



МОНИТОРИНГ СМИ в период избирательной кампании по парламентским выборам 2019 года

Отчет № 4
9-16 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; в) язык издания или вещания; д) 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 (ziar), 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)

- А. По одному информационному выпуску на русском языке и на румынском языке;
- В. Передачи (ток-шоу) электорального характера;
- С. 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)*¹ событий или сюжетов, которые могут представлять субъектов в благоприятном или неблагоприятном свете.

Положительное содержание и/или контекст сообщения 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

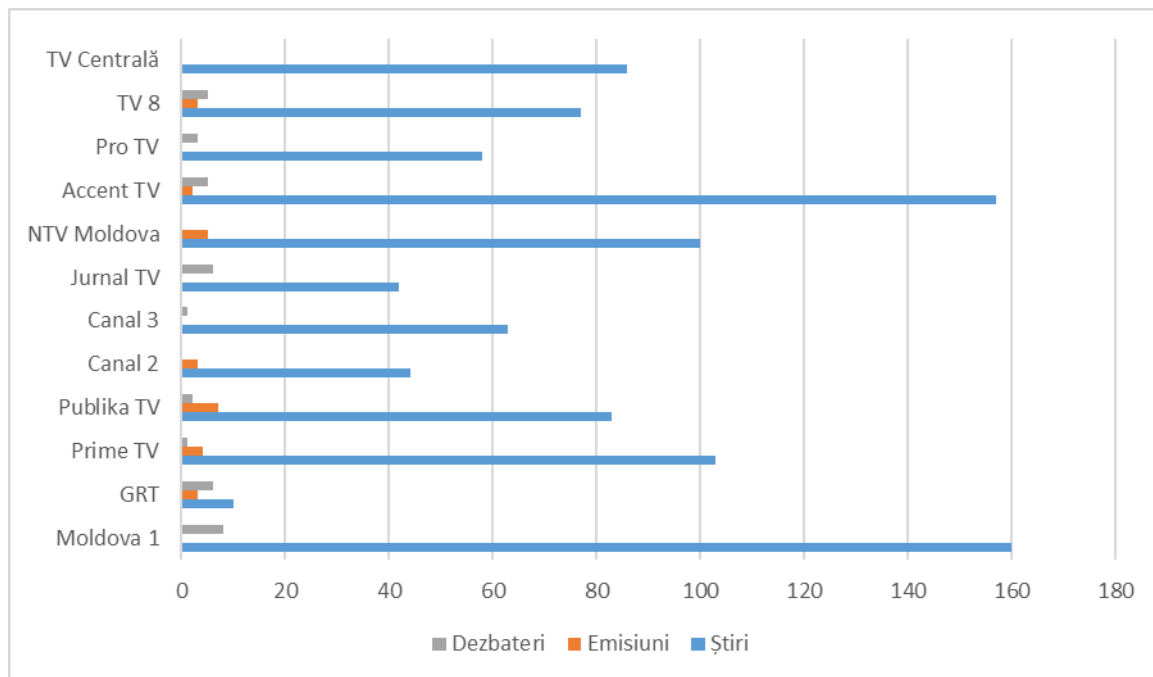
2.1 Телерадиовещание

Частота освещения. В интервале 9-16 февраля 2019 года подвергнутые мониторингу 12 телеканалов выпустили в эфир в общей сложности 1049 материалов прямого или косвенного электорального характера, в том числе 983 новости, 33 передачи с изложением мнений и 33 передачи предвыборных дебатов. Общий объем материалов составил около 84 часов, из которых около 36 часов пришлось на долю новостей, 26 часов – на долю передач с изложением мнений и около 22 часов – на долю предвыборных дебатов.

Жанр материала	Появления	Продолжительность (сек.)
Новости	983	131621
Дебаты	33	78006
Ток-шоу	33	94686
Всего	1049	304313

¹ 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 СМИ, были чаще всего из области политики - мероприятия с участием конкурентов на выборах по общенациональному округу и одномандатным округам. Во многих случаях речь шла о различных электоральных мероприятиях, проводимых некоторыми партиями, пресс-конференциях, на которых излагались всевозможные обвинения, в том числе в коррупции, в адрес контркандидатов. Второй по частоте темой был электоральный процесс, в том числе сюжеты о деятельности Центральной избирательной комиссии (ЦИК), за которыми следуют сюжеты о социальных проблемах, из области экономики, внешних связей, культуры и развлечений. Как правило, эти темы были косвенного электорального характера, в которых речь шла о деятельности президента и президентуры, разных министерств и правительственных структур и др.

Наиболее разнообразная тематика была на телеканалах «Moldova 1» (политика, электоральный процесс, экономика, неподкупность, диаспора, пресса и др.), «Jurnal TV» (политика, электоральный процесс, законодательство и Конституция, пресса, социальные проблемы, культура и развлечения и др.), «НТВ Молдова» и «Accent TV» (политика, социальные проблемы, электоральный процесс, внешние связи, экономика, пресса, образование, меньшинства).

Социальный плюрализм. Помимо политических субъектов и конкурентов на выборах, обозреваемые телеканалы прибегали к разным социальным источникам – на первом месте были граждане, за которыми следовали представители Центральной избирательной комиссии (ЦИК), местных органов публичного управления (МОПУ), дипломаты, иностранные наблюдатели, представители гражданского общества, местные и иностранные эксперты. Граждане чаще всего появлялись в новостях с элементами «Vox Populi», затрагивающих социальные и политические проблемы, а также в новостях о предвыборной кампании, в которых высказывали свои мнения об определенных конкурентах на выборах по одномандатным округам.

Самые разнообразные социальные источники использовали «Pro TV» (граждане, ЦИК, полиция/армия, должностные лица из правительства, МОПУ, пресса) и «Accent TV» (граждане, иностранные дипломаты/наблюдатели, ЦИК, должностные лица из правительства, МОПУ, эксперты).

