



Primare în umbră

Studiu privind reprezentarea femeilor și bărbaților în funcțiile electivă
la nivel de primării

Chișinău 2023

Acest raport este elaborat de către Centrul Parteneriat pentru Dezvoltare, în parteneriat cu Coaliția civică pentru alegeri libere și corecte, cu susținerea Agenției Elvețiene pentru Dezvoltare și Cooperare (SDC), IM Swedish Development Partner Lund Sucursala Moldova, Entitatea Națiunilor pentru Egalitatea de Gen și Abilitarea Femeilor și Entitatea Națiunilor Unite pentru Dezvoltare.

Opiniile exprimate în această analiză nu reprezintă neapărat opiniile donatorilor.

CUPRINS

INTRODUCERE	3
REPREZENTAREA DE GEN ÎN RÂNDUL CANDIDAȚILOR/ CANDIDATELOR LA FUNCȚIA DE PRIMAR/Ă.....	4
REPREZENTAREA DE GEN ÎN RÂNDUL ALEȘILOR/ ALESELOR LOCALI/LE LA FUNCȚIA DE PRIMAR/Ă	9
REPREZENTAREA DE GEN ÎN SPAȚIUL MEDIATIC.....	12
CONSTATĂRI	18
DESPRE CENTRUL PARTENERIAT PENTRU DEZVOLTARE	19

AUTOARE:

Alina ANDRONACHE
Natalia COVRIG
Alexandra ERMOLENCO
Veaceslav BĂTRÎNESCU

INTRODUCERE

În data de **5 noiembrie 2023** în Republica Moldova au avut loc [alegeri](#) locale generale în toate unitățile administrativ-teritoriale de nivelul I – [orașe \(municipii\)](#), sate (comune) și de nivelul II – [raioane](#), municipiile [Chișinău](#) și [Bălți](#), cu excepția localităților din stânga Nistrului. În cadrul acestui scrutin au fost aleși pentru un mandat de patru ani 898 de primari. Conform noului Cod Electoral, au dreptul de a fi aleși în funcția de primar/ă, cetățenii Republicii Moldova, care au cel puțin 23 de ani și au cel puțin studiile generale obligatorii prevăzute la art. 13 din Codul educației nr. 152/2014. Pentru localitățile în care nu se va reuși alegerea primarului în turul 1, a fost organizat turul 2 în data de 19 noiembrie 2023.

Centrul Parteneriat pentru Dezvoltare (CPD) monitorizează alegerile parlamentare și locale din perspectiva egalității de gen de circa 15 ani, evidențiind principalele inegalități în ceea ce privește participarea femeilor și bărbaților în procesele electorale, dar și percepțiile societății cu privire la prezența femeilor în viața politică. Datele rapoartelor de monitorizare din scrutinele electorale precedente și sondajele CPD cu privire la percepțiile societății arată că reprezentarea echitabilă în funcția de primar/ă este un obiectiv îndepărtat. Conform estimărilor CPD, Moldova va atinge ponderea de 40% a femeilor candidate pentru funcția de primară peste trei cicluri electorale – în anul 2031. Această prognoză se bazează pe rezultatele procesului de monitorizare [a scrutinului electoral din 2019](#) și evoluția numărului de femei candidate la funcția de primar/ă în scrutinele electorale precedente.

În urma alegerilor locale 2019, ponderea femeilor primare a crescut cu doar 2%. În rezultatul scrutinului electoral 2019, 22,4% candidate au ieșit învingătoare, obținând funcția de primară. Față de celelalte alegeri, numărul acestora a crescut cu doar 2%, tendință care s-a păstrat pe parcursul ultimelor scrutine electorale. Comparativ cu scrutinul electoral din 2015, pierderea de gen la alegerea primarilor în scrutinul din 2019 a crescut cu 2,7%. Această creștere este determinată de sporirea numărului de femei candidate față de anii precedenți (cu 5%), în timp ce creșterea numărului de primare alese înregistrează un ritm mai lent (2%).

Prezența femeilor și bărbaților în spațiul mediatic pentru alegerile locale generale din 2019 a fost una puternic inechitabilă. La șase din zece emisiuni au participat în exclusivitate bărbați. Bărbații au participat la 85% dezbateri, femeile la doar 29%. Din cei 172 de participanți la dezbateri doar 12,2% au fost femei: de două ori mai puțin decât pe listele de candidați la funcția de primar și mai mult decât de trei ori mai puțin decât pe listele de candidați în consilii. O remarcă foarte importantă: prezența femeilor la dezbateri este foarte apropiată de ponderea acestora în rândul candidaților la șefia primăriilor în orașele pentru care au fost organizate dezbaterile.

CPD a monitorizat și alegerile locale 2023, acesta fiind cel de-al doilea raport din cadrul acestui scrutin. Raportul de monitorizare are drept scop analiza modului de reprezentare a bărbaților și femeilor în calitate de candidați, prezența acestora în funcția de primar/ă, precum și identificarea barierelor cu care se confruntă femeile și bărbații în procesul electoral pentru această funcție electivă. Totodată, analiza va cuprinde și accesul candidaților și candidatelor la spațiul mediatic, acoperind patru tipuri de produse media: știri, talk-show-uri, dezbateri electorale și spoturi electorale. Scopul monitorizării este de a identifica nivelul de prezență a femeilor în mass-media televizată în timpul campaniei electorale și corelarea acestora cu prezența pe listele de candidați.

REPREZENTAREA DE GEN ÎN RÂNDUL CANDIDAȚILOR/ CANDIDATELOR LA FUNCȚIA DE PRIMAR/Ă

La nivel general, prezența femeilor în scrutinul electoral 2023 a fost una relativ redusă, această situație găsindu-și explicație în presiunea normelor sociale. Există multe obstacole în calea participării egale a femeilor în alegeri și procesele decizionale, inclusiv bariere psihologice și tradiționale, inegalități în resurse etc. Pe de o parte, partidele politice pot fi dominate de un singur lider puternic și vizibil, de obicei un bărbat, lăsând puține șanse femeilor de a intra în procesul politic. Pe de altă parte, rolurile de gen influențează mult predispoziția femeilor de a se lansa în politică. Responsabilitățile de îngrijire, lipsa suportului din partea familiei (un factor strâns legat de rolurile de gen), dar și lipsa de încredere în propriile forțe și capacități sunt principalele bariere care împiedică femeile să se implice în procesele electorale.

Stereotipurile alimentează și mai mult neîncrederea și ezitarea femeilor de a candida la funcții electiv.

Doar 8% din populație consideră că un primar trebuie să fie femeie, comparativ cu 36% care optează pentru un bărbat în aceeași poziție, fapt ce confirmă concepțiile patriarhale cu privire la rolul femeilor și bărbaților. Totodată, datele reflectă niște prejudecăți și stereotipuri puternic tradiționale, conform cărora un primar trebuie să fie o persoană căsătorită, să aibă copii și să fie religioasă, ceea ce se încadrează în prototipul „primarului tradițional și acceptat”. Aceste etichete stereotipice exclud automat persoanele care nu se încadrează în acest „standard”. Pentru necorespunderea cu aceste standarde create informal femeile sunt mult mai dur taxate, decât bărbații aflați în aceeași circumstanțe. Drept exemplu ne poate servi cazul președintei Republicii Moldova, care frecvent este supusă criticii cu privire la statutul marital.

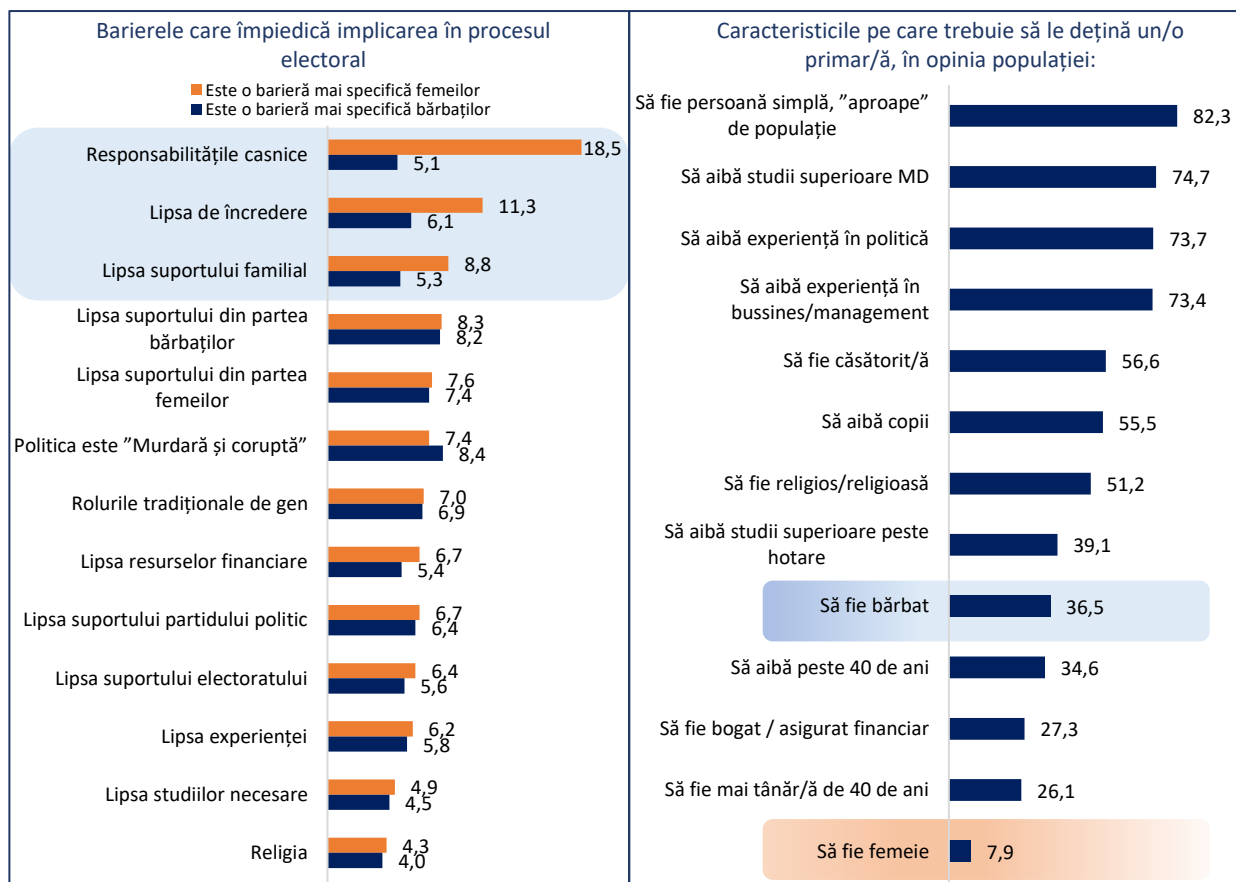


Figura 1. Ponderea femeilor în rândul candidaților la funcția de primar/ă, în dinamică %

Sursa: Sondaj național reprezentativ, CPD, 2023

În decursul unui deceniu, ponderea femeilor candidate pentru funcția de primară a sporit cu doar 7%, ceea ce prezintă un progres destul de modest. Deși în ultimii ani au fost întreprinse măsuri ample și depuse eforturi considerabile în vederea asigurării egalității de șanse și oportunități în domeniul politic, femeile continuă a fi subreprezentate la toate nivelurile de luare a deciziilor. Astfel, în alegerile locale 2023, ponderea femeilor care au candidat la funcția de primară a constituit doar 30,3% din totalul candidaților, înregistrând o creștere cu doar 3% față de scrutinul electoral 2019 și cu doar 7% față de alegerile locale din 2011, fapt ce indică o evoluție foarte lentă, dar constant pozitivă.

