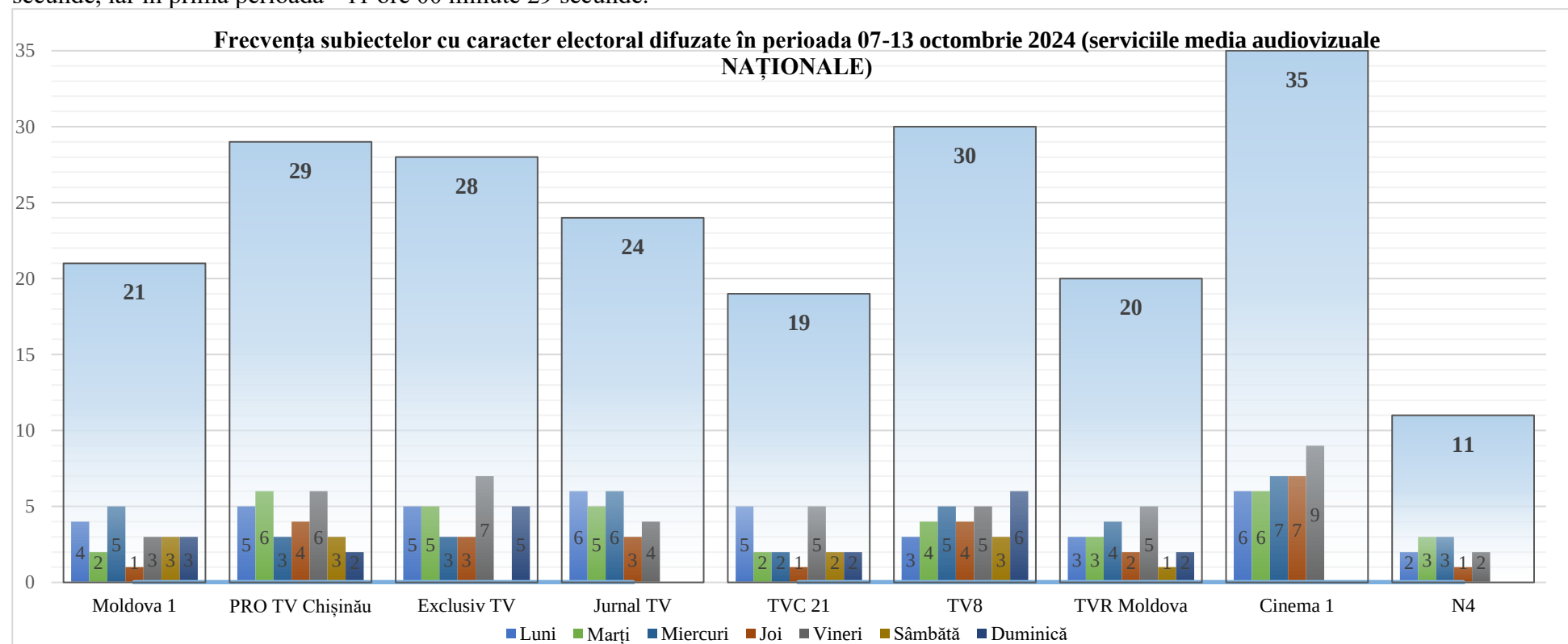


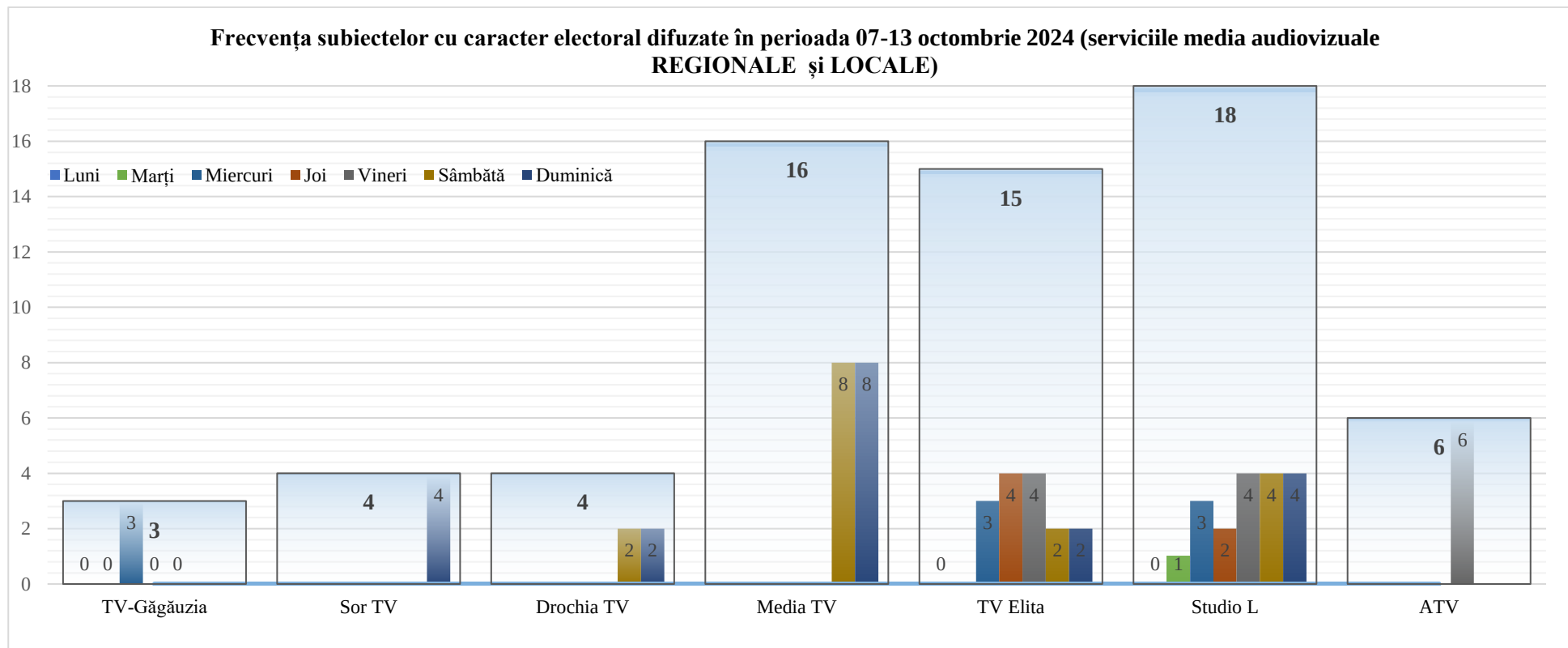
SINTEZA PRIVIND MODUL DE REFLECTARE A ALEGERILOR PREZIDENȚIALE ȘI A REFERENDUMULUI REPUBLICAN CONSTITUȚIONAL DIN 20 OCTOMBRIE 2024

I. Programele de știri și actualități

1. Reflectarea campaniei electorale

În perioada 07-13 octombrie 2024, au fost supuse controlului 18 servicii media audiovizuale (în continuare – SMA), care au difuzat, în programele de știri și actualități, **284** de subiecte cu caracter electoral, cu 80 de subiecte mai mult decât în perioada a doua și cu 86 de subiecte mai puțin decât în prima perioadă. În context, este de menționat că prima perioadă a fost cu 3 zile mai lungă decât perioada a 2-a și a 3-a. Volumul total alocat materialelor electorale difuzate de SMA monitorizate a fost de **11 ore 12 minute 55 secunde**, ceea ce constituie aproximativ **26 %** din durata totală a buletinelor informative difuzate în perioada monitorizată. În perioada a doua, volumul total de timp alocat subiectelor electorale a constituit 07 ore 44 minute 31 secunde, iar în prima perioadă - 11 ore 00 minute 29 secunde.





Toate SMA au difuzat subiecte cu caracter electoral în perioada de raport.

Cele mai multe materiale electorale au fost difuzate de „Cinema 1” – 35 subiecte (12,3 %), urmat de „TV8” cu 30 subiecte (10,6 %). În perioada a doua, la fel „Cinema 1” a fost lider la capitolul subiecte electorale cu 29 de subiecte difuzate, iar în prima perioadă de control întâietate a deținut – „TVC 21” – cu 50 de subiecte difuzate. „Cinema 1” a fost lider în perioadele a doua și a treia, cu un număr mai mare de subiecte difuzate în perioada a treia (35) decât în a doua (29). Totodată, există o scădere generală a numărului de subiecte electorale difuzate de lideri de-a lungul celor trei perioade, de la 50 la 35 și apoi la 29.

Cele mai puține subiecte electorale au fost difuzate de „TV Găgăuzia” care a difuzat 3 subiecte (1,4 %). În perioada a doua, cele mai puține subiecte electorale au fost difuzate de „SOR-TV” – 1 subiect, iar în prima perioadă – de „ATV” – cu 2 subiecte difuzate.

În perioada a treia, cel mai mare spațiu subiectelor cu caracter electoral a fost alocat de „Exclusiv TV” – **01 oră 33 minute 29 secunde**, sau **13,9 %** din durata totală a subiectelor electorale difuzate în perioada de raport sau cu o creștere de 21 minute și 20 secunde în perioada a treia față de a doua, când tot „Exclusiv TV” a fost lider în alocarea timpului subiectelor electorale (01 oră 12 minute și 09 secunde). În prima perioadă, întâietate a deținut-o „PRO TV Chișinău” - 1 oră 24 minute și 29 secunde.

Cel mai mic spațiu subiectelor cu caracter electoral a fost alocat de „TVC 21” – 14 min. 26 sec. (2,1 %), iar în primele perioade „ATV” a fost cel care a acordat spațiu minim materialelor electorale - 03 min. 18 sec. (2 perioadă) și 01 min. 25 sec. (prima perioadă).

