САНКТ-ПЕТЕРБУРГСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ

Институт «Высшая школа журналистики и массовых коммуникаций»

*На правах рукописи*

**ГРУШЕЦКАЯ Светлана Станиславовна**

**Журналистика Республики Молдова в постсоветский период**

ВЫПУСКНАЯ КВАЛИФИКАЦИОННАЯ РАБОТА

по направлению «Журналистика»

(научно-исследовательская работа)

Научный руководитель –

доктор политических наук,

профессор Лабуш Николай Сергеевич

Кафедра международной журналистики

Очная форма обучения

Вх. №\_\_\_\_\_\_от\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

Секретарь \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

Санкт-Петербург

2018

**Содержание**

ВВЕДЕНИЕ

Глава 1. СМИ МОЛДОВЫ В ПОСТСОВЕТСКИЙ ПЕРИОД. ВЛИЯНИЕ ЖУРНАЛИСТИКИ НА МАССОВУЮ АУДИТОРИЮ

* 1. История Молдовы. Особенности социально-экономического устройства
  2. Медиасистема Молдовы
  3. Психологические приёмы воздействия СМИ на массовую аудиторию
  4. Роль заголовка как квинтэссенции смысла всей статьи

Глава 2. ЖУРНАЛИСТИКА МОЛДОВЫ. КОНТЕНТ-АНАЛИЗ ГАЗЕТ

2.1. Анализ газеты «Социалисты»

2.2. Анализ газеты «Timpul»

2.3. Анализ газеты «Gagauzinfo.MD»

2.4. Сравнительный анализ. Вывод

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

**Введение**

Вот уже 27 лет как Республика Молдова стала независимым суверенным государством. Это срок, достаточный для отказа от старых традиций и взращивания поколения с абсолютно новым менталитетом. Но гораздо страшнее тот факт, что даже пяти лет оказалось достаточно, чтобы полностью переписать учебники и возвести новую трактовку новейшей истории в ранг абсолютной истины. Подрастающее поколение должно принимать как данность эту новую историю, в которой страницы, посвящённые общему прошлому Молдавии и России, – это лишь описание репрессий и голода, организованного советской властью, когда «угнетённые молдаване» вынуждены были принять русские традиции и русский язык.

Причина этого прижившегося суждения – пропаганда и массовая методичная обработка населения, вбросы «нужной» информации, организованные властью. И кто как не работники СМИ лучше всего подходят на роль исполнителей воли правительства, разносчиков новостей и контролёров ситуации? О многом говорит тот факт, что в стране не существует СМИ политически не окрашенных, которые бы объективно и непредвзято оценивали ходы, совершаемые властью.

В настоящей выпускной квалификационной работе проведён комплексный анализ ведущих молдавских изданий, специализирующихся на политической тематике. Мы исследовали политические статьи в ведущих газетах страны, которые с точки зрения идеологической позиции чётко делятся на две категории: проевропейские и пророссийские. Интерес вызвал не столько факт деления на два лагеря, сколько образ «новой, современной Молдовы», где то самое поколение, рождённое после обретения независимости, выросло и заняло свою нишу в социальной системе страны. Это современный социум, не знающий середины между европейцами, куда автоматически относятся румыны, и русскими. Отсюда проблема идентичности. Раньше местный житель сказал бы о себе: «Я – советский человек», сейчас на данный вопрос можно услышать «я – молдаванин», если подчёркивается приверженность молдавской государственности и «я – румын», если респондент выступает за объединение с соседним государством Румынией.

Обретя долгожданную независимость в августе 1991 года, страна потеряла свою целостность, а народ – единство. Политический курс из года в год меняет направление в зависимости от позиции бизнесменов и олигархов, сменяющих друг друга и борющихсяза место в парламенте. То принимается решение в пользу Таможенного союза, то берётся курс на Запад. Современная ситуация ещё более подчеркнула неустойчивость и шаткость политической ориентации Молдовы. С приходом к власти Игоря Додона, выступающего за возобновление дружеских отношений с Российской Федерацией, началось открытое противостояние между позиционирующим себя пророссийским президентом и проевропейским парламентом.

Не секрет, что Молдова географически находится на постсоветском пространстве, которое традиционно считается зоной особых интересов России. Это значит, что любые внутри- и внешнеполитические события, процессы и тенденции тщательно изучаются и анализируются в Москве. В наши дни политический кризис в стране далёк от своего разрешения, напротив, противоречия всё больше усиливаются. Это обстоятельство обусловливает **актуальность** настоящей работы.

Среди исследователей тема недостаточно изучена, особенно через призму средств массовой информации. В этой связи мы будем ссылаться в основном на работы политологов и специалистов в экономической, социальной и психологической сфере, выявляя взаимосвязь между основными проблемами во внутренней политике Молдовы и их освещением в ведущих СМИ страны. Такой подход обеспечит **новизну** проводимого нами анализа.

Данная работа посвящена исследованию журналистских материалов, опубликованных в период правления президента Игоря Додона.

**Объектом** работы выступают СМИ Молдовы в постсоветский период.

**Предметом** являются заголовки газет «Социалисты», «Timpul» и «Gagauz.md».

**Хронологические рамки** с 2016 по 2018 г.

**Цель** работы – проанализировать освещение политической ситуации в публицистике Республики Молдовы после прихода к власти президента Игоря Додона.

Для достижения поставленной цели необходимо выполнить ряд **задач:**

1. Определить основные тематики молдавских газет;
2. Отследить направленность редакционной политики: за Россию или за Европу;
3. Зафиксировать при помощи сравнительного анализа сходства и различия исследуемых изданий;
4. Оценить долю использования исключительно молдавских терминов (таких как униря – объединение, мына Московей – рука Москвы);
5. Рассмотреть основные приёмы воздействия при написании статей с точки зрения социальной психологии и психологии журналистики;

**Теоретическую базу** составляют главным образом труды политологов, экономистов, социологов и психологов. Сведения о политической структуре Молдовы базируются на работе Цырди Б. и Чобану В. «Олигархическая Молдова», рецензенты: Чобану Ч., доктор экономики, Рябов А. доктор исторических наук, Шаймерден Г., доктор политических наук и др., социологические выводы основываются на работе Аникина В., Гражданское общество в Республике Молдова, а также официальных данных молдавского центра статистики Барометр общественного мнения. Экономические данные приведены из анализов помощника президента по экономическим вопросам Головатюка В., а также психологические установки молдавского общества формулируются исходя из работы Фуртуны Д. «Homo Agressivus».

Для осуществления поставленной цели используется метод контент-анализа, а в качестве исследуемого материала выбраны заголовки газет «Социалист», «Timpul» и «Gagauz.md». Заглавие статьи и иллюстрации – первое, что мы замечаем, открывая газету или журнал в печатном варианте или заходя на интернет-сайт. Заголовки чаще всего транслируют основную мысль, изложенную в тексте, выражают его главную идею, потому для изучения молдавской газетной периодики последних лет в качестве анализируемой базы был выбран именно заголовочный комплекс.

На материалах публикаций в прессе такой маленькой страны, как Республика Молдова, довольно удобно проводить исследование политических процессов и их освещение в СМИ. У власти находятся хорошо известные лица, они на виду, нетрудно установить, выходцами из какого села или города они являются. При желании можно узнать подробности их биографии – из-за маленькой географической протяжённости любой населённый пункт находится в 2-3-х часовой доступности. Саму республику можно сравнить с большой деревней, где все друг друга знают. В этой связи сравнительно легко установить взаимосвязь между результатом манипуляций СМИ и теми целями, которые ставят перед собой представители политических и бизнес-элит.

Структура работы определяется заявленными целями. В первой главе мы описываем теоретическую рамку работы – нам необходимо рассмотреть детально процессы, начавшиеся с момента провозглашения независимости Молдовы, определить характер этих процессов, показать, каким образом они породили нынешний кризис, а также выявить особенности нынешней медиасистемы страны. Вторая глава посвящена результатам эмпирического исследования. Здесь мы детально рассматриваем характер содержания статей каждой из выбранных газет, определяем политическую направленность редакций. В заключении формулируются основные выводы и подводится итог проделанному анализу.

**Глава 1. Молдова в постсоветский период. Влияние журналистики на массовую аудиторию**

* 1. **Молдова после обретения независимости: особенности социально-экономического развития**

Перед тем, как перейти непосредственно к описанию актуальной политической ситуации в стране и историческим данным, обозначим некоторые географические показатели.

Республика Молдова находится на Юго-востоке Европы, между Румынией и Украиной, в бассейне рек Прут и Днестр. Это территория с очень высоким уровнем антропогенного освоения природного пространства. Населённые пункты составляют всего около 10% национального пространства при высоких земельных ресурсах, чернозём покрывает около 80% площади страны.

Далее перейдём к рассмотрению особенностей национальной экономики. В её развитии в последние 27 лет можно выделить два основных этапа.

Первый этап – период кризиса с 1990-х по 2000-е годы. За это время Молдова потеряла 2/3 своего экономического потенциала. Разрушились целые сектора производства. По некоторым данным, «объемы производства ВВП и промышленной продукции сократились на 67%, сельскохозяйственной – на 56%, инвестиций в основной капитал – почти на 90%. Социальные издержки десятилетнего кризиса оказались еще выше. Около 200 тысяч человек (более 11%) потеряли работу, покупательная способность заработной платы снизилась на 75%, а среднемесячной пенсии – на 87%. За чертой бедности оказалось почти 70% граждан Молдовы».[[1]](#footnote-1)

Второй этап – с 2000 года по наши дни – ознаменовался подъёмом экономических показателей. Трижды за это время рост прерывался: в 2009 г. причиной послужило влияние мирового финансово-экономического кризиса, в 2012 г. сказались последствия засухи, а в 2015 г. из банковской системы Молдовы было украдено около 1 млрд. долл.

Тем не менее, рост зафиксирован, хотя устранить ущерб от экономического кризиса 1990-х годов до сих пор не удалось. Вместе с тем в последние годы повышалась уязвимость экономики. Во внешней торговле преобладает импорт и мало развит экспорт, за счёт чего образуется дефицит торгового баланса. Ситуация усугубляется высоким показателем экспорта по ограниченному количеству стран и видов товаров. В последние годы отчасти произошла переориентация экспорта на рынки Европейского Союза, хотя большая часть всё так же приходится на страны СНГ, особенно на Россию. В основном это агропродовольственная продукция с преобладанием алкогольных напитков.

Далее рассмотрим основные тенденции социального развития Молдовы. На 2002 год за чертой абсолютной бедности находится более 40% населения. Как следствие, начинается массовая миграция, охватившая примерно 40% экономически активного населения. Несмотря на то, что в последние четыре года ситуация улучшилась, «Молдавия до сих пор остаётся на предпоследнем месте среди бывших советских республик и на последнем месте среди стран Центральной и Юго-Восточной Европы по уровню производства ВВП на душу населения (542 доллара США в 2003 г.)».[[2]](#footnote-2)

Предпосылками послужили: отсутствие программы по обеспечению перспектив для развития страны на долгосрочный период у молдавского правящего класса, безрезультатность предпринимаемых шагов в области экономики и социального устройства, серьёзные различия между экономическими приоритетами власти и социальными потребностями населения.

2006 год показал, насколько неустойчива молдавская экономика. Цены на природный газ вдвое возросли, на экспорт были введены ограничения, за счёт чего экономические показатели снизились, а инфляция усилилась. Всё это создало угрозу полученным ранее достижениям и ещё раз доказало низкую конкурентоспособность компаний республики на региональных и мировых рынках.

В последние годы происходило стремительное сокращение количества рабочих мест, и это – в условиях снижения заработной платы и пенсиях ниже прожиточного минимума. В результате, практически каждый 3-й житель страны трудоспособного возраста был вынужден уехать за границу на заработки.

Подводя итог социально-экономическому устройству, можно сделать вывод, что в период с 2000 по 2015 годы так и не были устранены последствия кризиса 1990-х. Развитие экономики и социальной сферы затормозилось на том уровне, каким оно было в 90-х годах.

Далее мы подходим ближе к исследуемому периоду – приходу к власти Игоря Додона. Чтобы в дальнейшем была понятна суть конфликта между президентом и парламентом, следует упомянуть о главных изменениях во внешней политике, которые и привели к расколу общества на сторонников сближения с Востоком и апологетами «западного выбора».

Поскольку Молдова практически не имеет собственных энергетических ресурсов, а также в силу малочисленности производственных предприятий не способна производить достаточное количество товаров для внутреннего потребления, зависимость страны от внешней торговли высока.

В условиях создавшегося дефицита внешнеторгового баланса руководство республики решили расширить зону экспорта на внешних рынках. Результатом стало соглашение 2014-го года о зоне свободной торговли с Европейским союзом, являющегося частью Соглашения об ассоциации с ЕС. На данный момент ожидаемых результатов оно так и не принесло. Напротив, объёмы экспорта в страны ЕС значительно снизились.

Установления режима свободной торговли с Европой привело к сокращению экономических контактов между Кишинёвом и Москвой – для защиты своего внутреннего рынка Российская Федерация ввела ограничения на ввоз ряда молдавской продукции (запреты и таможенные пошлины). В результате, экспорт в Россию упал в разы. Так, в 2014 году он уменьшился на 33%, в 2015 году – на 43%, а в январе-мае 2016 года – на 14%. Потеря значительной части российского рынка привела к ухудшению социально- экономического положения простых граждан Молдовы, в результате чего продолжился отток трудоспособного населения на заработки в страны Европы и в Россию.

