

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

Отчет №7
8 – 14 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

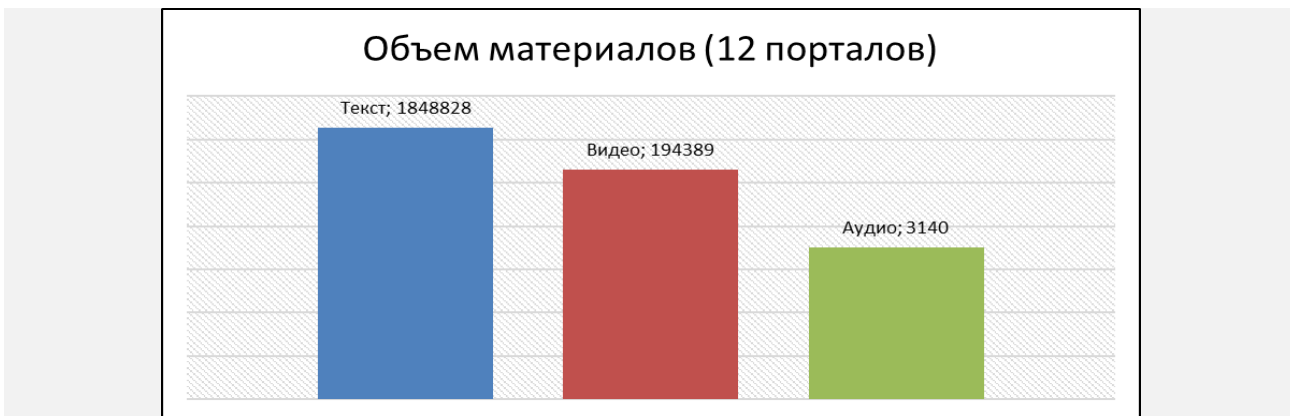
2.1 Общие тенденции

В период 8 – 14 ноября 2020 года подвергнутые мониторингу 12 онлайн-медийных учреждения опубликовали в общей сложности 1103 материала, прямо или косвенно затрагивающих избирательную кампанию по президентским выборам. Большинство из них были новостями (1055 или почти 96%), которые затрагивали политическую и электоральную тематику, конкурента и конкурентку, вышедших во второй тур выборов, их предвыборные мероприятия, деятельность и решения ЦИК о порядке голосования граждан из диаспоры и с левобережья Днестра во втором туре выборов. В то же время 45 материалов или чуть больше 4% от общего количества были опубликованы в форме комментариев, редакционных статей или других статей с изложением мнения, два журналистских продукта были в форме опроса типа Vox Populi, а одно учреждение опубликовало предвыборные дебаты.



Самое большое количество релевантных материалов и на этот раз опубликовал портал **Noi.md** (211), а самое маленькое количество второй раз подряд было у **Timpul.md** – 16 материалов. Остальные издания освещали избирательную кампанию следующим образом: **Aif.md** – в 170 материалах, **Actualitati.md** – в 110, **Newsmaker.md** – в 92, **Kp.md** – в 90, **Vedomosti.md** – в 88, **Sputnik.md** – в 85, **Agora.md** – в 83, **Unimedia.info** – в 78 материалах, **Realitatea.md** – в 61 и **Gagauzinfo.md** – в 19 материалах, релевантных для мониторинга. Вместе с тем, **Noi.md** опубликовал самое большое количество новостей электорального характера (206), **Vedomosti.md** – самое большое количество комментариев (19), а **Sputnik.md** и **Actualitati.md** выпустили по одному опросу типа Vox Populi.

Большинство материалов (1090) были опубликованы в текстовом формате, в 188 случаях тексты сопровождалась видеоизображениями, а в 7 - аудиозаписью. Таким образом, объем мониторируемых материалов измерялся в знаках (текст) и секундах (видео и аудиозаписи). Картина по этому разделу такова:



Сюжеты из области политики главенствовали в рейтинге тем, затронутых 12 обозреваемыми учреждениями в отчетный период, элементы данного тематического раздела присутствовали в 639 случаях или почти в 58% от общего количества опубликованных материалов. На довольно внушительном расстоянии расположились темы, затрагивающие электоральный процесс (178 материалов), или социальные проблемы, которые освещались в электоральном контексте 61 раз. Другие темы, такие как деятельность местных органов публичной власти, экономика, международные отношения, культура, здравоохранение или приднестровский вопрос намного реже затрагивались в электоральном контексте в материалах обозреваемых 12 онлайн-медиаучреждений.



Как кандидатка и кандидат, вышедшие во II тур президентских выборов, так и остальные 5 кандидатов и одна кандидатка, участвовавшие в первом туре выборов, в отчетный период появлялись в журналистских материалах в качестве субъектов, однако основное внимание было сфокусировано на медиатизацию независимого кандидата Игоря Додона, поддерживаемого Партией социалистов (ПСРМ), который был субъектом 593 материалов, и кандидатки Партии «Действие и солидарность» (ПДС) Майи Санду, которая появлялась в качестве субъекта в 416 материалах. Всего в онлайн-изданиях затрагивались 43 разные категории субъектов, из которых граждане/гражданки появлялись в этом качестве 290 раз, за ними следовали представители/представительницы правительства с 246 такими появлениями, Партии социалистов, упоминаемые 206 раз, ПДС, затронутые в 162 материалах, или Центральной избирательной комиссии (ЦИК), которые появлялись в качестве субъектов 154 раза. Остальные кандидаты и одна кандидатка, не вышедшие во второй тур, появлялись в качестве субъектов материалов следующим образом: Ренато Усатый - 80 раз, Андрей Нэстасе - 27 раз, Виолетта Иванова - 21 раз, Дорин Киртоакэ - 15 раз, Тудор Делиу - 9 раз, Октавиан Цыку - 8 раз.