9 SMA au avut o repartitie uniformă a subiectelor electorale difuzate acestea fiind: „Moldova 1”, „PRO TV Chișinău”, „Exclusiv TV”, „Jurnal TV”, „TVC 21”, „TV8”, „TVR Moldova”, „Cinema 1” și „N4”.

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

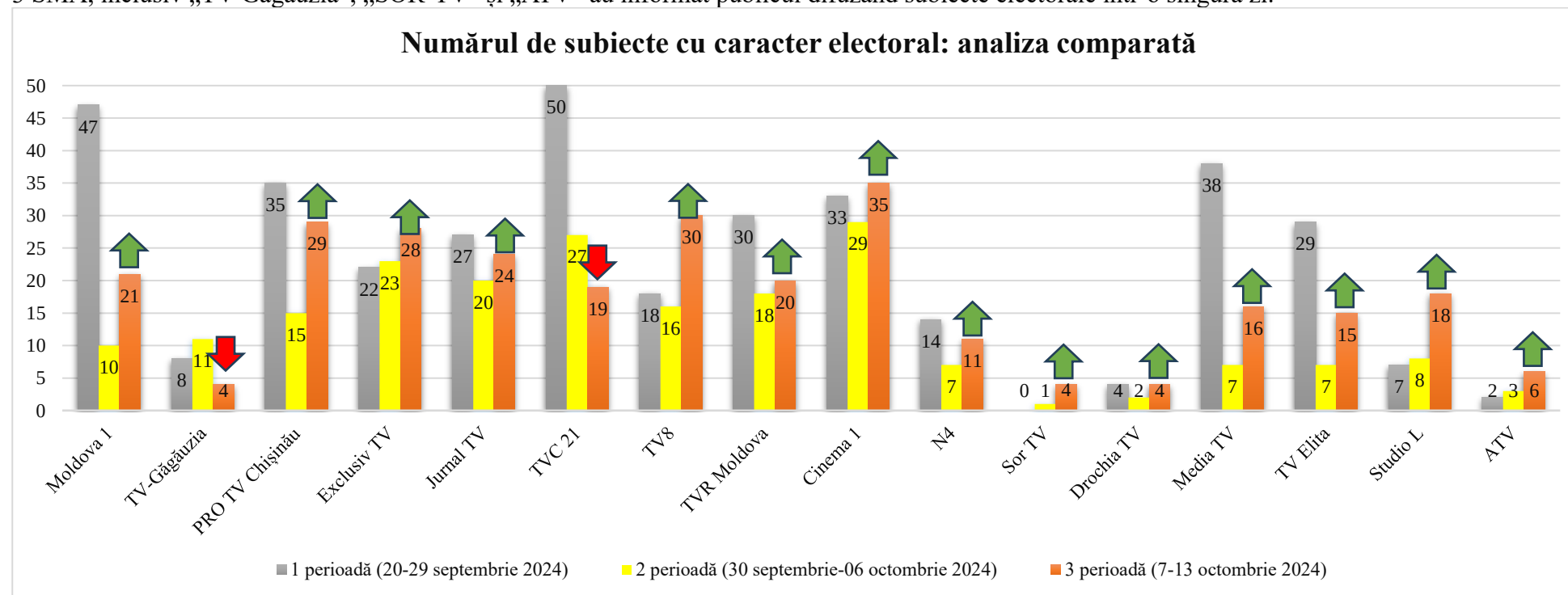
5 SMA au difuzat subiecte cu caracter electoral în toate cele 7 zile monitorizate. SMA sunt: „Moldova 1”, „PRO TV Chișinău”, „TVC 21”, „TV8” și „TVR Moldova”.

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

4 SMA au reflectat campania difuzând știri cu caracter electoral în 5 zile. Acestea sunt: „Jurnal TV”, „Cinema 1”, „N4” și „TV Elita”.

2 SMA au reflectat campania electorală în 2 zile, aceste SMA fiind „Drochia TV” și „Media TV”.

3 SMA, inclusiv „TV Găgăuzia”, „SOR-TV” și „ATV” au informat publicul difuzând subiecte electorale într-o singură zi.



Analiza comparată a numărului de subiecte cu caracter electoral difuzate în a doua și a treia perioadă de monitorizare, ne indică faptul că în cazul a 14 SMA („Moldova 1”, „PRO TV Chișinău”, „Exclusiv TV”, „Jurnal TV”, „TV8”, „TVR Moldova”, „Cinema 1”, „N4”, „SOR-TV”, „Drochia TV”, „Media

TV”, „TV Elita”, „Studio-L” și „ATV”) s-a evidențiat o tendință de creștere a numărului de știri și reportaje cu tematică electorală, în timp ce la alte 2 SMA („TV-Găgăuzia” și „TVC 21”) s-a observat o scădere a acestora.

7 SMA au difuzat cele mai multe subiecte electorale în prima perioadă de control, comparativ cu perioadele următoare, aceste SMA fiind „Moldova 1”, „PRO TV Chișinău”, „Jurnal TV”, „TVC 21”, „TVR Moldova”, „Media TV” și „TV Elita”.

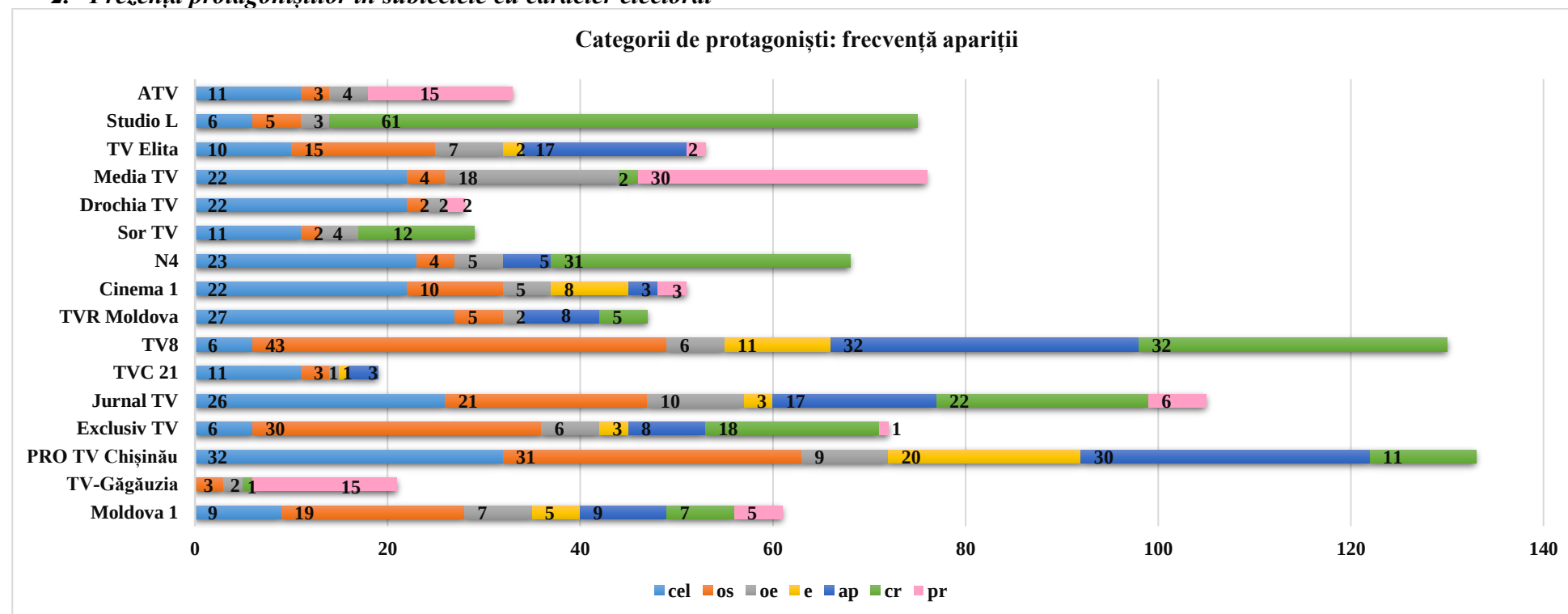
1 SMA, „Drochia TV” a difuzat același număr de subiecte în prima și a treia perioadă.

1 SMA, „TV-Găgăuzia” a difuzat cel mai mare număr de subiecte electorale în perioada a doua de control, comparativ cu prima și a treia perioadă.

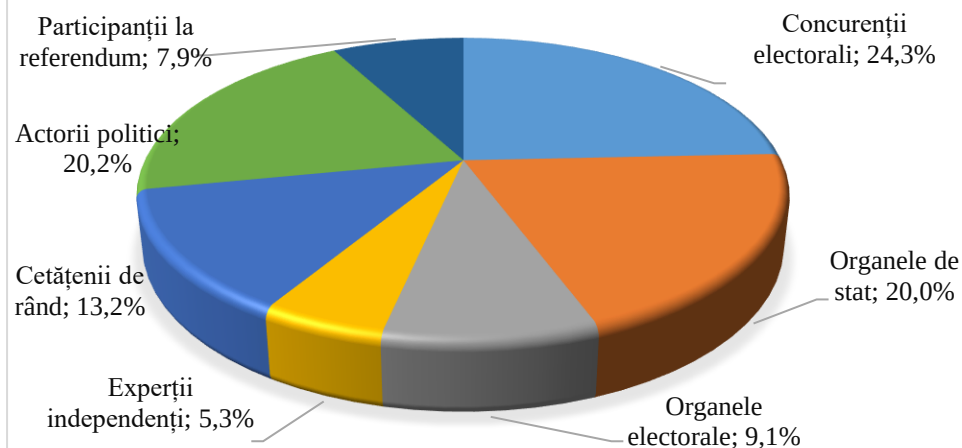
6 SMA au difuzat cele mai multe subiecte electorale în perioada a treia de control. Aceste SMA sunt: „Exclusiv TV”, „TV8”, „Cinema 1”, „SOR-TV”, „Studio-L” și „ATV”.

