

Мониторинг СМИ (онлайн издания) в период избирательной кампании по президентским выборам 2020 года

Отчет №6
1 – 7 ноября 2020 года

(общие выводы)

I. ОБЩИЕ ДАННЫЕ

1.1 Предмет проекта: мониторинг и информирование общественности об издательской политике и поведении средств массовой информации (онлайн издания) в электоральный период и в ходе избирательной кампании по президентским выборам 2020 года в Республике Молдова.

1.2 Период мониторинга: 15 сентября 2020 года – 14 ноября 2020 года.

1.3 Критерии отбора медийных учреждений, подвергнутых мониторингу:

Порталы были отобраны на основе следующих объективных критериев: а) релевантность; б) известность/аудитория; с) язык издания; d) география. Так, мониторингу подвергнуты порталы с национальным покрытием и один региональный портал, издаваемые на румынском и русском языках, известные и указанные различными группами потребителей как источники информации, некоторые из которых занимают лидирующие позиции в опросах по измерению онлайн-аудитории.

1.4 Порталы, подвергнутые мониторингу (в алфавитном порядке):

Actualitati.md¹ (русский язык), Aghora.md² (румынский язык), Aif.md³ (русский язык), Gagauzinfo.md⁴ (русский язык), Kp.md⁵ (русский язык), Newsmaker.md⁶ (русская версия портала), Noi.md⁷ (румынская версия портала), Realitatea.md⁸ (румынский язык), Sputnik.md⁹ (румынский язык), Timpul.md¹⁰ (румынский язык), Unimedia.info¹¹ (румынский язык), Vedomosti.md¹² (русский язык).

Издательский контент порталов Aif.md, Kp.md и Vedomosti.md сравнивается с контентом газет «Аргументы и факты Молдова», «Комсомольская правда в Молдове» и, соответственно, «Молдавские ведомости», которые издаются теми же компаниями, с целью выявления возможных издательских различий.

1.5 Предмет мониторинга

Весь собственный издательский контент портала, за исключением рекламы, отмеченной соответствующим образом.

1.6. Команда

Проект реализуется Ассоциацией независимой прессы (API) в рамках Коалиции за свободные и честные выборы.

¹ Создан **Юрием Витнянским**, членом ПСРМ, ныне вице-президентом сектора Ботаника мун. Кишинева

² Создан Interakt Media ООО (администратор – **Ирина Гелбур**)

³ Электронная версия газеты «Аргументы и факты Молдова», издаваемая Exclusiv Media ООО, компанией, учрежденной депутатом ПСРМ **Корнелием Фуркулицэ**

⁴ Создан Iusivmedia ООО (администратор – **Юлия Кылчик**)

⁵ Электронная версия газеты «Комсомольская правда в Молдове», издаваемая фирмой «Комсомольская правда - Басарабия» ООО (администратор – **Сергей Чуриков**), учредитель фирмы – Exclusiv Media ООО, компания, основанная депутатом ПСРМ **Корнелием Фуркулицэ**

⁶ Создан ООО NEWSMAKER, компанией, учрежденной **Владимиром Соловьевым** (администратор – **Ольга Ченуша**)

⁷ Создан MLD Media ООО, компанией с шестью учредителями, включая компании бизнесмена **Василия Киртока**, советника ПСРМ в Кишиневском муниципальном совете

⁸ Создан ООО NB MEDIA (администратор – **Думитру Цыра**)

⁹ Филиал Международного информационного агентства и радио «Спутник», учрежденного российской государственной компанией «Россия сегодня» (директор «Sputnik Moldova» – **Владимир Новосадюк**)

¹⁰ Создан периодическим изданием «TIMPUL de dimineață», учрежденным **Константином Тэнасе** (администратор – **Силвиу Тэнасе**)

¹¹ Создан Migaza ООО (администратор – **Олеся Банарь**)

¹² Электронная версия газеты «Молдавские ведомости», созданной ООО «Молдавские ведомости» (администратор – **Виктор Чобу**)

1.7 Методологическая основа

Мониторинг осуществляется на основе методологии, разработанной «Oxford Media Research Center» для мониторинговых проектов международной организации Глобальная кампания за свободу выражения «Статья 19», которая была адаптирована и дополнена. Данная методология использовалась также в процессе мониторинга средств массовой информации и в ходе избирательной кампании по президентским выборам 2016 года.

Методология предусматривает измерение и анализ следующих показателей: 1) *количественных*, включая вид, продолжительность, тематику, субъекты и источники новостей, частоту и продолжительность прямого появления электоральных конкурентов в новостях, и 2) *качественных*, призванных определить контекст представления кандидатов в журналистских материалах. Каждая новость или мнение оценивается с точки зрения содержания и контекста с целью определения, благоприятны они или неблагоприятны конкурентам на выборах. Положительное или отрицательное содержание и/или контекст не обязательно указывают на тенденциозность или ангажированность медийного учреждения, выпускающего новость. Не исключено, что новость может благоприятствовать или неблагоприятствовать одному из субъектов, но в то же время быть непредвзятой и корректной с профессиональной точки зрения. **При оценке контекста измеряется только частота материалов, которые прямо или косвенно благоприятствуют или неблагоприятствуют электоральным субъектам.**