Социальные источники и субъекты, цитируемые или упоминаемые в новостях, передачах, дебатах. 12 телеканалов /ТОП 10

Источники и субъекты	Частота
Граждане	998
Центральная избирательная комиссия	129
Иностранные дипломаты, официальные лица и наблюдатели	93
Эксперты (иностранные и местные)	67
Местные органы публичного управления	58
Должностные лица из правительства	57
Полиция/армия	41
Гражданское общество - НПО	37
Бизнес	32
СМИ	32
Судьи, адвокаты	24
Инициативные группы	3
Профсоюзы	1

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, были субъектами многих новостей и передач 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», 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 /ТОП 15

Источники и субъекты	Кандидат	Частота	Продолжительность появления, сек.	Продолжительность прямой речи, сек.
Демократическая партия Молдовы	Да	344	10231	7684
Партия социалистов	Да	280	8629	5709

Республики Молдова				
Избирательный блок «АСУМ»	Да	209	8781	6936
Политическая партия «Шор»	Да	107	3489	2506
Либеральная партия «Наша партия»	Да	101	3014	2455
«Наша партия»	Да	55	3835	3572
Партия коммунистов Республики Молдова	Да	51	2386	2010
Партия регионов Молдовы	Да	33	4470	4274
Партия «Демократия - дома»	Да	29	3570	3395
Народное движение «Антимафия»	Да	26	1378	1075
Политическая партия «Воля народа»	Да	15	3313	3288
Движение профессионалов «Speranța - Надежда»	Да	15	4002	3973
Зеленая экологическая партия	Да	11	985	951
Национал-либеральная партия	Да	9	699	660
Политическая партия «Patria» («Родина»)	Да	7	29	0

Из числа кандидатов, зарегистрированных в избирательной гонке по одномандатным округам, самыми медиатизируемыми были Владимир Плахотнюк (аффилированный ДПМ), Илан Шор (Политическая партия «Шор»), Влад Бэтрынча (ПСРМ), за которыми следуют Павел Филип (ДПМ), Валерий Мунтяну (Блок «АСУМ») и Кэлин Виеру (независимый кандидат). В нижеприведенной таблице представлены кандидаты, у которых в общей сложности было не менее 10 появлений.

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

Источники и субъекты	Политическая аффилированность	Частота	Объем появления, сек.	Продолжительность прямой речи, сек.
Плахотнюк Владимир	Демократическая партия Молдовы	36	1421	919
Шор Илан	Политическая партия «Шор»	17	283	68
Бэтрынча Влад	Партия социалистов Республики Молдова	16	671	508
Филип Павел	Демократическая партия Молдовы	14	380	218
Мунтяну Валерий	Избирательный	14	495	221

	блок «АСУМ»			
Виеру Кэлин	Независимый	14	562	537
Стратулат Михаил	Демократическая партия Молдовы	11	263	250
Бабук Моника	Демократическая партия Молдовы	11	262	230
Русу Родика	Политическая партия «Шор»	11	323	230
Цуцу Константин	Демократическая партия Молдовы	11	163	97
Нэстасе Андрей	Избирательный блок «АСУМ»	10	190	31
Грозав Георгий	Независимый	10	250	219
Гилецкий Валерий	Независимый	10	260	185

Частота появления в дебатах конкурентов на выборах по одномандатным округам /12 телеканалов/. В таблицу включены конкуренты с минимум двумя появлениями

Источники и субъекты	Политическая аффилированность	Частота	Объем появления, сек.	Продолжительность прямой речи, сек.
Гагауз Федор	Партия социалистов Республики Молдова	3	2100	1800
Вербицкий Руслан	Избирательный блок «АСУМ»	2	1320	1320
Гузнак Валентин	Демократическая партия Молдовы	2	425	420
Кузнецов Юрий	Политическая партия «Шор»	2	1320	1320
Лебединский Адриан	Партия социалистов Республики Молдова	2	1320	1320
Крецу Илья	Либеральная партия	2	1320	1320
Новак Григорий	Партия социалистов Республики Молдова	2	1320	1320
Кырлиг Михаил	Независимый	2	1320	1320
Херца Вероника	Либеральная партия	2	1320	1320
Валентин Долганюк	Независимый	2	1320	1320
Лейчу Георгий	Независимый	2	1400	1200
Бурджуа Петр	Партия социалистов Республики Молдова	2	1320	1320
Грицко Игорь	Партия коммунистов Республики Молдова	2	1320	1320
Перчун Дан	Избирательный	2	1320	1320

	блок «АСУМ»			
Николаеску-Онофрей Лиана	Избирательный блок «АСУМ»	2	1320	1320

Частота появления в дебатах конкурентов на выборах по общенациональному округу/12 телеканалов

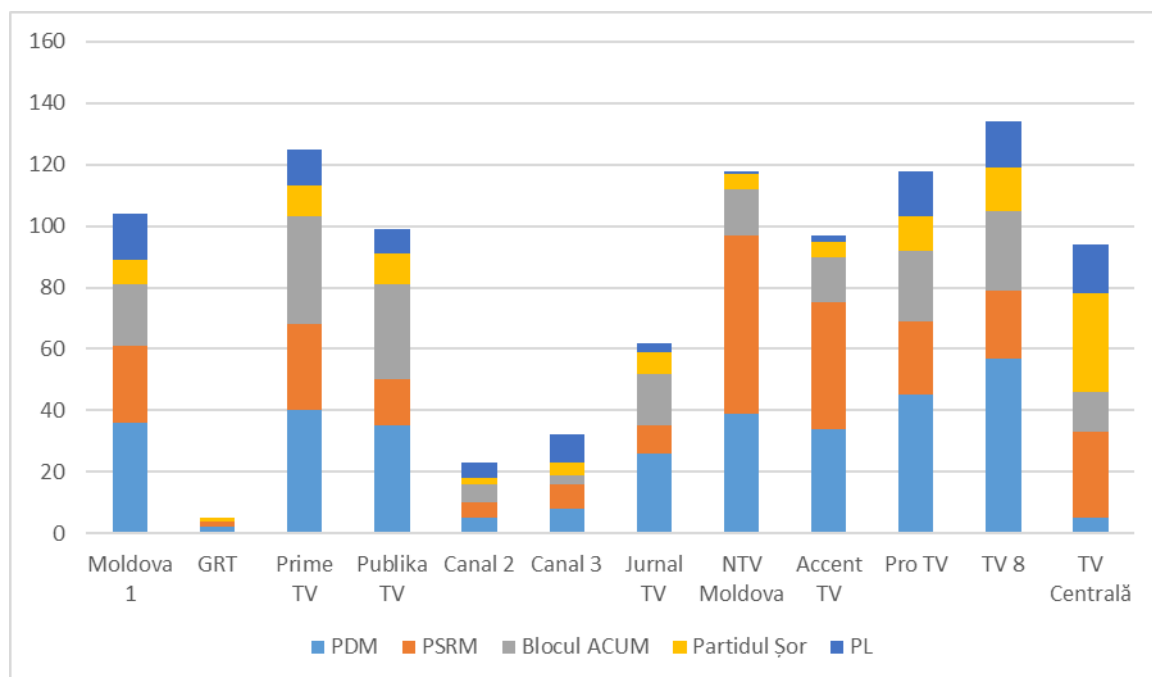
Источники и субъекты	Кандидат	Частота	Продолжительность появления, сек.	Продолжительность прямой речи, сек.
Демократическая партия Молдовы	Да	9	4181	4085
Движение профессионалов «Speranța - Надежда»	Да	8	3943	3938
Политическая партия «Воля народа»	Да	8	3236	3235
Партия «Демократия - дома»	Да	7	2994	2988
Партия коммунистов Республики Молдова	Да	6	1195	1080
Политическая партия «Шор»	Да	4	1805	1800
Либеральная партия	Да	3	1505	1500
Партия социалистов Республики Молдова	Да	3	1505	1500
Народное движение «Антимафия»	Да	2	600	600
Партия регионов Молдовы	Да	2	900	900
Зеленая экологическая партия	Да	2	900	900
«Наша партия»	Да	1	600	600
Национал-либеральная партия	Да	1	600	600
Избирательный блок «АСУМ»	Да	1	600	600

