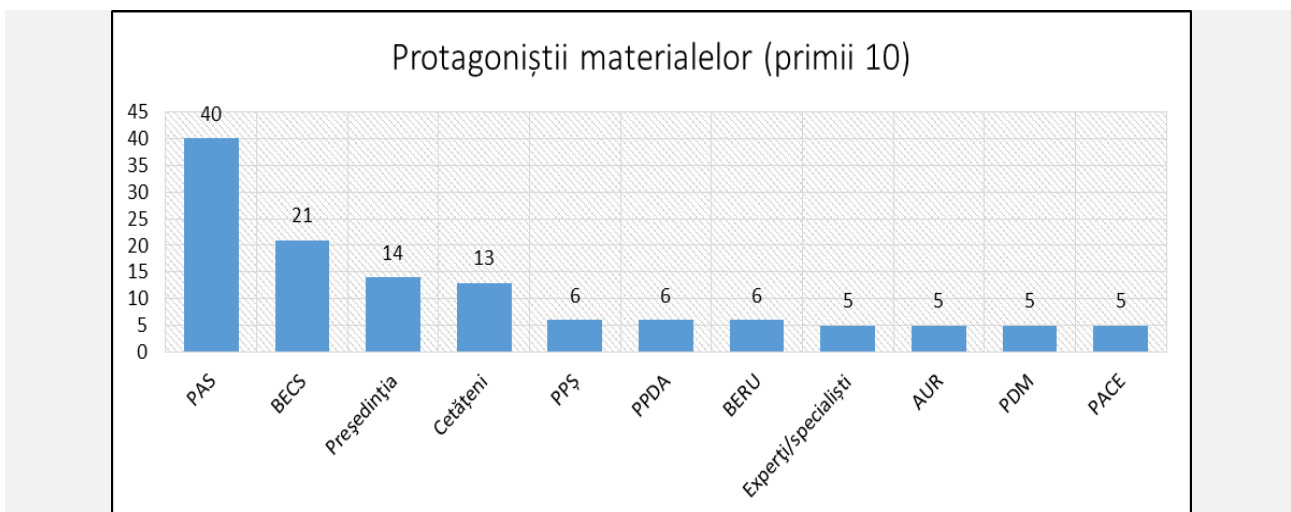
Kp.md a publicat în perioada monitorizată 48 de materiale relevante, inclusiv 45 de știri, și 3 comentarii, editoriale sau alte materiale de opinie, toate sub formă de text cu un volum total de 85468 de semne.



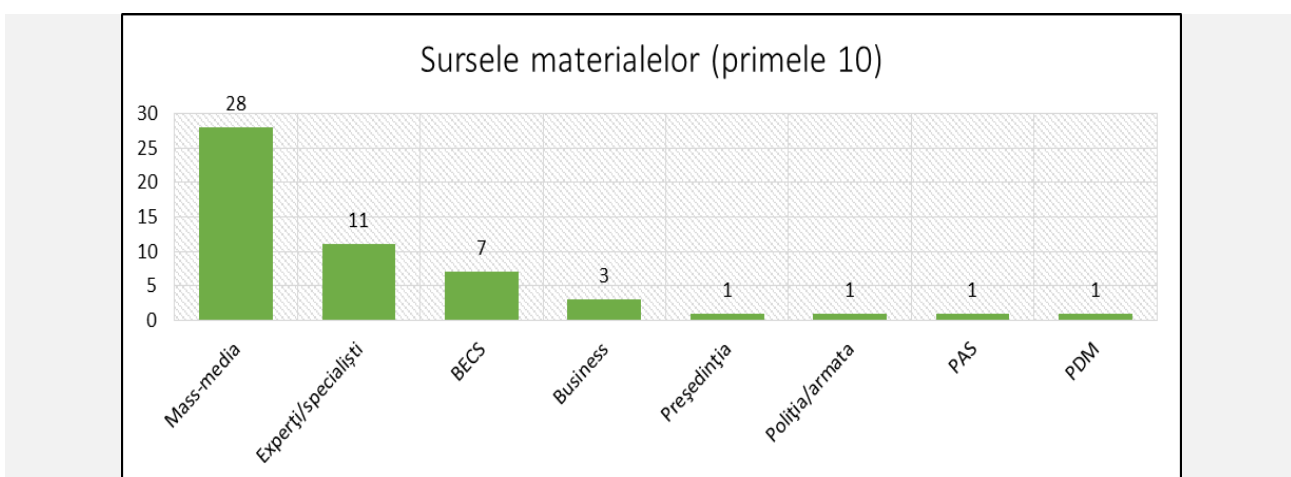
Cele mai multe subiecte, aproape toate, au vizat domeniul politic, și câte unul s-a referit la teme tangențiale cu domeniul securității, confruntările geopolitice și procesul electoral în general. De o mediatizare masivă și favorabilă au avut parte în special socialistii, exponenții BECS, știrile fiind bazate pe declarații ale politicienilor socialiști făcute la mai multe televiziuni sau în alte surse media, și/sau pe acuzații și afirmații nefondate și neprobate în raport cu alți concurenți electorali, în special cu PAS, dar și cu Președinta Republicii Moldova Maia Sandu. Titluri și conținuturi tendențioase s-au referit la protestul de la Edineț, desfășurat în timpul vizitei Maiei Sandu în acest oraș, protestul din fața CEC față de decizia autorității electorale privind numărul secțiilor de vot care urmează să fie deschise peste hotarele țării, dar și la procesul de vot din stânga Nistrului etc. Au mai fost prezentate rezultatele diferitor sondaje de opinie, cu accent pe superioritatea BECS, dar și opiniile unilaterale ale unor politicieni socialiști și/sau experți privind situația economică, viitorul după alegeri, intențiile presupuse ale PAS și ale Maiei Sandu de a crește vârsta de pensionare și de a lichida raioanele, grantul de 600 de milioane de euro anunțat de Uniunea Europeană, ș.a.



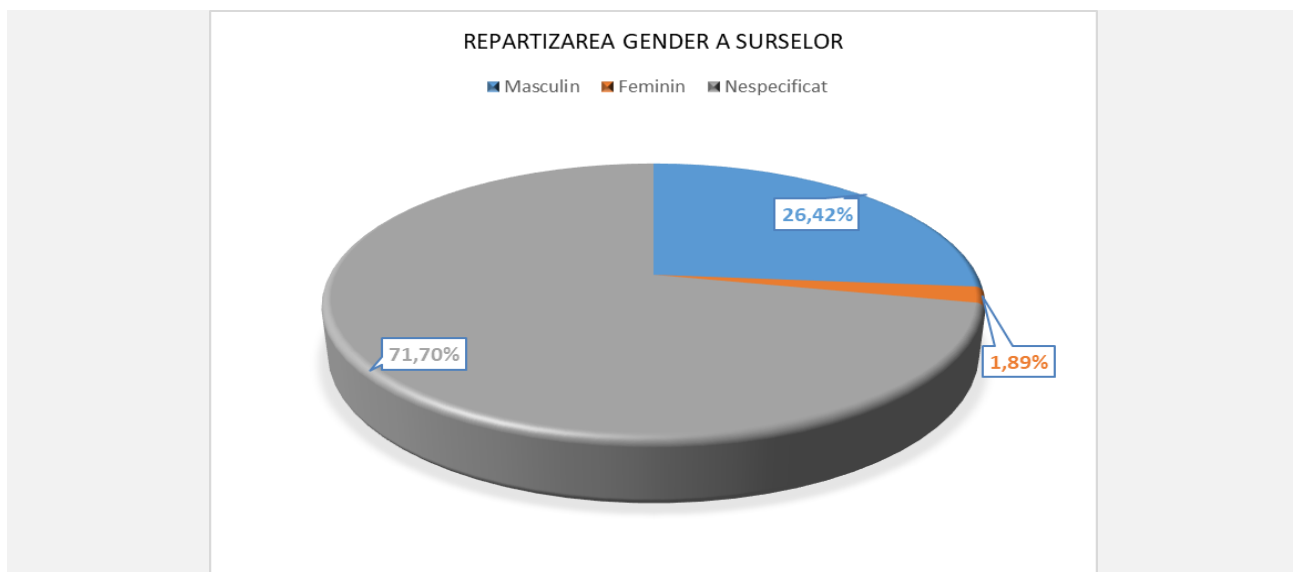
Publicația **Kp.md** a vizat, în perioada 1-10 iunie 2021, 22 de categorii de protagoniști/protagoniste, printre care și 11 concurenți electorali. Cel mai des în această postură au apărut reprezentanții/reprezentantele PAS (de 40 de ori), urmași/urmate de cei/cele ai/ale BECS (de 21 de ori), și de Președinție (de 14 ori). De asemenea, cetățenii și cetățenele au fost protagoniști/protagoniste ai/ale materialelor **Kp.md** de 13 ori, exponenții/exponentele PPȘ, PPDA și BERU – de câte 6 ori, iar experții/expertele sau membrii/membrele AUR, PDM și PACE – de câte 5 ori.



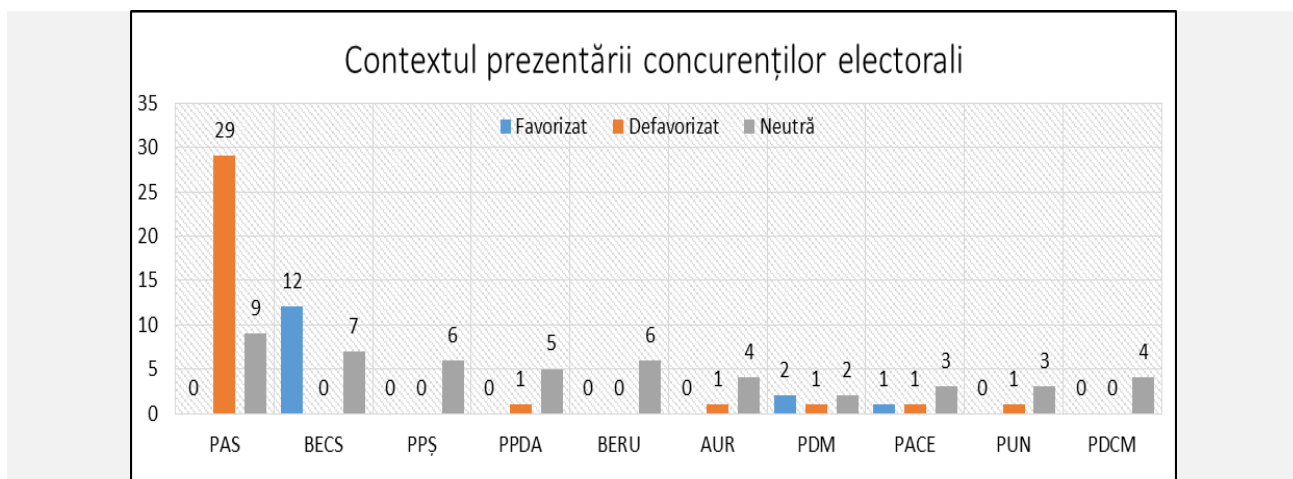
În același timp, 8 categorii de surse au fost citate de **Kp.md**, cel mai des apelându-se la alte surse mass-media (de 28 de ori). De aproape 3 ori mai rar au fost citați/citate experții/expertele (de 11 ori). La fel, sursele au mai venit de la BECS (7 cazuri), de la reprezentanții/reprezentantele lumii afacerilor (3 ori), dar și de la Președinție, poliție/armată, PAS și PDM – câte o dată.



Din totalul de 53 de surse citate de **Kp.md**, cele mai multe nu au fost specificate din perspectiva genului (38 sau aproape 72%). Celelalte surse au fost preponderent bărbați (14 sau peste 26%), o singură femeie apărând în această calitate în perioada monitorizată.



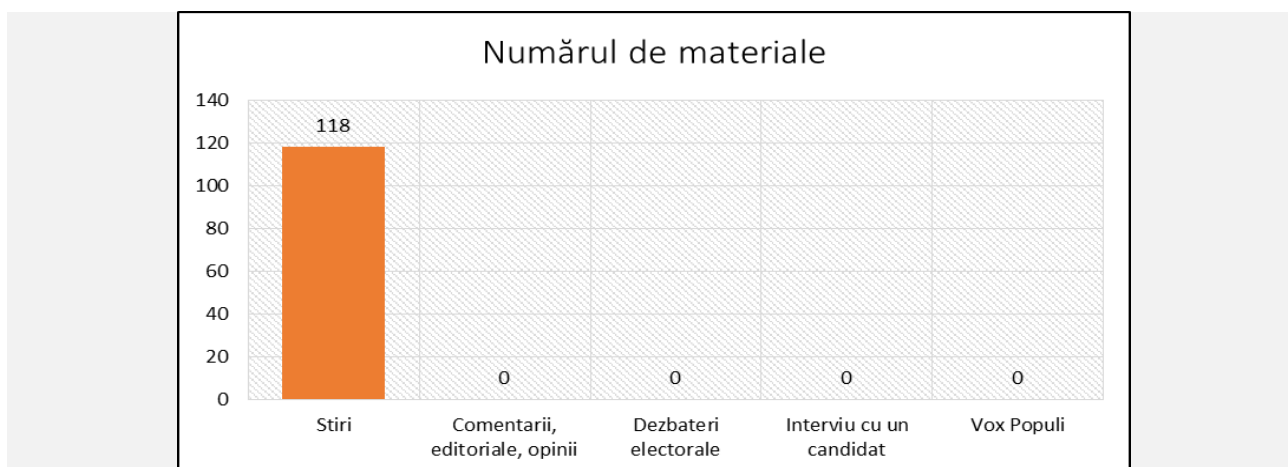
Concurenții electorali au fost mediatizați disproporționat și tendențios de către **Kp.md** în perioada supusă monitorizării. Astfel, în context exclusiv neutru au apărut trei candidați: PDCM (de 4 ori), BERU și PPȘ (de câte 6 ori). Cealți concurenți au apărut în toate cele trei contexte, dar diferit. PAS, de exemplu, pe lângă 9 cazuri de mediatizare neutră, a fost plasat și de 29 de ori în context negativ, fiind acuzat, fără ca dreptul la replică să-i fie asigurat. Câte o dată au fost defavorizați și PPDA, AUR, PDM, PACE și PUN. De cealaltă parte, BECS a a fost favorizat de cele mai multe ori (12), PDM – de două ori și PACE – o dată. De asemenea, concurentul electoral PDA a apărut o dată în context negativ.



