



Парламентские выборы 2020 КЫРГЫЗСТАН

Мониторинг социальных сетей

**Промежуточный отчет
(с 4 июля по 3 сентября 2020 г.)**

**14 октября 2020 г.
Бишкек**

Этот проект поддерживается Национальным Фондом Поддержки Демократии.

ВСТУПЛЕНИЕ

В период с 4 июля по 3 сентября медиа-организация Кыргызстана «Центр Медиа Развития» и словацкая некоммерческая специализированная организация по мониторингу СМИ «МЕМО 98» провели мониторинг социальных сетей в преддверии парламентских выборов 4 октября 2020 года. В мониторинге участвовали 46 различных субъектов (политики, политические партии, влиятельные лица, СМИ и официальные органы) с учетными записями в Facebook и Instagram, которые опубликовали в общей сложности 11 695 постов в Facebook и 6 623 постов в Instagram. Посты вызвали 3 163 755 реакций в Facebook и 20 843 505 в Instagram.

Основная цель мониторинга социальных медиа состояла в том, чтобы определить влияние социальных сетей на честность выборов и степень влияния социальных сетей, предоставляющая важную информацию, которая необходима избирателям для принятия ими решений.¹ Хотя в целом для большинства людей телевидение остается основным источником информации о политической жизни общества, растущая популярность социальных сетей побудила нас включить Facebook и Instagram в наш мониторинг.² Мы заинтересованы в том, чтобы определить, в какой степени социальные сети используются различными игроками в Кыргызстане во время избирательного процесса.

Плюрализм кыргызских СМИ является исключительным в Центральной Азии, но поляризация кыргызского общества отражается как в самих СМИ, так и в среде журналистов. Несмотря на то, что репрессии в отношении СМИ, предшествовавшие президентским выборам 2017 года, давно закончились, журналистские расследования все еще колеблются - им мешают трудности с доступом к информации и они подвергаются серьезным преследованиям, включая физическое насилие, кибератаки и допросы. Разоблачения коррупции по-прежнему могут быть очень опасными для независимых журналистов и СМИ [..]. Журналистам также будет по-прежнему не хватать безопасности до тех пор, пока законодательные реформы не ограничат размер компенсации за ущерб (который был астрономическим), отменят особую защиту президента и не обеспечат независимость судебной системы. По-прежнему существует значительная самоцензура по

¹ [Мировой индекс свободы прессы 2020 г.](#) По оценке «Репортеров без границ», Кыргызстан занимает 82-е место (из 179 стран) как страна с «проблемной ситуацией» (есть две высшие и две низшие категории).

² Согласно *Digital 2020 (Кыргызстан)*, исследованию ежегодно проводимому We Are Social и Hootsuite, в стране насчитывается 39 процентов пользователей социальных сетей.



таким вопросам, как межэтнические отношения. Некоторые виды враждебных высказываний по-прежнему подлежат наказанию, но борьба с «экстремизмом» иногда используется в качестве основания для необоснованного преследования пользователей социальных сетей.³

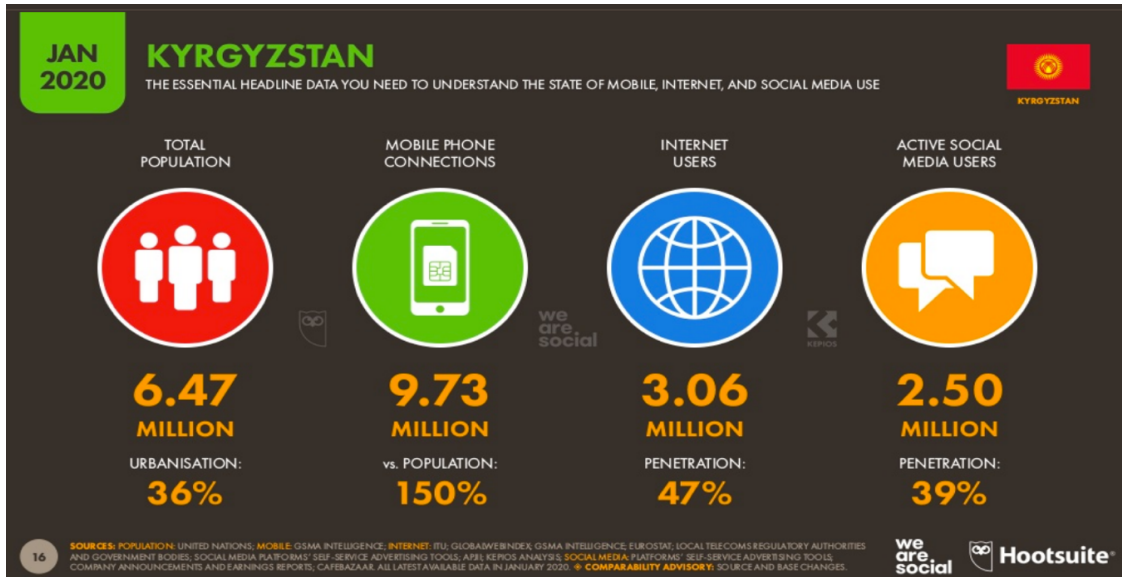
В центре внимания мониторинга также были темы и вопросы, обсуждаемые в контексте выборов. Что касается социальных сетей, мы сфокусировались на профилях конкурирующих политических партий, отдельных политиков, а также влиятельных общественных деятелей (влиятельных лиц), средств массовой информации, журналистов и некоторых отобранных официальных органов власти. В более широком плане мы также хотели оценить общую роль социальных сетей в выборах и их потенциальное влияние на честность и прозрачность выборов, в частности, уровень общественного доверия по отношению к избирательному процессу.

Через несколько недель после выборов Центр Медиа Развития и MEMO 98 опубликуют более подробный финальный отчет.

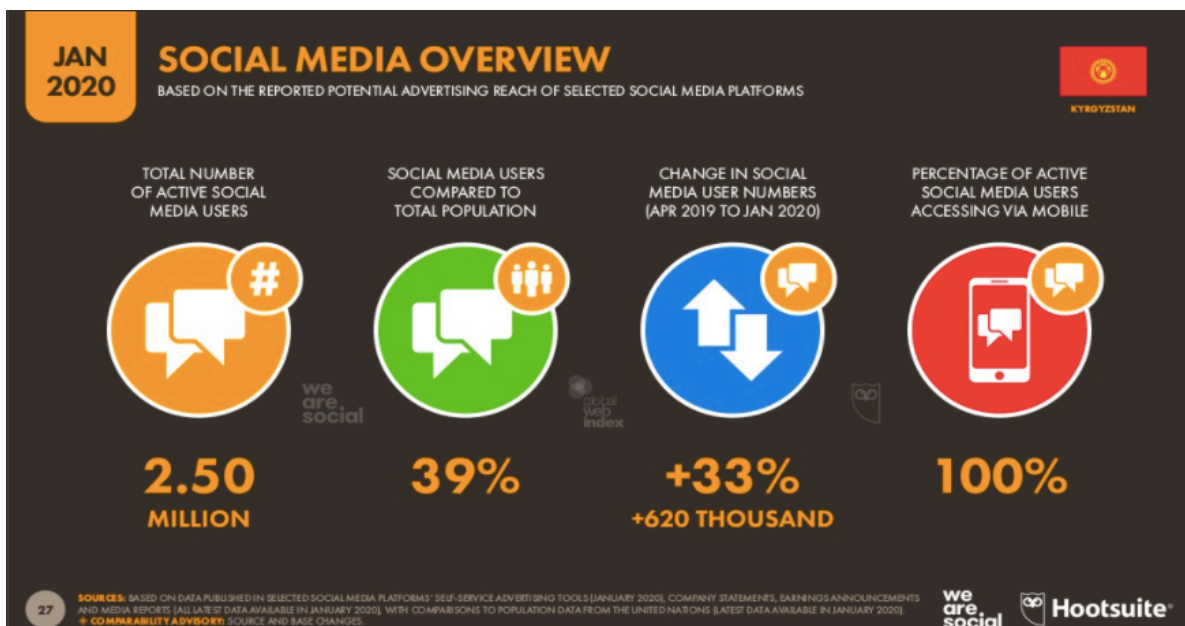
Социальные сети в Кыргызстане

Согласно отчету о цифровых медиа, опубликованному We are social и Hootsuite, в январе 2020 года в Кыргызстане было 3,06 миллиона пользователей Интернета. В период с 2019 по 2020 год количество пользователей Интернета в Кыргызстане увеличилось на 55 тысяч (+ 1,8%). Проникновение Интернета в Кыргызстане составляла 47% в январе 2020 года.