В период 8-14 ноября 2020 года обозреваемые 12 онлайн-изданий цитировали в общей сложности 1603 источника из зарегистрированных 36 разных категорий источников информации. Кандидат Игорь Додон чаще всего цитировался в этом качестве - 244 раза. На незначительном расстоянии расположились другие средства массовой информации, цитированные 239 раз, а третье место заняли представители/представительницы правительства, которых цитировали 155 раз. В этом же контексте цитировались также представители/представительницы ПСРМ – 133 раза, местных органов публичной власти – 131 раз, ЦИК – 121 раз, эксперты, цитированные 103 раза. В свою очередь, Майя Санду появлялась в качестве источника информации 56 раз в материалах прямого или косвенного электорального характера. Из числа других кандидатов на должность президента, не прошедших во второй тур выборов, в качестве источников информации для материалов, опубликованных обозреваемыми 12 онлайн-медиаучреждениями, появлялись еще Ренато Усатый – 25 раз и Андрей Нэстасе – 3 раза.

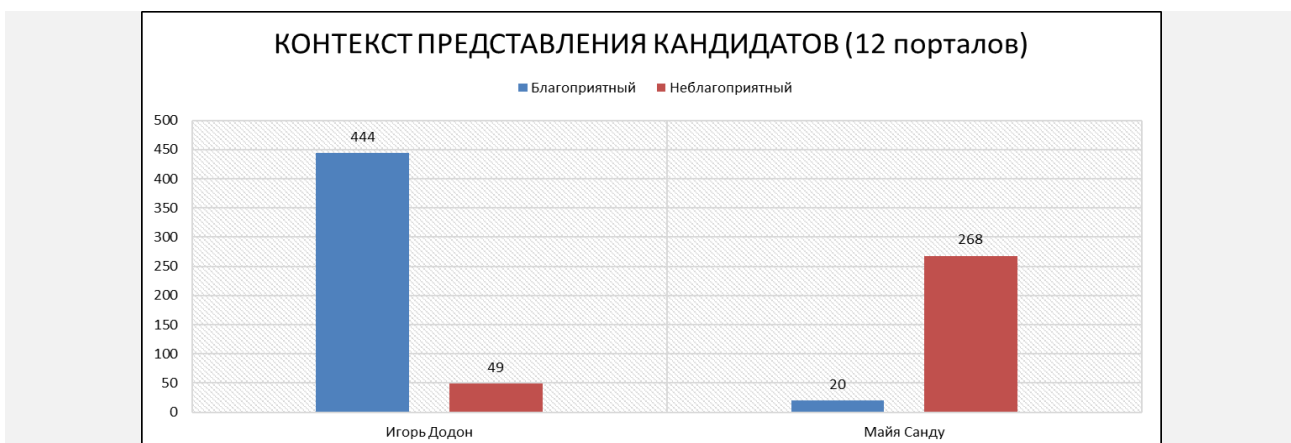


В этот период также наблюдался сильный гендерный дисбаланс источников, цитированных мониторируемыми 12 онлайн-медиа, в ущерб женщинам. Точнее, 950 из общего количества источников (или почти 60%) составили мужчины, а 151 источник (или более 9%) - женщины. В других 502 случаях (или свыше 31%) пол источников не был обозначен.



Кандидат и кандидатка, вышедшие во второй тур президентских выборов, появлялись в материалах обозреваемых 12 медиаисточников как в нейтральных, так и в позитивных и негативных контекстах. Все же, у Игоря Додона было больше появлений в позитивном, благоприятном для него контексте (444 случая). В то же время, 49 раз кандидат появлялся и в ипостатях, которые были скорее неблагоприятными для него. С другой стороны, Майе Санду неблагоприятствовали более половины материалов, в которых она появлялась в

качестве субъекта (268 раз), а в 20 случаях она появлялась в контекстах, которые были скорее благоприятными для нее.



В итоге, исходя из результатов мониторинга издательской политики и поведения 12 онлайн-медийных учреждений в период 8 – 14 ноября 2020 года, можно констатировать следующие тенденции:

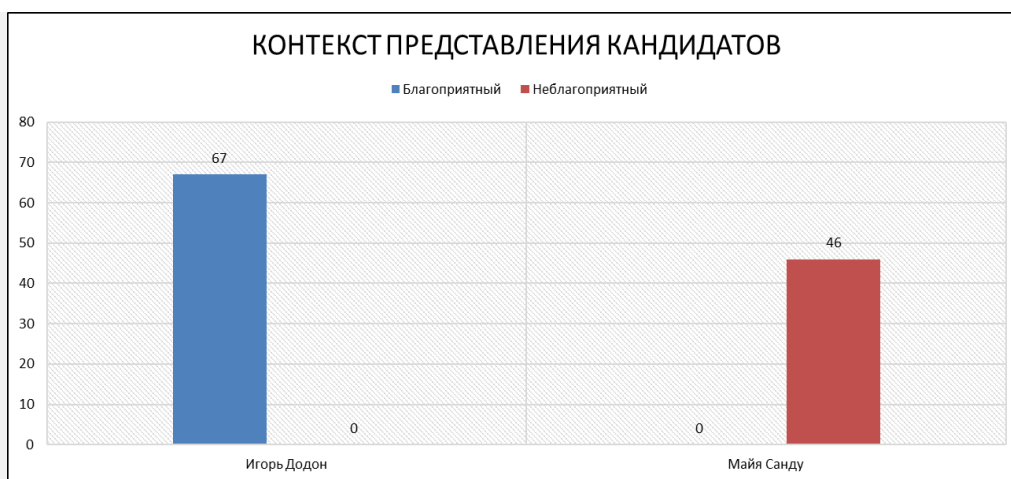
- **Actualitati.md, Aif.md и Kp.md** и в этот отчетный период сохранили схожее издательское поведение очевидного и выраженного пристрастного характера. Все три издания явно благоприятствовали и продвигали независимого кандидата Игоря Додона и столь же явно неблагоприятствовали кандидатке Майе Санду. В отношении Майи Санду эти издания продолжили кампанию по дискредитации, нападкам, очернению посредством ложной и дискриминирующей информации.
- **Noi.md, Vedomosti.md и Sputnik.md** благоприятствовали кандидату Игорю Додону тональностью освещения и представлением в позитивном контексте. Майя Санду на всех этих трех порталах была представлена в неблагоприятном свете.
- **Gagauzinfo.md** уделил относительно мало внимания последней неделе избирательной кампании по президентским выборам, особое внимание уделив кандидату Игорю Додону, которому благоприятствовал в подавляющем большинстве случаев его появления в качестве субъекта.
- **Unimedia.info** затрагивал, в основном, темы из области политики с акцентом на предвыборных мероприятиях кандидата Игоря Додона, который несколько раз появлялся в благоприятных для него контекстах.
- **Agora.md и Newsmaker.md** проводили относительно сбалансированную и в целом беспристрастную издательскую политику, а кандидатка и кандидат на должность президента, вышедшие во второй тур выборов, чаще всего были представлены в нейтральном, но также в позитивном и негативном контексте, но без явной тенденции на благоприятствование или неблагоприятствование.
- **Realitatea.md** освещал последнюю неделю избирательной кампании, представляя действия кандидатки и кандидата на должность президента. Кандидат Игорь Додон чаще всего появлялся в неблагоприятном для него контексте.
- **Timpul.md** уделил наименьшее внимание электоральной тематике в обозреваемый период. Игорь Додон чаще был представлен в неблагоприятных для него контекстах.

2.2 Издательская политика и поведение изданий



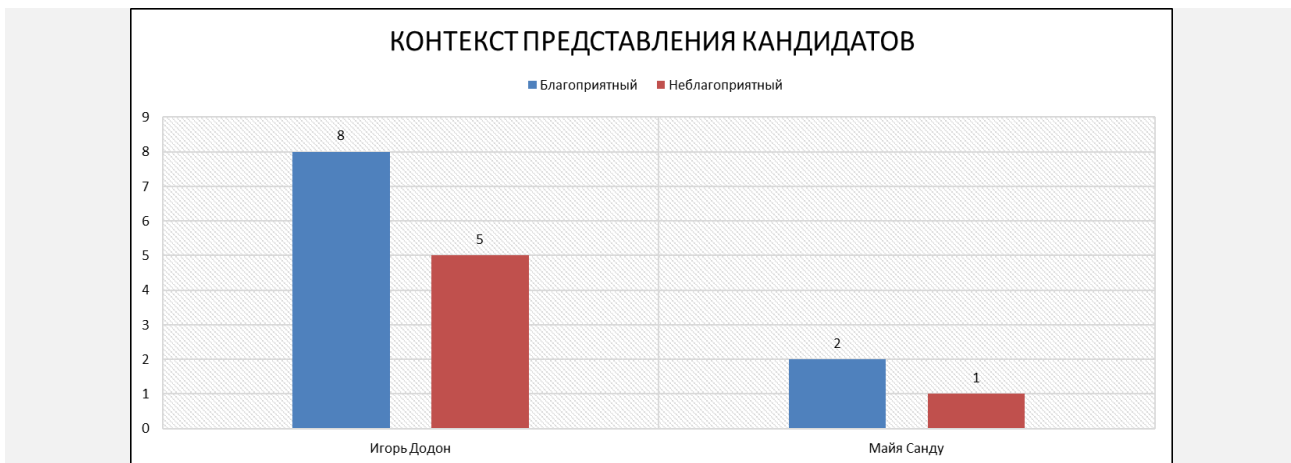
Actualitati.md

Материалы прямого или косвенного электорального характера, опубликованные на портале **Actualitati.md** в период 8-14 ноября 2020 года, были предвзятыми, с одним источником информации, открыто и явно благоприятными кандидату Игорю Додону – во всех материалах он появлялся только в позитивном контексте. Кандидатка Майя Санду, в свою очередь, была однозначно представлена в неблагоприятном для нее свете в 46 из 47 случаев появления в качестве субъекта – она подвергалась нападкам, критике, очернению, дискредитации посредством ложной информации, спекуляций и инсинуаций, как в новостях, так и в материалах с изложением мнений. Издание **Actualitati.md** ни разу не предоставило Майе Санду право на реплику.