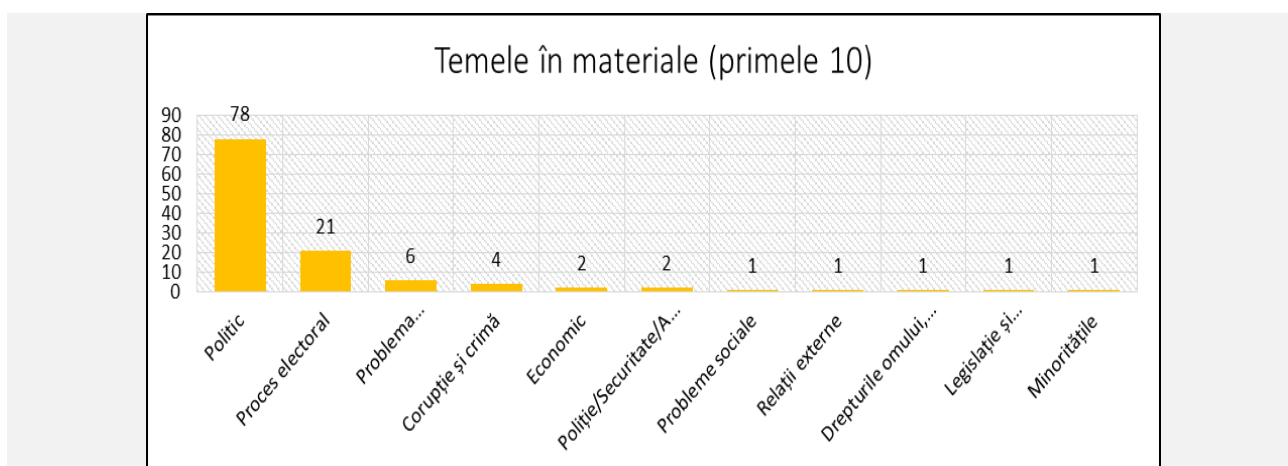
NewsMaker

Newsmaker.md

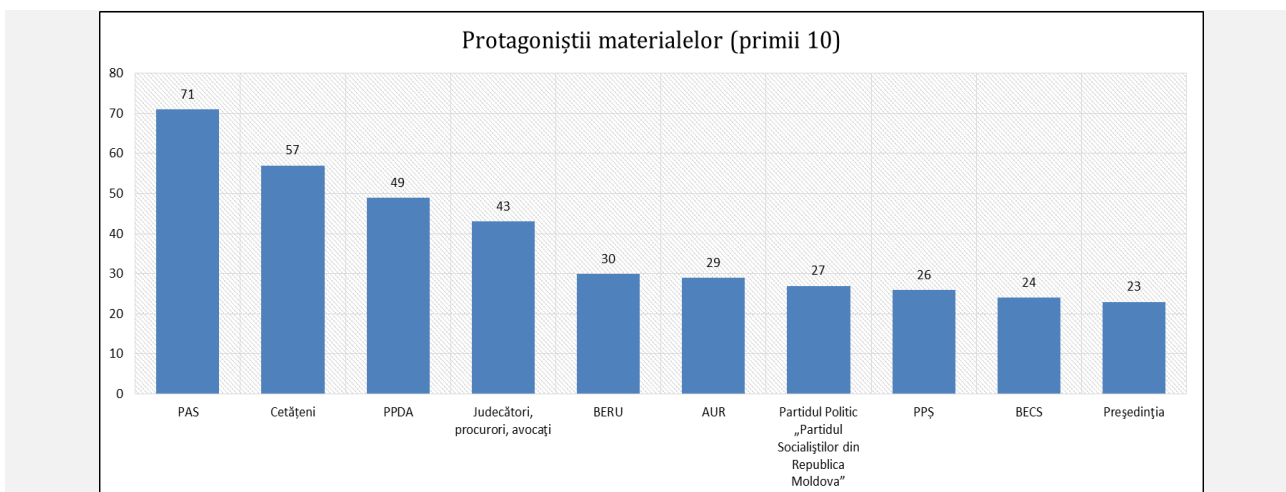
În perioada 1-10 iunie 2021, **Newsmaker.md** a publicat 118 știri electorale directe sau indirecte. În 20 de cazuri, textele au fost însoțite și de video. Volumul total al materialelor relevante a constituit 246552 de semne în cazul textelor, și 49595 de secunde sau aproape 14 ore în cazul imaginilor video.



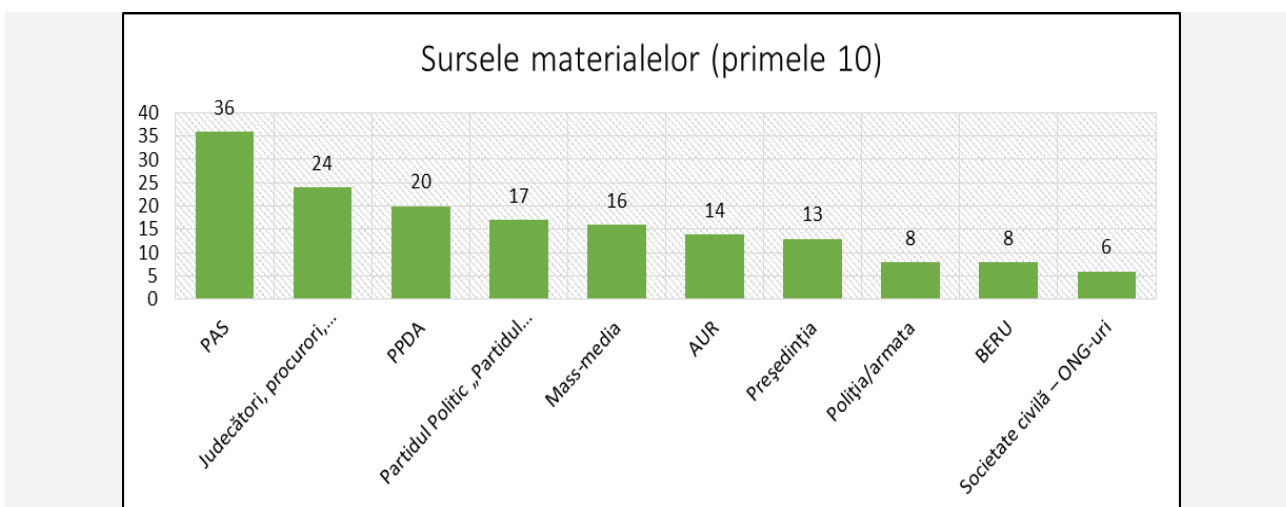
Cel mai des **NewsMaker.md** s-a referit la domeniul politic și parțial la procesul electoral general, reflectând principalele evenimente electorale, inclusiv lansarea în campania electorală a candidaților, acțiunile electorale, deciziile CEC, protestele din fața CEC, dar și de la Curtea de Apel privind decizia de a deschide un număr al secțiilor de votare în străinătate echivalent celui de la alegerile prezidențiale din 2020. Când au existat acuzații, de cele mai multe ori, redacția a oferit reacții sau a menționat că a încercat să caute o anumită persoană. Totodată, atunci când se înregistra vreun partid nou la CEC, la sfârșitul știrii, redacția a prezentat toată lista cu partidele înregistrate, dar și care așteptau aprobarea CEC. Au mai fost reflectate problema transnistreană, corupția și crima, economia, problemele sociale sau minoritățile, dar într-o măsură mai mică.



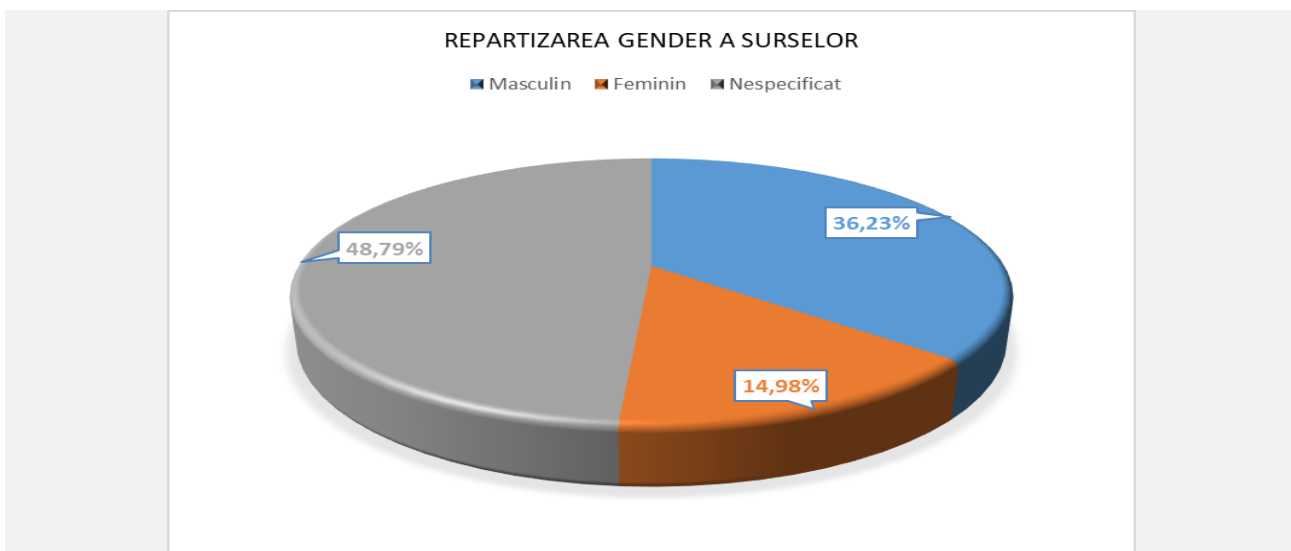
Din cele 35 de categorii de protagoniști/protagoniste vizați/vizate în materialele electorale (inclusiv 19 concurenți electorali), reprezentanții/reprezentantele PAS au apărut cel mai des în această calitate (de 71 de ori), urmați/urmate la o distanță relativ mică de cetățeni/cetățene, cu 57 de apariții, și de exponenții/exponentele PPDA (de 49 de ori). În lista primelor 10 categorii de protagoniști/protagoniste mai regăsim judecători/judecătore, avocați/avocate - de 43 de ori, exponenți/exponente ai/ale BERU - de 30 de ori, ai/ale AUR - de 29 de ori, ai/ale PSRM - de 27 de ori, ai/ale PPȘ - de 26 de ori, ai/ale BECS - de 24 de ori, dar și ai/ale Președinției - de 23 de ori.



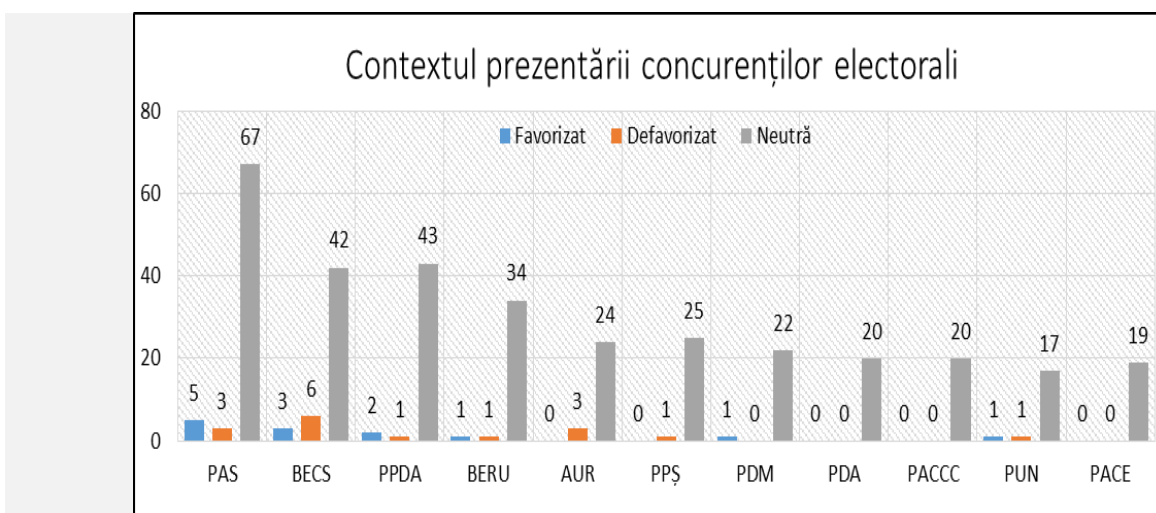
NewsMaker.md a citat un număr echilibrat de surse în raport cu numărul protagoniștilor/protagonistelor, 31 de categorii fiind prezente în conținuturile mediatiche ale publicației. Reprezentanții/reprezentantele PAS au deținut și aici întâietatea, fiind citați/citate de 36 de ori, urmați/urmate de exponenții/exponentele sistemului judecătoresc, cu 24 de citări, și de cei/cele ai/ale PPDA, citați/citate de 20 de ori. Alte surse au mai provenit de la PSRM (de 17 ori), alte surse mass-media (de 16 ori), AUR (de 14 ori), Președinție (de 13 ori), poliție/armată și BERU (de câte 8 ori), sau de la ONG-uri (de 6 ori). Totuși, au lipsit cetățenii/cetățenele în calitate de surse.



Din cele 207 surse citate de **NewsMaker.md** în perioada de raport, aproape jumătate (101 sau 48,79%) nu au fost specificate sub aspectul genului. În același timp, femeile au fost citate de două ori mai rar decât bărbații (31 de femei la 75 de bărbați sau aproape 15% versus peste 36%).