Femeile tind să candideze în circumscripții mai mici, conștientizând că au mai multe șanse de câștig.

Analiza "comportamentului" electoral al candidaților arată că femeile candidează la funcția de primară preponderent în sate, acestea fiind circumscripții mici. Tendința respectivă se explică prin cel puțin doi factori: (i) candidatele care sunt susținute de un anumit partid adesea sunt direcționate către circumscripții mai mici, unde puterea de decizie și magnitudinea deciziilor de nivel local este mai mică, în timp ce în orașe, unde magnitudinea deciziilor și disponibilitatea resurselor este mai mare, de cele mai dese ori sunt propuși bărbați candidați pentru funcția de primar; (ii) în circumscripțiile mai mici nivelul de proximitate și încredere este mai mare, respectiv șansele de câștig ale femeilor devin mai mari, fapt ce le determină să candideze într-o pondere mai mare. Analiza în dinamică arată că, deși femeile continuă să candideze într-un număr mai mare în circumscripțiile mici - sate, ponderea celor care au candidat în circumscripțiile mari – orașe înregistrează o creștere mai mare în scrutinul electoral 2023 – de peste 5%, comparativ cu o creștere de 3% a ponderii femeilor care au candidat în sate. Această tendință este una pozitivă, care indică faptul că actualmente există mai multe premise, mai multe condiții favorabile, mai mult suport și mai mult curaj în rândul femeilor de a candida în circumscripții mari, unde sunt oportunități și resurse mai multe și nivel de decizii mai înalt.

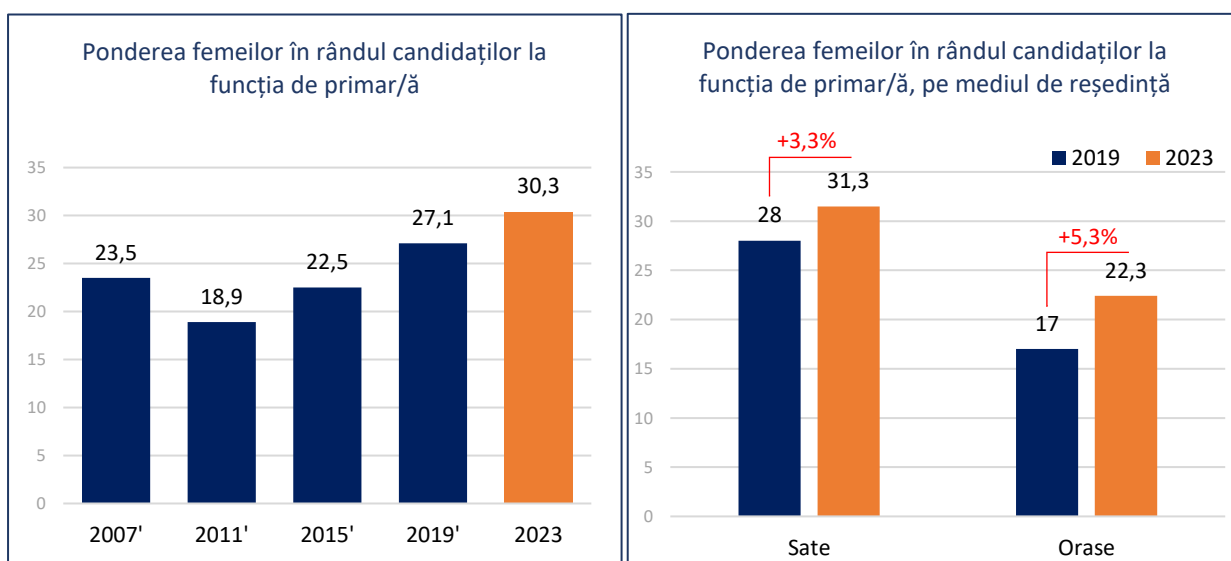


Figura 2. Ponderea femeilor în rândul candidaților la funcția de primară/ă, în dinamică și pe tip de circumscripții, %
Sursa: Calculele CPD în baza datelor oferite de către CEC

Majoritatea femeilor au candidat din partea unui anumit partid politic, care le-au desemnat pe alocuri într-un mod inechitabil. În scrutinul electoral actual au fost implicate în cursa electorală peste 17 formațiuni politice. Fiecare dintre acestea au desemnat în mod diferit femeile candidate pentru funcția de primară, având decizia absolută cu privire la candidații pe care îi înaintează pentru diferite funcții electivă. Majoritatea formațiunilor politice au desemnat femei pentru funcția de primară în proporție de până la

30% din totalul candidaților. Doar două partide politice au peste 38% femei din totalul candidaților pe care i-au desemnat - Partidul Politic Democrația Acasă și Partidul Șansa.

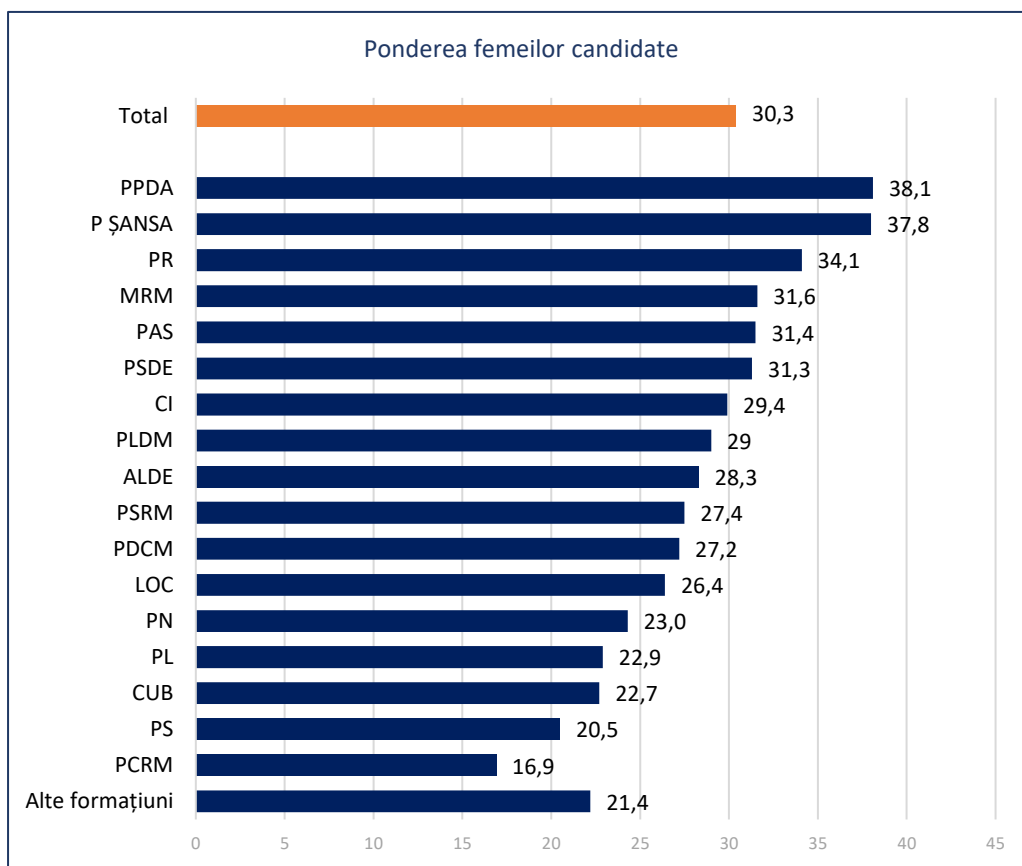


Figura 3. Ponderea femeilor în rândul candidaților la funcția de primar/ă, în funcție de partid, %
Sursa: Calculele CPD în baza datelor oferite de către CEC

Ponderea femeilor care au candidat independent a crescut cu 6% față de scrutinul electoral din 2019. Ponderea femeilor care candidează independent continuă a fi mai mică decât ponderea femeilor desemnate pentru aceeași funcție de către partidele politice. Acest lucru arată că: (i) femeile sunt mai reticente să candideze, fără a avea sprijinul unui partid, inclusiv sprijinul moral și financiar și (ii) sporirea gradului de reprezentare a femeilor pentru funcția de primar/primară va fi dificilă fără implicarea partidelor politice.