Agora.md

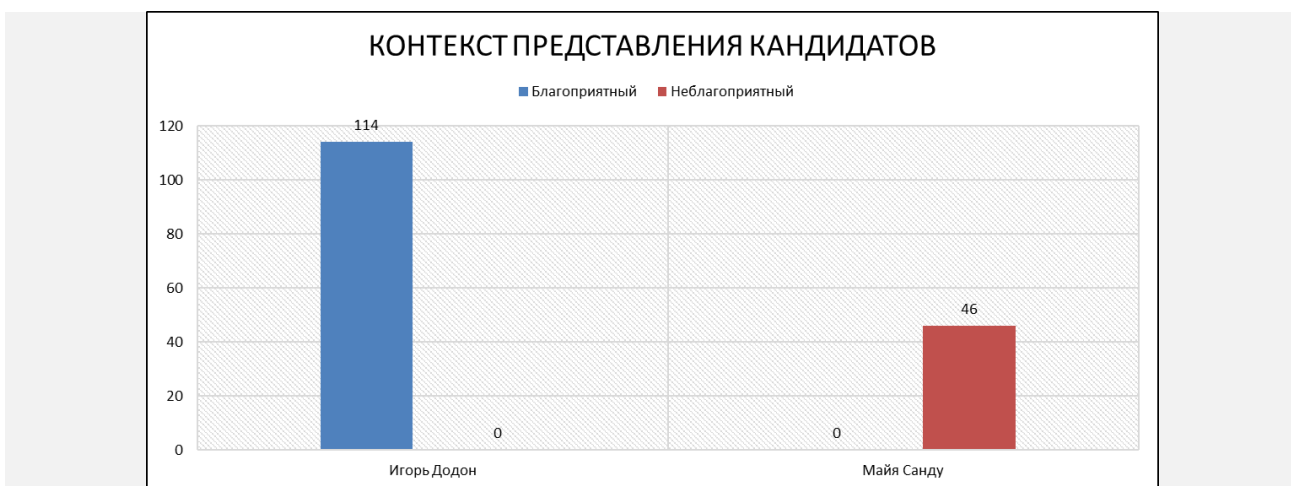
Agora.md освещал последнюю неделю избирательной кампании относительно сбалансировано и непредвзято, без интерпретации фактов или заявлений. В большинстве случаев тексты были беспристрастными по отношению к источникам и субъектам, представляли их в нейтральном ключе, с обеспечением права на реплику в необходимых случаях. Издательское отношение портала и к кандидату Игорю Додону, и кандидатке Майе Санду в целом было нейтральным. Все же, в 8 случаях Игорь Додон был представлен в контексте который, прямо или косвенно, был скорее благоприятным кандидату, а в других 5 случаях в контекстах, которые скорее были неблагоприятными для него. Майя Санду, в свою очередь, дважды освещалась в контексте, который был скорее позитивным, и однажды в контексте, который был скорее негативным. Тем не менее, не было явной тенденции на благоприятствование или неблагоприятствование И. Додону или М. Санду.



**АРГУМЕНТЫ
И ФАКТЫ** В МОЛДОВЕ

Aif.md

В период 8-14 ноября 2020 года **Aif.md** продолжил очевидное и выраженное продвижение Игоря Додона, как в новостях, так и в материалах с изложением мнений. Точнее, он был представлен в благоприятном свете во всех материалах, в которых появлялся в качестве субъекта (86 раз), а также в других 28 случаях, косвенно благоприятствующих ему. Таким образом, освещение Игоря Додона было массивным и исключительно позитивным. С другой стороны, Майя Санду была представлена на портале в исключительно негативном контексте, явно неблагоприятном для нее, во всех 46 случаях ее появления в материалах в качестве субъекта. Издание **Aif.md** по-прежнему допустило нападки на личность, неподтвержденные и необоснованные обвинения, фейки и клевету в адрес кандидатки Майи Санду, ни единого раза не представив ее мнение.

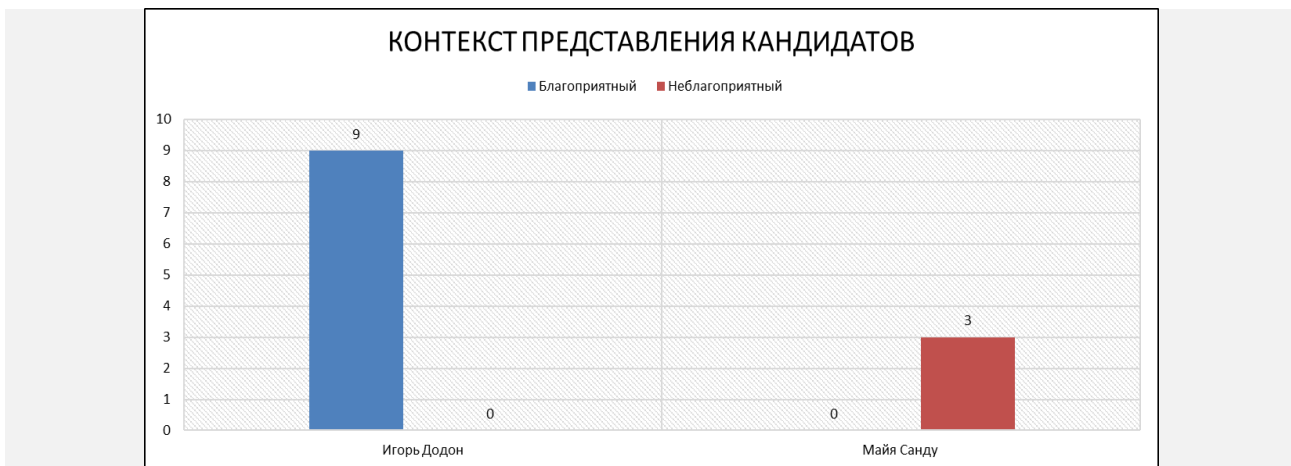


Gagauzinfo.MD

Gagauzinfo.md

В период 8-14 ноября 2020 года издательская политика регионального издания **Gagauzinfo.md** была менее сбалансированной, чем в предыдущих отчетных периодах, -

кандидатка и кандидат, вышедшие во второй тур президентских выборов освещались с элементами пристрастности. Так, кандидат Игорь Додон был представлен в ключе, который был скорее благоприятным для него, в 9 из 11 случаев появления в качестве субъекта, а Майя Санду - скорее в неблагоприятном для нее свете в половине случаев ее появления в качестве субъекта (3 из 6).