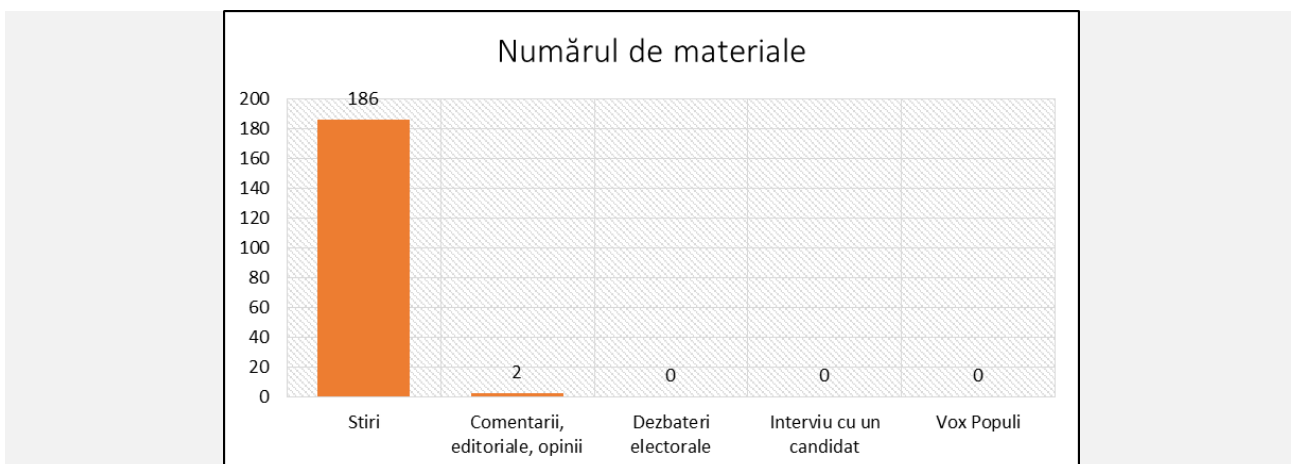
În perioada 1 – 10 iunie 2021, **Newsmaker.md** a prezentat, în general, în mod echilibrat concurenții electorali pentru alegerile parlamentare anticipate din 11 iulie. Textele, în general, au fost neutre, iar contextele favorizante sau defavorizante au fost generate în special de imaginile video anexate la texte, multe dintre ele fiind preluate de pe paginile de Facebook ale politicianilor. În context exclusiv neutru au apărut 10 concurenți: PDA, PACCC, PACE, MPSN, NOI, PLD, PVE, PRM, PPO și PPM. Ceilalți concurenți au fost mediatizați atât în manieră neutră (de cele mai multe ori), dar și mai curând favorizantă sau defavorizantă astfel: PAS – 5/3 cazuri, BECS – 3/6 cazuri, PPDA – 2/1 cazuri, BERU, PUN și PDCM – câte 1/1 cazuri, AUR – 3 cazuri de context defavorizant, PPȘ – un astfel de caz, iar PDM a fost o dată mai curând favorizat de context.



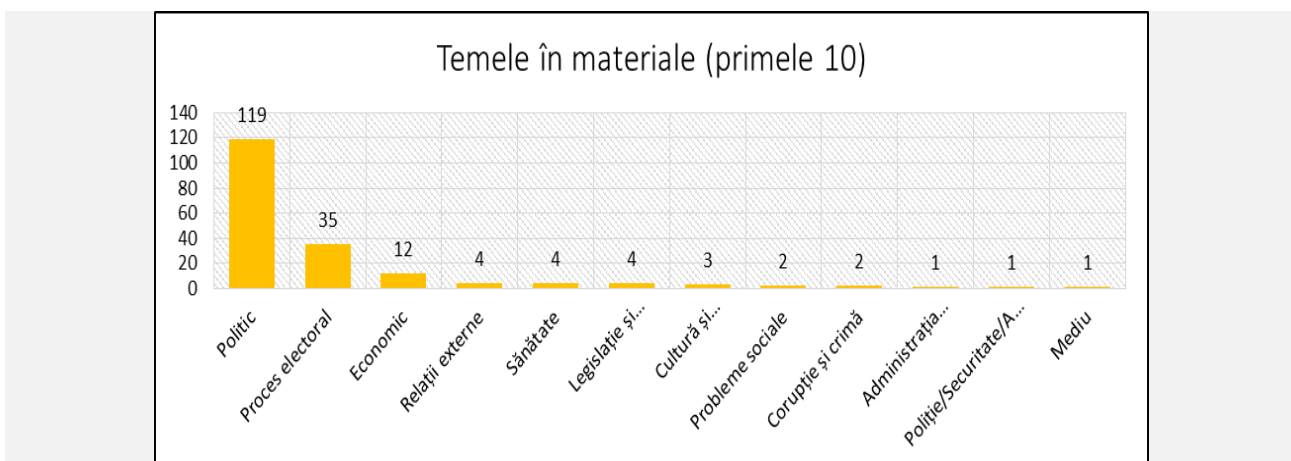
Noi.md

Noi.md a publicat 188 de materiale în perioada de referință, inclusiv 186 de știri și 2 comentarii. Dintre acestea, 5 materiale au fost însoțite și de imagini video. Volumul total al

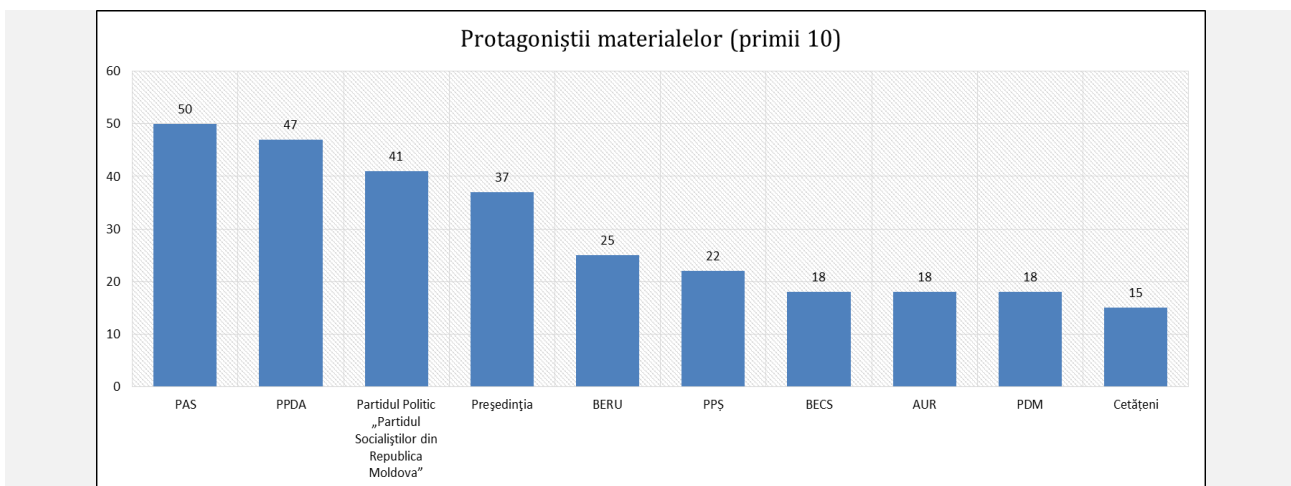
materialelor relevante a constituit 338395 de semne pentru texte, și 8467 de secunde sau peste 2 ore pentru video.



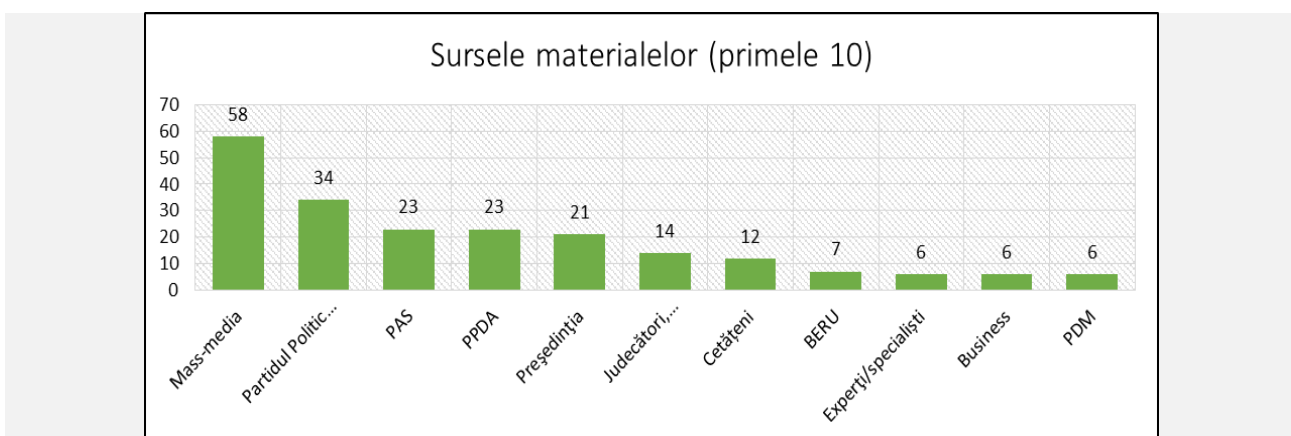
Cele mai multe subiecte publicate de **Noi.md** în perioada 1-10 iunie 2021 au vizat domeniul politic, și parțial procesul electoral general. Astfel, **Noi.md** a informat despre deciziile CEC, lansări în campanie, activitățile de campanie ale candidaților înscriși în cursă etc. Au fost publicate periodic știri din activitatea președintei Maia Sandu, dar și, mult mai vizibil, activitatea BECS. Mai multe declarații ale lui Igor Dodon făcute în cadrul unor emisiuni sau din postări pe Facebook s-au bucurat și ele de atenție, precum și cele ale lui Vladimir Voronin. Nu în ultimul rând, au fost prezentate opinii care au salutat decizia de a deschide mai multe secții de votare în regiunea transnistreană și opinii care n-au susținut suplimentarea numărului de secții peste hotare. Mai puține știri au vizat problemele economice, relațiile externe, sănătatea, cultura sau problemele sociale în context electoral.



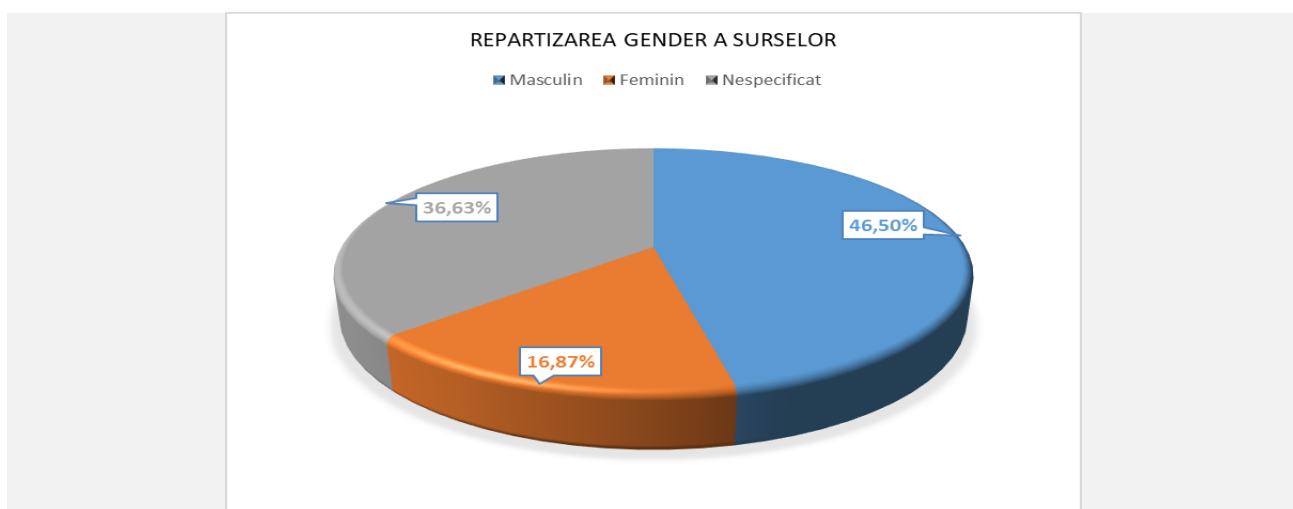
Materialele publicate de **Noi.md** au avut 32 de protagoniști/protagoniste, inclusiv 19 candidați la alegerile parlamentare anticipate din 11 iulie 2021. PAS, PPDA și PSRM, o componentă a BECS împart podiumul în acest sens, reprezentanții/reprezentantele acestora fiind protagoniști/protagoniste în 50, 47 și respectiv 41 de rânduri. Urmează exponenții/exponentele Președinției, cu 37 astfel de apariții, reprezentanții/reprezentantele BERU, cu 25, ai/ale PPȘ, cu 22, ai/ale BECS, AUR și PDM, cu câte 18, dar și de cetățeni/cetățene, care au fost protagoniștii/protagonistele știrilor **Noi.md** de 15 ori.



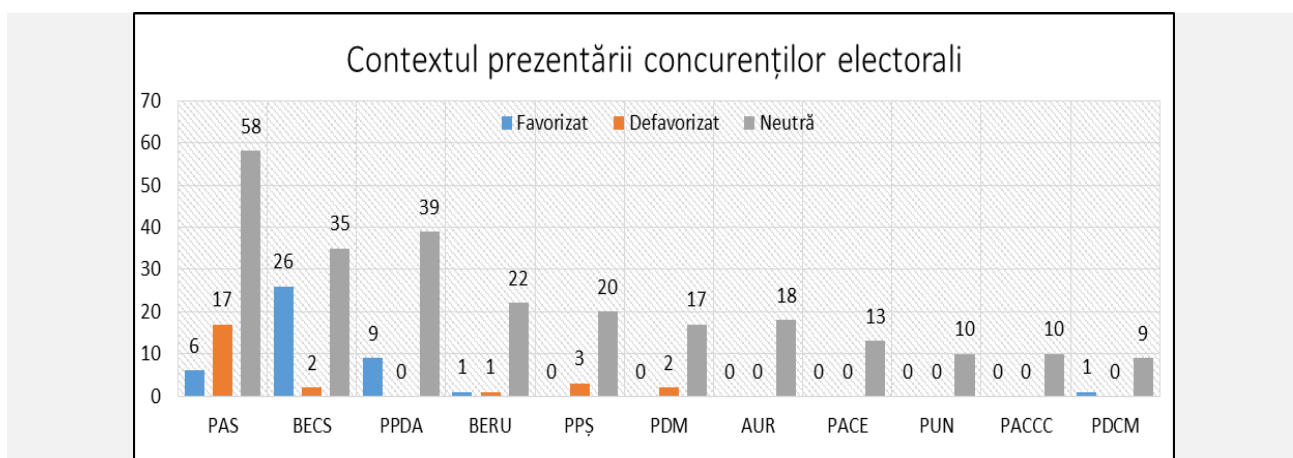
În același timp, **Noi.md** a citat 25 de categorii de surse diferite, inclusiv 11 concurenți electorali. De departe, însă, alte surse mass-media au fost cel mai des citate (de 58 de ori), urmate de reprezentanții/reprezentantele PSRM, citați/citate de 34 de ori, ai/ale PAS și PPDA, cu câte 23 de citări, Președinție, citată de 21 de ori, judecători/judecătoare – de 14 ori, cetățeni și cetățene – de 12 ori, BERU – de 7 ori, dar și experți/experte, reprezentanți/reprezentante ai/ale lumii afacerilor sau ai/ale PDM – de câte 6 ori.