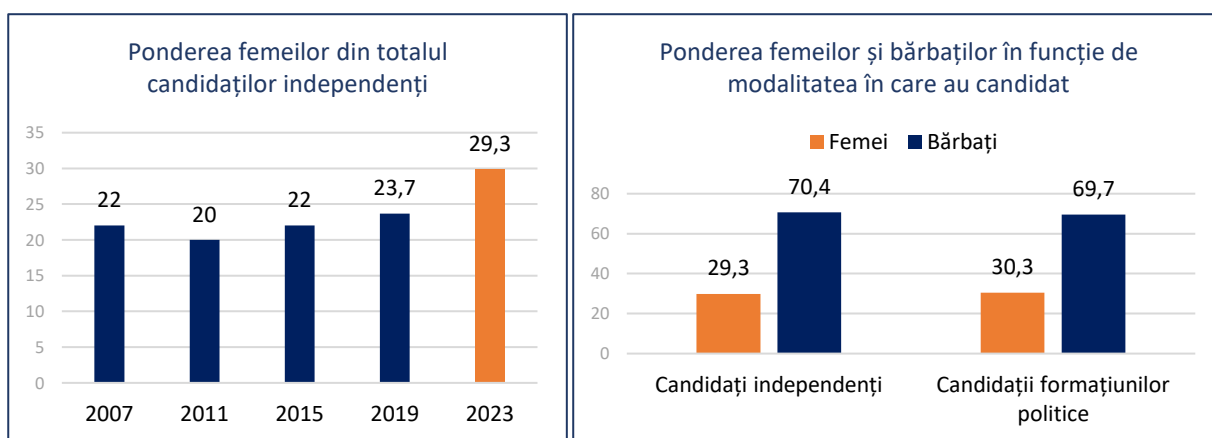


Figura 4. Ponderea femeilor care au candidat independent pentru funcția de primară, %
Sursa: Calculele CPD în baza datelor oferite de către CEC

La nivel teritorial se atestă diferențe semnificative în modul cum au fost desemnate femeile pentru funcția de primară. Unele raioane înregistrează un număr semnificativ de femei candidate, atingând ponderea de circa 40% din totalul candidaților. Acesta este cazul raioanelor Basarabeasca, Fălești, Edineț și Anenii Noi. La polul opus se află municipiile Chișinău și Bălți și raionul Taraclia, care au atins o pondere de puțin peste 20% femei candidate. Această distribuție neuniformă confirmă încă o dată faptul că cu cât este mai mare circumscripția (Chișinău, Bălți), cu atât probabilitatea și posibilitatea femeilor de a fi desemnate în funcții electivă este mai mică.

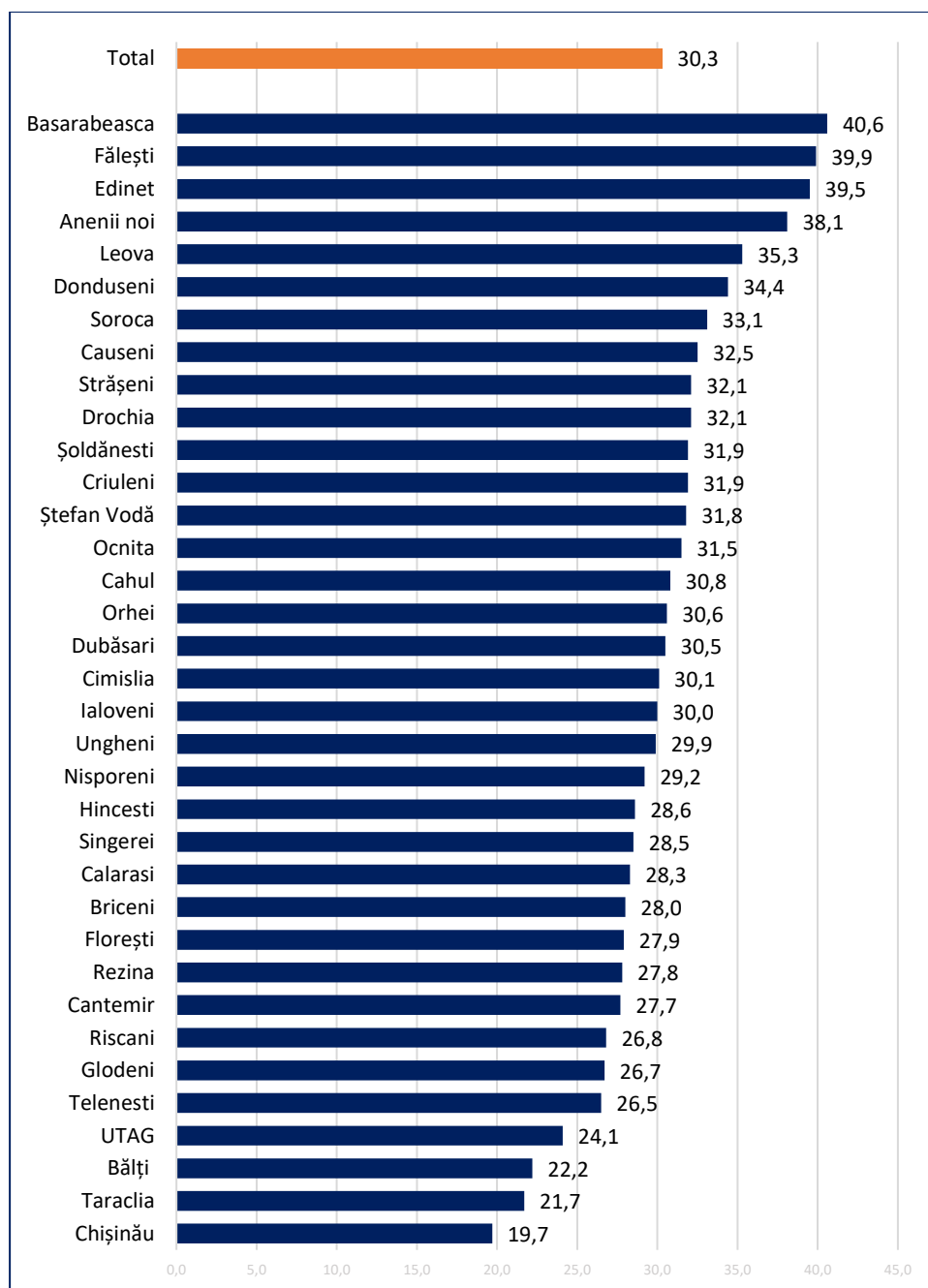


Figura 5. Ponderea femeilor care au candidat pentru funcția de primară, în profil teritorial, %
Sursa: Calculele CPD în baza datelor oferite de către CEC

În majoritatea raioanelor a crescut numărul de femei candidate pentru funcția de primară în scrutinul 2023. Graficul de mai jos ilustrează progresul înregistrat în diferite regiuni/ raioane ale țării față de scrutinul electoral din anul 2019. În majoritatea raioanelor ponderea femeilor candidate la funcția de

primară a crescut, unele raioane înregistrând o dinamică impresionantă, cum ar fi cazul raionului Basarabeasca, unde ponderea femeilor candidate a sporit cu 20% față de anul 2019. Există totuși raioane care au înregistrat un regres în acest scrutin electoral, cum ar fi raioanele Sângerei, Taraclia, UTAG, Râșcani, Telenești, Cahul, Florești. Această dinamică neuniformă poate fi explicată prin formațiunile politice care au obținut majoritatea de voturi în anumite raioane și ponderea femeilor pe care le-au desemnat la funcția de partid.

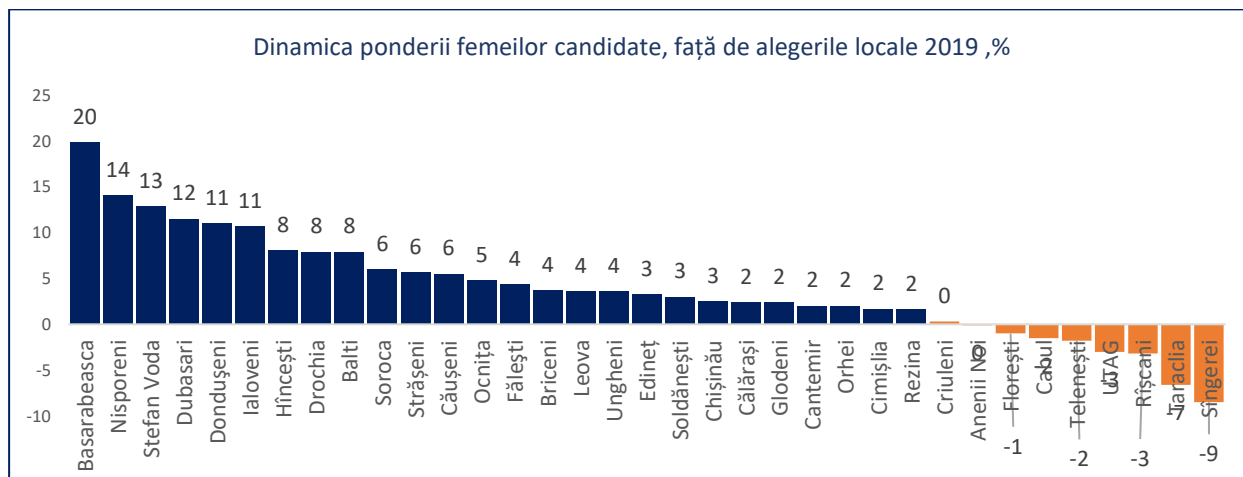


Figura 6. Progresul înregistrat în fiecare raion în ceea ce privește numărul de femei candidate la funcția de primară, comparativ cu scrutinul electoral 2019, puncte procentuale
Sursa: Calculele CPD în baza datelor oferite de către CEC

Femeile care au fost primare în 2019 au avut tendința de a candida și la alegerile locale 2023. Graficul de mai jos arată o relație directă între numărul de femei candidate la funcția de primară în scrutinul electoral 2019 și numărul de candidate în 2023. Astfel, în raioanele unde au fost mai multe femei candidate în alegerile 2019, sunt mai multe femei care au candidat și la scrutinul electoral 2023. Acest lucru sugerează că femeile care au candidat în 2019 au fost predispuse să candideze pentru un nou mandat în 2023, iar eforturile de promovare a femeilor în politică au determinat și alte femei să se lanseze în politică.

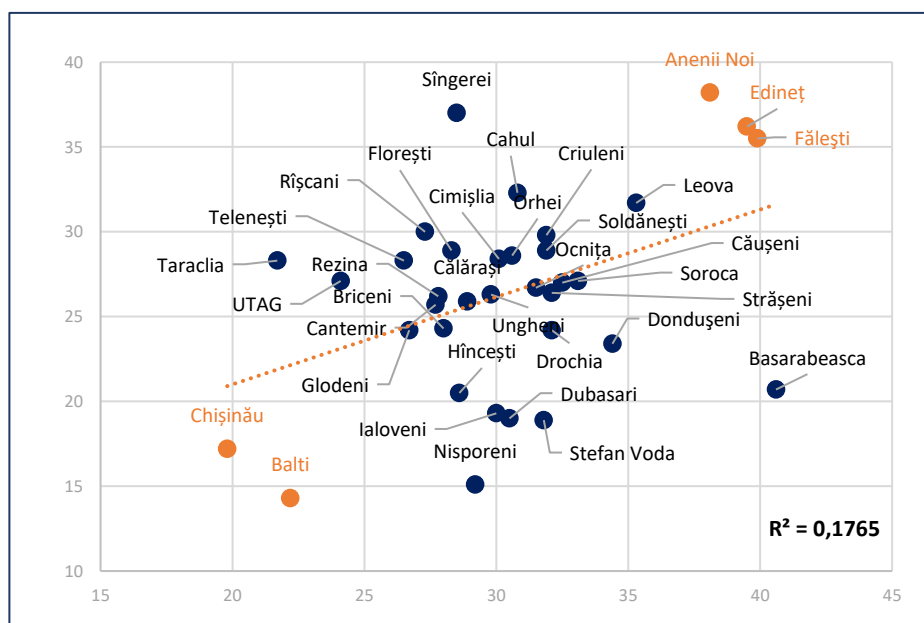


Figura 7. Relația între ponderea femeilor în rândul candidaților la funcția de primară în 2023 și în 2019, în profil teritorial, %
Sursa: Calculele CPD în baza datelor oferite de către CEC

REPREZENTAREA DE GEN ÎN RÂNDUL ALEȘILOR/ ALESELOR LOCALI/LE LA FUNCȚIA DE PRIMARĂ

Ponderea femeilor alese în funcția de primară nu a crescut semnificativ. În rezultatul scrutinului electoral 2023, 24,1% candidate au ieșit învingătoare (216 femei, în valoare numerică) și dețin funcția de primară. Comparativ cu alegerile 2019, numărul acestora a crescut cu doar 2%, tendință care se păstrează ultimele patru scrutine electorale.