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

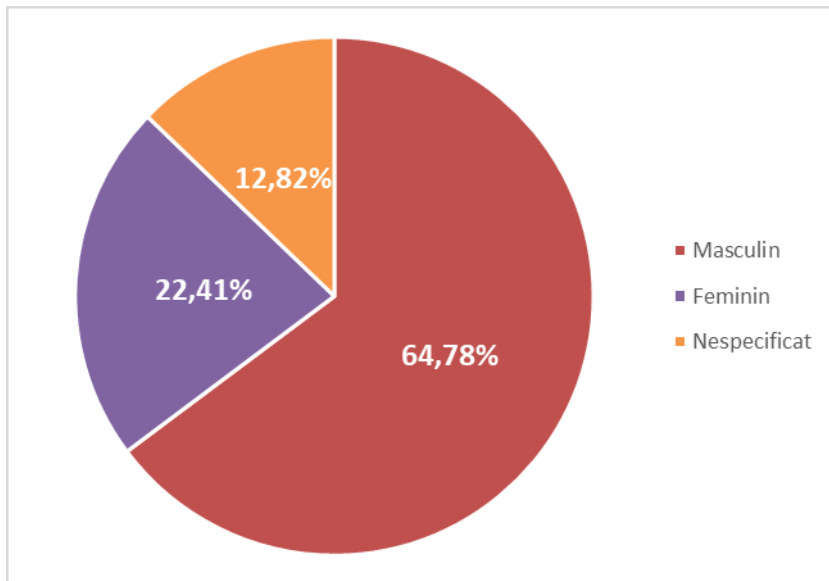
Источники и субъекты	Кандидат	Частота	Продолжительность появления, сек.	Продолжительность прямой речи, сек.
Президент, президентура	Нет	372	24201	13984
Министры	Нет	169	1965	1060
Парламент	Нет	61	842	543

Частота освещения политических партий по телеканалам/Общенациональный округ/ТОР 5



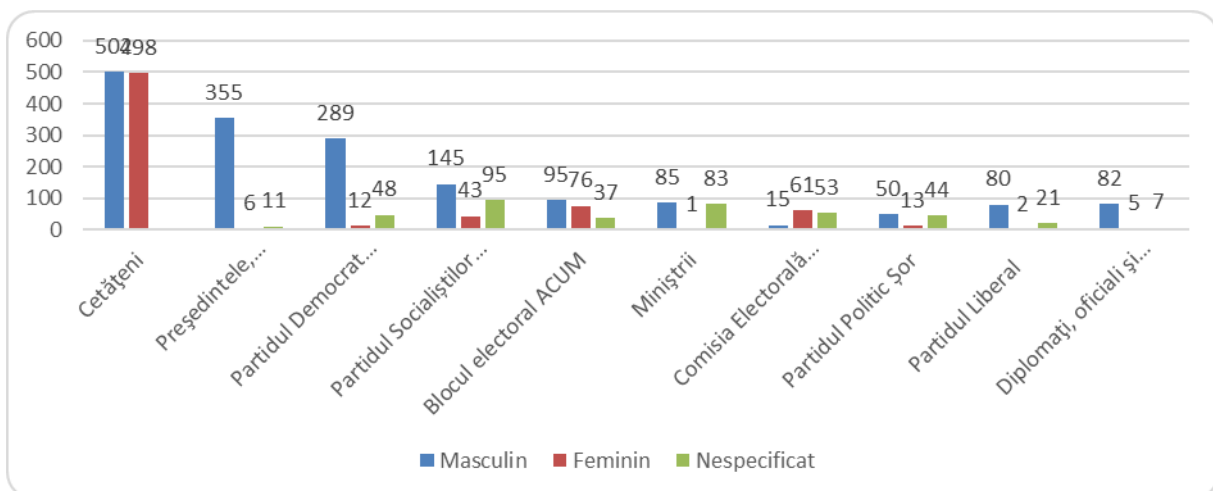
Гендерное равновесие. Большинство проанализированных материалов по-прежнему остались неуравновешенными с точки зрения гендерного соотношения. Значительная часть источников и субъектов, цитируемых или упоминаемых обозреваемыми 12 телеканалами, были мужского пола – 64,7%, в то время как источники женского пола составили 22,4%. Единственные категории источников/субъектов, по которым было обеспечено гендерное равновесие, это «Граждане» и «ЦИК». В материалах с появлением представителей этих категорий цитировалось больше женщин, чем мужчин. Также, относительно высокое количество субъектов/источников женщин зарегистрировано из числа представителей Избирательного блока «ACUM», за которым следует Партия социалистов Республики Молдова. Следует отметить, что доля источников женского пола из категории «Граждане» составляет 54% от общего количества источников-женщин.

Доля источников и субъектов с точки зрения гендерного аспекта



Большинство подвергнутых мониторингу телеканалов прибегали к источникам-мужчинам, когда интересовались мнением представителей категорий социальных источников. Доля цитируемых/упоминаемых женщин из категории членов партий/конкурентов на выборах была незначительной, за небольшими исключениями.

Самый хороший показатель по разделу гендерного равновесия зарегистрирован на телеканалах «Jurnal TV» – 37%, «Canal 2» – 29%, «НТВ Молдова» – 25%, «Canal 3» – 24%.

