



# МОНИТОРИНГ СМИ в период избирательной кампании по парламентским выборам 2019 года

Отчет № 5  
17-24 февраля 2019 года  
(Общие выводы)



Отчет разработан Центром независимой журналистики (CJI) и Ассоциацией независимой прессы (API) при финансовой поддержке National Endowment for Democracy (США), Правительства Швеции и Агентства США по международному развитию (USAID). Выраженные мнения принадлежат авторам и не обязательно отражают точку зрения финансирующих организаций.

## **I. ОБЩИЕ ДАННЫЕ**

**1.1 Предмет проекта:** мониторинг и информирование общественности об издательской политике и поведении средств массовой информации в предвыборный период и в ходе избирательной кампании по парламентским выборам 2019 года в Республике Молдова.

**1.2 Период мониторинга:** 9 января 2019 года – 24 февраля 2019 года.

### **1.3 Критерии отбора медийных учреждений, подвергнутых мониторингу:**

Медийные учреждения отобраны на основе следующих критериев: а) форма собственности; б) география; с) язык издания или вещания; d) известность/аудитория. Так, мониторингу были подвергнуты общественные и частные средства массовой информации с национальным, квазинациональным и региональным покрытием, выпускаемые/издаваемые на румынском и русском языках.

### **1.4 СМИ, подвергнутые мониторингу:**

#### **Телерадиовещание**

«Moldova 1», «GRT», «Prime TV», «Canal 2», «Canal 3», «Publika TV», «Jurnal TV», «НТВ Молдова», «Pro TV Chişinău», «TV 8», «Accent TV», «Центральное ТВ»

#### **Веб-порталы и печатная пресса**

Agora.md, Aif.md, Deschide.md, Diez.md, Esp.md, Gagauzinfo.md, «Jurnal de Chişinău» (газета), Kp.md, Moldova.org, Newsmaker.md, Noi.md, Realitatea.md, Sputnik.md, Timpul.md, Unimedia.info, Zdg.md

### **1.5 Предмет мониторинга**

#### **ТВ (интервал 18.00-22.00)**

- A. По одному информационному выпуску на русском языке и на румынском языке;
- B. Передачи (ток-шоу) электорального характера;
- C. Предвыборные дебаты.

#### **Веб-порталы и печатная пресса**

Содержание всех публикаций, за исключением рекламы, отмеченной соответствующим образом.

### **1.6. Команда**

Проект выполняется в рамках Коалиции за корректные и свободные выборы Центром независимой журналистики (мониторинг телеканалов) и Ассоциацией независимой прессы (мониторинг онлайн- и печатной прессы).

### **1.7 Методологическая основа**

Данные собраны и проанализированы на основе методологии наблюдения, разработанной «Oxford Media Research Center» для мониторинговых проектов международной организации Глобальная кампания за свободу выражения «Статья XIX». Методология актуализирована в конце 2018 года – начале 2019 года при поддержке экспертов итальянской организации «Osservatorio di Pavia».

Характеристики данной методологии следующие: применение показателей 1) *количественных*, включая вид, продолжительность, тематику медиапродуктов, источники информации, частоту и продолжительность появления электоральных

конкурентов в новостях, и 2) *качественных*, призванных оценить тональность освещения событий: нейтральная, позитивная или негативная, с учетом отношения медийного учреждения и/или журналиста к каждому субъекту.

Мониторинг осуществляется по двум основным направлениям: оценка *социального плюрализма* и *политического плюрализма* в средствах массовой информации, что предполагает измерение разнообразия мнений, плюрализма источников в материалах электорального характера. Мониторизируются все материалы, имеющие прямое или косвенное отношение к выборам, и все материалы, в которых появляются представители партий или конкурентов на выборах, даже в том случае, когда сюжеты не связаны непосредственно с выборами. Помимо этого, отслеживаются все сюжеты, в которых речь идет о деятельности правительства, парламента и президентуры, так как эти субъекты играют важную роль в публичном пространстве.

Каждый материал оценивался с точки зрения содержания и контекста с целью определения тональности освещения. Тональность определялась посредством оценки наличия: 1) *отчетливого мнения*, выраженного медийным учреждением по отношению к субъектам, и 2) *кадража или фрейминга (frame-ing)*<sup>1</sup> событий или сюжетов, которые могут представлять субъектов в благоприятном или неблагоприятном свете.

Положительное содержание и/или контекст материала не обязательно указывает на тенденциозность или ангажированность медийного учреждения, выпускающего новость. Только в том случае, если на протяжении определенного периода времени прослеживается тенденция к благоприятствованию или неблагоприятствованию некоторым субъектам, можно говорить о несбалансированности.

## II. АНАЛИЗ ДАННЫХ

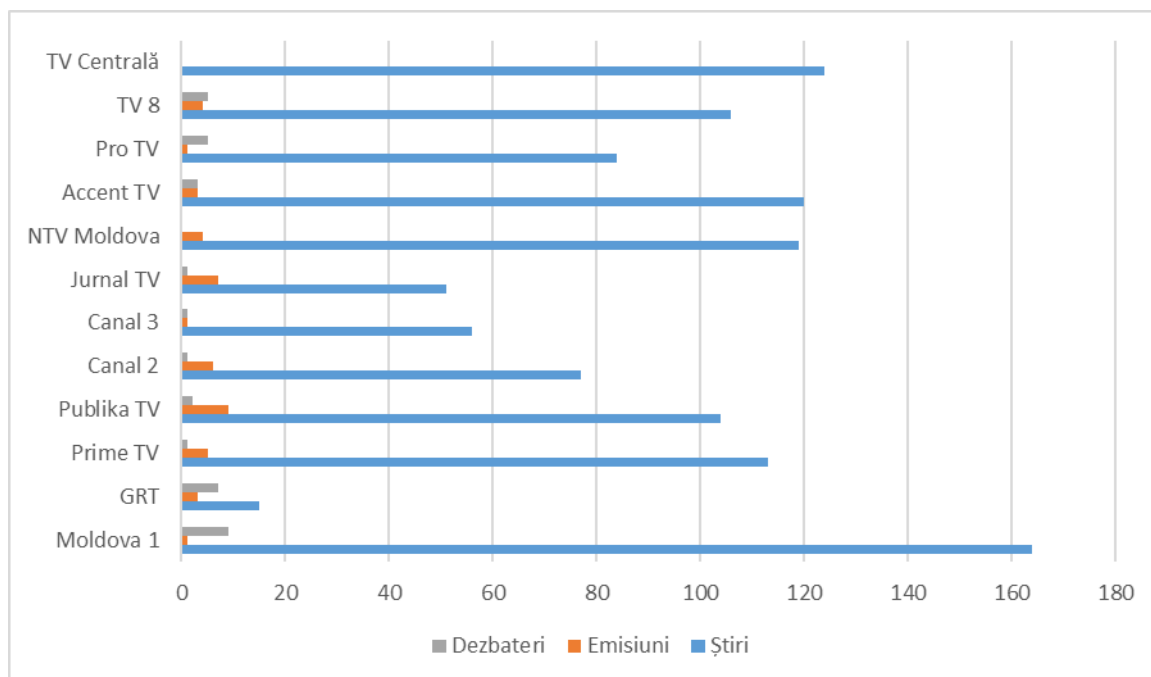
### 2.1 Телерадиовещание

**Частота освещения.** На последней неделе избирательной кампании и в день выборов (17-24 февраля 2019 года) подвергнутые мониторингу 12 телеканалов выпустили в эфир в общей сложности 1212 материалов прямого или косвенного электорального характера, в том числе 1133 новости, 44 передачи с изложением мнений и 35 передач предвыборных дебатов. Общий объем материалов составил около 106 часов, из которых около 45 часов пришлось на долю новостей, 39 часов – на долю передач с изложением мнений, а около 22 часов – на долю предвыборных дебатов.