Социальное и экономическое развитие страны зависит от степени участия в международной экономической интеграции. В силу географического положения и исторически сложившихся экономических и политических связей Молдовы, внешнеэкономическая деятельность и международная интеграция должны осуществляться по двум ключевым направлениям:

• укрепление политических и экономических связей с Россией и, как следствие, вступление республики в Евразийский экономический союз и использование преимуществ евразийской интеграции;

• взаимовыгодное сотрудничество со странами Евросоюза и всеми другими внешними партнерами.

Однако на практике внешняя политика республики сбалансированностью не отличается, что связано с позицией основных партий, представленных в парламенте. Приход к власти в результате «мягкого» переворота в 2009 г. Альянса «За Европейскую интеграцию» (АЕИ – объединение нескольких партий либерально-демократического толка) привел к тому, что страна взяла курс на ослабление своего суверенитета. Например, Молдавия отказалась от своего флага, гимна, герба, приняв основные государственные символы у соседнего – Румынского – государства. В школах вместо истории Молдовы преподаётся история Румынии. То есть фактически подчёркивается, что Республика Молдова – это «временный проект», действующий лишь на протяжении некоего «переходного периода», за которым должно произойти его неизбежное слияние с Румынией.

По сути, правящий Альянс стал проводить политику отказа Молдовы от собственной государственности. Республика фактически не осуществляет суверенитет над всей своей территорией и имеет слабый контроль на своих границах. С подписанием Договора о малом приграничном трафике и открытием двух румынских консульств (в Бельцах и Кагуле) была снята колючая проволока на границе по Пруту, при этом в настоящее время даже речи не идёт о подписании Базового договора и Договора о границах с Румынией. Сам же Бухарест отнюдь не спешит открывать молдавское консульство в Яссах, то есть подтверждать юрисдикцию независимой Молдовы на своей территории.

Следует отметить, что нынешняя молдавская власть в лице АЕИ не только не спешит юридически закрепить границы страны соответствующими договорами, но, напротив, раздает земли. Речь идет об известном Соглашении о передаче в собственность Украине 7-ми километров стратегической магистрали в районе Паланки вместе с землёй, что является вопиющим нарушением соответствующих положений ст. 3 (1) Конституции РМ, где четко и ясно сказано, что «Территория Республики Молдова неотчуждаема». Для полного завершения процедуры Молдове осталось сегодня поставить на документе о передаче земли лишь свою «техническую подпись».

Проблема состоит еще и в том, что сельскохозяйственные земли жителей Паланки находятся по другую сторону магистрали, которая должна будет отойти к Украине, а потому пройти туда можно будет только при предъявлении специальных пропусков. То есть в Молдове могут появиться целые участки, которые рано или поздно могут окончательно отойти к украинскому государству. Всё это было тщательно скрыто властями от гражданского общества.

Следующим ударом по молдавской государственности стал законопроект о продаже земли иностранцам, предложенный правящими либералами. Если этот закон будет принят, то Молдова вскоре будет скуплена по частям транснациональными корпорациями или соседней Румынией, после чего страна будет находиться на территории, которая формально не будет уже принадлежать молдавским гражданам.

Проводимая либералами из АЕИ антигосударственная политика уже даёт свои результаты: как показали опросы, проведённые фондом «Признание» в мае 2010 года, от 15% до 30 % молдавского населения не имеют сегодня ничего против объединения Молдовы с Румынией.

Все это ясно показывает, что приход к власти правых (1989-1993, 1998-2000, 2009-2010 г. г.) политических сил в Молдове всегда сопровождался разъеданием и расшатыванием самих основ государственности.

**Игорь Додон у власти: президент против парламента.** В 2016 г. состоялись президентские выборы. Борьба развернулась между группой кандидатов от партий проевропейской направленности и кандидатом от Социалистической партии Игорем Додоном. Незадолго до дня голосования большинство кандидатов по «рекомендации» американских советников самоустранились и все силы были брошены на продвижение основного проевропейского кандидата Майи Санду. От западных руководителей были выделены значительные денежные средства, в республику приехало несколько десятков американских пиар-консультантов, все СМИ были задействованы для агитации за Санду. Тем не менее, в первом туре Санду, имея поддержку 6 партий, набрала 38, 71% голосов, а Додон – 47, 98%. Во втором туре Игорь Додон победил с результатом 52, 11% голосов, в то время как за Майю Санду проголосовало 47, 89%.

С приходом к власти Додона началось ожесточённое противостояние между президентом и парламентом. Дело в том, что Молдавия является парламентской республикой. И хотя главой государства официально считается президент, его полномочия сильно ограничены. К тому же, правящей партии удалось задержать инаугурацию президента и подготовиться заранее, помимо всего прочего, лишив главу государства права назначать главу Службы информации и безопасности, передав ее парламенту. Также до инаугурации решился вопрос с назначением генпрокурора.

Президент Игорь Додон периодически отказывается подписывать законы и решения парламента и правительства. Поэтому парламентское большинство и правительство наладило управление страной в обход главы государства. Конституционный суд, из 6 членов которого 5 являются гражданами другого государства (Румынии), по запросу правящей Демпартии «выключает» президента из политического процесса, а обязанности главы государства в нужные моменты исполняет спикер. Пытался обращаться в КС и президент, но безуспешно.

В этих условиях Додон объявил о проведении референдума по вопросу о расширении президентских полномочий, сокращении числа депутатов в парламенте и введении в школах преподавания предмета «История Молдовы» вместо «Истории Румынии». Конституционный суд признаёт противоречащей Основному закону инициативу президента.

У президента инструментов влияния на принятие государственных решений не так много, но даже те, что есть, глава государства не всегда использует или не всегда имеет возможность их применять.

Например, вопреки запрету президента, который по Конституции является верховным главнокомандующим вооруженными силами страны, молдавские военные в сентябре прошлого года приняли участие в международных учениях. Президент тогда своим указом приостановил действие правительственного постановления об участии контингента Национальной армии Молдовы в учениях Rapid Trident-2017 на Украине, мотивируя это тем, что по Конституции Молдова — нейтральное государство, и молдавские военнослужащие «не должны принимать участия в военных учениях, проводимых под эгидой какого бы то ни было военного блока». Тем не менее, военные исполнили постановление правительства, отправившись на Украину.

К концу 2017 года противостояние между президентом и правящим большинством достигло пика и перешло в беспрецедентную практику временных «отключений» главы государства.

Согласно решению КС от 17 октября, временно исполнять обязанности президента и подписывать указы о назначениях, в случае необходимости, могут спикер парламента или премьер-министр. Благодаря решению Суда без подписи президента спикер парламента А. Канду назначает 24 октября министром обороны Е. Стурзу, кандидатуру которого дважды отклонил Додон.

В очередной раз КС «отключил» президента 2 января 2018 года, чтобы спикер в обход главы государства подписал указы о назначении семерых членов кабмина, включая вице-премьера по реинтеграции и зампреда правительства по европейской интеграции. Речь идет о смене состава правительства практически наполовину. Президент повторно отклонил все кандидатуры, но это не помешало демократам провести перестановки.

5 января КС снова удалил Додона с политического поля. Суд разрешил временно отстранить президента от исполнения обязанностей, потому что глава государства отказался промульгировать закон о запрете ретрансляции в Молдове российских новостей и информационно-аналитических программ. Теперь и законы, принимаемые парламентом, можно вводить в действие в обход главы государства.

* 1. **Медиасистема Молдовы**

**Новая молдавская журналистика**

За годы независимости в молдавском сегменте интернета начали появляться различные контент-проекты, число которых уже перевалило за четыре сотни. Конечно, в основном это новостные ресурсы, и причины их появления банальные – политические. Но кроме, новостных ресурсов, налицо и увеличение числа тематических проектов.

Рост количества пользователей интернета в Молдове даёт надежду на то, что популярность использования контентов на будет набирать обороты. Происходит естественный отбор проектов – некоторые закрываются, на их место приходят другие или какие-то проекты занимают большее внимание читателей так, что о существовании аналогичных сайтов в этой тематической области знает минимальное число пользователей. Есть положительная тенденция потребления мобильного интернета, в том числе и получения новостей с мобильных устройств.

И в то же время, несмотря на условно подготовленное поле для онлайн-журналистики, в реальности дела обстоят значительно хуже.

Многие новостные ресурсы имеют такую редакционную политику, которая полностью противоречит профессиональным стандартам. Дело не только в неумении интересно подавать информацию, что особенно заметно на примере «горячих» новостей. Куда большую тревогу за судьбу молдавской журналистики вызывают такие явления, как пренебрежение этическими нормами, распространение непроверенной информации, грамматические ошибки, отсутствие ссылок на источники цитат, фотографий и так далее. Но несмотря на указанные недостатки и даже пороки, люди охотно читают местные новости.

**Молдавский медиарынок меняет хозяев.** Как заявил депутат-социалист Б. Цырдя в эфире передачи «Главный вопрос» на телеканале NTV Moldova: «Принятие закона о запрете ретрансляции передач информационного, аналитического и военного характера из ряда стран представляет собой подготовку инфраструктуры НАТО в Республике Молдова».[[3]](#footnote-3)

Как утверждает депутат, принятие поправок к Кодексу о телевидении и радио является звеном в цепочке событий, показывая связь принятия этого закона с визитом председателя парламента Андриана Канду, заместителя спикера Юрие Лянкэ и лидера демократов Влада Плахотнюка в Соединённые Штаты Америки, начавшегося 5 декабря, а также с открытием Офиса НАТО в Кишинёве 8 декабря. «Прослеживаете цепочку? Фактически, имеет место подготовка инфраструктуры НАТО, потому что борьба с российской пропагандой – это не что иное, как концепция Пентагона», - говорит Богдан Цырдя.[[4]](#footnote-4)

Депутат от Демпартии Еуджен Никифорчук объясняет принятие этого законопроекта информационной безопасностью государства. «Мы должны понимать, что в настоящее время Российская Федерация действительно может влиять на внутреннюю политику Республики Молдова путём вещания информационно-аналитических передач, через которые она вещает манипуляции, дезинформацию и ложь, как это было в последнее время», - говорит Никифорчук. По его словам, «одновременно с этим российские телеканалы дискредитируют ценности Молдовы, европейские ценности и ценности других внешних партнёров».[[5]](#footnote-5)

**Румынская медийная экспансия.** Одновременно с сокращениемрусского медийного пространства происходит румынская экспансия, которая не спонтанна, а носит системный и государственный характер. Господдержка оказывается как частным, так и государственным СМИ, и румынским медийным олигархам.

В 2012 году выделенная сумма составила 18 504 193,18 лея. Основное внимание на Бессарабскую митрополию и запуск новых СМИ. Больше всего затрачено на продвижение SRL «Pajura Albă» (радиосеть) и «Adevărul Media». На третьем месте Timpul, далее Jurnal de Chișinău, Literatura și Arta, Ziarul de Gardă, Unimedia, Elldor, Info-Agenția de presă și ziar online, журнал Limba Română, периодическое издание «Natura» SRL SRL «Unionmedia Grup».

В 2013 в РМ были профинансированы 40 проектов, но сумма не указывалась. Причём подключается и «Pro Media» SRL из Чимишлии (Гагаузия), за которой числятся Radio Media, журнал Basarabia literară , НПО MP (MediaPoint). Не остаётся без внимания и Приднестровье: НПО Lumina приднестровских педагогов получила деньги за проект «Приднестровское мученичество под тоталитарным русским игом». Название проекта говорит само за себя.

15 марта 2013 года была зарегистрирована PP «Ziarul Naţional» SRL, которая стала выпускать газету Ziarul Naţional. Это же предприятие в апреле 2013 года запустило портал Ziarulnational.md..

Фактически с 2013 по 2016 годы газеты и портал, а соответственно, и департамент поддерживали СМИ ЛДПМ.

1 декабря 2013 года был запущен TVR Moldova. Это был проект румынского МИДа, а значит, правительства. Запуск состоялся после визита президента Румынии Траяна Бэсеску. Сколько инвестировала Румыния в открытие этого медиагиганта, окутано завесой тайны.

В 2015 году TVR Moldova получило от румынского правительства 5 млн леев (около €400 000).

В 2016 году этот телеканал получил от румынского правительства более 9 521 244 молдавских леев. Всего бюджет за 2016 год составил не менее 28 289 833,2 молдавских лея (€1,4 млн).

В 2014 году произошли серьёзные изменения на медийном поле страны. Активно продвигается проект Noroc FM.

После прихода к власти АЕИ компания получила право вещать через спутник, то есть вышла в прямой эфир. И вот уже в 2014 году департамент выдаёт им 611 353,56 молдавских леев. В 2018 году сайт Noroc FM вещает на 20 частотах в 20 регионах страны.

Деньги поступают из бюджета Румынии на поддержку молдавских «демократов-государственников».

Также активно продвигаются идеи румынизма в зоне компактного проживания нацменьшинств Молдовы: проект «Оценка ситуации румын в Гагаузии, Приднестровье, Тараклии и на севере РМ. Продвижение румынских ценностей», проект «Продвижение румынской культуры в Бельцах».

10 сентября 2016 года был запущен первый открыто унионистский телевизионный канал – Unirea TV (10 TV).открыто утверждающий, что пост создан с целью продвижения референдума об унире с Румынией, который якобы состоится в 2018 году. Этот канал напрямую сотрудничает с унионистскими организациями Acţiunea 2012 и Tinerii Moldovei.

На президентских выборах 2016 года все финансируемые Румынией СМИ открыто поддержали Майю Санду.