II. АНАЛИЗ ДАННЫХ

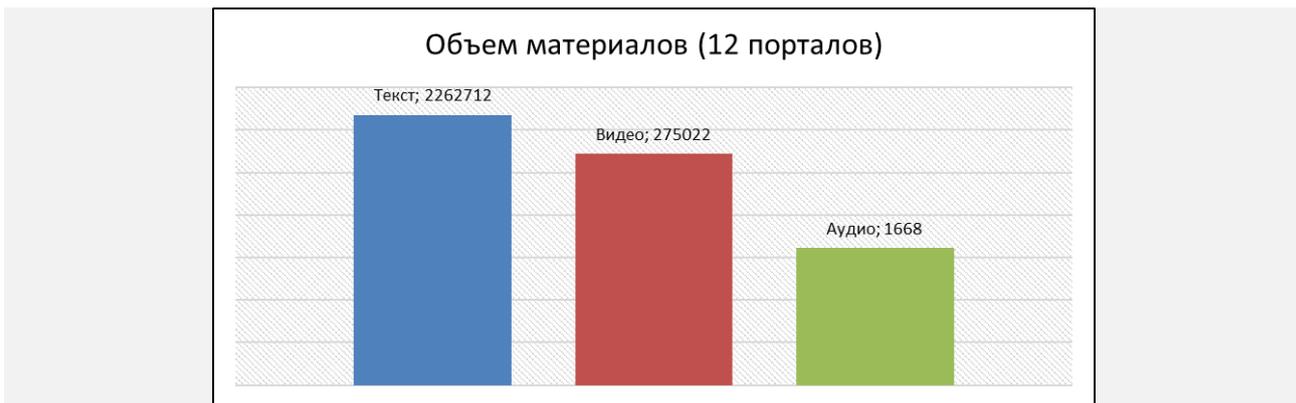
2.1 Общие тенденции

В период 1 – 7 ноября 2020 года подвергнутые мониторингу 12 онлайн-медийных учреждений опубликовали в общей сложности 1550 материалов, прямо или косвенно затрагивающих избирательную кампанию по президентским выборам. Большую часть журналистских продуктов составили новости (1515 или почти 98%), которые затрагивали кандидатов/кандидаток на должность президента, день первого тура выборов, политические формирования, представителями которых являются кандидаты/кандидатки, деятельность ЦИК, голосование в стране и в диаспоре, голосование граждан с левого берега Днестра, электоральные мероприятия и др. Другие 33 материала или чуть больше 2% от общего количества были опубликованы в форме комментариев, редакционных статей или других статей с изложением мнения, а также по одному материалу было опубликовано в форме интервью с кандидатом/кандидаткой и опроса типа Vox Populi.



Издание **Noi.md** по-прежнему осталось во главе рейтинга с самым большим количеством медиапродуктов политического и электорального характера (273), а самое маленькое количество в этот период было у портала **Timpul.md** – 40 материалов. Остальные 10 учреждений по количественному параметру освещали избирательную кампанию и день выборов следующим образом: **Agora.md** – в 166 материалах, **Unimedia.info** – в 156, **Sputnik.md** – в 143, **Aif.md** – в 142, **Newsmaker.md** – в 137, **Realitatea.md** – в 135, **Actualitati.md** – в 121, **Kp.md** – в 110, **Vedomosti.md** – в 78, и **Gagauzinfo.md** – в 49 релевантных материалах. Вместе с тем, **Noi.md** опубликовал самое большое количество новостей электорального характера (270), **Vedomosti.md** – самое большое количество комментариев (18), **Kp.md** опубликовал одно интервью с кандидатом, а **Gagauzinfo.md** – один опрос типа Vox Populi.

Большинство материалов (1536) были опубликованы в текстовом формате, в 288 случаях тексты сопровождалась видеоизображениями, а в 6 – аудиозаписью. Таким образом, объем мониторируемых материалов измерялся в знаках (текст) и секундах (видео и аудиозаписи). Картина по этому разделу следующая:



Электоральный процесс и сюжеты из области политики преобладали в рейтинге тематики, затрагиваемой в отчетный период, который включал и день первого тура президентских выборов. Так, 662 материала (или почти 43%) освещали электоральный процесс и, в частности, день выборов, ход голосования, заявления ЦИК, нарушения, голосование в стране и в диаспоре, голосование граждан с левобережья Днестра и др. На расстоянии в 48 материалов расположились журналистские продукты на политические темы, которые освещались в 614 материалах (или почти 40% от общего количества). На очень большом расстоянии от этих двух тематических сфер следовали другие, в том числе: социальные проблемы, деятельность местных органов публичной власти, экономика, международные отношения, образование или культура, затрагиваемые в электоральном контексте.

