

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

Итоговый отчет
15 сентября 2020 года – 14 ноября 2020 года

(общие выводы)



National Endowment for Democracy
Supporting freedom around the world

Мониторинг проводится в рамках проекта, который реализует Ассоциация независимой прессы (API) при финансовой поддержке National Endowment for Democracy (США). Выраженные мнения принадлежат авторам и не обязательно отражают точку зрения финансирующей организации.

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

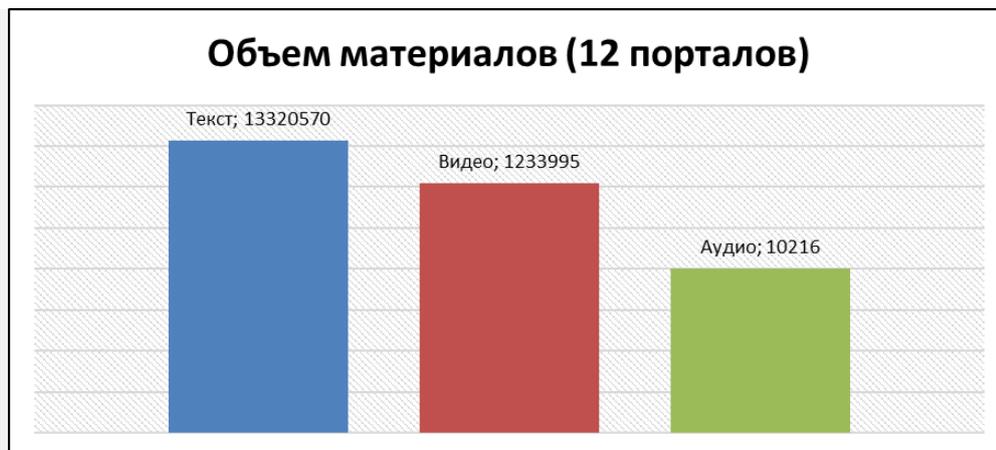
В период 15 сентября – 14 ноября 2020 года охваченные мониторингом 12 онлайн-медийных учреждений опубликовали в общей сложности 8179 материалов, прямо или косвенно затрагивающих избирательную кампанию по президентским выборам. Более 95% журналистских продуктов составили новости (7806), которые затрагивали кандидатов/кандидаток на должность президента, представляемые ими политические формирования, деятельность ЦИК, правила голосования в стране и в диаспоре, день первого тура выборов, предвыборную кампанию II тура, голосование граждан с левобережья Днестра, электоральные мероприятия и др. Другие 335 материалов или чуть больше 4% от общего количества были опубликованы в форме комментариев, редакционных статей или других статей с изложением мнения, а по одному проценту медиапродуктов были в форме интервью с кандидатом или кандидаткой (18 случаев), опросов типа Vox Populi (17 случаев) и предвыборных дебатов (3 случая).



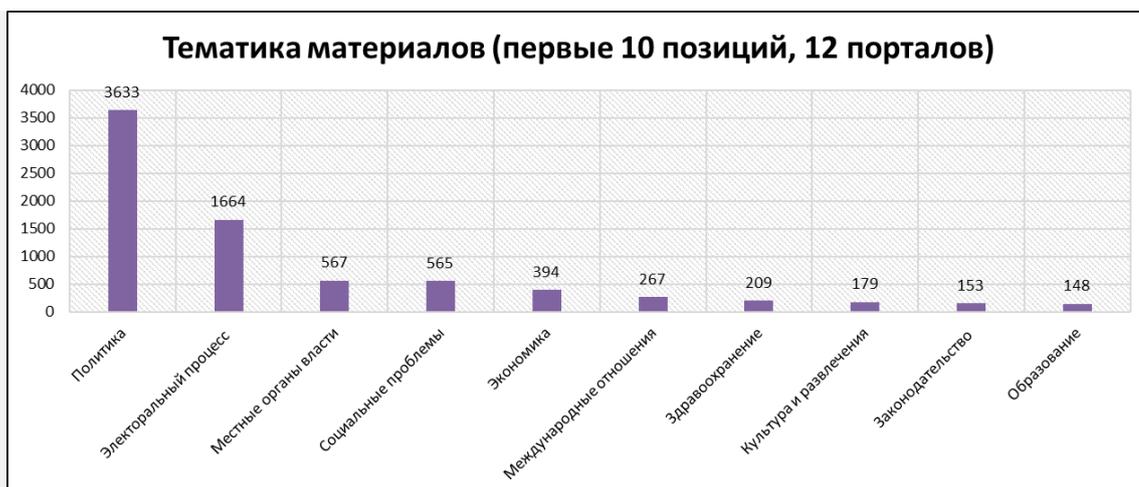
В обозреваемый период издание **Noi.md** неизменно публиковало самое большое количество медиапродуктов политического и электорального характера – в общей сложности 1543 материала. С другой стороны, самое маленькое количество таких материалов в этот период было у регионального издания **Gagauzinfo.md** (121). Остальные 10 учреждений по количественному параметру освещали электоральный период и предвыборную кампанию по президентским выборам следующим образом: **Aif.md** – в 1031 материале, **Agora.md** – в 845, **Actualitati.md** – в 827, **Unimedia.info** – в 688, **Kp.md** – в 663, **Sputnik.md** – в 583, **Realitatea.md** – в 578, **Newsmaker.md** – в 573, **Vedomosti.md** – в 548 и **Timpul.md** – в 179 материалах, релевантных для мониторинга. В то же время, **Noi.md** опубликовал самое большое количество новостей электорального характера (1504), **Vedomosti.md** – самое большое количество комментариев, редакционных статей или других материалов с изложением мнений (85), **Newsmaker.md** – самое большое количество интервью (8), представив в таком формате всех кандидатов и двух кандидаток на высшую государственную должность. Портал **Agora.md** опубликовал самое большое количество опросов типа Vox Populi (6), а вышеупомянутые три материала предвыборных дебатов были опубликованы онлайн-изданиями **Newsmaker.md**, **Noi.md** и **Realitatea.md**.

Большинство материалов (8145) были опубликованы в текстовом формате, в 1139 случаях они сопровождалась видеоизображениями или же публиковались только в видеоформате, а в 36 случаях тексты сопровождалась аудиозаписью или же

публиковались материалы в аудиоформате. Таким образом, объем мониторируемых материалов измерялся в знаках (текст) и секундах (видео и аудиозаписи). Картина по этому разделу следующая:

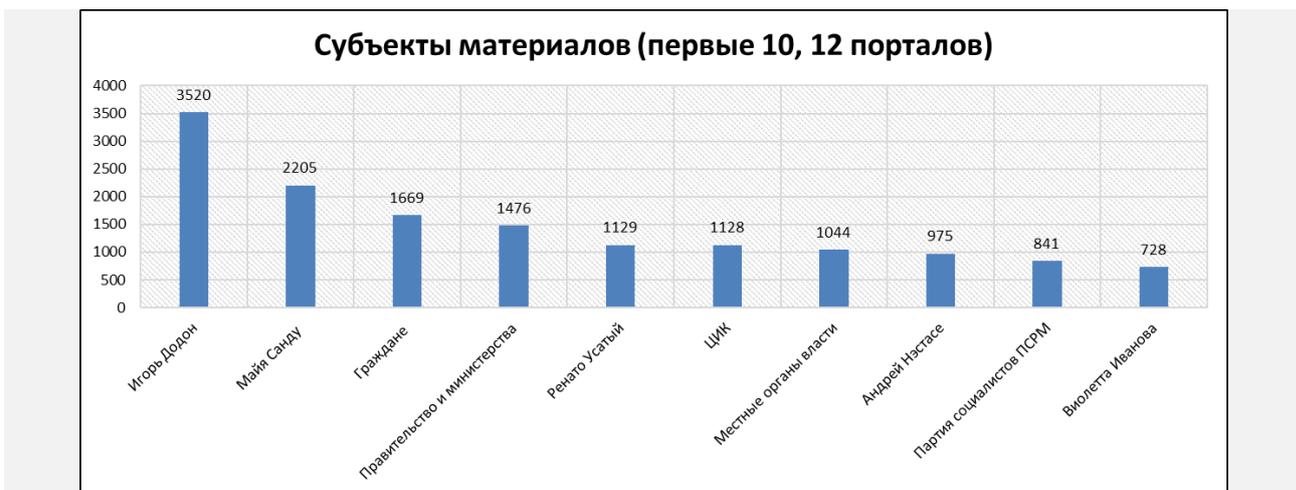


Подвергнутые мониторингу 12 онлайн-СМИ уделили самое большое внимание темам из области политики в электоральном контексте, опубликовав в общей сложности 3633 таких материала или свыше 44% от общего количества журналистских продуктов. Об электоральном процессе в целом было вдвое меньше публикаций (1664 материала или чуть больше 20%). Соответственно, другие тематические сферы в электоральном контексте затрагивались реже, а именно: деятельность местных органов публичной власти – в 567 материалах, социальные проблемы – в 565 случаях, экономика – в 394, международные отношения – в 267, здравоохранение – в 209, культура и развлечения – в 179, законодательство и Конституция – в 153, образование – в 148, а другие темы – намного реже. Так, проблемы в сфере образования, например, освещались в электоральном контексте почти в 25 раз меньше, чем темы из области политики.



В течение 9 недель мониторинга обозреваемые 12 онлайн-СМИ затронули в опубликованных релевантных материалах в общей сложности 56 категорий субъектов, в том числе все 6 кандидатов и 2 кандидатки, вступившие в избирательную кампанию по выборам президента, учреждения, граждане, а также кандидаты и одна кандидатка, которые не были зарегистрированы на выборах. В целом, независимый кандидат Игорь Додон, поддерживаемый Партией социалистов (ПСРМ), чаще всего появлялся в качестве субъекта медийных продуктов электорального характера (3520 раз), заняв лидирующую позицию среди всех медиатизируемых категорий. За ним с отрывом в

тысячу с лишним появлений следует кандидатка Партии «Действие и солидарность» (ПДС) Майя Санду, которая была субъектом 2205 материалов электорального характера. На третьем месте расположились граждане/гражданки с 1669 такими появлениями, за которыми следуют представители/представительницы правительства (в 1476 случаях). В первую десятку категорий субъектов вошли также кандидат Политической партии «Наша партия» (НП) Ренато Усатый (1129 случаев появления), представители/представительницы Центральной избирательной комиссии - 1128 раз, представители/представительницы местных органов публичной власти - 1044 раза, кандидат Партии «Платформа достоинство и правда» (ППДП) Андрей Нэстасе - 975 раз, представители/представительницы Партии социалистов Республики Молдова - 841 раз, и кандидатка Партии «Шор» Виолетта Иванова - 728 раз. И остальные три кандидата, зарегистрированные для участия в президентских выборах, появлялись в качестве субъектов в материалах обозреваемых 12 изданий: кандидат Либеральной партии (ЛП) Дорин Киртоакэ - 700 раз, кандидат Партии национального единства (ПНЕ) Октавиан Цыку - 633 раза и кандидат Либерально-демократической партии Молдовы (ЛДПМ) Тудор Делиу - 612 раз. Таким образом, Игорь Додон появлялся в качестве субъекта материалов почти 6 раз чаще, чем Тудор Делиу. Претенденты и претендентка на пост президента, которые не были зарегистрированы кандидатами для участия в выборах, появлялись в качестве субъектов следующим образом: Андриан Канду - 256 раз, Ион Костах - 66 раз, Сергей Тома - 58 раз, Александр Калинин - 55 раз, Константин Оборок - 47 раз и Галина Которобай - 5 раз.



Обозреваемые 12 онлайн-изданий цитировали в общей сложности 10655 источников из 53 разных категорий. Чаще всего в качестве источника информации появлялся кандидат Игорь Додон (1641 случаев цитирования). За ним на небольшом расстоянии следовали другие СМИ, которые цитировались в 1436 случаях, а на почетном третьем месте расположились представители/представительницы ЦИК, которые цитировались 996 раз в течение всего мониторингового периода. Помимо этого в качестве источников материалов в нисходящем порядке цитировались представители/представительницы местных органов публичной власти (938 раз), правительства (865 раз), эксперты (638 раз) и представители/представительницы ПСРМ (551 раз). Остальные кандидаты и две кандидатки на должность президента появлялись в качестве источников информации для журналистских продуктов следующим образом: Майя Санду - 247 раз, Андрей Нэстасе - 155 раз, Ренато Усатый - 140 раз, Дорин Киртоакэ - 87 раз, Октавиан Цыку и Виолетта Иванова - по 75 раз и

Тудор Делиу – 31 раз. Таким образом, Игоря Додона цитировали почти в 53 раза чаще, чем Тудора Делиу.

Из числа кандидатов и кандидатки, которые не были зарегистрированы на выборах, Андриана Канду цитировали в релевантных материалах 73 раза, а остальные незарегистрированные четыре кандидата и одна кандидатка появлялись в качестве источников информации в менее, чем 10 случаях каждый/каждая.



На протяжении всего мониторингового периода отмечался сильный гендерный дисбаланс цитируемых источников, в ущерб женщинам. Так, соотношение колебалось между 54% - 67% мужчин и 8% - 11% женщин, причем довольно внушительным было число источников, необозначенных с точки зрения пола. В целом, из цитированных в общей сложности 10655 источников 6574 (или почти 62%) составили мужчины, 1002 (или 9,4%) - женщины, а в 3079 случаях (или почти 29%) пол источников не был обозначен.