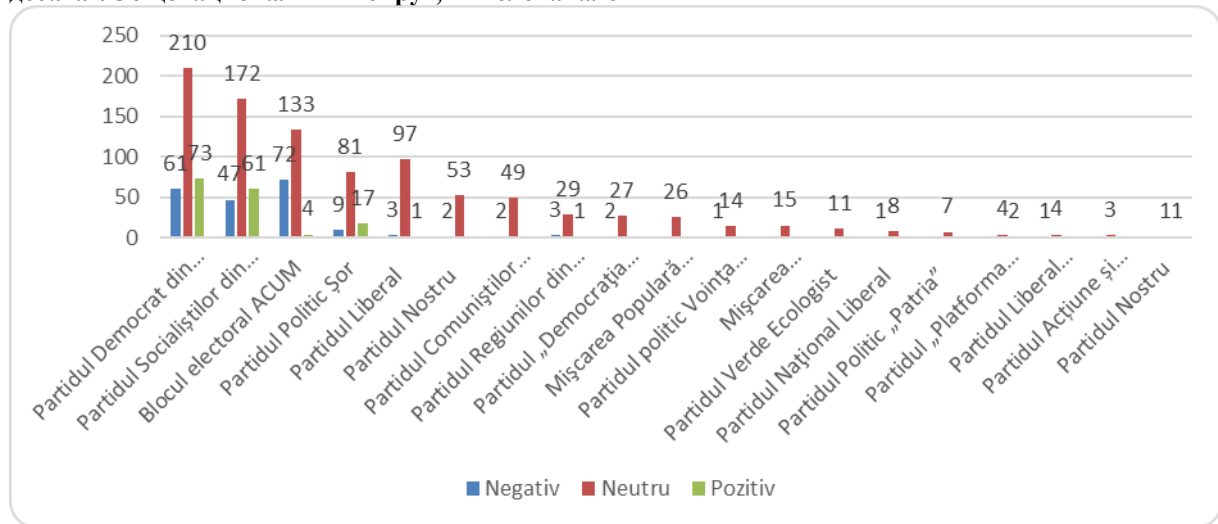


Тональность освещения конкурентов на выборах/Общие данные, 12 телеканалов. В большинстве случаев позитивно освещались электоральные конкуренты по общенациональному округу ДПМ, за которыми следуют ПСРМ и Политическая партия «Шор». Электоральные конкуренты по одномандатным округам, аффилированные этим партиям, также были субъектами большинства материалов с позитивной тональностью. Блок «АСУМ» появлялся в самом большом количестве материалов с негативной тональностью, за ним следуют ДПМ, ПСРМ и Партия «Шор». Из числа конкурентов по одномандатным округам больше всего появлений в материалах с позитивной тональностью было у Владимира Плахотнюка (аффилированный ДПМ), Михаила Стратулата (ДПМ), Влада Бэтрынча (ПСРМ), Павла Филипа (ДПМ), Моники Бабуц

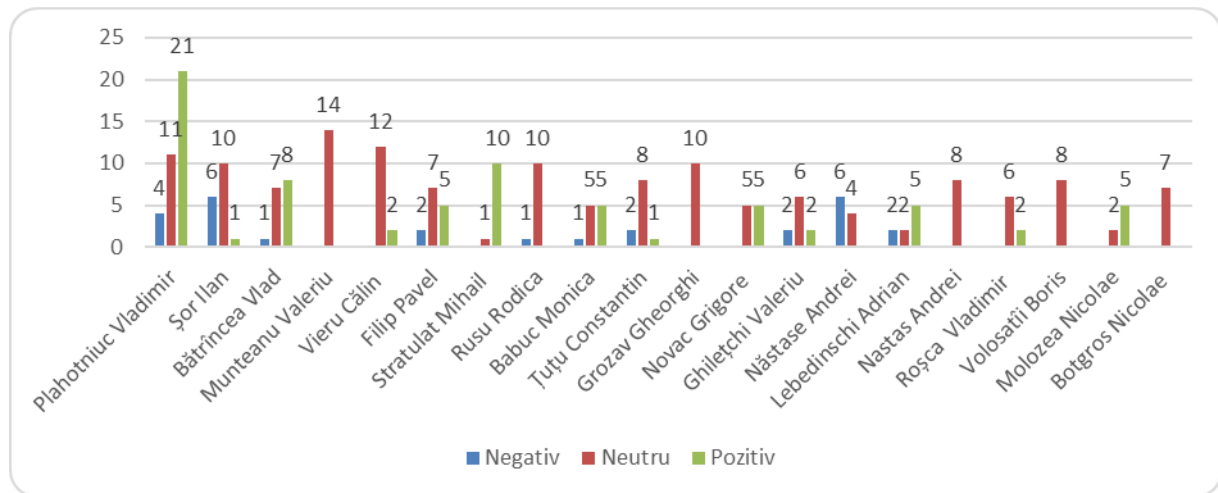
(ДПМ), Григория Новака (ПСРМ), Адриана Лебединского (ДПМ). Тональность освещения Андрея Нэстасе была преимущественно негативной, а Илана Шора – преимущественно нейтральной, но и негативной.

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

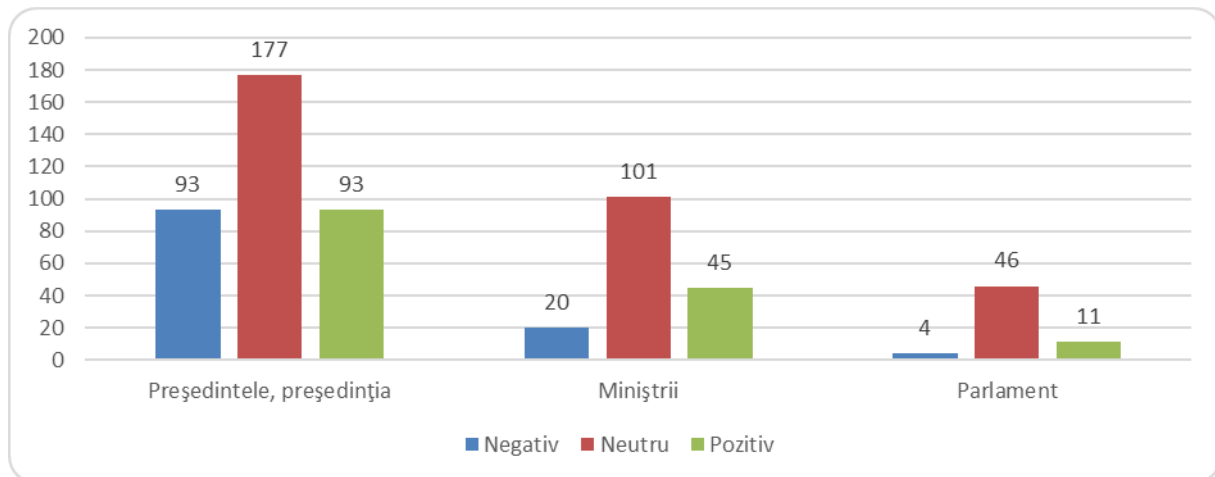
Тональность освещения конкурентов на выборах в новостях, передачах, дебатах/Общенациональный округ, 12 телеканалов



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

В интервале 9-16 февраля 2019 года поведение национального общественного телеканала «Moldova 1» было сбалансированным - эфирное пространство предоставлялось как конкурентам на выборах по общенациональному округу, так и кандидатам по одномандатным округам. Тональность их освещения была абсолютно нейтральной (подробнее – в Приложении 1).

В выпуске новостей на русском языке Регионального общественного телеканала «GRT» было мало материалов, релевантных для данного мониторинга, и без какой-либо явной тенденции благоприятствования или неблагоприятствования определенным политическим субъектам. В передачах регионального общественного телеканала прослеживалась тенденция на освещение в благоприятном ключе независимого кандидата Николая Дудогло.