Жанр материала	Появления	Продолжительность (сек.)
Новости	1133	163358
Ток-шоу	44	138934
Дебаты	35	78905
<b>Итого</b>	<b>1212</b>	<b>381197</b>

<sup>1</sup> Frame-ing – отбор и выделение определенных аспектов события или сюжета и их соединение таким образом, чтобы они указывали на определенную трактовку проблемы, интерпретацию её причин, моральную оценку и возможное её решение <http://www.revistadesociologie.ro/pdf-uri/nr3-4-2011/07-N%20Corbu.pdf>

### Частота новостей, передач и дебатов, по телеканалам



**Тематическое разнообразие.** Темы, затронутые большинством подвергнутых мониторингу телеканалов, были чаще всего из области политики. Во многих случаях речь шла о различных электоральных мероприятиях, проводимых некоторыми партиями, пресс-конференциях, на которых подводились итоги избирательной кампании, излагались всевозможные обвинения в адрес контркандидатов. Второй по частоте темой был электоральный процесс, в том числе сюжеты о деятельности Центральной избирательной комиссии (ЦИК) и процедуре голосования в день выборов, за которыми на большом расстоянии следуют сюжеты о коррупции, социальных проблемах, из области экономики, здравоохранения и внешних связей. Как правило, эти темы были косвенного электорального характера, в которых речь шла о деятельности президента и президентуры, разных министерств, правительственных структур и др.

Наиболее разнообразная тематика была на телеканалах «НТВ Молдова» и «Accent TV» (политика, внешние связи, социальные проблемы, электоральный процесс, местные органы публичного управления, образование, меньшинства), «PRO TV» (электоральный процесс, политика, коррупция, социальные проблемы, неподкупность, диаспора), «Центральное ТВ» (политика, электоральный процесс, неподкупность, экономика, местные органы публичного управления, гражданское общество).

**Социальный плюрализм.** Для документирования материалов обозреваемые телеканалы прибегали к разным социальным источникам – на первом месте были граждане, за которыми на большом расстоянии следовали представители Центральной избирательной комиссии (ЦИК), гражданского общества, дипломаты, иностранные наблюдатели, полиция/армия, местные и иностранные эксперты, местные органы публичного управления (МОПУ). Граждане цитировались чаще всего в новостях с элементами «Vox Populi», затрагивающих социальные и политические проблемы, а

также в новостях о предвыборной кампании, в новостях, освещающих день выборов, в которых высказывали мнения о своих ожиданиях от будущего правительства.

Самые разнообразные социальные источники использовали «TV 8» (граждане, ЦИК, полиция/армия, эксперты, местные органы публичного управления, иностранные дипломаты и наблюдатели, представители гражданского общества, бизнесмены, судьи/адвокаты) и «Accent TV» (граждане, иностранные дипломаты/наблюдатели, ЦИК, местные органы публичного управления, эксперты и др.).

**Социальные источники и субъекты, цитируемые или упоминаемые в новостях, передачах, дебатах. 12 телеканалов**

Источники и субъекты	Частота
Граждане	1417
Центральная избирательная комиссия	191
Гражданское общество – НПО	112
Иностранные дипломаты, официальные лица и наблюдатели	105
Полиция/армия	93
Эксперты (иностранные и местные)	87
Местные органы публичного управления	86
СМИ	51
Бизнес	48
Судьи, адвокаты	29
Должностные лица из правительства	29
Церковь	11

**Политический плюрализм.** Субъектами материалов, релевантных для мониторинга, были в основном представители партий, но и независимые кандидаты по одномандатным округам. Из числа должностных лиц государственных учреждений президент Игорь Додон, наряду с премьер-министром Павлом Филипом и другими представителями правительства, освещались в новостях, а также в передачах на некоторых обозреваемых телеканалах.

Самыми освещаемыми с точки зрения частоты и продолжительности появления в кадрах и прямых включений в новостях, передачах и дебатах были Демократическая партия Молдовы (ДПМ), Партия социалистов Республики Молдова (ПСРМ), Избирательный блок «АСУМ», за которыми следуют Политическая партия «Шор» и Либеральная партия (ЛП).

**Частота и продолжительность появления в новостях, передачах, дебатах представителей политических партий - конкурентов на выборах по общенациональному округу/12 телеканалов**

Источники и субъекты	Кандидат	Частота	Продолжительность появления, сек.	Продолжительность прямой речи, сек.
Демократическая партия Молдовы	Да	429	14542	11711
Партия социалистов Республики	Да	383	17671	11520

Молдова				
Избирательный блок «АСУМ»	Да	368	12379	9956
Политическая партия «Шор»	Да	200	6218	4093
Либеральная партия	Да	94	3397	2934
Партия коммунистов Республики Молдова	Да	35	3286	2952
«Наша партия»	Да	35	3679	3439
Партия «Демократия - дома»	Да	34	5961	5896
Движение профессионалов «Speranța - Надежда»	Да	29	3670	3600
Партия регионов Молдовы	Да	28	4237	4131
Политическая партия «Воля народа»	Да	27	6612	6606
Народное движение «Антимафия»	Да	19	2948	2911
Зеленая экологическая партия	Да	18	2667	2617
Национал-либеральная партия	Да	17	2786	2756
Политическая партия «Patria» («Родина»)	Да	6	140	78

Из числа кандидатов, зарегистрированных в избирательной гонке по одномандатным округам, самыми медиатизируемыми были Константин Цуцу (аффилированный ДПМ), Владимир Плахотнюк (ДПМ), Андрей Нэстасе (Блок «АСУМ»), Михаил Попшой (Блок «АСУМ») и Зинаида Гречанная (ПСРМ).