Cele 243 de surse citate de publicația online **Noi.md** s-au repartizat, sub aspectul genului, astfel: 113 sau peste 46% au fost bărbați, 41 sau aproape 17% au fost femei, iar în alte 89 de cazuri sau aproape 37% genul sursei nu a fost specificat.

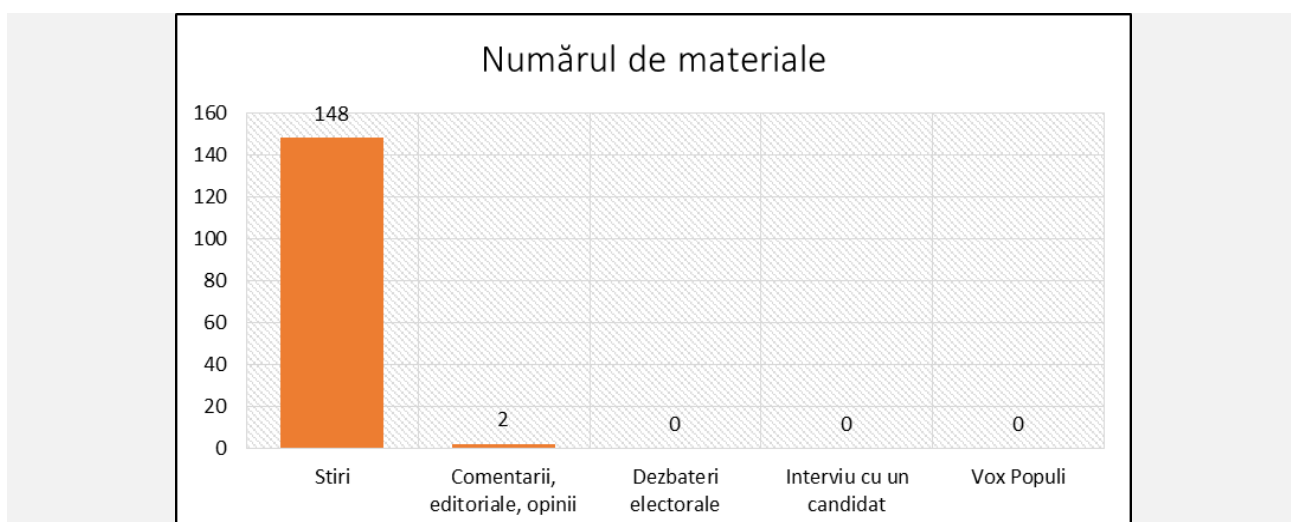


Contextul prezentării concurenților electorali a fost atât neutru, cât și, în unele cazuri, favorizant și/sau defavorizant. Astfel, AUR, PACE, PUN, PACCC, PDA, MPSN, NOI, PVE, PPO, PRM și PPM au fost mediatizați doar în manieră neutră de **Noi.md** în perioada monitorizată. Ceilalți concurenți, pe lângă contextele neutre au apărut și în unele pozitive/negative, PAS fiind cel mai des defavorizat (de 17 ori versus 6 contexte mai curând favorabile), iar BECS – cel mai des favorizat (de 26 de ori versus 2 cazuri de plasare în context defavorabil). În același timp, PPDA a apărut de 9 ori în context favorabil și niciodată în unul defavorabil, ca și PDCM – o dată. PPȘ și PDM au fost mediatizați de câte 3 și 2 ori în context negativ, BERU a avut câte un caz de favorizare și defavorizare, iar PLD – unul de favorizare.

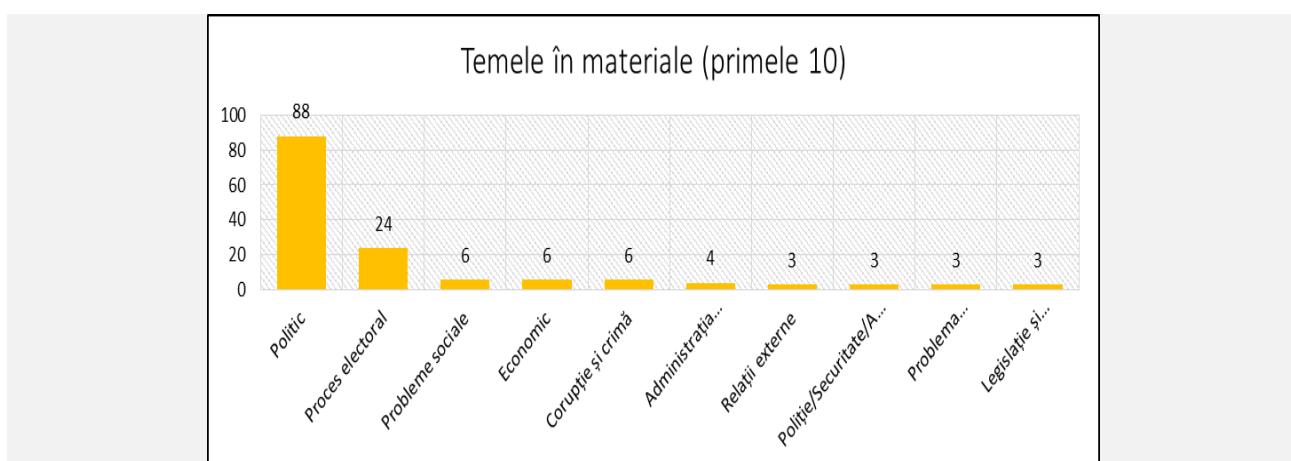


[Realitatea.md](https://www.realitatea.md)

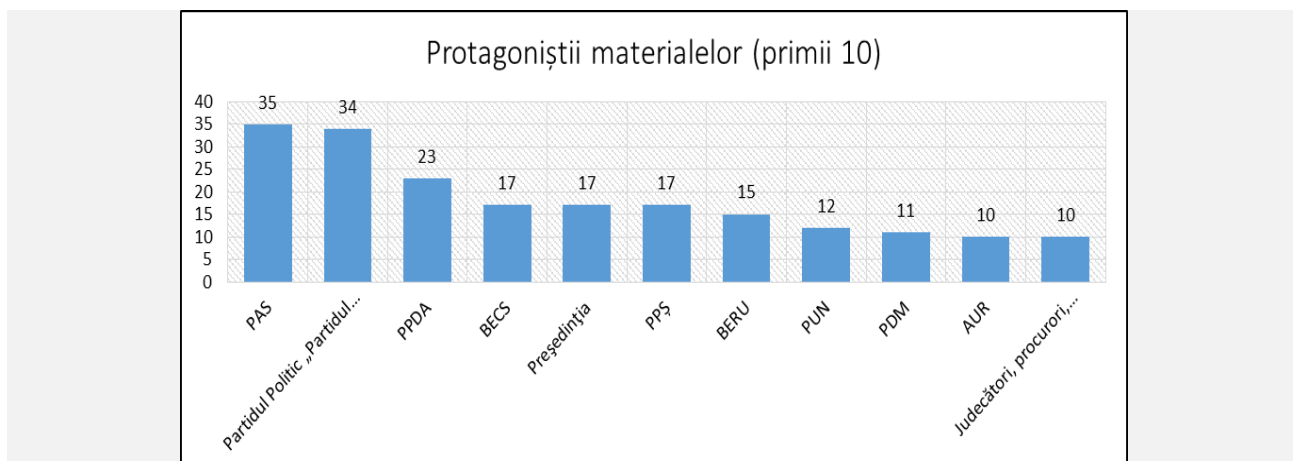
Realitatea.md a publicat în perioada 1 – 10 iunie 2021, 150 de materiale cu un caracter electoral direct și indirect, inclusiv 148 de știri, și 2 comentarii sau materiale de opinie. Din numărul total de materiale, 36 au fost însoțite de imagini video. Volumul total al materialelor relevante a constituit 296020 de semne pentru texte, și 109836 de secunde sau circa 30 de ore în cazul materialului video.



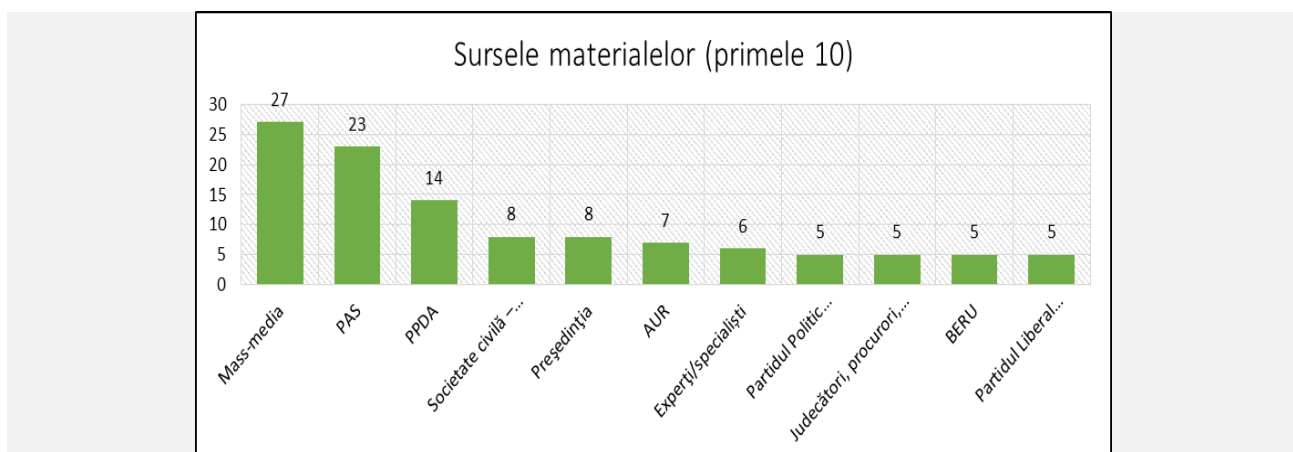
Realitatea.md a oferit spațiu pentru practic toți concurenții electorali, abordând subiecte preponderent politice și, parțial, procesul electoral în ansamblu. Multe din știrile electorale au fost însoțite de înregistrări video realizate de rlive.md. Problemele sociale, economice, corupția, relațiile externe sau problema transnistreană în context electoral au fost abordate mai rar în materialele publicate de **Realitatea.md** în perioada monitorizată.



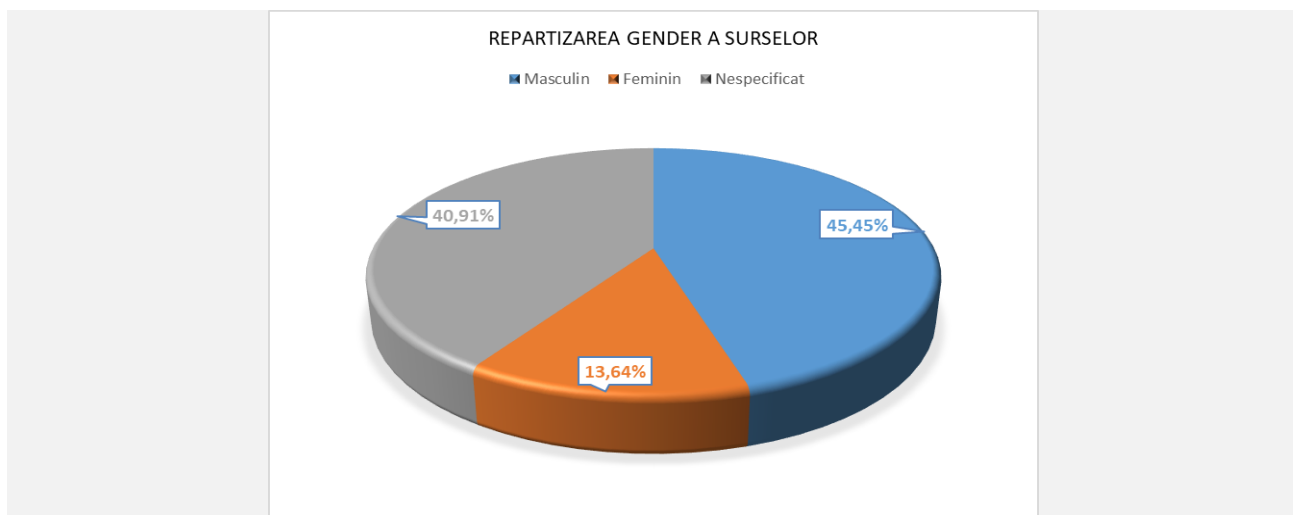
În total, **Realitatea.md** a vizat 33 de categorii de protagoniști/protagoniste, inclusiv 19 concurenți electorali pentru alegerile parlamentare anticipate. Primele trei poziții au fost ocupate de PAS (cu 35 de apariții), PSRM (cu 34 de apariții), și PPDA (cu 23 de apariții). De câte 17 ori protagoniști/protagoniste ai/ale materialelor au fost reprezentanții/reprezentantele BECS, ai/ale Președinției și ai/ale PPS. Mai rar această calitate au avut-o exponenții/exponentele BERU (de 15 ori), PUN (de 12 ori), PDM (de 11 ori), sau AUR, dar și judecătorii/judecătorele (de câte 10 ori).