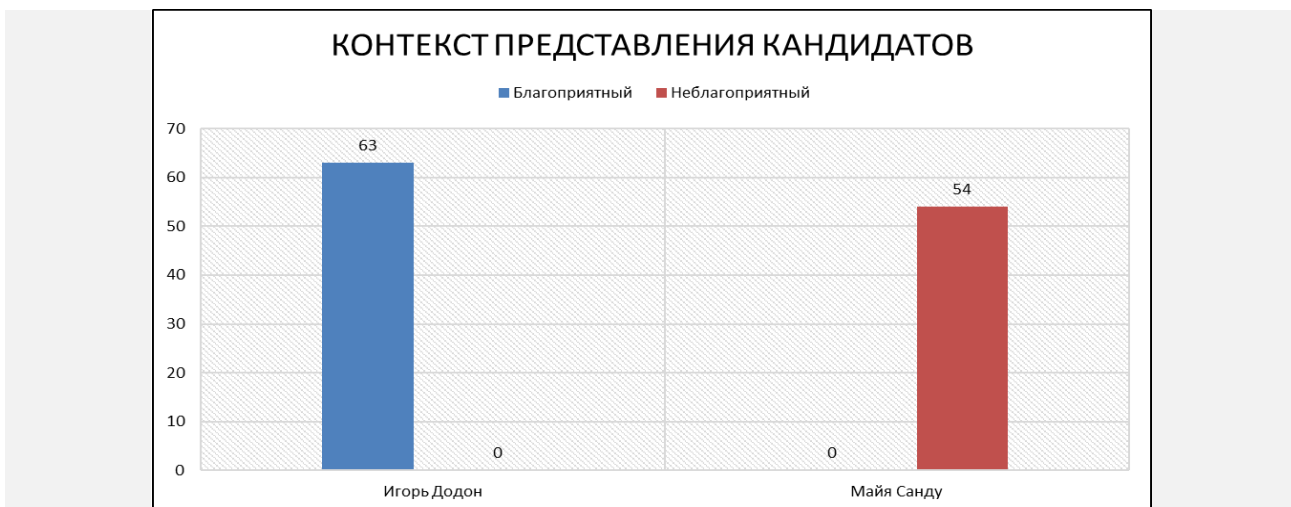


**КОМСОМЛЬСКАЯ
ПРАВДА**

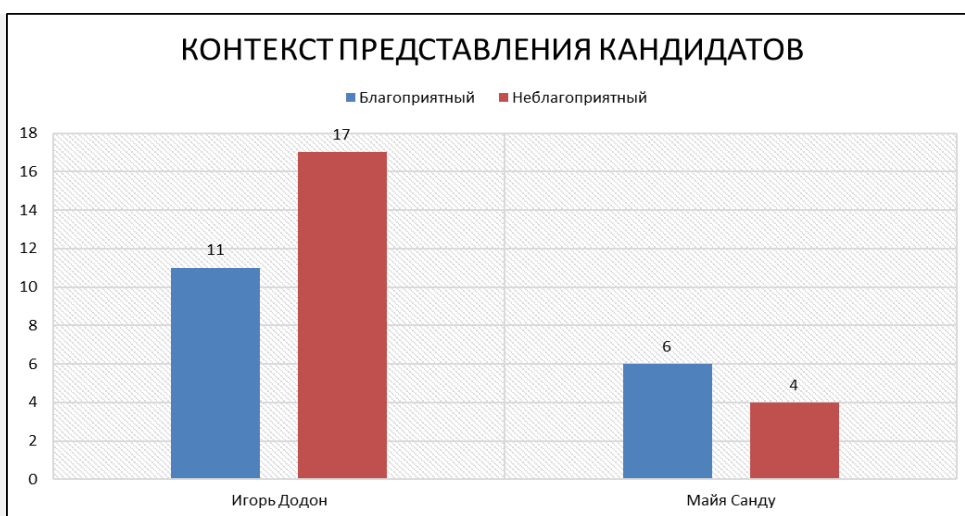
МОЛДОВА ▾

Kp.md

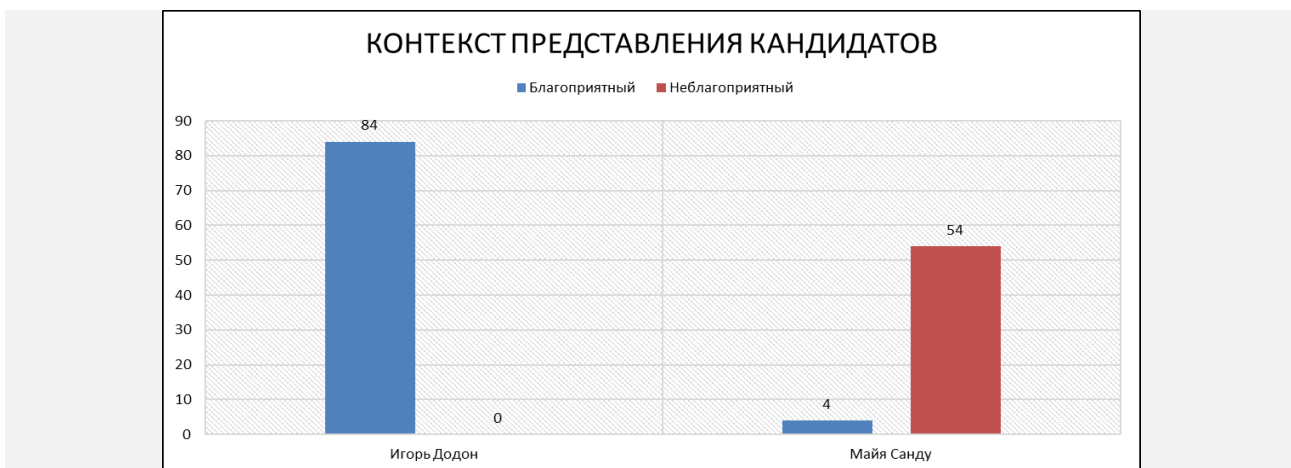
Онлайн-издание **Kp.md** продолжило открытое благоприятствование Игорю Додону, как в новостях, так и в материалах с изложением мнений разных авторов, включая иностранных экспертов, депутатов и т. д. Портал явно благоприятствовал Игорю Додону в 63 случаях, в том числе во всех случаях его появления в качестве субъекта материалов (51 раз), а также в других 12 случаях косвенной медиатизации. С другой стороны, Майя Санду как и в предыдущие периоды была мишенью непрерывной кампании критики, нападок, дискредитации, клеветы и т. д., без обеспечения ей права на реплику. Точнее, портал неблагоприятствовал кандидатке Майе Санду в 54 случаях, в том числе в 48 случаях появления в качестве субъекта, и в других 6 случаях косвенной медиатизации, представляя ее исключительно в негативных и оскорбительных контекстах.



В данный отчетный период **Newsmaker.md** в целом медиатизировало сбалансировано кандидата и кандидатку на должность Президента Республики Молдова, вышедших во второй тур выборов, представив их чаще всего в нейтральных контекстах. Тем не менее, и Игорь Додон, и Майя Санду появлялись и в контекстах, которые были скорее либо благоприятными, либо неблагоприятными для них. Точнее, Игорю Додону