2 SMA, „TV-Găgăuzia” și „TVC 21” au difuzat cele mai puține subiecte electorale în perioada a treia de control, comparativ cu perioadele anterioare.

2. Prezența protagoniștilor în subiectele cu caracter electoral



REFLECTAREA PROTAGONIȘTILOR



Protagoniștii cu cele mai multe prezențe în subiectele cu caracter electoral au fost concurenții electorali – 24,3 %, urmați de actorii politici – 20,2 %. Cele mai puține apariții le-au revenit participanților la referendum – 7,9 % și experților – 5,3 %.

În a doua perioadă, cele mai multe prezențe le-au revenit concurenților electorali (37,7 %), iar cele mai puține le-au revenit experților (4,9 %), iar în prima perioadă de asemenea concurenții electorali au fost protagoniștii cu cele mai multe apariții (40,6 %), pe când organele de stat au fost protagoniștii cu cele mai puține prezențe (4,2 %).

Analiza comparată ne indică faptul că concurenții electorali au dominat la capitolul apariții în toate cele trei perioade, dar procentul lor a scăzut progresiv de la 40,6% în prima perioadă, la 37,7% în a doua și la 24,3% în a treia. Aceasta indică o reducere treptată a vizibilității concurenților electorali. Participanții la referendum au avut o vizibilitate scăzută în toate

cele trei perioade de control, cu o vizibilitate de 7,9% în perioada a treia, 8,3 % - în perioada a doua și 5,5 % în prima perioadă. Prin urmare, participanții la referendum au avut o vizibilitate mai redusă în comparație cu concurenții electorali.

3 SMA au asigurat pluralismul și diversitatea opiniilor în știri, mediatizând toate cele 7 categorii de protagoniști. Acestea sunt: „Moldova 1”, „Exclusiv TV” și „Jurnal TV”.

4 SMA, și anume „PRO TV Chișinău”, „TV8”, „Cinema 1” și „TV Elita” a reflectat 6 categorii de protagoniști.

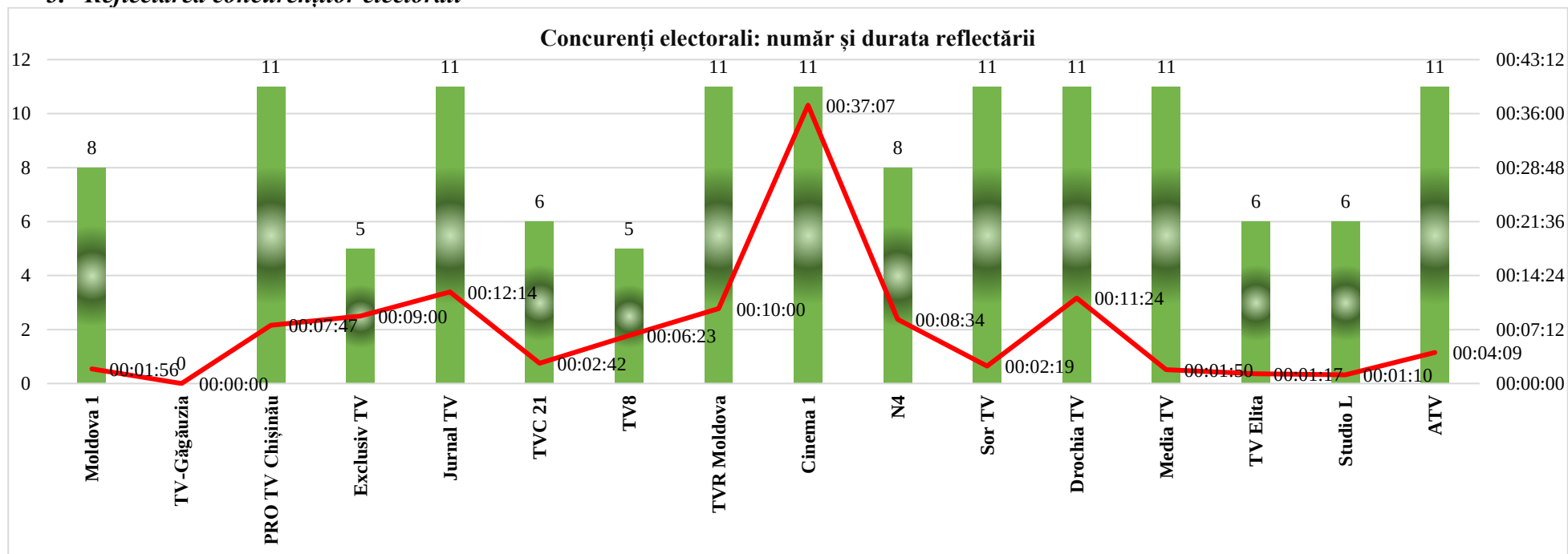
În cazul a 3 SMA - „TVC 21”, „TVR Moldova” și „Media TV” s-a constatat prezența a 5 categorii de protagoniști în buletinele informative.

4 categorii de protagoniști au fost prezenți în știrile difuzate de „TV Găgăuzia”, „SOR-TV”, „Drochia TV”, „Studio-L” și „ATV”.

1 SMA, „TV Găgăuzia” nu a avut ca protagoniști concurenții electorali. În perioada a doua, 3 SMA inclusiv „Moldova 1”, „SOR-TV” și „ATV” nu au avut ca protagoniști concurenții electorali, iar în prima perioadă 4 SMA nu au acordat timp concurenților electorali, inclusiv „SOR-TV”, „Axial TV”, „Studio-L” și „ATV”.

7 SMA nu au avut ca protagoniști participanții la referendum. Aceste SMA sunt: „PRO TV Chișinău”, „TVC 21”, „TV8”, „TVR Moldova”, „N4”, „SOR-TV” și „Studio-L”. În a doua perioadă, 6 SMA fără protagoniști participanți la referendum prezenți au fost „Moldova 1”, „PRO TV Chișinău”, „TVC 21”, „Media TV”, „TV Elita” și „Studio-L”, iar în prima perioadă 8 SMA nu au reflectat participanții la referendum, printre care „TV-Găgăuzia”, „Canal Regional”, „SOR-TV”, „Drochia TV”, „Axial TV”, „TV Elita”, „Studio-L” și „ATV”.

3. Reflectarea concurenților electorali



8 SMA au reflectat toți cei 11 concurenți electorali înscriși în cursa electorală. Aceste SMA sunt: „PRO TV Chișinău”, „Jurnal TV”, „TVR Moldova”, „Cinema 1”, „SOR-TV”, „Drochia TV”, „Media TV”, și „ATV”.

2 SMA, „Moldova 1” și „N4” au reflectat 8 concurenți electorali, 3 SMA, inclusiv „TVC 21”, „TV Elita” și „Studio-L” au mediatizat 6 concurenți electorali, iar „Exclusiv TV” și „TV8” – au mediatizat câte 5 concurenți electorali.

1 SMA, „TV Găgăuzia” nu a reflectat niciun concurent electoral.

12 SMA au oferit timp concurenților electorali pentru expunerea activităților de campanie, cu prezența directă și indirectă, printre care „Moldova 1”, „PRO TV Chișinău”, „Exclusiv TV”, „Jurnal TV”, „TVC 21”, „TV8”, „TVR Moldova”, „Cinema 1”, „N4”, „SOR-TV”, „Drochia TV” și „Studio-L”.

2 SMA au nominalizat concurenții electorali în cadrul subiectelor electorale. Aceste SMA sunt: „Media TV” și „TV Elita”.

Ca durata de reflectare, cel mai mare spațiu concurenților electorali a fost acordat de „Cinema 1” – 37 minute 07 secunde, iar cel mai puțin spațiu a fost acordat de „Studio-L” – 01 minut 10 secunde.

„Cinema 1” a fost pe primul loc în perioadele a doua și a treia în ceea ce privește timpul acordat concurenților electorali, cu o ușoară creștere de aproximativ 3 minute a duratei în perioada a treia (37 minute 07 secunde) față de a doua perioadă (34 minute 45 secunde), iar în prima perioadă „PRO TV Chișinău” a acordat cel mai mare timp concurenților electorali (35 minute 00 secunde), puțin mai mult decât în perioada a doua, dar mai puțin decât în perioada a treia, unde „Cinema 1” a depășit această valoare. În perioadele anterioare, cel mai mic timp de reflectare a concurenților electorali a fost

acordat de „TV Elita” - aproximativ 1 minut în perioada a doua și „Drochia TV” care a acordat concurenților electorali 01 minut 50 secunde în prima perioadă.

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

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	Total
A. Stoianoglo	1	-	3	1	2	-	-	3	2	5	1	2	2	1	1	1	25
M. Sandu	1	-	5	2	3	4	-	4	2	4	1	2	2	3	-	1	34
R. Usafii	1	-	3	1	2	2	-	4	2	3	1	2	2	1	1	1	26
V. Tarlev	1	-	3	-	2	1	2	1	2	-	1	2	2	-	1	1	19
I. Vlah	1	-	3	-	3	-	-	3	2	4	1	2	2	1	1	1	24
I. Chicu	-	-	2	1	2	-	-	2	2	1	1	2	2	2	-	1	18
A. Năstase	1	-	3	-	2	1	1	2	2	-	1	2	2	-	1	1	19
O. Țicu	-	-	2	-	2	1	-	1	2	1	1	2	2	-	1	1	16
V. Furtună	2	-	4	1	3	1	1	3	2	3	1	2	2	2	-	1	28
T. Ulianovschi	1	-	2	-	3	1	1	3	2	2	1	2	2	-	-	1	20
N. Morari	-	-	2	-	2	-	1	1	2	-	1	2	2	-	-	1	14

Cu referire la prezența concurenților electorali în calitate de protagoniști în știri este de menționat că, concurenții electorali au acumulat în total **243** de prezențe în cadrul subiectelor cu caracter electoral difuzate în buletinele informative de SMA supuse controlului, cu 11 mai puține prezențe decât în perioada a doua a controlului și cu 255 de prezențe mai puține decât în prima perioadă.