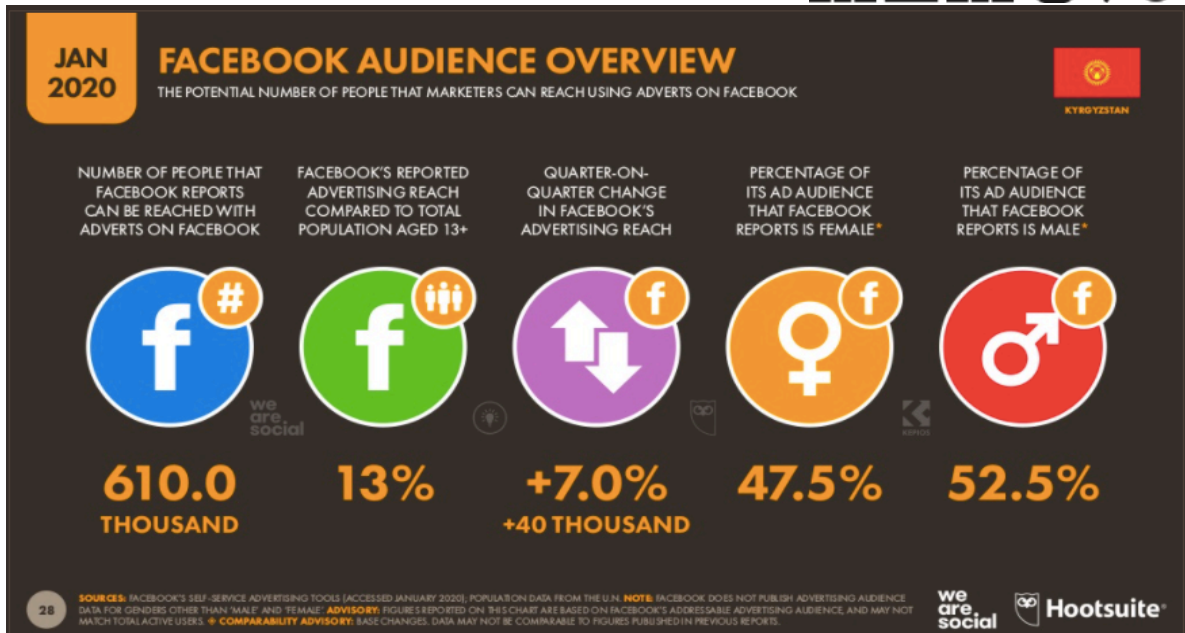
³ Репортеры без границ, [Кыргызстан](#).



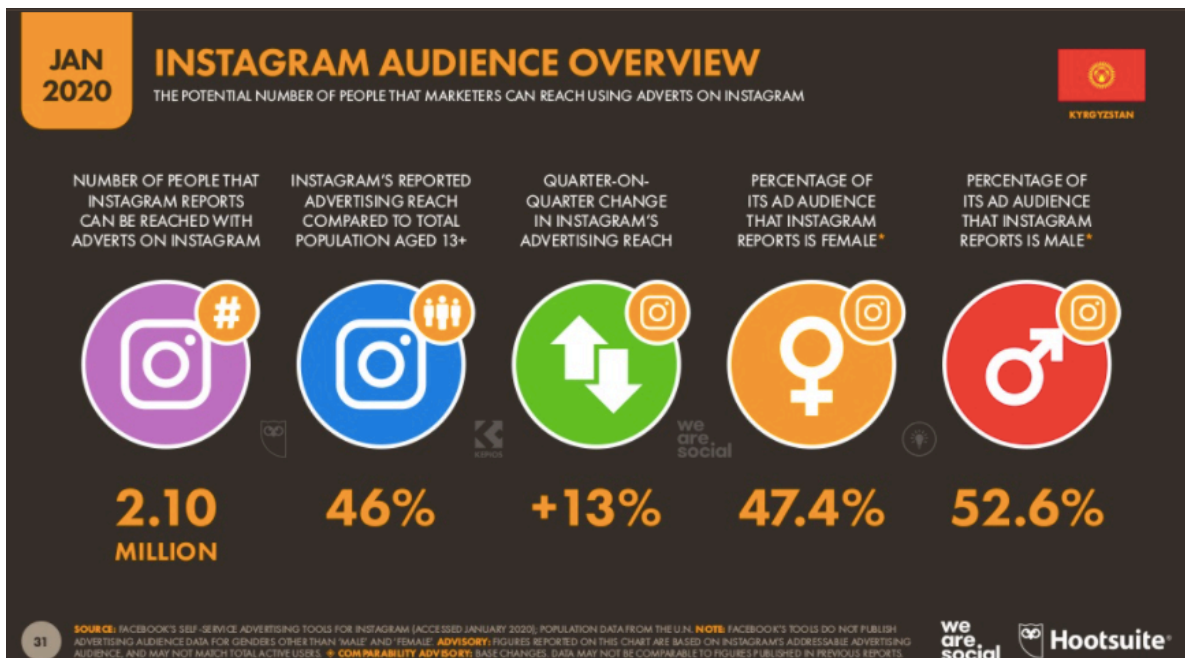
В январе 2020 года в Кыргызстане было 2,50 миллиона пользователей социальных сетей. В период с апреля 2019 года по январь 2020 года количество пользователей социальных сетей в Кыргызстане увеличилось на 620 тысяч (+ 33%). Проникновение социальных сетей в Кыргызстане составило 39% в январе 2020 года.



Количество людей, которых можно охватить с помощью рекламы Facebook, составляет 610 000 человек (по данным Facebook).



Количество людей, которых можно охватить с помощью рекламы в Instagram, составляет 2 100 000 человек (по данным Instagram).



ПРЕДВАРИТЕЛЬНЫЕ ВЫВОДЫ

- Примерно каждый второй кыргызстанец имеет доступ к Интернету, и около 39% граждан являются пользователями социальных сетей.
- Мониторинг проводился с 4 июля по 3 октября и был сосредоточен на 46 публичных страницах политических партий, политиков, организаций, СМИ и влиятельных лиц, которые опубликовали в общей сложности 11 695 постов в Facebook и 6 623 поста в Instagram. Эти посты вызвали 3 163 755 реакций на Facebook и 20 843 505 в Instagram.
- Из 16 партий, зарегистрированных для участия в выборах, мониторинг сосредоточился на 8 из них. Самыми активными партиями в Facebook были партия «Биримдик» (376 постов), за ней следовали партия «Бир Бол» (365 постов) и «Республика» (353 поста).
- Несмотря на меньшее количество постов по сравнению с некоторыми другими партиями, активность *Чон Казата* вызвала намного больше реакции (целых 128 668), за ней по количеству реакций на посты следуют партии «Республика» (106 132) и «Ата Макен» (82 880).
- Мониторинг был сфокусирован на президенте и 18 политиках, которые представляли зарегистрированные политические партии. Из них наиболее активными были президент г-н Жээнбеков с 851 постом, за ним последовали г-жа Гулгакы Мамасалиева от партии «Реформа» (320 постов) и г-н Жапыкеев от партии «Чон Казат» (236 постов). Относительно реакций на посты то, у г-на Жапыкеева зарегистрировано 307 173 реакции, за ним следуют президент г-н Жээнбеков (145 422) и г-н Ж.Акаев (74 028).
- Мониторинг был также сфокусирован на 13 официальных страницах традиционных СМИ. Интернет-издание Kaktus Media было наиболее активным (2816 постов), за ним следовали 24.kg (1671 пост) и Akipress (1334 поста). Следует отметить, что ряд постов в аккаунтах СМИ не имели отношения к выборам - только около 5% всех постов вышеупомянутых СМИ до начала кампании (4 июля - 3 сентября) имели какое-то отношение к выборам. Самый высокий процент постов, связанных с выборами, был отмечен в Kloop (около 20 процентов), Апрель ТВ (около 15 процентов), а также у Радио Азаттык (11 процентов).

