

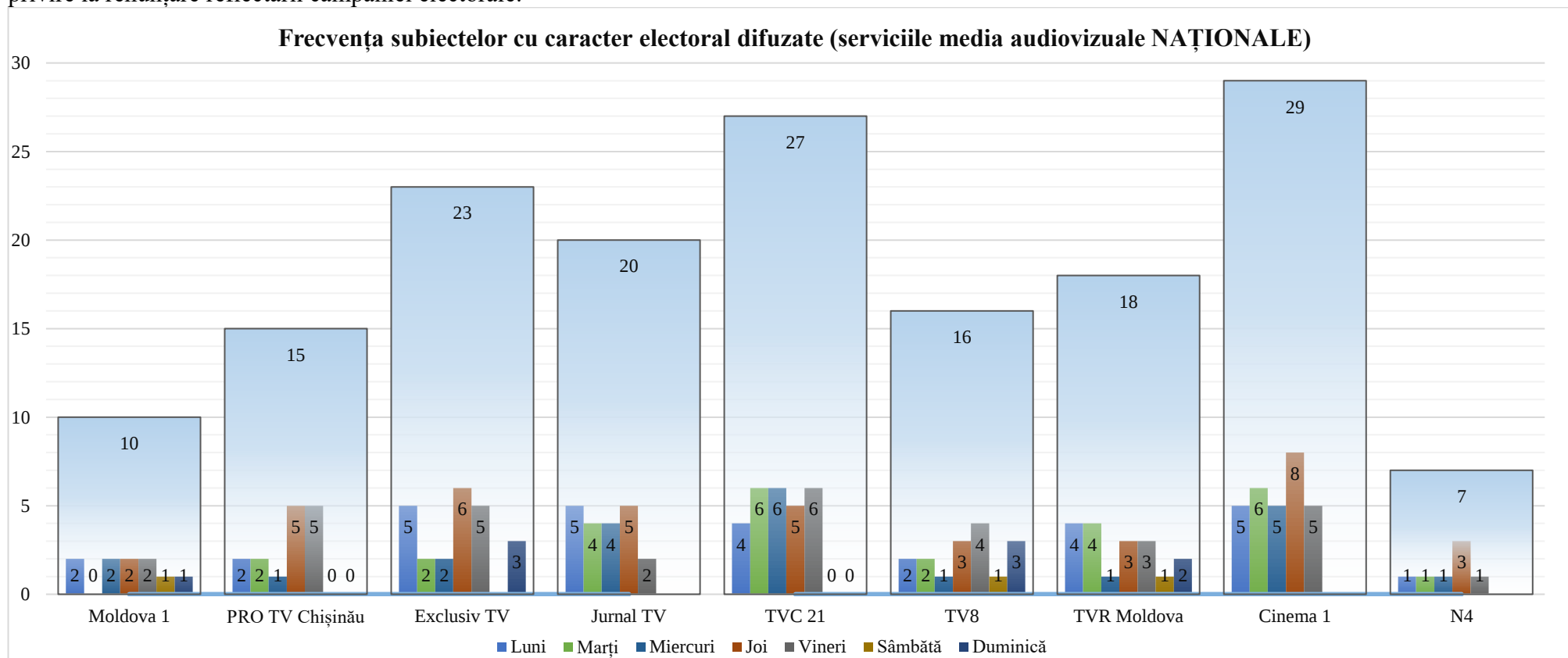
SINTEZA PRIVIND MODUL DE REFLECTARE A ALEGERILOR PREZIDENȚIALE ȘI A REFERENDUMULUI REPUBLICAN CONSTITUȚIONAL DIN 20 OCTOMBRIE 2024

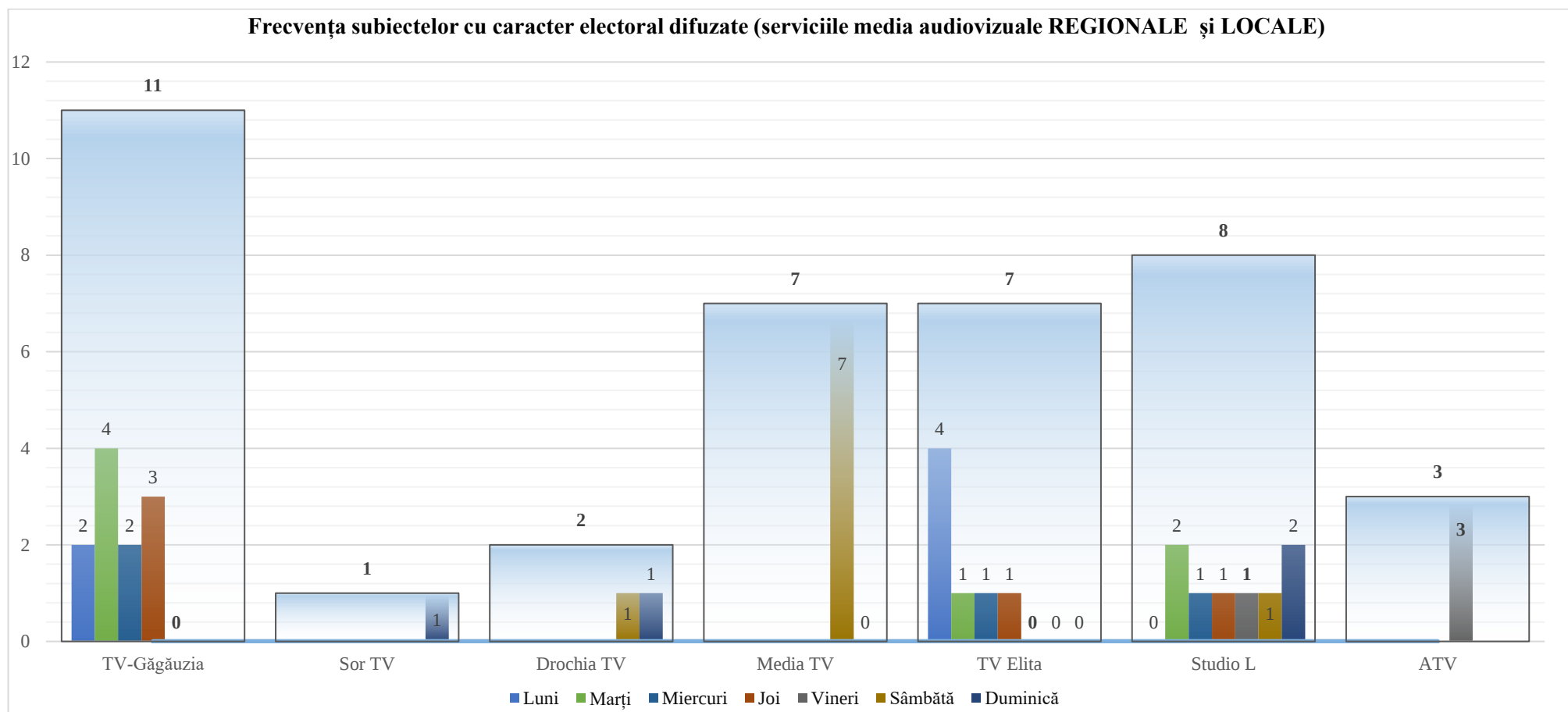
I. Programele de știri și actualități

1. Reflectarea campaniei electorale

În perioada 30 septembrie – 06 octombrie 2024, au fost supuse controlului 19 servicii media audiovizuale (în continuare – *SMA*), care au difuzat, în programele de știri și actualități, **204** subiecte cu caracter electoral, cu 166 de subiecte mai puțin decât în perioada anterioară, sau de 1,8 ori mai puține subiecte difuzate. Totodată este de menționat că, perioada actuală de monitorizare a fost mai scurtă (7 zile față de 10 zile). Volumul total alocat materialelor electorale difuzate de SMA monitorizate a fost de **07 ore 44 minute 31 secunde**, ceea ce constituie aproximativ **11 %** din durata totală a buletinelor informative difuzate. În perioada anterioară, volumul total de timp alocat subiectelor electorale a constituit 11 ore 00 minute 29 secunde.

Este de menționat că, „R Live TV” și „Canal Regional” au declarat că nu vor difuza programe de știri și actualități. Ca urmare a controlului, s-a atestat că aceste 2 SMA nu au avut buletine informative. Cu referire la „Axial TV” este de menționat că, la 04 octombrie 2024, SMA a depus la CA o notificarea cu privire la renunțare reflectării campaniei electorale.





Toate SMA au difuzat subiecte cu caracter electoral în perioada de raport. Excepție este „Axial TV” care nu a difuzat buletine informative.

Cele mai multe materiale electorale au fost difuzate de „Cinema 1” – 29 de subiecte (14,2 %), urmat de „TVC 21” cu 27 de subiecte (13,2 %). Cele mai puține subiecte electorale au fost difuzate de „ATV” – 3 subiecte (1,5 %), „Drochia TV” – 2 subiecte (1 %) și „SOR-TV” – 1 subiect (0,5 %).

Cel mai mare spațiu subiectelor cu caracter electoral a fost alocat de „Exclusiv TV” – **01 oră 12 min. 09 sec.**, ceea ce reprezintă o pondere de **15,5 %** din durata totală a subiectelor electorale difuzate de toate SMA supuse controlului. În perioada anterioară, „PRO TV Chișinău” a acordat cel mai mare spațiu subiectelor cu caracter electorale, 1 oră 24 minute și 29 secunde.