Cele mai multe mențiuni ale concurenților electorali au fost prezentate de „PRO TV Chișinău” – 32 apariții (3,2 %), iar cele mai puține apariții ale concurenților electorali s-au atestat la 3 SMA, și anume, „Exclusiv TV”, „TV8” și „Studio-L”, fiecare cu câte 6 apariții (0,6 %). În a doua perioadă, „TV8” a fost SMA cu cele mai multe apariții ale concurenților electorali în subiectele de știri (36 apariții – 5,3 %), iar cele mai puține apariții ale concurenților electorali s-au înregistrat la „Exclusiv TV” (8 apariții – 1,2 %). În prima perioadă, „PRO TV Chișinău” a înregistrat cele mai multe apariții ale concurenților electorali (61 de ori – 5 %), cele mai puține prezențe fiind înregistrate de „TV-Găgăuzia” – 4 prezențe.

Ca frecvență, cel mai reflectat concurent electoral în perioada de raport a fost M. Sandu – de 34 de ori (13,9 %), urmată de V. Furtună – de 28 de ori (11,5 %). Cele mai puține prezențe, 14 la număr (5,7 %), i-au revenit N. Morari. În perioada a doua, concurentul electoral M. Sandu a fost vizată în cele mai

multe subiecte (30), cu o pondere de 11,8 %, iar cel mai puțin reflectat concurent electoral ca frecvență a fost R. Usatîi – cu 18 apariții (7,1 %). În prima perioadă cele mai multe apariții le-a avut concurentul electoral M. Sandu – 68 de ori (13,7 %), iar cele mai puține apariții i-au revenit concurentului T. Ulianovschi – 33 de apariții (6,6 %).

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	-	0:00:37	0:01:47	0:00:53	-	-	0:01:00	0:04:01	0:02:31	0:00:10	0:01:36	0:00:10	0:00:05	0:00:05	0:00:35
M. Sandu	0:00:10	-	0:01:08	0:01:18	0:01:12	0:00:57	-	0:01:13	0:04:48	0:02:12	0:00:13	0:01:20	0:00:10	0:00:42	-	0:00:18
R. Usatîi	0:00:05	-	0:00:37	0:02:16	0:00:52	0:00:26	-	0:00:53	0:03:02	0:00:46	0:00:15	0:00:58	0:00:10	0:00:05	0:00:05	0:00:24
V. Tarlev	0:00:09	-	0:00:44	-	0:01:01	0:00:13	0:01:37	0:00:31	0:02:29	-	0:00:10	0:00:56	0:00:10	-	0:00:05	0:00:18
I. Vlah	0:00:05	-	0:00:30	-	0:01:17	-	-	0:01:02	0:03:10	0:00:56	0:00:09	0:00:26	0:00:10	0:00:05	0:00:05	0:00:16
I. Chicu	-	-	0:00:28	0:01:52	0:00:53	-	-	0:00:42	0:03:28	0:00:10	0:00:17	0:00:54	0:00:10	0:00:10	-	0:00:27
A. Năstase	0:00:09	-	0:00:35	-	0:01:01	0:00:14	0:00:05	0:01:04	0:03:15	-	0:00:10	0:00:38	0:00:10	-	0:00:05	0:00:15
O. Țicu	-	-	0:00:30	-	0:00:56	0:00:13	-	0:00:20	0:03:13	0:00:05	0:00:13	0:00:44	0:00:10	-	0:00:45	0:00:29
V. Furtună	0:00:37	-	0:01:24	0:01:47	0:01:55	0:00:25	0:01:59	0:01:40	0:03:41	0:01:26	0:00:15	0:01:14	0:00:10	0:00:10	-	0:00:24
T. Ulianovschi	0:00:36	-	0:00:38	-	0:01:20	0:00:14	0:00:43	0:01:14	0:03:53	0:00:28	0:00:18	0:01:22	0:00:10	-	-	0:00:19
N. Morari	-	-	0:00:36	-	0:00:54	-	0:01:59	0:00:21	0:02:07	-	0:00:09	0:01:16	0:00:10	-	-	0:00:24

În perioada de control, volumul total de timp oferit celor 11 concurenți electorali a fost de **01 oră 57 minute 52 secunde**, ceea ce reprezintă o pondere de **17,5 %** din durata totală a subiectelor electorale difuzate. În perioada a doua, acest volum a constituit 02 ore 23 minute 31 secunde, iar în prima perioadă 03 ore 26 min. 28 sec. În perioada a treia, volumul de timp oferit concurenților electorali a fost mai mic decât în perioadele anterioare, indicând o tendință de scădere cu 25 de minute 39 de secunde față de a doua perioadă și cu 01 oră 28 minute 16 secunde mai puțin decât în prima perioadă.

Ca durată de reflectare, cel mai mediatizat concurent electoral a fost V. Furtună - 17 minute 07 secunde (14,5 %), iar cel mai puțin au fost reflectați 2 concurenți electorali, A. Năstase și O. Țicu – fiecare din ei cu câte 07 minute 40 secunde (6,5 %), aproximativ de 2 ori mai puțin decât cel mai reflectat. Comparativ cu perioada a doua, concurentul electoral cu cel mai mare timp de reflectare a fost M. Sandu - cu o durată cumulată de 20 minute 02 secunde (14 %), iar 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

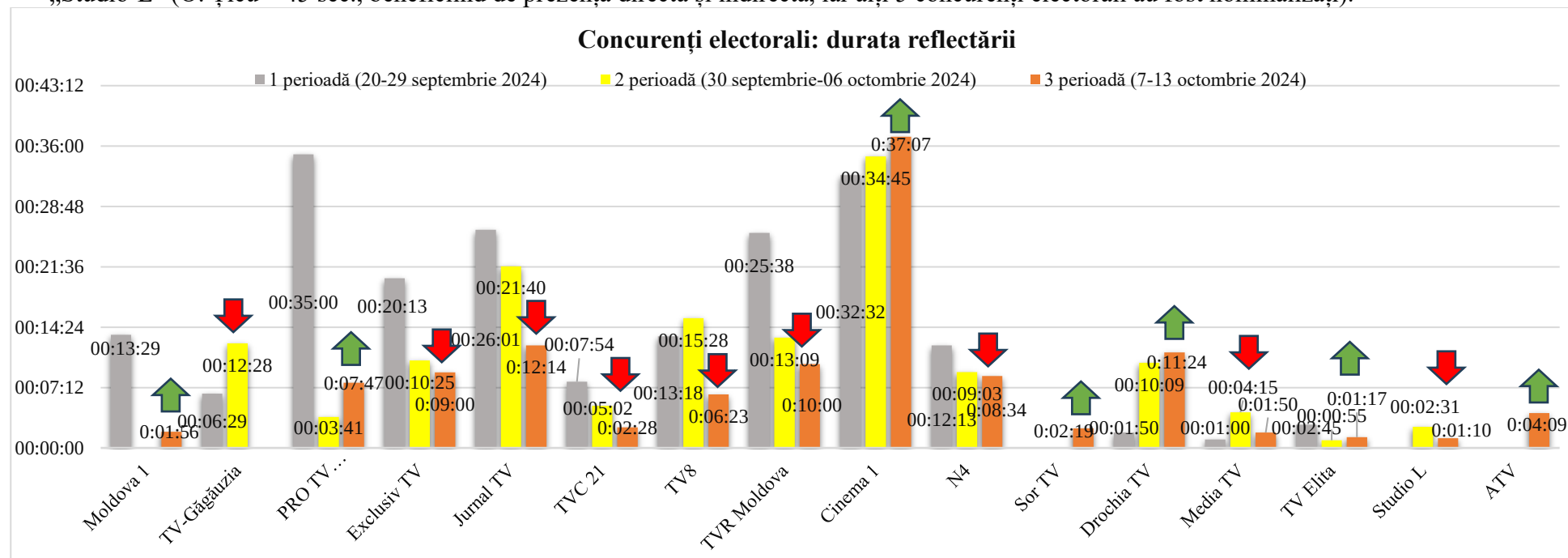
decât cel mai reflectat concurent electoral. În prima perioadă, de asemenea întâietate la capitolul reflectării a deținut M. Sandu – 35 min. 48 sec. (17,4 %), iar la polul opus s-a aflat concurentul electoral O. Țicu – 08 min. 18 sec. (4 %), aproximativ de 4 ori mai puțin decât M. Sandu.

SMA care a acordat cel mai mare spațiu concurenților electorali în știri a fost „Cinema 1” - 37 minute 07 secunde, iar cel mai puțin spațiu a fost acordat de „Studio-L” – 01 minut 10 secunde. În perioada a doua, de asemenea „Cinema 1” a fost cel care a reflectat cel mai mult concurenții electorali, alocând un timp de 34 de minute și 45 de secunde. În prima perioadă de control, întâietate la acest capitol a avut „PRO TV Chișinău” cu un timp de reflectare de 35 de minute.

În cazul celor 5 SMA - „TVR Moldova”, „Cinema 1”, „N4”, „Drochia TV” și „Studio-L”, s-a constatat o distribuție neuniformă a timpului de antenă acordat concurenților electorali, unii beneficiind de o expunere mult mai mare decât alții.