портал косвенно благоприятствовал 11 раз и косвенно неблагоприятствовал 17 раз, а Майя Санду была представлена в контексте скорее благоприятном в 6 случаях и в контексте, который был скорее неблагоприятным – в 4 случаях. Несмотря на это, со стороны редакции не прослеживалась тенденция явного благоприятствования или неблагоприятствования Игорю Додону или Майе Санду.

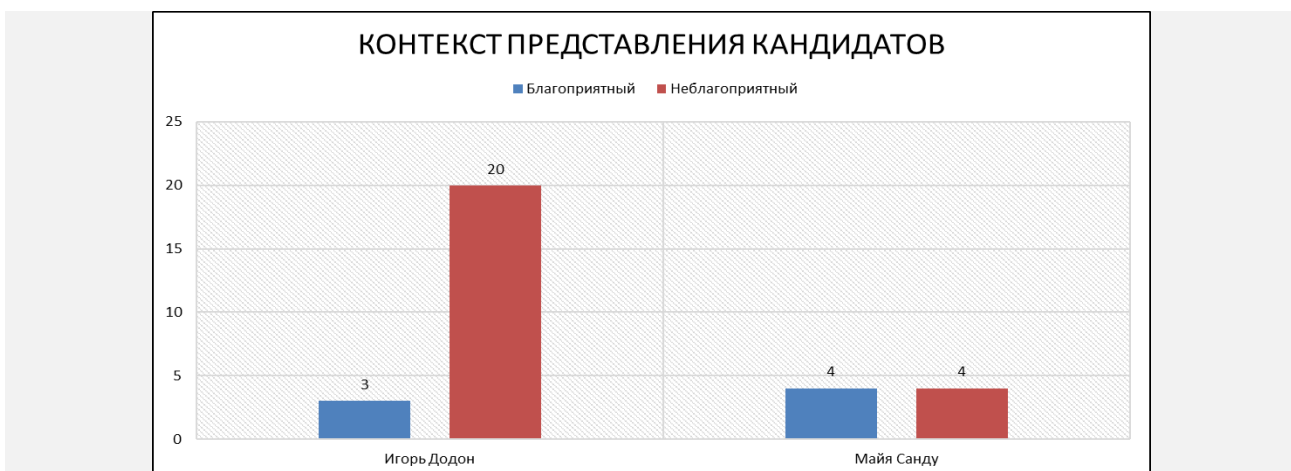


В данный отчетный период онлайн-издание **Noi.md** продолжило освещать в благоприятном ключе и продвигать кандидата Игоря Додона, как в новостях, так и в комментариях. Кандидат, поддерживаемый ПСРМ, был представлен в позитивном контексте в большинстве материалов, в которых появлялся в качестве субъекта (84 из 111 случаев), и ни разу в неблагоприятном контексте. Один материал был косвенно неблагоприятным для него, так как его имя упоминалось в контексте, который был скорее негативным. С другой стороны, редакционное отношение к Майе Санду было выражено негативным – портал неблагоприятствовал ей в 54 из 68 случаев появления в качестве субъекта. Ей неблагоприятствовали как посредством текстов новостей, содержащих много обвинений, не подкрепленных доказательствами, и без представления мнения кандидатки, так и материалами с изложением мнений. Также, она была представлена 4 раза и в позитивных контекстах, которые косвенно были благоприятными для нее.