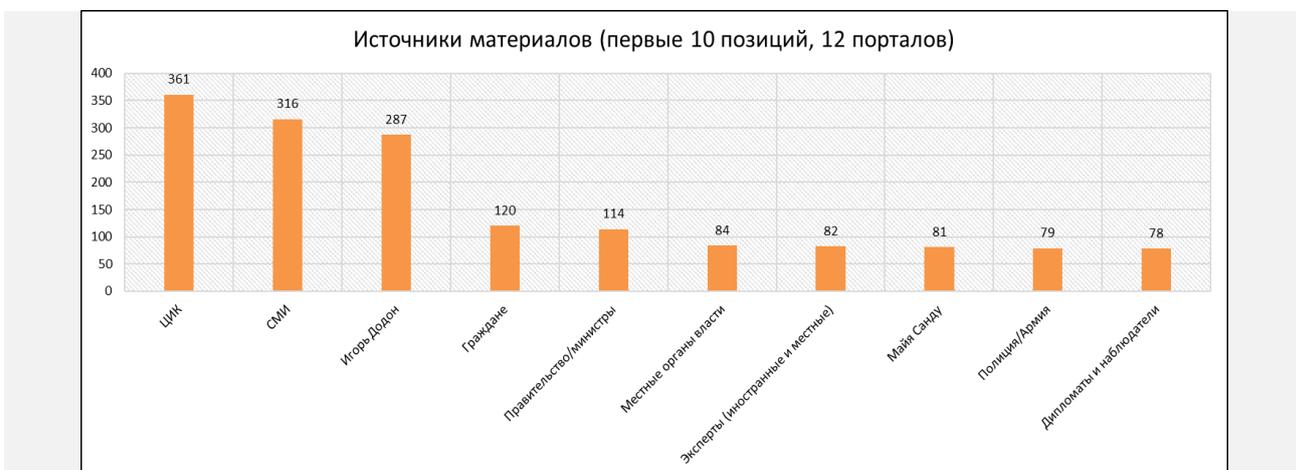


В отчетный период все 6 кандидатов и 2 кандидатки, вступившие в избирательную кампанию по выборам президента, появлялись в журналистских материалах в качестве субъектов, но в разном соотношении. Точнее, независимый кандидат Игорь Додон, поддерживаемый Партией социалистов (ПСРМ), как и в предыдущие периоды чаще всего был субъектом медийных продуктов электорального характера (781 случай), продолжая занимать лидирующую позицию среди всех категорий (41 в общей сложности) медиатизируемых субъектов в целом. За ним на относительно небольшом расстоянии следует кандидатка Партии «Действие и солидарность» (ПДС) Майя Санду с 720 появлениями в качестве субъекта материалов. На третьем месте расположились граждане/гражданки с 455 такими появлениями, а за ними следует кандидат Политической партии «Наша партия» (НП) Ренато Усатый, который появлялся в качестве субъекта 360 раз. Представители/представительницы Центральной избирательной комиссии появлялись в этот период 297 раз, преимущественно в день первого тура президентских выборов. За ними следуют остальные кандидаты и одна кандидатка на должность президента, в таком порядке: кандидат Партии «Платформа

достоинство и правда» (ППДА) Андрей Нэстасе – 247 раз, кандидатка Партии «Шор» Виолетта Иванова – 228 раз, кандидат Либеральной партии (ЛП) Дорин Киртоакэ – 219 раз, кандидат «Партии национального единства» (ПНЕ) Октавиан Цыку – 217 раз и кандидат (ЛДПМ) Тудор Делиу - 188 раз. Таким образом, Игорь Додон появлялся в качестве субъекта материалов в 4 с лишним раза чаще, чем Тудор Делиу.



В данный период обзереваемые 12 онлайн-изданий цитировали в общей сложности 2046 источников. На этот раз источниками информации служили представители/представительницы ЦИК, цитированные 361 раз, а также другие средства массовой информации, цитированные коллегами по профессии 316 раз. Следующую позицию в этом рейтинге занял кандидат Игорь Додон с 287 появлениями в качестве источника информации для журналистских материалов прямого или косвенного электорального характера. А еще в этом контексте выделились граждане/гражданки, цитированные 120 раз, представители/представительницы правительства со 114 появлениями, представители/представительницы местных органов публичной власти с 84 случаями цитирования, а также эксперты с 82 появлениями в качестве источников информации. Реже в качестве источников появлялись остальные кандидаты и две кандидатки на должность президента, а именно: Майя Санду – 81 раз, Ренато Усатый – 46 раз, Андрей Нэстасе – 36 раз, Дорин Киртоакэ – 22 раза, Октавиан Цыку – 18 раз, Виолетта Иванова – 11 раз и Тудор Делиу – 9 раз. Таким образом, Игоря Додона цитировали почти в 32 раза чаще, чем Тудора Делиу.