Exemplificăm:

- „TVR Moldova” (V. Furtună – 01 min. 40 sec., iar O. Țicu și N. Morari – cu câte 20, respectiv 21 secunde);
- „Cinema 1” (M. Sandu – 04 min. 48 sec., iar N. Morari – 02 min. 07 sec.);
- „N4” (A. Stoianoglo – 02 min. 31 sec., iar I. Chicu și O. Țicu – fiecare cu câte 10 sec. respectiv 05 secunde, fiind nominalizați);
- „Drochia TV” (A. Stoianoglo – 01 min. 36 sec., iar I. Vlah – 26 sec.);
- „Studio-L” (O. Țicu – 45 sec., beneficiind de prezență directă și indirectă, iar alți 5 concurenți electorali au fost nominalizați).



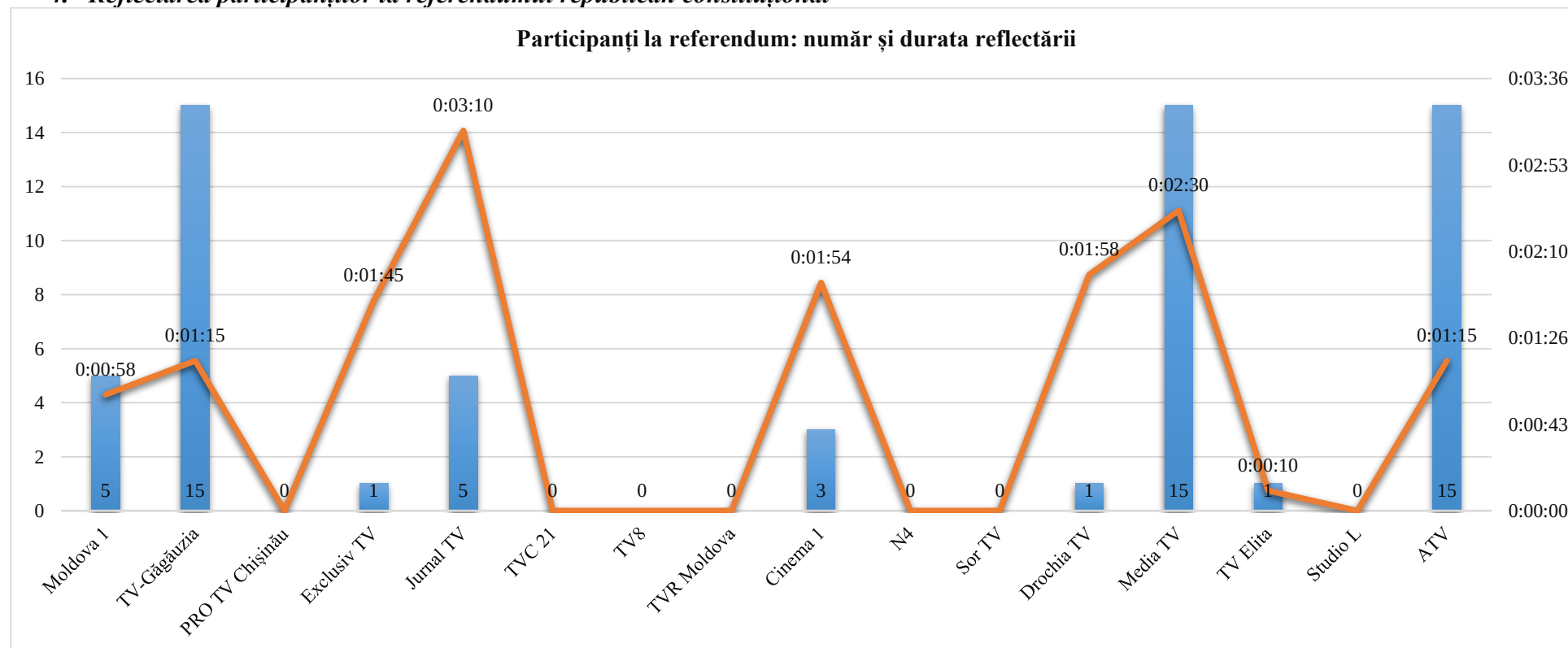
Analiza comparată a volumului de timp alocat concurenților electorali în perioada a 3 comparativ cu perioada a 2, ne indică faptul că în cazul a 9 SMA („TV-Găgăuzia”, „Exclusiv TV”, „Jurnal TV”, „TVC 21”, „TV8”, „TVR Moldova”, „N4”, „Media TV” și „Studio-L”) s-a evidențiat o tendință de scădere a timpului alocat concurenților electorali, în timp ce la alte 7 SMA („Moldova 1”, „PRO TV Chișinău”, „Cinema 1”, „SOR-TV”, „Drochia TV”, „TV Elita” și „ATV”) s-a observat o creștere.

8 SMA au alocat cel mai mare spațiu concurenților electorali în prima perioadă de control, comparativ cu perioadele ulterioare, aceste SMA fiind „Moldova 1”, „PRO TV Chișinău”, „Exclusiv TV”, „Jurnal TV”, „TVC 21”, „TVR Moldova”, „N4” și „TV Elita”.

3 SMA au acordat cel mai mare volum de timp concurenților electorali în perioada a doua, comparativ cu celelalte perioade. Aceste SMA sunt „TV8”, „Media TV” și „Studio-L”.

3 SMA au acordat cel mai mare volum de timp concurenților electorali în perioada a treia, comparativ cu perioadele anterioare. Aceste SMA sunt „Cinema 1”, „Drochia TV” și „ATV”.

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.

3 SMA, „TV-Găgăuzia”, „Media TV” și „ATV” au menționat, în cadrul subiectelor cu caracter electoral, pe toți cei 15 participanți la referendum înregistrați. 2 SMA, „Moldova 1” și „Jurnal TV” au reflectat câte 5 participanți la referendum.

1 SMA, „Cinema 1” a mediatizat 3 participanți la referendum, iar 3 SMA, printre care „Exclusiv TV”, „Drochia TV” și „TV Elita” – 1 singur participant la referendum.

7 SMA nu au mediatizat niciun participant la referendum. SMA sunt: „PRO TV Chișinău”, „TVC 21”, „TV8”, „TVR Moldova”, „N4”, „SOR-TV” și „Studio-L”. În perioada a doua de control, SMA care nu au acordat timp niciunui participant la referendum au fost: „Moldova 1”, „PRO TV Chișinău”, „TVC 21”, „SOR-TV”, „Media TV”, „TV Elita” și „Studio-L”.

Ca durată, „Jurnal TV” a alocat cel mai mare spațiu participanților la referendum – 03 minute 10 secunde, iar cel mai puțin timp a fost alocat de „TV Elita” – 10 secunde. În perioada a doua de control, „Cinema 1” a fost cel care 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. În prima perioadă, MRM i-a fost alocat cel mai mult timp de reflectare de 02 min. 41 sec., iar la polul opus s-au aflat PVE și CUB, fiecare cu câte 15 secunde de reflectare.

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	Total
PCRM	1	1	-	-	-	-	-	-	1	-	-	-	2	-	-	1	6
PVE	-	1	-	-	1	-	-	-	-	-	-	-	2	-	-	1	5
MRM	-	1	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	2	-	-	1	4
ALDE	-	1	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	2	-	-	1	4
PR	-	1	-	-	1	-	-	-	-	-	-	2	2	2	-	1	9
CUB	-	1	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	2	-	-	1	4
Bl. „Împreună”	-	1	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	2	-	-	1	4
PAS	-	1	-	-	1	-	-	-	1	-	-	-	2	-	-	1	6
MAN	1	1	-	1	1	-	-	-	1	-	-	-	2	-	-	1	8
PDA	-	1	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	2	-	-	1	4
AUR	1	1	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	2	-	-	1	5
PPN	-	1	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	2	-	-	1	4
Acasă	1	1	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	2	-	-	1	5
PSDE	-	1	-	-	2	-	-	-	-	-	-	-	2	-	-	1	6

VP	1	1	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	2	-	-	1	5
----	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---

Participanții la referendum au fost vizați în programele informative de știri și actualități acumulând un număr total de 79 de apariții, cu 23 de apariții (perioada a doua), respectiv cu 11 apariții (prima perioadă) mai multe decât în perioadele anterioare.

Participanții la referendum au acumulat cele mai multe prezențe la „Media TV” – 30 de apariții (3 %), iar cele mai puține apariții ale participanților la referendum au fost înregistrate la „Exclusiv TV” – 1 apariție (0,1 %). În perioada a doua, rezultatele controlului au atestat că cele mai multe apariții ale participanților la referendum s-au înregistrat la 2 SMA, și anume „TV-Găgăuzia” și „Drochia TV”, fiecare SMA cu câte 15 apariții (8,3 %), iar cele mai puține apariții au fost înregistrate la „N4” și „ATV” – fiecare cu câte 1 apariție (0,1 %) a participanților la referendum în știri. În prima perioadă, participanții la referendum au acumulat cele mai multe prezențe la „Exclusiv TV” – 25 de apariții, iar cele mai puține s-au înregistrat la „TVC 21” – 1 apariție.

Cel mai mediatizat participant la referendum a fost PR – cu 9 apariții (11,4 %), iar cele mai puține apariții au revenit 6 participanți la referendum după cum urmează, MRM, ALDE, CUB, Bl. „Împreună”, PDA și PPN – fiecare cu câte 4 apariții (5,1 %). În perioada a doua de raport, ALDE și PSDE au înregistrat cele mai multe apariții – 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 %). În prima perioadă, PR a fost participantul cu cele mai multe prezențe (9), iar cele mai puține prezențe au fost înregistrate pentru 6 SMA, și anume, MRM, ALDE, CUB, Bl. „Împreună”, PDA și PPN – fiecare cu câte 4 apariții.