Reieșind din tendințele ultimelor patru scrutine, constatăm că Moldova va ajunge la o pondere de 30% femei în funcția de primară abia în 2035. Ținând cont de această tendință care se menține de 4 scrutine electorale, dar și în baza constatărilor din primul raport de monitorizare privind percepțiile societății față de rolul femeilor și bărbaților în funcții electivă, putem constata o rezistență puternică a societății la schimbare, care se datorează unor factori culturali, sociali și educaționali.

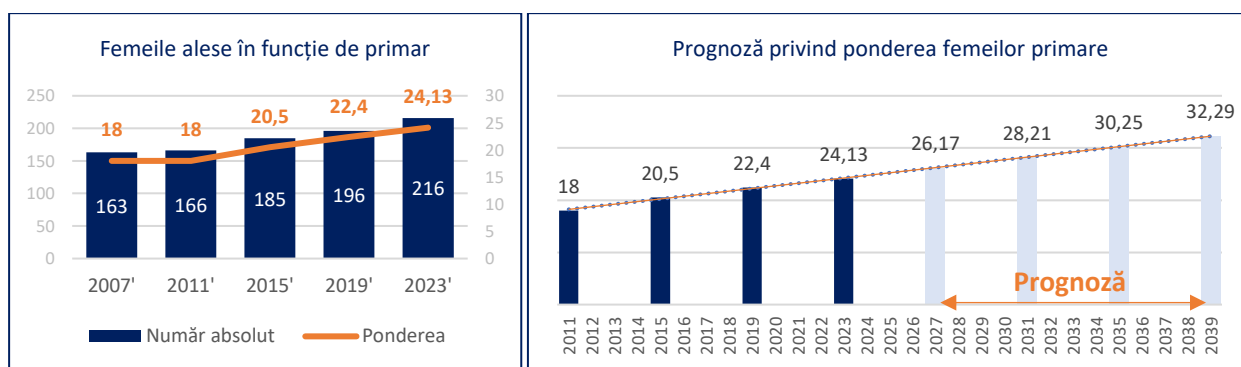


Figura 8. Ponderea femeilor alese în funcție de primară, în dependență de cum au candidat și în ce mediu de reședință e primăria, % Sursa: Calculele CPD în baza datelor oferite de către CEC

Tinerii și tinerele sunt subreprezențați în funcțiile de primari. Deși din perspectivă de vârstă nu se atestă discrepanțe semnificative de gen, o tendință alarmantă în procesul de analiză a fost elucidată cu privire la reprezentarea tinerilor extrem de joasă atât în rândul candidaților pentru funcția de primar, cât și în rândul celor aleși: în jur de 10% doar. Contrar acestui fapt, majoritatea celor care ocupă această poziție se încadrează în grupa de vârstă 46 - 55 ani și chiar 55+. Această discrepanță pune în evidență existența unor stereotipuri și prejudecăți legate de tinerii care aspiră la funcții de conducere.

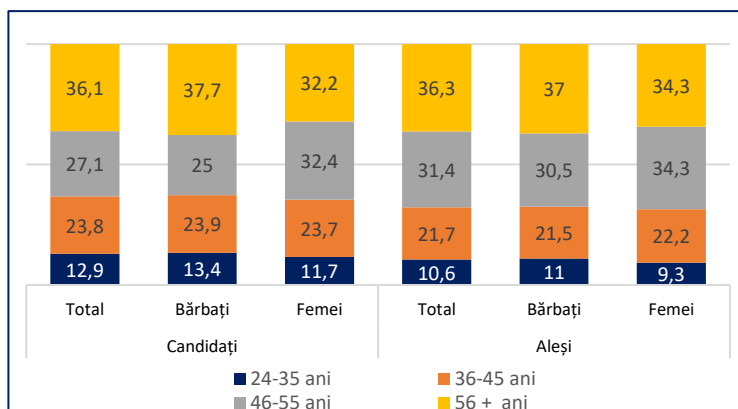


Figura 9. Ponderea femeilor alese în funcție de primară, în dependență de cum au candidat și în ce mediu de reședință e primăria, % Sursa: Calculele CPD în baza datelor oferite de către CEC

Femeile nu doar candidează în circumscripții electorale mai mici, dar și cel mai des le câștigă. Numărul femeilor care au câștigat independent mandatul de primară a rămas neschimbat față de scrutinul electoral din 2019, fiind în jur de 24,1% din numărul total al femeilor candidate. Se atestă o ușoară creștere a numărului de femei care au devenit primare fiind desemnate de către un partid politic. Din perspectiva circumscripției, din numărul total de primari aleși în mediul rural – 24,7% sunt femei, iar la nivel urban această cifră este de 14,8%. Dacă să comparăm cu scrutinul din 2019, unde numărul femeilor alese în funcția de primară la nivel urban constituia 16%, iar la nivel rural 23%, în 2023 constatăm o creștere ușoară

a numărului de femei care au câștigat mandatul la nivel rural. Graficul de mai jos arată că femeile nu doar au tendința de a candida în circumscripții mai mici, dar și câștigă mai des, comparativ cu cele care candidează în circumscripții mai mari.

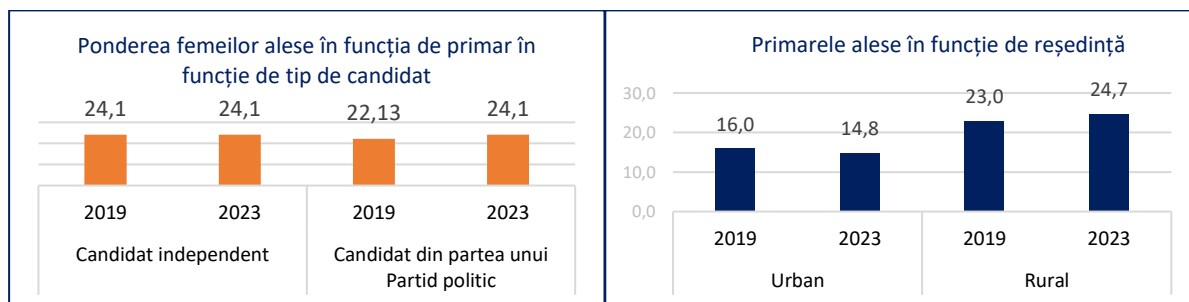


Figura 10. Ponderele femeilor alese în funcție de statutul în care au candidat și reședința primăriei, %, 2019-2023

Sursa: Calculele CPD în baza datelor oferite de către CEC

Cele mai multe femei primare au fost alese din Partidul Acțiune și Solidaritate - 76 la număr. Analiza ponderii femeilor din totalul primarilor aleși din fiecare partid indică spre top 3 partide cu cea mai mare performanță la acest capitol: Partidul Democrat din Republica Moldova - 42,9%, Partidul Politic Democrația Acasă - 30% și Partidul Social Democrat European - 27,2%. Cu toate acestea, dacă analizăm valoarea numerică a femeilor primare din aceste trei partide, constatăm că este un număr destul de mic: PDM - 6 primare, PPDA - 6 primare și PSDE - 28 femei primare. Cele mai multe femei primare alese au candidat din partea Partidului Acțiune și Solidaritate - 76 de primare, însă ponderea acestora din totalul primarilor care au candidat din partea PAS și au câștigat este de doar 26%.

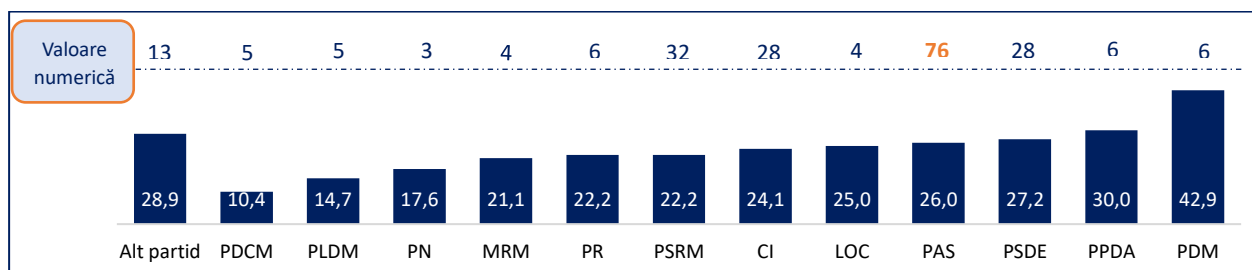


Figura 11. Ponderele femeilor alese în funcție de primară per partid, %

Sursa: Calculele CPD în baza datelor oferite de către CEC

Pierderea de gen în alegerile locale a primarilor 2023 constituie 4,8%. Pierderile de gen sunt calculate ca diferența dintre ponderea femeilor candidate și ponderea femeilor alese în funcție. Această diferență exprimă în mod direct competitivitatea femeilor, în raport cu bărbații, în lupta electorală, dar și mai important – disponibilitatea alegătorului de a vota o femeie sau de a nu ține cont de genul candidatului în determinarea opțiunii de vot. Comparativ cu anul 2019, această tendință nu s-a modificat, în mare parte datorită creșterii numărului de femei candidate și fiind aceeași tendință cu privire la ponderea primarelor alese.