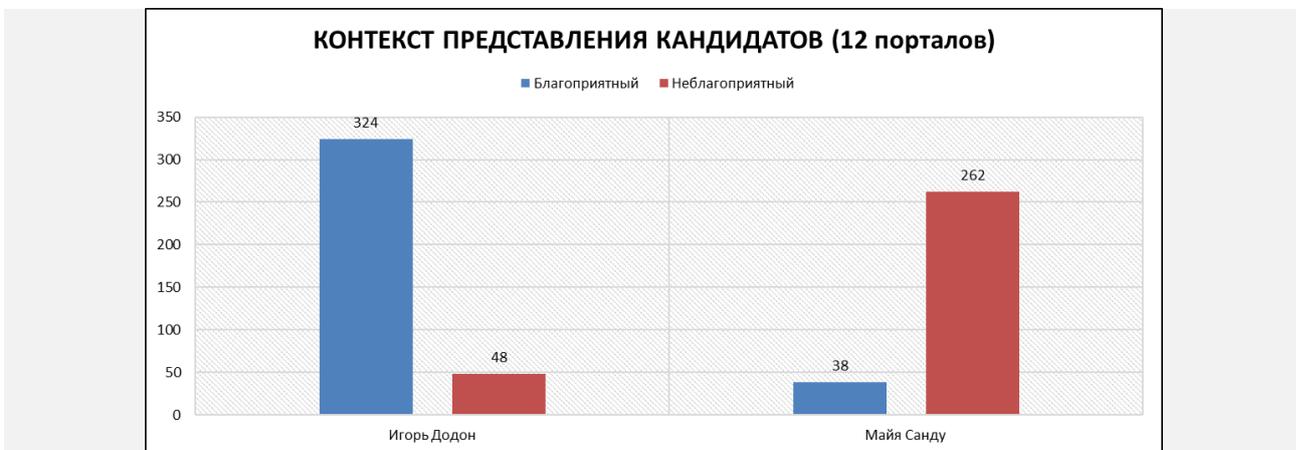


Гендерное распределение источников было несбалансированным с перевесом в пользу мужчин. Так, 1103 или почти 54% источников, цитированных в журналистских

материалах, которые были опубликованы в период 1 – 7 ноября 2020 года мониторируемыми 12 онлайн-медиаучреждениями, составили мужчины. Женщины появлялись в качестве источников 225 раз или в 11% случаев, а в 718 случаях (свыше 35%) пол источников не был обозначен.



Кандидат и кандидатка, вышедшие во второй тур президентских выборов, освещались обозреваемыми 12 медиаисточниками как в нейтральных, так и в позитивных и негативных контекстах. Точнее, у Игоря Додона было больше появлений в позитивном, благоприятном для него контексте (324 случая). В то же время, 48 раз он появлялся и в ипостях, которые были скорее неблагоприятными для него. С другой стороны, медийное отношение к Майе Санду в целом было противоположным ее контркандидату – количество негативных контекстов, в которых ее представляли, было намного больше тех, которые скорее благоприятствовали ей (262 против 38 случаев).



В итоге, исходя из результатов мониторинга издательской политики и поведения 12 онлайн-медийных учреждений в период 1 – 7 ноября 2020 года, можно констатировать следующие тенденции:

- **Actualitati.md, Aif.md и Kp.md** и в этот отчетный период сохранили прежнее схожее издательское поведение с выраженными элементами пристрастности и тенденциозности. Все три издания явно благоприятствовали и продвигали независимого кандидата Игоря Додона, поддерживаемого ПСРМ, и неблагоприятствовали кандидатке ПДС Майе Санду. В отношении Майи Санду эти три издания развернули настоящую кампанию по дискредитации, нападкам, опорочиванию посредством ложной информации, инсинуаций, сексистских

заголовков и формулировок, выражений, подстрекающих к ненависти, насилию и дискриминации.

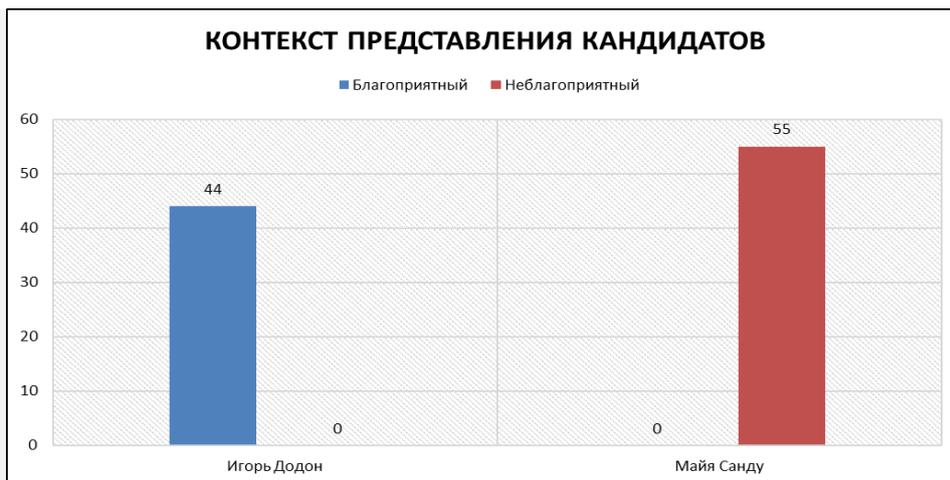
- **Noi.md**, **Vedomosti.md** и **Sputnik.md** продолжили благоприятствовать кандидату Игорю Додону тональностью освещения и представлением в позитивном контексте. **Sputnik.md** освещал кандидатов и кандидаток на должность президента наиболее сбалансировано с количественной точки зрения. Все эти три издания неблагоприятствовали Майе Санду.
- **Gagauzinfo.md** уделил особое внимание дню выборов, а в остальные дни обозреваемого периода количество материалов было значительно меньше. Издание обеспечило наилучшее гендерное равновесие цитируемых источников в материалах электорального характера.
- **Unimedia.info** медиатизировал электоральный процесс и день первого тура выборов, представив всех кандидатов и двух кандидаток. Больше пространства было выделено Игорю Додону, который и чаще остальных конкурентов на выборах появлялся в позитивном, благоприятствующем ему контексте.
- **Agora.md** и **Newsmaker.md** проводили относительно сбалансированную издательскую политику, материалы были в целом беспристрастными, а кандидаты и кандидатки на должность президента чаще всего представлялись в нейтральном, но также и в позитивном или негативном контексте, но без явной тенденции на благоприятствование или неблагоприятствование.
- **Realitatea.md** освещал избирательную кампанию и день выборов, уделив внимание всем кандидатам и двум кандидаткам на должность президента. Кандидат Игорь Додон чаще всего появлялся в неблагоприятном для него контексте
- **Timpul.md** уделил наименьшее внимание электоральной тематике в обозреваемый период, осветив преимущественно день выборов. Игорь Додон чаще всего был представлен в неблагоприятных ему контекстах, а Майя Санду чаще всего появлялась в благоприятных контекстах.