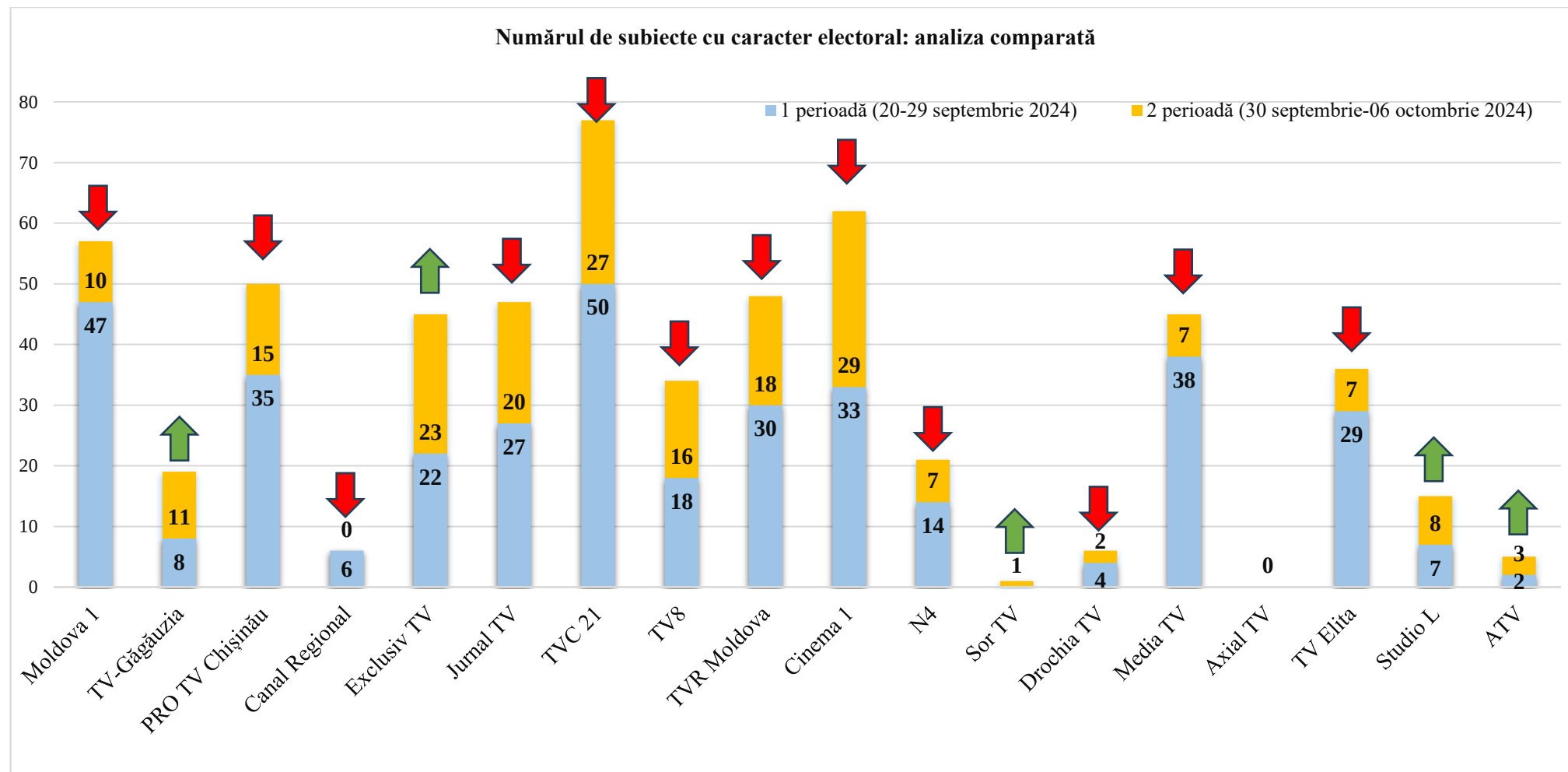
7 SMA au avut o repartitie uniformă a subiectelor electorale difuzate în fiecare zi a săptămânii, acestea fiind următoarele: „Moldova 1”, „Exclusiv TV”, „Jurnal TV”, „TV8”, „TVR Moldova”, „Cinema 1” și „N4”.

9 SMA au repartizat neuniform știrile electorale. Acestea sunt: „TV-Găgăuzia”, „PRO TV Chișinău”, „TVC 21”, „SOR-TV”, „Drochia TV”, „Media TV”, „TV Elita”, „Studio-L” și „ATV”.

2 SMA - „TV8”, „TVR Moldova”, au difuzat subiecte cu caracter electoral în toate cele 7 zile monitorizate.

3 SMA au difuzat știri electorale în 6 zile. Acestea sunt: „Moldova 1”, „Exclusiv TV” și „Studio-L”.

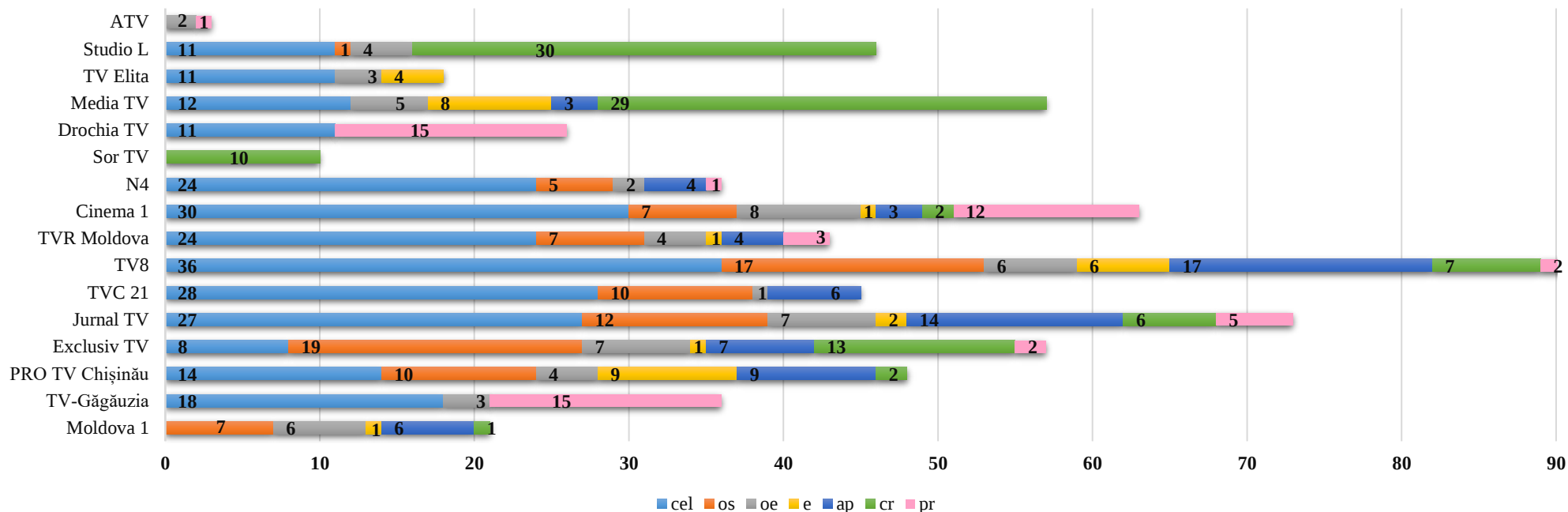
5 SMA au reflectat campania difuzând știri cu caracter electoral în 5 zile. Acestea sunt: „PRO TV Chișinău”, „Jurnal TV”, „TVC 21”, „Cinema 1” și „N4”.
 2 SMA – „TV-Găgăuzia” și „TV Elita” au prezentat materiale electorale în 4 zile.
 1 SMA, și anume „Drochia TV” a reflectat campanie electorală în 2 zile.
 3 SMA, inclusiv „SOR-TV”, „Media TV” și „ATV” au informat publicul difuzând subiecte electorale într-o singură zi.
 În perioada 30 septembrie – 04 octombrie, „Axial TV” nu a difuzat buletine informative, situație atestată și în perioada anterioară.



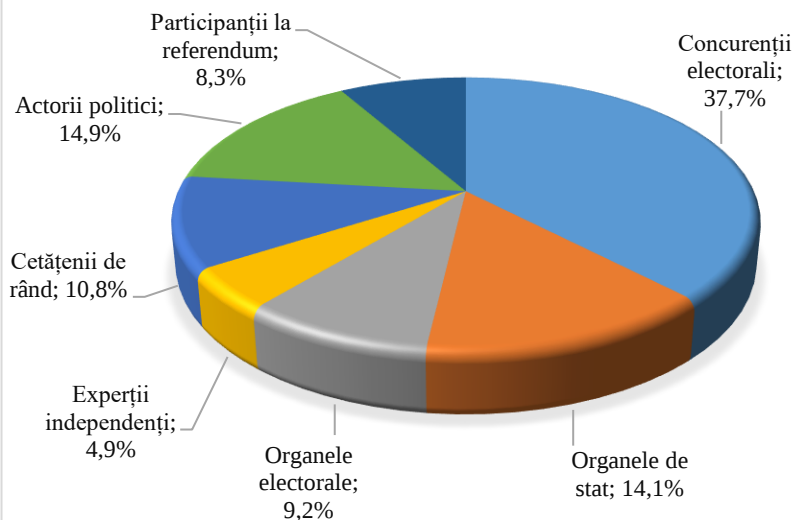
Analiza comparată a numărului de subiecte cu caracter electoral difuzate în cele 2 perioade de monitorizare, ne indică faptul că în cazul a 12 SMA s-a evidențiat o tendință de scădere a numărului de știri și reportaje cu tematică electorală, în timp ce la alte 5 SMA s-a observat o creștere a acestora.

2. Prezența protagoniștilor în subiectele cu caracter electoral

Categorii de protagoniști: frecvența apariției



REFLECTAREA PROTAGONIȘTILOR



Protagoniștii cu cele mai multe prezențe în subiectele cu caracter electoral au fost concurenții electorali – 37,7 %, urmași de actorii politici – 14,9 %. Cele mai puține apariții le-au revenit participanților la referendum – 8,3% și experților – 4,9%. În perioada anterioară, concurenții electorali au avut o pondere de 40,6 %, iar participanții la referendum – de 5,5 %.

4 SMA au asigurat într-o anumită măsură pluralismul și diversitatea opiniilor în știri, mediatizând toate cele 7 categorii de protagoniști. Acestea sunt: „Exclusiv TV”, „Jurnal TV”, „TV8” și „Cinema 1”.

1 SMA, și anume „TVR Moldova”, a reflectat 6 categorii de protagoniști.

În cazul a 3 SMA - „Moldova 1”, „N4” și „Media TV” s-a constatat prezența a 5 categorii de protagoniști în buletinele informative.