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

7 SMA nu au mediatizat niciun participant la referendum. SMA sunt: „PRO TV Chișinău”, „TVC 21”, „TV8”, „TVR Moldova”, „N4”, „SOR-TV” 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	0:00:13	0:00:05	-	-	-	-	-	-	0:01:02	-	-	-	0:00:10	-	-	0:00:05
PVE	-	0:00:05	-	-	0:00:25	-	-	-	-	-	-	-	0:00:10	-	-	0:00:05
MRM	-	0:00:05	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	0:00:10	-	-	0:00:05
ALDE	-	0:00:05	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	0:00:10	-	-	0:00:05
PR	-	0:00:05	-	-	0:00:12	-	-	-	-	-	-	0:01:58	0:00:10	0:00:10	-	0:00:05
CUB	-	0:00:05	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	0:00:10	-	-	0:00:05

Bl. „Împreună”	-	0:00:05	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	0:00:10	-	-	0:00:05
PAS	-	0:00:05	-	-	0:00:36	-	-	-	0:00:47	-	-	-	0:00:10	-	-	0:00:05
MAN	0:00:12	0:00:05	-	0:01:45	0:00:21	-	-	-	0:00:05	-	-	-	0:00:10	-	-	0:00:05
PDA	-	0:00:05	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	0:00:10	-	-	0:00:05
AUR	0:00:17	0:00:05	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	0:00:10	-	-	0:00:05
PPN	-	0:00:05	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	0:00:10	-	-	0:00:05
Acasă	0:00:08	0:00:05	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	0:00:10	-	-	0:00:05
PSDE	-	0:00:05	-	-	0:01:36	-	-	-	-	-	-	-	0:00:10	-	-	0:00:05
VP	0:00:08	0:00:05	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	0:00:10	-	-	0:00:05

Volumul total de timp oferit participanților la referendum, în perioadă supusă controlului, de către SMA monitorizate a fost de 14 minute 55 secunde, ceea ce constituie 2,2 % din durata totală a subiectelor cu caracter electoral difuzate de SMA monitorizate, sau cu 93 de secunde mai puțin timp alocat participanților la referendum reflectați în perioada a 2 de control și cu 157 de secunde mai mult decât în prima perioadă de control.

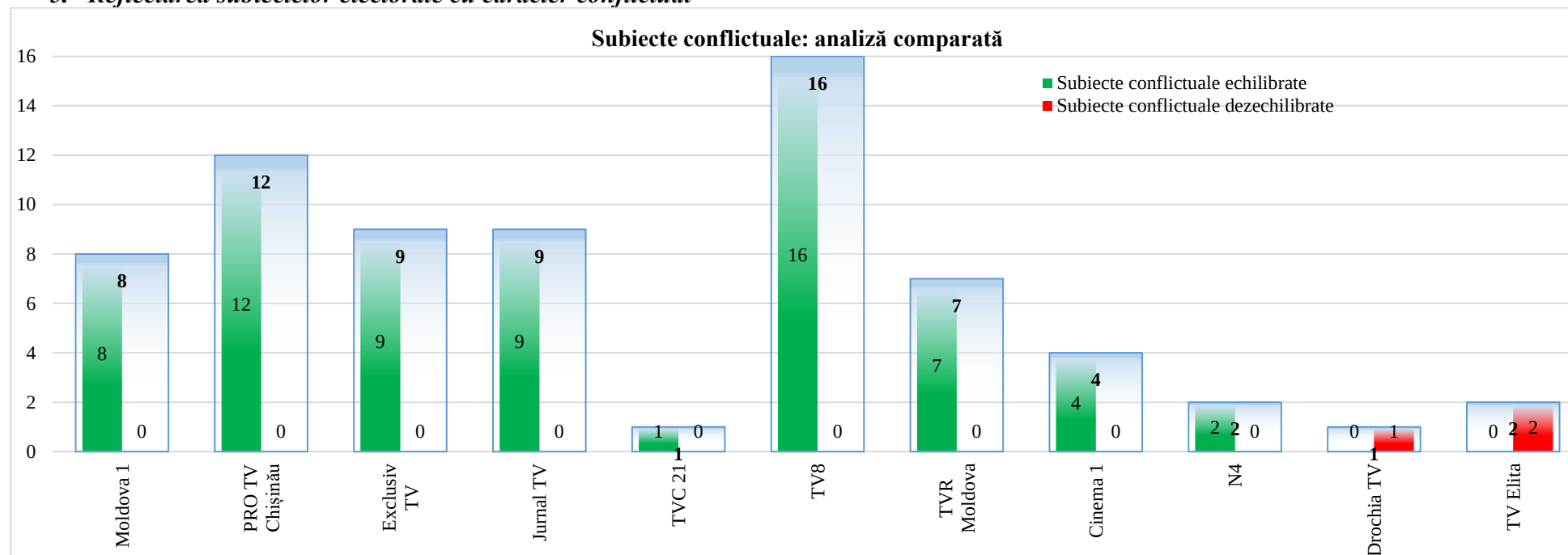
Ca durată de reflectare, cel mai mediatizat participant la referendum a fost MAN – 02 min. 43 sec. și PR – 02 min. 40 sec., iar cel mai puțin mediatizați au fost 5 participant la referendum – MRM, ALDE, CUB, Bl. „Împreună”, PDA și PPN, fiecare din ei cu câte 20 sec. de reflectare. În perioada a doua de control, cel mai reflectat a fost PSDE – cu 06 minute și 46 secunde, iar cel mai puțin mediatizați au fost 6 participanți la referendum, inclusiv CUB, Bl. „Împreună”, „PDA, PPN, Acasă și VP – fiecare cu câte 10 secunde. În prima perioadă, cel mai mediatizat participant la referendum a fost MRM - 02 min. 41 sec., iar la polul opus s-au aflat PVE și CUB, fiecare cu câte 15 secunde de reflectare.

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

4 SMA au nominalizat participanții la referendum în cadrul buletinelor informative. Aceștia sunt: „TV-Găgăuzia”, „Media TV”, „TV Elita” și „ATV”.

7 SMA nu au reflectat niciun participant la referendum. SMA sunt: „PRO TV Chișinău”, „TVC 21”, „TV8”, „TVR Moldova”, „N4”, „SOR-TV” și „Studio-L”.

5. Reflectarea subiectelor electorale cu caracter conflictual



În perioada de raport, 11 SMA supuse controlului au difuzat, cumulativ, 71 de subiecte cu caracter conflictual, cu 29 de subiecte mai multe decât în perioada a 2-a și cu 25 de subiecte mai multe decât prima perioadă.

8 SMA au prezentat corect și echilibrat subiectele cu caracter conflictual, asigurând pluralismul relativ de surse și opinii. Acestea sunt: „PRO TV Chișinău”, „Exclusiv TV”, „Jurnal TV”, „TVC 21”, „TV8”, „TVR Moldova”, „Cinema 1” și „N4”.

2 SMA, „Drochia TV” și „TV Elita” au difuzat știri conflictuale dezechilibrate.

„TV Elita” a difuzat 2 subiecte cu caracter conflictual dezechilibrat.

În primul subiect cu titlul **„Promo-Lex: Cheltuieli nedeclarate și implicarea bisericii în campanie electorală”** difuzat la data de 09 octombrie, ora 21:04:00 (prezentat în reluare la data de 10 octombrie, ora 21:08:14) se vorbește despre raportul de monitorizare al Asociației „Promo-Lex”, în care au fost raportate abaterile depistate în timpul desfășurării campaniei electorale. Observatorii Promo-Lex au raportat 32 de cazuri de utilizare a resurselor administrative, majoritatea au vizat partidul de guvernământ, PAS. Analista electorală M. Focșă: „Utilizarea abuzivă a resurselor administrative a fost constatată în cel puțin 32 de cazuri, dintre care 30 de cazuri au vizat PAS și M. Sandu și câte un caz, Blocul politic „Victorie” și respectiv I. Chicu, desemnat de PDCM.” „...Am observat 3 cazuri, în care reprezentanții cultelor religioase au făcut agitație electorală. Într-un caz au fost diseminate mesaje anti-UE, în alte 2 cazuri au fost promovați 2 candidați la funcția de președinte, fiind vizată V. Furtună și M. Sandu.” „...Coruperea alegătorilor a fost observată în cel puțin 7 cazuri, în toate fiind vizat Blocul politic „Victorie” și în mare parte acestea s-au manifestat prin oferirea participanților

la evenimentele organizate, a genților cu diferite produse alimentare.” Subiectul conflictual este parțial echilibrat cu prezentarea poziției PAS și a Bl. „Victorie”, însă lipsesc pozițiile concurenților electorali vizați, și anume M. Sandu, I. Chicu și V. Furtună.