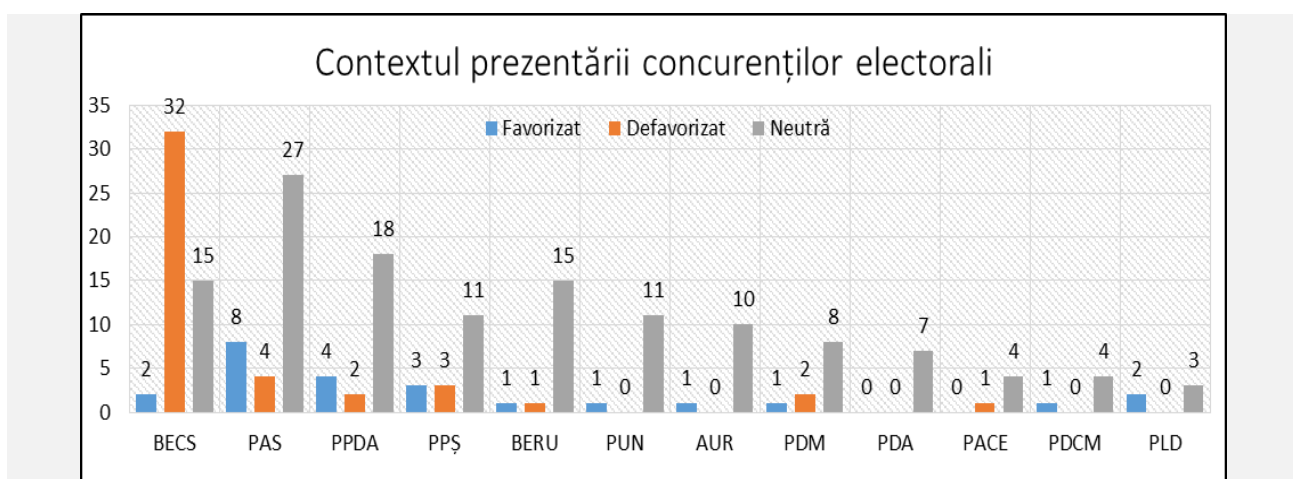
La fel, 30 de categorii de surse au fost citate în materialele publicate de **Realitatea.md**, inclusiv 13 concurenți electorali. Mai exact, alte surse mass-media au apărut cel mai des în calitate de sursă (de 27 de ori), urmate de reprezentanții/reprezentantele PAS, citați/citate de 24 de ori, de cei/cele ai/ale PPDA – de 14 ori, sau de cei/cele ai/ale Președinției și ai/ale societății civile, citați/citate de câte 8 ori. De asemenea, de la AUR au venit 7 surse, de la experți/experte – 6, iar de la PSRM, BERU sau judecători/judecătoare – câte 5.



Cele 154 de surse citate s-au repartizat dezechilibrat din perspectiva genului, bărbații fiind citați de trei ori mai des decât femeile (70 la 21 sau 45,45% la 13,64%). Alte 63 de surse (40,9%) nu au putut fi identificate sub acest aspect.

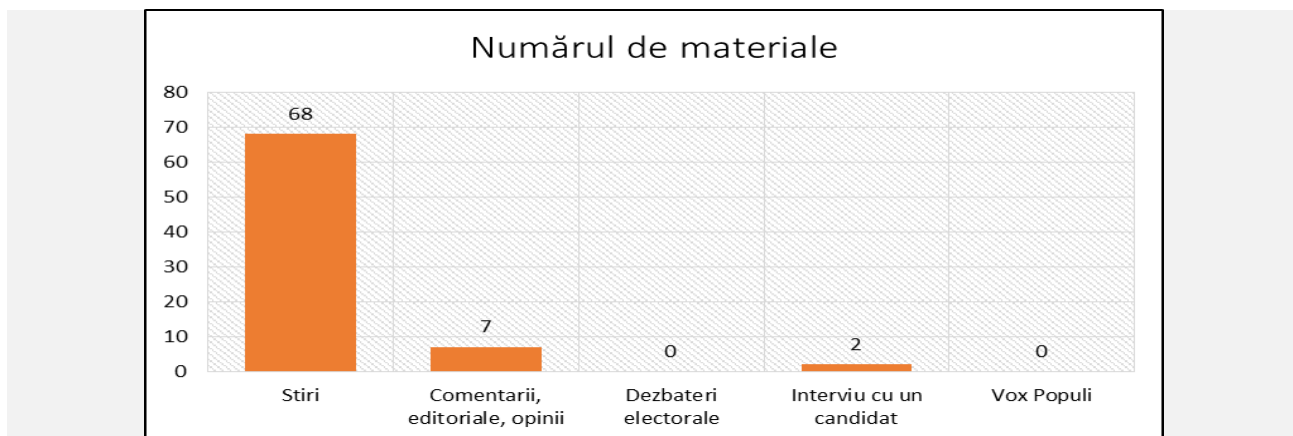


În general, **Realitatea.md** a avut o politică editorială echilibrată. Multe din cazurile de favorizare/defavorizare a actorilor politici au apărut nu în textele știrilor, dar în videourile anexate. 4 concurenți electorali, PDA, PVE, PRM și PPM au fost mediatizați exclusiv neutru, ceilalți apărând atât în contexte neutre, cât și pozitive și negative. În context, BECS apare cel mai des în lumină negativă, inclusiv în texte (de 32 de ori versus 2 cazuri de favorizare), iar PAS – în context mai curând favorabil (de 8 ori versus 4 cazuri de defavorizare). Ceilalți concurenți au fost favorizați/defavorizați astfel: PPDA – 4/2 cazuri, PPȘ – 3/3 cazuri, BERU – 1/1, PDM – 1/2, PLD a fost de două ori favorizat, PUN, AUR, PPO și PDCM au fost favorizați câte o dată, iar PACE, PACCC, MPSN, NOI – defavorizat o dată. În același timp, anumite materiale au avut caracter publicitar, fără a fi marcate corespunzător.

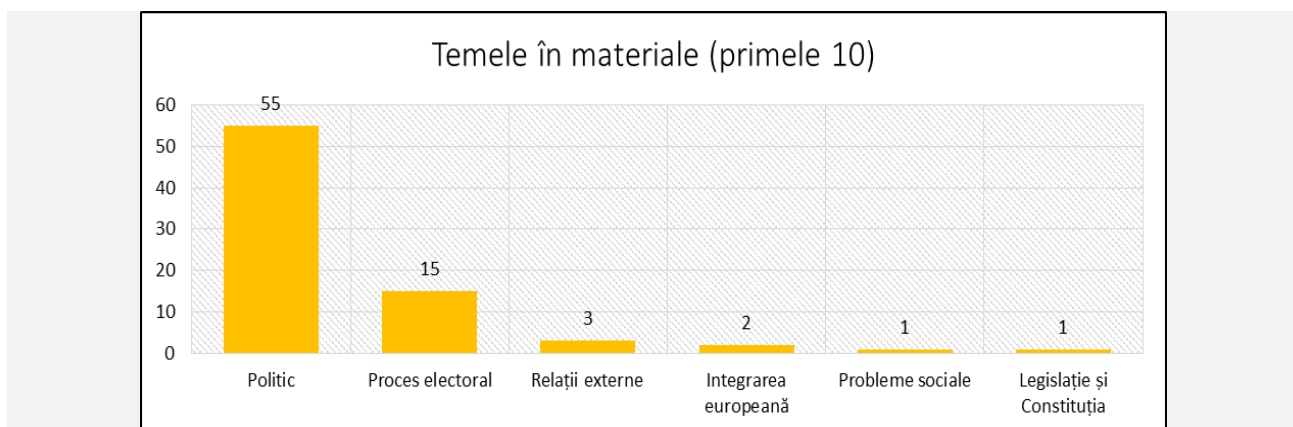


Sputnik.md

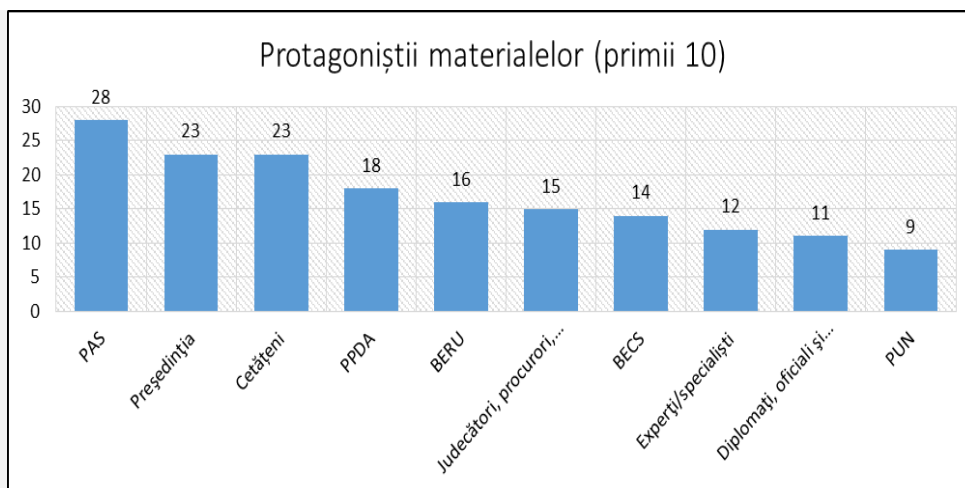
Sputnik.md a publicat în perioada de raport 77 de materiale cu un caracter electoral direct sau indirect, inclusiv 68 de știri, 7 comentarii și 2 interviuri. În același timp, câte 8 materiale au fost însoțite de imagini video și audio. Volumul total al materialelor relevante a constituit 210717 semne (texte), 12362 de secunde sau peste 3 ore (video), și 1579 de secunde sau circa 26 de minute (audio).



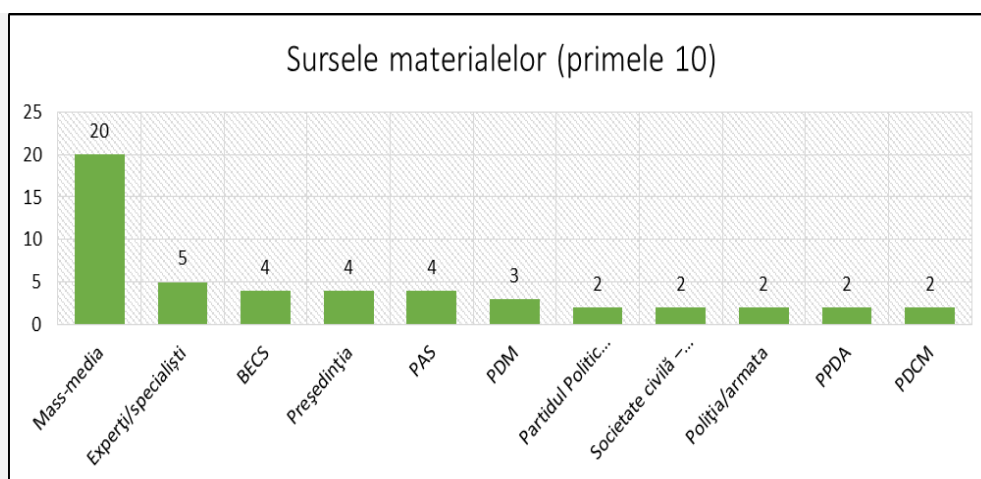
6 teme generale au fost reflectate de **Sputnik.md** în perioada 1-10 iunie 2010, acestea vizând domeniul politic, procesul electoral per ansamblu, dar și, mult mai puțin, relațiile externe, integrarea europeană a Republicii Moldova, probleme sociale și legislație și Constituție.



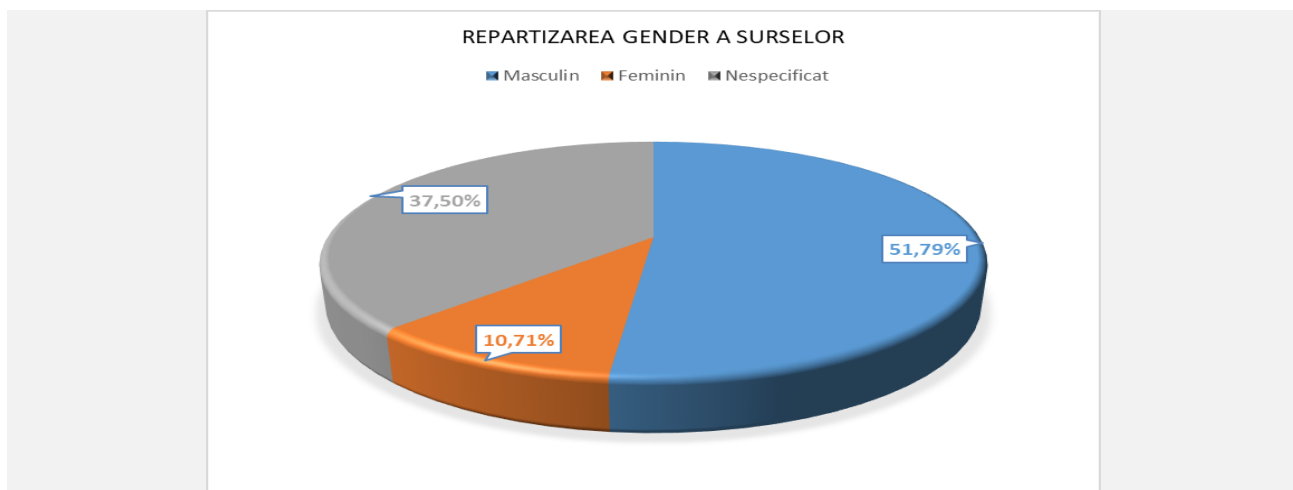
Sputnik.md a vizat, în total, 28 de categorii de protagoniști/protagoniste, inclusiv 17 concurenți electorali. Pe primul loc în acest clasament s-au regăsit reprezentanții/reprezentantele PAS, cu 28 de apariții, urmați/urmate în mod egal de exponenții/exponentele Președinției și de cetățeni/cetățene, cu câte 23 de astfel de apariții. De asemenea, PPDA a fost protagonist în 18 cazuri, BERU – în 16, judecătorii/judecătoarele – în 15, BECS – în 14, experții/expertele – în 12, diplomații/diplomatele – în 11, sau PUN – în 9 cazuri.