*Ponderile prezentate pentru candidați inclus candidatele din partea Partidului Șansa

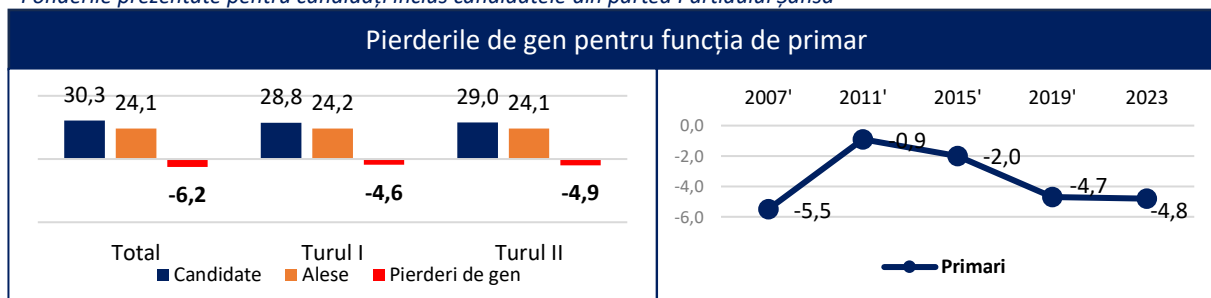


Figura 12. Pierderile de gen pentru funcția de primar și tendința acestora, %

Sursa: Calculele CPD în baza datelor oferite de către CEC

Din perspectivă geografică, pierderile de gen variază semnificativ. Cea mai mare pierdere de gen se înregistrează în raionul Rezina (19,5%), unde femeile candidate au constituit 27,5% din totalul candidaților la funcția de primar, ponderea femeilor alese constituind doar 8%. Rezina e urmată de mun. Bălți unde nici o femeie candidată nu a fost aleasă, astfel pierderea de gen constituind 16,7%, și Călărași cu o pierdere de gen de 14,9%. Aceste trei raioane au înregistrat pierderi de gen semnificative și în scrutinul electoral precedent. Pe de altă parte, cel mai mare câștig de gen este în mun. Chișinău și constituie 17,2%. Deși în această cursă electorală din totalul candidaților la funcția de primar pentru localitățile din Chișinău femeile candidate au constituit doar 19,6%, ponderea femeilor primare alese constituie 36,8% din totalul primarilor din regiune. Comparativ cu scrutinul din 2019, când ponderea cea mai mare a primarelor a fost înregistrată în Sângerei (42,3%), în 2023 cele mai multe femei primare sunt în Cahul – 40%.

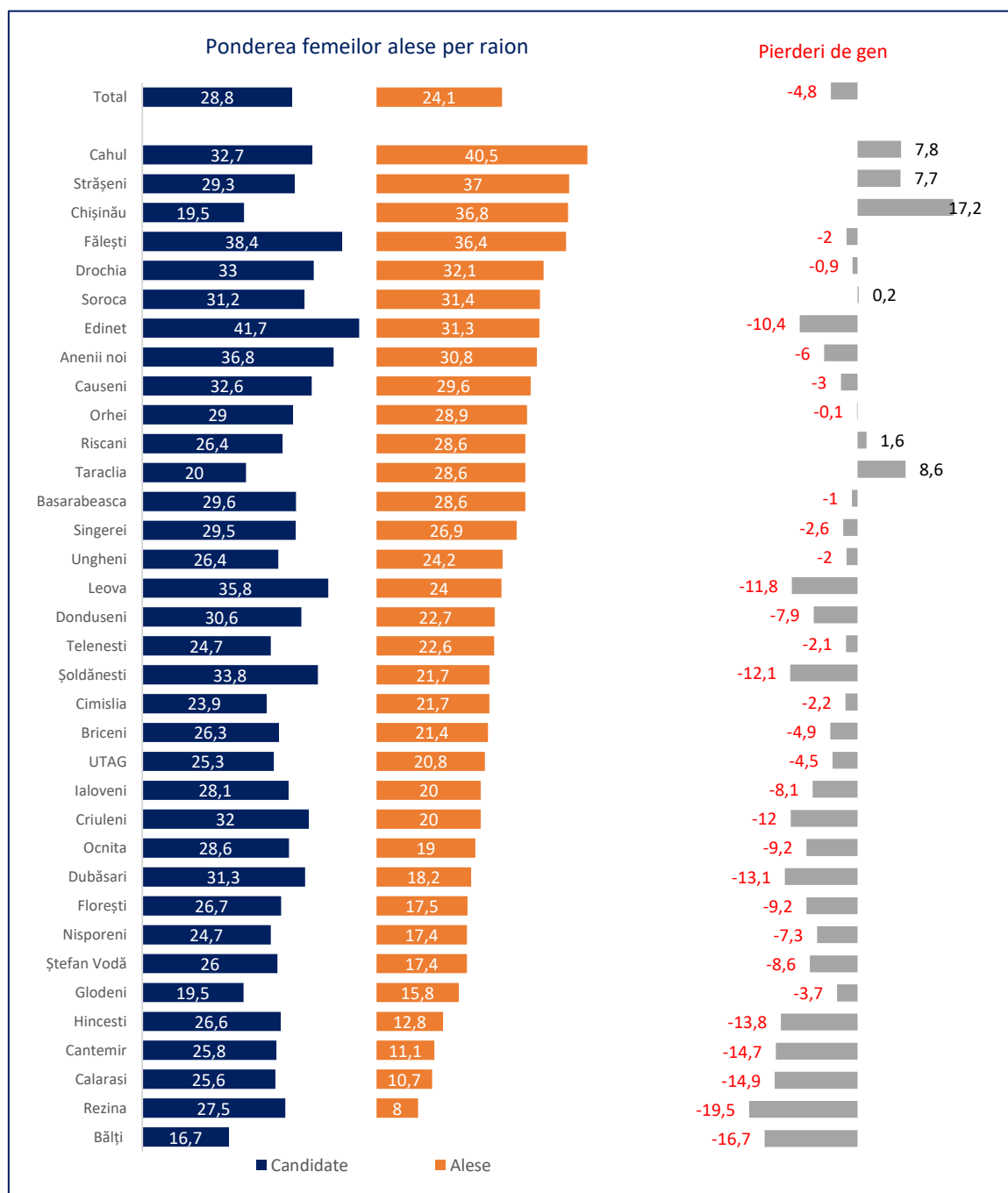


Figura 13. Ponderea femeilor candidate vs alese per raion și pierderile de gen per fiecare raion, %, Sursa: Calculele CPD în baza datelor oferite de către CEC

REPREZENTAREA DE GEN ÎN SPAȚIUL MEDIATIC

Femeile candidate în continuare nu sunt promovate activ în spațiul mediatic. Întrucât televiziunea joacă un rol primordial în diseminarea informației privind procesul electoral, inclusiv și prezentarea candidaților și candidatelor care sunt înscriși în cursa electorală, monitorizarea spațiului mediatic din perspectiva de gen este indispensabilă. Prin urmare, procesul de monitorizare a vizat patru tipuri de produse mediatice pentru perioada 3 octombrie – 3 noiembrie 2023: (i) dezbateri electorale; (ii) spoturi electorale; (iii) talk-show-uri și (iv) știri. Au fost monitorizate 10 canale de televiziune prin prisma reflectării echilibrate a femeilor și bărbaților: Prime, Moldova 1, Pro TV Chișinău, TV8, Jurnal TV, N4, Publika TV, R Live, Vocea Basarabiei, Canal 3.

Dezbateri electorale

Pe parcursul perioadei de monitorizare au fost analizate 69 de runde de dezbateri electorale televizate, inclusiv cele rulate în mod repetat. Monitorizarea s-a efectuat în perioada de 09.10.2023-03.11.2023. Timpul sumar al emisiilor a constituit 60 de ore și 15 minute. La dezbaterile respective au participat în total 201 de reprezentanți și reprezentante ai concurenților electorali.

Parametru	Cantitate
Numărul de unități monitorizate, inclusiv rulările repetate	69
Perioada monitorizării	09.10.2023 -03.11.2023
Timpul total de emisie	60 ore 15 minute
Numărul total de participanți	201 persoane

Tabloul 1. Parametrii cantitativi ai monitorizării dezbaterilor
Sursa: Calculele CPD în baza monitorizării instituțiilor media

Creșterea nivelului de reprezentare a femeilor în politică nu influențează nivelul de reprezentare al acestora în mass-media. În ultimele scrutine electorale, inclus cel curent, se atestă o tendință pozitivă cu privire la reprezentarea sexului feminin, însă, nivelul de reprezentare în spațiul media rămâne alarmant de scăzut. Din totalul participanților la dezbaterile care au fost desfășurate, doar 15% au fost cu prezență feminină. De cele mai dese ori, prezența acestora a fost împreună cu bărbații candidați (dezbateri mixte - 31,9%). Iar dezbateri în care au participat doar femeile candidate au fost mai puțin din 6% de emisiuni. De regulă, femeile candidate au avut intervenții reduse, astfel încât din totalul orelor de intervenții, doar 12,5% au constituit intervențiile candidatelor, ce semnifică că din totalul intervențiilor care au constituit 60 ore 15 minute, femeile candidate au vorbit doar 7 ore 30 minute. Acest fapt a determinat ca femeile candidate care au fost prezente la dezbateri să dețină rolul eroului secundar în majoritatea cazurilor.