Кандидаты и кандидатки на высшую государственную должность освещались обозреваемыми 12 медиаисточниками как в нейтральных, так и в позитивных и негативных контекстах, но в разном соотношении. Так, кандидат Октавиан Цыку чаще всего появлялся в нейтральном контексте – более чем в 91% материалов, в которых был субъектом. На противоположном полюсе расположился Игорь Додон, который освещался беспристрастно в чуть больше 8% случаев появления в качестве субъекта, и он же был кандидатом с самой высокой видимостью в продуктах обозреваемых онлайн-СМИ. Зато его же чаще всего представляли в благоприятном контексте (2920 раз, что составляет более 83% от всех случаев появления в качестве субъекта). В

других 309 случаях Додон появлялся в контекстах, которые были скорее неблагоприятными для него. В то же время, отношение к кандидатке ПДС Майя Санду было неблагоприятным почти в половине всех материалов, в которых она появлялась в качестве субъекта (в 1082 из 2205 случаев). Ее же чаще всех остальных кандидатов и кандидатки на должность президента представляли в негативных контекстах. В других 115 случаях Майя Санду появлялась в журналистских продуктах в ипостасях, которые были скорее благоприятными для нее. Остальные кандидаты и кандидатка, участвующие в выборах, появлялись в благоприятных/неблагоприятных контекстах в значительно меньшем соотношении, а именно: Андрей Нэстасе (106/93, что составляет около 20% случаев появления в качестве субъекта), Дорин Киртоакэ (16/96, или в 16% случаев появления в качестве субъекта), Октавиан Цыку (16/39, или около 9% случаев появления в качестве субъекта), Ренато Усатый (21/209, или около 20% случаев появления в качестве субъекта), Тудор Делиу (10/49, или почти в 10%) и Виолетта Иванова (90/50, или в 19% случаев появления в качестве субъекта).



Количественный анализ контекстов, в которых освещались кандидат и кандидатка, вышедшие во второй тур президентских выборов, которым изначально прочили самые высокие шансы на победу, показывает, что Игорю Додону массово благоприятствовали на протяжении всех 7 отчетных периодов мониторинга, причем самое большое количество представления в позитивном контексте (740) было зарегистрировано в интервале 15-30 сентября, то есть в электоральный период, а самое меньшее количество (314 случаев благоприятствования) было на неделе 11-17 октября избирательной кампании. Майя Санду, свою очередь, появлялась в контекстах, которые скорее были благоприятными для нее, 115 раз, чаще всего в ходе первой недели избирательной кампании второго тура выборов (38 раз), и реже всего в течение недели 18-24 октября 2020 года.



Майя Санду на протяжении всех отчетных периодов мониторинга лидировала по разделу неблагоприятствования, которое значительно усилилось во втором туре выборов. Так, количество негативных контекстов, в которых ее представляли, как в новостях, так и в комментариях, с нападками на личность, дискриминацией по признаку пола, очернением и дискредитацией, посягательством на человеческое достоинство и т. д., почти удвоилось по сравнению с первым обозреваемым периодом (если в электоральный период было 199 таких случаев, то в последние две недели их количество дошло до 262 и 268 случаев), и утроилось по сравнению с неделей, в которой кандидатка меньше всего появлялась в неблагоприятных для нее контекстах (78 раз в период 18-24 октября). В то же время, те 309 случаев неблагоприятного представления Игоря Додона распределились следующим образом: больше всего таких случаев было в первой неделе мониторинга (99), а в период 25-31 октября, то есть на неделе, предшествовавшей первому туру выборов, - наименьшее количество (25 случаев). И в случае Игоря Додона недели между двумя турами выборов были отмечены удвоением случаев медийного неблагоприятствования по сравнению с предшествующим периодом. Однако большинство из них были лишь косвенно неблагоприятными кандидату.

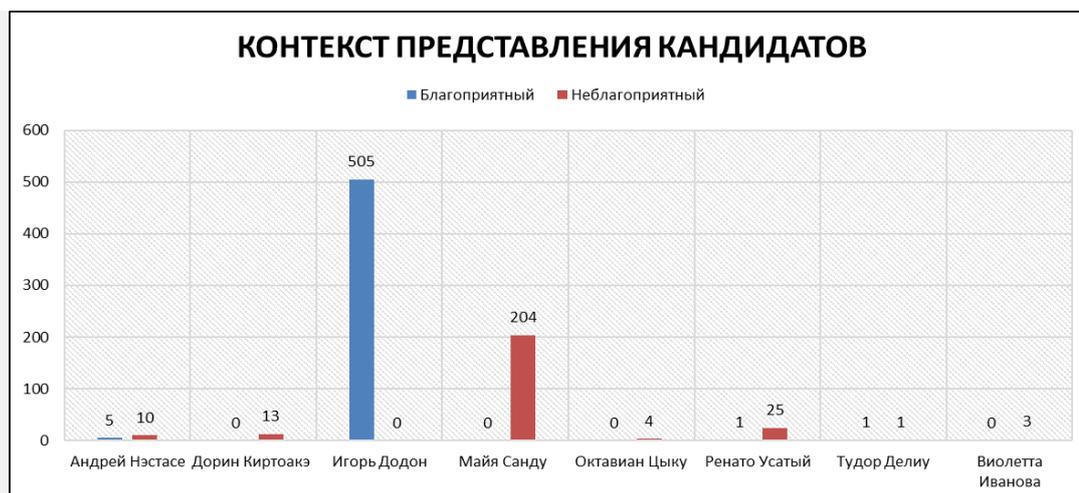


2.2 Издательская политика и поведение изданий



Actualitati.md

На протяжении всех семи периодов мониторинга большинство материалов на политические и/или электоральные темы, опубликованных на **Actualitati.md**, были с одним источником информации и носили выраженный предвзятый характер, явно благоприятствующий кандидату Игорю Додону. Он освещался исключительно в позитивном контексте во всех случаях появления в качестве субъекта (452 раза), а также в 53 случаях косвенного благоприятствования, будучи единственным кандидатом, представленным в таком свете. С другой стороны, отношение к кандидатке Майе Санду было преимущественно негативным. Она была представлена в неблагоприятном свете в 204 из 215 случаев появления в качестве субъекта. Кандидатка Майя Санду постоянно была мишенью обширной кампании по дискредитации посредством ложной информации, нападок, в том числе с элементами дискурса ненависти, с грубым нарушением не только деонтологических журналистских норм, но и ряда законов, в том числе закона об обеспечении равных возможностей для женщин и мужчин или об обеспечении равенства. Кампания по дискредитации значительно усилилась во втором туре президентских выборов. **Actualitati.md** не привел доказательств в подтверждение ни одной из опубликованных ложных информации и ни разу не предоставил Майе Санду право на реплику. Остальные кандидаты и одна кандидатка появлялись в нейтральных, позитивных и негативных контекстах в меньшем соотношении. Дорин Киртоакэ был представлен в неблагоприятном контексте в более чем половине материалов, в которых появлялся в качестве субъекта. Ни один кандидат/ни одна кандидатка не были представлены только в нейтральном контексте.