- Что касается кыргызских учреждений, то мэр Бишкека г-н Азиз Суракматов был самым активным пользователем Facebook (более 700 постов), за ним следовали Правительство (537 постов) и Центральная избирательная комиссия (ЦИК), которая опубликовала почти 400 постов в соответствующий период.
- Выборы прошли на фоне растущего недовольства тем, как правительство справилось с пандемией COVID-19, и разочарования в таких проблемах, как коррупция и экономика. Игроки сосредоточились на разных темах, в частности, на политике, здравоохранении, коррупции, благотворительности и религии. Причина, по которой здравоохранение стало второй по популярности темой, может быть связана с пандемией COVID-19.
- Из восьми наблюдаемых сторон все использовали рекламу на принадлежащих Facebook платформах. Три партии - *Республика*, *Бир Бол* и *Ата Мекен* - были наиболее активными в использовании платной рекламы, каждая из которых показала более 200 рекламных роликов. Партия *Республика* потратила больше средств по сравнению с другими партиями - в общей сложности более 12 000 долларов США, за ней следует партия *Бир Бол* (до 8 000 долларов США).
- Когда дело доходит до большинства освещаемых вопросов, посты в Facebook (в предвыборный период) посвящены международным отношениям, отношениям между Кыргызстаном и ЕС, упадочным западным ценностям, администрации США, санкциям против России, ситуации с пандемией COVID-19, усилиям России по дезинформации, и традиционным ценностям ислама.
- Instagram по-прежнему гораздо реже используется политиками и политическими партиями для политической коммуникации по сравнению с Facebook. Частота публикации также невысока. Самыми активными партиями в Instagram были *Бир Бол* (333 поста), *Республика* (292 поста) и *Биримдик* (171). Что касается политиков, то это был г-н Жээнбеков (211), затем г-н Ж.Акаев (112) и г-н Жапыкеев (98 постов).
- Относительно властей, то правительство было наиболее активным в Instagram, опубликовав в общей сложности 275 постов, а *Kaktus Media* - наиболее активным средством массовой информации при рассмотрении публикаций в Instagram, связанных с выборами (с 64 постами в двухмесячный летний период).

- Уровень реакций в Instagram был чрезвычайно высоким, особенно в случае политиков и СМИ - г-н Ж.Акаев (112 постов - 432 484 реакции), за ним г-н Жапыкеев (98 постов - 396 032 реакции) и президент Жээнбеков (211 постов, вызвали 362 930 реакций). Что касается СМИ, уровень взаимодействия был значительно выше по сравнению с другими темами, в результате того, что освещались не только вопросы выборов или политики. *Кактус Медиа* доминировала с более чем 2 миллионами реакций (2 036 180), в то время как «*Kyrgyztoday.kg*», *Радио Азаттык* и *СуперИнфо* получили каждый более 1 миллиона реакций соответственно.
- В общей сложности 23 поста мэра Бишкека привели к 5 974 реакциям, 275 постов в Instagram от правительства привели к 4370 реакциям.
- Ввиду низкого уровня критического мышления и социально-этической ответственности пользователей социальных сетей, было предложено несколько инициатив по устранению таких негативных тенденций. Один был инициирован ЦИК, а другой - гражданским обществом - в обоих случаях они были подписаны почти всеми зарегистрированными политическими партиями.
- Несмотря на эти инициативы, группа мониторинга выявила случаи, когда проводились кампании по дезинформации, особенно в форме поддельных учетных записей.

СОЦИАЛЬНЫЕ МЕДИА

Предпосылки

Выборы прошли на фоне растущего недовольства тем, как правительство справилось с пандемией COVID-19, и разочарования в таких проблемах, как коррупция и экономика.

Интернет является трансграничной инфраструктурой, которая не может эффективно регулироваться ни национальным, ни международным законодательством в полной мере. В национальном законодательстве КР существуют положения регулирующие традиционные СМИ. Ранее в этом году появилась правовая инициатива по принятию нового Закона о манипулировании информацией, который включал положения, регулирующие Интернет и социальные сети. Законопроект прошел все три чтения в парламенте, но после негативной реакции общественности президент направил этот законопроект на доработку.



Понимая важность социально-этических взаимоотношений в социальных сетях, ЦИК инициировала Меморандум между политическими партиями, участвующими в выборах Жогорку Кенеша КР, для устранения дезинформации и разжигания ненависти в социальных сетях. Его подписали все 16 партий 4 сентября. В рамках другой инициативы, предложенной гражданским обществом, 15 зарегистрированных партий подписали еще один документ декларативного характера под названием «Договор о свободе слова», в котором они заявили о своей приверженности уважению и содействию свободе слова и избежание ее необоснованных ограничений, включая судебное преследование за комментарии в социальных сетях и Интернет пространстве.

Несмотря на вышеупомянутые инициативы, группа мониторинга выявила несколько случаев, когда проводились кампании по дезинформации, в частности, в форме фальшивых аккаунтов, которые распространяли недостоверную информацию о политических партиях или кандидатах. Дополнительная информация и конкретные примеры будут включены в окончательный отчет.

а. Facebook | Посты

Политические партии

Центральная избирательная комиссия зарегистрировала 16 партий, которые претендовали на 120 мест в однопалатном Жогорку Кенеше (парламенте). Мониторинг начался 4 июля и продлился до 3 октября, охватывая период за три месяца до дня выборов. Из проанализированных официальных страниц в Facebook для мониторинга были выбраны страницы восьми партий (были отобраны политические партии, которые имеют большую аудиторию по сравнению с другими оппонентами и официальные страницы в социальных сетях), *Биримдик*, *Бир Бол* и *Республика* были наиболее активными партиями, когда речь идет о количестве постов, созданных за предвыборный период, причем каждая из них разместила более 350 постов.⁴ Количество постов, созданных этими партиями в июле и августе, было заметно меньше по сравнению с сентябрем. В течение всего периода самой активной партией в Facebook была партия «Биримдик» (376 постов), за ней следовали партия «Бир Бол» (365 постов) и партия «Республика» (353 поста).

⁴ Уходящее парламентское большинство возглавили Социал-Демократическая Партия Кыргызстана (СДПК) вместе с партиями «Бир Бол», «Кыргызстан» и «Республика-Ата Журт». Основными оппозиционными партиями были «Ата Мекен» и «Онугуу-Прогресс». Правящая партия СДПК разделилась на различные группы, в том числе лояльные бывшему президенту Алмазбеку Атамбаеву и близкие к нынешнему президенту Сооронбаю Жээнбекову. В 2019 году сторонники экс-президента оказали сопротивление представителям правоохранительных органов, в результате чего некоторые участники столкновения получили травмы, были ранены. В результате чего, г-н Атамбаев был приговорен к длительному тюремному заключению.

Политики

ЦИК зарегистрировала 1 912 кандидатов на выборы на 4 октября. Мы сосредоточили внимание на страницах Facebook 18 ведущих политиков, представляющих соперничающие политические партии, а также президента. Среди них, как и среди всех политических деятелей в целом, наиболее активным был президент г-н Жээнбеков с более, чем 850 постами за весь период мониторинга. Другими политиками, активными в Facebook, были г-жа Гулкаки Мамасалиева, директор НПО «Интербилим Ош», занявшая 10-е место в партийном списке «Реформа» (320 постов), и г-н Жапыкеев из партии «Чоң Казат» (236 постов).

Учреждения

Чтобы получить представление о типах постов и проблемах, которые освещают учреждения, мы решили включить три из них в наш мониторинг. Самым активным пользователем Facebook был мэр Бишкека Азиз Суракматов (более 700 постов), за ним следовали Правительство (537 постов) и Центральная избирательная комиссия (ЦИК), которые опубликовали почти 400 постов за соответствующий период.

СМИ

Мониторинг сосредоточился на 12 официальных страницах традиционных СМИ. Интернет-издание *Kaktus Media* было наиболее активным (2816 постов), за ним следовали *24.kg* (1671 пост) и *Akipress* (1334 поста). Следует отметить, что ряд постов на этих аккаунтах не имели отношения к выборам - группа наблюдателей оценила, что в период с 4 июля по 3 сентября только около 5 процентов всех постов имели какое-то отношение к выборам в вышеупомянутых СМИ. Самый высокий процент постов, связанных с выборами, был выявлен у *Kloop* (около 20 процентов постов, связанных с выборами), *Апрель ТВ* (около 15 процентов) и *Радио Азаттык* (11 процентов).