Сформировался мощнейший конгломерат румынских СМИ, которые, похоже, единым фронтом выступят на стороне ДПМ и Влада Плахотнюка на парламентских выборах 2018 года.[[6]](#footnote-6)

Ранее, в 2009 году, одновременно со сменой власти в Кишиневе на медиарынке Молдовы заметно активизировалась конкуренция. Но если перед телевидением и онлайн-СМИ открылись радужные перспективы, то печатная пресса на информационном рынке страны, напротив, начала начинает терять почву под ногами. Тем не менее, в 2010 году появились новые периодические издания. Появилось четыре новых печатных газеты, в том числе три газеты на румынском языке и одна на русском: «Evenimentul Zilei», «Gazeta de Sud» (по сути, это новое название чимишлийской газеты «Business Info»), «Adevărul» и «Новости дня».

В Молдове наблюдается тенденция к увеличению новостных телеканалов. В 2010 году в эфир вышли Jurnal TV и Publika TV. Канал Jurnal TV создан на немецкие инвестиции в размере около миллиона евро.

Согласно Докладу о ситуации в СМИ Республики Молдова, «Jurnal TV является дочерней структурой Jurnal Trust Media, в который входят также радиостанция Jurnal FM, периодическое издание Jurnal de Chişinău с онлайн-версией [www.ziar.jurnal.md](http://www.ziar.jurnal.md), таблоид Apropo с электронной версией www.apropomagazin.md, экономическое издание ECOnomist (интернет-страница www.eco.md), новостной портал www.jurnal.md и рекламное агентство «Reforma Advertising».[[7]](#footnote-7)

Канал Publika TV финансируется Румынией и входит в один из медиахолдингов (Realitatea Caţavencu, Румыния), начальные инвестиции в канал составили 4,5 миллиона евро. Этим же трастом открыта и радиостанцию Publika FM.

Медиапродукт республики достаточно разнообразен – информационные выпуски каждый час, ток-шоу на румынском и русском языках, политические дебаты, развлекательные программы и многое другое. Телеканал Prime, который обеспечивает ретрансляцию в Молдове канала Общественного Российского телевидения (ОРТ), развернул серию информационных выпусков, дискуссионных и развлекательных программ, сделав собственные инвестиции. В результате произошло сокращение эфирного времени на ретрансляцию российского телеканала и расширением программ и собственных передач на румынском языке. Несмотря на протесты со стороны русскоязычного населения Молдовы и обращения российского правительства, тенденция сокращения эфирного времени на русском языке продолжает сохраняться. В тоже время идёт постоянное увеличение функционирования теле- и радиоканалов из Румынии.

В Республике Молдова работает несколько радиостанций – Radio Sport, Publika FM, Prime FM, Aquarelle FM. Radio Sport – первая стране специализированная радиостанция, вещает в Кишиневе. Publika FM, которая является частью траста Realitatea Caţevencu, позиционирует себя как канал новостей, аналитических материалов и комментариев. «Prime FM, который входит в холдинг Prime holding, является, по сути, новым «лицом» бывшей муниципальной радиостанции Antena C, переданной в концессию. Aquarelle FM – радиоканал для женщин, входит в медиагруппу Aquarelle».[[8]](#footnote-8)

Мониторинг СМИ и анализ медиаконтента в республике осуществляет компания Media Image Group. Головной офис компании находится в Румынии. В компании работают специалисты как из Кишинева, так и из Бухареста, которые готовят доклады по ежедневному мониторингу печатных СМИ и информационных выпусков телеканалов.

«По данным КСТР, в настоящее время в Республике Молдова действует 50 телестудий, 48 радиостудий и 180 распространителей услуг ТВ. 25 телестудий и 18 радиостудий расположены и вещают не в Кишиневе, а в других регионах страны. Что касается печатных СМИ, то по данным Национального бюро статистики, в 2008 году на территории страны насчитывалось 518 редакций (журналов, периодических изданий, газет), тогда как [www.moldpres.md](http://www.moldpres.md) указывает на 170 периодических изданий. Хотя статистических данных об онлайн-СМИ в Республике Молдова нет, доступно более 20 новостных порталов. В настоящее время действует также 8 функциональных информационных агентств».[[9]](#footnote-9)

Что касается интернет-пространства, то большинство редакций ТВ, радио и печатных изданий располагают и собственными веб-страницами.

Онлайн-СМИ продолжают развиваться. Эта тенденция наиболее ярко просматривается в потоке рекламы, направляемой на сетевую прессу. В Молдове, как и во всем мире, реклама в интернете становится самой популярной. Причём рекламные банеры стоят значительно дешевле, чем в Европе, России и Румынии. Активизация рынка ТВ и Интернета вызывает определенный кризис в сегменте информационных агентств. По причине возросшего доступа к качественной информации на новостных и онлайн-каналах они лишились части своих подписчиков.

Отдельного упоминания в нашей работе заслуживают СМИ Гагаузской автономии, в которой «с 2007 года все структуры радио и телевидения объединены в общественную компанию «Телерадио – Гагаузия» (ТРГ). Принципы деятельности общественного канала принимаются совместно с Наблюдательным советом – органом, курирующим компанию в интересах общества. Национальным собранием Гагаузии был принят «Закон АТО Гагаузия о телевидении и радио», регулирующий деятельность СМИ на территории автономии».[[10]](#footnote-10)

Государственная телерадиокомпания Гагаузии «Телерадио-Гагаузия» (гаг. Gagauziya Radio Televizionu kulesi, GRT) (молд. Teleradio-Gagauzia, TRG) — единственная в мире телерадиокомпания, транслирующая программы на гагаузском языке. Также вещает на русском и молдавском языках. (Остальные СМИ в Гагаузии работают главным образом на русском языке, также распространены молдавские СМИ и приём передач из Турции на близком к гагаузскому турецком).

Трансляции GRT осуществляются по одному телеканалу (с ретрансляцией на нём передач турецкого телеканала TRT) и одному радиоканалу «Gagauz Radiuosu», известному как «GRT-FM». (По отдельному радиоканалу гагаузская телерадиокомпания также ретранслирует TRT-FM) Спутниковой трансляции и вещания за рубеж не ведёт. Сайт в интернете не функционирует.

До 2007 года вещание GRT было весьма ограниченно, телевидение работало всего 30 минут в сутки и было доступно лишь на территории столичного Комратского района. Канал не имел технической возможности проведения прямых эфиров и собственных вещательных мощностей, арендуя их у молдавской национальной трансляционной сети.

«Ситуация изменилась после того, как «Телерадио-Гагаузия» — GRT получило помощь в размере полумиллиона долларов от турецкого Агентства по развитию и сотрудничеству «в качестве дара от народа Турции». На эти деньги в 2007 году на территории Гагаузии турецкими строителями были построены три трансляционных комплекса, включающие башенную конструкцию и передатчики для радио- и телевещания. В настоящее время собственное вещание GRT составляет 8 часов в сутки».[[11]](#footnote-11)

* 1. **Психологические приёмы воздействия СМИ на массовую аудиторию**

Главная цель психологического воздействия – формирование определенных идей, взглядов, убеждений, представлений, ценностных ориентаций. Оно вызывает у людей определённые положительные или отрицательные эмоции, чувства и реакции. Проще всего это сделать с помощью верно поданной информации. Например, новость или статья в газете часто вызывают психологические переживания, такие как тоска, злость, сострадание.

Потому СМИ выступают мощным рычагом в управлении массовой аудиторией и используют в качестве средства воздействия информацию и способы работы с ней. Рассмотрим основные социально-психологические приёмы, используемые журналистами при работе с общественным сознанием.

**Убеждение.** В психологии убеждение – это знание, повлиявшее на поведение, и свойство личности, выражающее ее готовность к применению знаний.

Можно считать, что с психологической точки зрения задача словесного убеждения – обеспечить понимание проблемы, а цель – мобилизовать личную активность на поиск путей и средств решения этой проблемы. Убеждение в журналистском процессе – это, прежде всего, разъяснение задач текущего момента, активизация человеческого фактора, опровержение враждебных взглядов и, следовательно, нейтрализация их влияния.

Этот метод преимущественно ориентирован на интеллектуально развитую массу, поскольку воздействует на способность логически мыслить:

1. Слушатель анализирует полученную информацию и сравнивает с уже имеющейся у него, важно качество источника и способ преподнесения. Если точность изложения ставится под сомнение, доверие резко падает.
2. Важна авторитетность убеждающего и логичность сказанного им.
3. Необходимо убедить слушающего в схожести взглядов с говорящим. Часто расстояние между установками вступающих в коммуникацию слишком велико, а потому коммуникация неэффективна.

Применяется и другая стратегия. Когда вначале известно о противоположных взглядах, убеждающий должен уверенно, при помощи доказательств, разгромить чужое мнение.

Итак, убеждение – приём, опирающийся на законы логики, к которым примешиваются социально-психологические давления. При убеждении массы, а не индивида, эффект убеждения возрастает.

«Всякое доказательство состоит из трех частей: тезис, доводы и демонстрации.

Тезис – это мысль, истинность которой требуется доказать. Тезис должен быть ясно, точно, недвусмысленно определен и обоснован фактами.

Довод – это мысль, истинность которой уже доказана и поэтому она может быть приведена для обоснования истинности или ложности тезиса.

Демонстрация – логическое рассуждение, совокупность логических правил, используемых в доказательстве. По способу ведения доказательства бывают прямые и косвенные, индуктивные и дедуктивные».[[12]](#footnote-12)

По мнению известного отечественного специалисты в области социальной психологии Б. Д. Парыгина, «можно различать три вида словесной информации, в зависимости от того, каковы степень и характер ее воздействия на психику человека: сообщение, убеждение, внушение».[[13]](#footnote-13)

При использовании на практике метода словесного убеждения журналисты должны знать правила педагогики, логики, психологии. С точки зрения педагогики, необходимо выбрать верный тон выступления, соблюдать такт по отношению к героям, не подменять анализ демагогическими рассуждениями. С точки зрения логики, доводы делятся на индуктивные и дедуктивные, применяются они в зависимости от задач, которые ставит перед собой автор, а также социально-психологических характеристик аудитории. Эти факторы напрямую влияют на эффективность убеждающего текста.

Психологические доводы могут быть связаны с общественными интересами, нравственными ценностями, идейными позициями личности – например, забота о благе общества, чувство долга, ответственности, патриотизма. В тоже время, психологические доводы могут апеллировать к чувствам, желаниям, мотивам личности. Здесь могут быть и чувство престижа, и реализация своих возможностей, и творческая удовлетворенность.

Несмотря на то, что убеждение является основным и наиболее широко применяемым способом побуждения людей к принятию предлагаемой информации, было бы ошибочным утверждать его универсальные возможности. Ограничение его воздействия связано с факторами социального, и прежде всего классового, характера. Кроме того, убеждение всегда требует психической активности не только коммуникатора, но и аудитории. Убедить в чем-то людей можно лишь в том случает, если они стремятся понять и осознать адресуемую им информацию. К факторам, ограничивающим убеждающее воздействие, следует отнести приемлемость аргументов для аудитории. В аргументах очень важна субъективная значимость. Также, к нулю убеждающее воздействие журналистики может свести расхождение между словом и делом.[[14]](#footnote-14)

**Внушение.** Это способ целенаправленного стимулирования сферы подсознания индивида, который приводит к изменению его поведения по заранее заданной программе. В противовес убеждению, воздействует на эмоциональную среду, отключает критическое восприятие. Часто внушение строится на предрассудках, неосведомленности, нужный результат легче достигается в критических ситуациях.

Механизм внушения достаточно часто используется работниками СМИ. Психологами были сформулированы ряд действий для практического применения с целью получения внушающего эффекта через массовую коммуникацию. Это конкретные приёмы в пропаганде и рекламе. Суть требований сводится к следующим пунктам:

1. Признаётся как данность, что внушение осуществимо, если внушаемое совпадает с психическими установками и нуждами объекта.
2. Содержание внушаемой информации не должно выходить за рамки нормативных правил группы, на которую нацелено внушение.
3. Механизм ориентирован на толпу, отдельные индивиды попадают под воздействие, если масса уже приняла идею.
4. Вероятность благополучного исхода повышается, если источник информации воспринимается аудиторией как носитель престижа, с высоким социальным статусом и обаятелен.

Следует добавить, что методы убеждения и внушения не являются единственными приемами психологического воздействия. Обратим внимание на ещё некоторые способы влияния.

**Косвенное внушение.** Рассчитано на безусловное принятие информации, сообщение подаётся в виде раскрытия факта или описания какого-либо случая. На человека оказывается эмоциональное воздействие, которое им самим не фиксируется, но влияет непрямым путём на его поведение.

**Намёк**. При использовании приёмов шутки, иронии, совета, аналогии также оказывается воздействие на эмоциональный фон воспринимающих. Несёт в себе косвенное одобрение, либо осуждение. В первом случае аудитория внутренне утверждается в своих силах, во втором – чувствует вину, стыд.

Самый простой способ внушения – телетрансляция. Представляет собой один из принципов манипуляции массами. Этот же способ использует реклама. Через 20-25 минут просмотра телевизора сознание зрителя начинает воспринимать любую информацию. Даже при явном неприятии увиденного, информация откладывается в подсознании, чтобы впоследствии повлиять на результат выбора.

**Манипуляция**. Механизм манипулирования со стороны СМИ также ориентирован на массу, не способную мыслить критически. Во многом управлению массовым сознанием способствуют установленные в обществе стереотипы. Это всегда мало чем подкреплённые суждения, а главное не подтверждённые индивидом опытным путём, кем-то принятые установки, с положительной или отрицательной коннотацией. Частота применения стереотипов в журналистских работах объясняется и тем, что используемые суждения связаны непосредственно с общественной жизнью, а тексты пишутся о людях и для людей.[[15]](#footnote-15)

Для формирования «правильной» точки зрения у массы применяется ряд техник. Разберёмся в некоторых из них.

1. Чтение мыслей — создаётся видимость массовых предпочтений. Зачитываются или произносятся чужие мнения, постепенно увеличивается их количество, тем самым создаётся ощущение всеобщего единого предпочтения. На мнение адресата начинает влиять созданная иллюзорная толпа.