4 categorii de protagoniști au fost prezenți în știrile difuzate de „TVC 21” și „Studio-L”, iar „TV-Găgăuzia” și „TV Elita” au asigurat prezența a 3 categorii de protagoniști.

La polul opus se află 2 SMA care au asigurat prezența a 2 categorii de protagoniști, și anume „Drochia TV” (concurenții electorali și participanții la referendum) și „ATV” (organele electorale și participanții la referendum).

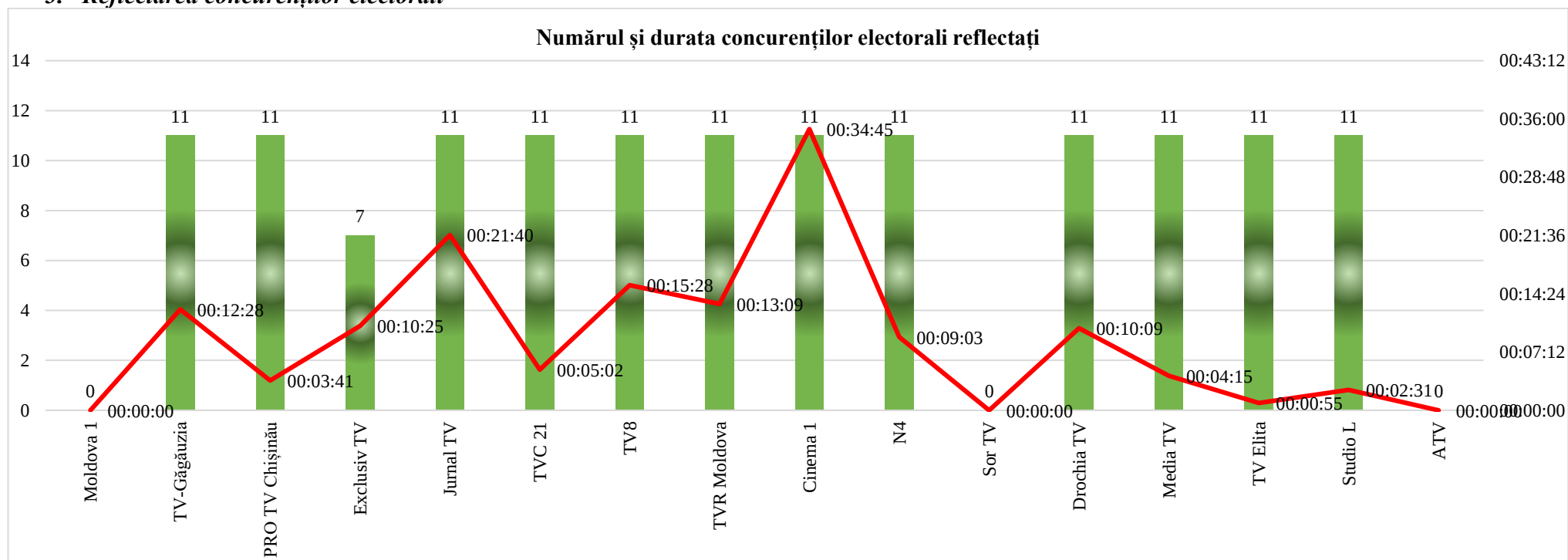
Cele mai multe mențiuni ale concurenților electorali au fost prezentate de „TV8” (36 de apariții), urmat de „Cinema 1” (30 de apariții), iar cele mai puține apariții ale concurenților electorali s-au atestat la „Exclusiv TV” (8 apariții).

3 SMA, inclusiv „Moldova 1”, „SOR-TV” și „ATV” nu au avut ca protagoniști concurenții electorali.

Participanții la referendum au acumulat cele mai multe prezențe la „TV-Găgăuzia” și „Drochia TV”, fiecare SMA cu câte 15 apariții, iar cele mai puține apariții au fost înregistrate la „N4” și „ATV” – fiecare cu câte 1 apariție a participanților la referendum în știri.

7 SMA nu au avut ca protagoniști participanții la referendum. Aceste SMA sunt: „Moldova 1”, „PRO TV Chișinău”, „TVC 21”, „Media TV”, „TV Elita” și „Studio-L”.

3. Reflectarea concurenților electorali



12 SMA au reflectat toți cei 11 concurenții electorali înscriși în cursa electorală. Aceste SMA sunt: „TV-Găgăuzia”, „PRO TV Chișinău”, „Jurnal TV”, „TVC 21”, „TV8”, „TVR Moldova”, „Cinema 1”, „N4”, „Drochia TV”, „Media TV”, „TV Elita” și „Studio-L”. „Exclusiv TV” a reflectat activitatea a 7 concurenți electorali, iar 3 SMA - „Moldova 1”, „SOR-TV” și „ARV” nu au mediatizat niciun concurent electoral.

Toate SMA au reflectat activitățile de campanie ale concurenților electorali, cu prezența directă sau indirectă a acestora, cu excepția „TV Elita” care doar a menționat concurenții electorali.

Ca durată, „Cinema 1” a alocat cel mai mult timp de reflectare a concurenților electorali - 34 minute 45 secunde, urmat de „Jurnal TV” – cu 21 minute 40 secunde, iar cel mai puțin timp a fost acordat de „TV Elita” – aproximativ 1 minut. În perioada anterioară, „PRO TV Chișinău” a fost cel care a alocat cel mai mare spațiu concurenților electorali – 35 minute 00 secunde, iar în perioada actuală, „PRO TV Chișinău” a alocat 03 minute 41 secunde, aproximativ de 10 ori mai puțin.

Frecvența aparițiilor concurenților electorali în perioada 30 septembrie – 06 octombrie 2024

Concurenti electorali	Moldova 1	TV- Găgăuzia	PRO TV Chișinău	Exclusiv TV	Jurnal TV	TVC 21	TV8	TVR Moldova	Cinema 1	N4	Sor TV	Drochia TV	Media TV	TV Elita	Studio L	ATV
A. Stoianoglo	-	1	1	1	2	3	5	3	2	3	-	1	1	1	1	-
M. Sandu	-	1	2	1	2	6	4	3	5	2	-	1	1	1	1	-
R. Usatîi	-	1	1	-	2	1	4	2	2	1	-	1	1	1	1	-
V. Tarlev	-	1	1	1	4	3	2	3	2	2	-	1	2	1	1	-
I. Vlah	-	2	1	1	2	1	4	3	3	2	-	1	1	1	1	-
I. Chicu	-	2	2	-	2	1	2	2	2	2	-	1	1	1	1	-
A. Năstase	-	2	1	-	2	3	2	2	3	3	-	1	1	1	1	-
O. Țicu	-	2	1	1	2	3	3	1	3	2	-	1	1	1	1	-
V. Furtună	-	2	2	2	5	3	5	2	2	2	-	1	1	1	1	-
T. Ulianovschi	-	2	1	1	2	3	3	2	3	1	-	1	1	1	1	-
N. Morari	-	2	1	-	2	1	2	1	3	4	-	1	1	1	1	-

Cu referire la prezența concurenților electorali în calitate de protagoniști în știri este de menționat că, concurenții electorali au acumulat în total **254** de prezențe în cadrul subiectelor cu caracter electoral difuzate în buletinele informative de SMA supuse controlului, cu 244 mai puține prezențe decât în perioada anterioară. Ca frecvență, cei mai reflectați concurenți electorali în perioada de raport a fost M. Sandu – cu 11,8% și V. Furtună – cu 11,4 %, fiind urmate de A. Stoianoglo – 9,8 %. Cel mai puțin a fost reflectat R. Usatîi – cu 7,1 %.

Cu referire la durata reflectării concurenților electorali în cadrul programelor informative, aceasta a fost repartizată pe SMA după cum urmează în tabelul de mai jos:

Durata totală a reflectării concurenților electorali în perioada 30 septembrie – 06 octombrie 2024, [oră:minute:secunde]

Concurenți electorali	Moldova 1	TV-Găgăuzia	PRO TV Chișinău	Exclusiv TV	Jurnal TV	TVC 21	TV8	TVR Moldova	Cinema 1	N4	Sor TV	Drochia TV	Media TV	TV Elita	Studio L	ATV
A. Stoianoglo	-	0:00:05	0:00:15	0:01:42	0:01:25	0:00:32	0:04:23	0:01:54	0:03:43	0:01:14	-	0:00:53	0:00:45	0:00:05	0:00:16	-
M. Sandu	-	0:00:05	0:00:30	0:01:18	0:01:34	0:01:02	0:01:16	0:01:28	0:09:37	0:00:42	-	0:01:07	0:01:05	0:00:05	0:00:13	-
R. Usatîi	-	0:00:05	0:00:33	-	0:01:00	0:00:05	0:01:08	0:00:43	0:01:47	0:00:05	-	0:00:48	0:00:25	0:00:05	0:00:12	-
V. Tarlev	-	0:00:05	0:00:20	0:01:14	0:02:27	0:00:57	0:00:15	0:00:51	0:01:52	0:00:27	-	0:01:11	0:00:25	0:00:05	0:00:14	-
I. Vlah	-	0:01:47	0:00:08	0:01:57	0:02:31	0:00:05	0:02:18	0:01:34	0:02:39	0:00:41	-	0:01:13	0:00:25	0:00:05	0:00:19	-
I. Chicu	-	0:01:47	0:00:20	-	0:00:57	0:00:05	0:00:10	0:00:54	0:01:29	0:00:57	-	0:00:53	0:00:10	0:00:05	0:00:16	-
A. Năstase	-	0:01:44	0:00:14	-	0:01:06	0:00:33	0:00:10	0:01:29	0:03:29	0:01:54	-	0:00:55	0:00:05	0:00:05	0:00:12	-
O. Țicu	-	0:01:42	0:00:15	0:01:30	0:02:57	0:00:31	0:00:48	0:00:35	0:03:11	0:00:32	-	0:00:58	0:00:20	0:00:05	0:00:11	-
V. Furtună	-	0:01:40	0:00:30	0:00:39	0:04:08	0:00:32	0:04:00	0:01:47	0:01:05	0:00:54	-	0:00:45	0:00:15	0:00:05	0:00:12	-
T. Ulianovschi	-	0:01:45	0:00:21	0:02:05	0:02:37	0:00:35	0:00:50	0:01:26	0:02:56	0:00:05	-	0:00:37	0:00:10	0:00:05	0:00:13	-
N. Morari	-	0:01:43	0:00:15	-	0:00:58	0:00:05	0:00:10	0:00:28	0:02:57	0:01:32	-	0:00:49	0:00:10	0:00:05	0:00:13	-

În fapt, în perioada de control, volumul total de timp oferit celor 11 concurenți electorali înscrși în cursa pentru alegerile prezidențiale din 20 octombrie 2024 a fost de **02 ore 23 minute 31 secunde**, ceea ce reprezintă o pondere de **30,9 %**, din durata totală a subiectelor cu caracter electoral difuzate. În perioada anterioară, volumul de timp oferit concurenților electorali a fost de 03 ore 26 minute și 08 secunde, sau 31,2 %.