**Частота и продолжительность появления в новостях конкурентов на выборах по одномандатным округам/12 телеканалов/Топ 20**

Источники и субъекты	Политическая аффилированность	Частота	Объем появления, сек.	Продолжительность прямой речи, сек.
Цуцу Константин	Демократическая партия Молдовы	16	329	280
Плахотнюк Владимир	Демократическая партия Молдовы	16	836	462
Костин Василий	Демократическая партия Молдовы	12	95	58
Нэстасе Андрей	Избирательный блок «АСУМ»	12	220	103
Гречанная Зинаида	Партия социалистов Республики Молдова	11	462	361
Попшой Михаил	Избирательный блок «АСУМ»	10	144	54
Бондаренко Елена	Партия коммунистов Республики Молдова	10	200	72
Платон Татьяна	Политическая партия «Шор»	9	257	132
Санду Майя	Избирательный	9	162	61

	блок «АСУМ»			
Киртоакэ Дорин	Либеральная партия	9	155	46
Алайба Дмитрий	Избирательный блок «АСУМ»	8	136	44
Одинцов Александр	Партия социалистов Республики Молдова	8	386	242
Кожокару Динарь	Партия социалистов Республики Молдова	8	269	193
Гузун Людмила	Демократическая партия Молдовы	8	84	58
Шор Илан	Политическая партия «Шор»	8	243	121
Бэтрынча Влад	Партия социалистов Республики Молдова	8	336	274
Вартанян Гаик	Партия социалистов Республики Молдова	8	347	192
Жиздан Александр	Демократическая партия Молдовы	7	121	106
Филип Павел	Демократическая партия Молдовы	7	169	105
Боля Василий	Партия социалистов Республики Молдова	7	599	382

**Частота появления в дебатах и передачах конкурентов на выборах по одномандатным округам/12 телеканалов**

Источники и субъекты	Политическая аффилированность	Частота	Объем появления, сек.	Продолжительность прямой речи, сек.
Дудогло Николай	независимый	3	4100	3700
Димогло Нина	Политическая партия «Шор»	2	1400	1200
Попшой Михаил	Избирательный блок «АСУМ»	3	910	905
Ротарь Вадим	Партия социалистов Республики Молдова	1	900	900
Попа Светлана	Партия социалистов Республики Молдова	1	900	900
Левинтий Дмитрий	«Наша партия»	1	700	600
Лейчу Георгий	независимый	1	700	600
Цуцу Константин	Демократическая партия Молдовы	3	430	420
Нэстасе Андрей	Избирательный блок «АСУМ»	2	425	420

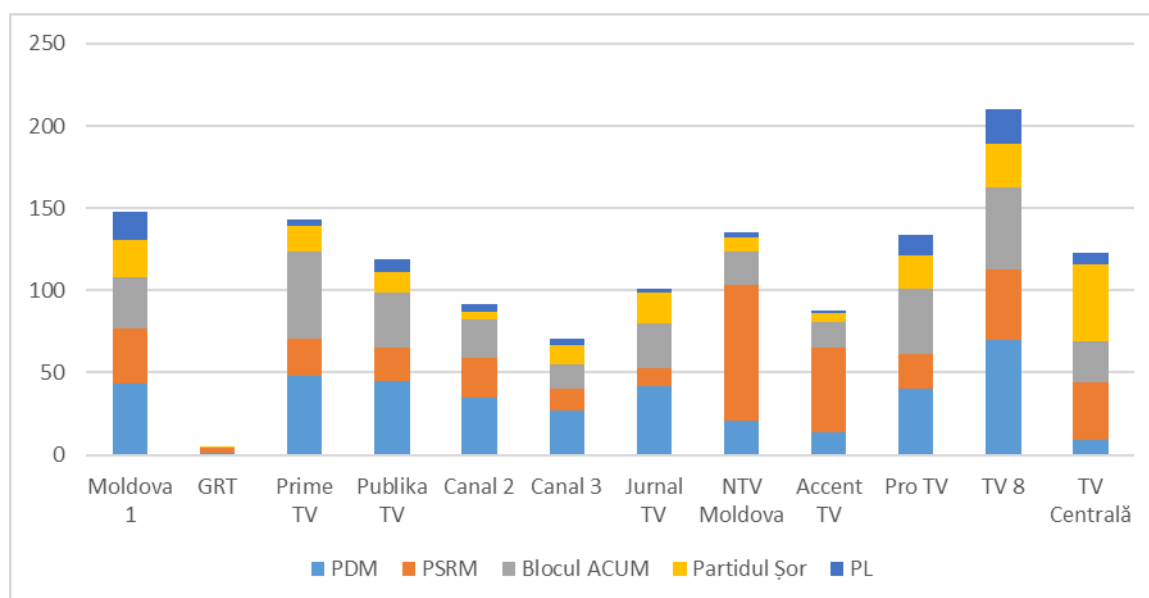
Волосатый Борис	независимый	1	420	420
Рошка Владимир	Партия социалистов Республики Молдова	1	420	420
Виеру Кэлин	независимый	1	420	420
Бабук Моника	Демократическая партия Молдовы	1	35	25
Алайба Дмитрий	Избирательный блок «ACUM»	1	11	0
Перчун Дан	Избирательный блок «ACUM»	1	5	0

Из числа экспонентов государственных учреждений, как по частоте появлений, так и по продолжительности прямых включений, лидируют президент Игорь Додон и представители президентуры.

**Частота и продолжительность появления в новостях и передачах представителей президентуры, парламента, правительства/12 телеканалов**

Источники и субъекты	Кандидат	Частота	Продолжительность появления, сек.	Продолжительность прямой речи, сек.
Президент, президентура	Нет	268	21211	11121
Министры	Нет	108	3610	3293
Парламент	Нет	30	1259	1177

**Частота освещения политических партий по телеканалам/Общенациональный округ/TOP 5**

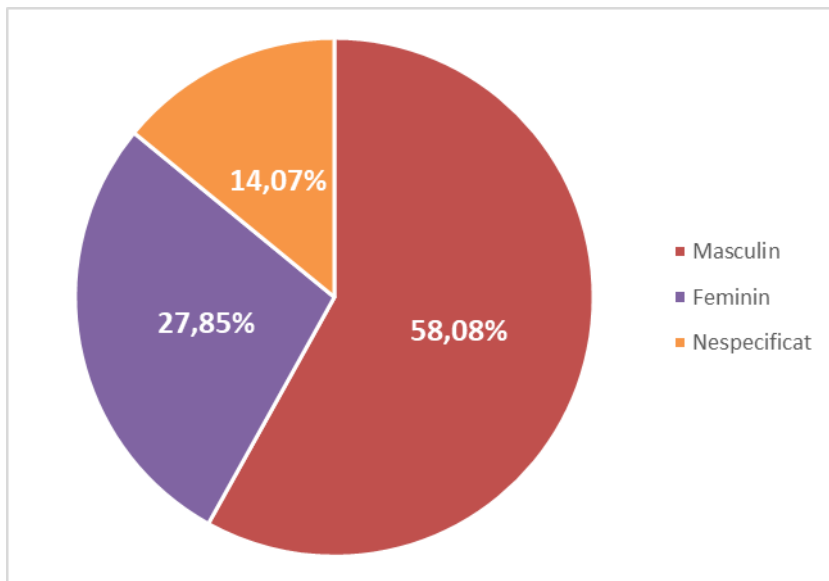


**Гендерное равновесие.** Значительная часть источников и субъектов, цитируемых или упоминаемых обозреваемыми 12 телеканалами, были мужского пола – 58%, в то время как источники женского пола составили 27,8%, на 5,4 процентных пункта больше зарегистрированных данных в предыдущем отчетном интервале. Единственными категориями источников/субъектов, по которым женщин было больше, чем мужчин,

были категории «Граждане» и «ЦИК». Также, относительно высокое количество субъектов/источников женщин зарегистрировано из числа представителей Избирательного блока «АСУМ», за которым следует Партия социалистов Республики Молдова, а также в материалах, в которых цитировались представители гражданского общества. Следует отметить, что доля источников женского пола из категории «Граждане» составляет 55% от общего количества источников-женщин.