2. Опускание, или исключение, информации:

* Перспектива. Заходит речь о полемике, но при этом журналист не передаёт суть противоположной точки зрения.
* Эвфемизмы. Приём, суть которого состоит в ином трактовании ситуации, смягчении общего смысла посредством иной терминологии. «Так, насильственное возмущение называется "беспокойством", насильственные провокации против властей — "демонстрацией"».[[16]](#footnote-16)
* Последнее слово. Возвышение одной из точек зрения при полемике. В заключение журналист приводит цитату, благодаря которой остальные мнения не учитываются.

3. Непрямая атака. Представитель СМИ направляет агрессию не на противника, а на поддерживающих его сторону.

4. Атака с помощью двойного стандарта. Обвинения предъявляются только оппоненту, опираясь на стандарты, не применимые к другим.

5. Обвинение по ассоциации. Используется при помощи постоянного упоминания негативных моментов, не относящихся к сути темы в связке с информацией об оппоненте и его сторонниках.

6. Поддельный нейтралитет. Способ основан на создании и поддержании образа журналиста, не поддерживающего ни одну из сторон. Эффект достигается посредством ложного восхваления противника, иллюзорной объективности, когда представитель СМИ утверждает, что говорит от имени группы, на самом же деле поддерживает лишь конкретного индивида,

Помимо вышеперечисленных техник используется также фальсификация. Одна из категорий необъективной трактовки информации, следуя которой журналист прячет невыгодные стороны среди позитивных качеств, или же наоборот, слишком «раздувает» что-либо отрицательное.[[17]](#footnote-17)

Таковы некоторые из основных приёмов, с помощью которыхСМИ осуществляют управление массами и оказывают психологическое воздействие на аудиторию.

**Роль СМИ в управлении массами. Психологическое воздействие информацией.**

«Социальный вес СМИ возрос настолько, что аудитория некоторых исчисляется сегодня в миллионах, что в свою очередь приносит миллионные прибыли от рекламы. Это развитие СМИ вовлекает в коммуникационные отношения отдельных людей и целые сообщества, государственные и частные предприятия, экономические, религиозные, культурные институты».[[18]](#footnote-18)

Сложно подобрать аналогичный рычаг управления массами, оказывающий настолько сильное влияние на формирование сознания и поведения социальных групп.

Приведём, в качестве примера, некоторые психологические модели, должным образом организующие толпу:

1. Теория "пули". Название объясняется подобием преподнесённой информации с опасным результатом выстрела или сильного наркотического воздействия. СМИ выступают главным распространителем пропаганды, их воздействие на толпу всеобъемлюще.

Описанный выше метод рассматривали в своих исследованиях: Г. Лассуэл, в работе «Методы пропаганды в мировой войне», где сравнивал СМИ со «шприцем для подкожных впрыскиваний», У. Липпманн, в труде «Общественное мнение», в котором утверждал, отталкиваясь от образа «пещеры Платона», что люди ограничены «псевдосредой», состоящей из «предрассудков и стереотипов».

1. Модель ограниченного воздействия СМИ. Модель окончательно сформировалась после публикации Дж. Клаппера «Воздействие массовой коммуникации». Суть заключается в применении информации на ограниченную группу индивидов. Особенно ярким примером служит воздействие на мотивацию солдат в армии с целью повышения или изменения посредством пропагандистских фильмов. Подобными исследованиями занимался К. Ховленд для армии США.
2. Модель умеренного и сильного воздействия СМИ. Основана на сочетании ограниченного и абсолютного медиавоздействия. Причина такого соединения объясняется тем, что новые теории и открытия не вписывались в основную модель.

В области данной тематики работали:

* М. Мак-Лухан, утверждавший, что эффект от результата воздействия зависит главным образом от способа подачи информации;
* П. Тиченор, Г. Донохью К. Олиен, предложившие «гипотезу разрыва в знаниях», согласно которой группы с более высоким социально-экономическим статусом получают информацию быстрее, чем группы с более низким;
* М. Маккомбс, Д. Шоу, уделявшие большое внимание моменту подбора новостей для выпуска, так как от него зависит восприятие массой событий в целом.

Свой вклад в исследования моделей поведения СМИ и масс, внёс и Э. Ноэлл-Нойманн, разработав теорию спирали молчания. По его мнению, люди стремятся не высказывать открыто свои убеждения, если они не соответствуют точке зрения толпы. СМИ в этом случае играют роль вспомогательного орудия в формировании преобладающего мнения общества.

* 1. **Роль заголовка как квинтэссенции смысла всей статьи**

В журналистском тексте немаловажную роль играет заголовочный комплекс. По мнению Н. П. Харченко и Л. С. Банника, заголовок относится к тем «композиционным элементам текста, которые привлекают повышенное внимание при первом знакомстве с публикацией»[[19]](#footnote-19) и занимает «стилистически сильную позицию»[[20]](#footnote-20). Чтобы добиться эмоционального и выразительного воздействия на читателя, сделать заглавие информативным, существуют различные стилистические приёмы. Выявлению этих приёмов и посвящена исследовательская часть данной работы.

К этой теме обращалось немало учёных – работы Э. А. Лазаревой, Е. А. Земской, А. В. Невского, М. Шостак, Е. Н. Басовской, Г. В. Векшина, Е. Н. Казицкой, И. Н. Качаловой, А. С. Попова, А. Н. Кулакова, А. С. Подчасова, В. Г. Костомарова, А. А. Сафонова и др. Тем не менее, она не теряет своей актуальности. Средства, позволяющие кратко, ёмко и выразительно определить тему текста, неизменно вызывают интерес у исследователей.

При анализе заголовков существует несколько подходов к подразделению стилистических средств, например, на изобразительные и выразительные. Изобразительные средства языка (тропы) служат описанию и являются лексическими, Авторы газетных публикаций в качестве заглавий часто используют эпитеты, метафоры, метонимии, синекдоху, перифразы, иронию, парадокс, сравнения, олицетворение и др. Выразительные средства или фигуры речи повышают выразительность языка и усиливают его эмоциональность при помощи особых синтаксических построений (инверсия, риторический вопрос, параллельные конструкции и т.д.). Другой подход к дифференциации стилистических средств: выразительные средства и стилистические приемы. Под стилистическим приемом называют намеренное и сознательное усиление какой-либо типической структурной и семантической черты языковой единицы (нейтральной или экспрессивной), достигшее обобщения и типизации и ставшее таким образом порождающей моделью.

Помимо стилистических средств в заголовках можно встретить и другие приемы, такие как: компрессия информации и клиширование. Для газетного стиля характерно использование краткости при передаче информации, другими словами, компрессия информации, которая реализуется за счет опущения глаголов или употребления аббревиатуры. Клиширование, характеризуется использованием определенных устойчивых словосочетаний, терминов.

Для организации газетного заголовка активно используются стилистические фигуры. Наиболее часто встречающиеся стилистические фигуры распределяются на четыре группы:

1) фигуры, при которых структура фразы определяется соотношением значений слов-понятий в ней. К этой группе относятся антитеза и градация;

2) фигуры, закрепившиеся в речевой традиции как особые риторические средства потому, что они обладают свойством облегчать её слушание, понимание и запоминание. В эту группу включается повтор, анафора и эпифора, эллипсис, умолчание, параллелизм, хиазм;

3) фигуры, связанные с изменениями и нарушениями в расположении частей внутри синтаксической конструкции. В эту группу входят инверсия парцелляция, сегментация;

4) фигуры, которые используются как приёмы «диалогизации монологической речи»[[21]](#footnote-21), а, следовательно, они привлекают внимание адресата, побуждают к «собственному внутреннему слову»[[22]](#footnote-22). Это фигуры риторического обращения, риторического восклицания, риторического вопроса.

Кроме тропов и стилистических фигур в заголовках наиболее распространёнными являются языковая игра и каламбур.

Эффект каламбура заключается «в контрасте между смыслом одинаково или сходно звучащих слов».[[23]](#footnote-23)

Языковая игра является одним из видов языкового творчества, использующего ресурсы языка на разных уровнях, в основе принципа её создания лежит «соотношение языкового стереотипа (стандарта) и намеренного (осознанного) отклонения от этого стандарта в речевом поведении личности».[[24]](#footnote-24) Языковая игра при оформлении заголовков проявляется на всех языковых уровнях. Языковая игра на фонетическом уровне, например, когда наблюдается повторение начального звукосочетания во фразе, которое выполняет функцию привлечения внимания. Языковая игра на словообразовательном уровне может быть образована графическим выделением. Языковая игра на лексическом уровне создается чаще всего полисемией или омонимией.

Ещё одним средством стилистической организации заголовка является аллюзия, которая не является ни тропом, ни фигурой. «Аллюзия представляет собой приём текстообразования, заключающийся в соотнесении создаваемого текста с каким-либо прецедентным фактом – литературным или историческим».[[25]](#footnote-25) Иначе говоря, аллюзия – намёк на известные обстоятельства или тексты. Существует несколько разновидностей литературной аллюзии: литературные цитаты-реминисценции, имена персонажей, названия произведений; цитаты, в том числе и трансформированные, из популярных песен, изменённые названия теле- и видеофильмов, фразы из популярных фильмов, телепрограмм, реклам, Используются и другие средства выразительности: продолжение пословицы и наращение её смысла с помощью попутного замечания, окказиональная лексика, эффект обманутого ожидания и эффект усиленного ожидания, нелитературная лексика, числительные, словообразовательные средства; слова с коннотативной окраской.

Сильный прагматический заряд передают заглавия, в которых используется сочетание нескольких стилистических приёмов.

Именно заголовки используются в качестве главного рычага манипулирования. Посредством заголовочного комплекса средства массовой информации в значительной степени оказывают психологическое воздействие на аудиторию – привлекают внимание к проблеме, убеждают, внушают. На уровне подсознания заголовки остаются в памяти, даже самые клишированные. Это то, что первое ловит взгляд при, пусть даже мимолётном, просмотре газетной полосы. Может не запомниться само содержание статьи, но поскольку в заголовке заключена основная мысль, её смысл, так или иначе, будет донесён до адресата.

В первой главе мы поставили перед собой цель – обрисовать теоретическую рамку исследования. Задачи состояли в необходимости показать социально-экономическое положение Молдовы в постсоветский период, проследить изменения политического курса, особенно тщательно рассмотрев образовавшееся разделение взглядов «проевропейского» парламента и «пророссийского» президента. Для решения поставленных задач использованы материалы, полученные в результате встреч с ведущими политологами, психологами и экономистами Молдовы, депутатами В. Головатюком, Б. Цырдей, Д. Фуртуной, Р. Мудряком и др. Далее была рассмотрена медиасистема Молдовы. Значительная часть первой главы отведена проблемам психологии и социологии журналистики, способам и средствам управления массами. В итоге был сделан вывод о самых распространённых методах манипулирования аудиторией и намечен курс по применению теоретической базы в следующей главе исследования.

Далее перейдём к практической части работы.

Функционально-стилистический и контент-анализ анализ газетных заголовков проводился на примере трёх газетных изданий различных политических партий – газеты «Тимпул», «Социалисты» и «Гагауз.инфо». С помощью метода сплошной выборки была создана картотека. Затем проведён анализ приёмов выразительности, используемых в заголовках с целью создания стилевой экспрессии. Экспрессивные языковые средства, организующие заголовок – лексические, фонетические, словообразовательные, синтаксические. На материале проанализированных заголовков был сделан вывод о частотности тех или иных стилистических средств в организации заголовочного комплекса и подведён итог качественно-количественного анализа.

**Глава 2. Анализ журналистики Молдовы**

Постсоветский период для журналистики Молдовы – это новое начало. Все СМИ, существующие сегодня, образовались после 1992 года, прежние были уничтожены, даже в архивах их не найти. Исключение составляют СМИ Приднестрвья, но для анализа в данной работе они не подходят, поскольку Приднестровье – непризнанное государство с собственным флагом, гербом, гимном, правительством.

Основные информационные ресурсы Молдовы – тележурналистика и пресса, поскольку молдавские радиостанции в большинстве своём носят развлекательный характер, кроме того являются дополнением к газетам, журналам, рекламным агентствам. Например, Aquarelle FM – часть группы компаний Aquarelle, куда входят журнал с таким же названием, экономический журнал Бизнес Класс и рекламное агентство. Publica FM является дополнением к телевизионному и новостному порталу Publica TV и Publica md. Радиостанция Radio Noroc носит исключительно музыкальный характер, как и Maestro FM.

Что касается телевидения, первый канал – Prime ретранслирует программы российского Первого канала и принадлежит В. Плахотнюку, политику, олигарху, бизнесмену, депутату парламента двух созывов и первому вице-председателю парламента. Второй канал – Moldova 1 принадлежит правительству Молдовы, т.е. парламенту, третий канал 2 Plus ретранслирует программы румынского канала. Во время правления коммунистической партии, когда она имела большинство в парламенте, и президент также был коммунистом (форма правления в республике была тогда президентской) в их распоряжении были все СМИ.

Таким образом, сосредоточение новостей и разнообразие переносится на печатные издания и интернет-пространство, но стоит учитывать, что в начале постсоветского периода интернета не существовало, а значит информационный фон создавали исключительно журналисты, поэтому новые онлайн-медиа – продукт современности, не являющиеся отличительной чертой всего постсоветского периода Молдавии. Следовательно, фокусироваться, исследуя динамику журналистики в стране, необходимо на прессе, и в данной области кульминация приходится на 2016 год, ранее направление политических дискуссий задавал Парламент. И вот, впервые расхождения основной власти (форма правления парламентская) и главы государства.