График 1 | Facebook - посты партий

FACEBOOK Posts | Political parties
[4 July - 3 October 2020]

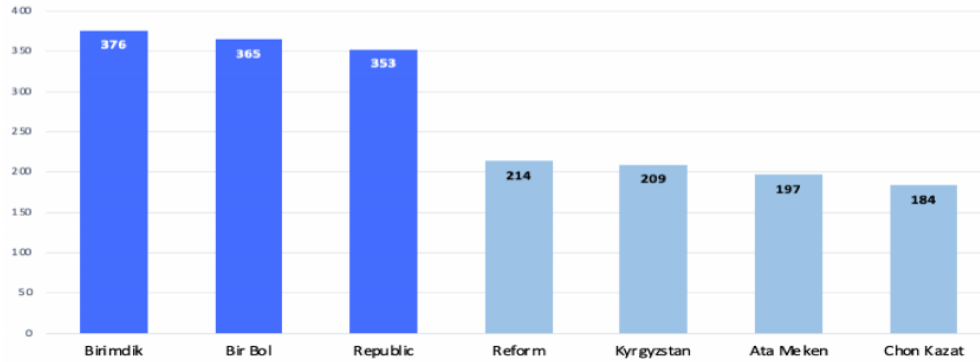


График 2 | Facebook - посты политиков

FACEBOOK Posts | Politicians
[4 July - 3 October 2020]

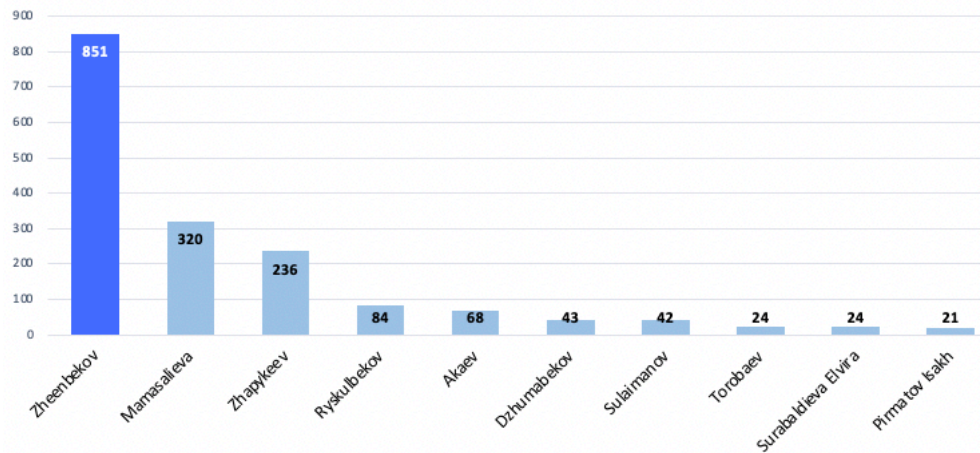


График 3 | Facebook – посты СМИ

Центр Медиа Развития | MEMO 98

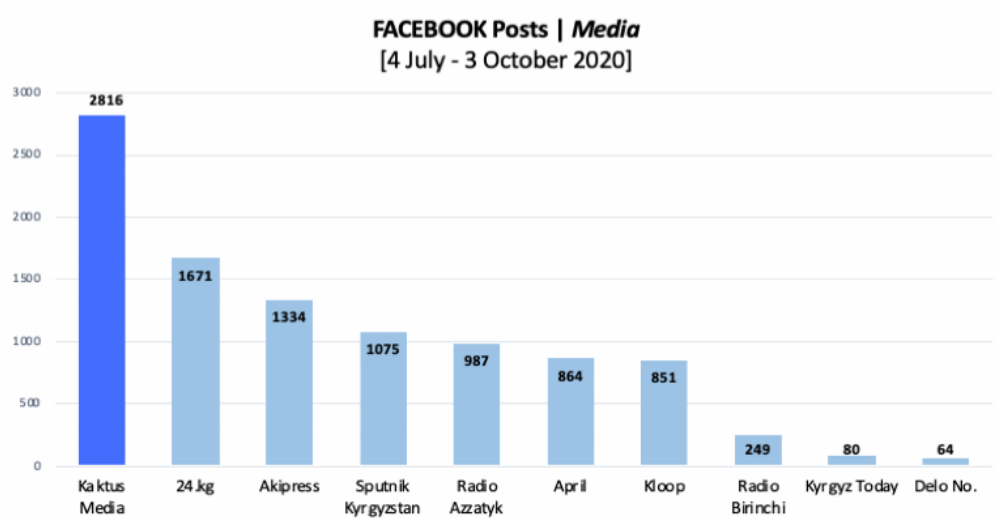
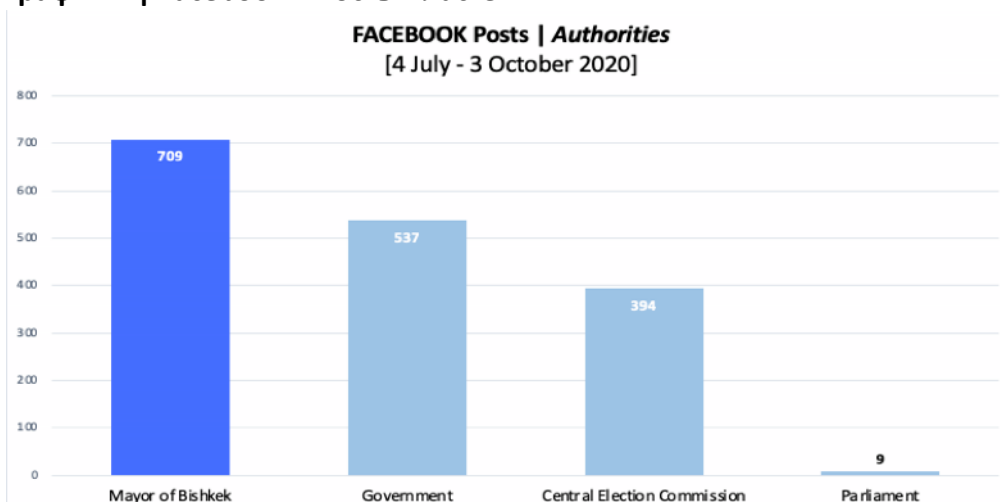


График 4 | Facebook – посты властей



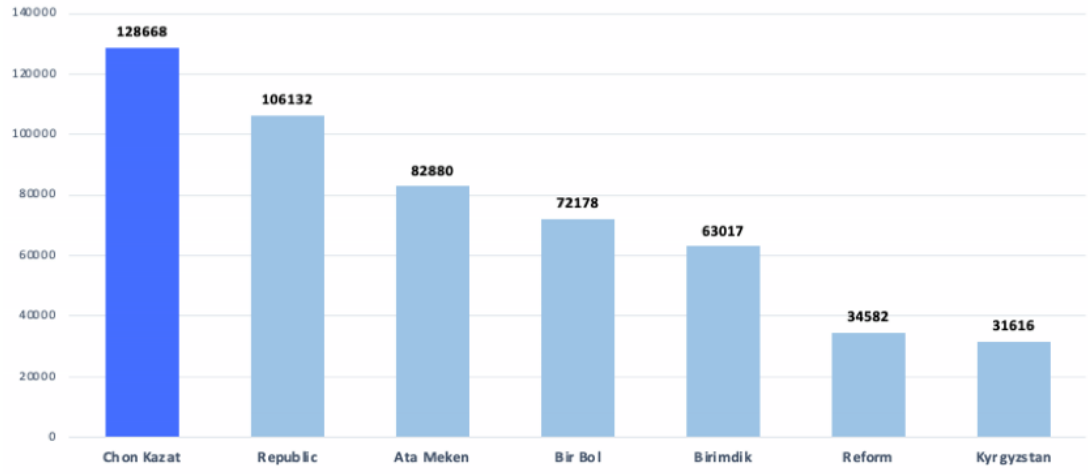
б. Facebook | Взаимодействия (реакции – комментарии, лайки, перепосты)

В отношении реакций на опубликованные посты, то политическая партия «*Чоң Казат*» в Facebook получила наибольшее количество реакций (128 668), несмотря на меньшее количество постов по сравнению с другими конкурентами. Посты партии «*Республика*» получили 106 132 реакции, за ним следует «*Ата Макен*» с 82 880 реакциями.

График 5 | Facebook - Взаимодействие сторон

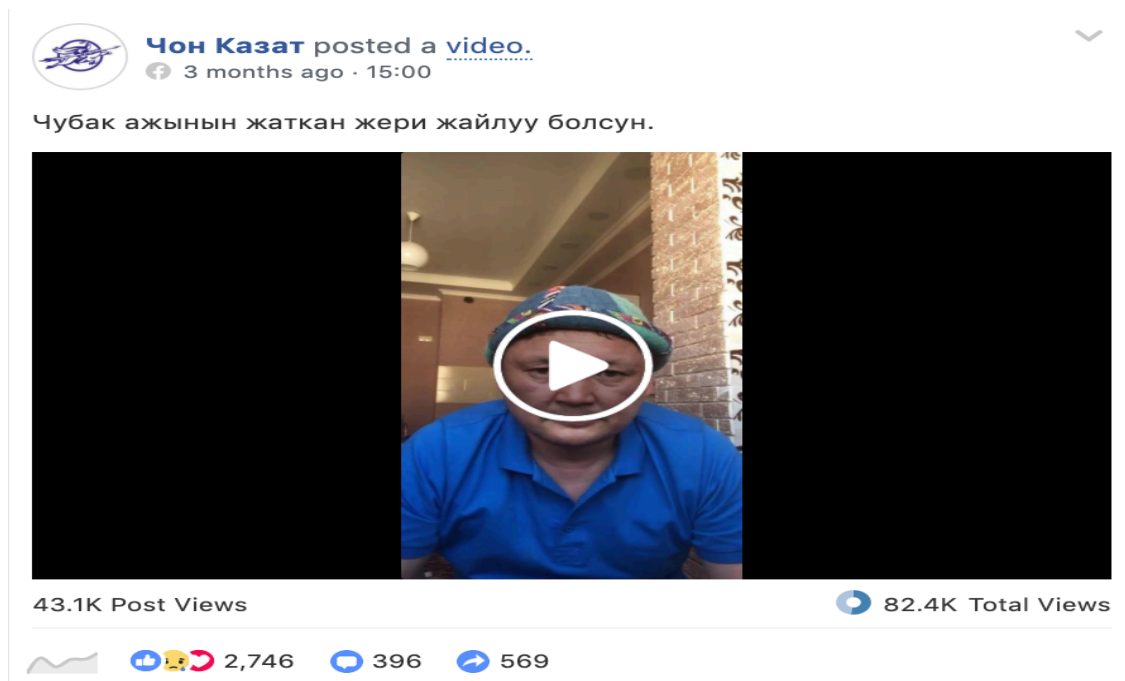
FACEBOOK Interactions | Political parties