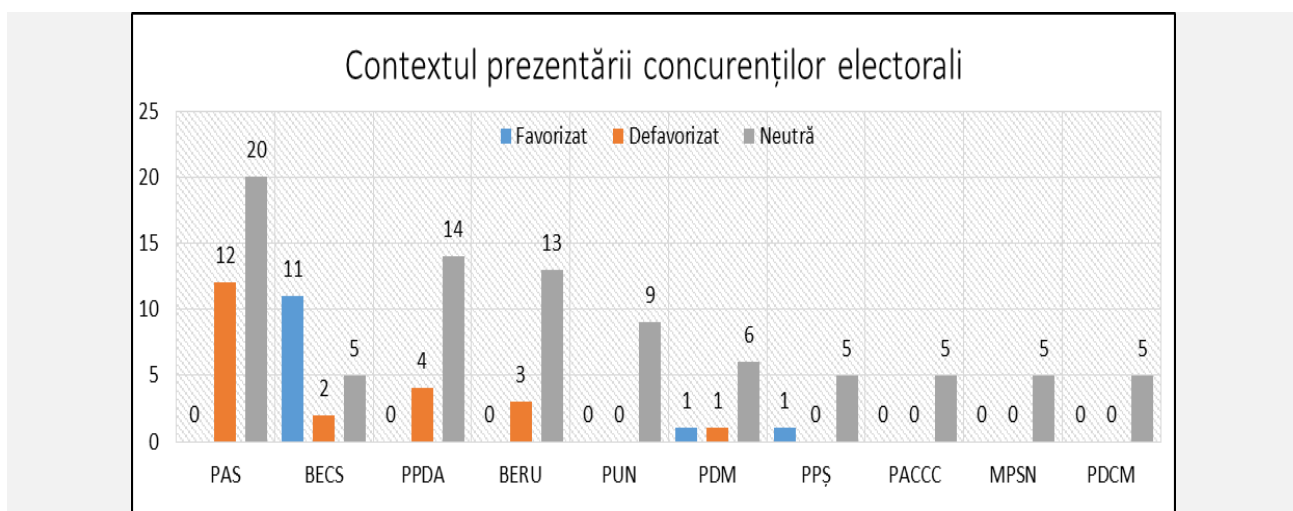
Sputnik.md a citat în total 17 categorii de surse, inclusiv 6 concurenți electorali. Partea leului i-a aparținut altor surse mass-media, citate de 20 de ori. Alte categorii au apărut mult mai rar în această calitate, și anume: experți/experte – de 5 ori, BECS, Președinția, PAS – de câte 4 ori, PDM – de 3 ori, PSRM, reprezentanți/representante ai/ale societății civile, poliția/armata, PPDA sau PDCM – de câte 2 ori.



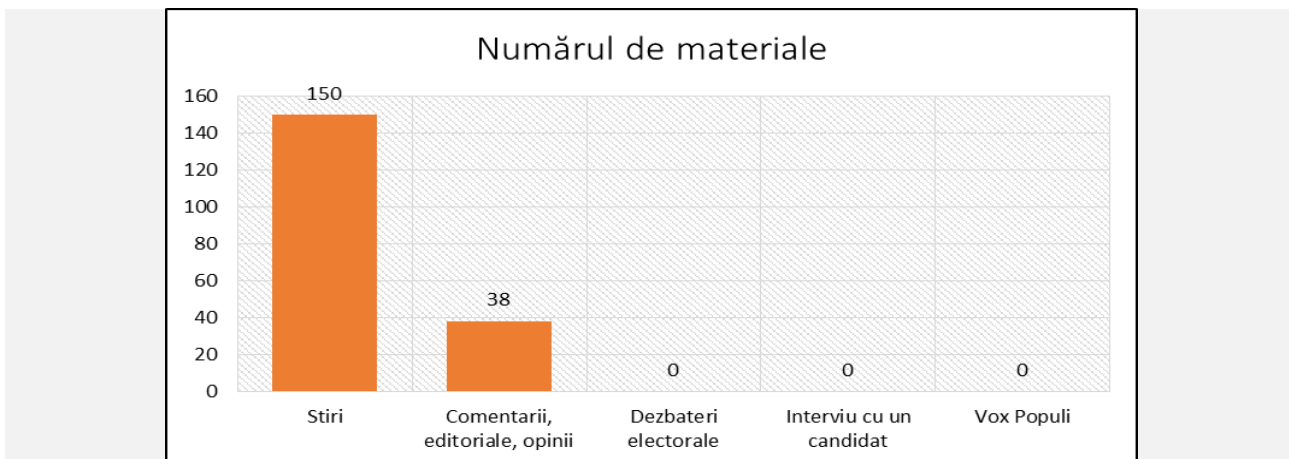
Cele mai multe surse, în context, au constituit-o bărbății (29 de cazuri sau peste 51% din totalul de 56), femeile au fost surse în 6 cazuri (peste 10% din total), genul celorlalte 21 de surse (peste 37%) nefiind specificat. Astfel, materialele publicate de **Sputnik.md** au fost dezechilibrate din punct de vedere al reprezentării genurilor.



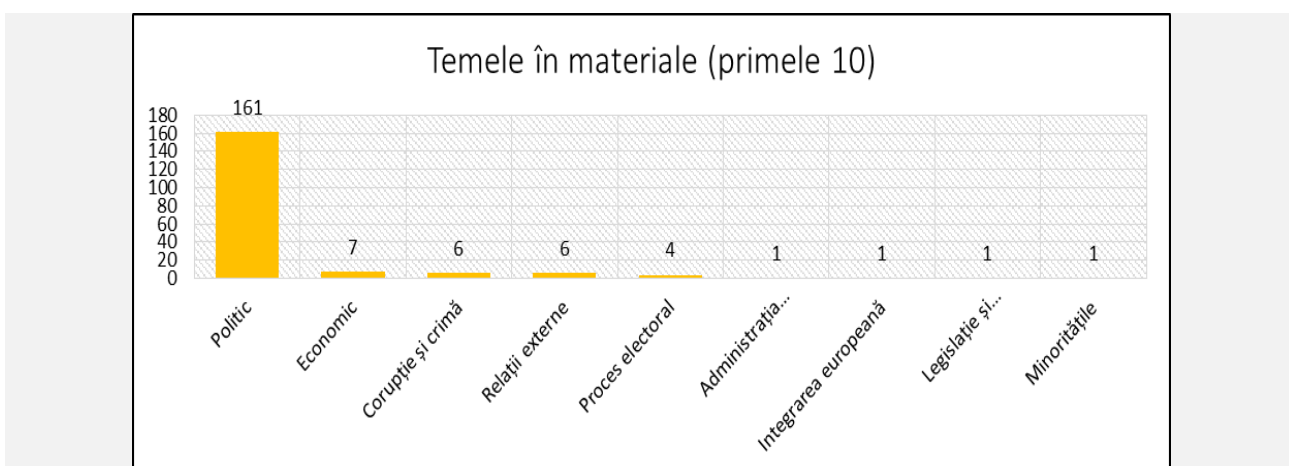
În perioada de raport, concurenții electorali au fost mediatizați de **Sputnik.md** atât neutru, cât și cu accente de favorizare și/sau defavorizare. Mai exact, PUN, PACCC, MPSN, PDCM, PDA, PACE, NOI, AUR, PVE și PPO au apărut doar în contexte neutre. Alți 7 concurenți au avut, pe lângă contextualizări neutre, și pozitive și/sau negative. În context, PAS a apărut cel mai des în contexte defavorizante (de 12 ori), iar BECS a fost cel mai des favorizat (de 11 ori versus 2 cazuri de poziționare mai degrabă defavorabilă). PPDA și BERU, la rândul lor au apărut de câte 4 și respectiv 3 ori în contexte defavorizante, PPȘ și PLD – câte o dată în contexte favorabile, iar PDM a fost câte o dată favorizat și defavorizat de contextul materialelor publicate de **Sputnik.md**.



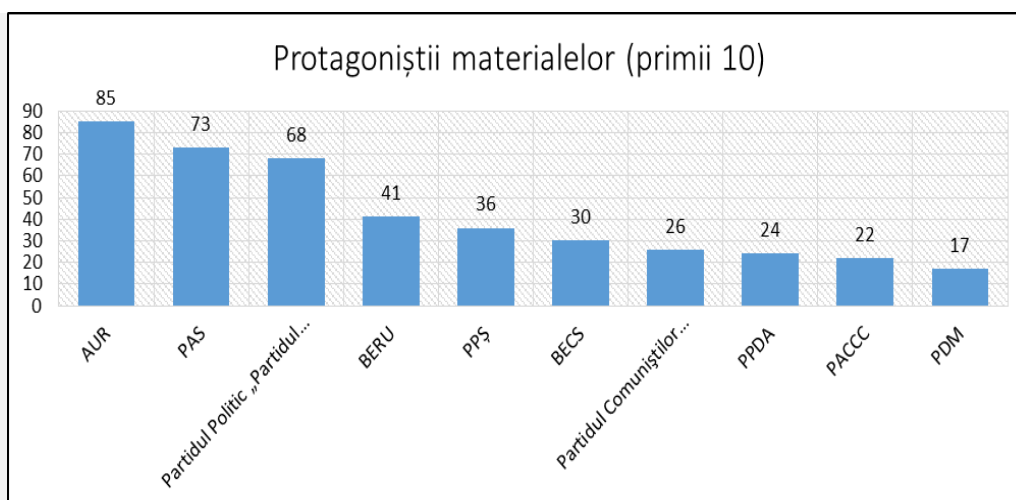
Timpul.md a publicat în perioada de raport 188 de materiale relevante prezentei monitorizării, inclusiv 150 de știri și 38 de articole de opinie. În 31 de cazuri textele au fost însoțite de video, iar în două cazuri – de înregistrări audio. Volumul total al materialelor relevante a constituit 573769 de semne (texte), 29651 de secunde sau circa 8 ore (video), și 155 de secunde, sau ceva mai mult de două minute de înregistrări audio.



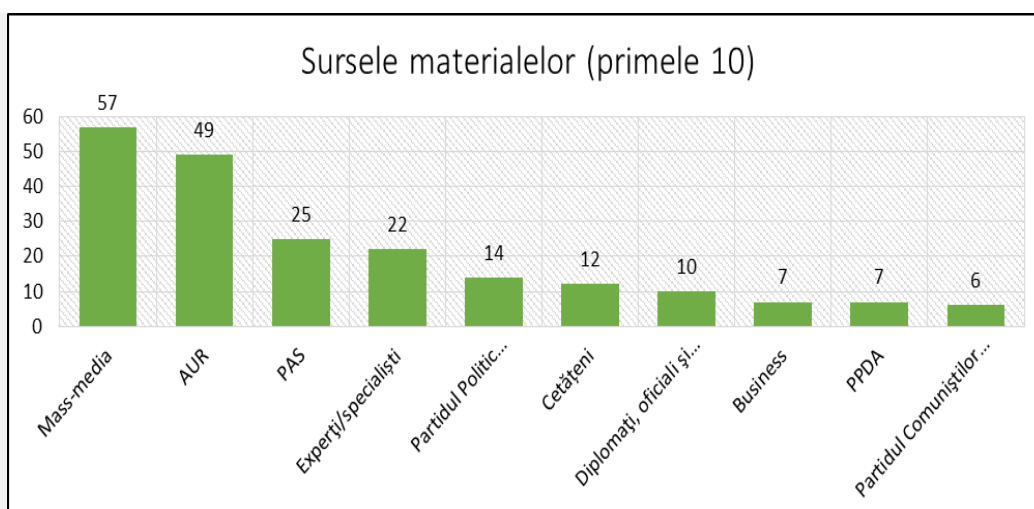
În perioada 1-10 iunie 2021, **Timpul.md** s-a remarcat prin promovarea clară a concurentului electoral AUR. A fost mediatizată lansarea în campania electorală a concurentului, opiniile și declarațiile liderilor Alianței vizavi de anumite situații etc., iar în comentarii, editoriale, concurentul electoral AUR a fost exclusiv lăudat, fiind criticați, în același timp, alți concurenți sau politicieni. De asemenea, s-au dat live-uri de la evenimentele AUR (nu și de la cele ale altor concurenți), s-a promovat apelul de susținere a AUR etc. De menționat că unele texte au fost reluate în fiecare zi, textul fiind identic. Au fost preluate și materiale video de la postul de televiziune 10TV în care este favorizat același concurent electoral. De asemenea, textele au apărut, în majoritatea cazurilor fără semnătură, fără indicarea surselor, s-au folosit etichete, opinii chiar în știri etc. Au mai fost folosite colaje foto care i-au prezentat în lumină defavorabilă pe liderii PAS, BECS sau ai Congresului Civic, și s-au dat chiar și bancuri electorale care au defavorizat aceste partide etc. Foarte puține materiale s-au mai referit, pe lângă domeniul politic, la economie, relații externe, procesul electoral per ansamblu (cu accent pe decizia CEC de a deschide același număr de secții de votare peste hotare și protestele de la CEC) sau procesul de integrare europeană a Republicii Moldova.



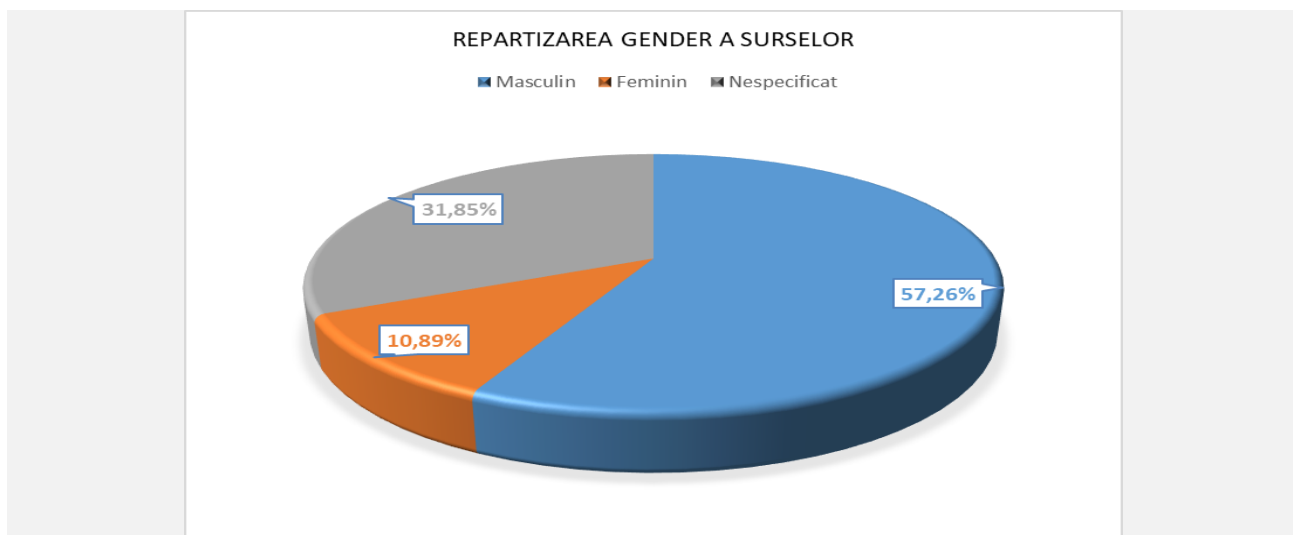
În materialele publicate în perioada monitorizată, **Timpul.md** a vizat 32 de categorii diferite de protagoniști, inclusiv 16 concurenți electorali. Astfel, AUR apare în această calitate cel mai des (de 85 de ori), urmat de PAS, cu 73 de apariții, PSRM – cu 68, BERU – cu 41, PPȘ – cu 36, BECS – cu 30, PCRM – cu 26, PPDA – cu 24, PACCC – cu 22 sau PDM cu 17.