**2.1. Анализ газеты «Социалисты»**

Первая анализируемая газета – партийный распространитель информации. «Социалисты» не имеют онлайн-портала, распространение происходит через мобильные группы, разъезжающие по сёлам и сельских и городских консильеров (партийных представителей в местных органах самоуправления). Газета выходит два раза в месяц, иногда бывают экстренные выпуски в связи с какими-либо событиями (обсуждение референдума, митинг прозападных партий по поводу объединения с Румынией и т.п.).

Качественно-количественный анализ будет применён в основном к заголовочному комплексу издания. Критерии для осуществления исследования: подсчёт слов в заголовках и содержании, связанном с молдавской, российской и западной тематиками, следовательно, лексически это будут слова «Россия», «российский», фигуры политиков (например, Владимир Путин) со стороны Российской Федерации и Игорь Додон, Дорин Киртоакэ (генпримар Кишинёва) и т.д. со стороны Республики Молдова, то же самое касается и прозападной ориентации.

Итак, контент-анализ заголовков.

Исходя из полученных данных, безусловное лидерство в тематике заголовков принадлежит молдавской направленности, при этом львиную долю занимают заголовки, так или иначе связанные с президентом Додоном. Это объясняется тем, что в условиях антипрезидентского большинства в парламенте республики у Додона нет возможности донести информацию о своей политике до населения, кроме как через социалистическую партию, от которой он выдвигался на президентство. По сути газета «Социалисты» является единственным рупором Президента, наиболее широко и подробно освещающим, и разъясняющим все его действия и использующим печать для поддержки президента населением. Например, через 100 дней своего нахождения на посту президента Додон публикует отчёт о проделанной работе, в попытке продвинуть референдум о президентской республике несколько номеров посвящается этой теме, аналогично распределяется газетное пространство в отношении выборов генпримара Кишинёва и митингов крайне правых националистов об Унире (объединении) с Румынией.

Второе место по частоте использования занимает пророссийская тематика и лично президент Путин. Огромное количество трудоспособного населения Молдавии находится на заработках за рубежом, при этом больше половины из них легально или нелегально работают в России – они и их родственники это те, кто поддержал Додона на выборах и обеспечил ему перевес во втором туре. Следовательно, для сохранения имиджа пророссийского политика, Додон постоянно обращается к российской теме, почти в каждом номере печатаются фотографии Путина и подчёркиваются преимущества сотрудничества с Россией.

Далее идут заголовки, посвящённые прозападной тематике и отдельно Унире с Румынией.

Проанализируем выпуски, подводящие итог первым ста дням находящегося на посту президента.

Основной акцент в заголовках и подзаголовках на социалистическую партию и лично президента И. Додона, подчёркивается необходимость связи с Россией, делается упор на национальные корни, отмечается положительное влияние решений президента на государство.

* Слова на молдавскую тематику и упоминание президента и партии: 65 слов.
* Оппозиция, т.е. упоминание парламента и партий кроме социалистической: 13 слов.
* Упоминание связей с Россией и встреч с российскими деятелями: 19 слов.
* Упоминание связей с Европой: 3 слова.

Помимо характерного для заголовочного комплекса увеличенного шрифта, многие заглавия статей выделены цветом. Используются чёрный и красный. Этот приём характерный для оформления всех газет «Социалисты», например, заголовок *«****Игорь Додон****: Молдове суждено быть в хороших отношениях* ***и с Востоком, и с Западом****»[[26]](#footnote-26),* благодаря выделению цветом, первое, что видит читатель слова *«Игорь Додон и с Востоком, и с Западом»*, похожая ситуация с заголовком *«Президент РМ Игорь Додон* ***подвёл итоги встречи*** *с лидером Приднестровья Вадимом Красносельским»[[27]](#footnote-27)*, красного цвета слова *«Президент РМ Игорь Додон с лидером Приднестровья Вадимом Красносельским»*, в дополнение к словам фотография с рукопожатием политических деятелей. Ещё один пример *«Игорь Додон и Владимир Путин.* ***Вторая официальная встреча Президентов Молдовы и России****»[[28]](#footnote-28).* Первая часть выделена красным, за счёт чего участники выступают двумя равными элементами, вторая часть вся чёрного цвета, таким образом уравновешены в некотором роде и страны.

Следующий блок выпусков посвящён периоду празднования 9 мая. Стоит отметить, что 9 мая в Молдове празднуют русскоязычные и пророссийски настроенные граждане, этот праздник перестал быть общенациональным. Парламентом неоднократно предпринимались попытки перенести празднование 9 мая как Дня Победы на 8 мая как Дня Европы, чтобы тем самым окончательно стереть память об общем советском военном прошлом.

В заголовках частота упоминания России и Молдовы примерно одинакова. Видно, что праздник важен, как для русских, так и для молдаван. Снова цветом выделены слова: «*общий*», «*вместе*»[[29]](#footnote-29).

* Республика Молдова и президент Додон: 12 упоминаний
* Россия (+ советское прошлое) и В. Путин: 11 упоминаний

Кроме того, есть три заголовка о Европе, посвящённых 8 мая – дню Европы и особенно подчёркивается, что молдавский народ не должен отказываться от своей истории, переплетённой в прошлом с Россией и СССР. Слова подтверждают фотографии, в этих выпусках их гораздо больше, чем в прочих, напротив расположены кадры из Кишинёва и из Москвы, демонстрирующие схожесть празднования, а также показывающие встречу президентов на Красной площади.

Особенно интересно вернуться к теме Дня Победы далее, в разделе данной работы, посвящённому анализу оппозиционной газеты и сравнить результаты.

Отдельное место в газете занимают статьи о политике Молдовы на международной арене: кроме России и Европы, это Китай, Турция, США, Индия, Австрия и др. На протяжении всего 2017 года отношениям с другими странами и события с ними связанные часто выводятся на первую полосу. Проанализируем некоторые из таких выпусков.

* Упоминание Молдовы и социалистической партии: 23 слова.
* Упоминание прочих молдавских партий и политических деятелей: 6 слов.
* Россия и Таможенный союз: 17 слов.
* Европа и Европейский союз: 5 слов.
* Прочие страны. Международная тематика: 26 слов.

Видно, что упоминаний последней рубрики даже больше чем заголовков о Молдове. Речь идёт о встречах президента с главами других государств и заключёнными соглашениями. Например: «*Сотрудничество между Молдовой и Ираном*»[[30]](#footnote-30), «*Президент посетил Иран*»[[31]](#footnote-31), «*Социалисты посетили Китай*»[[32]](#footnote-32), «*Президент Молдовы выступил на форуме с президентом России, Премьером Индии и федеральным канцлером Австрии*»[[33]](#footnote-33), «*Президент РМ Игорь Додон добивается миграционной амнистии для молдавских мигрантов в Турции*».[[34]](#footnote-34)

Периодически в газете «Социалисты» печатаются итоги сбора подписей в поддержку президента и опросы граждан. Заголовки таких номеров малочисленны, поскольку основную смысловую нагрузку несут графики.

* Молдова. Социалисты и президент Додон: 11 слов.
* Молдова. Оппозиция: 4 слова.
* Россия: 7 слов.
* Европа: 2 слова.
* Международная тематика: 9 слов.

Основные темы для опросов населения: мнение граждан о евроинтеграции (по итогах опросов число поддерживающих этот курс упало с 70 до 38%), политическая личность, заслуживающая максимум доверия (51% за Додона), как должен называться официальный язык Республики Молдова (71% за молдавский).

Итоги сбора подписей в поддержку президентской республики: 300 тыс. подписей за переход Молдовы с парламентской на президентскую форму правления (собрано за первый месяц).

Особенно важное значение база подведённых итогов занимает в новогодних выпусках конца 2016 – начала 2017 года. Президент Додон год на посту президента. В условиях серьёзного противостояния с Парламентом как президенту, так и всей партии сложно добиться серьёзных изменений, потому со стороны социалистов это медленные шаги. Тем не менее, большая часть газетной полосы занята рубриками типа «*Что сделали и чего добились депутаты ПСРМ в Парламенте*»[[35]](#footnote-35), «*Отчёт о главных достижениях крупнейшей фракции в столичном Совете – фракции ПСРМ*»[[36]](#footnote-36), «*Игорь Додон подвёл итоги первого года своего мандата*»[[37]](#footnote-37). Опрос общественного мнения проводился на тему «Какие партии проходят в Парламент, если выборы пройдут завтра?» (по итогам более 51% за социалистическую партию). По итогам подсчётов:

* Молдова. Социалистическая партия и президент Додон: 36 слов.
* Молдова. Оппозиция: 0 слов.
* Россия: 12 слов.
* Европа: 12 слов.
* Международная тематика: 21 слово.

Таким образом, объём заголовков с упоминанием пророссийских отношений, такой же, как и проевропейских. Кроме того, номера максимально отражают с помощью графиков деятельность президента и партии в области социально-экономического развития и принятые шаги в политической деятельности. Отчёт о проделанной работе предстаёт всеобъемлющим:

* Юридические 111 законопроектов.
* Социальные 53 законопроекта.
* Экономические 72 законопроекта.
* Политические 42 законопроекта.

Всего 278 законопроектов, многие из которых подробно расписаны в статьях, расписаны в подробностях рабочие визиты президента как внутри страны, так и зарубежные, достижения во внутренней и внешней политике.

Начало публикаций 2018 года посвящено российской тематике и тому, чего добилась Россия за годы президентства В. В. Путина. Статьи под заголовками: «*Сухие факты о России в эпоху «фейковых» ненастоящих новостей», «Россия при Путине*».[[38]](#footnote-38)

Итоги сбора подписей за президентскую республику: 800 000 человек.

Опрос о доверии граждан 52, 9% И. Додон, внешнеполитический вектор: за ЕАЭС 42, 5%, за ЕС 37.6%, за президентскую республику 50, 2%, за парламентскую 26, 5%.[[39]](#footnote-39)

Итоги подсчётов:

* Молдова. Социалистическая партия и Президент И. Додон: 67 слов
* Молдова. Оппозиция: 19 слов
* Россия: 22 слова
* Европа: 4 слова
* Международная тематика: 7 слов

Таким образом, очевидно, что большую часть занимает молдавская тематика, на втором месте российская, со значительным отрывом от европейской и международной тем.

В конце марта — начале апреля унионисты организовали по сёлам ряд фиктивных голосований за объединение с Румынией. В связи с этим был выпущен спецвыпуск, полностью посвящённый теме Унири с Румынией. В этом выпуске в заголовках используются слова:

* Унионизм. Униря: 7 слов
* Румынизация. Румыния: 13 слов
* Молдова: 9 слов
* Европейская тематика: 4 слова

В выпуске напечатаны фотографии и данные из архивов 1918-1944 г. г. о времени румынской оккупации: число жертв, рассказы очевидцев и цитаты из зарубежных газет того периода.[[40]](#footnote-40)

Говоря в общем о газете «Социалисты», можно сделать вывод, что при явном выражении в статьях интересов партии и президента, газета, тем не менее объективно преподносит материал, заголовки и подзаголовки на протяжении всех выпусков сохраняют свою аргументированность, как можно было заметить выше, прочим партиям и их деятельности в газете уделено стабильно небольшое количество объёма на полосе, что видно в том числе по заголовочному комплексу – 2-3 слова. Что касается психологических приёмов, то это убеждение населения в созданном образе президента, как человека от народа и трудящегося во благо народа. В основном тексты аналитического характера, объясняется такой подход родом деятельности самых частых авторов статей, а это Б. Цырдя – политический обозреватель-аналитик, В. Головатюк – депутат Парламента РМ, доктор экономических наук, В. Батрынча – депутат Парламента РМ, магистр международного права и другие.

Несмотря на то, что отношениям с Россией уделено значительно больше внимания, политика редакции часто подчёркивает выгоду сотрудничества с обеими сторонами – Европой и Россией, т. е. в целом позиция объективно нейтральна. Ещё одной особенностью являются молдавская и русская версия газет. Дело в том, что многие газеты переводятся на русский язык, однако множество слов остаётся без изменения, только записывается не латиницей, а кириллицей. Например, «Кишинёв» остаётся в молдавском варианте «Кишинэу», как и все прочие названия населённых пунктов, то же самое происходит с терминами «униря» – объединение и т. д. С этой точки зрения, «Социалисты» выпускают русскую версию наиболее точную и корректную для русскоязычного населения.

**2.2. Анализ газеты «Timpul»**

Далее перейдём к анализу следующего издания — газета «Timpul», в переводе с молдавского «Время».

«Тимпул» является одним из самым распространённых источников информации в Молдове. Газета имеет обширную сеть дистрибьюторов периодических изданий, транслируется либо по подписке, либо в продаже в киосках – как отдельным лицам, так и учреждениям, таким как: органы государственного управления, дипломатические представительства, международные организации, консалтинговые центры, учреждения образования, НПО, государственные и частные предприятия, рекламные агентства.

С сентября 2001 года выпускается «TIMPUL info-magazin» в современном формате, разработанный как издательский магазин. Основоположником и главным редактором журнала «TIMPUL info-magazin» стал Константин Тэнасе.

В июле 2004 года «TIMPUL info-magazin» прекратил свое существование. С июля 2004 года появилось новое издание под названием «Утреннее ВРЕМЯ», с той же командой журналистов. Основателем и директором «TIMPUL de dimineaţă» по-прежнему остается Константин Тэнасе.

Газета начала существование с 2001 года, имеет как электронную, так и печатную версию. Посвящена социальной и политической жизни Республики Молдова, предоставляя информацию о событиях, вызывающих общественный интерес. Изначально выпускалась раз в неделю, позже частота увеличилась до двух раз в неделю. Является одной из самых популярных газет на румынском языке. Чтобы максимально точно сравнить издания, анализ будет проводиться выпусков, посвящённых тем же событиям, что ранее были исследованы в «Социалисты».