[4 July - 3 October 2020]



Facebook | ТОП посты по взаимодействиям сторон (Реакции)

Пост № 1 | Чоң Казат



Чон Казат posted a [video](#).
3 months ago · 15:00

Чубак ажынын жаткан жери жайлуу болсун.

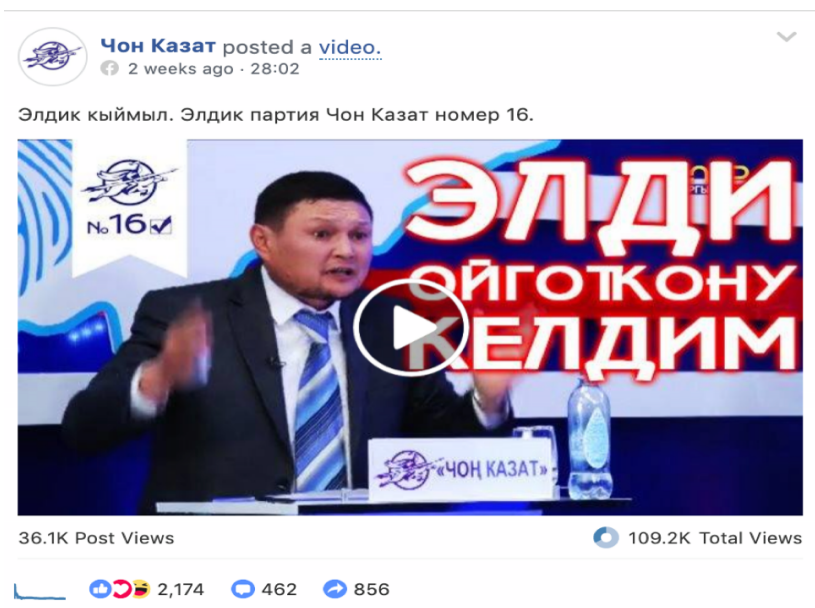
43.1K Post Views 82.4K Total Views

2,746 396 569

11 июля «*Чоң Казат*» опубликовал пост, в котором его лидер Сыймык Жапыкеев обращается к сторонникам партии, говоря о текущей ситуации с «COVID-19», а также на другие темы. На момент сбора данных этот пост получил 2746 реакции, 396 комментариев и 569 репостов.

Пост № 2 | Чоң Казат

В сообщении, опубликованном 24 сентября, лидер «*Чоң Казат*» Сыймык Жапыкеев говорил о различных темах и проблемах, объявив войну коррупции («поскольку вся государственная система коррумпирована»), а также об экономике, культуре образования, спорте и о других темах. Данный пост получил 2174 реакции, 462 комментария и было репостнуто 856 раз.



The screenshot shows a Facebook post from the page 'Чон Казат'. The post is a video titled 'Элдик кыймыл. Элдик партия Чон Казат номер 16.' (Eldik kyymyl. Eldik partiya Chon Kazat nomer 16.). The video thumbnail features a man in a suit speaking at a podium with a microphone. Behind him is a large red and white banner with the text 'ЭЛДИ ОЙГОТКОНУ КЕЛДИМ' (Eldi oygotkonu kelдим). The post has 36.1K Post Views and 109.2K Total Views. Below the video, there are 2,174 reactions, 462 comments, and 856 shares.

Пост № 3 | Чоң Казат



Чон Казат posted a video.
2 weeks ago · 9:06

Чон Казат. Сыймык Жапыкеев соз менен дагы жарды!



38.3K Post Views

67.7K Total Views

2,403 359 665

В еще одном посте Сыймык Жапыкеев снова заговорил о коррупции, обвиняя олигархов в ограблении страны и заявив, что его партия «*Чоң Казат*» - это не борьба с коррупцией, а война с ней. Он обвинил государство в коррумпированности и неподготовленности к борьбе с пандемией. Пост получил 2403 реакции, 359 комментариев и 665 репостов.

Среди политиков за г-ном Жапыкеевым (лидером партии «*Чоң Казат*») было зафиксировано 307 173 реакции, за ним следуют президент г-н Жээнбеков (145 422) и г-н Ж.Акаев (74 028). Что касается властей, наибольшее количество реакций набрал мэр Бишкека (62 865), за ним следует Правительство (12 378), в то время как 394 поста ЦИК вызвали лишь около 3 338 реакций. Среди СМИ за весь период доминировали посты *Kaktus Media* в Facebook с более чем 560 тысячами реакций. *Апрель* и *Радио Азаттык* каждый набрали по 250 тысяч реакций.