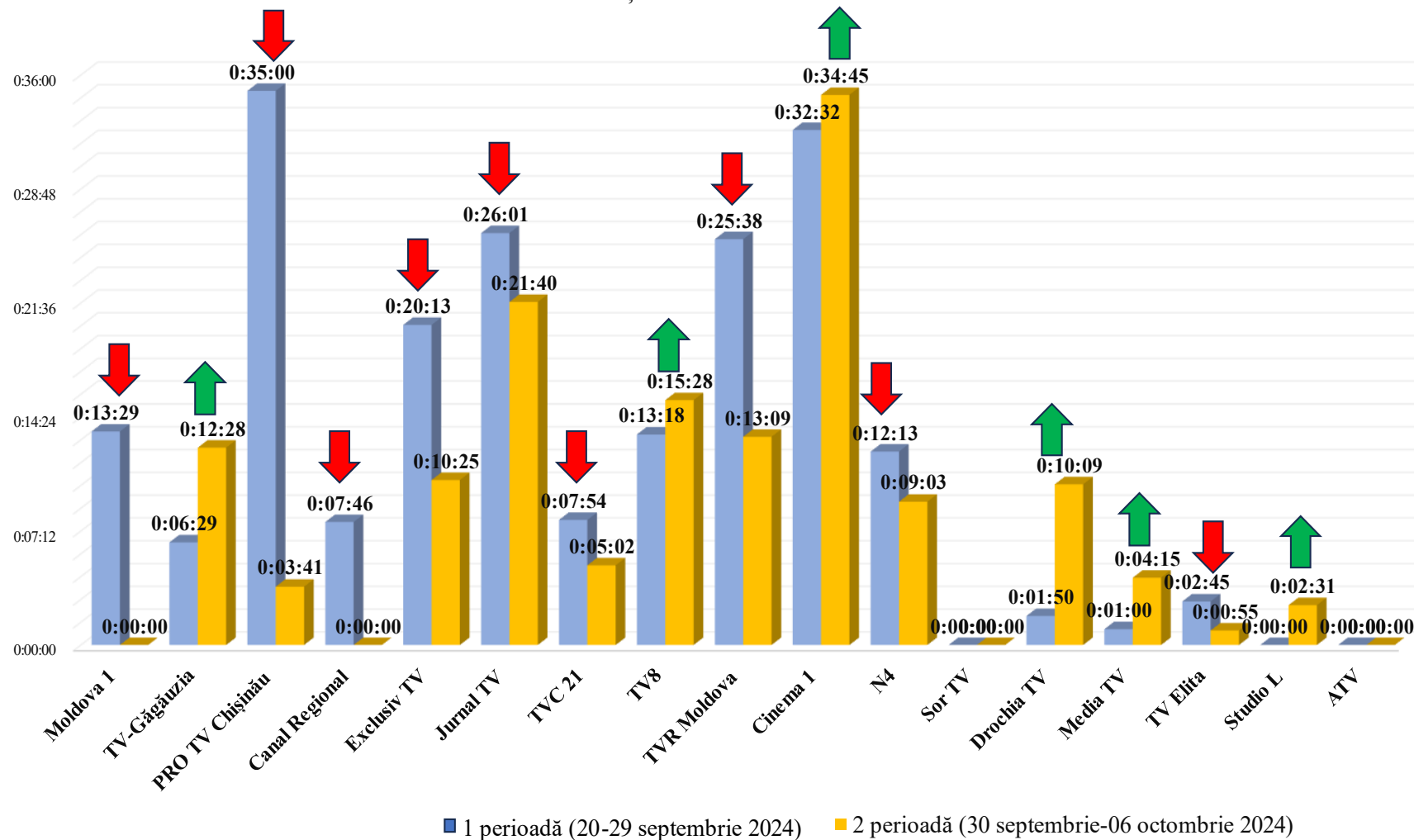
Ca durată de reflectare, cel mai mediatizat concurent electoral a fost M. Sandu cu o durată cumulată de 20 minute 02 secunde (14 %), urmată de A. Stoianoglo – cu 26 minute 21 secunde (12,8%). Concurentul electoral cu cel mai mic timp de reflectare a fost R. Usatîi – cu 06 minute 56 secunde (4,8%), aproximativ de 3 ori mai puțin decât cel mai reflectat concurent electoral.

„Cinema 1” a reflectat cel mai mult concurenții electorali, alocând un timp de 34 de minute și 45 de secunde (24,2 %). În perioada anterioară, „PRO TV Chișinău” a fost cel care a alocat concurenților electorali cel mai mare timp – 35 minute.

Un dezechilibru se atestă în cazul a 6 SMA – „Exclusiv TV”, „Jurnal TV”, „TVC 21”, „TV8”, „Cinema 1”, „N4”. Astfel s-a constatat că în ceea ce privește timpul acordat concurenților electorali, aceștia nu au beneficiat de aceeași mediatizare în cadrul celor 6 SMA, în condițiile în care unii concurenți electorali au avut la dispoziție un interval de timp mai mare de reflectare decât alții. Exemplificăm:

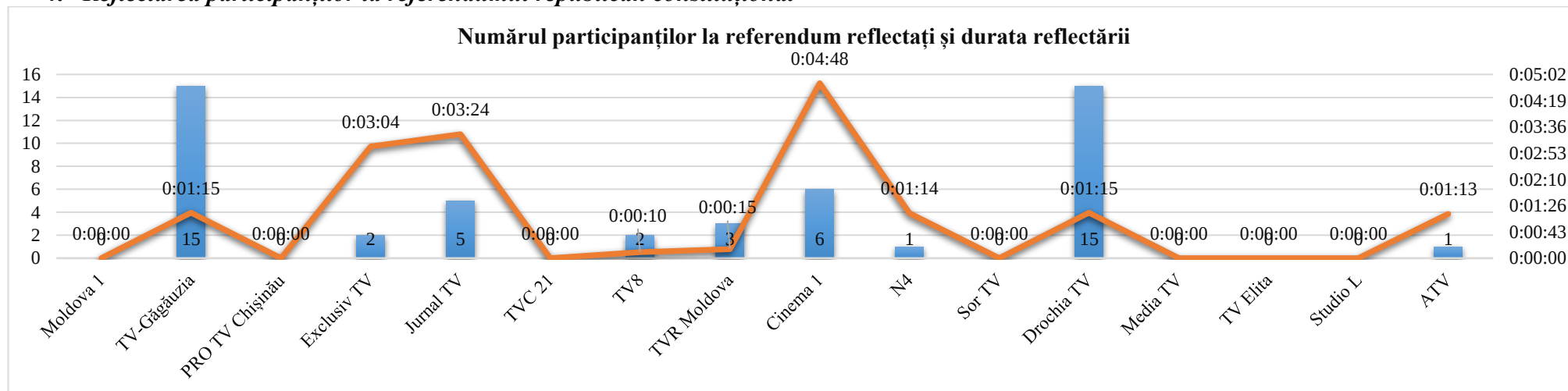
- „Exclusiv TV” (T. Ulianovschi – 02 min. 05 sec., iar V. Furtună – 35 secunde);
- „Jurnal TV” (V. Furtună – 04 min. 08 sec., iar N. Morari – 58 sec.);
- „TVC 21” (M. Sandu – 01 min. 02 sec., iar R. Usatîi, I. Chicu, I. Vlah și N. Morari – fiecare cu câte 5 sec., fiind doar nominalizați în cadrul unui subiect);
- „TV8” (A. Stoianoglo – 04 min. 23 sec., iar I. Chicu, A. Năstase și N. Morari – fiecare cu câte 10 sec., fiind doar nominalizați);
- „Cinema 1” (M. Sandu – 09 min. 37 sec., urmată de A. Stoianoglo – 03 min. 43 sec., iar V. Furtună – cu 01 min. 05 secunde);
- „N4” (A. Năstase – 01 min. 54 sec., urmată de A. Stoianoglo – cu 01 min. 14 sec., iar R. Usatîi și T. Ulianovschi – fiecare cu câte 5 sec.).

Concurenți electorali: durata reflectării



Analiza comparată a volumului de timp alocat concurenților electorali în cele 2 perioade de monitorizare, ne indică faptul că în cazul a 9 SMA s-a evidențiat o tendință de scădere a timpului alocat concurenților electorali, în timp ce la alte 6 SMA s-a observat o creștere.

4. Reflectarea participanților la referendumul republican constituțional



În perioada de raport, 9 SMA au reflectat participanții la referendum în cadrul știrilor cu caracter electoral difuzate.

2 SMA, „TV-Găgăuzia” și „Drochia TV” au menționat, în cadrul subiectelor cu caracter electoral, pe toți cei 15 participanți la referendum înregistrați. „N4” și „ATV” au reflectat un singur participant la referendum.

Ca durată, „Cinema 1” a alocat cel mai mare timp de reflectare participanților la referendum – 04 minute 48 secunde, iar cel mai puțin timp a fost alocat de „TVR Moldova” și „TV8” – cu câte 10-15 secunde de reflectare, participanții la referendum fiind nominalizați de cele 2 SMA.