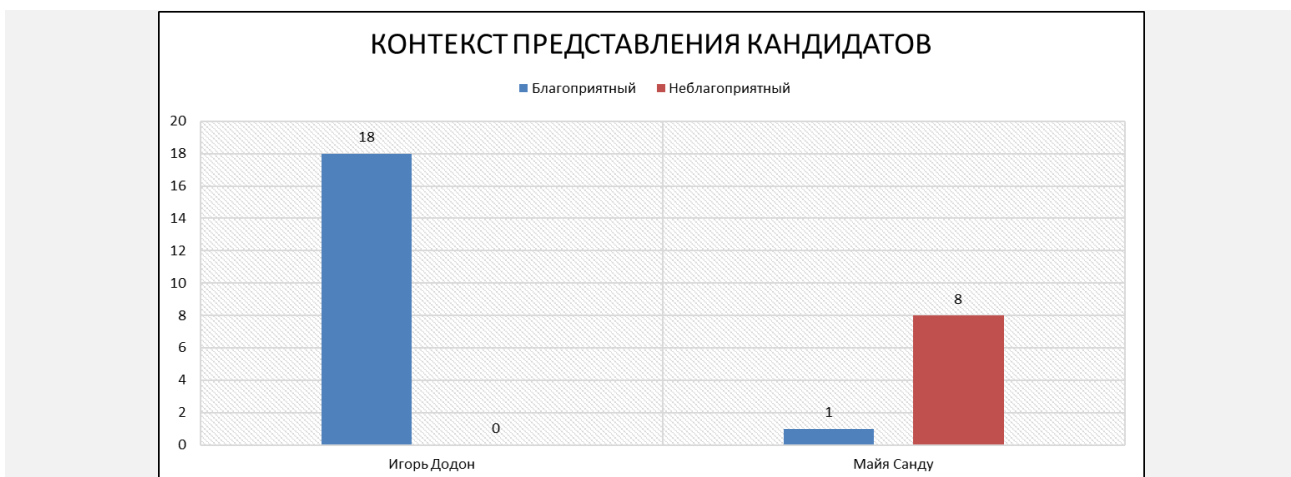
Realitatea.md

В данном отчетном периоде мониторинга кандидат Игорь Додон во многих случаях был представлен в контекстах, которые были скорее неблагоприятными для него (в 20 из 36 случаев появления в качестве субъекта), но и 3 раза в контекстах, которые косвенно были благоприятными для него. Майя Санду, помимо нейтрального контекста, по 4 раза появлялась в контекстах, которые были скорее благоприятными и, соответственно, неблагоприятными для нее.



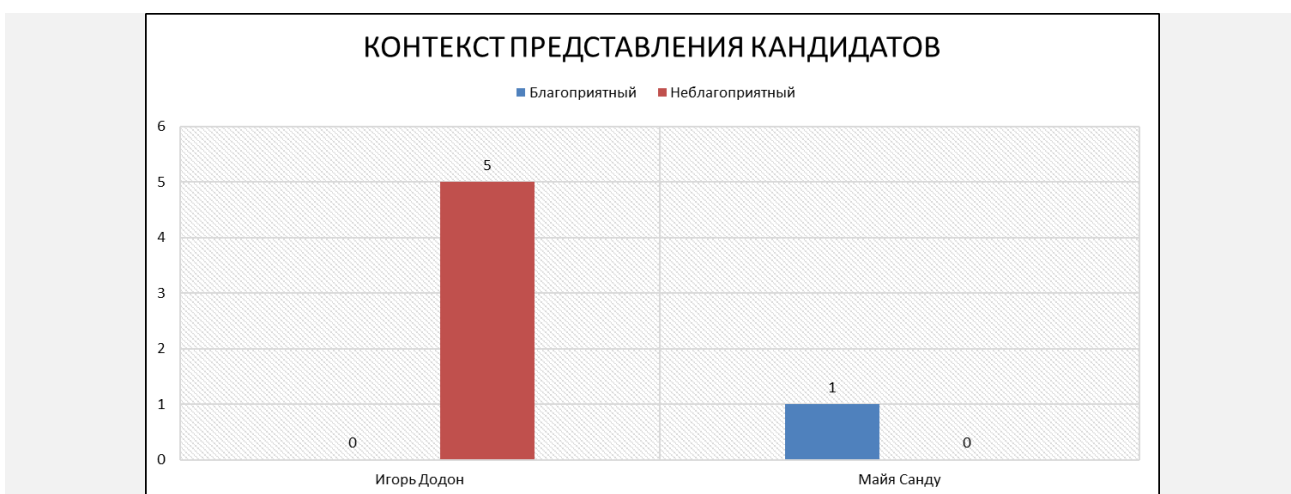
Sputnik.md

В период 8 – 14 ноября 2020 года кандидат Игорь Додон был представлен в материалах портала **Sputnik.md** в позитивных, скорее благоприятных ему контекстах в более чем половине случаев появления в качестве субъекта (18 из 34), а кандидатка Майя Санду однажды была представлена в контексте, который был скорее благоприятным для нее, и 8 раз появлялась в неблагоприятном для нее контексте.