График 6 | Facebook - реакции на посты политиков

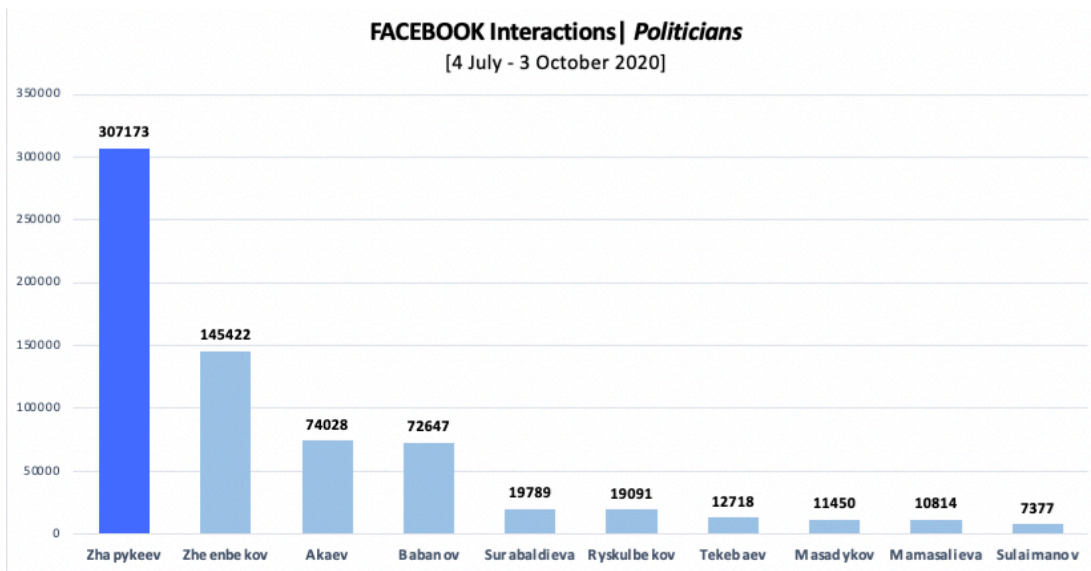


График 7 | Facebook - реакции на посты СМИ

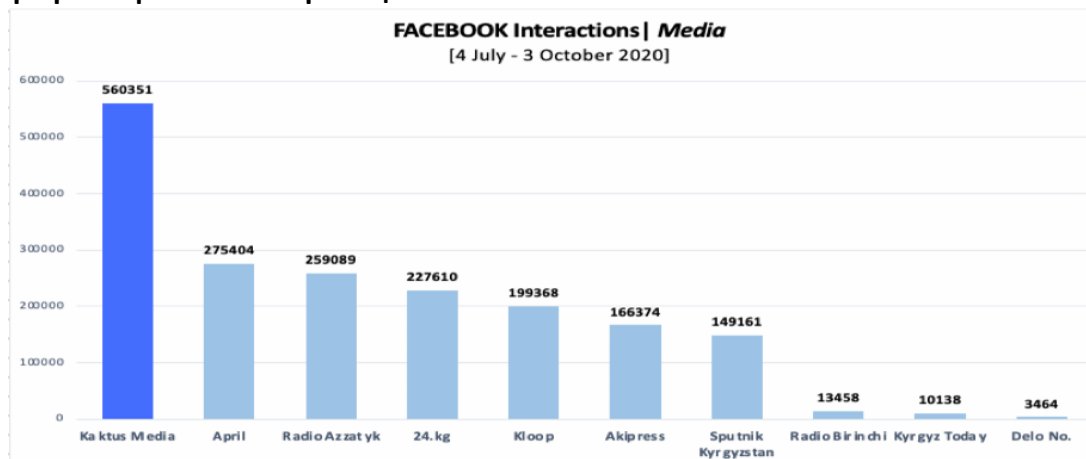
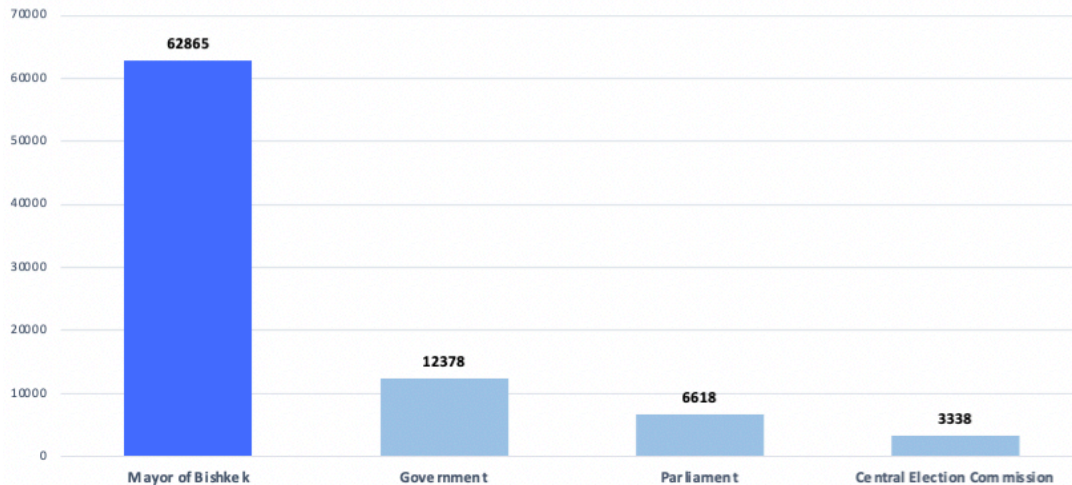


График 8 | Facebook - реакции на посты властей

FACEBOOK Interactions | Authorities

[4 July - 3 October 2020]



в. Facebook | Темы

В целом, тема «*Политика*» явно доминировала в социальной коммуникации между соответствующими субъектами (отобранными политическими партиями, политиками, СМИ и влиятельными лицами), при этом почти 50% всех постов в Facebook посвящены этой теме. Еще одна часто встречающаяся тема – «*Здравоохранение*» - составили почти 20% постов соответствующих субъектов в Facebook. «*Коррупция*» был представлен более чем в 5% постов - также относительно часто используемая тема. Такие темы как «*Благотворительность*» и «*Религия*» по количеству постов получили по 3% каждая.

При рассмотрении постов политических партий мы отметили тенденцию четко фокусироваться на теме «*Политика*» (более 60% всех постов политических партий). За этой доминирующей темой последовали «*Здравоохранение*» (7%) и далее также «*Религия*» и «*Коррупция*», каждая из которых составила более 5% постов в Facebook.

«*Политика*» как тема также присутствовала в постах политиков, но реже по сравнению с другими субъектами (менее 39% постов было отведено этой теме). Тема «*Здравоохранение*» была отмечена в каждом четвертом посте (более 25% постов в Facebook). *Коррупция* (5%) также относительно широко присутствовали в качестве

темы в постах политиков в Facebook, за которыми следовали «Благотворительность» с 4%.