7 SMA nu au mediatizat niciun participant la referendum. SMA sunt: „Moldova 1”, „PRO TV Chișinău”, „TVC 21”, „SOR-TV”, „Media TV”, „TV Elita” și „Studio-L”.

Frecvența aparițiilor participanților la referendum în perioada 30 septembrie – 06 octombrie 2024

Participanți la referendum	Moldova 1	TV-Găgăuzia	PRO TV Chișinău	Exclusiv TV	Jurnal TV	TVC 21	TV8	TVR Moldova	Cinema 1	N4	Sor TV	Drochia TV	Media TV	TV Elita	Studio L	ATV
PCRM	-	1	-	-	-	-	1	1	2	-	-	1	-	-	-	-
PVE	-	1	-	-	1	-	-	-	1	-	-	1	-	-	-	-
MRM	-	1	-	-	1	-	-	-	-	-	-	1	-	-	-	-
ALDE	-	1	-	1	1	-	-	-	4	-	-	1	-	-	-	-
PR	-	1	-	-	-	-	1	-	2	-	-	1	-	-	-	-
CUB	-	1	-	-	-	-	-	-	-	-	-	1	-	-	-	-
Bl. „Împreună”	-	1	-	-	-	-	-	-	-	-	-	1	-	-	-	-
PAS	-	1	-	-	-	-	-	1	1	-	-	1	-	-	-	-
MAN	-	1	-	-	-	-	-	1	-	-	-	1	-	-	-	-

PDA	-	1	-	-	-	-	-	-	-	-	-	1	-	-	-	-
AUR	-	1	-	-	1	-	-	-	-	-	-	1	-	-	-	-
PPN	-	1	-	-	-	-	-	-	-	-	-	1	-	-	-	-
Acasă	-	1	-	-	-	-	-	-	-	-	-	1	-	-	-	-
PSDE	-	1	-	1	1	-	-	-	2	1	-	1	-	-	-	1
VP	-	1	-	-	-	-	-	-	-	-	-	1	-	-	-	-

Participanții la referendum au fost vizați în programele informative de știri și actualități acumulând un număr total de 56 de apariții.

Cei mai mediatizați participanți la referendum au fost ALDE și PSDE – fiecare cu câte 8 apariții (14,3 %), urmați de PCRM – cu câte 6 apariții (10,7 %). Cele mai puține apariții le-au avut CUB. Bl. „Împreună”, PDA, NOI, Acasă și VP – fiecare cu câte 2 apariții (3,6 %).

Cele mai multe apariții (4) ale unui participant la referendum au fost atestate la „Cinema 1”.

2 SMA, „TV-Găgăuzia” și „Drochia TV” au reflectat toți cei 15 participanți la referendum.

7 SMA nu au mediatizat niciun participant la referendum. SMA sunt: „Moldova 1”, „PRO TV Chișinău”, „TVC 21”, „SOR-TV”, „Media TV”, „TV Elita” și „Studio-L”.

Cu referire la durata reflectării participanților la referendum în cadrul programelor informative, datele pe fiecare sunt prezentate în tabelul de mai jos:

Durata totală a reflectării participanților la referendum în perioada 30 septembrie – 06 octombrie 2024, [oră:minute:secunde]

Participanți la referendum	Moldova 1	TV- Găgăuzia	PRO TV Chișinău	Exclusiv TV	Jurnal TV	TVC 21	TV8	TVR Moldova	Cinema 1	N4	Sor TV	Drochia TV	Media TV	TV Elita	Studio L	ATV
PCRM	-	0:00:05	-	-	-	-	0:00:05	0:00:05	0:00:10	-	-	0:00:05	-	-	-	-
PVE	-	0:00:05	-	-	0:00:27	-	-	-	0:01:14	-	-	0:00:05	-	-	-	-
MRM	-	0:00:05	-	0:00:00	0:00:28	-	-	-	-	-	-	0:00:05	-	-	-	-
ALDE	-	0:00:05	-	0:01:20	0:01:10	-	-	-	0:01:26	-	-	0:00:05	-	-	-	-
PR	-	0:00:05	-	-	-	-	0:00:05	-	0:00:10	-	-	0:00:05	-	-	-	-
CUB	-	0:00:05	-	-	-	-	-	-	-	-	-	0:00:05	-	-	-	-
Bl. „Împreună”	-	0:00:05	-	-	-	-	-	-	-	-	-	0:00:05	-	-	-	-
PAS	-	0:00:05	-	-	-	-	-	0:00:05	0:00:19	-	-	0:00:05	-	-	-	-
MAN	-	0:00:05	-	-	-	-	-	0:00:05	-	-	-	0:00:05	-	-	-	-
PDA	-	0:00:05	-	-	-	-	-	-	-	-	-	0:00:05	-	-	-	-
AUR	-	0:00:05	-	-	0:00:22	-	-	-	-	-	-	0:00:05	-	-	-	-
PPN	-	0:00:05	-	-	-	-	-	-	-	-	-	0:00:05	-	-	-	-
Acasă	-	0:00:05	-	-	-	-	-	-	-	-	-	0:00:05	-	-	-	-
PSDE	-	0:00:05	-	0:01:44	0:00:57	-	-	0:00:00	0:01:29	0:01:14	-	0:00:05	-	-	-	0:01:13
VP	-	0:00:05	-	-	-	-	-	-	-	-	-	0:00:05	-	-	-	-

Volumul total de timp oferit participanților la referendum, în perioadă supusă controlului, de către SMA monitorizate a fost de **16 minute și 28 secunde**, ceea ce constituie **3,5 %** din durata totală a subiectelor cu caracter electoral difuzate de către SMA monitorizate. Comparativ cu perioada anterioară, participanții la referendum au fost reflectați timp de 12 minute 18 secunde, sau 1,9 % din durata totală a subiectelor cu caracter electoral difuzate în perioada anterioară.

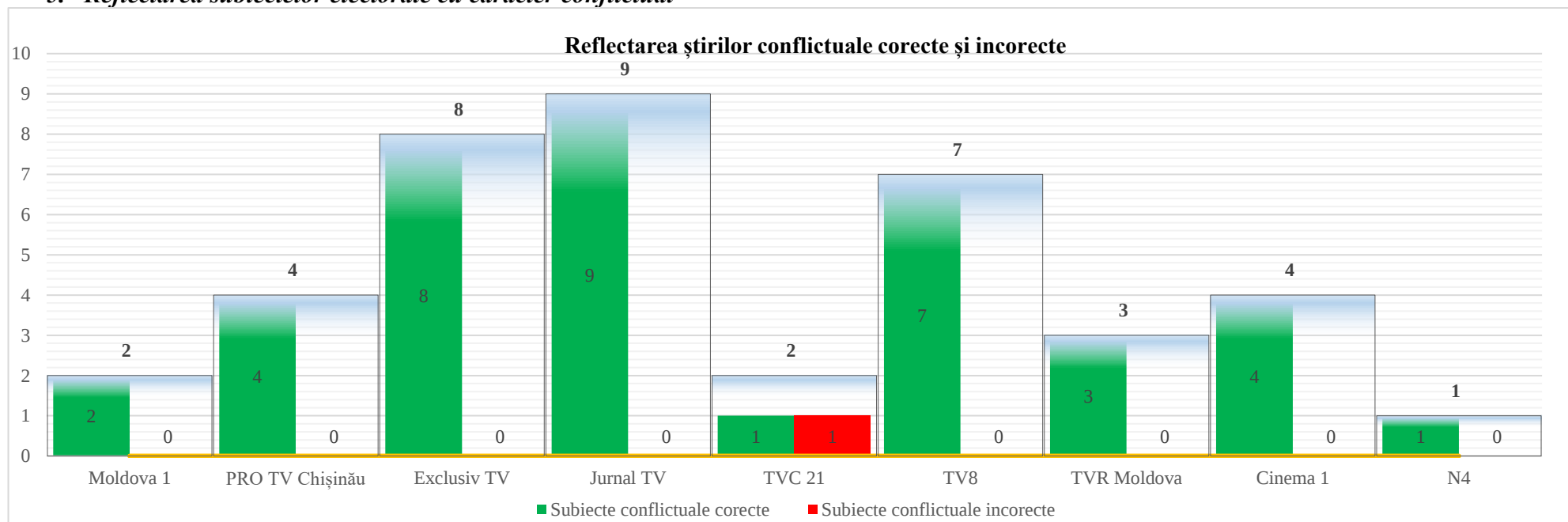
Ca durată de reflectare, cel mai mediatizat participant la referendum a fost PSDE – cu 06 minute și 46 secunde, urmat de ALDE – cu 04 min. 06 sec. Cel mai puțin mediatizați au fost 6 participanți la referendum, inclusiv CUB, Bl. „Împreună”, „PDA, PPN, Acasă și VP – fiecare cu câte 10 secunde.

5 SMA au acordat timp participanților la referendum pentru expunerea activităților de campanie. Aceștia sunt: „Exclusiv TV”, „Jurnal TV”, „Cinema 1”, „N4” și „ATV”.

4 SMA doar au nominalizat participanții la referendum în cadrul buletinelor informative. Aceștia sunt: „TV-Găgăuzia”, „TV8”, „TVR Moldova” și „Drochia TV”.

7 SMA nu au reflectat niciun participant la referendum. SMA sunt: „Moldova 1”, „PRO TV Chișinău”, „TVC 21”, „SOR-TV”, „Media TV”, „TV Elita” și „Studio-L”.

5. Reflectarea subiectelor electorale cu caracter conflictual



În perioada de raport, 9 SMA supuse controlului au difuzat, cumulativ, 42 de subiecte cu caracter conflictual.