Timpul.md

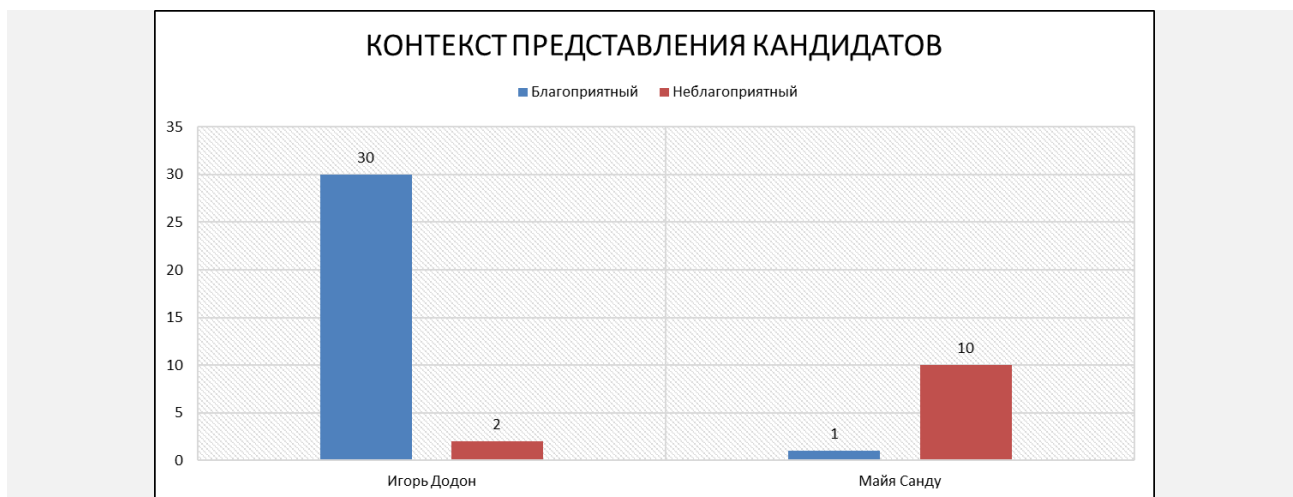
В отчетный период настоящего мониторинга кандидатка Майя Санду была представлена в материалах **Timpul.md** однажды в контексте, который скорее благоприятствовал ей, а кандидат Игорь Додон 5 раз появлялся в ипостаси, которая была скорее неблагоприятной для него.



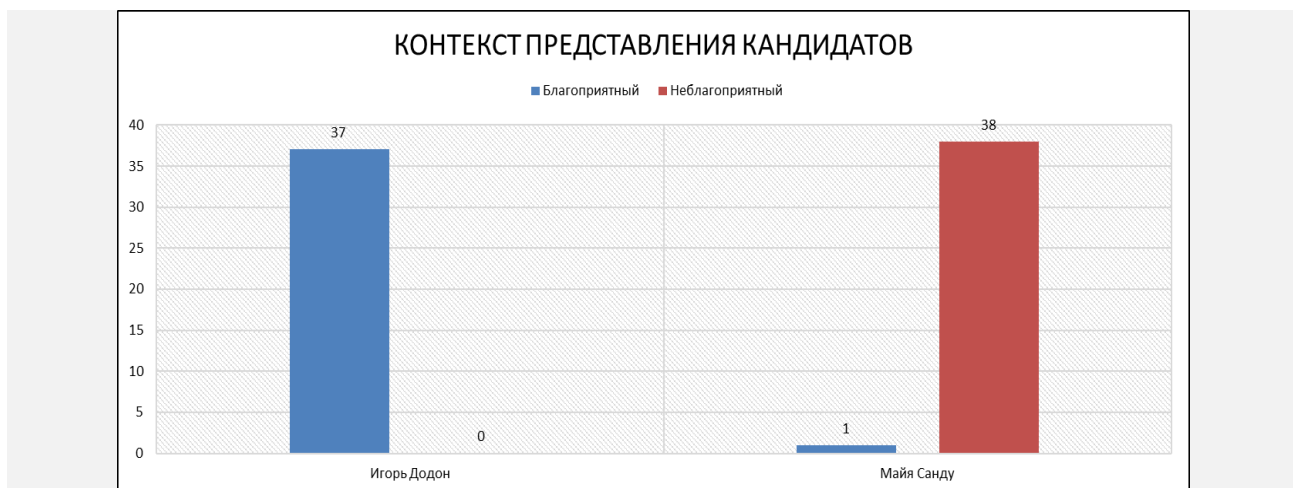
UNIMEDIA

Unimedia.info

В обозреваемый период кандидат Игорь Додон чаще всего был представлен в позитивном контексте, который прямо или косвенно был скорее благоприятным для него (30 из 38 случаев его появления в качестве субъекта), но также и два раза в контексте, который скорее неблагоприятствовал ему. Майя Санду, помимо нейтрального освещения, 10 раз появлялась в контекстах, которые скорее были негативными, но также однажды в контексте, который скорее благоприятствовал ей.



В период 8-14 ноября 2020 года **Vedomosti.md** массивно и явно благоприятствовал кандидату Игорю Додону, как в новостях, так и материалах с изложением мнения. Он был представлен исключительно в позитивном контексте 37 раз, то есть, во всех случаях появления в качестве субъекта (33 раза) и еще в 4 случаях, которые косвенно благоприятствовали ему. С другой стороны, кандидатка Майя Санду в большинстве случаев появления в качестве субъекта была представлена в негативном, неблагоприятном для нее контексте (в 38 из 41 случая), и однажды в благоприятной ипостаси.



2.3. Общие выводы:

- В период 8 - 14 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 два опроса типа Vox Populi и один материал в форме предвыборных дебатов.
- **Noi.md** опубликовал самое большое количество релевантных материалов для электорального контекста, а **Timpul.md** – наименьшее количество.

- Все 12 обозреваемых медиаучреждений затрагивали преимущественно темы из области политики в электоральном контексте и на довольно внушительном расстоянии - электоральный процесс как таковой.
- Как кандидатка и кандидат, вышедшие во второй тур президентских выборов, так и остальные 5 кандидатов и одна кандидатка 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.
- 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](#)