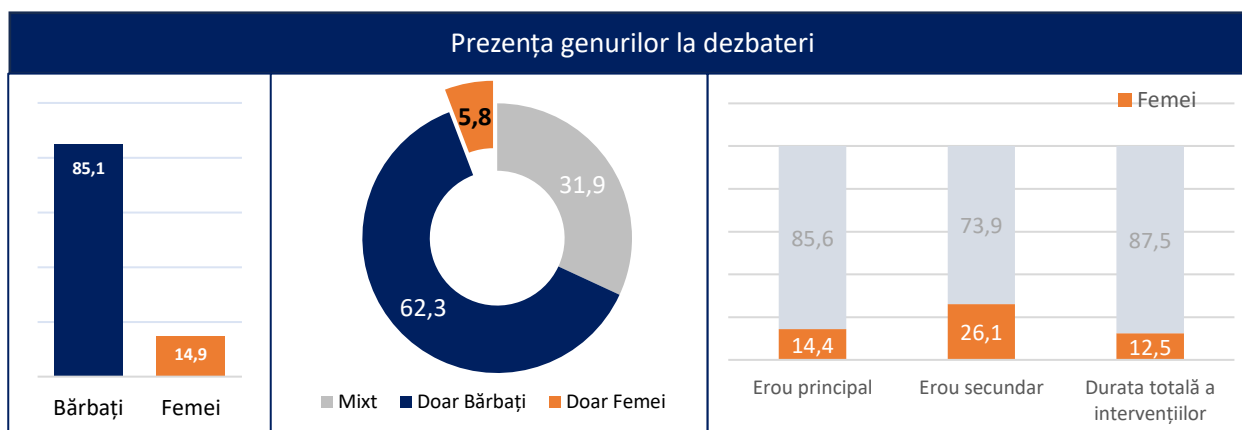


Figura 14. Prezența genurilor la dezbateri, %
Sursa: Calculele CPD în baza monitorizării instituțiilor media

Femeile candidate au fost prezente la cele mai puțin vizionate posturi de televiziune și la oră nepopulară. În procesul de analiză s-a constatat că popularitatea postului de televiziune influențează distribuția de gen a candidaților și candidatelor ce participă la dezbaterile electorale. Respectiv, cu cât postul de televiziune este vizionat de mai mulți telespectatori, cu atât prezența femeilor candidate la dezbaterile electorale organizate de către acesta este mai scăzut. Reieșind din procesul de monitorizare, se constată că femeile au fost cel mai des prezente la postul de televiziune Realitatea Live, care are una dintre cele mai scăzute audiențe în Republica Moldova. De asemenea, dezbaterile electorale în cadrul cărora au participat femeile candidate au fost difuzate la ora 18:00, ora cu cea mai scăzută audiență. În concluzie, constatăm că, pe lângă faptul că femeile candidate participă destul de rar în dezbaterile electorale, emisiunile în care participă acestea sunt difuzate la posturile de televiziune urmărite puțin și la ora de seară când televiziunea are cea mai mică audiență.

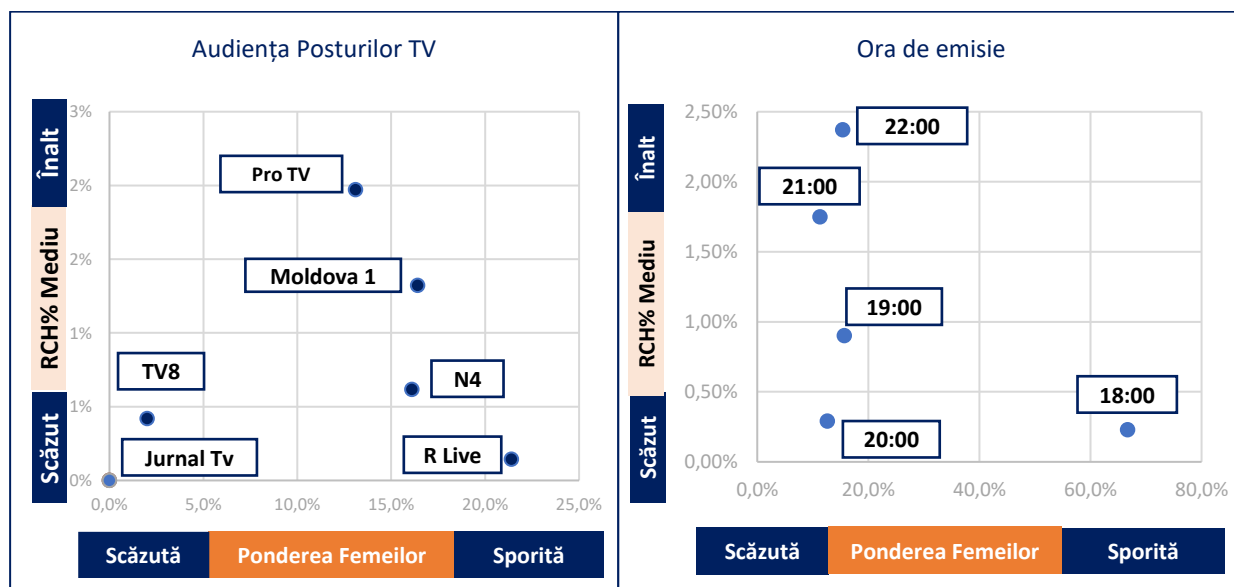


Figura 15. Prezența femeilor vs audiența postului și ora emisie, %
Sursa: Calculele CPD în baza monitorizării instituțiilor media

Talk-show-uri

Pe parcursul perioadei de monitorizare, au fost analizate 14 talkshow-uri dedicate subiectului electoral, inclusiv cele rulate în mod repetat. Monitorizarea s-a efectuat în perioada de 16.10.2023-03.11.2023. Timpul sumar al emisieii a constituit 15 ore și 32 de minute. La aceste talkshow-uri au participat în total 41 de reprezentanți/te ai concurenților electorali.

Parametru	Cantitate
Numărul de emisii monitorizate	14
Numărul de intervenții ale participanților monitorizate	41
Perioada monitorizării	16.10-03.11.2023
Timpul total de emisie	15 ore 32 minute

Tabelul 2. Parametrii cantitativi ai monitorizării talk-show-urilor
Sursa: Calculele CPD în baza monitorizării instituțiilor media

Femeile sunt invizibile pentru talkshow-urile din Moldova. Cu privire la reprezentarea de gen în talkshow-urile din Moldova, analiza datelor evidențiază că femeile practic nu sunt invitate în platou. În rol principal, în cadrul celor 41 de intervenții monitorizate din cele 14 emisii, 80% au fost bărbați și doar în jur de 17% femei. În rol secundar au participat doar bărbați. Dacă în celelalte tipuri de produse mediatice observăm o ușoară creștere a prezenței femeilor, în cadrul talkshow-urilor observăm o tendință de scădere. Astfel, în

2019, doar 20% dintre eroii principali și 14,3% dintre cei secundari erau femei. Femeile lipseau din platouri și continuă să devină tot mai invizibile pentru talkshow-urile din Moldova. Trebuie de evidențiat că decizia de a invita pe cineva anume în platoul talkshow-ului aparține exclusiv canalului de televiziune și echipei de redacție. De menționat că marea majoritate a talk-show-urilor, realizate de televiziunile din RM, abordează teme aferente politicii. Cu atât mai mult, când e vorba de campania electorală. Toate cele 14 emisiuni monitorizate, fără excepții, au vizat domeniul respectiv: fie că tratau tema alegerilor, fie că aspecte apropiate, cu conotații directe asupra politicului din țară. Subreprezentarea femeilor în talkshow-uri devine o problemă semnificativă în mass-media. Deși, aparent, în lumea digitală, putem susține că există o diversitate mai mare în ceea ce privește conținutul media, unde diferențele de reprezentare de gen să fie mai puțin vizibile. Cu toate acestea, este important să subliniem faptul că talkshow-urile rămân încă foarte populare și au un impact semnificativ asupra percepțiilor și opiniilor oamenilor. Mulți oameni percep talkshow-urile ca una din principalele surse de informații și dezbateri, în special în ceea ce privește subiectele de actualitate și de interes public. Persoanele care nu au acces la o varietate de conținut mediatic, precum utilizatorii cu venituri mici sau din zonele geografice izolate, pot mai mult fi expuși la idei și viziuni stereotipizate. Este important ca canalele de televiziune și echipele de redacție să fie conștiente de importanța unei prezențe echitabile. Datele de mai jos evidențiază că doar două posturi din cele monitorizate au depus un oarecare efort de a asigura o reprezentare de gen.

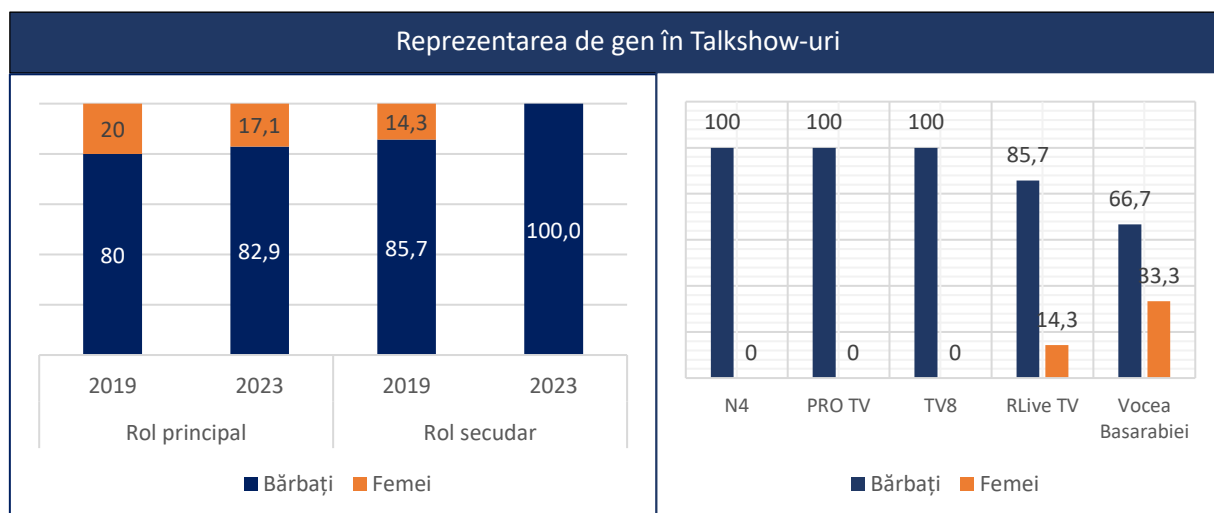


Figura 16. Prezența genurilor la Talkshow-uri, %
Sursa: Calculele CPD în baza monitorizării instituțiilor media

ȘTIRI

Pe parcursul perioadei de monitorizare au fost analizate 1065 jurnale de știri dedicate subiectului electoral, inclusiv cele rulate în mod repetat. Monitorizarea s-a efectuat în perioada de 03.10.2023-03.11.2023. Timpul sumar al emisiilor a constituit 31 de ore și 69 de minute.

Parametru	Cantitate
Numărul de intervenții ale participanților monitorizați	1065
Perioada monitorizării	3.10.2023 - 03.11.2023
Timpul total de emisie	31 ore 69 minute

Tabelul 3. Parametrii cantitativi ai monitorizării știrilor
Sursa: Calculele CPD în baza monitorizării instituțiilor media

Jurnalele de știri concentrează atenția asupra candidaților bărbați, ignorând femeile. Monitorizarea cu privire la reprezentarea de gen în jurnalele de știri evidențiază că candidații bărbați au dominat practic

acest tip de producție media, atât în rol principal, cât și în cel secundar. Potrivit datelor din graficul de mai jos, 80% dintre candidații prezenți în buletinele de știri în rol principal au fost bărbați, în timp ce în rol secundar ponderea acestora a fost de 76%, fapt ce ridică o problemă cu privire la echilibrul de gen în reflectarea candidaților în media. În același timp, analiza nu a evidențiat vreo diferență semnificativă în privința imaginii pozitive, negative sau neutre pe care au primit-o candidații în buletinele de știri.