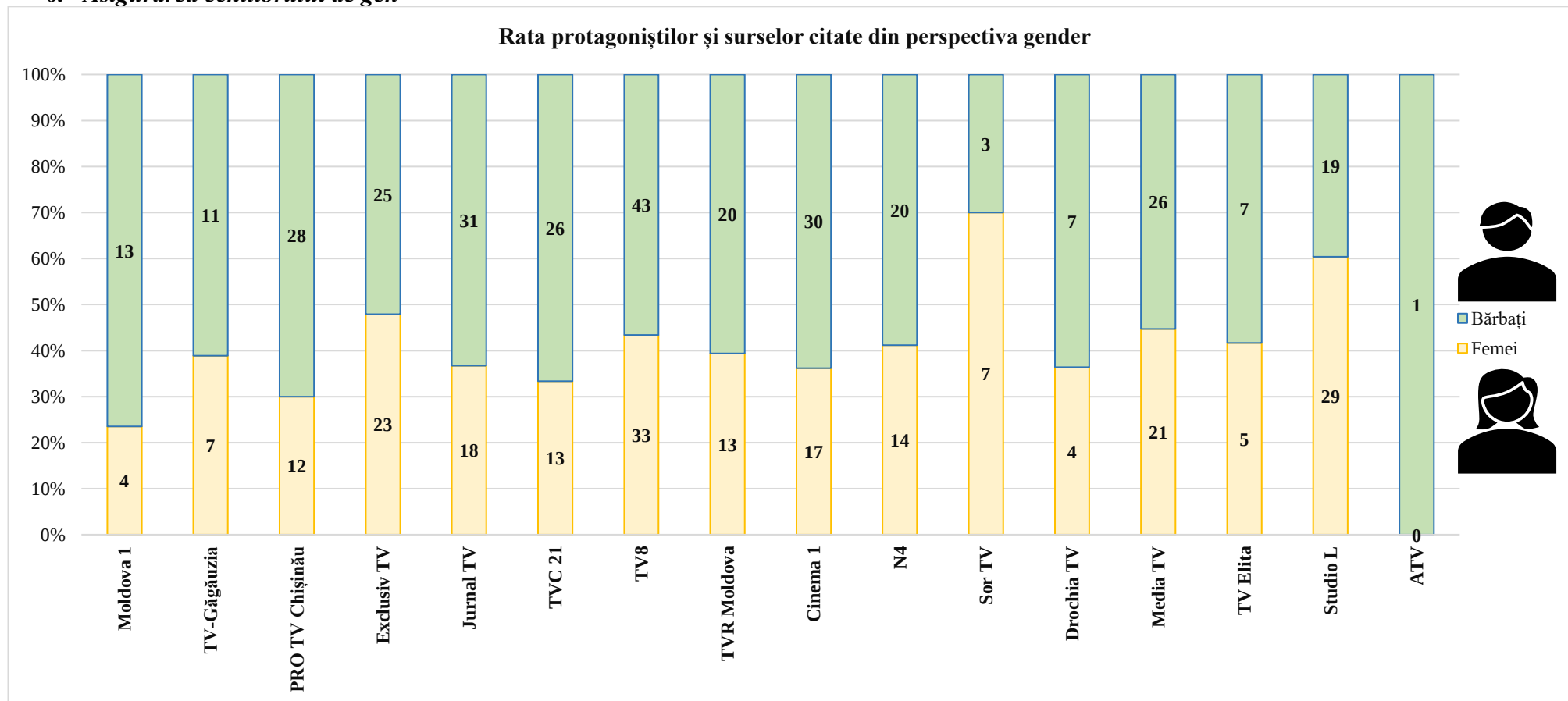
8 SMA au prezentat corect și echilibrat subiectele cu caracter conflictual, asigurând pluralismul relativ de surse și opinii. Acestea sunt: „Moldova 1”, „PRO TV Chișinău”, „Exclusiv TV”, „Jurnal TV”, „TV8”, „TVR Moldova”, „Cinema 1” și „N4”.

Totodată, 1 SMA, „TVC 21” a difuzat știri conflictuale dezechilibrate. Astfel, în perioada de raport, „TVC 21” a reflectat 2 subiecte electorale conflictuale. Unul dintre acestea nu a fost echilibrat cu poziția reprezentanților de la guvernare:

02.10.2024 (ora 19:59:59) – conținutul subiectului: „Andrei Năstase: *Procuratura este controlată de actuala guvernare, iar corupția este la cel mai înalt nivel*”.

Totodată, este de menționat că, 7 SMA – „TV-Găgăuzia”, „SOR-TV”, „Drochia TV”, „Media TV”, „TV Elita”, „Studio-L” și „ATV” - au difuzat doar subiecte neconfliktuale.

6. Asigurarea echilibrului de gen



Per ansamblu, subiectele electorale difuzate de SMA au fost ușor dezechilibrate din perspectiva de gen, majoritatea protagoniștilor/surselor citate fiind de sex masculin – 310 surse, celor de sex feminin revenindu-le – 220 de apariții. Datele prezentate indică o diferență de 90 de apariții în favoarea surselor masculine. Un echilibru relativ a fost atestat la 8 SMA, și anume, „TV-Găgăuzia”, „Exclusiv TV”, „TV8”, „TVR Moldova”, „N4”, „Media TV”, „TV Elita” și „Studio-L”.

„ATV” a avut doar un singur protagonist, iar în perioada anterioară, SMA a avut o singură protagonistă.

7. Relevanța temelor abordate

Subiectele abordate de SMA supuse controlului au fost relevante alegerilor și au vizat procesul electoral: reflectarea opiniei alegătorilor în vox-populi și sondaje de opinii, informații generale de la CEC privind tehnica votării, lansarea în campanie a concurenților electorali, oferirea promisiunilor electorale de către concurenți, coruperea alegătorilor și fraudarea alegerilor prezidențiale și referendumului republican constituțional, promovarea opțiunilor pentru referendum etc.

8. Atitudine autor

Toate SMA supuse controlului au manifestat atitudine nepărtinitoare față de concurenții electorali/participanți la referendumul constituțional republican, aceștia nefiind fie favorizați, fie defavorizați în subiectele de știri.

9. Accesibilitate

Toate SMA au asigurat accesul persoanelor cu dizabilități de văz și auz în cadrul buletinelor informative difuzate, prin titrare sincron, dar și prin limbaj mimico-gestual.

10. Conformitatea cerințelor legale. Generic

11 SMA au admis devieri la capitolul respectării declarației privind reflectarea alegerilor prezidențiale și referendumului republican constituțional din 20 octombrie 2024, depuse de furnizori și aprobate de CA.

1 SMA, „Axial TV” a declarat că va reflecta campania electorală în cadrul buletinelor de știri, dar ca urmare a controlului s-a atestat lipsa buletinelor informative. Totodată este de menționat că, la data de 4.10.2024 „Axial TV” a depus la CA o notificare cu privire la renunțare reflectării campaniei electorale. Respectiv, „Axial TV” a fost monitorizat în perioada 30 septembrie-04 octombrie 2024.

1 SMA – „TVC 21” nu a indicat principalul program de știri de la ora 19:55, de limbă rusă, în cadrul căruia mediatizează cele mai recente și relevante evenimente cu caracter electoral.

1 SMA – „TV Elita” nu a fost respectat, întotdeauna, ora programată de începere a buletinului de știri de la ora 21:00, înregistrându-se devieri de până la 19 minute, situație constatată și în perioada anterioară.

8 SMA au omis încadrarea a 20 de subiecte electorale relevante în rubrica „Electorala 2024”, printre care:

- „TVC 21” – 1 subiect;
- „TV8” – 1 subiect;
- „TVR Moldova” – 3 subiecte;
- „Cinema 1” – 1 subiect;
- „N4” – 1 subiect;
- „SOR-TV” – 1 subiect;
- „TV Elita” – 4 subiecte;
- „Studio-L” – 8 subiecte.

Totodată, este de menționat că rubrica „Electorala 2024” din edițiile programului de știri și actualități a „PRO TV Chișinău” din data de 01.10.2024, a fost evidențiată prin semnale acustice și vizuale doar la final.

1 SMA, „Media TV”, în cadrul programelor de știri și actualități, de la 18:00 din data de 05.10.2024 a difuzat un sondaj de opinii privind aderarea Republicii Moldova la Uniunea Europeană, elaborat de compania „CBS-AXA”, prezentând incomplet datele sondajului. Astfel, „Media TV” a omis: cine a comandat sondajul, metodologia și perioada efectuării sondajului, geografia, eșantionul și marja de eroare.

II. Emisiuni de promovare electorală

Potrivit legislației electorale, SMA naționale acordă partidelor politice, blocurilor electorale și candidaților independenți înregistrați în calitate de concurenți electorali sau participanți la referendum timp de antenă gratuit în primele 15 zile de la începerea campaniei electorale.

În perioada 20 septembrie – 04 octombrie 2024, au fost supuse controlului 12 SMA naționale care au difuzat, cumulativ, 77 de emisiuni de promovare electorală, dintre care 59 au vizat alegerile prezidențiale, iar 18 - referendumul constituțional.

În prima perioadă, 20-26 septembrie 2024, rezultatele controlului au atestat următoarele:

SMA	Indicatori				
	data	ora	concurrent / participant ref	tip scrutin	prestație SMA
TV8	26.09	06.00	A. Stoianoglo	P	fără devieri
Axial TV	-	-	-	-	-
TVR Moldova	-	-	-	-	-
Exclusiv TV	24.09	22.31.	R. Usatii	P	fără devieri
TVC-21					
Moldova 1	26.09	13.45.	A. Stoianoglo	P	fără devieri
	26.09	13.50.	M. Sandu	P	fără devieri
	26.09	13.55.	R. Usatii	P	fără devieri
R Live TV	26.09	21.01.	A. Stoianoglo	P	fără devieri
N4	-	-	-	-	-
Jurnal TV	-	-	-	-	-
Canal Regional	-	-	-	-	-
PRO TV	26.09	13.50.	A. Stoianoglo	P	fără devieri
Cinema 1	26.09	17.55.	A. Stoianoglo	P	fără devieri

În perioada 20-26 septembrie 2024, 6 din 12 SMA au difuzat 8 emisiuni de promovare electorală.

În cinci cazuri a fost vizat același concurent electoral – A. Stoianoglo; iar în două – R. Usatii.

Prima emisiune de promovare electorală a fost difuzată în ziua de 24 septembrie, iar celelalte 7 din totalul de 8 - în ziua de 26 septembrie.

Toate emisiunile au vizat alegerile prezidențiale.