Самый хороший показатель по разделу гендерного равновесия зарегистрирован на телеканалах «Jurnal TV» – 37%, «Центральное ТВ» - 37%, «Canal 3» – 35%, «Canal 2» – 32,5%, «Publika TV» – 30%, «Pro TV» – 29%.

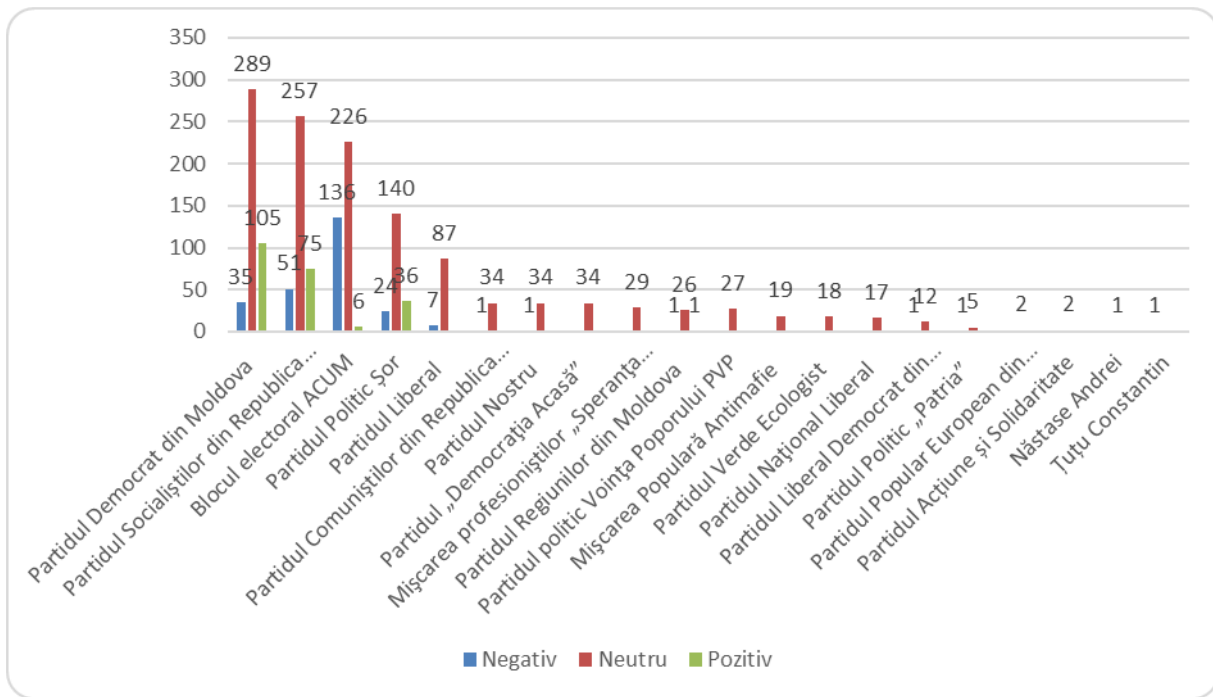
#### Доля источников и субъектов с точки зрения гендерного аспекта



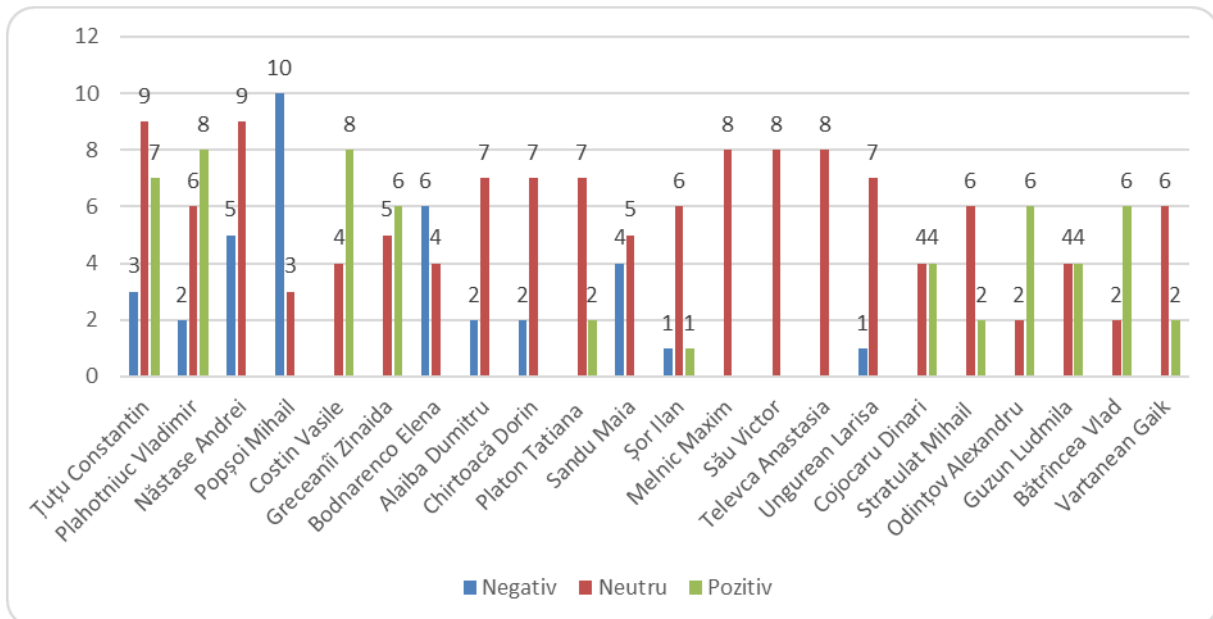
**Тональность освещения конкурентов на выборах/Общие данные, 12 телеканалов.** Чаще всего в новостях, передачах и дебатах в позитивной тональности освещались электоральные конкуренты по общенациональному округу ДПМ, за которым следуют ПСРМ и Политическая партия «Шор». Избирательный блок «АСУМ» появлялся в самом большом количестве материалов с негативной тональностью, за ним следует ПСРМ. Из числа конкурентов по одномандатным округам больше всего появлений в материалах с позитивной тональностью было у Владимира Плахотнюка (аффилированный ДПМ), Василия Костина (ДПМ), Константина Цуцу (ДПМ), за которыми следуют Зинаида Гречанная (ПСРМ), Александр Одинцов (ПСРМ) и Влад Бэтрынча (ПСРМ). Самое большое количество появлений/упоминаний в негативной тональности было у Михаила Попшой (Блок «АСУМ»), Елены Бондаренко (ПКРМ) и Андрея Нэстасе (Блок «АСУМ»).

Тональность освещения представителей государственных институтов, в частности, президентуры, была преимущественно нейтральной, но также и позитивной, и негативной, а представителей парламента и правительства – большей частью нейтральной и позитивной.