Первый блок посвящён ста дням президентства И. Додона. Прежде всего, бросается в глаза совершенно иной способ изложения и характер заголовков. В отличии от публикаций «Социалистов» этого периода, в «Тимпул» отсутствует анализ как таковой в принципе. Например, *«100 дней колхозника, прикидывающегося президентом»[[41]](#footnote-41)*, тон статьи подчёркнуто уничижительный. В заголовке не фигурирует ни имени, ни фамилии главы государства.

Текст написан в форме сочинения: автор описывает вымышленную ситуацию с вымышленными событиями, в тексте используется эпитет «колхозник-президент» и имя Игорь Николаевич. Вот и всё «подведение итогов» президентства. В ходе исследования статей можно выявить наличие стереотипов, например, периодически упоминается водка, то президент её выпивает одним махом из стакана, то медленно потягивает глотками. Многие элементы смотрятся неуместно, один из них – военная советская форма на секретарше.

В целом все публикации об Игоре Додоне написаны в таком же духе и носят резко негативный характер: *«Путчисты: Воронин, Додон, Усатый, Шелин, Формузал, поп Маркел, Цырдя…», «Приключения Игоря Додона до любви к Таможенному союзу».*[[42]](#footnote-42) Газета последовательно проводит политику насаждения ненависти и неприятия России и всего русского: *«Русский язык — оружие сепаратистов», «Мифы Третьего Рима. Миф 3: Москва — Русский город».*[[43]](#footnote-43)

Проведём похожий анализ подсчётов определённых слов в заголовочном комплексе, как ранее с социалистической газетой. Чтобы точнее можно было сравнить издания, критерии оставим те же.

* Молдова. Социалисты и президент Додон: 10 слов.
* Молдова. Оппозиция: 29 слов.
* Россия: 49 слов.
* Европа: 27 слов.
* Международная тематика: 13 слов.

Следует добавить отдельно американскую тематику, так как в данной газете она часто фигурирует: 15 слов

Существенно отличается молдавская версия газеты. На русский язык переведены далеко не все тексты, но даже те, которые есть в русском варианте, могут быть прочитаны только до половины, оригинал же исключительно на государственном языке. Потому, необходимо провести подсчёт также слов в оригинальных заголовках.

* Молдова. Социалисты и президент Додон: 45 слов.
* Молдова. Оппозиция: 36 слов.
* Россия: 49 слов.
* Европа: 27 слов.
* Международная тематика: 13 слов.
* Американская тематика: 15 слов.

Расхождения заметны в заголовках, касающихся президента Додона, социалистов, а также всех прочих оппозиционных деятелей и партий.

Как можно заметить, значительную часть занимает новостная тематика о России. Но в данном случае, это негативные факты, вымышленные или реальные, много отсылок не к самой России, а к Советскому Союзу, периоду военного коммунизма, из чего можно заключить, что СССР и современная Россия расцениваются редакционным коллективом как эквивалентные понятия, более того, иногда можно встретить отсылки к царской России, как например, в статье про президента-колхозника. Прежде всего это свидетельство необразованности авторов и непрофессионализма. Примеры таких заголовков: «*Когда Сталин столкнулся с Гитлером*»[[44]](#footnote-44), *«Стыдные вопросы о коллективизации. Зачем Советский Союз уничтожал крестьян? Сколько было жертв? И кто такие кулаки?»[[45]](#footnote-45)*, «*Победа над таким монстром, как российская империя, возможна только в одном случае*»[[46]](#footnote-46), «*Россия возвращается в тёмные века*»[[47]](#footnote-47), «*Особенности русского православного терорра*»[[48]](#footnote-48)(в некоторых заголовках русские слова написаны с ошибками, в данном случае слово «террор»). Заголовки подчёркивающие неудачи России, или предполагающие их: «*Ясновидещие монахи предрекли Путину скорую смерть*»[[49]](#footnote-49) (в переводе на русский допущена ошибка в слове «ясновидящие»), часто встречаются словосочетания «русские оккупанты», «путинская Россия», «провал Путина», «страх Путина», «нервный срыв Путина».

Образ Додона представляется читателям максимально «пророссийским» и страдающим чрезмерным себялюбием: «*Додон заявил, что не будет подписывать законы против России*»[[50]](#footnote-50), «*Додон поведал о божественной природе своей власти*»[[51]](#footnote-51), «*Додон приехал к Путину укреплять имидж*»[[52]](#footnote-52), но гораздо больше негативно окрашенных заголовков о Додоне в молдавской версии.

В оригинале заголовки даже выглядят иначе. Некоторые слова выделены крупными буквами, чаще всего это слово «UNIREA», за исследуемый период — это слово встречается 29 раз, хотя в русском варианте заголовков оно не фигурирует.

Рассмотрим некоторые молдавские заголовки, где упомянут «DODON», и рассмотрим с чем связывают его имя. «*RUȘINE*» (в переводе с молдавского – «стыд»), «*INGROAPĂ speranțele moldovenilor*»[[53]](#footnote-53) (ХОРОНИТ надежды молдаван), «*omul Moscovei*»[[54]](#footnote-54) (человек Москвы).

У газеты «Timpul» почти нет выпусков, посвящённых празднику 9 мая, гораздо больше о 1-ом и 8-ом мая – Дне Европы. Проведём подсчёт тематической направленности за период майских праздников.

* Молдова. Социалисты и президент Додон: 9 слов.
* Молдова. Оппозиция: 3 слова.
* Россия: 9 слов.
* Европа: 21 слово.

На русский язык не переведено ни одной статьи, а на молдавском, как видно по подсчётам, больше написано о Европе. Примеры заголовков: «*Pe 9 mai va fi marcată şi Ziua Europei*»[[55]](#footnote-55) (9 мая будет отмечаться и День Европы), «*Dodon „luptă” cu... Ziua Europei*»[[56]](#footnote-56) (Додон «воюет» с… Днём Европы) заголовок сопровождается фотографией И. Додона, сидящего рядом с В. Путиным на параде на Красной площади, фотография перевёрнута вверх ногами, «*Ziua Europei celebrată la Chișinău»*[[57]](#footnote-57) (День Европы отпразднован в Кишинёве), «Dodon s-a afișat alături de Putin la parada militară de la Moscova»[[58]](#footnote-58) (Додон появился на параде в Москве рядом с Путиным).

Некоторые заголовки намеренно представляют Советский Союз в негативном ключе «*Armata Sovietică OCUPĂ criminal teritorii româneşti în urma Pactului Hitler-Stalin*»[[59]](#footnote-59) (Советская армия криминально ОККУПИРУЕТ румынские территории следуя пакту Гитлер-Сталин), «*Cât de curve au fost rușii în Al Doilea Război Mondial*?»[[60]](#footnote-60) (в заголовке использовано непечатное слово «*curve*», обозначающее женщин лёгкого поведения, следовательно, перевод «Какими … были русские во вторую мировую войну»).

Сравнивая результаты подсчётов с газетой «Социалисты», видно, что доля упоминаний России и И. Додона примерно одинаковая, в отличии от проевропейской тематики.

Несмотря на то, что газета подчёркивает собственную независимость и уникальность, свою непредвзятость, ещё один недостаток, помимо низкого уровня подготовки кадров, – отсутствие каких-либо статистических данных, экономических показателей, подтверждающих заявленные в текстах «провалы» президента или же наоборот, доказательства «успехов» Европы и США в противостоянии с Россией.

Далее перейдём к исследованию выпусков «Timpul», завершающих первый год правления нового президента.

* Молдова. Социалисты и президент Додон: 11 слов.
* Молдова. Оппозиция: 17 слов.
* Россия: 5 слов.
* Европа: 32 слова

Хотя, как пишет о себе сама команда газеты, она «не контролируется ни одной политической или экономической группой», все её материалы выдержаны в духе проевропейской и прорумынской политики. Психологическое воздействие, оказываемое на население – пропаганда и создание образа Российской Федерации как главного врага для молдавского народа. Низкий уровень профессионализма «компенсируется» широкой фантазией, тексты носят скорее развлекательный характер, чем информирующий. Объясняется такой подход выбором в качестве основной аудитории молодёжи, как раз того поколения, выросшего после обретения независимости на переписанных учебниках истории и активно принимающих скорее западную культуру, традиции, чем обращающейся в общему прошлому Молдавии и России.

**2.3. Анализ газеты «Gagauzinfo.MD»**

Gagauzinfo.MD – это информационный проект, придерживающийся нейтральной политики, направленный на объективное и всестороннее освещение событий в АТО Гагаузия и уделяющий внимание международным темам. Ежедневно команда портала предоставляет информацию по новостям политики, экономики, общества, культуры и спорта. Кроме того, наиболее интересные текстовые и видеоматериалы по гагаузской тематике, подготовленные региональными и центральными СМИ, также публикуются на портале.

Команда Gagauzinfo.MD предоставляет вниманию читателей авторские аналитические материалы, результаты опросов по злободневным темам, видео- и фоторепортажи с мест событий.

Как сообщает официальный сайт портала: «Ежемесячная аудитория Gagauzinfo.MD превышает 50 тысяч посещений. Каждый пятый посетитель сайта находится за пределами Республики Молдова, а значит Gagauzinfo.MD стал основным источником информации о Гагаузии для соотечественников, находящихся за рубежом».[[61]](#footnote-61)

Регулярное цитирование Gagauzinfo.MD ведущими республиканскими и региональными СМИ подтверждает авторитетность и популярность портала.

Следует отметить, что характер публикаций в этом издании в корне отличается от «Социалисты» и «Тимпул». Даётся много информационного материала, комментарии экспертов, преимущественно российских политологов и экономистов, широко освещаются все события, происходящие в автономии. Причём, если «Социалисты» можно назвать газетой пропрезидентской, «Тимпул» явно оппозиционной президенту и пропарламентской, то «Гагауз. МД» не поддерживает ни тех, ни других, придерживаясь собственной политики. При анализе заголовков добавляется ещё две темы: Румыния и Гагаузия.

Заголовки периода подведения итогов 100 дней президента Додона:

* Молдова и И. Додон: 11 слов.
* Россия: 7 слов.
* Румыния: 4 слова.
* Гагаузия: 7 слов.
* Международная тематика: 2 слова.

В статьях нет какого – либо анализа итогов президентства, одобрения или порицания, скорее, это просто изложение фактов и видео-фотоматериалов, предоставляя читателю на основе этого самому сделать выводы: «*В Молдавии появился свой Янукович—пророссийский на словах, с прозападными олигархами на деле*», «*Додон поставил ультиматум гражданам Молдовы*», «*С кем из чиновников президент Додон на «ты*».[[62]](#footnote-62)

Если «Социалисты» и «Тимпул» практически не называют имени молдавского олигарха В. Плахотнюка, де-факто держащего под контролем всю республику, то гагаузская газета постоянно обращается к этой теме, подчёркивая, что независимость Додона – это «работа на публику»: *«Молдавия без приднестровцев «расчёт» Додона и расчёт Плахотнюка», «Российский эксперт: Президент Молдавии стал органичной частью олигархического режима», «Усатый уходит в отставку, а Додон — в коалицию с Плахотнюком»*.[[63]](#footnote-63)

В это же время Додон выступил с инициативой проведения референдума (который впоследствии Конституционный суд Молдавии запретил) о президентской форме правления и немало публикаций уделяется этому вопросу: *«Во сколько обойдётся консультативный референдум Додона», «Бургуджи: почему в бюллетень не включён вопрос о векторе развития Молдовы».*[[64]](#footnote-64) Не обходится стороной и тема вступления в ЕС и Таможенный Союз: *«За интеграцию Молдовы в Таможенный Союз выступает больше граждан, чем в Европейский», «Опрос: Россия пользуется наибольшим доверием у населения Молдовы».*[[65]](#footnote-65)

Как видно из подсчёта, темы России и Гагаузии занимают равный объём по количеству статей. Часто публикуются мнения российских экспертов как по экономическим, так и по политическим вопросам. Если Молдавия за годы правления Альянса за Евроинтеграцию значительно утратила дружеские связи с Россией и, что немаловажно, российский рынок, то Гагаузская автономия не только сохранила, но и увеличила объёмы экспорта в Россию. Кроме того, в Гагаузии свежи в памяти события 90-х годов, когда в Приднестровье пролилась кровь и вооруженный конфликт закончился фактическим отделением Приднестровья от Молдавии и какую роль при этом сыграла 14 российская армия и её командующий генерал А. Лебедь. «Завтра я буду завтракать в Тирасполе, а если упадёт хоть одна пуля в Приднестровье…обедать я буду в Кишинёве, а ужинать в Бухаресте» — эти слова генерала остановили военные действия. На Юг Молдавии также был со стороны Кишинёва волонтёрский «Поход на Гагаузию» и лишь прибытие частей Советской Армии предотвратило кровопролитие.

Поэтому в Гагаузской автономии не без оснований настороженно относятся к официальному Кишинёву все эти годы и с симпатией к России: *«Демократии при демократах в Молдове стало меньше», «Исследование: в Молдове становится хуже с независимостью судебной системы и борьбой с коррупцией», «Приднестровье Додону нужно только для выборов».[[66]](#footnote-66)*

Следует отметить, что гагаузы — это тюркский народ православного вероисповедания, а точнее это турки, принявшие православие и оставшиеся на территории Молдавии после освобождения её от Османского владычества. Поэтому, помимо российского влияния, на территории автономии сильно турецкое присутствие – инвестиции, гранты, совместные предприятия.