„Moldova 1” a difuzat emisiuni de promovare electorală pentru trei concurenți electorali – A. Stoianoglo, M. Sandu și R. Usatii.

Un SMA – „TV8”, a difuzat emisiunea de promovare electorală în prime-time-ul de dimineață (ora 6.00.); două SMA – „Moldova 1” și „PRO TV Chișinău” – în afara prime-time-ului (ora 13.50.), iar celelalte – în prime-time-ul de seară (după ora 17.00).

Emisiunile de promovare electorală au fost difuzate în cadrul următoarelor rubrici:

R Live TV: „Emisiune de promovare electorală. Promovare prezidențiale.”;

PRO TV Chișinău: „Emisiune de promovare electorală”;

Cinema 1: „Emisiune de promovare electorală”;

TV8: „Emisiune de promovare electorală”;

Moldova 1: „Mesaj de promovare electorală”;

Exclusiv TV: „Electorală-2024. Emisiune de promovare electorală”.

Atestăm situația, în care doar la „R Live TV” telespectatorul, prin intermediul rubricii, este orientat către o emisiune ce va viza alegerile prezidențiale. În celelalte cazuri, prin intermediul rubricii, nu este clar cărui tip de scrutin va fi dedicată emisiunea. Menționăm că Regulamentul de reflectare a alegerilor, în pct. 24¹, dispune: „În cazul în care perioadele electorale pentru orice tip de scrutin, inclusiv referendumuri, se suprapun în timp total sau parțial, FSM prevăd în declarații reflectarea alegerilor astfel, încât publicul țintă să poată distinge cu ușurință cărui tip de scrutin îi sunt dedicate programele cu caracter electoral”.

Furnizorul public național „Teleradio Moldova” a anunțat că a respins, pe 23 septembrie, emisiunea de promovare electorală prezentată spre difuzare de Partidul Comuniștilor din Republica Moldova (PCRM).

În a doua perioadă de control, 27 septembrie – 04 octombrie 2024, rezultatele controlului au atestat următoarele:

SMA	Indicatori				
	data	ora	concurrent / participant ref	tip scrutin	prestație SMA
TV8	03.10	06.00	R. Usatîi	P	fără devieri
	04.10	06.42	V. Tarlev	P	fără devieri
		06.45	I. Vlah	P	fără devieri
		06.50	T. Ulianoschi	P	fără devieri
		06.55	O. Țicu	P	fără devieri
	30.09	06.00	PVE	R	fără devieri
Axial TV	03.10	10.02	PVE	R	fără devieri
	27.09	10.02	A. Stoianoglo	P	fără devieri
TVR Moldova	27.09	18.53	A. Stoianoglo	P	fără devieri
	02.10	18.52	R. Usatîi	P	fără devieri
	03.10	18.52	O. Țicu	P	fără devieri
	04.10	18.49	T. Ulianoschi	P	fără devieri
	02.10	22.35	O. Țicu	P	fără devieri

Exclusiv TV	03.10	17.30	V. Tarlev	P	fără devieri
		22.35	T. Ulianoschi	P	fără devieri
	04.10	22.36	A. Stoianoglo	P	fără devieri
	30.09	18.45	PAS	R	fără devieri
	01.10	18.45	PVE	R	fără devieri
	02.10	18.45	ALDE	R	fără devieri
TVC 21	01.10	19.30	A. Stoianoglo	P	fără devieri
		19.35	M. Sandu	P	fără devieri
		19.40	R. Usatfi	P	fără devieri
		19.45	N. Morari	P	fără devieri
		19.50.	V. Furtună	P	fără devieri
	02.10	19.37	O. Țicu	P	fără devieri
		19.42	V. Tarlev	P	fără devieri
		19.47	T. Ulianoschi	P	fără devieri
	03.10	19.42	I. Vlah	P	fără devieri
		19.47	A. Năstase	P	fără devieri
	02.10	19.32	PAS	R	fără devieri
	03.10	19.35.	ALDE	R	fără devieri
	03.10	19.37	PVE	R	fără devieri
Moldova 1	30.09	13.45	I. Vlah	P	fără devieri
	02.10	13.45	V. Furtună	P	fără devieri
	04.10	13.45	T. Ulianoschi	P	fără devieri
	01.10	13.43	PAS	R	fără devieri
	03.10	13.45	AUR	R	fără devieri
		13.48	PSDE	R	fără devieri
R Live TV	30.09	21.01	R. Usatfi	P	fără devieri
	02.10	21.00	T. Ulianoschi	P	fără devieri
		21.09	V. Tarlev	P	fără devieri
	03.10	21.00	I. Vlah	P	fără devieri
	30.09.	21.06	PVE	R	fără devieri
	02.10	21.05	ALDE	R	fără devieri
N4	28.09	19.00	A. Stoianoglo	P	fără devieri
		19.05	R. Usatfi	P	fără devieri

	28.09	19.17	PCRM	R	fără devieri
Jurnal TV	03.10	15.35	O. Țicu	P	fără devieri
		15.40	T. Ulianoschi	P	fără devieri
		15.45	R. Usatîi	P	fără devieri
		15.33	V. Tarlev	P	fără devieri
	04.10	15.37	I. Vlah	P	fără devieri
		15.42	A. Stoianoglo	P	fără devieri
		17.30	V. Furtună	P	fără devieri
		20.58	ALDE	R	fără devieri
Canal Regional	03.10	19.04	O. Țicu	P	fără devieri
		19.09	V. Tarlev	P	fără devieri
	04.10	18.36	T. Ulianoschi	P	fără devieri
PRO TV Chișinău	03.10	13.49	T. Ulianoschi	P	fără devieri
		13.54	N. Morari	P	fără devieri
	04.10	12.50	V. Furtună	P	fără devieri
		13.44	R. Usatîi	P	fără devieri
		13.49	I. Vlah	P	fără devieri
Cinema 1	30:09	17.55	R. Usatîi	P	fără devieri
	02.10	17.55	T. Ulianoschi	P	fără devieri
	03.10	17.57	V. Tarlev	P	fără devieri
	01.10	17.55	PVE	R	fără devieri
	04.10	17.58	PAS	R	fără devieri

În a doua perioadă, 27 septembrie – 4 octombrie 2024, toate cele 12 SMA monitorizate au difuzat emisiuni de promovare electorală. În perioada precedentă – 20-26 septembrie, doar 6 SMA au difuzat astfel de emisiuni.

Dacă în prima perioadă au fost difuzate 8 (15%) emisiuni de promovare electorală și toate vizând alegerile prezidențiale, atunci numărul acestora în perioada a doua a constituit 69, dintre care 51 au vizat alegerile prezidențiale, iar 18 – referendumul constituțional.

Peste 70 % (49) din numărul total de emisiuni de promovare electorală au fost difuzate în ultimele 3 zile ale perioadei permise de lege, ceea ce indică asupra unei informări neuniforme a electoratului prin intermediul acestei categorii de emisiuni.

În cazul în care toți cei 11 concurenți la funcția de președinte al Republicii Moldova ar fi făcut uz de dreptul la timp de antenă pentru promovare electorală la cele 12 televiziuni monitorizate, numărul emisiunilor ar fi fost de 132. În fapt au fost 59 de emisiuni, adică nici 45 %. În cazul celor 15 participanți la

referendum, numărul de emisiuni putea fi de 180. În realitate a fost de 18, adică 10 % din numărul posibil. În plus, în cazul a 3 participanți la referendum, emisiunile au avut o durată între 2 și 3 minute, din cele 5 prevăzute de Codul electoral.

Toate emisiunile au fost difuzate în perioada și în orele permise de legislația electorală.

Doar 2 SMA din 12 – „R Live TV” (în prima perioadă) și „N4”, au plasat emisiunile de promovare electorală însoțite de rubrici care să indice clar cărui tip de scrutin sunt dedicate respectivele emisiuni. „TVR Moldova”, de exemplu, a folosit în acest scop rubrica „*Electional – 2024*” care, de fapt, este prevăzută de legislație pentru programele de știri și actualități, iar „Jurnal TV” a utilizat rubrica „*Mesaj de informare electorală*”, care poate crea confuzie în rândul telespectatorilor, de rând cu cele cinci categorii de programe electorale care există și cea de informare electorală. „TVC-21”, la rubrica „*Emisiune de promovare electorală*”, în zilele de 2 și 3 octombrie, a difuzat 5 și, respectiv, 4 emisiuni care au vizat și concurenți electorali, și participanți la referendum, deși emisiunile urmau să fie plasate separat.

În aceeași manieră a procedat și „R Live TV”, în a doua perioadă, care, la aceeași rubrică – „*Emisiune de promovare electorală*”, în zilele de 30 septembrie și de 2 octombrie, a difuzat, una după alta, emisiuni ce vizau și alegerile prezidențiale, și referendumul constituțional.

De menționat că o parte dintre emisiunile difuzate (R. Usatîi, O. Țicu, PAS), n-au fost pe deplin de promovare a programelor electorale, ci mai mult de publicitate electorală.

În emisiunea care a vizat-o pe concurența electorală V. Furtună, au fost reținute cuvintele: „*Promit să interzic propaganda LGBT*” și „*Vechea putere vrea război*”, care, de fapt, transmit mesaje similare cu unele narațiuni străine. Faptul că o parte dintre televiziuni au acceptat și au difuzat necondiționat respectivele emisiuni reliefează reflexul încă puternic al SMA de a lăsa responsabilitatea pentru conținutul emisiunilor pe seama concurenților electorali sau a participanților la referendum. Legislația electorală dispune însă răspunderea SMA pentru difuzarea oricăror conținuturi, inclusiv ale celor cu caracter electoral.