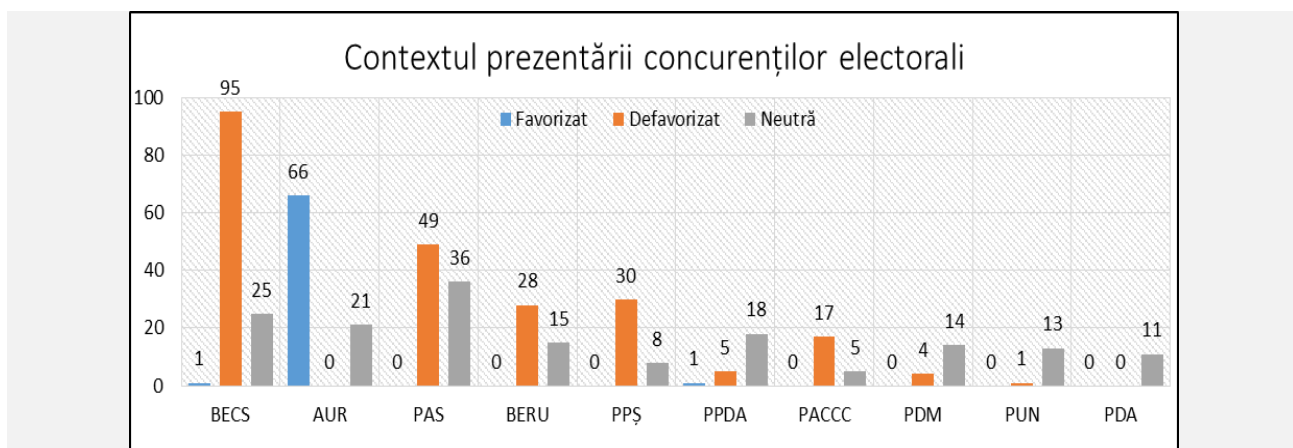
Din totalul de 25 de categorii de surse citate, cele mai multe au provenit din alte surse mass-media (57), urmate de reprezentanții/reprezentantele AUR (49), ai/ale PAS (25), de experți/experte (22), exponenții/exponentele PSRM (14), cetățeni/cetățene (12), diplomați/diplomate (10), reprezentanții/reprezentantele lumii afacerilor și ai PPDA (câte 7), sau ai PCR (6). Dintre concurenții electorali, 9 au avut calitatea de surse ale materialelor publicate de **Timpul.md**.



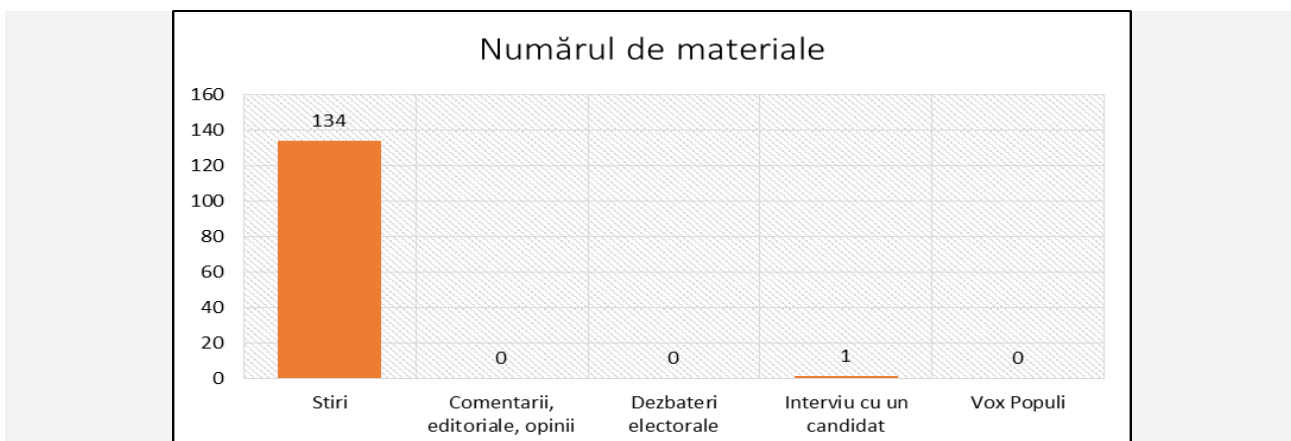
Cele 248 de surse citate s-au repartizat dezzechilibrat din punctul de vedere al genului, favorizând bărbații. Mai exact, din numărul total, 142 sau 57,26% le-au constituit sursele de genul masculin, în timp ce doar 27 sau 10,89% au fost femei. În alte 79 de cazuri (31,85%) genul sursei nu a fost specificat.



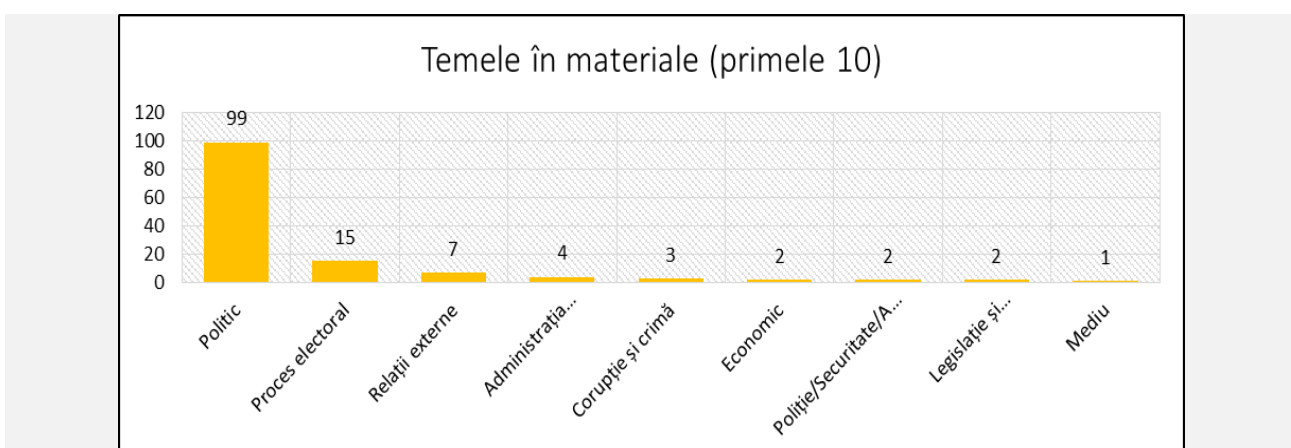
Comportamentul editorial al publicației **Timpul.md** în perioada 1-10 iunie 2021 a demonstrat tendențiozitate și a încălcat deontologia jurnalistică. Instituția media online a favorizat masiv și deschis candidatul electoral AUR, criticând și atacând alți concurenți, inclusiv prin mijloace neonestе (colaje foto), etichetări, jigniri și acuzații gratuite, fără ca opinia celor vizați să fie și ea publicată. Chiar dacă 4 concurenți au apărut în context exclusiv neutru (PDA, NOI, PRM și PPM), cele mai multe materiale relevante în context electoral au fost tendențioase, poziționând concurenții, pe lângă contextul neutru, și în context vădit pozitiv sau negativ. Astfel, alți 10 concurenți au fost defavorizați într-un număr important de materiale, cel mai mult și mai vehement fiind vizat BECS, cu 95 de defavorizări, urmat de PAS - cu 49, PPȘ - cu 30, BERU - cu 28, PACCC - cu 17, PPDA - cu 5, PDM - cu 4, PACE - cu 3, PUN și PDCM - cu câte o defavorizare. La polul opus, AUR a fost favorizat cel mai des (de 66 de ori), iar PS a fost plasat câte o dată atât în context mai degrabă pozitiv, cât și în unul mai curând negativ.



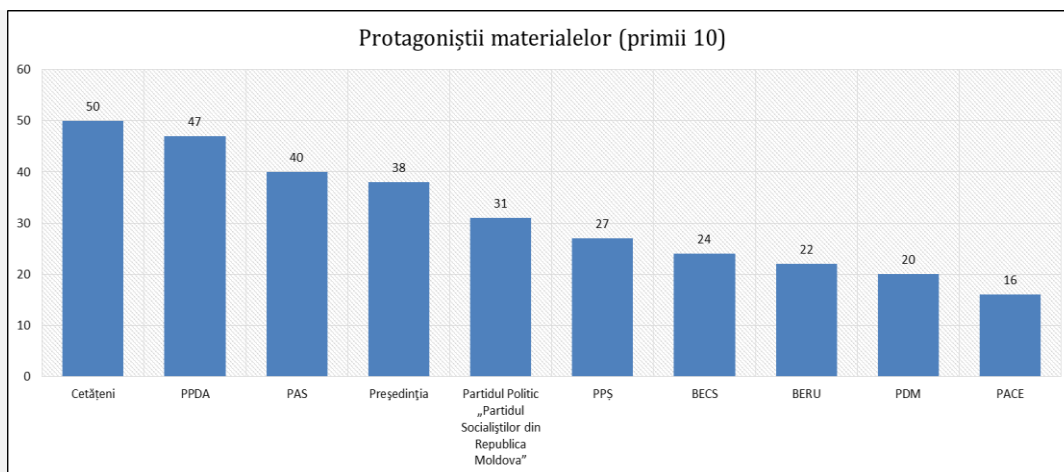
relevante a constituit 290939 de semne (pentru texte), și 133659 de secunde sau circa 37 de ore (pentru materialele video).



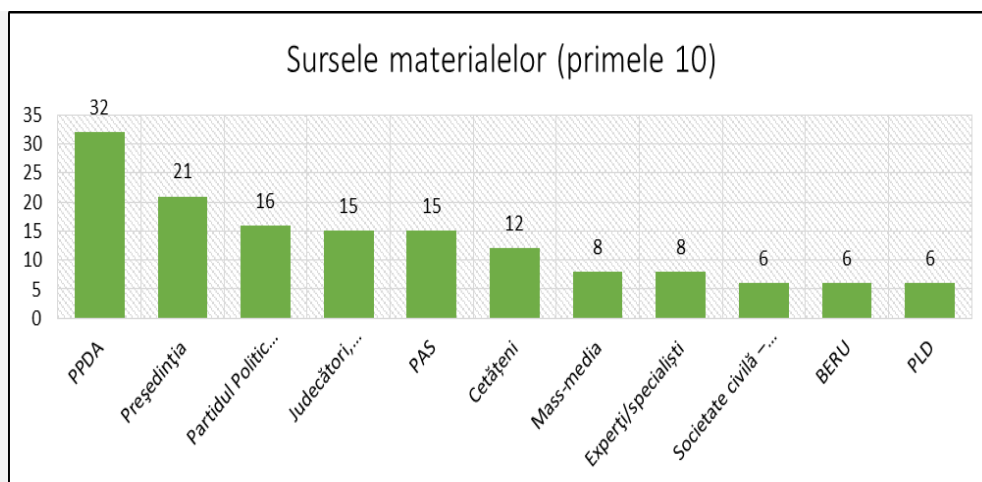
Cele mai multe materiale au vizat domeniul politic, și mult mai puțin procesul electoral per ansamblu, relațiile externe, economia, corupția sau problemele de mediu în context electoral. Publicația s-a referit la principalele evenimente electorale, prezentând lansarea în campanie a concurenților, textele fiind adesea însoțite de imagini video de la evenimente electorale.



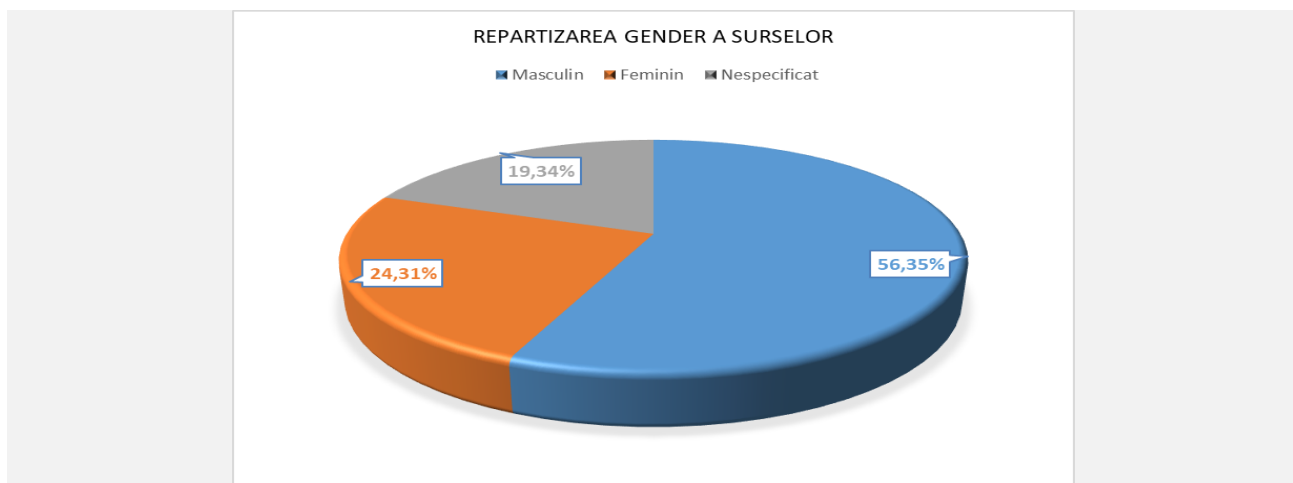
Materialele publicate de **Unimedia.info** au avut, în total, 43 de categorii de protagoniști/protagoniste, inclusiv 21 de concurenți electorali. Cetățenii și cetățenii au fost vizați/vizate cel mai des în această calitate (de 50 de ori), urmați/urmate de PPDA (de 47 de ori), PAS (de 40 de ori), sau reprezentanții/reprezentantele Președinției (de 38 de ori). În primele 10 categorii au mai intrat PSRM, cu 31 de apariții, PPȘ – cu 27, BECS – cu 24, BERU – cu 22, PDM – cu 20 și PACE – cu 16 astfel de apariții.