Это сказывается на информационной политике, в частности, из международных новостей много внимания уделяется турецкой тематике: *«Премьер Турции готов помочь Молдове справиться с последствиями снегопадов», «Премьер – министр Турции намерен посетить Гагаузию», «Дудогло встретился с президентом Турции», «Турецкие текстильщики ведут поиск стабильных деловых партнёров в Гагаузии».*[[67]](#footnote-67)

В то же время, достаточно широко представлены связи Гагаузии с другими странами, особо подчёркивается тема дружбы и сотрудничества: *«Гагаузия и Татарстан расширят торгово-экономическое сотрудничество», «Гагаузия и автономный район Нинся-Хуэй Китая подписали план мероприятий по сотрудничеству до 2018 года», «Гагаузия и Курземский регион Латвии намерены сотрудничать».*[[68]](#footnote-68)

При этом демонстрируется лояльность по отношению к западным партнёрам и Румынии в частности: *«Замбашкана: Мы осознаём,что Восток не может помочь* средствами*, которые предоставляет Запад».*[[69]](#footnote-69)

Следующий блок — период празднования Дня Победы. Распределение частоты упоминаний по заголовкам:

* Молдова: 16 слов.
* Россия: 8 слов.
* Румыния: 1 слово.
* Гагаузия: 9 слов.
* Международная тематика: 10 слов.

Много внимания уделяется событиям непосредственно в автономии и приблизительно столько же отведено на Россию и страны ближнего и дальнего зарубежья: *«Сотни жителей Чадыр-Лунги прошли торжественным маршем в день Победы», «День Победы в России и за её пределами»*.[[70]](#footnote-70)

Вместе с широким освещением акции «Бессмертный полк» в России, даётся резко негативная оценка тому, как эта акция была проведена в Молдавии: *«Как ПСРМ совершила ритуальное «убийство» «Бессмертного полка»*.[[71]](#footnote-71)

В международной тематике большую часть занимает информация, так или иначе, связанная с Турцией: «*В Молдове по просьбе турецкого премьера закроются лицеи «Оризонт»», «Премьер Филип и премьер Турции посетили Гагаузию».[[72]](#footnote-72)*

При этом в публикациях при упоминании о гагаузском и турецком народах неизменно употребляется эпитет «братские». В отношении Турции и её политического и экономического участия в автономии настрой, как правило, очень благожелательный. Чего нельзя сказать о попытках румынского вмешательства в дела Гагаузии или Приднестровья: *«Румынизация Молдавии: Приднестровье рискует остаться один на один с «агрессивной Украиной»*.[[73]](#footnote-73)

В этот период был принят закон о смешанной избирательной системе, что, по мнению гагаузских аналитиков, не отвечает интересам Гагаузии. Впервые со времени избрания Додона в заголовках появляется явно резко негативная оценка действий президента: *«Додон предатель! Гражданский протест требует отозвать законопроект об изменении избирательной системы», «Ирина Влах: мнение жителей Гагаузии проигнорировали».[[74]](#footnote-74)*

Доверие к президенту явно падает и тон статей становится всё жёстче: *«Ткачук: За своё свинство Додону придётся отвечать даже перед голосовавшим за него меньшинством»*[[75]](#footnote-75), *«Мартынов: Президентом чего останется Додон?»*[[76]](#footnote-76)*, «Несмотря на бахвальство президента Додона Россия продолжает выдворять наших соотечественников*».[[77]](#footnote-77)

Третий блок февраль-апрель 2018 года – активизации унионистов. Сторонники объединения с Румынией проводят ряд митингов в Кишинёве, по сёлам фабрикуются «решения народа» об объединении.

* Молдова: 25 слов.
* Россия: 15 слов.
* Румыния: 4 слова.
* Гагаузия: 16 слов.
* Международная тематика: 7 слов.

О выступлениях унионистов материалов не так много: *«Первый молдавский район «присоединился» к Румынии»*[[78]](#footnote-78), *«Молдавию будут присоединять к Румынии. Додон призывает сидеть дома»[[79]](#footnote-79)*; несколько комментариев на эту тему: *«Румыния не признаёт «присоединения» к ней молдавских сёл»*[[80]](#footnote-80), *«Только русофобия:* *парламент Молдавии не интересует «уход» сёл в Румынию»[[81]](#footnote-81)*. Больше внимания уделено России и лично президенту Путину*: «Опрос: Граждане Румынии хотели бы иметь президента, похожего на Путина», «Рейтинг одобрения работы Путина достиг максимума с 2012 года»[[82]](#footnote-82), «Опрос: Более 50% жителей Молдовы доверяют Путину».[[83]](#footnote-83)*

То, что в Гагаузии нет бурного обсуждения темы Унири может быть связано с тем, что это не выгодно ни унионистам, ни сторонникам Гагаузской автономии. Мало кто вспоминает о том, что в уставе Гагаузии есть статья предусматривающая её право на самоопределение, фактически выход из состава Молдавии, в случае если Молдавия изменит свой статус, т.е. объединится с Румынией. Унионисты не любят об этом говорить, т. к. это потеря на совершенно законных основаниях одной трети территории Молдовы в случае объединения с Румынией, а гагаузы предпочитают не афишировать этот факт, чтобы не нагнетать обстановку.

В целом можно сделать вывод, что автономная территория сохраняет абсолютный нейтралитет, нельзя выявить ни одну из сторон, которую бы Гагаузия явно поддерживала, скорее это позиция против всех, как можно заключить из приведённых выше примеров, мало заголовков положительно отзываются о Молдавском парламенте, о президенте и политике в целом. Стилистически это холодное изложение фактов, мало экспрессивное.

**2.4. Сравнительный анализ. Вывод**

Итак, нами был проведён анализ каждого из выбранных для исследования изданий. Далее проведём общий сравнительный анализ.

Основная политическая тематика во всех трёх случаях похожа. И «Социалисты», и «Timpul», и «Gagauzinfo.md» пишут о Молдове, разделяя позиции на проевропейскую и пророссийскую тематику, однако если в первом издании цель состоит в том, чтобы преподнести информацию аудитории о президенте как о успешном и талантливом политике, в прочих это либо нейтральный анализ, либо целенаправленное принижение роли главы государства.

Что касается тематики о России, Европе и международных отношений в целом, доля упоминаний также примерно одинаковая, однако, у газеты «Социалисты» образ России – это образ партнёра и братского народа, с которым связывает общая история, схожий менталитет, традиции, праздники; Европа также выгодна для заключения сделок в различных областях. Таким образом, направленность редакционной политики всесторонняя. То же самое можно сказать о «Gagauzinfo.md», несмотря на негативное отношение к власти Молдавии, в целом, информация подаётся достаточно объективно. На международном уровне, оценка действий как России, так и Запада, скорее положительная. В отличие от газеты «Timpul», открыто пропагандирующей образ врага в отношении Российской Федерации и не подкрепляющей слова фактологической базой. Для газеты характерен скорее художественный стиль, либо публицистический с элементами художественного, тогда как «Социалисты» и «Gagauzinfo.md» от начала и до конца сохраняют аналитический подход.

Но при том, что газеты «Социалисты» и «Timpul» диаметрально противоположных взглядов и характеров написания статей, именно в них чаще всего упоминаются исключительно молдавские термины, особенно слово «Униря», если прочие выражения обычно переводятся на русский, данный термин прочно вошёл в лексикон русского населения на территории Молдовы, возможно потому, что оттенки русского «объединение» и молдавского «униря» не эквивалентны, поскольку Униря обязательно означает объединение с Румынией.

Поскольку наше исследование во многом является междисциплинарным, так как касается не только журналистики, но и стилистики, социологии, психологии, дальше мы подведём итог основным психологическим приёмам и способам управления массовым сознанием через СМИ.

Самые явные психологические приёмы использует газета «Timpul», это выделенные крупным шрифтом отдельные слова в заголовках, относящиеся к оценочной лексике, или вовсе не печатные слова о России и русских. Некоторые заголовки газеты скорее подходят для жёлтой прессы, так как используются не с целью информировать аудиторию, а в первую очередь шокировать, развлечь, а также вызвать негатив в адрес фигурирующих в статье личностей. Многие статьи «Timpul» выделяются визуально за счёт перевёрнутых фотографий, почти всегда это кадр с президентом Додоном. Поскольку полная версия доступна только на молдавском языке, а при переводе часто допущены ошибки, очевидно, что целевая аудитория – молдоговорящее население, а качество статей и их во многом развлекательный характер, указывает на то, что возрастная категория – молодёжь.

«Социалисты» убеждают читателей в успехах И. Додона и партии, иногда можно проследить использование намёков на более выгодную и справедливую политику президента, в отличие от действий парлимента, критика оппозиции достаточно объективна и корректна. Основные психологические приёмы – выделение заголовков двумя цветами, что добавляет заголовочному комплексу поликодовость, и подкрепление международной тематики фотографиями с мест встреч глав государств и ведущих политиков.

«Gagauzinfo.md» напротив – не используют явных визуальных деталей, заголовки все выдержаны в одном стиле, фотографии часто повторяются в нескольких статьях, но манипулирование осуществляется с помощью намёка, как основного приёма. О неудачах президента или парламента часто умалчивается в заголовках, но такой вывод можно сделать после прочтения статьи.

Таким образом, при схожей тематике изданий, психологические приёмы отличаются, поскольку отличается аудитория: «Timpul» – в основном молдавская молодёжь, «Социалисты» – сельское население, преимущественно люди старшего возраста, «Gagauzinfo.md» – рассчитано на все слои населения, с небольшим акцентом на ментальное осмысление информации.

Подведём итог, приёмы и методы, используемые изданиями это:

«Социалисты» – непрямая атака, намёк, в большей степени убеждение, в меньшей манипуляция, поскольку манипуляция направлена на субъекты, не способные мыслить критически. Рассчитано на ментальное восприятие.

«Timpul» – в основном манипуляция, внушение, в меньшей степени убеждение, рассчитано на эмоциональное восприятие. Не предполагает наличие у читателей образования и какого-либо жизненного опыта.

«Gagauzinfo.md» – косвенное внушение, намёк, обвинение по ассоциации, убеждение, в меньшей степени манипуляция. Рассчитано на ментальное восприятие.

**Заключение**

Оценивая пройденный Молдовой путь в качестве независимого государства, можно заметить прямую взаимосвязь между трансформацией общества и трансформацией власти. Показательно, что каждый президент и почти каждый депутат на протяжении последних двадцати лет были выходцами из сельской местности. То есть молдавские политики традиционно отражают умонастроения народа, который они возглавляют. Как тут не вспомнить пословицу «Какой народ – такая и власть»? А поскольку СМИ играют роль посредника между властью и народом, то они заключают в себе качества обеих сторон и полностью соответствуют духу эпохи.

Как и в других странах, молдавские медиа активно используют различные психологические приёмы, чтобы создать необходимое их владельцам общественное мнение. Мы рассмотрели их в нашей работе и выделили следующие:

1. Внушение, как основной приём целенаправленного стимулирования сферы подсознания индивида, в результате чего нужным образом меняется его поведение и взгляды.
2. Косвенное внушение, более тонкий приём эмоционального воздействия с помощью упоминания отдельного факта или случая и его последующего раскрытия.
3. Убеждение, активизирующее человеческий фактор, разъясняющее задачи текущего момента, сосредотачивающее аудиторию на главных проблемах, мобилизующее личностную активность.
4. Манипуляция, способ воздействия на эмоциональную сторону. Управляет реакцией с помощью установленных стереотипов, не подкреплённых фактами слухов, ошибочных, но шокирующих аудиторию суждений.
5. Намёк, оказывающий влияние с помощью шутки, иронии, неминуемо несущий косвенное одобрение либо осуждение.

Одни приёмы рассчитаны на старшее поколение, в большей массе русскоязычное, либо хорошо владеющее русским языком. Другие техники ориентированы на молодёжь, а потому направлены главным образом на развлечения. Обычно СМИ, работающие с молодёжной аудиторией, используют молдавский язык, поскольку новое поколение в своей массе плохо владеет русским языком или не владеет вовсе. Такая журналистика практически не занимается информированием общества, искажает правду и активно переписывает историю, продолжая традиции молдавских националистов 1990-х годов. В результате, В Молдове происходит раскол на сторонников сближения с Востоком и поклонников Запада, на старшее поколение и молодёжь. И эта перманентная схватка за политическую ориентацию на самом деле является борьбой за идентичность, менталитет, ценности и образ жизни, борьбой, от которой зависит будущее страны.

Анализ ведущих молдавских общественно-политических изданий позволяет сделать следующие выводы.

1. Газета «Timpul» относится к изданиям резко унионистской направленности, то есть выступает за объединение с Румынией и сближение с Евросоюзом; издание «Социалисты» позиционирует себя как сторонник хороших отношений с Россией при сохранении нормальных контактов с ЕС; «Gagauzinfo.md» также выступает за сотрудничество как с Россией, так и Европой, особо выделяются отношения с Турцией в силу этнических особенностей Гагаузской автономии (близость к турецкому народу).
2. «Timpul» трактует историю в духе ненависти к Советскому Союзу и игнорирует общее прошлое России и Молдавии; газета «Социалисты», напротив, подчёркивает историческую взаимосвязанность этих двух государств; «Gagauzinfo.md» также придерживается трактовки истории Молдовы в контексте её неизбежной связи с Россией.
3. Газета «Timpul» поддерживает парламентское большинство, подчёркивая в публикациях негативное отношение к президенту; «Социалисты» – полная поддержка Президента при отрицательной оценке действий Парламента; «Gagauzinfo.md» – критическое отношение и к Президенту, и к Парламенту.
4. Все три издания печатаются в русском и молдавском варианте, информационный портал «Gagauzinfo.md» ещё и на гагаузском, при этом если у «Социалисты» и «Gagauzinfo.md» русская версия не отличается от молдавской, то в «Timpul» явное отличие (на русском не все материалы и молдавская версия более полная).
5. Издание «Timpul» проповедует идеи румынизации и русофобии, «Социалисты» и «Gagauzinfo.md» – за сотрудничество с Востоком и Западом.
6. У газеты «Timpul» аудитория преимущественно молодёжь (возрастная категория 16-30 лет). «Социалисты» – читатели более старшего поколения, заставшие советский период (возрастная категория старше 35 лет). «Gagauzinfo.md» – публикует материалы для всех возрастных категорий.
7. «Timpul» при подаче информации используют методы манипуляции, внушения, в меньшей степени убеждения. «Социалисты» – методы убеждения, намёка, непрямой атаки, в меньшей степени манипуляции. «Gagauzinfo.md» – в основном убеждение, косвенное внушение, намёк, обвинение по ассоциации, некоторые элементы манипуляции.