Consemnăm faptul că în ziua de 5 octombrie, începând cu ora 19.00, „N4” a difuzat 8 emisiuni de promovare electorală, după cum urmează:

Rubrica: „*Promovare electorală. Alegeri pentru funcția de președinte al Republicii Moldova*” -

1. Natalia Morari (la final de emisiune apare nota: „*Achitat din fondul electoral*”)
2. Tudor Ulianoschi
3. Vasile Tarlev
4. Octavian Țicu
5. Irina Vlah

Urmează un calup de publicitate comercială, după care Rubrica „*Promovare electorală. Referendum constituțional*”:

1. PAS
2. PSD
3. ALDE

Concluzii:

- În perioada 20 septembrie – 4 octombrie 2024, cele 12 televiziuni monitorizate au difuzat cumulativ 77 de emisiuni de promovare electorală, dintre care 59 au vizat alegerile prezidențiale, iar 18 - referendumul constituțional.
- În perioada 20-26 septembrie, au fost difuzate 8 emisiuni de promovare electorală, toate au vizat alegerile prezidențiale, iar în perioada a doua, 27 septembrie-04 octombrie, au fost difuzate 69 emisiuni, 51 au vizat alegerile prezidențiale și 18 – referendumul constituțional.
- Dacă în prima perioadă 7 din 8 emisiuni au fost difuzate într-o singură zi, apoi în perioada a doua peste 70 % din emisiuni au fost difuzate în ultimele 3 zile permise de lege.
- 10 SMA din 12 au demonstrat lipsă de preocupare pentru a orienta telespectatorul, prin intermediul rubricii, cărui tip de scrutin sunt dedicate emisiunile de promovare electorală.
- 2 SMA – „R Live TV” și „TVC 21” – nu au difuzat în mod separat emisiunile de promovare pentru prezidențiale și pentru referendum.
- Majoritatea SMA nu au dat dovadă de exigență necesară când au acceptat să difuzeze emisiuni ale căror conținut nu întruneau cerința legală de a promova programele electorale ale concurenților/participanților la referendum.

II. Dezbateri electorale

Conform Declarațiilor privind politica editorială pentru reflectarea alegerilor pentru funcția de Președinte al Republicii Moldova și a referendumului republican constituțional din 20 octombrie 2024 aprobate de CA, 10 SMA din 19, au declarat că vor organiza dezbateri electorale. Astfel, „Moldova 1”, „TV-Găgăuzia”, „Canal Regional”, „Jurnal TV”, „TVC 21”, „N4” și „R Live TV” și-au asumat angajamentul de a organiza dezbateri electorale atât pentru Alegerile Prezidențiale, cât și pentru Referendumul republican constituțional, iar „Pro TV Chișinău”, „TV8”, „TVR Moldova” vor organiza dezbateri electorale doar pentru Alegerile Prezidențiale.

În perioada de raport, doar SMA „N4” a organizat dezbateri electorale (4 dezbateri), rezultatele monitorizării acestora urmând să fie incluse în următorul raport.

III. Concluzii

În concluzie menționăm următoarele:

- În perioada 30 septembrie – 06 octombrie 2024, toate SMA au difuzat subiecte cu caracter electoral, cu excepția „Axial TV” care nu a difuzat buletine informative. Comparativ cu perioada anterioară a controlului, numărul subiectelor electorale difuzate de toate serviciile media audiovizuale a scăzut, de la 370 la 204, ceea ce înseamnă de 1,8 ori mai puțin. Totodată este de menționat că, a doua perioadă de monitorizare a fost mai scurtă (7 zile față de 10 zile).
- În perioada de raport, serviciile media audiovizuale monitorizate au difuzat materiale electorale în volum total de 7 ore 44 minute 31 secunde, reprezentând aproximativ 11 % din durata totală a buletinelor informative, în scădere față de perioada precedentă când acest volum a fost de 11 ore 00 minute și 29 secunde și o pondere de 16 %.

- „Exclusiv TV” a alocat cel mai mare spațiu subiectelor cu caracter electoral – 15,5 % din durata totală a subiectelor cu caracter electoral difuzate în perioada de monitorizare. Cel mai mic spațiu subiectelor cu caracter electoral a fost alocat de 2 SMA, „SOR-TV” și „ATV”, fiecare cu câte 0,7 %. În perioada anterioară, cel mai mare spațiu subiectelor cu caracter electoral a fost alocat de „PRO TV Chișinău”, 1 oră 24 minute și 29 secunde sau 12,8 % din durata totală a subiectelor electorale difuzate, iar cel mai puțin spațiu a fost alocat de „ATV” – 01 minut și 25 secunde.
- 5 SMA au asigurat o anumită diversitate de opinii, mediatizând 6-7 categorii de protagoniști. Aceste SMA sunt: „Exclusiv TV”, „Jurnal TV”, „TV8”, „Cinema 1” și „TVR Moldova”. În calitate de protagoniști, concurenții electorali au beneficiat de o pondere de 37,7%, iar participanții la referendum au avut o reprezentare de 8,3%, sau aproximativ de 4,5 ori mai puțin decât concurenții electorali. În perioada anterioară, concurenții electorali au beneficiat de o acoperire de 40,6%, iar participanții la referendum au avut o prezență de 5,5%.
- SMA monitorizate, cu excepția „TV Elita”, au oferit o acoperire evenimentelor organizate de concurenții electorali. „TV Elita” s-a limitat la menționarea acestora.
- 3 SMA, precum „Moldova 1”, „SOR-TV” și „ATV” nu au avut ca protagoniști concurenții electorali. Ca și în perioada anterioară, „SOR-TV” și „ATV” au menținut aceeași abordare de a nu reflecta concurenții electorali în cadrul buletinelor informative.
- Cel mai mediatizat concurent electoral de către SMA monitorizate a fost M. Sandu (14 %), iar cel mai puțin reflectat concurent electoral a fost R. Usatfi – (4,8%), aproximativ de 3 ori mai puțin decât cel mai reflectat concurent electoral. Totodată, în perioada anterioară, SMA au mediatizat cel mai mult concurentul electoral M. Sandu – (17,4 %), iar cel mai puțin a fost mediatizat O. Țicu (4 %).
- 9 SMA au reflectat participanții la referendum, dintre care 7 SMA au acordat timp participanților la referendum, cu prezența directă și indirectă. 2 SMA doar au nominalizat participanții la referendum în cadrul buletinelor de știri („TV-Găgăuzia” și „Drochia TV”).
- 7 SMA nu au avut ca protagoniști participanții la referendum. Aceste SMA sunt: „Moldova 1”, „PRO TV Chișinău”, „TVC 21”, „Media TV”, „TV Elita” și „Studio-L”. Totodată, 2 SMA, „TV Elita” și „Studio-L” continuă să nu reflecte activitatea participanților la referendum.
- Analiza comparativă a reflectării concurenților electorali și participanților la referendum evidențiază că concurenții electorali au beneficiat de o expunere mai mare, cu aproximativ 31% din timpul alocat subiectelor electorale, în timp ce participanții la referendum au avut o acoperire mai redusă, reprezentând 3,5% din timpul alocat. Totodată, în perioada anterioară, concurenții electorali au avut o pondere de reflectare de 31,2 %, iar participanții la referendum - 1,9 %.
- 7 SMA au prezentat corect și echilibrat subiectele cu caracter conflictual, asigurând pluralismul relativ de surse și opinii. Acestea sunt: „Moldova 1”, „PRO TV Chișinău”, „Exclusiv TV”, „Jurnal TV”, „TV8”, „TVR Moldova”, „Cinema 1” și „N4”. Totodată, „TVC 21” a difuzat 1 subiect conflictual dezechilibrat. Este de menționat că, în perioada anterioară, „TVC 21” a difuzat 4 subiecte conflictuale fără a prezenta poziția părților acuzate în subiect.
- 8 SMA au asigurat un echilibru relativ de gen, între 40-60% („TV-Găgăuzia”, „Exclusiv TV”, „TV8”, „TVR Moldova”, „N4”, „Media TV”, „TV Elita” și „Studio-L”).
- 11 SMA au admis devieri de la declarație („Axial TV”, „TV8”, „SOR TV”, „Cinema 1”, „N4”, „TV Elita”, „PRO TV Chișinău”, „TVC 21”, „TVR Moldova”, „Media TV”, „Studio-L”). Mai exact, 8 SMA au omis încadrarea subiectelor electorale relevante în rubrica „Electorală 2024” („TVC 21”, „TV8”, „TVR Moldova”, „Cinema 1”, „N4”, „SOR-TV”, „TV Elita”, „Studio-L”), 1 SMA a avut inserat genericul „*Electorală 2024*” doar la sfârșit („PRO TV Chișinău”), iar 1 SMA („Media TV”) a difuzat un sondaj de opinie, prezentând incomplet datele acestuia.

- În perioada 20 septembrie – 4 octombrie 2024, cele 12 televiziuni cu acoperire națională care aveau obligația să ofere, la cerere, timpi de antenă pentru emisiuni de promovare electorală, au difuzat cumulativ 77 de emisiuni de promovare electorală, dintre care 59 au vizat alegerile prezidențiale, iar 18 - referendumul constituțional.
- SMA monitorizate au avut o abordare diferită în raport cu emisiunile de promovare electorală. Mai exact, „TVR Moldova”, de exemplu, a folosit în acest scop rubrica „*Electorală – 2024*”, iar „Jurnal TV” a utilizat rubrica „*Mesaj de informare electorală*”. „TVC-21”, la rubrica „*Emisiune de promovare electorală*”, în zilele de 2 și 3 octombrie, a difuzat 5 și, respectiv, 4 emisiuni care au vizat și concurenți electorali, și participanți la referendum, deși emisiunile urmau să fie plasate separat. 2 SMA din 12 – „R Live TV” (în prima perioadă) și „N4”, au plasat emisiunile de promovare electorală însoțite de rubrici care să indice clar cărui tip de scrutin sunt dedicate respectivele emisiuni. De asemenea, „R Live TV” (în a doua perioadă) a difuzat una după alta emisiuni ce vizau și alegerile prezidențiale, și referendumul.
- SMA „N4”, a difuzat 8 emisiuni de promovare electorală, inclusiv 5 pentru alegerile prezidențiale și 3 pentru referendum, după depășirea termenului legal (5 octombrie 2024).
4 SMA, „PRO TV Chișinău”, „TVC 21”, „Jurnal TV” și „Moldova 1” au difuzat emisiuni de promovare electorală a unui concurent electoral, în care au fost identificate elemente ale conținuturilor interzise.