2.2 Издательская политика и поведение изданий



Actualitati.md

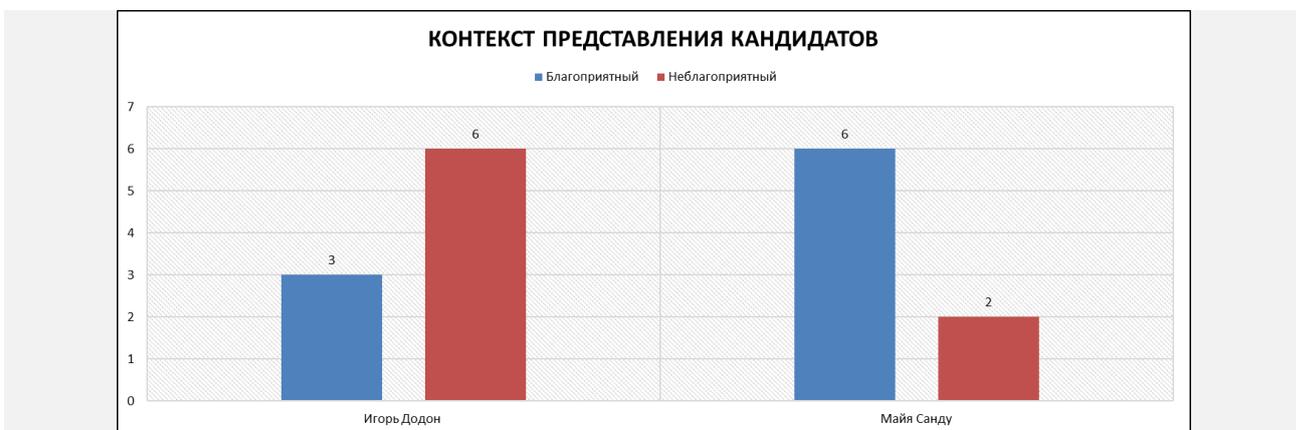
Также как и в предыдущие периоды мониторинга, подавляющее большинство материалов на политические и/или электоральные темы, опубликованных на **Actualități.md**, были с одним источником информации и носили выраженный и явный предвзятый характер, благоприятствующий кандидату Игорю Додону. Он освещался 44 раза в позитивных, благоприятных для него контекстах, а остальные 13 его появлений в качестве субъекта были нейтральными. Зато кандидатка Майя Санду была представлена в негативном, неблагоприятном и порочащем контексте во всех случаях появления в качестве субъекта, а также в нескольких косвенно затрагивающих ее случаях. В этот период кандидатка Майя Санду была мишенью обширной дискредитирующей кампании посредством ложной информации, атак, в том числе с элементами дискурса ненависти, с грубым нарушением не только деонтологических норм журналистики, но и многих законов, в том числе тех, которые обеспечивают равные возможности или недискриминацию. Издание **Actualitati.md** не подтвердило доказательствами ни одно из утверждений, высказанных Игорем Додоном или другими субъектами, а также ни разу не предоставило Майе Санду право на реплику.



Agora.md

Agora.md медиатизировал избирательную кампанию, включая день выборов, относительно сбалансировано и непредвзято, без интерпретации фактов или заявлений. В большинстве случаев тексты были беспристрастными по отношению к источникам и субъектам, представляли их в нейтральном ключе. В случаях, когда затронутые в материалах субъекты сначала отказывались от комментариев, а впоследствии изъявляли желание сделать это, издание предоставляло им такую возможность и пространство, объясняя контекст появления информации. Издательское отношение портала к кандидату Игорю Додоном и кандидатке Майе Санду в целом было нейтральным. В нескольких случаях (3 Игорь Додон и 6 Майя Санду) контексты были скорее благоприятными кандидату и

кандидатке, а в других нескольких случаях (6 Игорь Додон и 2 Майя Санду) речь шла о контекстах, которые скорее были неблагоприятными для кандидата/кандидатки. Тем не менее, не было явной, устойчивой и постоянной тенденции на благоприятствование или неблагоприятствование кандидату Игорю Додону или кандидатке Майе Санду.