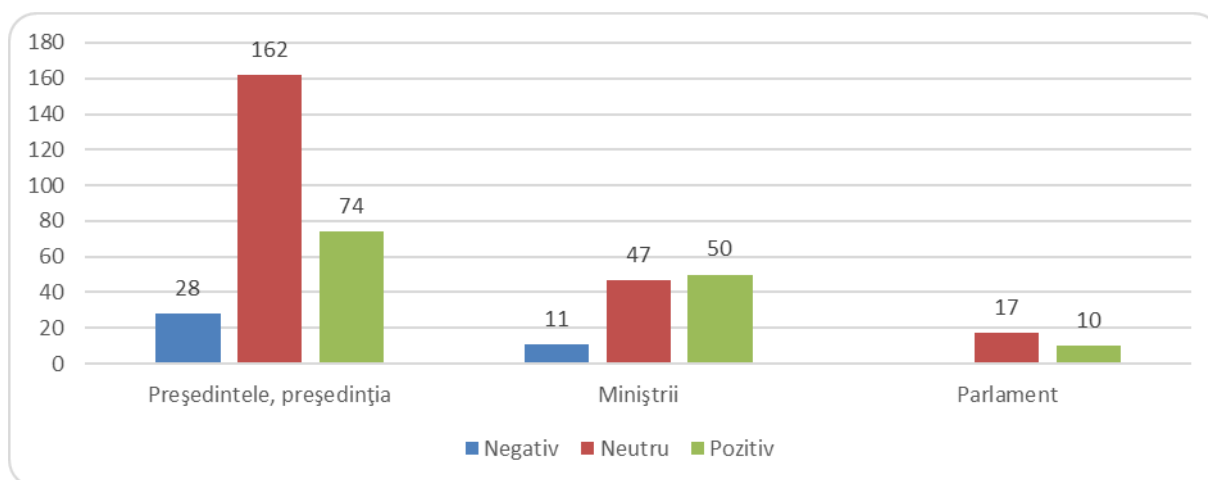
**Тональность освещения конкурентов на выборах в новостях, передачах, дебатах/Общенациональный округ, 12 телеканалов**



**Тональность освещения конкурентов на выборах в новостях, передачах, дебатах/Одномандатные округа, 12 телеканалов**



**Тональность освещения в новостях, передачах, дебатах представителей президентуры, парламента, правительства/ 12 телеканалов**



### Тональность освещения конкурентов на выборах/По телеканалам

На последней неделе избирательной кампании и в день выборов (17-24 февраля 2019 года) национальный общественный телеканал «**Moldova 1**» предоставил относительно равный доступ к эфиру электоральным конкурентам и по национальному округу, и по одномандатным округам. Тональность освещения в большинстве случаев была нейтральной (подробнее – в Приложении 1).

Региональный общественный телеканал «**GRT**» поверхностно освещал избирательную кампанию в выпуске новостей на русском языке и без какой-либо явной тенденции благоприятствования или неблагоприятствования определенным конкурентам. В передачах регионального общественного телеканала прослеживалась тенденция на освещение в благоприятном ключе независимого кандидата Николая Дудогло.

Частные вещатели с национальным покрытием «**Prime TV**», «**Publika TV**», «**Canal 2**» и «**Canal 3**» прибегли к одинаковому образу освещения избирательной кампании. Данные телеканалы предоставили приоритетный доступ к эфиру представителям ДПМ и кандидатам по одномандатным округам, аффилированным этой партии, тональность освещения которых была преимущественно позитивной. Также они выпустили большое количество материалов с появлением представителей правительства, тональность освещения которых была позитивной. В противоположность этому, отношение к представителям Избирательного блока «**АСУМ**» и аффилированным этому блоку кандидатам по одномандатным округам в большинстве случаев было негативным. Тональность освещения ПСРМ и президента Игоря Додона была как нейтральной, так и негативной.

Частные телеканалы «**НТВ Молдова**» и «**Accent TV**» предоставили приоритетный доступ к эфиру представителям ПСРМ и аффилированным этой партии электоральным конкурентам по одномандатным округам, а также президенту Игорю Додону. Тональность освещения этих субъектов была большей частью позитивной. ПСРМ благоприятствовало массивное появление президента Игоря Додона в новостях и передачах (по частоте и продолжительности). ДПМ и Избирательный блок «**АСУМ**» освещались в нейтральном и негативном свете, а Политическая партия «**Шор**» - больше в негативной тональности.

Поведение частных телеканалов «Pro TV» и «TV 8» было уравновешенным – они обеспечили доступ к эфиру в новостях и передачах/дебатах широкому кругу политических субъектов – партиям, конкурентам на выборах по общенациональному и одномандатным округам. В большинстве случаев тональность освещения субъектов на этих телеканалах была нейтральной.

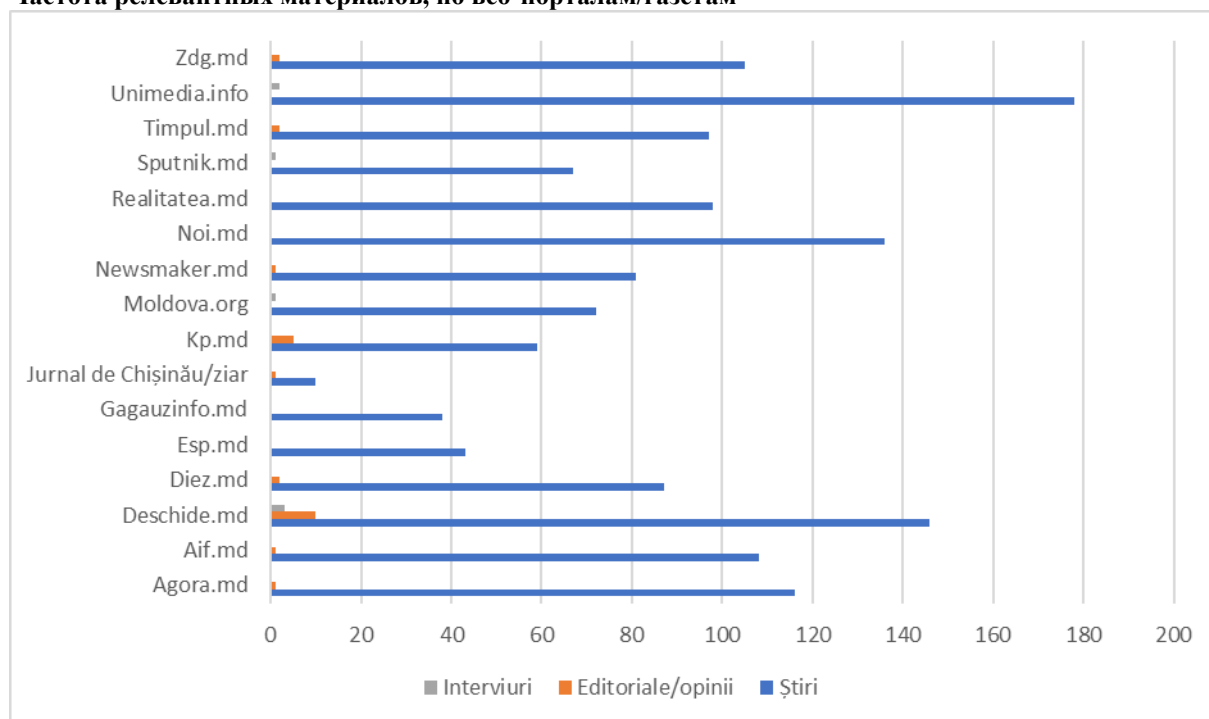
Телеканал с национальным покрытием «Jurnal TV» освещал в новостях конкурентов на выборах, которые проводили разные электоральные мероприятия или выпускали сообщения для прессы, а тональность освещения политических субъектов была большей частью нейтральной. В передачах, выпущенных телеканалом «Jurnal TV», тональность освещения представителей ДПМ и Партии «Шор» была нейтральной и негативной.