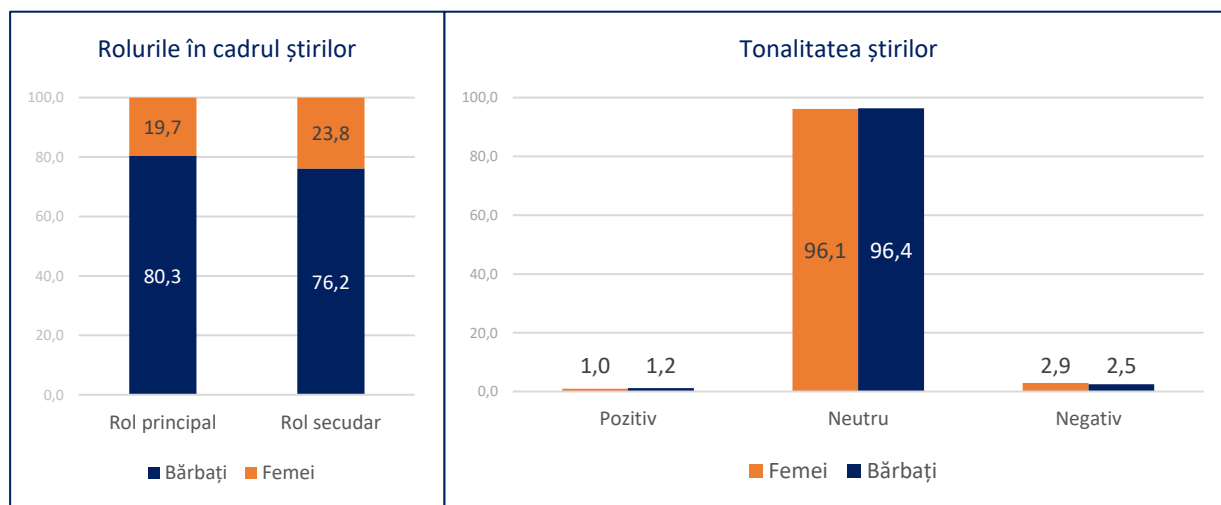


Figura 17. Prezența bărbaților și femeilor în știri, %
Sursa: Calculele CPD în baza monitorizării instituțiilor media

Toate posturile TV, fără nici o excepție, nu au ținut cont de un echilibru de gen în jurnalele de știri, iar majoritatea au difuzat știri despre femeile candidate la ore cu audiență scăzută. Distribuția de gen în jurnalele de știri din perspectiva posturilor de televiziune și orelor de emisie evidențiază tendința și din celelalte scrutine electorale și anume absența femeilor din majoritatea producțiilor media, indiferent de tipul de televiziune, iar știrile nu sunt o excepție în cazul dat. Totodată, atunci când analizăm știrile care au reflectat femeile candidate, observăm că majoritatea acestora au fost difuzate la orele cu cea mai scăzută audiență. Aceste cifre subliniază încă o dată necesitatea unei reprezentări echitabile și echilibrate a ambelor sexe în buletinele de știri, indiferent de postul de televiziune sau ora de emisie.

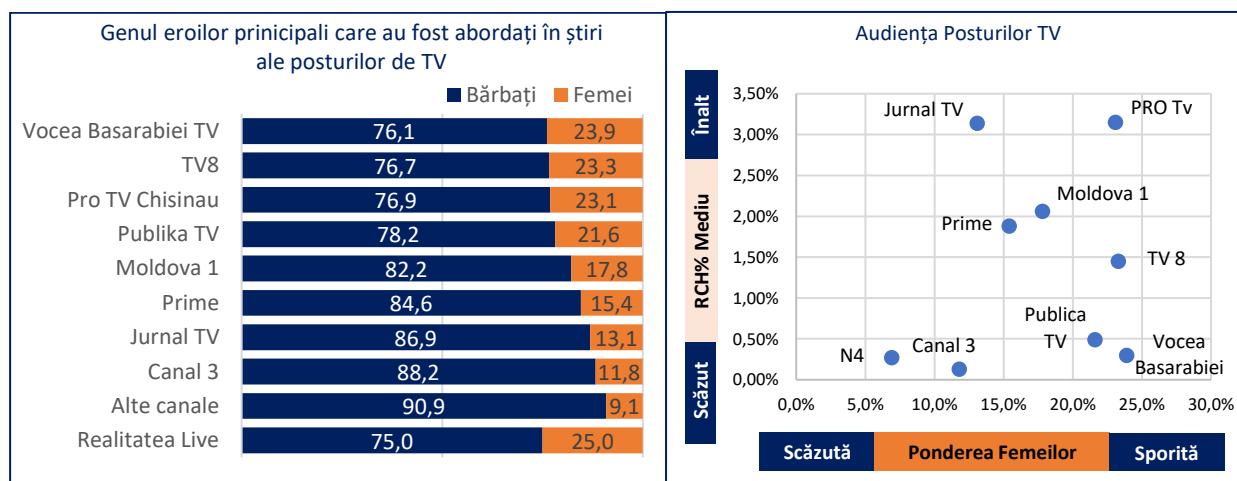


Figura 18. Genul eroilor principali care au fost abordați în știri ale posturilor de TV, %
Sursa: Calculele CPD în baza monitorizării instituțiilor media

SPOTURI

Pe parcursul perioadei de monitorizare, au fost analizate **141 de spoturi electorale, inclusiv cele rulate în mod repetat în număr de 1381**. Monitorizarea sa efectuat în perioada de 09.10.2023-03.11.2023. Timpul sumar al emisiei a constituit 18 ore și 33 de minute. Deoarece publicitatea electorală este plătită, costul total conform grilelor de cost este de aproximativ 213 621 mii dolari.

Parametru	Cantitate
Numărul de unități monitorizate	141
Numărul de rulări monitorizate	1381
Perioada monitorizării	09.10-03.11.2023
Timpul total de emisie	18 ore 33 minute
Costul total conform grilelor de cost	213 621 mii dolari

Tabloul 4. Parametrii cantitativi ai monitorizării spoturilor electorale

Sursa: Calculele CPD în baza monitorizării instituțiilor media

La fel ca și în alte producții mediatiche, femeile apar mai puțin în publicitatea electorală. Una dintre verigile publicității politice, utilizată din ce în ce mai mult de la un an la altul, este reprezentată de spoturile electorale. Acestea constituie unul dintre instrumentele de bază ale concurenților electorali prin care se încearcă atragerea electoratului. Spoturile electorale prezintă, pe de o parte, intențiile candidatului electoral, viziunea de viitor a acestuia și soluțiile politice propuse, iar pe de altă parte, are intenția de a crea o imagine favorabilă a "feței" partidului – candidatului înregistrat în cursă. Având în vedere faptul că spoturile electorale contribuie pe termen lung la formarea și consolidarea imaginii politicianilor în fața electoratului, este important ca acestea să respecte o reprezentare echilibrată atât a bărbaților, cât și a femeilor. Totuși, analiza reprezentării acestora în spoturile electorale arată că în cazul celor 141 de spoturi monitorizate, peste 70% dintre participanți sunt bărbați, în timp ce femeile sunt protagonistele spoturilor electorale în pondere de doar circa 29%.

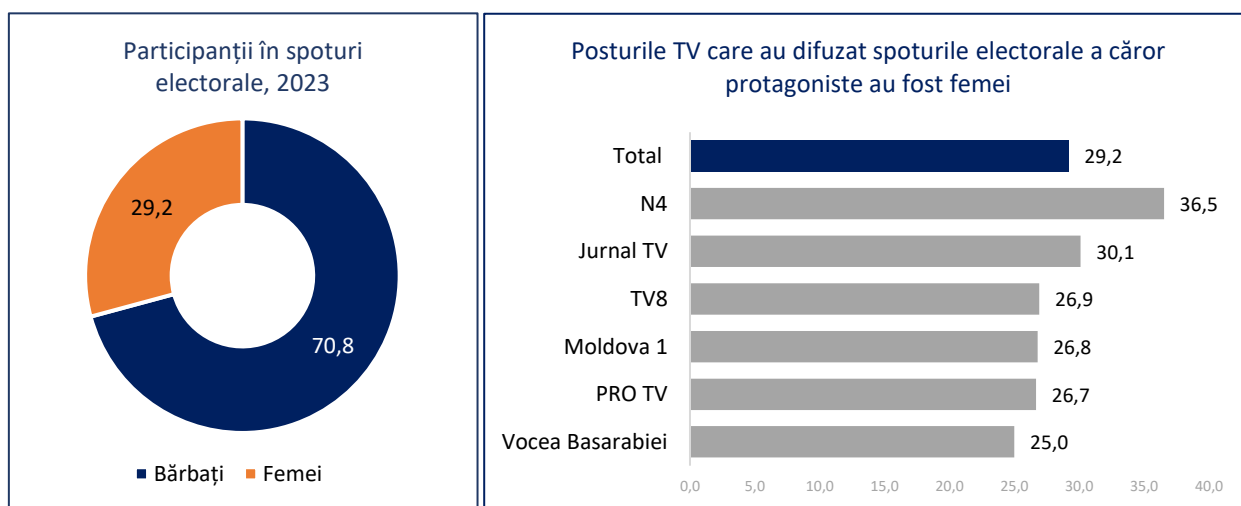


Figura 19. Genul protagoniștilor care au participat în spoturile electorale, inclusiv per fiecare partid/instituție, %

Sursa: Calculele CPD în baza monitorizării instituțiilor media

În cadrul acestui scrutin electoral, nu a fost lansată nici o publicitate politică în care să fie prezente doar femeile sau să predomine femeile, ceea ce indică o situație fără precedent. În scrutinele electorale din 2019 (alegeri locale) și 2021 (alegeri parlamentare) spoturile în care au fost prezente doar femeile sau au predominat femeile (în cele mixte) au constituit circa 10% și respectiv 12% pe întreaga campanie electorală. În 2023 această rată a constituit **0%**, fapt ce indică un regres semnificativ în raport cu scrutinele electorale precedente. Din cele 141 de spoturi electorale analizate, care au fost rulate de peste o mie de ori, 17,7% prezentau în exclusivitate bărbați în calitate de eroi principali. Paritatea de gen (prezentarea egală a

femeilor și bărbaților) a fost respectată în doar 4% dintre spoturile electorale analizate. Este important de menționat că în cazul spoturilor electorale, spre deosebire de alte produse mediatic, cum ar fi dezbaterile electorale sau talk-show-urile, partidele politice decid în totalitate cine este protagonistul spotului electoral. Respectiv, ignorarea femeilor în spoturile electorale arată clar predilecția partidelor politice pentru o anumită reprezentanță, în cazul actual – pentru imaginea masculină asociată cu partidul politic.