**АРГУМЕНТЫ
И ФАКТЫ** В МОЛДОВЕ

Aif.md

В период 1-7 ноября 2020 года, **Aif.md** продолжил открытое и массивное продвижение Игоря Додона большим количеством опубликованных материалов, прямо или косвенно затрагивающих его, включая все его заявления, мнения, нападки, призывы и т. д. Так, Игорь Додон был представлен в благоприятном свете 91 раз в статьях издания, в том числе во всех материалах, в которых он фигурировал в качестве субъекта (76), а также в 15 материалах, косвенно благоприятствующих ему. С другой стороны, портал явно и массивно неблагоприятствовал Майе Санду, которая была представлена в негативном контексте в 44 из 50 случаев ее появления в качестве субъекта. Издание **Aif.md** допустило нападки на личность, неподтвержденные и необоснованные обвинения в адрес Майи Санду, ни разу не представив ее мнение или комментарий.



Региональное издание **Gagauzinfo.md** уделило относительно незначительное внимание избирательной кампании по президентским выборам, но все же больше, чем в предыдущие периоды мониторинга.

В отчетный период портал **Gagauzinfo.md** освещал преимущественно в нейтральном контексте электоральные мероприятия кандидата и кандидатки, вышедших во второй тур президентских выборов. По одному разу контекст был скорее благоприятным для Игоря Додона и скорее неблагоприятным для Майи Санду, но без явного продвижения (позитивного или негативного) кого-то из них.



Онлайн-издание **Kp.md** продолжило открытое и массивное благоприятствование Игорю Додону, как в новостях, так и в материалах с изложением мнений разных авторов, включая иностранных экспертов, депутатов и т. д. Так, Игорь Додон был представлен в нейтральных и позитивных, благоприятных для него контекстах в 48 из 62 случаев, в которых появлялся в качестве субъекта материалов. С другой стороны, Майя Санду была подвергнута непрерывной кампании критики, опорочивания, нападок, дискредитации по признаку пола и обвинений без предоставления ей права на реплику. Так, портал неблагоприятствовал кандидатке Майе Санду в 51 из 70 случаев появления в качестве субъекта, представляя ее в крайне негативных, обвинительных и оскорбительных контекстах.



NewsMaker

Newsmaker.md

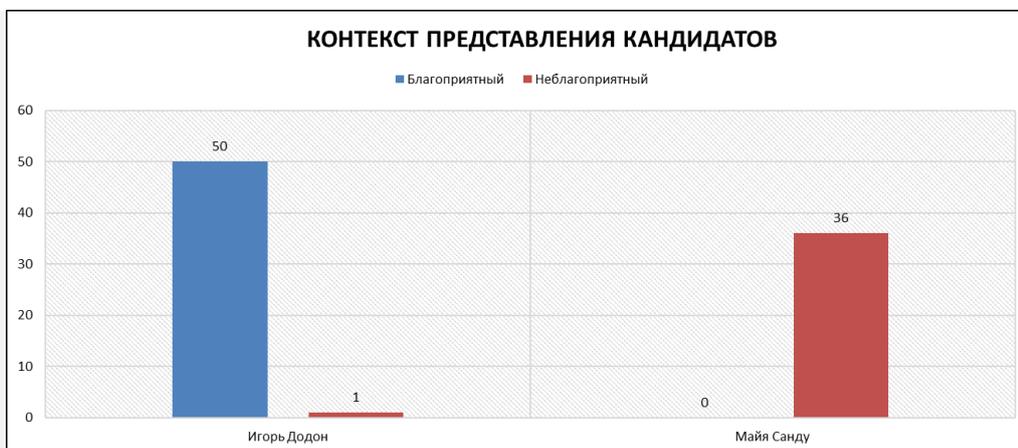
В период 1 – 7 ноября 2020 года **Newsmaker.md** в целом медиатизировал сбалансировано кандидата и кандидатку на должность Президента Республики Молдова, вышедших во второй тур выборов, представляя их чаще всего в нейтральных контекстах. Несмотря на это, и Игорь Додон, и Майя Санду в некоторых случаях появлялись в контекстах, которые были скорее либо благоприятными (15 раз Игорь Додон и 7 раз Майя Санду), либо неблагоприятными (по 13 раз каждый), как правило, это были случаи косвенного благоприятствования или неблагоприятствования кандидату/кандидатке. Следовательно, в отношении редакции **Newsmaker.md**, к Игорю Додону или Майе Санду не было тенденциозности.