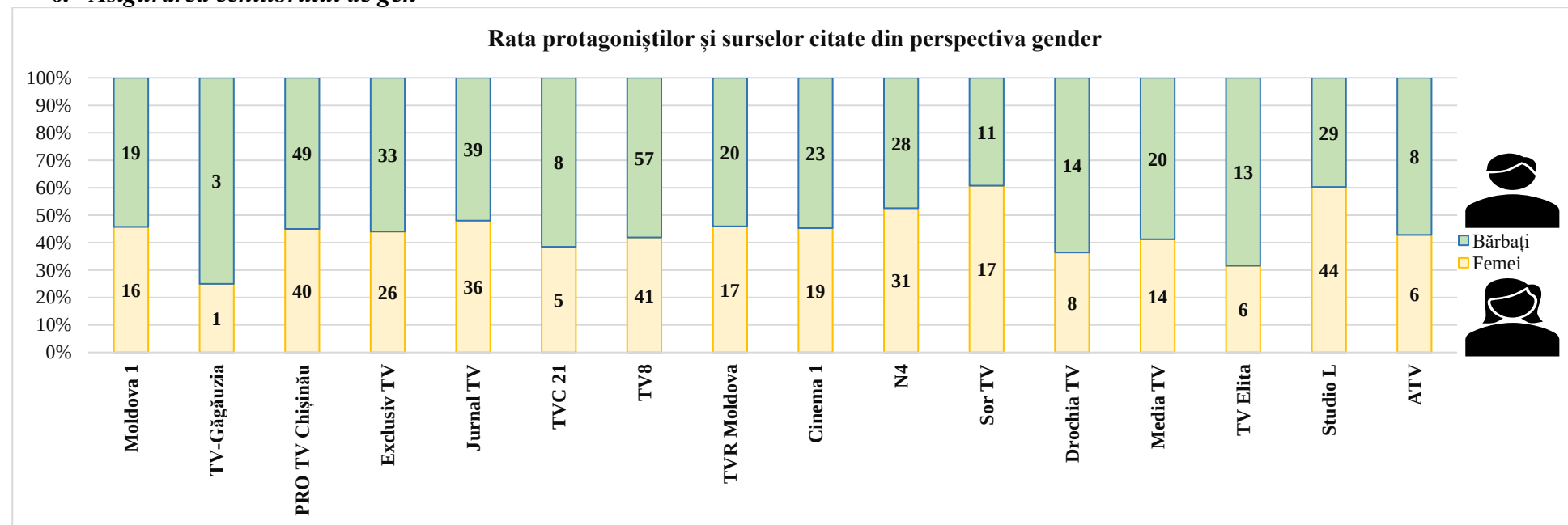
În al doilea subiect cu titlu: „**Cadouri electorale cu dulciuri expirate**”, difuzat la data de 11 octombrie, ora 21:09:42 (prezentat în reluare la data de 12 octombrie, ora 21:11:11 și la data de 13 octombrie, ora 21:10:55) – subiect despre descinderile întreprinse de Poliție, într-un depozit din Durlești, în care au fost găsite cutii pe care era imprimată emblema BL. „Victorie”. Totodată se menționează că cutiile conțineau produse alimentare care urmau să fie distribuite în scop de corupere a alegătorilor. Subiectul nu a fost echilibrat cu prezentarea poziției părții acuzate și anume, poziția Bl. „Victorie”.

În perioada de raport, „Drochia TV” a reflectat un subiect electoral conflictual. Acesta nu a fost echilibrat cu poziția participantului la referendum „PR”.

✓ 12.10.24 ora 19:39:31 – titlul subiectului „*Finanțări ilegale pentru votul „DA” sau „NU”*”

Totodată, este de menționat că, 5 SMA – „TV-Găgăuzia”, „SOR-TV”, „Media TV”, „Studio-L” și „ATV” - au difuzat în perioada de raport subiecte neconflictuale.

6. Asigurarea echilibrului de gen



Per ansamblu, subiectele electorale difuzate de SMA au fost parțial echilibrate din perspectiva de gen, majoritatea protagoniștilor/surselor citate fiind de sex masculin – 374 surse, celor de sex feminin revenindu-le – 327 de apariții. Datele prezentate indică o diferență de 47 de apariții în favoarea surselor masculine.

Un echilibru relativ a fost atestat la 14 SMA, și anume, „Moldova 1”, „PRO TV Chișinău”, „Exclusiv TV”, „Jurnal TV”, „TVC 21”, „TV8”, „TVR Moldova”, „Cinema 1”, „N4”, „SOR TV”, „Media TV”, „TV Elita”, „Studio-L” și „ATV”.

7. Relevanța temelor abordate

Subiectele abordate de SMA supuse controlului au fost relevante alegerilor și au vizat procesul electoral: mediatizarea participanților la referendumul republican constituțional, informații generale despre tehnica votării, oferirea promisiunilor electorale de concurenți și vox-populi, subiecte privind coruperea alegătorilor și descinderile efectuate de poliție în mai multe locații, deschiderea secțiilor de votare în Rusia, tipărirea buletinelor de vot, 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

9 SMA au admis devieri la capitolul respectării declarației privind reflectarea campaniei electorale. În perioada a doua de control, numărul SMA cu devieri la capitolul respectării declarației a fost de 11 SMA, iar în prima perioadă – la fel 11 SMA au admis încălcarea propriei Declarații depuse la CA.

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. Potrivit Declarației de reflectare a alegerilor, SMA a menționat doar programele de știri de la orele 8:30, 19:30 și 21:30, în cadrul cărora vor fi prezentate subiectele cu caracter electoral. Această deviere a SMA a fost atestată și în perioadele anterioare controlului. Totodată este de menționat că, la data de 15 octombrie 2024, „TVC 21” a solicitat modificarea Declarației privind politica editorială pentru reflectarea alegerilor, modificând ora de difuzare pentru 19:50. Modificările au fost aprobate de CA în aceeași zi.

4 SMA au omis încadrarea a 10 de subiecte electorale relevante în rubrica „Electorală 2024”. SMA care au difuzat subiecte electorale înafara rubricii sunt:

- „PRO TV Chișinău” – 1 subiect;
- „TV8” – 3 subiecte;
- „TVR Moldova” – 5 subiecte;
- „ATV” – 1 subiect.

2 SMA, „Moldova 1” și „R Live TV” au difuzat debaterile la altă oră decât cea indicată în Declarație. 1 SMA, „N4” a difuzat debateri electorale în alte zile decât cele indicate în Declarație.

1 SMA, „TV Elita”, a difuzat la data de 10 octombrie, ora 21:05:53, un sondaj de opinii privind prezentarea favoriților pentru fotoliu de președinte al Republicii Moldova, care a fost prezentat incorect, dat fiind faptul că în știre a lipsit informația cu privire la metodologia utilizată, perioada în care a fost efectuat sondajul, geografia sondajului, marja de eroare și autorizarea sau lipsa autorizării de către CEC, contrar prevederilor **pct. 48 din Regulamentul CEC**.

În a doua perioadă de control, 8 SMA au difuzat 20 de subiecte electorale care nu au fost incluse în rubrica „Electorală 2024”. Aceste SMA sunt: „TVC 21”, „TV8”, „TVR Moldova”, „Cinema 1”, „N4”, „SOR-TV”, „TV Elita” și „Studio-L”.

Iar în prima perioadă, 8 SMA au omis încadrarea în rubrica electorală a 36 de subiecte. Aceste SMA sunt: „PRO TV Chișinău”, „Exclusiv TV”, „Jurnal TV”, „TVC 21”, „TVR Moldova”, „TV Elita”, „Canal Regional” și „Studio-L”.

1 SMA, „TVR Moldova” a admis devieri la încadrarea subiectelor în rubrica „Electorală 2024” în toate cele 3 perioade de control.

5 SMA nu au încadrat subiectele electorale în rubrică în 2 perioade de control, aceste SMA sunt: „PRO TV Chișinău” (perioada 1 și 3), „TV8” (perioada 2 și 3), „TVC 21” (perioada 1 și 2), „TV Elita” (perioada 1 și 2) și „Studio-L” (perioada 1 și 2).

7 SMA nu au încadrat subiectele electorale în rubrică într-o singură perioadă de control, aceste SMA sunt „TV-Găgăuzia” și „ATV” în a treia perioadă, „Cinema 1”, „N4” și „SOR-TV” – în perioada a doua și „Exclusiv TV” și „Canal Regional” – în prima perioadă.

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.

Rezultatele monitorizării sunt prezentate, schematic, în tabelul alăturat:

SMA	Indicatori				
	Data	Ora	Concurent electoral / Participant referendum	Tip scrutin	Prestație SMA
TV8	Nu a difuzat dezbateri electorale				
TVR Moldova	Nu a difuzat dezbateri electorale				
TVC 21	Nu a difuzat dezbateri electorale				
Moldova 1	08.10	19.00	A. Stoianoglo, M. Sandu , R. Usatîi	P	cu devieri.
	10.10	19.00	V. Tarlev, I. Vlah, I. Chicu	P	cu devieri
	07.10	19.00	PVE, MRM, PCRM	R	fără devieri
	09.10	19.00	ALDE, PR, CUB	R	fără devieri
	11.10	19.00	Bl. „Împreună”, PAS, MAN	R	fără devieri
R Live TV	07.10	19.00	PVE, MRM, PCRM	R	fără devieri
	08.10	19.00	ALDE, CUB, PR	R	fără devieri
	09.10	19.00	PAS, Bl. „Împreună”, MAN	R	fără devieri
	10.10	19.00	PDA, AUR, PPN	R	fără devieri
	11.10	19.00	Acasă, PSDE, PVP	R	fără devieri
N4	01.10	19:00	N. Morari, T. Ulianoschi, V. Furtună	P	fără devieri
	02.10	09:00	PVE, ALDE, PR	R	cu devieri
	03.10	19:00	I. Chicu, A. Năstase, O. Țicu	P	cu devieri
	04.10	09:00	MRM, VP, AUR	R	cu devieri
	08.10	19.00	O. Țicu, I. Vlah, V. Tarlev	P	cu devieri
	10.10	19.00	R. Usatîi, I. Vlah, A. Stoianoglo	P	cu devieri
	08.10	09.00	PSDE, PDA, Acasă	R	fără devieri

	10.10	09.00	PCRM, PPN, Bl. „Împreună”	R	cu devieri
Jurnal TV	07.10	20.00	PR, PVE, MRM, ALDE, PDA	R	fără devieri
	08.10	20.00	AUR, PPN, Acasă, PSDE, VR	R	fără devieri
	10.10	20.00	PAS, Bl. „Împreună”, MAN, CUB, PCRM	R	fără devieri
Canal Regional	Nu a difuzat dezbateri electorale				
PRO TV Chișinău	Nu a difuzat dezbateri electorale				
TV-Găgăuzia	Nu a difuzat dezbateri electorale				

Notă: cu roșu și bold – invitații lipsă

În perioada 01 – 13 octombrie, 4 din cele 10 SMA monitorizate au difuzat cumulativ 21 de dezbateri electorale, 6 dintre acestea vizând alegerile prezidențiale și 15 – referendumul constituțional.