Телеканал «Центральное телевидение» предоставил доступ к эфиру преимущественно представителям Политической партии «Шор» и аффилированным этой партии конкурентам на выборах по одномандатным округам, тональность освещения которых была преимущественно позитивной и нейтральной. Тональность освещения представителей ПСРМ и Избирательного блока «ACUM» была нейтральной, но и негативной.

## 2.2 ВЕБ-ПОРТАЛЫ И ПЕЧАТНАЯ ПРЕССА

**Частота освещения.** В период 17-24 февраля 2019 года, 16 онлайн-порталов и газет, подвергнутых мониторингу, опубликовали в общей сложности 1473 материала прямого или косвенного электорального характера, в том числе 1441 новость, 23 редакционные или другие статьи с изложением мнений и 9 интервью. Некоторые новости сопровождалась видеорядом. Общий объем материалов, релевантных для настоящего мониторинга, составил 3.145.086 знаков и 252.429 секунд видеоматериалов (около 70 часов). В течение последней недели избирательной кампании больше всего журналистских материалов, релевантных для настоящего мониторинга, опубликовали порталы **Unimedia.info** (180), **Deschide.md** (159) и **Noi.md** (136), а самое скромное освещение избирательной кампании было на региональных порталах **Gagauzinfo.md** (38) и **Esp.md** (43). Газета «Jurnal de Chişinău» опубликовала за отчетный период 11 статей по тематике избирательной кампании.

### Частота релевантных материалов, по веб-порталам/газетам



**Тематическое разнообразие.** Политическая деятельность и ход электорального процесса были наиболее широко затрагиваемыми темами в отчетный период. Новости о подготовке ко дню выборов, заявления и жалобы, поданные в Центральную избирательную комиссию электоральными конкурентами, решения, принятые ЦИК, акции протеста, заявления и взаимные обвинения, данные опросов об электоральных предпочтениях граждан – эти и другие темы преобладали в контенте обозреваемых порталов и газет. Реже в электоральном контексте затрагивались социальные темы, очень редко – ситуация в экономике страны или борьба с коррупцией. Несколько порталов опубликовали аналитические статьи, собственные журналистские расследования и детальные профили кандидатов на должность депутата, выполненные Гражданской инициативой за чистый парламент. В канун дня выборов, было опубликовано много материалов по электоральному просвещению, некоторые обозреваемые порталы продолжили публиковать электоральные дебаты и/или опросы из категории «Vox Populi» с гражданами, проявили креативный подход к информированию о выборах посредством подкастов, конкурсов, интерактивных игр. Некоторые порталы были очень активными в день выборов – публиковали очень много новостей о ходе процесса голосования в стране и за рубежом, о том, как проголосовали кандидаты и другие политики, об явке на выборах, сообщенных нарушениях, в частности, об организованной перевозке групп граждан из приднестровского региона к избирательным участкам, открытым на правом берегу Днестра, и др. В целях привлечения внимания общественности, несколько редакций проявили креативный подход к оперативной передаче релевантной информации в день выборов, в том числе посредством прямых трансляций, специальных приложений и модулей.

**Социальный плюрализм.** В отчетный период обозреваемые веб-порталы и газеты для документирования материалов прибегли, помимо политических деятелей и конкурентов на выборах, и к 1914 источникам и субъектам из других категорий. Чаще

всего речь шла о других СМИ, представителях Центральной избирательной комиссии, гражданах, иностранных официальных лицах и наблюдателях, предпринимателях и других представителях бизнес-среды, представителях гражданского общества и др. (смотри таблицу).

**Социальные источники и субъекты, цитируемые или упоминаемые в материалах/16 СМИ**

Источники и субъекты	Частота, количество
СМИ	489
Центральная избирательная комиссия	339
Граждане	286
Иностранные дипломаты, официальные лица и наблюдатели	154
Бизнес	129
Гражданское общество – НПО	111
Полиция/армия	105
Эксперты (иностранные и местные)	101
Должностные лица из правительства	74
Судьи, адвокаты	72
Местные органы публичного управления	40
Инициативные группы	11
Церковь	3

**Политический плюрализм.** Обозреваемые веб-порталы и газеты в общей сложности прибегли к 3216 источникам и субъектам из области политики, в том числе к партиям – конкурентам на выборах по общенациональному округу, кандидатам по одномандатным округам или высшему руководству государственных институтов – президенту, парламента и правительства. По частоте и продолжительности появления (цитирование/прямая речь) самым освещаемым конкурентом на выборах по общенациональному округу была Демократическая партия, за которой, на определенном расстоянии, следуют Партия социалистов и Избирательный блок «АСУМ», затем Партия «Шор». «Наша партия» и Партия коммунистов также были среди часто освещаемых конкурентом на выборах.

В онлайн-прессе самое большое пространство для освещения, равно как и для прямой речи/цитирования было предоставлено Демократической партии. По количеству появлений, ДПМ была наиболее освещаемой в 13 из 16 обозреваемых медийных учреждений, ПСРМ – в двух, а Блок «АСУМ» - в одном медийном учреждении.

**Частота и продолжительность появления представителей политических партий – конкурентов на выборах по общенациональному округу/16 СМИ/ТОП 10**

Источники и субъекты	Частота, количество	Продолжительность появления, в знаках	Продолжительность прямой речи, в знаках
Демократическая партия Молдовы	472	273073	40054
Партия социалистов Республики Молдова	322	175033	24576
Избирательный блок «АСУМ»	265	158019	29134
Политическая партия «Шор»	165	101697	3420

«Наша партия»	63	28884	3790
Партия коммунистов Республики Молдова	63	28535	3683
Либеральная партия	41	13611	3080
Партия регионов Молдовы	21	11849	786
Движение профессионалов «Speranța - Надежда»	14	4464	930
Партия «Демократия - дома»	14	2617	0

В опубликованных материалах в общей сложности были затронуты 239 кандидатов, зарегистрированных в избирательной гонке по одномандатным округам (1275 раз). По частоте появлений, самыми освещаемыми были Владимир Плахотнюк/ДПМ, Майя Санду/«ACUM», Андрей Нэстасе/«ACUM» и Илан Шор/Партия «Шор». По предоставленной общей площади/продолжительности появления, первые три субъекта были приблизительно на одинаковом уровне, зато четвертый субъект, Илан Шор, несмотря на меньшее количество появлений, превзошел остальных кандидатов по выделенной ему площади для освещения (*смотри таблицу; включены кандидаты, упомянутые не менее 7 раз*).