Диаграмма 9 | Facebook - Темы во всех аккаунтах

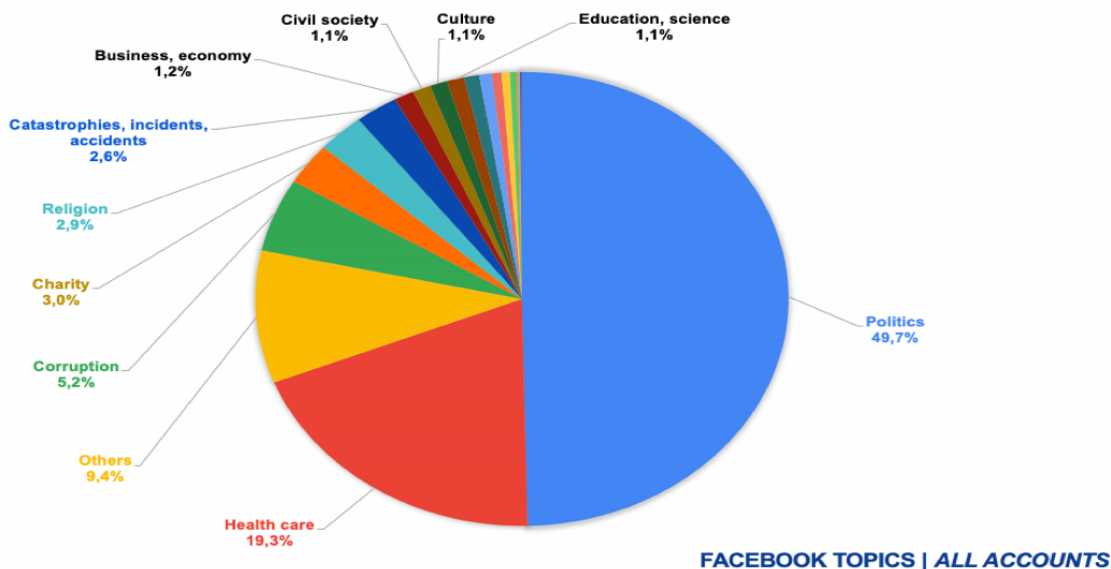


Диаграмма 10 | Facebook – Темы про политические партии

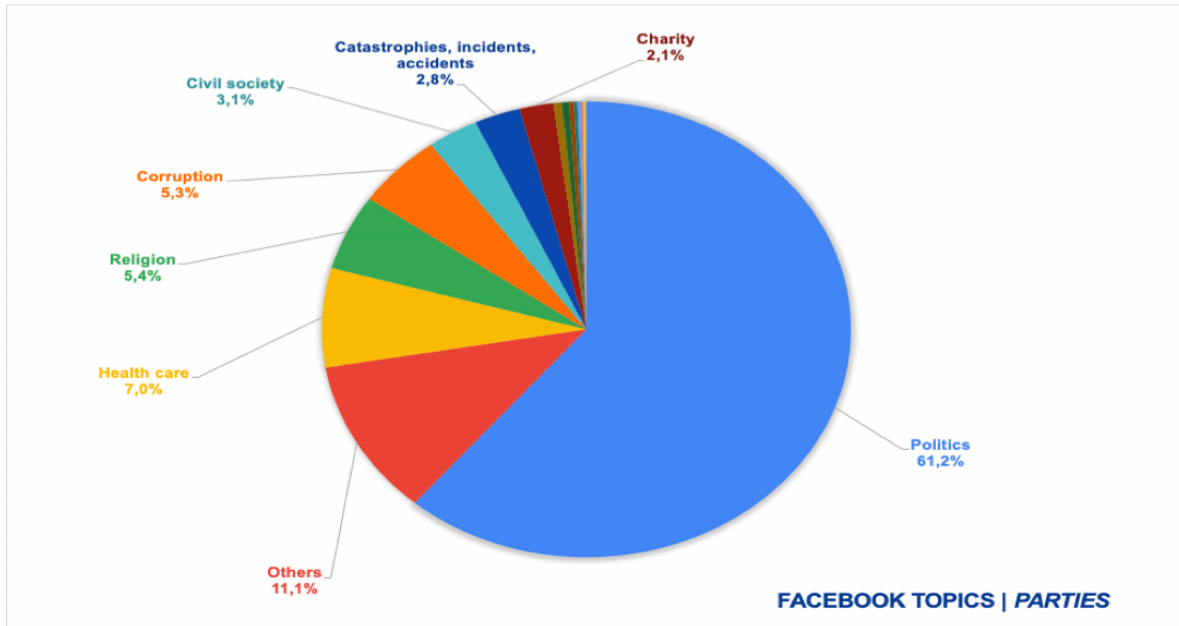
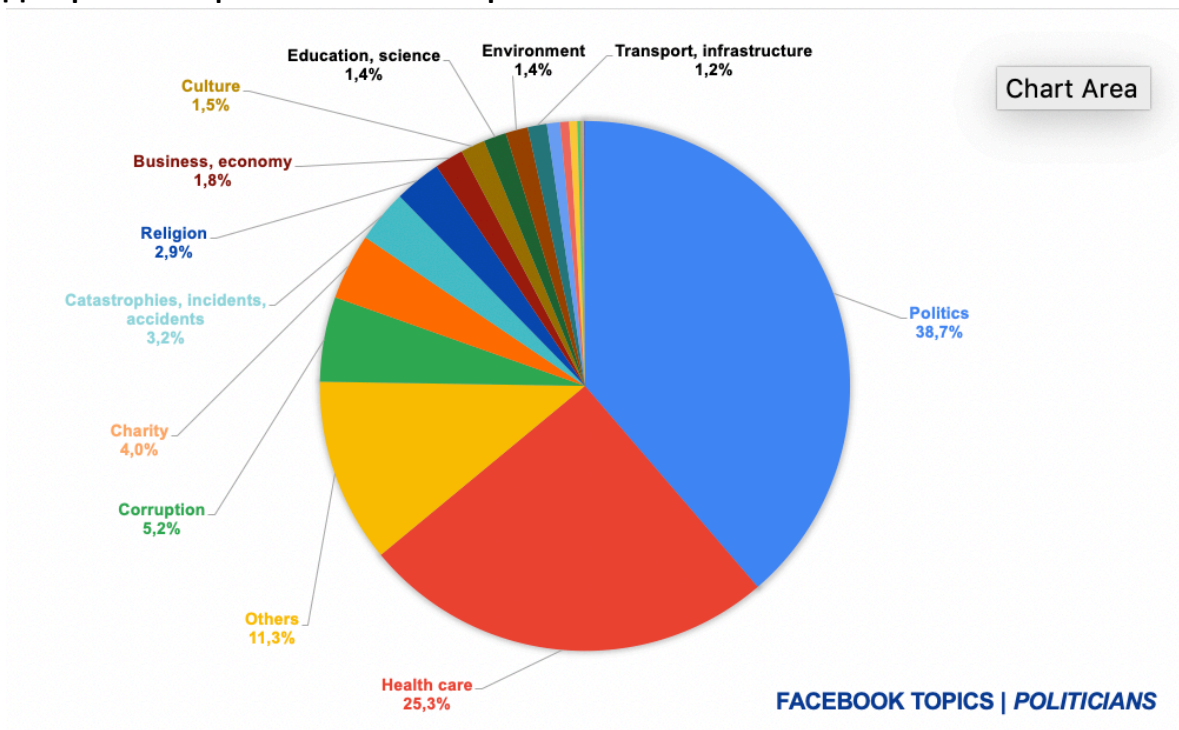


Диаграмма 11 | Facebook - Темы про политиков



г. Facebook | Главные проблемы

В постах субъектов мониторинга в Facebook преобладали вопросы, связанные с международными отношениями, наиболее часто встречающиеся из них: *Международные отношения, отношения Кыргызстана с ЕС, упадочнические западные ценности, администрация США, а также санкции против России*. В то время как другие темы, такие как: *ситуация с пандемией COVID-19* (как глобальная ситуация, так и внутренний контекст), *российская дезинформация (пропаганда)*, или *Традиционные ценности Ислама* были также представлены, в целом эти вопросы были упомянуты значительно реже. Хотя эти посты были представлены с разных сторон и по-разному, администрация США была изображена довольно негативно почти всеми участниками мониторинга.

График 12 | Facebook - основные проблемы Политических Партий

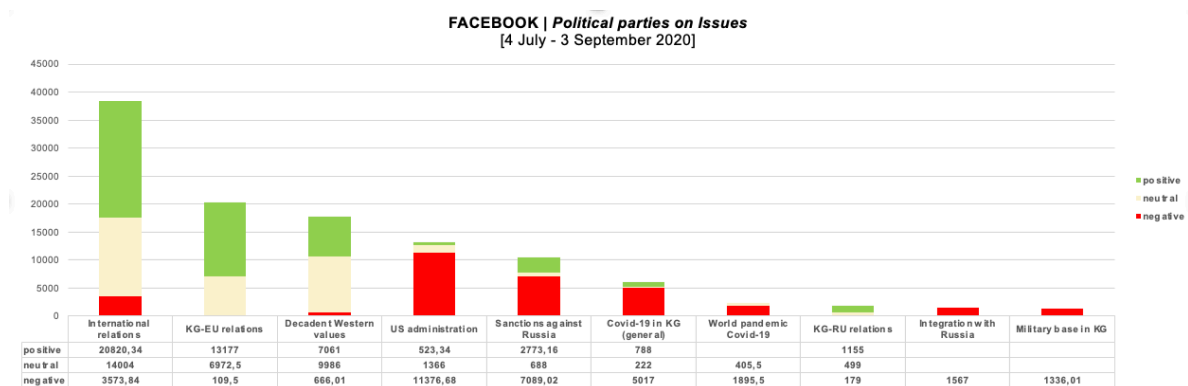


График 13 | Facebook - основные проблемы политиков

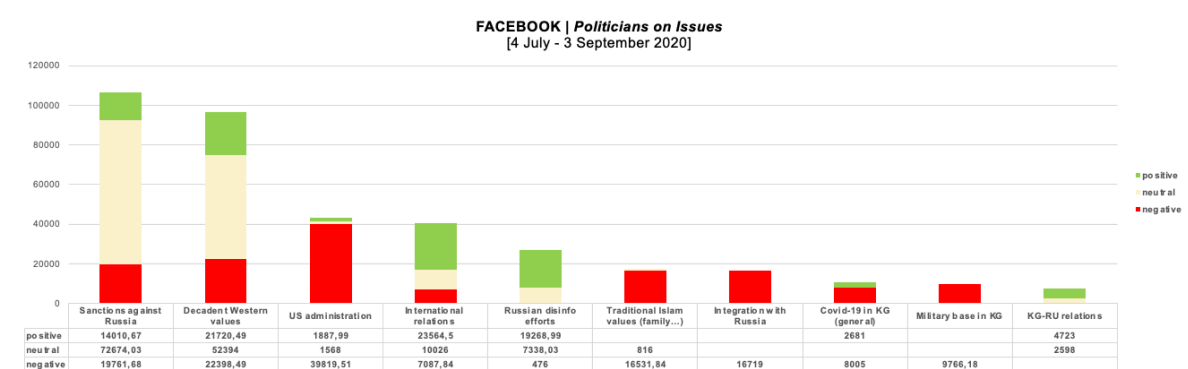


График 14 | Facebook - основные проблемы влиятельных лиц (Инфлюенсеров)

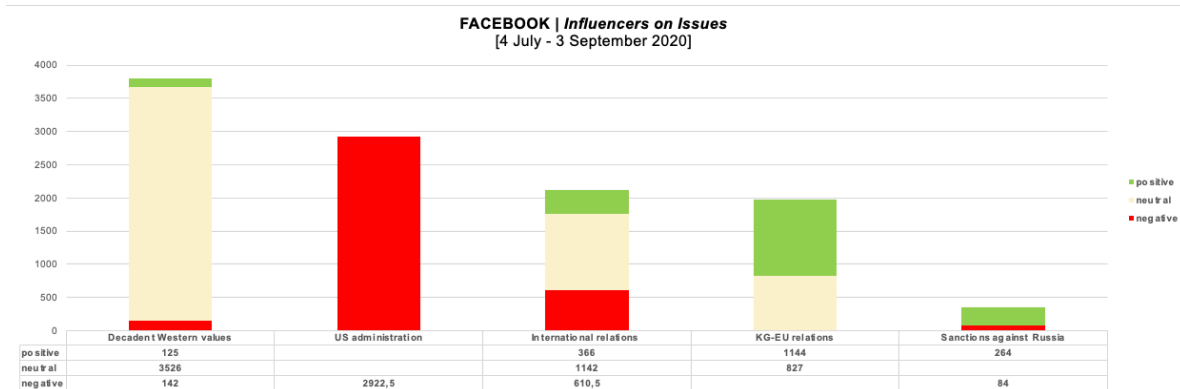
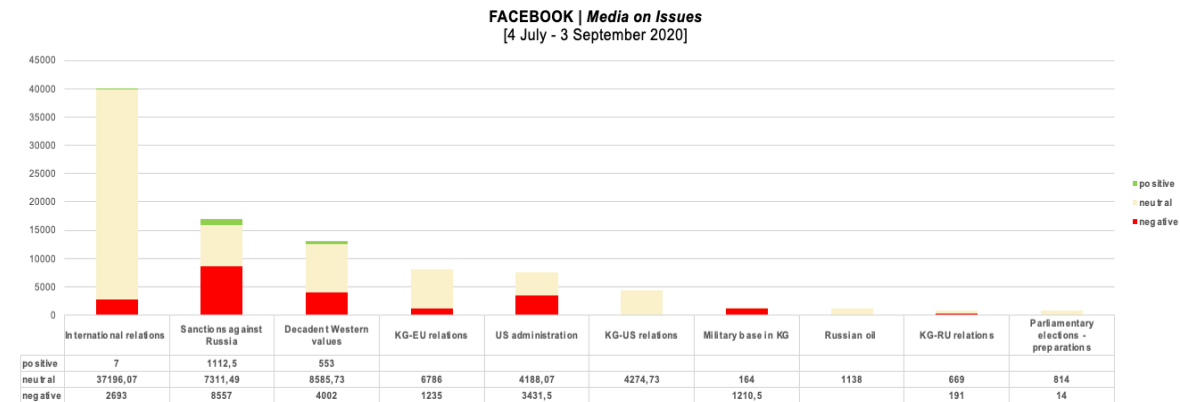