Noi.md

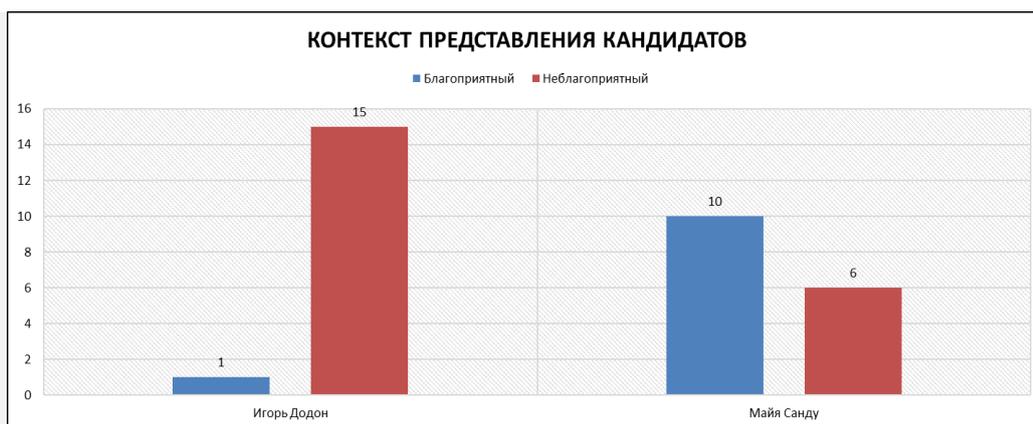
В период 1-7 ноября 2020 года **Noi.md** продолжил благоприятствовать кандидату Игорю Додону, как в новостях, так и в комментариях. Кандидат, поддерживаемый ПСРМ, был представлен 50 раз в позитивном контексте, а также в нейтральном контексте в большинстве материалов, в которых появлялся в качестве субъекта. Один материал был

косвенно неблагоприятным для него, так как его имя упоминалось в контексте, который был скорее негативным. Зато отношение к Майе Санду было как нейтральным, так и выражено негативным – портал явно неблагоприятствовал ей в 36 случаях. Ей неблагоприятствовали как посредством текстов новостей, содержащих много тяжелых обвинений и утверждений, не подкрепленных доказательствами, без представления мнения кандидатки, а также в некоторых случаях посредством сфабрикованных фотографий.



Realitatea.md

В данном отчетном периоде мониторинга кандидат и кандидатка, вышедшие во второй тур президентских выборов, освещались порталом **Realitatea.md** преимущественно в нейтральном ключе. Все же, кандидат Игорь Додон в 15 случаях был косвенно представлен скорее в неблагоприятствующем ему свете и один раз – в благоприятном ключе, а кандидатка Майя Санду была представлена 10 раз в контексте, который скорее был благоприятным для нее, и 6 раз – в неблагоприятном контексте.





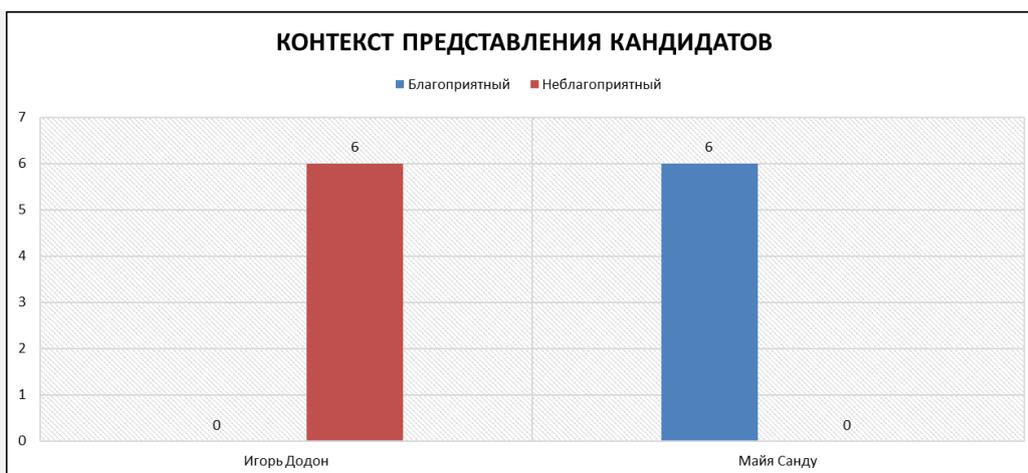
Sputnik.md

В период 1 – 7 ноября 2020 года кандидат Игорь Додон и кандидатка Майя Санду в целом освещались нейтрально на портале **Sputnik.md**. Тем не менее, Игорь Додон был представлен в контекстах, которые скорее благоприятствовали ему, в 21 случае, а Майя Санду 13 раз появлялась в контексте, который был скорее негативным.