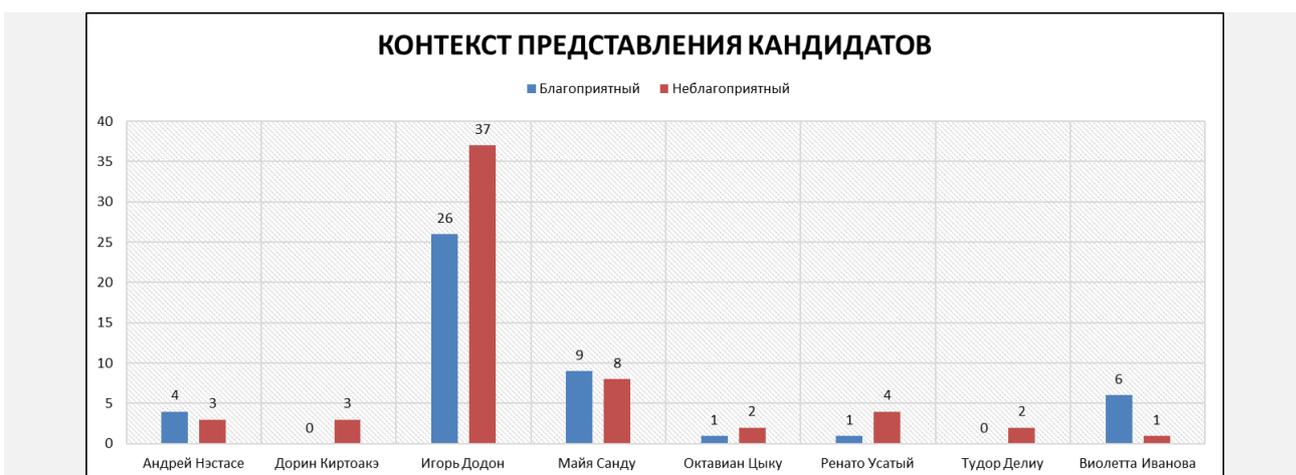


Agora.md

Agora.md освещал электоральный период и предвыборную кампанию по президентским выборам относительно сбалансировано и равноудаленно, без

интерпретации фактов или заявлений, представляя кандидатов и кандидаток преимущественно в нейтральных контекстах, без тенденции на благоприятствование или неблагоприятствование. В большинстве случаев тексты были беспристрастными по отношению к источникам и субъектам. Тем не менее, ни один кандидат и ни одна кандидатка не появлялись исключительно в нейтральных контекстах. Так, Игорь Додон, кандидат с самым большим количеством появлений в качестве субъекта, в 26 случаях был представлен в контексте, который был скорее благоприятным для него, и 37 раз - в неблагоприятных контекстах. Кандидатка Майя Санду 9 раз появлялась в контекстах, которые были скорее благоприятными для нее, и 8 раз - в скорее неблагоприятных контекстах, кандидатка Виолетта Иванова 6 раз была представлена в благоприятном контексте и один раз - в неблагоприятном свете. Картина благоприятствования/неблагоприятствования остальным кандидатам такова: Андрей Нэстасе (4/3), Дорин Киртоакэ - 3 случая неблагоприятствования, Октавиан Цыку (1/2), Ренато Усатый (1/4), и Тудор Делиу - 2 случая представления в скорее неблагоприятном свете. Все случаи благоприятствования или неблагоприятствования обусловлены отсутствием второго источника или же были косвенными, посредством заявлений третьих лиц.

Тем не менее, на протяжении всего периода мониторинга не было очевидной, интенсивной и постоянной тенденции со стороны редакции **Agora.md** на благоприятствование или неблагоприятствование кандидатам и кандидаткам на должность президента.

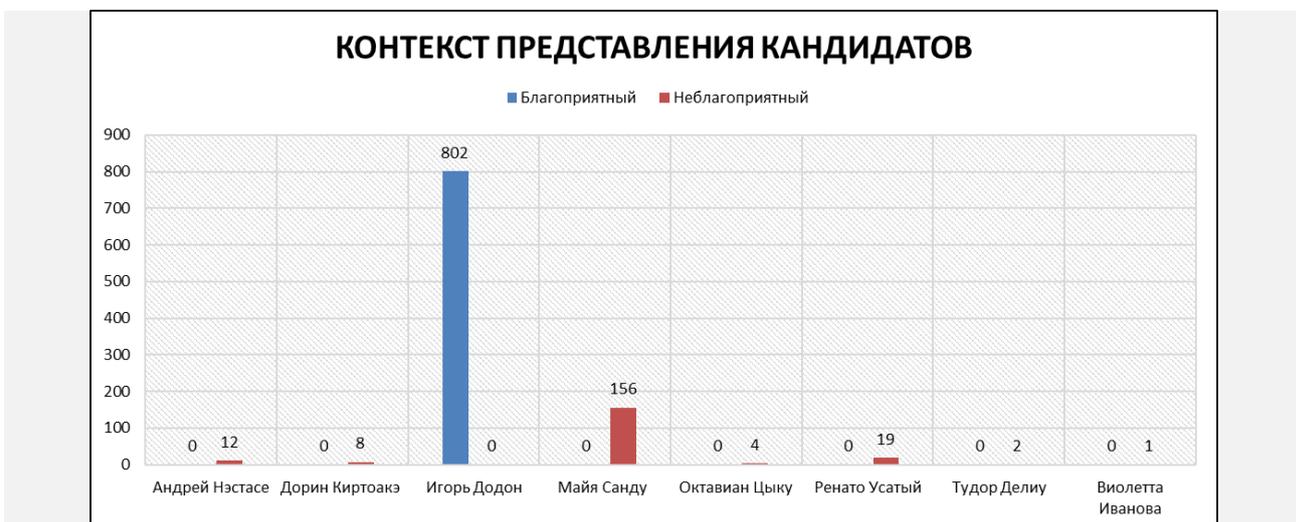


**АРГУМЕНТЫ
И ФАКТЫ** В МОЛДОВЕ

Aif.md

В период 15 сентября - 14 ноября 2020 года **Aif.md** открыто и массивно продвигал кандидата Игоря Додона, как в новостях, так и в материалах с изложением мнений. Таким образом, Игорь Додон был единственным кандидатом, освещаемым исключительно в позитивном свете: он был представлен в благоприятном свете 802 раза, в том числе во всех случаях появления в качестве субъекта (516), а также в других 286 случаях, когда затрагивался косвенно. На противоположном полюсе была Майя Санду, ставшая мишенью настоящей медийной кампании по дискредитации, в том числе посредством нападков на личность, неподтвержденных и необоснованных обвинений, фейков и клеветы, причем без единого случая представления ее мнения.