Частные вещатели с национальным покрытием «Prime TV» и «Publika TV» освещали избирательную кампанию аналогичным образом. Чаще всего доступ к этим телеканалам имели представители ДПМ и кандидаты по одномандатным округам, аффилированные этой партии, тональность освещения которых была преимущественно позитивной. «Prime TV» выпустил также большое количество материалов с появлением представителей правительства, включая премьер-министра Павла Филипа, тональность освещения которых была позитивной, и президента Игоря Додона, тональность освещения которого была преимущественно негативной.

Частные вещатели с национальным покрытием «Canal 2» и «Canal 3» освещали избирательную кампанию поверхностно, предоставив относительно равное пространство ряду электоральных конкурентов по общенациональному округу. Из числа конкурентов по одномандатным округам больше всего появлений было у конкурентов, аффилированных ДПМ. Этой партии благоприятствовало также появление в новостях и передачах членов правительства.

Отношение к представителям Избирательного блока «ACUM» и аффилированным этому блоку кандидатам по одномандатным округам на телеканалах «Prime TV»,

«Publika TV», «Canal 2» и «Canal 3» в большинстве случаев было негативным. Тональность освещения ПСРМ и президента Игоря Додона была и негативной, и нейтральной.

Частные телеканалы «НТВ Молдова» и «Accent TV» освещали преимущественно представителей ПСРМ и аффилированных этой партии электоральных конкурентов по одномандатным округам, а также президента Игоря Додона. Тональность освещения была чаще всего позитивной. ПСРМ благоприятствовало массивное появление президента Игоря Додона в новостях и передачах (по частоте и продолжительности). ДПМ и Партия «Шор» освещались больше в негативной тональности, но и нейтрально.

Частные вещатели «Pro TV» и «TV 8» 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.

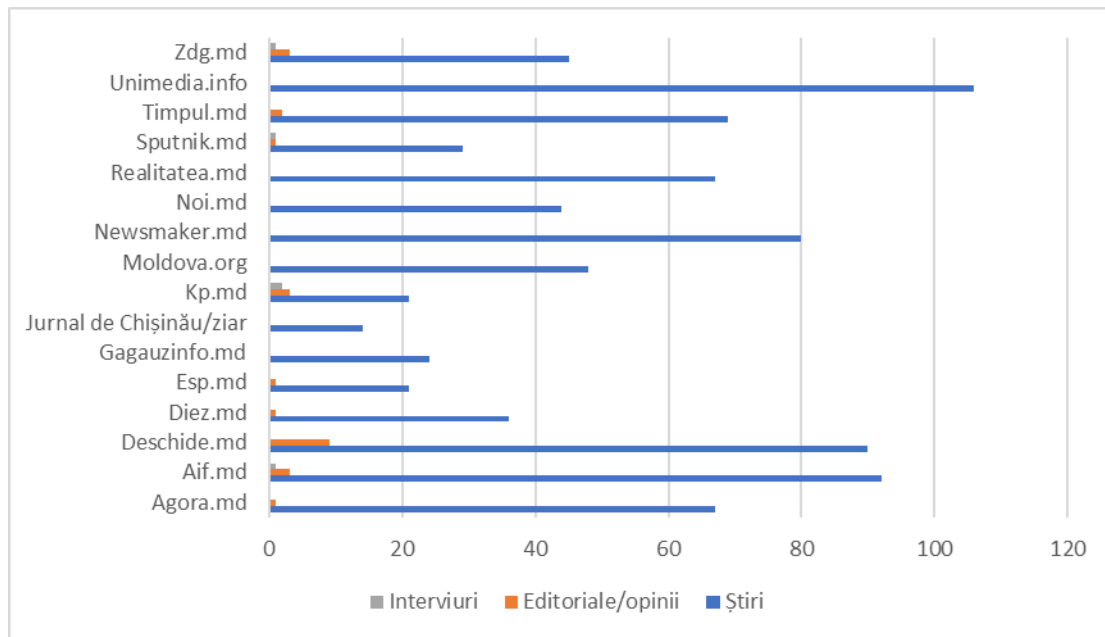
«Jurnal TV» освещал преимущественно конкурентов на выборах, проводивших разные электоральные мероприятия, а тональность освещения политических субъектов в новостях была большей частью нейтральной. В передачах, выпущенных телеканалом «Jurnal TV», тональность освещения представителей ДПМ и Партии «Шор» была нейтральной и негативной.

Телеканал «Центральное телевидение» предоставил больше эфирного пространства 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 большей частью нейтральной, но и негативной.

2.2 ВЕБ-ПОРТАЛЫ И ПЕЧАТНАЯ ПРЕССА

Частота освещения. В период 9-16 февраля 2019 года 16 онлайн-порталов и газет, подвергнутых мониторингу, опубликовали в общей сложности 882 материала прямого или косвенного электорального характера, в том числе 850 новостей, 27 редакционных или других статей с изложением мнений и 5 интервью, которые прямо или косвенно затрагивали избирательную кампанию по парламентским выборам 2019 года. Некоторые новости сопровождалась видеорядом. Общий объем материалов, релевантных для настоящего мониторинга, составил 2.067.678 знаков и 295.431 секунд видеоматериалов (около 82 часов). Как и в предыдущий период мониторинга, больше всего журналистских материалов, релевантных для настоящего мониторинга, опубликовали порталы **Unimedia.info** (106), **Deschide.md** (99) и **Aif.md** (96), а самое скромное освещение избирательной кампании на сей раз было на региональных порталах **Esp.md** (22 материала), **Gagauzinfo.md** (24) и **Kp.md** (26 материалов). Газета «**Jurnal de Chişinău**» опубликовала за отчетный период 14 статей по тематике избирательной кампании.

Частота релевантных материалов, по веб-порталам/газетам



Тематическое разнообразие. В целом, в отчетный период больше всего материалов было о политической деятельности и электоральном процессе, реже затрагивались в электоральном контексте темы внешних связей или социальные проблемы, очень редко – ситуация в экономике страны или борьба с коррупцией. Большинство подвергнутых мониторингу порталов и газет активно освещали ход избирательной кампании, сообщая об организованных электоральными конкурентами мероприятиях, об их заявлениях/поданных жалобах/протестах, решениях, принятых Центральной избирательной комиссией, широко представляли результаты опросов об электоральных предпочтениях избирателей, обмен репликами между кандидатами в рамках телевизионных дебатов или других публичных появлений и др. Несколько порталов опубликовали аналитические статьи, собственные журналистские расследования и детальные профили кандидатов на должность депутата или заимствовали таковые от других медиаисточников. Несколько тем были в центре внимания большинства медийных учреждений, а именно сюжет о молдавских пилотах, освобожденных из плена в Афганистане и находящихся в Москве, открытие избирательных участков в США в резиденциях баптистских общин и возможная причастность к принятию такого решения независимого кандидата Валерия Гилецкого. Некоторые порталы продолжили свой креативный подход к освещению избирательной кампании – проводили электоральные дебаты, публиковали подкасты, электоральные тесты. В то же время, есть и порталы, которые самоотстраняются от освещения кампании, предпочитая сообщать об электоральных мероприятиях выборочно и поверхностно. Немногие мониторируемые медийные учреждения занимаются комплексным освещением выборов, очень мало и материалов по электоральному просвещению.