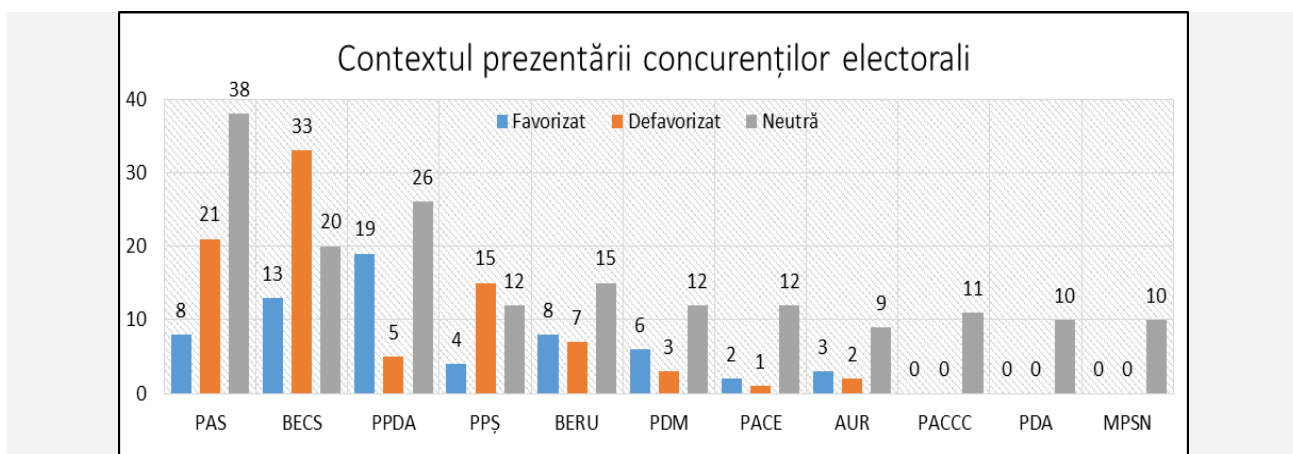
În același timp, 27 de categorii de surse au fost citate de **Unimedia.info** în materialele relevante prezentei monitorizări, inclusiv 12 concurenți electorali și grupul de inițiativă al unui potențial candidat independent. Reprezentanții/reprezentantele PPDA au fost, în context, citați/citate cel mai des (de 32 de ori), urmați/urmate de cei/cele ai/ale Președinției – de 21 de ori, și ai/ale PSRM, cu 16 citări. Judecătorii/judecătorele sau avocații/avocatele au avut calitatea de surse de 15 ori, ca și exponenții/exponentele PAS. Cetățenii și cetățenele, la rândul lor, vizați/vizate cel mai des în materialele **Unimedia.info**, au fost citați/citate de doar 12 ori. De asemenea, alte surse mass-media și experții/expertele s-au regăsit în lista primelor 10 cele mai citate surse de câte 8 ori, iar societatea civilă, BERU și PLD – de câte 6 ori.



Din totalul de 181 de surse citate, 102 (sau peste 56%) au fost bărbați, femeile fiind citate de 2 ori mai puțin (44 de surse sau puțin peste 24%), iar în 35 de cazuri (19, 34%) genul sursei nu a fost specificat. Astfel, dezechilibrul de gen a fost în favoarea bărbaților.



În perioada 1 -10 iunie 2021, concurenții electorali PACCC, PDA, MPSN, PS, PVE, PRM și PPM au apărut doar în context neutru în materialele **Unimedia.info**. Ceilalți concurenți au fost mediatizați atât în manieră neutră, cât și pozitivă și/sau negativă. Contextualizarea favorizare/defavorizare a arătat astfel: PAS – 8/21 de cazuri, BECS – 13/33, PPDA – 19/5, PPȘ – 4/15, BER – 8/7, PDM – 6/3, PACE – 2/1, AUR – 3/2. La fel, PUN, PLD și PPO au apărut de câte o dată, patru și respectiv două ori în contexte mai curând favorabile, iar PDCM – de două ori, POM și NOI – câte o dată în context mai curând defavorizant. Câteva materiale (de exemplu, interviul cu Andrei Năstase, interviul cu Alexandru Jizdan și cu Monica Babuc, preluate de la alte surse media etc.), se pretează la categoria publicitate electorală, dar nu este marcată astfel, și apar în fluxul general de știri, și nu la rubrica *Analize și comunicate*, de exemplu, unde sunt publicate materiale plătite. Această confuzie induce în eroare și formează o imagine dezzechilibrată despre concurenții electorali.



2.3. Concluzii generale:

- În perioada 1 -10 iunie 2021, cele 10 publicații online monitorizate au mediatizat evenimentele electorale preponderent prin intermediul știrilor.
- **Noi.md** și **Timpul.md** au publicat cel mai mare număr de materiale (identice) relevante pentru contextul electoral, iar **Gagauzinfo.md** – cel mai mic număr.
- Cea mai mare parte a materialelor au fost publicate sub formă de text, dar au fost și materiale video și audio, într-o proporție mai mică.
- Cele mai multe materiale relevante s-au referit la domeniul politic, procesul electoral per ansamblu fiind mediatizat de 5 ori mai puțin.
- Toți concurenții înregistrați în cursa electorală, dar și potențialii concurenți au fost vizați în materialele jurnalistice ale celor 10 publicații, dar în proporții diferite.
- Cel mai des în calitate de protagonist a concurentul electoral PAS.
- Alte surse mass-media au fost citate, cumulat, cel mai des de către cele 10 publicații online.
- Materialele publicate de toate cele 10 instituții media monitorizate au fost disproporționate din punct de vedere al genului, în favoarea bărbaților, aceștia fiind citați de peste trei ori mai des decât femeile.
- Concurentul electoral BECS a fost cel mai des plasat într-un context pozitiv care l-a favorizat.
- Concurentul electoral PAS a fost cel mai des plasat într-un context negativ care l-a defavorizat.
- **Actualitati.md** și **Kp.md** au avut în perioada de raport un comportament editorial asemănător, fiind atestată o promovare a concurentului BECS și a exponenților PSRM. În același timp, ambele publicații au plasat PAS, dar și pe președinta Republicii Moldova Maia Sandu, în contexte defavorizante în materialele publicate. În cazurile acuzațiilor, insinuărilor etc., replica celor vizați/vizate a lipsit.
- **Noi.md**, **Sputnik.md**, deși au acoperit un spectru mai larg al evenimentelor cu un caracter electoral, au manifestat mai multă simpatie pentru concurentul electoral BECS, dar și o atitudine critică și defavorizantă în raport cu PAS.
- **Gagauzinfo.md** a acordat puțină atenție subiectelor electorale. Deși o tendință clară de favorizare sau defavorizare a concurenților electorali nu a fost conturată, în cazul PAS s-a atestat o ușoară defavorizare, iar concurenți ca PPȘ, PPDA sau BECS au apărut mai mult în contexte care i-au favorizat.
- **Unimedia.info** a prezentat, numeric, PAS mai des neutru, dar și în context care l-a defavorizat; BECS - în context defavorizant și neutru, iar PPDA a beneficiat de cele mai multe articole favorizante în comparație cu alți concurenți. Câteva materiale se pretează la categoria publicitate electorală, dar nu este marcată astfel, și au apărut în fluxul general de știri.
- **Agora.md** și **Newsmaker.md** au avut, per ansamblu, o politică editorială relativ echilibrată în ceea ce privește mediatizarea subiectelor cu un caracter electoral direct sau indirect. Textele materialelor au fost în majoritatea cazurilor echidistante, dar imaginile video anexate în mai multe cazuri au conținut elemente de favorizare sau defavorizare a anumitor concurenți electorali.
- **Realitatea.md** a mediatizat relativ echilibrat evenimentele electorale, anumite imagini video fiind favorabile sau defavorabile anumitor concurenți electorali. De asemenea, au fost atestate câteva cazuri de texte cu un conținut publicitar, care însă nu a fost marcat corespunzător.

- **Timpul.md** a avut o politică editorială tendențioasă, evenimentele electorale și concurenții fiind prezentate/prezențați selectiv și cu o atitudine lipsită de echidistanță jurnalistică. Publicația a susținut deschis și a favorizat masiv concurentul electoral AUR, manifestând un comportament ostil față de alți concurenți.

2.4. Recomandări pentru publicațiile online monitorizate:

Actualitati.md și Kp.md:

- Pentru o informare corectă și pluralistă a publicului, este recomandabil ca publicațiile să țină cont de normele deontologice ale meseriei de jurnalist/jurnalistă, prezentând faptele în manieră echidistantă, inclusiv toate părțile vizate și opiniile lor vis-à-vis de faptele relatate. Codul deontologic al jurnalistului din Republica Moldova stipulează, printre altele că *„Jurnalistul trebuie să facă o distincție clară între fapte și opinii și să nu prezinte opiniile drept fapte”*. Același document mai precizează că *„Jurnalistul își exprimă opinia în mod onest și etic, fără a denatura deliberat fapte sau date”*.
- De asemenea, având în vedere rolul presei de a contribui la coeziunea, și nu la dezbinarea societății, este recomandabil ca publicațiile să se abțină de la propagarea unilaterală, subiectivă și tendențioasă a unor mesaje care pot forma o imagine incompletă a realității pentru public. Codul deontologic spune că *„Jurnalistul trebuie să obțină și să prezinte opinia tuturor părților relevante pentru subiect. Jurnalistul trebuie să demonstreze pluralitatea de opinii, chiar dacă nu este de acord cu acestea”*.

Noi.md, Sputnik.md:

- Pentru a răspunde cât mai mult și mai bine misiunii presei de a informa pluralist și cu bună – credință publicul, ar fi recomandabil ca jurnaliștii/jurnalistele să atragă o atenție mai mare principalelor reguli ale jurnalismului de informare, separând faptele de opinii în știri, și formulând cu acuratețe mesajele. Codul deontologic al jurnalistului stipulează că *„Jurnalistul pune titluri care corespund conținutului materialului jurnalistic și le evită pe cele care induc publicul în eroare”*.
- De asemenea, ținând cont de locul și rolul opiniilor exprimate în raport cu subiectele electorale, de interes public, este bine ca jurnalistul/jurnalista să își *„exprime opiniile pe o bază factuală pornind de la informații pe care, cu bună credință, le consideră adevărate și care, la necesitate, pot fi verificate”*.

Gagauzinfo.md:

- Având în vedere statutul de publicație regională, foarte necesară pentru informarea adecvată a publicului din sudul țării, ar fi recomandabil ca instituția să atragă o atenție mai mare subiectelor electorale, prezentând beneficiarului/beneficiarei de informație mai multe detalii cu privire la campania electorală, concurenți, evenimente relevante etc., astfel încât populația să-și poată crea o opinie despre toți concurenții înscriși în competiția electorală.
- În același timp, o diversificare a informației, prin detașarea de activitățile (doar) ale autorităților regionale și focalizarea pe oameni și interesul lor (dar și dreptul) de a fi informați echidistant, corect și pluralist despre evenimentele de interes public, inclusiv despre campania electorală pentru alegerile parlamentare anticipate, ar fi necesară.

Unimedia.info:

- Pentru o informare adecvată a publicului, este recomandabilă o mai multă acuratețe în prezentarea faptelor și a opiniilor cu referire la subiectele electorale. Potrivit Codului deontologic al jurnalistului: *„Jurnalistul ignoră informația dacă, în urma verificării faptelor, aceasta se dovedește a fi falsă, manipulative sau irelevantă pentru tema abordată”*.
- Tot acuratețe se cere și în ceea ce privește materialele care au elemente pronunțate de publicitate electorală, dar nu sunt incluse la rubrica destinată acestui tip de materiale. Același Cod deontologic stipulează faptul că *„Este obligatorie separarea clară a produselor jurnalistice de publicitatea comercială, de subiectele realizate în scop publicitar, de publicitatea politică (electorală). Publicitatea comercială, subiectele realizate în scop publicitar, publicitatea politică (electorală) trebuie marcate distinct și prezentate astfel încât să nu poată fi confundate cu produsele jurnalistice”*.

Agora.md și Newsmaker.md:

- Chiar dacă elementele multimedia sunt importante și pot aduce o valoare adăugată materialelor jurnalistice, este bine ca să se atragă mai multă atenție imaginilor video preluate de pe paginile partidelor politice, ale concurenților electorali sau ale politicienilor/politicienelor. Adesea în aceste imagini sunt aduse acuzații sau sunt prezente etichetări etc., favorizând sau defavorizând astfel anumiți concurenți. Dacă redacția nu analizează aceste imagini, și nu prezintă, de exemplu, replicile celor vizați/vizate, atacați/atacate etc., ea încalcă normele deontologice de prezentare corectă, echidistantă a informațiilor.
- La fel, ar fi recomandabilă o prezență mai mare a cetățenilor/cetățenelor în materialele jurnalistice referitoare la campania electorală.

Realitatea.md:

- Recomandarea cu privire la imaginile video este valabilă și aici.
- Nu mai puțin importantă este necesitatea de a prezenta diferențiat clar conținutul jurnalistic de cel publicitar. Codul deontologic amintește că *„Este interzisă informația publicitară mascată, prezentarea informației publicitare fără marcaj sau prezentarea acesteia drept produs jurnalistic”*.

Timpul.md:

- Redacția este îndemnată să respecte normele deontologice ale jurnalismului, asigurând o informare echilibrată și pluralistă a publicului cu referire la subiectele electorale. Abținerea de la promovarea agresivă a unui candidat, și prezentarea cu bună-credință a tuturor evenimentelor electorale relevante ar contribui la o informare diversă a publicului. Potrivit Codului deontologic al jurnalistului: *„Activitatea profesională a jurnalistului este incompatibilă cu diseminarea mesajelor interzise de lege (discursul instigator la ură, la homofobie, la antisemitism, la discriminare etc.), precum și cu activitatea de propagandă politică, religioasă și de agitație electorală”*.
- Nu în ultimul rând, ar fi recomandabilă o separare mai clară dintre fapte și opinii. Același Cod deontologic detaliază că: *„Materialele de opinie și cele factive trebuie delimitate astfel, încât oricine să poată face ușor distincția corespunzătoare între ele”*.