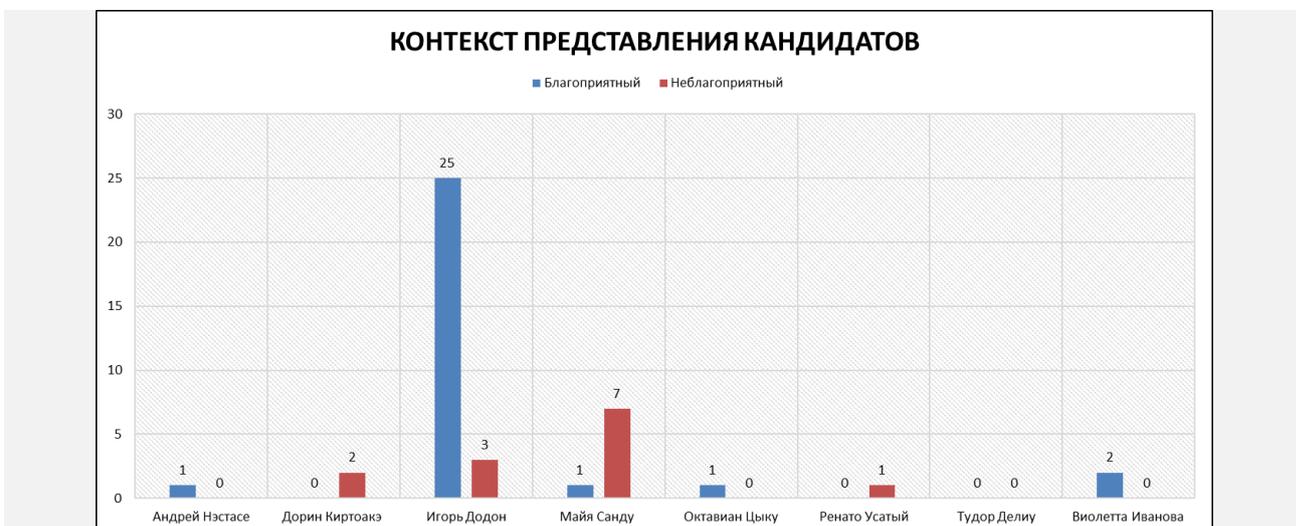
Так, Майя Санду была представлена в исключительно негативных контекстах 156 раз, то есть, во всех случаях ее появления в качестве субъекта материалов. Остальные кандидаты и одна кандидатка появлялись либо в нейтральных, либо в негативных контекстах, и ни разу в позитивных ипостасях. Точнее, Андрей Нэстасе 12 раз появлялся в контекстах, которые были скорее неблагоприятными для него, Дорин Киртоакэ – 8 раз, Октавиан Цыку – 4 раза, Ренато Усатый – 19 раз, Тудор Делиу – 2 раза и Виолетта Иванова – один раз в таком контексте.



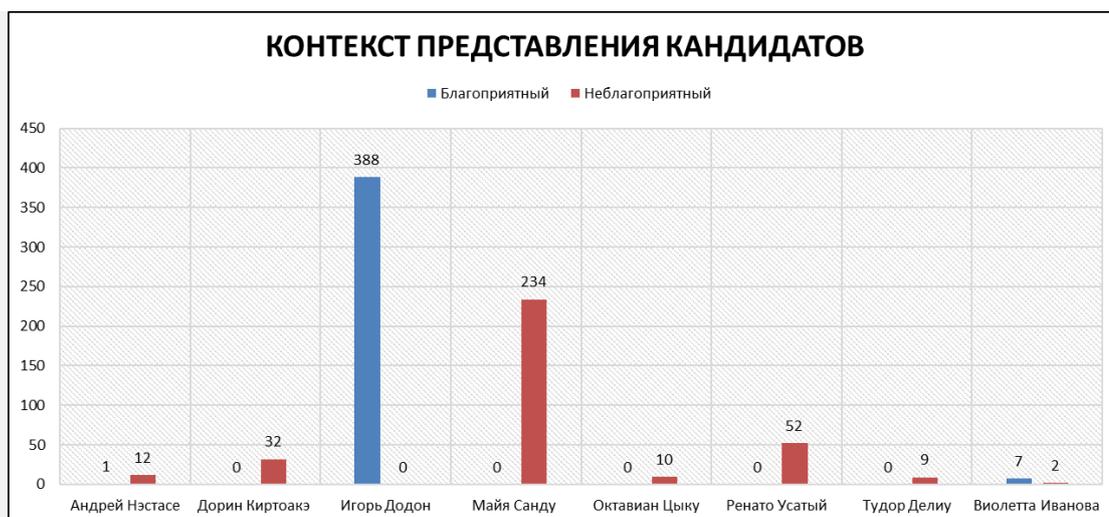
Gagauzinfo.MD

Gagauzinfo.md

Региональное издание **Gagauzinfo.md** освещало кандидатов и кандидаток на должность президента преимущественно в нейтральном контексте, а исключительно в таком контексте был представлен только кандидат Тудор Делиу. Остальные кандидаты/кандидатки появлялись в контекстах, которые были скорее благоприятными или неблагоприятными для них. Чаще всего в благоприятном контексте был представлен кандидат Игорь Додон (в 25 из 51 случая появления в качестве субъекта), а чаще всех остальных кандидатов в неблагоприятных контекстах была представлена Майя Санду (в 7 из 32 случаев появления в качестве субъекта).



Онлайн-издание **Kp.md** открыто и массивно благоприятствовало кандидату Игорю Додону, как в новостях, так и в материалах с изложением мнения разных авторов, включая иностранных экспертов, депутатов и т. д. Так, Игорь Додон появлялся в исключительно позитивных, благоприятных для него контекстах 388 раз (в 269 случаях – в качестве субъекта). С другой стороны, в отношении Майи Санду была развязана настоящая кампания критики, нападок, дискредитации, клеветы, дискредитации по признаку пола и обвинений, без обеспечения ей права на реплику. Так, портал неблагоприятствовал кандидатке в 234 случаях (будучи субъектом 256 материалов), представляя ее главным образом в негативных, обвинительных и оскорбительных контекстах. Остальные кандидаты ни разу не появлялись в позитивных контекстах, а только в нейтральных или негативных. Более выраженное неблагоприятствование наблюдалось в отношении Ренато Усатого, который 52 раза был представлен в неблагоприятных ипостасях (почти в половине случаев появления в качестве субъекта), а также Дорина Киртоакэ, который появлялся в негативном контексте 32 раза. Кандидатка Виолетта Иванова была представлена в скорее благоприятном свете в 7 случаях и дважды - в неблагоприятном контексте.

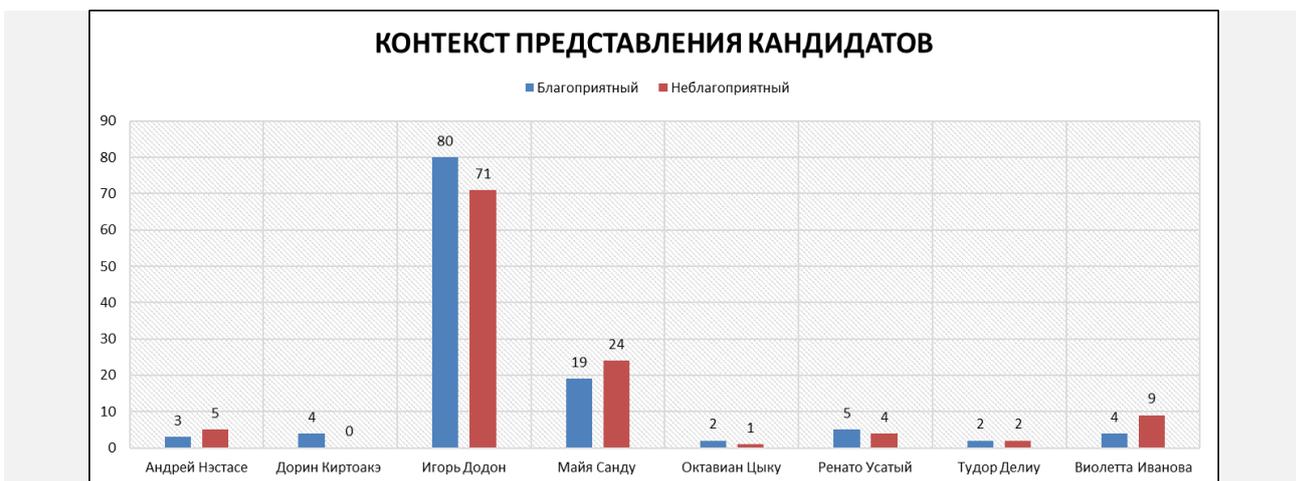


В период 15 сентября – 14 ноября 2020 года **Newsmaker.md** в целом медиатизировал сбалансировано кандидатов и кандидаток на должность Президента Республики Молдова, представляя их чаще всего в нейтральных контекстах. Тем не менее, ни один/одна из них не появлялся только в нейтральных контекстах. Больше всего появлений, будь то в позитивных, будь то в негативных контекстах, было у Игоря

Додона (80 раз и, соответственно, 71 раз), за которым следует Майя Санду (19 раз и, соответственно, 24 раза).