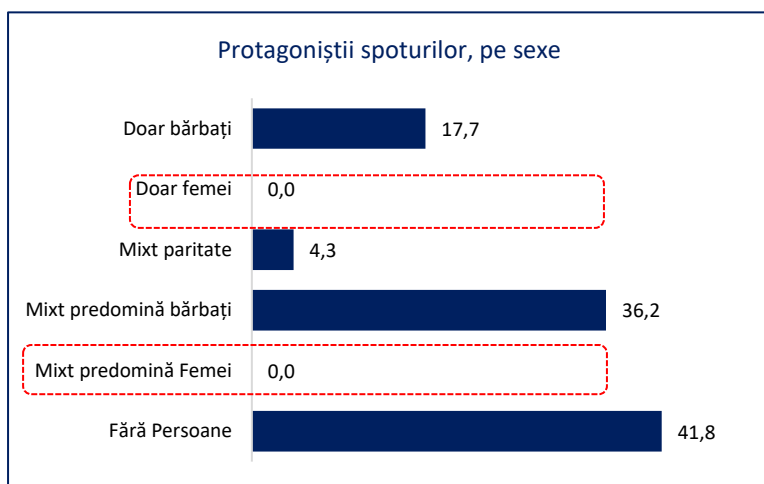


Figura 20. Tipurile de spoturi electorale în funcție de gen și posturile TV care au difuzat spoturi electorale cu protagoniste femei, %

Sursa: Calculele CPD în baza monitorizării instituțiilor media

Spoturile în care sunt prezente femeii sunt rulate în perioada zilei când audiența este mai mică.

Deși în scrutinul electoral actual numărul de femei primare a crescut, vizibilitatea acestora continuă să fie destul de redusă, inclusiv din cauza modului în care sunt prezentate acestea în spațiul mediatic. Spoturile cu prezență preponderent feminină au o rată de rulare mai mare la orele matinale, atunci când audiența (RCH) este destul de scăzută, în timp ce seara, în orele de audiență sporită (20:00-22:00), spoturile cu eroine femei sunt mai puțin rulate. Totodată, graficul de mai jos arată că spoturile în care sunt prezentate femeii sunt rulate (numărul de inserări) într-o pondere mai mică.

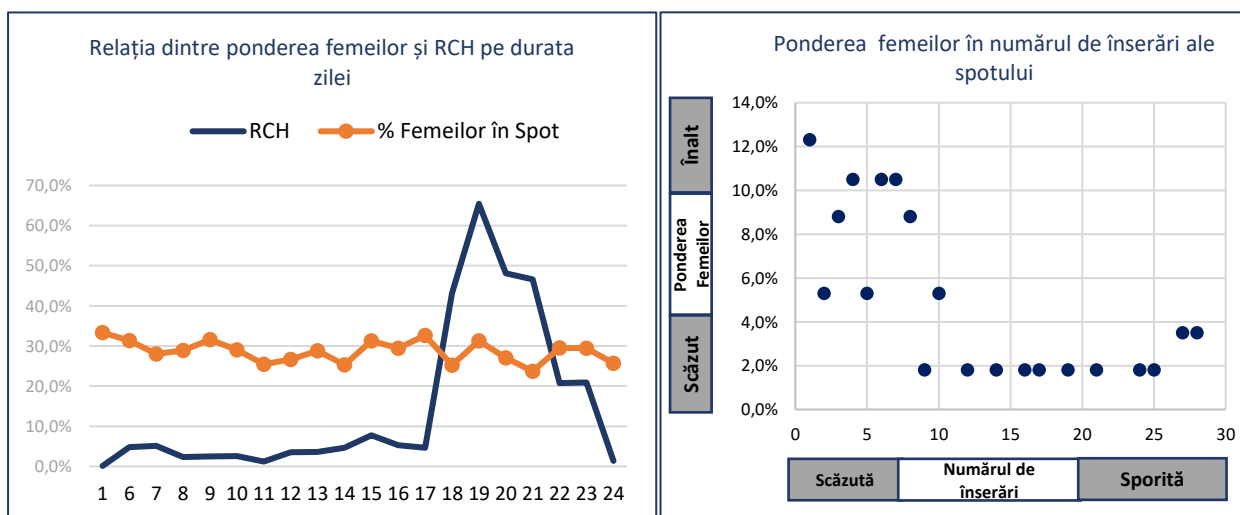


Figura 21. Tipurile de spoturi electorale în funcție de gen și posturile TV care au difuzat spoturi electorale cu protagoniste femei, %

Sursa: Calculele CPD în baza monitorizării instituțiilor media

CONSTATĂRI

Monitorizarea reprezentării echitabile a femeilor și bărbaților în scrutinul electoral din 2023 pentru funcția de primar/ă evidențiază existența unor bariere care împiedică participarea femeilor în această funcție electorală. Constatăm că:

- 1. Rolurile de gen influențează mult predispoziția femeilor de a se lansa în politică.** Responsabilitățile de îngrijire, lipsa suportului din partea familiei (un factor strâns legat de rolurile de gen), dar și lipsa de încredere în propriile forțe și capacități sunt principalele bariere care împiedică femeile să se implice în procesele electorale.
- 2. În jur de 50% din societate asociază funcția de primar/ă cu calități legate de statutul marital, prezența copiilor și religios/oasă, în timp ce 36% cred că un primar trebuie să fie un bărbat și doar 8% o femeie.**
- 3. Față de scrutinul electoral din 2011, ponderea femeilor candidate pentru funcția de primară a sporit cu doar 7%.** Astfel, în alegerile locale 2023, ponderea femeilor care au candidat la funcția de primară a constituit 30,4% din totalul candidaților, înregistrând o creștere cu doar 3% față de scrutinul electoral 2019 și cu doar 7% față de alegerile locale din 2011, fapt ce indică o evoluție foarte lentă, dar constant pozitivă.
- 4. Ponderea femeilor care au candidat independent a crescut cu 6% față de scrutinul electoral din 2019.** Ponderea femeilor care candidează independent rămâne a fi mai mică decât ponderea femeilor desemnate pentru aceeași funcție de către partidele politice. Acest lucru arată că: (i) femeile sunt mai reticente să candideze, fără a avea sprijinul unui partid, inclusiv sprijinul moral și financiar și (ii) sporirea gradului de reprezentare a femeilor pentru funcția de primar/primară nu va fi posibilă fără implicarea partidelor politice.
- 5. Ponderea femeilor alese în funcție de primar înregistrează progrese nesemnificative.** În rezultatul acestui scrutin, 24,1% candidate au ieșit învingătoare (216 femei, în valoare numerică) și dețin funcția de primară. Față de alegerile precedente, numărul acestora a crescut cu doar 2%, tendință care se păstrează ultimele patru scrutine electorale.
- 6. Analizând tendința de-a lungul anilor, constatăm că în Moldova numărul femeilor care dețin funcția de primară va atinge ponderea de 30% în 2035.**
- 7. Femeile nu doar candidează în circumscripții electorale mai mici, dar și cel mai des le câștigă.** Analiza în dinamică arată că, deși femeile continuă să candideze într-un număr mai mare în circumscripțiile mici - sate, ponderea celor care au candidat în circumscripțiile mari – orașe, în scrutinul electoral 2023, înregistrează o creștere mai mare – de peste 5%, comparativ cu o creștere de 3% a ponderii femeilor care au candidat în sate. Dacă să analizăm din perspectiva circumscripției, observăm că din numărul total de primari aleși în mediul rural, 24,7% sunt femei, iar la nivel urban această cifră este de 14,8%.
- 8. Femeile continue să fie "invizibile" în spațiul mediatic.** Procesul de monitorizare a vizat patru tipuri de produse mediatic: dezbateri electorale, spoturi electorale, talk-show-uri și știri din 10 posturi TV monitorizate. Indiferent de produsul mediatic, analiza reprezentării echitabile în media evidențiază faptul că: (i) Creșterea numărului de femei în politică nu influențează și nivelul de reprezentare al acestora în mass-media; (ii) femeile sunt reprezentate în produse media într-un număr destul de mic și (iii) la orele de audiență scăzută; (iv) nici un post tv, indiferent de tipul produsului mediatic, nu a ținut cont de echilibru de gen.

DESPRE CENTRUL PARTENERIAT PENTRU DEZVOLTARE

Creat în anul 1998, *Centrul "Parteneriat pentru Dezvoltare" (CPD)* este o instituție obștească, care își propune să contribuie la promovarea unui discurs integrator cu privire la problematica genurilor umane, statutul femeii și egalitatea de șanse pentru femei și bărbați. CPD se afirmă în calitate de structură neguvernamentală, care pledează pentru implementarea conceptului egalității de gen în toate domeniile vieții, promovarea politicilor publice în domeniu, abordarea problemelor ce țin de rolul femeii în societate și abilitarea acesteia, eliminarea tuturor formelor de discriminare față de femei, fiind concomitent și un centru de documentare, informare și instruire pentru ONG-urile de profil și grupurile de inițiativă.

Scop. Dezvoltarea și consolidarea resurselor și mecanismelor de abilitare echitabilă a femeilor și bărbaților în vederea promovării egalității de gen în Republica Moldova prin susținerea unui demers coerent de influențare a politicilor.

Misiune. CPD promovează valorile egalității de gen, ca parte componentă a unei societăți deschise, în scopul consolidării unui parteneriat autentic de gen.

Viziune. CPD pledează pentru edificarea unei comunități cu perspective și oportunități egale pentru membrii/ele săi/sale, a unei societăți în care femeile și bărbații sunt cetățeni cu drepturi depline, capabili să soluționeze problemele în comun, să beneficieze în mod egal de noile oportunități și să se angajeze plener în activități politice, economice și sociale.

ADRESA NOASTRĂ:

Centrul "Parteneriat pentru Dezvoltare"
str. Armenească, 13
Chisinau, MD-2012, Republica Moldova
Tel.: +(373 22) 23-70-89; 20-71-58; 20-71-57
www.progen.md,
e-mail: cpd@progen.md