Astfel:

- „Moldova 1” a organizat 2 dezbateri vizând alegerile prezidențiale și 3 – referendumul constituțional;
- „N4” a organizat 4 dezbateri care au vizat alegerile prezidențiale și 4 – referendumul constituțional;
- „Jurnal TV” a organizat 3 dezbateri dedicate referendumului, la care au fost invitați câte 5 participanți la referendum;
- „R Live TV” a organizat 5 dezbateri dedicate referendumului, la care au fost invitați câte 3 participanți la referendum.

Cele patru televiziuni au oferit posibilitate să participe la dezbateri tuturor concurenților electorali și participanților la referendum.

6 SMA, „TV-Găgăuzia”, „PRO TV Chișinău”, „Canal Regional”, „TV8”, „TVR Moldova” și „TVC 21” nu au desfășurat dezbateri electorale în perioada de referință.

Dezbaterile electorale au fost difuzate în prime-time, la rubrica specială și, în majoritatea cazurilor, au corespuns rigorilor legale. Totodată, au fost atestate anumite nereguli.

Majoritatea dezbaterilor electorale au fost realizate în corespundere cu rigorile legale.

2 SMA, „Moldova 1” și „R Live TV” au difuzat dezbaterile la altă oră decât cea indicată în Declarație.

1 SMA, „N4” a difuzat dezbateri electorale în alte zile decât cele indicate în Declarație.

Moderatorii dezbaterilor de la „N4” au demonstrat în câteva rânduri lipsă de imparțialitate.

III. Rezultate comparative și concluzii

În concluzie menționăm următoarele:

- În perioada 07-13 octombrie 2024, toate SMA au difuzat subiecte cu caracter electoral. Comparativ cu a doua perioadă de control, numărul subiectelor electorale difuzate de toate serviciile media audiovizuale a crescut, de la 204 la 284, cu 80 de subiecte electorale difuzate mai mult. Totodată, numărul de subiecte din perioada actuală a fost cu 86 de subiecte mai puține decât în prima perioadă. În același context este de menționat că, a doua și a treia perioadă de monitorizare au fost mai scurte cu 3 zile față de prima perioadă.
- În perioada de raport, serviciile media audiovizuale monitorizate au difuzat materiale electorale în volum total de 11 ore 12 minute 55 secunde, în creștere față de ambele perioade de control anterioare (volumul de timp fiind de 7 ore 44 minute 31 secunde în perioada a doua și de 11 ore 00 minute și 29 secunde – în prima perioadă).
- În perioada actuală cel mai mare spațiu subiectelor cu caracter electoral a fost alocat de „Exclusiv TV” – **01 oră 33 minute 29 secunde**, sau **13,9 %** din durata totală a subiectelor electorale difuzate în perioada de raport, cu o creștere de 21 minute și 20 secunde față de a doua perioadă când tot „Exclusiv TV” a fost lider în alocarea timpului subiectelor electorale (01 oră 12 minute și 09 secunde). În prima perioadă, întâietate a deținut „PRO TV Chișinău” - 1 oră 24 minute și 29

secunde. Totodată, cel mai mic spațiu subiectelor cu caracter electoral în perioada actuală a fost alocat de „TVC 21” – 14 min. 26 sec. (2,1 %). În perioada a doua de control, cel mai mic spațiu subiectelor cu caracter electoral a fost alocat de „SOR-TV” (03 min. 29 sec.) și „ATV” (03 min. 18 sec.), fiecare cu câte 0,7 %, iar în prima perioadă - „ATV” a fost pe ultimul loc la capitolul difuzării subiectelor electorale cu 01 minut și 25 secunde (0,2 %).

- 7 SMA au asigurat pluralismul și diversitatea opiniilor în știri, mediatizând 6 - 7 categorii de protagoniști. Acestea sunt: „Moldova 1”, „Exclusiv TV”, „Jurnal TV”, „PRO TV Chișinău”, „TV8”, „Cinema 1” și „TV Elita”.
- Analiza comparată ne indică faptul că concurenții electorali au dominat la capitolul apariții în toate cele trei perioade, dar procentul lor a scăzut progresiv de la 40,6% în prima perioadă, la 37,7% în a doua și la 24,4 % în a treia. Participanții la referendum au avut o vizibilitate scăzută în toate cele trei perioade de control, cu o vizibilitate de 7,9% în perioada a treia, 8,3 % - în perioada a doua și 5,5 % în prima perioadă. Prin urmare, participanții la referendum au avut o vizibilitate mult mai redusă în comparație concurenții electorali.
- 12 SMA au oferit timp concurenților electorali pentru expunerea activităților de campanie, cu prezența directă și indirectă, printre care „Moldova 1”, „PRO TV Chișinău”, „Exclusiv TV”, „Jurnal TV”, „TVC 21”, „TV8”, „TVR Moldova”, „Cinema 1”, „N4”, „SOR-TV”, „Drochia TV” și „Studio-L”, iar 2 SMA au nominalizat concurenții electorali în cadrul subiectelor electorale („Media TV” și „TV Elita”).
- 1 SMA, „TV Găgăuzia” nu a avut ca protagoniști concurenții electorali. În perioada a doua, în cazul a 3 SMA inclusiv „Moldova 1”, „SOR-TV” și „ATV” au lipsit din știri concurenții electorali, iar în prima perioadă 4 SMA nu au reflectat deloc concurenții electorali, acestea fiind „SOR-TV”, „Axial TV”, „Studio-L” și „ATV”.
- Cel mai mediatizat concurent electoral în perioada actuală a fost V. Furtună (14,5 %), iar cel mai puțin mediatizat au fost A. Năstase și O. Țicu – fiecare cu câte 6,5 %. În perioadele anterioare, cel mai reflectat concurent a fost M. Sandu (14 % - a doua perioadă și 17,4 % în prima perioadă), iar cel mai puțin reflectați concurenți electorali au fost R. Usatii (4,8 % în a doua perioada) și O. Țicu (4 % în prima perioadă).
- 9 SMA au reflectat participanții la referendum, dintre care 5 SMA au acordat timp participanților la referendum pentru expunerea activităților de campanie. Acestea sunt: „Moldova 1”, „Media TV”, „Jurnal TV”, „Cinema 1” și „Drochia TV”. 4 SMA au nominalizat participanții la referendum în cadrul buletinelor informative („TV-Găgăuzia”, „Media TV”, „TV Elita” și „ATV”). 7 SMA nu au reflectat niciun participant la referendum („PRO TV Chișinău”, „TVC 21”, „TV8”, „TVR Moldova”, „N4”, „SOR-TV” și „Studio-L”).
- 1 SMA, „Studio-L” continuă și în perioada a 3-a să nu reflecte deloc participanții la referendum.
- Analiza comparativă a reflectării concurenților electorali și participanților la referendum evidențiază că și în perioada a 3-a, concurenții electorali continuă să beneficieze de o expunere mai mare, 17,5 % din timpul alocat subiectelor electorale, în timp ce participanții la referendum au avut o acoperire mai redusă, reprezentând 2,2 % din timpul alocat. Același decalaj a fost înregistrat și în perioadele anterioare, când concurenții electorali au avut o acoperire mai mare decât participanții la referendum (concurenții electorali - 31 % comparativ cu participanții la referendum - 3,5 %, în a doua perioadă și concurenții electorali - 31,2 % versus participanții la referendum cu 1,9 %, în prima perioadă).
- 8 SMA au acoperit în mod neutru și corect subiectele controversate, prezentând diverse puncte de vedere („PRO TV Chișinău”, „Exclusiv TV”, „Jurnal TV”, „TVC 21”, „TV8”, „TVR Moldova”, „Cinema 1” și „N4”).
- 2 SMA au difuzat subiecte conflictuale dezechilibrat („TV Elita” și „Drochia TV”).
- Subiectele electorale difuzate de SMA au fost parțial echilibrate din perspectiva de gen, majoritatea protagoniștilor/surselor citate fiind de sex masculin – 374 surse, celor de sex feminin revenindu-le – 327 de apariții. 14 SMA au asigurat un echilibru relativ de gen, între 40-60% („Moldova 1”, „PRO TV Chișinău”, „Exclusiv TV”, „Jurnal TV”, „TVC 21”, „TV8”, „TVR Moldova”, „Cinema 1”, „N4”, „SOR TV”, „Media TV”, „TV Elita”, „Studio-L” și „ATV”).

- 9 SMA au admis devieri la capitolul respectării declarației privind reflectarea campaniei electorale. 1 SMA, („TVC 21”) nu a indicat în Declarație principalul program de știri în cadrul căruia mediatizează cele mai recente și relevante evenimente cu caracter electoral. 4 SMA au omis încadrarea a 10 de subiecte electorale relevante în rubrica „Electorală 2024” („PRO TV Chișinău”, „TV8”, „TVR Moldova”, „ATV”), iar 1 SMA („TV Elita”) a difuzat un sondaj care a fost prezentat incomplet. „Moldova 1”, „R Live TV” și „N4” au admis devieri la organizarea dezbaterilor electorale.
- În perioada 1 - 13 octombrie 2024, din cele 10 SMA care au declarat că vor organiza dezbateri electorale, 4 SMA („Moldova 1”, „N4”, „Jurnal TV” și „R Live TV”) au difuzat cumulativ 21 de dezbateri electorale, 6 dezbateri au vizat alegerile prezidențiale și 15 – referendumul constituțional.
- 2 SMA, „Moldova 1” și „R Live TV” au difuzat dezbaterile la altă oră decât cea indicată în Declarație.
- 1 SMA, „N4” a admis devieri difuzând dezbateri electorale în alte zile decât cele indicate în declarație, iar moderatorii dezbaterilor de la „N4” au manifestat, în repetate rânduri, lipsă de imparțialitate.