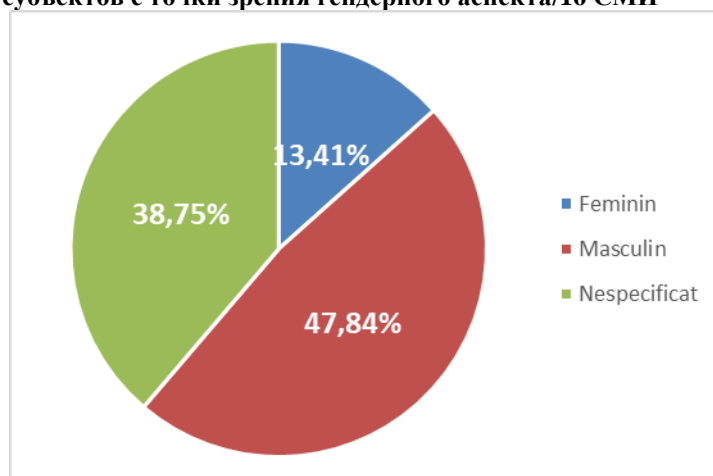
**Частота и продолжительность появления электоральных конкурентов по одномандатным округам /16 СМИ**

Источники и субъекты	Частота, количество	Продолжительность появления, в знаках	Продолжительность прямой речи, в знаках
Плахотнюк Владимир	93	69908	11490
Санду Майя	79	61021	10988
Нэстасе Андрей	76	57625	10274
Шор Илан	69	102688	8901
Цуцу Константин	27	18928	1020
Киртоакэ Дорин	27	23122	7610
Филип Павел	24	12274	3129
Габурич Кирилл	16	19355	2147
Гилецкий Валерий	14	15637	9805
Таубер Марина	14	8051	1727
Дудогло Николай	13	11392	0
Гречанная Зинаида	13	5721	2217
Мунтяну Валерий	12	6487	1274
Платон Татьяна	11	13611	4586
Чеботареску Дмитрий	11	5943	1192
Алайба Дмитрий	11	5151	203
Попшой Михаил	10	11441	1646
Кречун Олег	9	9425	3331
Бондаренко Елена	9	6007	874
Савва Виорел	9	3969	1258
Пара Георгий	9	4296	0
Няга Петр	8	5765	1504
Жардан Петр	8	4765	21

Мунтяну Игорь	8	4519	573
Гроза Ион	8	2239	65
Патрон Александрин	8	2573	65
Брега Олег	8	2648	0
Реницэ Юрий	7	14341	7773
Клименко Валерий	7	8883	230
Апостолова Регина	7	8583	500
Виеру Кэлин	7	7002	2651
Грицко Елена	7	4582	340
Бынзар Олег	7	4546	2317
Билецкий Влад	7	4207	1224
Нестеровский Александр	7	4099	30
Боля Василий	7	3788	1737
Фрэсыняну Дорин	7	2508	0
Морошану Геннадий	7	1822	0
Ренца Серджиу	7	1806	0
Паланчика Роман	7	1377	65
Вартанян Гаик	7	1314	0
Цыку Октавиан	7	576	0

**Гендерное равновесие.** Гендерный дисбаланс источников и субъектов несколько уменьшился по сравнению с предыдущим периодом мониторинга. Так, на обозреваемых 16 порталах и в газетах 47,84% источников и субъектов были мужского пола и 13,41% - женского пола. Более чем в трети материалов, релевантных для настоящего мониторинга, пол источников не был обозначен (*смотри диаграмму*). Самое хорошее соотношение между источниками-мужчинами и источниками-женщинами в этот период было в газете «*Jurnal de Chişinău*», на порталах **Esp.md**, **Agora.md** и **Moldova.org** (в среднем, на 2,5 источника мужского пола приходился один источник женского пола), самое скромное – на портале **Gagauzinfo.md** (один источник женского пола на 11 источников мужского пола).

Доля источников и субъектов с точки зрения гендерного аспекта/16 СМИ

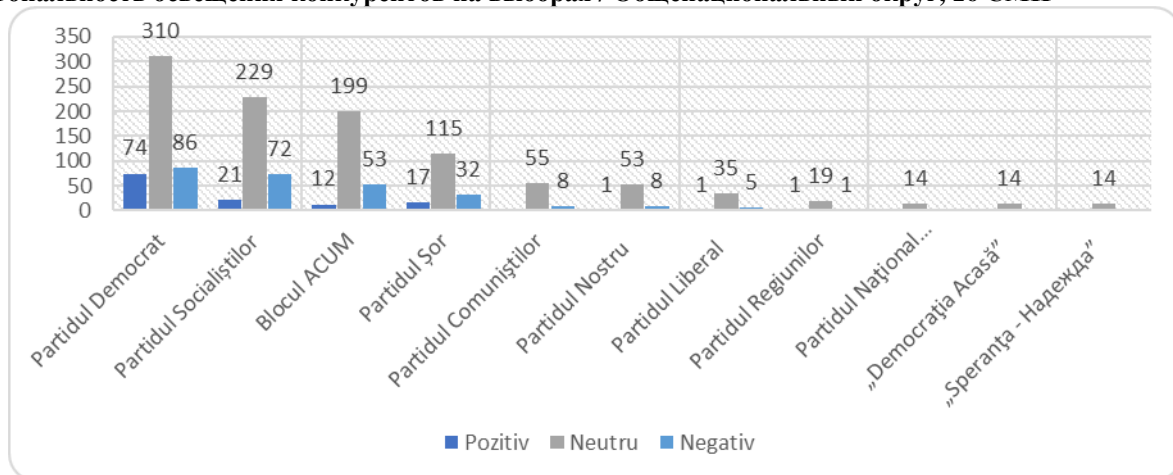


Чаще всего тональность освещения конкурентов в целом по всем 16 обозреваемым порталам и газетам была нейтральной. Чаще в негативном контексте были

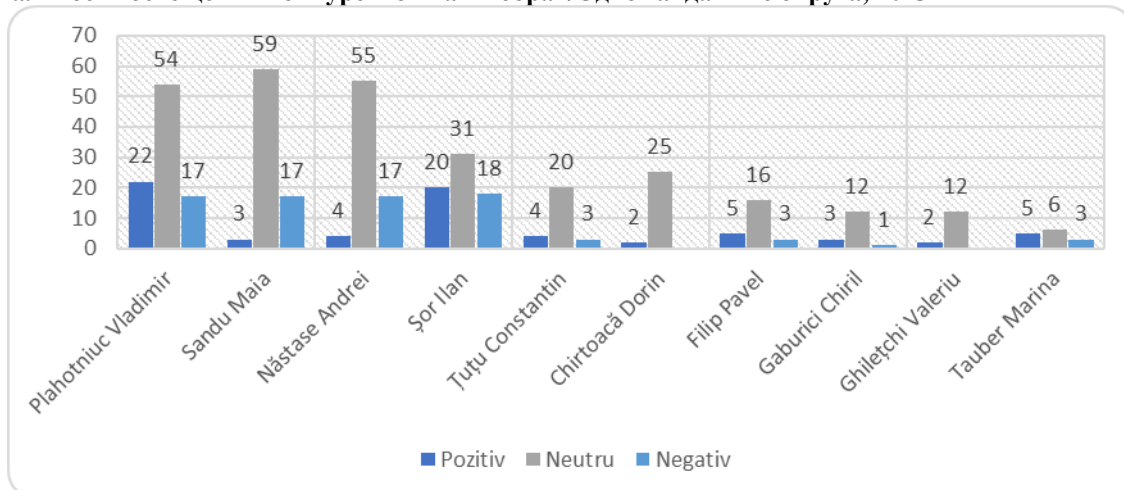
представлены Демократическая партия и Партия социалистов, а больше всего появлений в позитивной тональности было у Демократической партии.