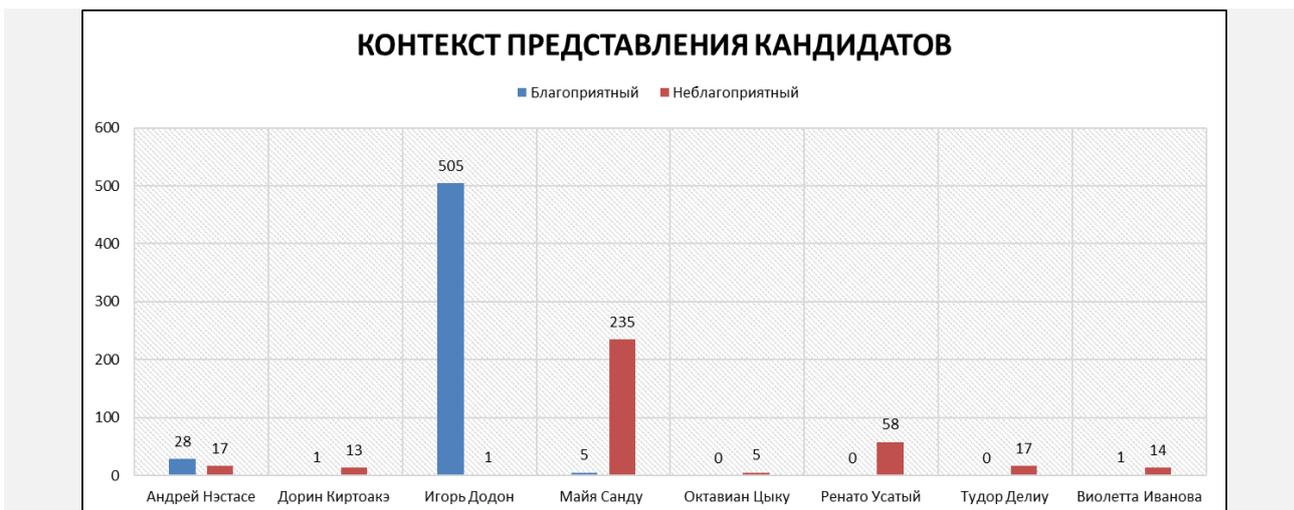
В большинстве случаев благоприятствование/неблагоприятствование было косвенным. Остальные кандидаты и одна кандидатка спорадически появлялись в названных двух ипостасях.

Несмотря на это, со стороны редакции **Newsmaker.md** не прослеживалось предвзятое отношение к кандидатам/кандидаткам.



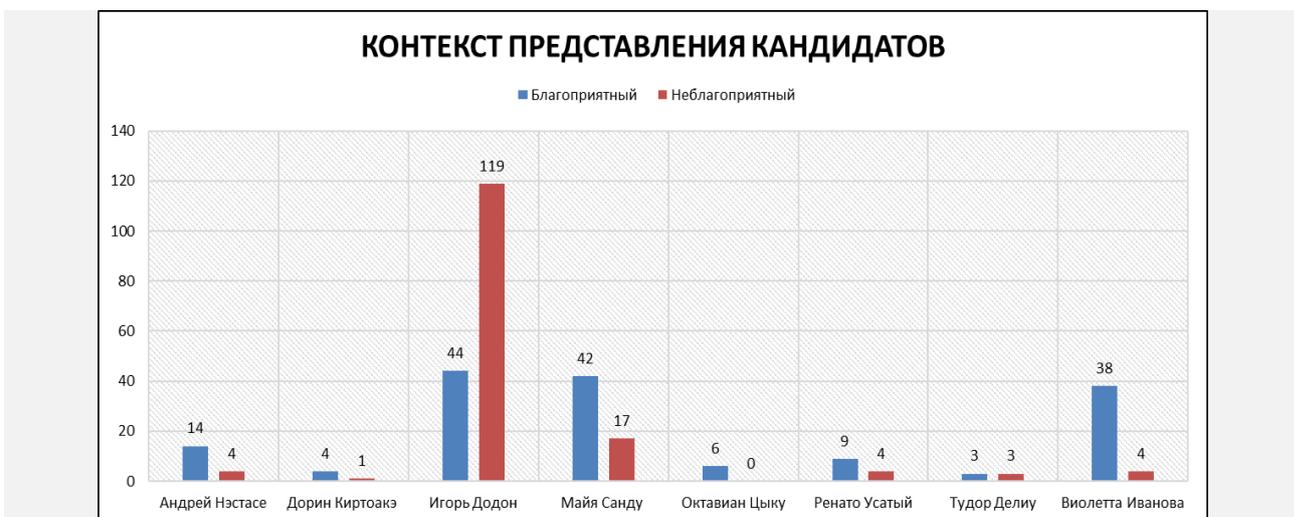
[Noi.md](https://noi.md)

В период 15 сентября - 14 ноября 2020 года **Noi.md** неизменно благоприятствовал Игорю Додону, как в новостях, так и в комментариях. Кандидат, поддерживаемый ПСРМ, был представлен в позитивном контексте в 505 из 517 случаев появления в качестве субъекта. Один материал был косвенно неблагоприятным для него – имя кандидата упоминалось в скорее негативном контексте. Майя Санду, в свою очередь, в большинстве затрагивающих ее материалов была представлена в явно неблагоприятном свете (в 235 из 379 случаев появления в качестве субъекта). Ей неблагоприятствовали как посредством текстов новостей и комментариев, содержащих много серьезных обвинений и утверждений, не подкрепленных доказательствами, или без представления мнения кандидатки, так и в некоторых случаях посредством поддельных фотографий или коллажей. Майя Санду была также представлена 5 раз и в контекстах, которые косвенно были благоприятными для нее. Другие кандидаты и одна кандидатка были представлены в скорее неблагоприятном свете в меньшем или большем количестве материалов, опубликованных **Noi.md**, а Андрей Нэстасе появлялся в благоприятных контекстах значительно чаще (в 28 материалах), чем остальные кандидаты/кандидатки.