Социальный плюрализм. Социальный плюрализм в онлайн-овой и печатной прессе – относительный, а «голос» граждан в опубликованных материалах был довольно редким и селективным. В отчетный период, обозреваемые веб-порталы и газеты для документирования материалов прибегли, помимо политических деятелей и конкурентов на выборах, и к 1114 источникам и субъектам из других категорий. Чаще всего речь шла о других СМИ, гражданах, представителях Центральной избирательной комиссии, иностранных официальных лицах и наблюдателях, должностных лицах из

разных правительственных агентств и представителях гражданского общества (смотри таблицу).

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

Источники и субъекты	Частота, количество.
СМИ	292
Граждане	212
Центральная избирательная комиссия	159
Дипломаты, иностранные официальные лица и наблюдатели	121
Должностные лица из правительства	90
Гражданское общество - НПО	65
Эксперты (иностраные и местные)	45
Судьи, адвокаты	41
Бизнес	30
Местные органы публичного управления	26
Полиция/армия	17
Инициативные группы	14
Церковь	2

Политический плюрализм. Обозреваемые веб-порталы и газеты в общей сложности прибегли к 2530 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.

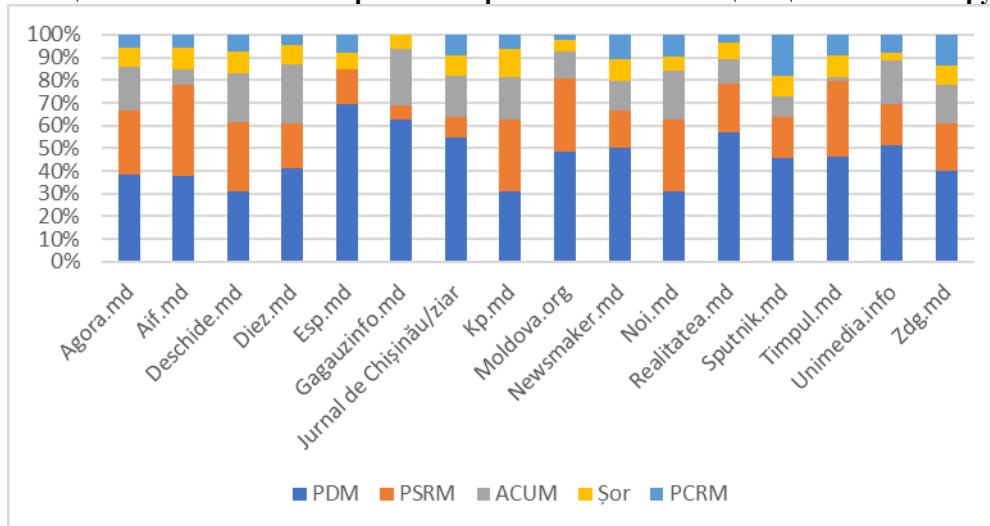
По частоте и продолжительности появления (цитирование/прямая речь), самыми освещаемыми конкурентами на выборах по общенациональному округу были Демократическая партия, за которой, на определенном расстоянии, следуют Партия социалистов, Избирательный блок «АСУМ», Партия коммунистов, Партия «Шор», Либеральная партия и «Наша партия». Количество появлений Избирательного блока «АСУМ» было втрое меньше, чем Демократической партии, а продолжительность появления и прямой речи была вдвое меньше. Демократическая партия была наиболее освещаемой по количеству появлений в 13 из 16 обозреваемых медийных учреждений, Партия социалистов – в одном, а в двух других медийных источниках количество появлений ДПМ и ПСРМ было одинаковым.

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

Источники и субъекты	Частота, количество.	Продолжительность появления, в знаках	Продолжительность прямой речи, в знаках
Демократическая партия Молдовы	369	223157	27117
Партия социалистов Республики Молдова	230	155129	26537
Избирательный блок «АСУМ»	136	111549	13848
Партия коммунистов Республики Молдова	72	31366	6822
Политическая партия «Шор»	76	29072	344
Либеральная партия	64	27264	3578
«Наша партия»	58	34311	11919

Партия регионов Молдовы	14	5420	2186
Партия «Демократия - дома»	14	2900	370
Национал-либеральная партия	12	4248	1634

Частота освещения политических партий по порталам/газетам/Общенациональный округ/ТОР 5



В материалах, опубликованных на порталах и в газетах, подвергнутых мониторингу, фигурировали в общей сложности 281 кандидат, зарегистрированный в избирательной гонке по одномандатным округам (932 раза), одни были источниками или субъектами чаще, другие только упоминались. По частоте появлений, предоставленной общей площади и площади для цитат/прямой речи, самыми освещаемыми были Владимир Плахотнюк/ДПМ, Майя Санду/«АСУМ», Илан Шор/Партия «Шор» и Андрей Нэстасе/«АСУМ» (смотри таблицу; включены кандидаты, упомянутые не менее 5 раз).

Частота и продолжительность появления конкурентов на выборах по одномандатным округам/16 СМИ

Источники и субъекты	Частота, количеств о.	Продолжительнос ть появления, в знаках	Продолжительнос ть прямой речи, в знаках
Плахотнюк Владимир	47	44215	5673
Санду Майя	39	30254	8822
Шор Илан	32	20042	2298
Нэстасе Андрей	28	32338	8489
Савва Виорел	13	25887	12707
Киртоакэ Дорин	13	10121	2269
Габурич Кирилл	12	9569	336
Цуцу Константин	11	22929	8723
Гилецкий Валерий	11	15416	3464
Бэтрынча Влад	11	7556	3225
Мунтяну Валерий	11	6285	1019
Филип Павел	11	7242	310
Патрон Александрин	6	20106	2776
Чеботареску Дмитрий	9	5072	999