В целом. Молдавское общество расколото. Важнейшая линия раскола – выбор геополитической ориентации. Это проявляется на уровне конфликта двух ветвей власти – президента и парламента. К сожалению, СМИ работают на углубление раскола, а не на сближение разных народов и социальных групп. Молдавию разрывают между Россией и Европой, не дают ей быть мостом между двумя игроками.

**Список литературы:**

1. Цырдя Б., Чобану В. Олигархическая Молдова. Кишинёв, 2014.
2. Аникин В. Гражданское общество в Республике Молдова: состояние, проблемы, перспективы. Кишинэу, 2001.
3. Барбэрощие А., Гремалски А., Жигэу И. и др. Институт Публичных Политик. Кишинёв, 2009.
4. Глазунова Н. И. Система государственного управления: Учебник для вузов. Москва, 2002.
5. Грачёв М., Мадатов А. Демократия: Методология исследования, анализ перспектив. Москва, 2004.
6. Даль Р. Полиархия: участие и оппозиция. Москва, 2003.
7. Даль Р. Демократия и её критики. Москва, 2003.
8. Молдова: Отчёт по человеческому развитию. Кишинёв, 1997.
9. Основные вызовы демографической безопасности: сходства и различия в Молдове и Беларуси. Кишинёв: Штиинца, 2010.
10. Тодуа З. Молдавия и молдавские коммунисты. Москва, 2009.
11. Вестник Аналитики, 2010, №3.
12. Молдавские ведомости, 2011.
13. Независимая Газета-политэкономия, 1998, №7.
14. Независимая Молдова, 2011.
15. Политические исследования, 1996, №5.
16. Г. Лебон. Психология народов и масс. Перевод с французского Я. Фридмана и Э. Пименовой. С.-Петербург, изд. Ф. Павленкова, 1896.
17. Фрейд. Психология масс и анализ человеческого «Я», издательство «Современные проблемы», Н. А. Столляр, М., 1926 г.
18. Колл авторов. Политическая психология. «Академический Проект». «Деловая книга». 2001.
19. Г. Блумер. Коллективное поведение. 1951.
20. Н. Челдышова. Социальная психология. Экзамен. 2009.
21. Д. Ольшанский. Психология масс. СПб. 2002.
22. Х. Ортега-и-Гассет. Восстание масс. AST Publishers, 2016.
23. С. Московичи. Век толп. Академический проект. 2011.
24. Э. Канетти. Масса и власть. Астрель. 2012.
25. С. Московичи. Наука о массах
26. Г. Лассуэл. Методы пропаганды в мировой войне. 1927.
27. У. Липпманн. Общественное мнение. 1922.
28. Дж. Клаппера. Воздействие массовой коммуникации.
29. К. Ховленд. исследования для армии США. 1942-1945.
30. М. Мак-Лухан. Процесс массмедиа: развитие в разрыве знаний. 1964.
31. П. Тиченора, Г. Донохью.ю К. Олиена. Понимание масс-медиа. 1970.
32. М. Маккомбс, Д. Шоу. Новостная функция масс-медиа. 1972.
33. О. Попова. А. Балезина. Статья «Роль средств массовой информации в формировании стереотипов массового сознания». Журнал «Вестник Пермского университета. Философия. Психология. Социология». 2015г.
34. Связи с общественностью в политике и государственном управлении / под общ. ред. В.С. Комаровского. – М.: РАГС, 2001.
35. Коновченко С.В. Общество - сми – власть / Коновченко С.В. – Ростов-на-Дону: СКАГС, 2001.
36. Шиллер Г. Манипуляторы сознанием. – М., 1980.
37. Пресса и общественное мнение. / Под ред. Коробейникова В.С. - М., 1986.
38. Каландаров Х. – Экополитика и коммуникативные процессы. – М. 1999.
39. Макклюэн Г.М. – Понимая медиа. – Кучково поле, 2003.
40. Adevarul Holding lanseaza Adevarul Moldova si contracteaza un credit de 42 de milioane lei. Ioana Lupea si Mircea Marian in locul lui Radu Moraru// URL: <https://economie.hotnews.ro>
41. ANA MARIA LAZAR TVR Moldova primește un buget de 5 milioane de lei în 2015 URL: <http://infoprut.ro>
42. TVR Moldova va primi finanțare de la bugetul de stat al României//URL: <https://www.timpul.md>
43. Официальный сайт радиостанции Радионорок URL: <http://www.radionoroc.md>
44. Consilierul directorului IS Calea Ferată din Moldova și-a cumpărat televiziune URL: <https://anticoruptie.md>
45. Valeriu Saharneanu. Radio Vocea Basarabiei – corp delict în seria crimelor statului capturat de oligarhi URL: <https://observatorul.md>
46. Post TV Vocea Basarabiei TV URL: <http://www.media-azi.md>
47. Lulea Marius Dorin. LIVE S-a lansat oficial Unirea TV la Chişinău – bariera informaţională a fost spartă URL: <http://adevarul.ro>
48. Газета «Социалисты», все выпуски с 2016 по 2018 г.
49. Газета «Timpul», все выпуски с 2016 по 2018 г.
50. Информационный портал «Gagauzinfo.md», рубрика «политика», все выпуски с 2016 по 2018 г.

1. Данные взяты из документов, предоставленных советником Президента по экономическим связям В. Головатюком. [↑](#footnote-ref-1)
2. Данные взяты из документов, предоставленных советником Президента по экономическим связям В. Головатюком. [↑](#footnote-ref-2)
3. Официальный сайт информационного молдавского интернет-портала ИПН. URL http://www.ipn.md/ [↑](#footnote-ref-3)
4. Там же. [↑](#footnote-ref-4)
5. Там же. [↑](#footnote-ref-5)
6. Официальный сайт информационного молдавского портала Вкурсе.md URL https://vkurse.md [↑](#footnote-ref-6)
7. Доклад о ситуации в СМИ Республики Молдова в 2010 г. www.ijc.md [↑](#footnote-ref-7)
8. Доклад о ситуации в СМИ Республики Молдова в 2010 г. www.ijc.md [↑](#footnote-ref-8)
9. Там же. [↑](#footnote-ref-9)
10. Онлайн-портал народного собрания Гагаузии http://halktoplushu.md [↑](#footnote-ref-10)
11. Официальный сайт Википедии https://ru.wikipedia.org [↑](#footnote-ref-11)
12. # П.А. Столяренко. Статья «Средства и методы психологического воздействия информации на человека». 2015. https://whatisgood.ru

    [↑](#footnote-ref-12)
13. Б.Д. Парыгин. Социальная психология. СПб. 1999. [↑](#footnote-ref-13)
14. В. Ф. Олешко. Психология журналистики. Екатеринбург, 2014. [↑](#footnote-ref-14)
15. О. Попова. А. Балезина. Статья «Роль средств массовой информации в формировании стереотипов массового сознания». Журнал «[Вестник Пермского университета. Философия. Психология. Социология](https://cyberleninka.ru/journal/n/vestnik-permskogo-universiteta-filosofiya-psihologiya-sotsiologiya)». 2015г. [↑](#footnote-ref-15)
16. Студопедия. Коммуникации в системе управления. https://studopedia.org [↑](#footnote-ref-16)
17. Студопедия. Коммуникации в системе управления. https://studopedia.org [↑](#footnote-ref-17)
18. В. Комаровский. Связи с общественностью в политике и государственном управлении. М.: РАГС, 2001. С. 42. [↑](#footnote-ref-18)
19. Харченко Н. П., Банник Л. С. Заголовки-цитаты в современной газетной публицистике. Пермь, 2001 г. [↑](#footnote-ref-19)
20. Плаксина Е. Б., Кусова М. Л. Языковые средства реализации, воздействующей функции заголовков, М. Л., 2011 г. [↑](#footnote-ref-20)
21. Лазарева Э.А. Заголовок в газете. Свердловск, 1989. [↑](#footnote-ref-21)
22. Там же. [↑](#footnote-ref-22)
23. Москвин В.П. Стилистика русского языка. Теоретический курс. Ростов-на-Дону, 2006. [↑](#footnote-ref-23)
24. Граудина Л.К. Культура русской речи. М., 1998. [↑](#footnote-ref-24)
25. Воробъёва Т. А. Стилистические ресурсы газетного заголовка. Череповец, 1996 г. [↑](#footnote-ref-25)
26. Газета «Социалисты» №7, 2016 год. [↑](#footnote-ref-26)
27. Газета «Социалисты» №8, 2016 год. [↑](#footnote-ref-27)
28. Там же. [↑](#footnote-ref-28)
29. Газета «Социалисты» №12, 2016 год. [↑](#footnote-ref-29)
30. Газета «Социалисты» №18, 2017. [↑](#footnote-ref-30)
31. Газета «Социалисты» №19, 2017. [↑](#footnote-ref-31)
32. Газета «Социалисты» №14, 2017. [↑](#footnote-ref-32)
33. Там же. [↑](#footnote-ref-33)
34. Газета «Социалисты» №13, 2017. [↑](#footnote-ref-34)
35. Газета «Социалисты» №30, 2016 г. [↑](#footnote-ref-35)
36. Там же. [↑](#footnote-ref-36)
37. Газета «Социалисты» №31, 2017 год. [↑](#footnote-ref-37)
38. Газета «Социалисты» №1,2, 2018 год. [↑](#footnote-ref-38)
39. Газета «Социалисты» №2,3, 2018 год. [↑](#footnote-ref-39)
40. Газета «Социалисты» №8, 2018 год. [↑](#footnote-ref-40)
41. Газета «Timpul» август 2017 г. [↑](#footnote-ref-41)
42. Там же. [↑](#footnote-ref-42)
43. Газета «Timpul» сентябрь 2017 г. [↑](#footnote-ref-43)
44. Газета «Timpul» октябрь 2017 г. [↑](#footnote-ref-44)
45. Газета «Timpul» ноябрь 2017 г. [↑](#footnote-ref-45)
46. Газета «Timpul» сентябрь 2017 г. [↑](#footnote-ref-46)
47. Там же. [↑](#footnote-ref-47)
48. Газета «Timpul» сентябрь 2017 г. [↑](#footnote-ref-48)
49. Газета «Timpul» сентябрь 2017 г. [↑](#footnote-ref-49)
50. Газета «Timpul» ноябрь 2017 г. [↑](#footnote-ref-50)
51. Газета «Timpul» октябрь 2017 г. [↑](#footnote-ref-51)
52. Там же. [↑](#footnote-ref-52)
53. Газета «Timpul» февраль 2017 г. [↑](#footnote-ref-53)
54. Там же. [↑](#footnote-ref-54)
55. Газета «Timpul» май 2017 г. [↑](#footnote-ref-55)
56. Газета «Timpul» август 2017 г. [↑](#footnote-ref-56)
57. Газета «Timpul» май 2017 г. [↑](#footnote-ref-57)
58. Там же. [↑](#footnote-ref-58)
59. Газета «Timpul» июнь 2017 г. [↑](#footnote-ref-59)
60. Газета «Timpul» август 2017 г. [↑](#footnote-ref-60)
61. Официальный сайт информационного гагаузского портала www.gagauzinfo.md [↑](#footnote-ref-61)
62. Гагаузинфо.мд апрель 2017 г. [↑](#footnote-ref-62)
63. Гагаузинфо.мд март 2017 г. [↑](#footnote-ref-63)
64. Там же. [↑](#footnote-ref-64)
65. Гагаузинфо.мд апрель 2017 г. [↑](#footnote-ref-65)
66. Там же. [↑](#footnote-ref-66)
67. Гагаузинфо.мд апрель 2017 г. [↑](#footnote-ref-67)
68. Гагаузинфо.мд июль 2017 г. [↑](#footnote-ref-68)
69. Гагаузинфо.мд март 2017 г. [↑](#footnote-ref-69)
70. Гагаузинфо.мд май 2017 г. [↑](#footnote-ref-70)
71. Там же. [↑](#footnote-ref-71)
72. Там же. [↑](#footnote-ref-72)
73. Там же. [↑](#footnote-ref-73)
74. Там же. [↑](#footnote-ref-74)
75. Гагаузинфо.мд сентябрь 2017 г. [↑](#footnote-ref-75)
76. Гагаузинфо.мд октябрь 2017 г. [↑](#footnote-ref-76)
77. Там же. [↑](#footnote-ref-77)
78. Гагаузинфо.мд февраль 2018 г. [↑](#footnote-ref-78)
79. Гагаузинфо.мд март 2018 г. [↑](#footnote-ref-79)
80. Гагаузинфо.мд февраль 2018 г. [↑](#footnote-ref-80)
81. Там же. [↑](#footnote-ref-81)
82. Гагаузинфо.мд март 2018 г. [↑](#footnote-ref-82)
83. Гагаузинфо.мд апрель 2018 г. [↑](#footnote-ref-83)