[Realitatea.md](https://www.realitatea.md)

В период 15 сентября – 14 ноября 2020 года портал **Realitatea.md** освещал всех кандидатов и кандидаток на должность президента как нейтрально, так и позитивно или негативно, без представления кого-либо из них только в нейтральных контекстах. Так, Виолетта Иванова была представлена в благоприятных ей контекстах в более половины случаев появления в качестве субъекта (38 из 74), однако некоторые материалы о кандидатке явного рекламного характера не были обозначены надлежащим образом. Но было и 4 случая косвенного неблагоприятствования этой кандидатке. Игорь Додон был представлен неблагоприятно в 119 случаях и благоприятно в 44 случаях (он появлялся в качестве субъекта в 274 материалах). В то же время Майя Санду появлялась в контекстах, которые были скорее благоприятными ей 42 раза, и 17 раз в контекстах, которые можно отнести скорее к разряду негативных. На долю остальных кандидатов пришлось меньше случаев благоприятствования/неблагоприятствования в соотношении с количеством появлений в качестве субъектов.

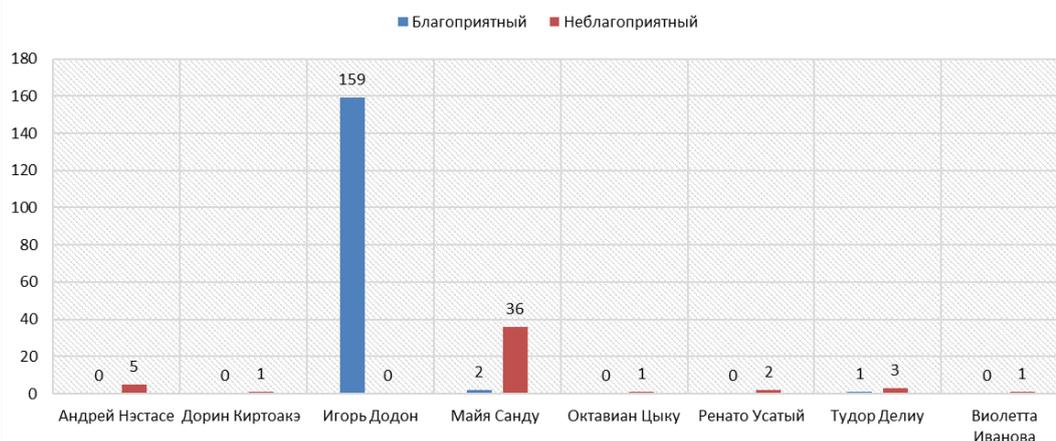




[Sputnik.md](https://sputnik.md)

В период 15 сентября – 14 ноября 2020 года портал **Sputnik.md** освещал кандидатов и кандидаток на должность президента как в нейтральной, так и в позитивной и негативной манере. В медиатизации пяти кандидатов и одной кандидатки преобладали нейтральные контексты, а случаев представления в скорее благоприятных или неблагоприятных контекстах было немного по отношению к количеству появлений в качестве субъектов журналистских материалов. Зато отношение портала к кандидату Игорю Додону было благоприятным – он был представлен в позитивных контекстах в половине случаев появления в качестве субъекта (159 из 314 раз). Это единственный кандидат, который ни разу не был представлен в неблагоприятном свете. В то же время кандидатка Майя Санду была представлена в скорее неблагоприятном свете 36 раз и дважды – в благоприятном контексте (в качестве субъекта появлялась в 215 случаях).

КОНТЕКСТ ПРЕДСТАВЛЕНИЯ КАНДИДАТОВ

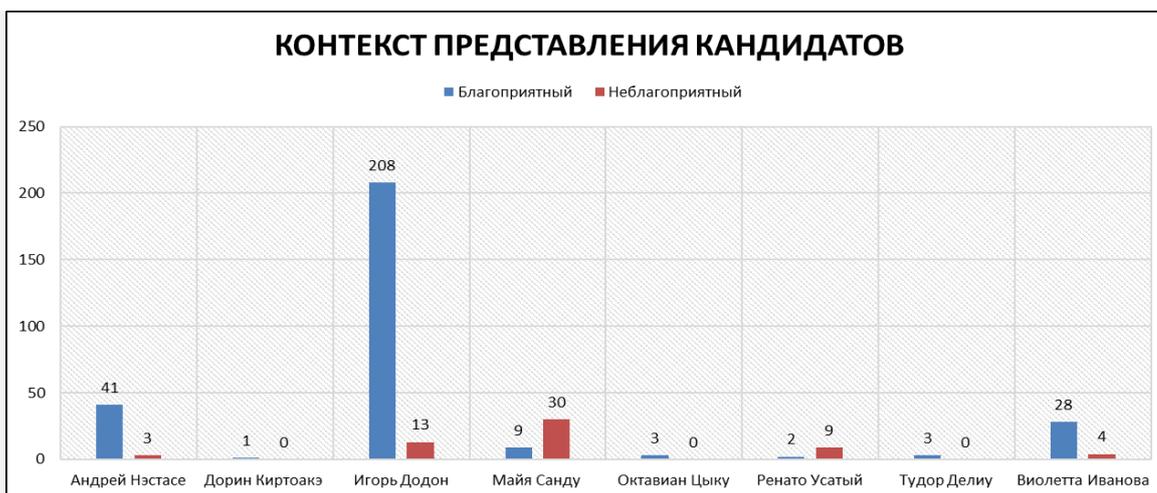


[Timpul.md](https://timpul.md)

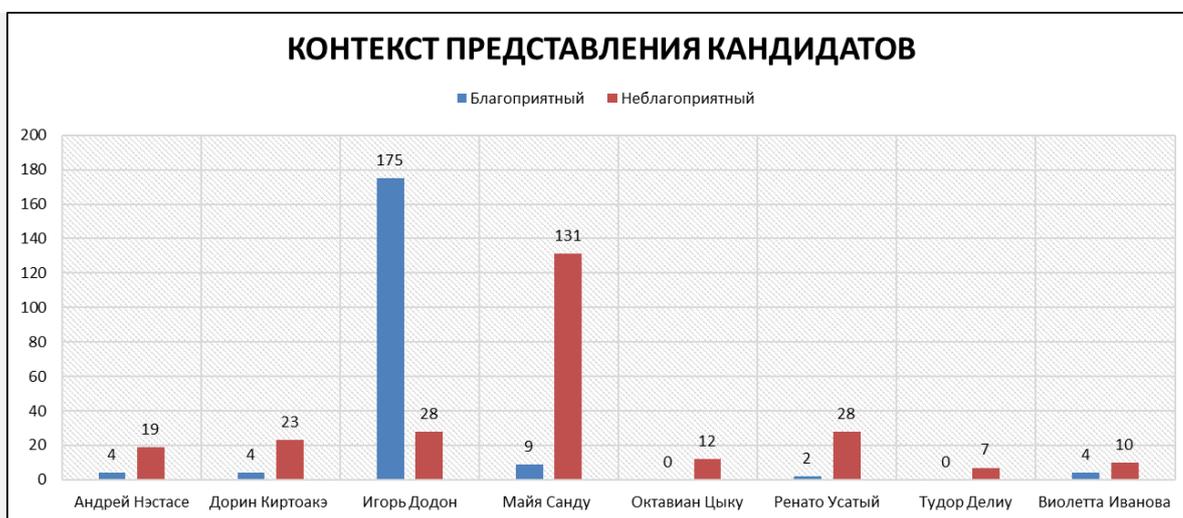
В период 15 сентября – 14 ноября 2020 года портал **Timpul.md** представлял кандидатов и кандидаток на должность президента как в нейтральных, так и в позитивных и негативных контекстах. За исключением, в частности, Игоря Додона, который чаще появлялся в неблагоприятных для него контекстах (37 раз, что составляет почти половину случаев появления в качестве субъекта), но также 3 раза и в благоприятных контекстах, и Майи Санду, которой портал скорее благоприятствовал в 19 случаях из 47 случаев появления в качестве субъекта.