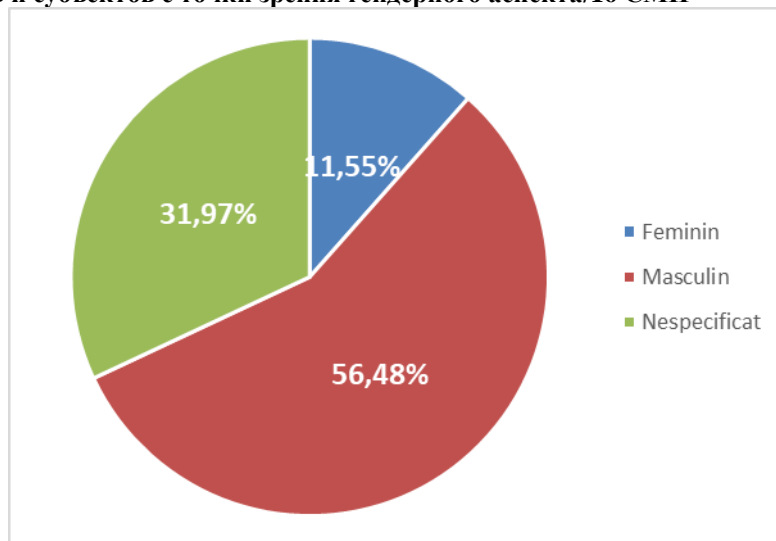
Ботгрос Николай	8	14068	9335
Черба Валерий	4	13643	11743
Дудогло Николай	8	3998	149
Виеру Кэлин	8	7423	2384
Лебединский Адриан	7	9065	1871
Русу Родика	7	8227	1876
Репещук Григорий	7	8829	70
Тергуцэ Ион	7	5064	1321
Гречанная Зинаида	7	5613	760
Гросу Игорь	7	4025	378
Маноле Домника	7	2456	0
Стратулат Михаил	5	8533	188
Спэтару Арина	6	3019	2105
Ботнарь Александр	6	4942	0
Грицко Елена	5	3460	2815
Волосатый Борис	5	3114	2077
Новак Григорий	6	3940	593
Перчун Дан	6	4333	355
Одинцов Александр	5	2758	762
Бабук Моника	5	3861	230
Моцпан Кирилл	5	3176	100
Сэу Виктор	5	3264	5
Болбочану Зинаида	5	2087	130
НигаЙ Вячеслав	6	1649	0
Балан Георгий	5	2508	100
Брынзэ Александр	5	2455	0
Вартанян Гаик	5	1217	990
Рубцов Сергей	5	1069	271
Кучук Олег	5	1861	0
Николаеску-Онофрей Лилиана	5	1727	0
Заремба Анатолий	5	1630	0
Боештян Константин	5	1231	0
Амаев Саид-Мухмат	5	1063	0
Алайба Дмитрий	6	842	0
Кроитор Артур	5	1002	0

Из числа источников и субъектов высшего ранга из государственных структур, Президент Республики Молдова Игорь Додон, который в восприятии общественности ассоциируется с Партией социалистов и часто озвучивает месседжи, прямо или косвенно благоприятствующие данному конкуренту на выборах, был самым цитируемым высокопоставленным чиновником (354 раза) и с самым большим объемом выделенной площади для представления и цитирования/прямой речи.

Гендерное равновесие. Гендерный дисбаланс источников и субъектов по-прежнему остается выраженным. Так, в общей сложности на обозреваемых 16 порталах и в

газетах 56,48% источников и субъектов были мужского пола и только 11,55% - женского. Почти в трети материалов, релевантных для настоящего мониторинга, пол источников не был обозначен (смотри диаграмму). Самый хорошее соотношение между источниками-мужчинами и источниками-женщинами в этот период было на порталах **Esp.md**, **Agora.md** и **Zdg.md** (в среднем, на 3,5 источника мужского пола приходился один источник женского пола), самое скромное – на портале **Sputnik.md** (один источник женского пола на 12,5 источников мужского пола).

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

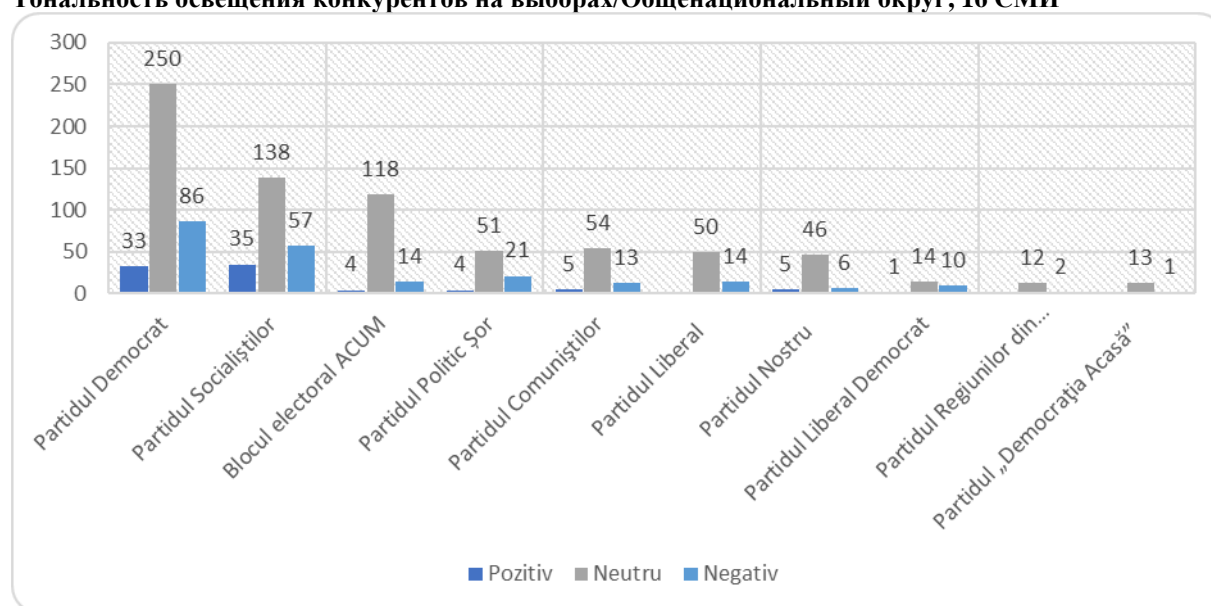


В отчетный период, Демократическая партия, Партия социалистов и Избирательный блок «АСУМ» остались самыми медиатизируемыми конкурентами на выборах по общенациональному округу, тональность освещения которых в целом по всем 16 обозреваемым порталам и газетам в подавляющем большинстве случаев была нейтральной. За ними следуют Партия «Шор», Партия коммунистов, Либеральная партия и «Наша партия», с сопоставимым количеством преимущественно нейтральных появлений. Чаще всего в негативном контексте были представлены Демократическая партия и Партия социалистов, однако у этих же электоральных конкурентов было и больше всего появлений в позитивном контексте.