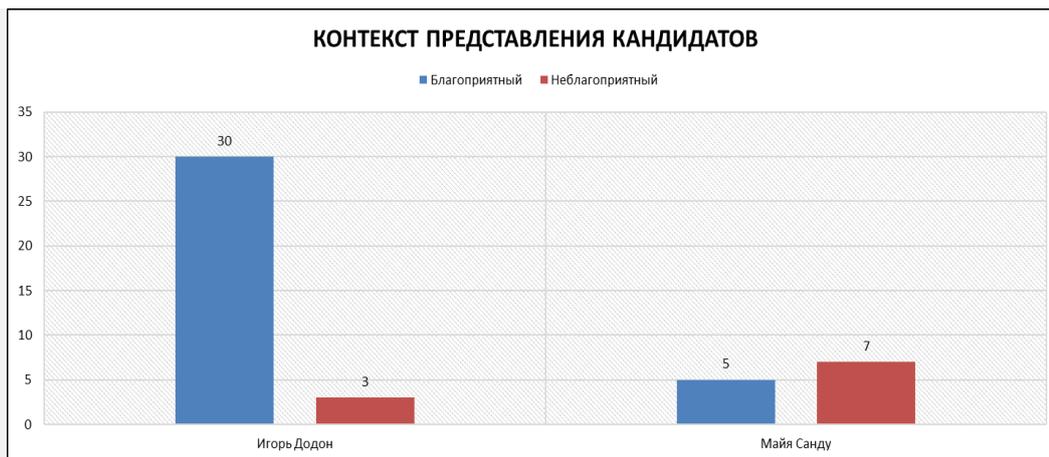


Timpul.md

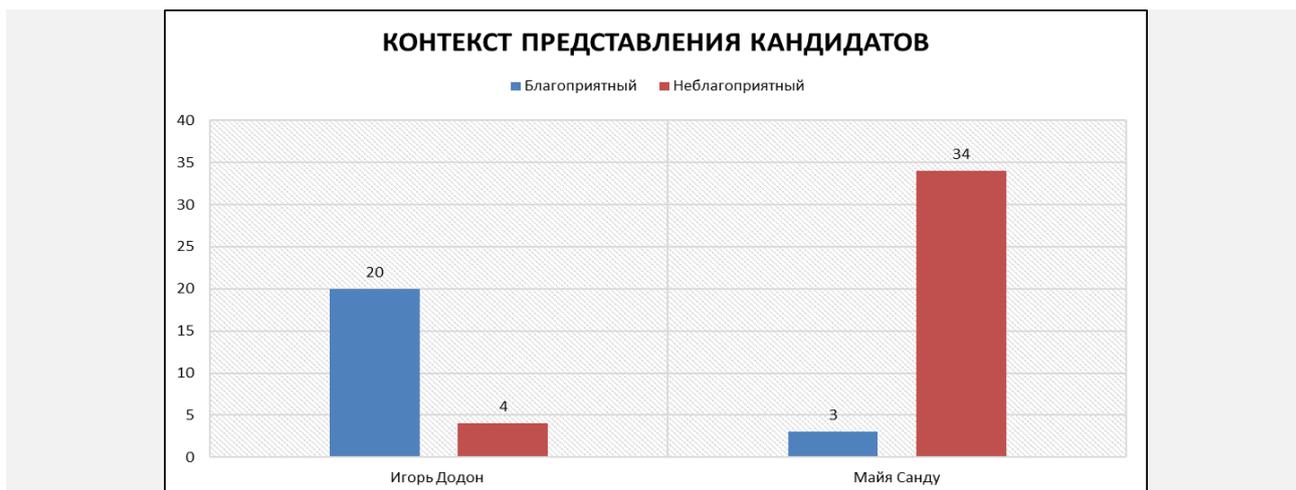
В отчетный период кандидатка и кандидат, вышедшие во второй тур президентских выборов, освещались в целом нейтрально на портале **Timpul.md**. Были, однако, и по 6 случаев благоприятствования Майе Санду и неблагоприятствования Игорю Додону посредством представления в контекстах, которые были скорее позитивными и, соответственно, негативными для них.



В период 1-7 ноября 2020 года, кандидат Игорь Додон, помимо нейтрального освещения, в 30 случаях был представлен и в благоприятном для него контексте (из 57 случаев появления в качестве субъекта). В то же время, у этого кандидата было и 3 контекстуальных неблагоприятствования. Кандидатка Майя Санду, в свою очередь, помимо нейтральных контекстов, 5 раз была представлена в скорее благоприятствующих ей ипостасях и 7 раз в ключе, который скорее был неблагоприятным для нее.



В отчетный период кандидат Игорь Додон несколько раз появлялся в нейтральном контексте в материалах онлайн-издания **Vedomosti.md**, однако большей частью ему открыто и прямо благоприятствовали, как количеством текстов (в 20 из 31 случая появления в качестве субъекта), так и манерой их формулирования. Ему же в 4 случаях косвенно скорее неблагоприятствовали посредством заявлений третьих лиц. С другой стороны, кандидатке Майе Санду портал массивно неблагоприятствовал (в 34 из 44 случаев появления в качестве субъекта), но 3 раза она появлялась и в косвенном контексте, который был скорее позитивным.



2.3. Общие выводы:

- В период 1 - 7 ноября 2020 года подвергнутые мониторингу 12 онлайн-изданий освещали избирательную кампанию по президентским выборам преимущественно посредством новостей, но публиковались, правда значительно реже, и комментарии, а также один опрос типа Vox Populi и одно интервью.
- **Noi.md** опубликовал самое большое количество релевантных материалов для электорального контекста, а **Timpul.md** – наименьшее количество.
- Большинство релевантных материалов затрагивали темы из области электорального процесса и политики. Точнее, 7 из 12 обозреваемых медиаучреждений освещали преимущественно электоральный процесс, а 5 отдали предпочтение темам из области политики.
- Все 6 кандидатов и 2 кандидатки на высшую государственную должность появлялись в качестве субъектов электоральных материалов.
- Материалы, опубликованные всеми обозреваемыми 12 медиаучреждениями, были крайне несбалансированными с точки зрения гендерного соотношения, с перевесом в пользу мужчин.
- Кандидат Игорь Додон чаще всего был представлен в позитивном, благоприятном для него контексте.
- Майя Санду чаще всего была представлена в негативном, неблагоприятном для нее контексте.

[Полный текст отчета на румынском языке](#)