Unimedia.info

В период 15 сентября - 14 ноября 2020 года **Unimedia.info** освещал кандидатов и кандидаток, участвующих в электоральной гонке, как в нейтральных, так и в позитивных или негативных контекстах. У Игоря Додона было самое большое количество появлений в позитивных, благоприятствующих ему контекстах (208 случаев из 233 случаев появления в качестве субъекта), но и 13 случаев косвенного неблагоприятствования. Майя Санду 30 раз была представлена в контекстах, которые были скорее неблагоприятными для нее, а на долю Виолетты Ивановой и Андрея Нэстасе пришлось самое большое количество случаев благоприятствования по сравнению с другими кандидатами.



На протяжении всего обозреваемого периода **Vedomosti.md** представлял кандидатов и кандидаток на должность президента, как в нейтральных, так и в позитивных или негативных контекстах. Явная и неизменная тенденция на благоприятствование была только в отношении Игоря Додона, который был представлен в позитивном свете 175 раз (из 205 случаев появления в качестве субъекта), но также 28 раз в косвенно неблагоприятствующих ему контекстах. У остальных кандидатов и двух кандидаток было по несколько появлений в позитивных ипостасях, косвенно благоприятствующих им, однако случаев явного неблагоприятствования было больше. Чаще всего портал неблагоприятствовал кандидатке Майе Санду (в 131 из 182 случаев появления в качестве субъекта), однако она 9 раз была представлена и в скорее позитивных ипостасях. И это онлайн-издание допустило нападки на личность, неподтвержденные и необоснованные обвинения без предоставления права на реплику.



2.3. Общие выводы:

- В период 15 сентября - 14 ноября 2020 года подвергнутые мониторингу 12 онлайн-изданий освещали избирательную кампанию по президентским выборам преимущественно посредством новостей, но публиковались также, несколько реже, комментарии, опросы типа Vox Populi, интервью и предвыборные дебаты.
- Большинство материалов публиковались в текстовом формате, но были также видео и аудиоматериалы, в меньшем объеме.
- **Noi.md** опубликовал самое большое количество релевантных материалов для электорального контекста, а **Timpul.md** – наименьшее количество.
- Большинство релевантных материалов освещали темы из области политики и вдвое реже затрагивали электоральный процесс. Одно единственное учреждение – **Gagauzinfo.md** отдало предпочтение темам, затрагивающим электоральный процесс в целом.
- Все 6 кандидатов и 2 кандидатки, зарегистрированные на выборах, а также кандидаты и кандидатка, отклоненные ЦИК, появлялись в качестве субъектов электоральных материалов.

- Чаще всего в качестве субъекта материалов появлялся независимый кандидат Игорь Додон, поддерживаемый ПСРМ, а реже всего – кандидат ЛДПМ Тудор Делиу. Игорь Додон появлялся в этом качестве почти в шесть раз чаще, чем Тудор Делиу.
- Все 6 кандидатов и 2 кандидатки, зарегистрированные на выборах, а также кандидаты и кандидатка, отклоненные ЦИК, появлялись в качестве источников электоральных материалов.
- Чаще всего в качестве источника появлялся кандидат Игорь Додон, а реже всего – Тудор Делиу. Игоря Додона цитировали в журналистских материалах в 53 раза чаще, чем Тудора Делиу.
- Материалы, опубликованные всеми обозреваемыми 12 медиаучреждениями, были крайне несбалансированными с точки зрения гендерного соотношения, с перевесом в пользу мужчин.
- Игорь Додон был наиболее освещаемым кандидатом всеми обозреваемыми 12 онлайн-изданиями.
- Игорь Додон чаще всего был представлен в позитивном, благоприятном для него контексте.
- Майя Санду чаще всего была представлена в негативном, неблагоприятном для нее контексте.
- 8 из 12 изданий, подвергнутых мониторингу, благоприятствовали кандидату Игорю Додону.
- **Actualitati.md, Aif.md и Kp.md** на протяжении всего обозреваемого периода проводили схожую издательскую политику, с выраженными элементами пристрастности, тенденциозности, отсутствия равноудаленности, журналистской некорректности и с нарушением деонтологических норм. Все три издания открыто благоприятствовали и массивно продвигали независимого кандидата Игоря Додона, поддерживаемого ПСРМ. Остальные кандидаты/кандидатки появлялись неуровновешенно с точки зрения количества материалов, опубликованных данными тремя изданиями, и в большинстве случаев представлялись в неблагоприятном свете и даже дискредитировались посредством частого использования нелицеприятных эпитетов, оценок, нападок на личность и без предоставления права на реплику. Чаще всего материалы 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, особенно в ходе избирательной кампании второго тура выборов.
- **Noi.md, Vedomosti.md и Sputnik.md** благоприятствовали Игорю Додону - тональностью освещения и представлением в позитивном контексте. В то же время, они явно неблагоприятствовали кандидатке ПДС Майе Санду, в том числе опубликованными материалами с изложением мнений и фотографиями, сопровождавшими определенные тексты. И другие кандидаты, в том числе Андрей Нэстасе, Дорин Киртоакэ, Ренато Усатый и Октавиан Цыку, представлялись неблагоприятно в определенные периоды, особенно в материалах, опубликованных на портале **Vedomosti.md**.
- **Gagauzinfo.md** уделил наименьшее внимание избирательной кампании, его новости в большинстве случаев касались электорального процесса в целом с

акцентом на организацию выборов в АТО Гагауз-Ери, а также на представление кандидата Игоря Додона, чаще всего в благоприятном для него свете.

- **Unimedia.info** выделил больше пространства Игорю Додону, который чаще всего появлялся в позитивном, благоприятствующем ему контексте. Портал продвигал также Андрея Нэстасе и Виолетту Иванову, в том числе материалами явно рекламного характера, неотмеченными должным образом, или же отмеченными как реклама, но опубликованными в общей ленте новостей.
- **Agora.md** и **Newsmaker.md** проводили относительно сбалансированную издательскую политику, авторы материалов были в целом беспристрастными по отношению к источникам и субъектам, 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 всех кандидатов и кандидаток на должность президента как нейтрально, так и позитивно или негативно. Кандидат Игорь Додон чаще всего появлялся в неблагоприятном для него контексте. Кандидатка Виолетта Иванова продвигалась в статьях явно рекламного характера, которые не были обозначены надлежащим образом.
- **Timpul.md** уделил мало внимания электоральному периоду и избирательной кампании, выборочно представляя кандидатов и кандидаток. Игорь Додон чаще всего был представлен в неблагоприятных ему контекстах, а Майя Санду чаще всего появлялась в благоприятных контекстах.

[Полный текст отчета на румынском языке](#)