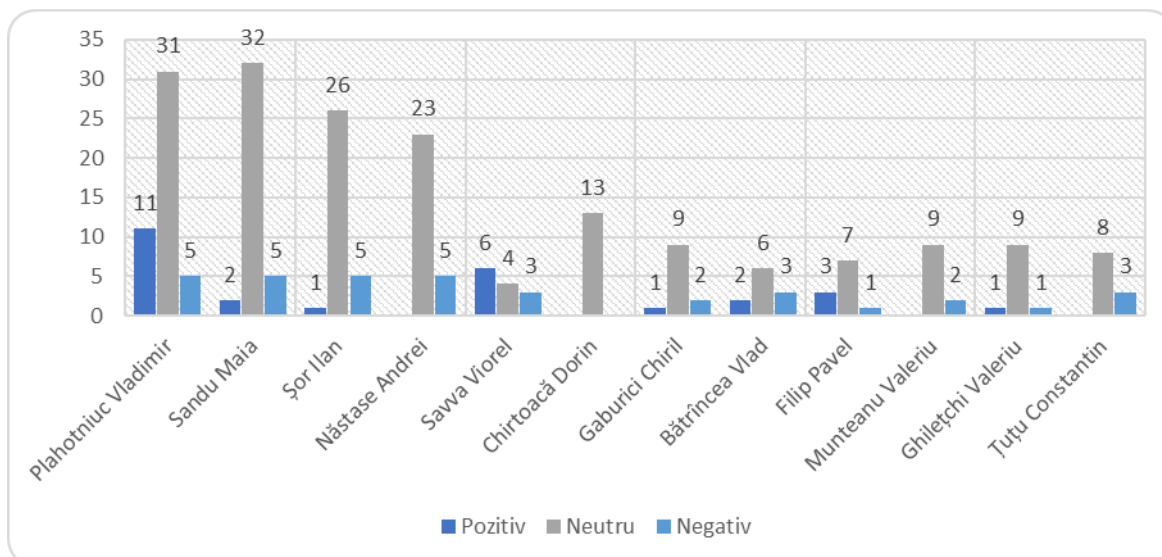
Из числа кандидатов по одномандатным округам, Владимир Плахотнюк/ДПМ, Майя Санду/«АСУМ», Илан Шор/Партия «Шор» и Андрей Нэстасе//«АСУМ» были самыми освещаемыми, в разном контексте и с разной тональностью, преимущественно

нейтральной. В целом по всем 16 подвергнутых мониторингу СМИ, больше всего появлений в позитивной тональности было у Владимира Плахотнюка, за которым, на внушительном расстоянии, следует независимый кандидат Виорел Савва. Самое большое количество появлений в негативной тональности «набрали» Владимир Плахотнюк, Майя Санду, Илан Шор и Андрей Нэстасе (по 5 каждый).

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 предпоследней неделе избирательной кампании проявились следующие общие тенденции. С одной стороны, некоторые порталы стараются представлять электоральные мероприятия/события, конкурентов по общенациональному округу и по одномандатным округам уравновешенно и нейтрально, без селективного и пристрастного подхода. Несколько порталов в целом отличаются сбалансированным подходом, тем не менее проявляют все же определенную симпатию к некоторым конкурентам, которых пытаются завуалировано продвигать. С другой стороны, есть порталы, которые не скрывают своих политических предпочтений и очень активно их продвигают, одновременно дискредитируя политических оппонентов своих излюбленных кандидатов. 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 по общенациональному и одномандатным округам.

Большим количеством нейтральных и позитивных новостей об Игоре Додоне, ПСРМ и некоторых кандидатах этой партии, портал **Aif.md** явно благоприютствовал ПСРМ. В то же время, ДПМ и ее кандидатов портал почти каждый раз представлял в негативном ключе, в критических материалах, без предоставления права на реплику. То же самое, но в меньшем объеме, можно сказать и о Партии «Шор».

Портал **Deschide.md** представлял Игоря Додона и ПСРМ преимущественно в негативной тональности, неблагоприятствуя им своей издательской политикой. В то же время, независимого кандидата по округу № 51 США-Канада Виорела Савву портал представлял в позитивном ключе и с выделением большого пространства для продвижения, включая прямое цитирование.

Портала **Diez.md** сохранил преимущественно нейтральный издательский подход к освещению большинства конкурентов на выборах, в меньшей мере – к освещению

Демократической партии, которая в отчетный период в негативной тональности представлялась чаще, чем в нейтральной.

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

Комратский портал **Gagauzinfo.md** тоже освещал избирательную кампанию в региональном масштабе, а тональность новостей чаще всего была нейтральной. Независимый кандидат Николай Дудогло, о котором ранее утверждалось, что он якобы аффилирован ДПМ, по-прежнему самый медиатизируемый электоральный конкурент, в отношении которого отмечается слегка неблагоприятная тональность освещения.

Газета «**Jurnal de Chişinău**» освещала в позитивной или нейтральной тональности представителей и кандидатов Избирательного блока «АСУМ», в то время как ДПМ представляла как в негативном, так и нейтральном ключе.

Портал **Kp.md** продолжил благоприятствовать издательской политикой ПСРМ и президенту Игорю Додону, которые были представлены на большой площади и как правило в позитивной тональности. Либеральная партия, напротив, была представлена только в негативной тональности. Неблагоприятной была политика портала и в отношении кандидатов Избирательного блока «АСУМ», особенно Майи Санду, которые появлялись в материалах с нападками на личность и навешиванием ярлыков, без предоставления права на реплику. ДПМ была представлена негативно и нейтрально, в равной мере.

Портал **Moldova.org** сохранил общую нейтральную тональность освещения в большей части опубликованных материалов, касающихся выборов и электоральных конкурентов. В то же время, портал не осветил возникший скандал в связи с решением властей открыть избирательные участки в США в баптистских церквях и возможной причастностью к принятию этого решения независимого кандидата Валерия Гилецкого.

Портал **Newsmaker.md** сохранил общую нейтральную тональность освещения в большинстве материалов, касающихся избирательной кампании и конкурентов на выборах.

Портал **Noi.md** опубликовал большое количество новостей о деятельности Игоря Додона, в целом в нейтральной тональности. В текстах прослеживается легкое благоприятствование Партии социалистов. Часть электоральных материалов, опубликованных в отчетный период, портал заимствовал с других сайтов, а их тональность была в целом нейтральной.

Портал **Realitatea.md** освещал события, связанные с избирательной кампанией, в целом нейтрально, с легким благоприятствованием ДПМ, как количеством опубликованных новостей, так и позитивной тональностью.

Портал **Sputnik.md** продолжает выделять большое пространство событиям, в которых участвовал Игорь Додон, которого представляет в позитивной тональности, косвенно

благоприятствуя ПСРМ. В то же время, портал уклонился от медиатизации ряда важных сюжетов электорального характера, в частности тех, которые выставляли в неблагоприятном свете ДПМ.

Портал **Timpul.md** продолжил интенсивно благоприятствовать Демократической партии и ее кандидатам Владимиру Плахотнюку и Павлу Филипу. 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, а порой издевательской тональности.

Абсолютное большинство новостей электорального характера, опубликованных порталом **Unimedia.info** в отчетный период, представляли конкурентов на выборах в нейтральной тональности.

Портал **Zdg.md** сохранил издательский нейтралитет в новостях, однако авторы материалов с изложением мнений и редакционных статей представляли политиков в общем в негативной тональности, тем самым в некоторой мере неблагоприятствовали им.

Полный вариант отчетов о мониторинге на румынском языке опубликован на веб-страницах: www.alegeliber.md, www.api.md, www.media-azi.md