Кандидаты по одномандатным были освещены в разном контексте и в разной тональности, преимущественно нейтральной. В целом по всем 16 подвергнутым мониторингу СМИ, больше всего появлений в позитивной тональности было у Владимира Плахотнюка, за которым следует Илан Шор. По количеству появлений в негативной тональности, лидировали четыре субъекта - Владимир Плахотнюк, Майя Санду, Андрей Нэстасе Илан Шор, у которых, практически, было одинаковое количество появлений в негативном свете.

#### Тональность освещения конкурентов на выборах / Общенациональный округ, 16 СМИ



#### Тональность освещения конкурентов на выборах/Одномандатные округа, 16 СМИ



#### Тональность освещения конкурентов на выборах / По медийным учреждениям

На последней неделе избирательной кампании сохранились все те же тенденции освещения кампании и конкурентов на выборах, описанные в предыдущих мониторинговых отчетах. Так, обозреваемые порталы и печатную прессу можно разделить на три категории: медийные учреждения, освещавшие выборы добросовестно, профессионально и без редакционных предпочтений; медийные учреждения, косвенно продвигавшие определенных электоральных конкурентов без

представления в неблагоприятном свете других конкурентов; медийные учреждения, оказывавшие открытую и массивную информационную поддержку определенным электоральным конкурентам, публикуя позитивные материалы о них и критические об оппонентах, либо освещая кампанию выборочно посредством замалчивания сюжетов, не вписывающихся в их издательскую политику относительно избирательной кампании. В целом, в онлайн-прессе много материалов, представляемых из одного источника, или без предоставления права на реплику обвиняемым субъектам.

В отчетный период, портал **Agora.md** сохранил общую нейтральную тональность освещения всех электоральных конкурентов.

Портал **Aif.md** продолжил благоприятствовать ПСРМ большим количеством нейтральных и позитивных новостей о данном электоральном конкуренте и президенте Игоре Додоне. Другие электоральные конкуренты, особенно ДПМ, освещались преимущественно в негативной тональности.

Также как и в предыдущие периоды мониторинга, портал **Deschide.md** представлял Игоря Додона и ПСРМ преимущественно в негативной тональности, неблагоприятствуя им своей издательской политикой. Остальные конкуренты были представлены по-разному, чаще нейтрально, но также и в негативном или позитивном ключе.

Портала **Diez.md** уравновешенно освещал избирательную кампанию и конкурентов на выборах, однако в отчетный период отмечается большое количество появлений Демократической партии в позитивной тональности, на одинаковом уровне с появлениями в нейтральном ключе.

Портал **Esp.md** из Бэлць освещал избирательную кампанию только в региональном масштабе. Все электоральные конкуренты каждый раз представлялись в нейтральной тональности.

Комратский портал **Gagauzinfo.md** также освещал избирательную кампанию только в региональном масштабе. Большинство новостей на последней неделе касались независимого кандидата Николая Дудогло, о котором ранее утверждалось, что он якобы является аффилированным ДПМ, которому портал неблагоприятствовал тональностью освещения и предъявляемыми обвинениями без предоставления права на реплику. Направленность редакционной политики против Дудогло портал сохранил на протяжении всей избирательной кампании.

Газета «**Jurnal de Chişinău**» освещала в целом в негативной тональности электоральных конкурентов ДПМ, Партию «Шор» и ПСРМ. Это отношение в большинстве случаев проявлялось в редакционных статьях, а также в некоторых проблемных статьях.

На последней неделе избирательной кампании, портал **Kp.md** продолжил благоприятствовать ПСРМ, но усилил критику в адрес Избирательного блока «АСУМ» и его лидеров Майи Санду и Андрея Нэстасе. Так, самое большое количество статей электорального характера касались именно Блока «АСУМ», более 2/3 из которых были в негативной тональности, с язвительными оценками, спекуляциями и навешиванием ярлыков, обвинениями без предоставления права на реплику.

Портал **Moldova.org** сохранил общую нейтральную тональность освещения в большинстве опубликованных материалов, касающихся выборов и электоральных конкурентов.

Портал **Newsmaker.md** также сохранил общую нейтральную тональность освещения в большинстве материалов, касающихся избирательной кампании и конкурентов на выборах. Тем не менее, прослеживалась легкое неблагоприятствование электоральным конкурентам ДПМ, Владимиру Плахотнюку и Илану Шору по количеству материалов скорее с негативной, чем нейтральной тональностью освещения.

Портал **Noi.md** опубликовал большое количество новостей о деятельности президента Додона, в общем в нейтральной тональности, слегка благоприятствуя ПСРМ. В то же время, портал неблагоприятствовал Партии «Шор» относительно большим количеством появлений в негативном свете.

Портал **Realitatea.md** освещал события, связанные с избирательной кампанией, в целом нейтрально, с легким благоприятствованием ДПМ. В день выборов, широко информировал об участии в голосовании главных электоральных конкурентов, за исключением лидеров Блока «АСУМ».

Портал **Sputnik.md** и на этой неделе проявил выборочный подход к освещению избирательной кампании. С одной стороны, интенсивно освещал деятельность президента Додона с легким благоприятствованием ПСРМ, а другой стороны, обошел вниманием ряд важных сюжетов электорального характера.

Портал **Timpul.md** продолжил интенсивно благоприятствовать издательской политикой Демократической партии и ее кандидату Владимиру Плахотнюку. Благоприятствовал портал и Партии «Шор» – посредством заимствования и опубликования в полном объеме пресс-релизов с сайтов Partidulsor.md или Orhei.md. В противоположность этому, Игорь Додон, ПСРМ, лидеры Блока «АСУМ» Андрей Нэстасе и Майя Санду освещались в неблагоприятном ключе, посредством представления почти каждый раз в негативной тональности. В день выборов портал освещал, как голосовали и какие заявления сделали лидеры ДПМ, а лидеров Блока «АСУМ» обошел своим вниманием.

Портал **Unimedia.info** в отчетный период освещал избирательную кампанию и конкурентов на выборах преимущественно в нейтральной тональности.

Портал **Zdg.md** также сохранил нейтральный издательский подход к освещению избирательной кампании и конкурентов на выборах. Все же, в некоторых материалах прослеживалась негативная тональность по отношению к ДПМ, Политической партии «Шор», ПСРМ.

*Полный отчет о мониторинге публикуется на веб-страницах [www.alegeliber.md](http://www.alegeliber.md), [www.api.md](http://www.api.md) и [www.media-azi.md](http://www.media-azi.md).*