График 15 | Facebook - основные проблемы СМИ



д. Facebook | Рекламный каталог (4 июля - 3 октября)

Ad Library

The ad library provides advertising transparency by offering a comprehensive, searchable collection of all ads currently running from across Facebook apps and services, including Instagram.



Search Ads

Choose a category to start your search.

Issues, Elections or Politics

Search all

Search ads from candidates for public office, as well as ads about any election, ballot initiative or social issue.

Search for ads by keyword or advertiser name

More ways to search and filter ads about social issues, elections or politics

Report

Explore, filter and download data for ads about social issues, elections or politics. Also find the spending tracker and spending totals by advertiser and location.

API

Perform customized keyword searches of active and inactive ads about social issues, elections or politics.

Рекламный каталог Facebook, показывает данные о рекламе на принадлежащих Facebook платформах (Facebook, Instagram, Audience Network и Messenger), которые использовались в Кыргызстане в период этих выборов.

Согласно каталогу объявлений, вся реклама на социальные темы, выборы или политику (то есть не только связанную с выборами) с августа 2020 года до начала октября составила 3555 объявлений; общая сумма, потраченная на эти объявления, составила 62 692 доллара США.

Из восьми партий, деятельность которых в социальных сетях отслеживалась, все, похоже, использовали рекламу на принадлежащих Facebook платформах. Кроме того, некоторые отдельные кандидаты использовали возможность рекламировать свои публикации в социальных сетях на платформах Facebook. Три партии – «Республика», «Бир Бол» и «Ата Мекен» - были наиболее активными в использовании платной рекламы; у каждого из них было более 200 рекламных роликов (вместе на всех платформах, принадлежащих Facebook). У «Мекеним Кыргызстан» также более 200 объявлений. Кроме того, партия «Реформа» показала в общей сложности до 100 рекламных объявлений, за ней следуют «Бүтүн Кыргызстан» (почти 80 объявлений), «Биримдик» (более 15) и «Чоң Казат» (менее 10 объявлений).

Точные цены не всегда доступны, но каталог объявлений предлагает по крайней мере диапазон цен. Партия «Республика» потратила больше средств по сравнению с другими партиями - в общей сложности более 12 000 долларов США, за ней следует партия «Бир Бол» (до 8 000 долларов США). При рассмотрении ориентировочной стоимости рекламы, указанной в библиотеке объявлений, мы видим, что подавляющее большинство рекламы было приобретено на сумму от 0,1 до 100 долларов США, хотя «Республика» и «Бир Бол» потратили до 500 долларов США на некоторые объявления. Для сравнения, партия «Реформа», например, потратила около 2200 долларов по 96 долларов США.

е. Instagram | Посты

В целом Instagram по-прежнему гораздо реже используется политиками и политическими партиями для политической коммуникации по сравнению с Facebook. Таким образом, многие анализируемые субъекты, использующие Facebook, не имеют официальной учетной записи Instagram, а это означает, что объем информации значительно меньше по сравнению с объемом информации, собранной на Facebook. Даже среди тех, кто пользуется Instagram, частота публикаций была довольно низкой, хотя следует отметить, что за период кампании количество публикаций значительно увеличилось.

При анализе деятельности нескольких партий, имеющих аккаунт в Instagram, наиболее активными в исследуемый период были «Бир Бол» (333 поста), «Республика» (292 поста) и «Биримдик» (171 пост).

Среди политиков, в Instagram, как и в Facebook, г-н Жээнбеков опубликовал наибольшее количество постов (211), за ним следуют г-н Ж.Акаев (112) и г-н Жалпыкеев (98 постов). Г-н И.Матраимов также был в числе самых активных. Что касается властей, то страница Правительства была наиболее активной в Instagram - 275 постов за весь период мониторинга. *Kaktus media* был наиболее активным среди СМИ при рассмотрении публикации в Instagram, связанными с выборами (с 64 постами за двухмесячный летний период).

График 16 | Instagram – посты политических партий

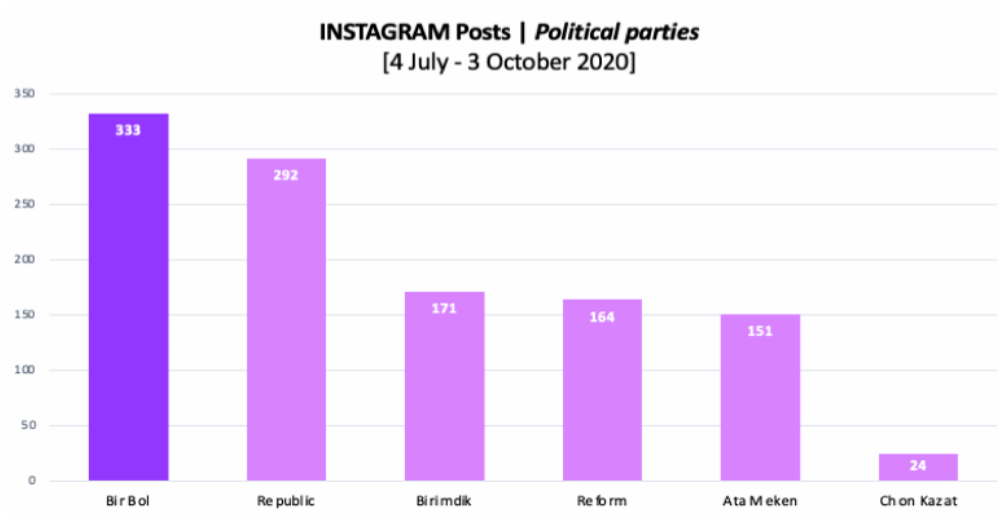


График 17 | Instagram – посты политиков

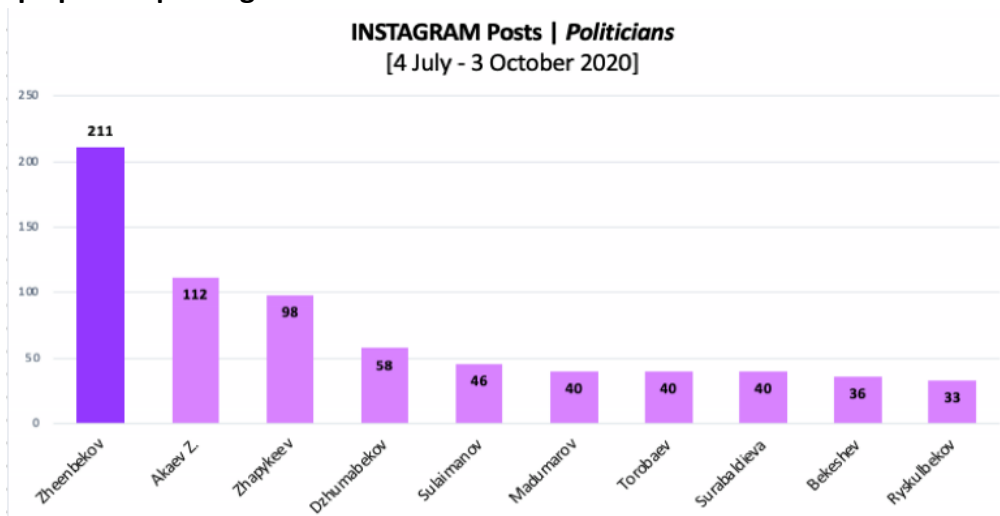


График 18 | Instagram – посты властей

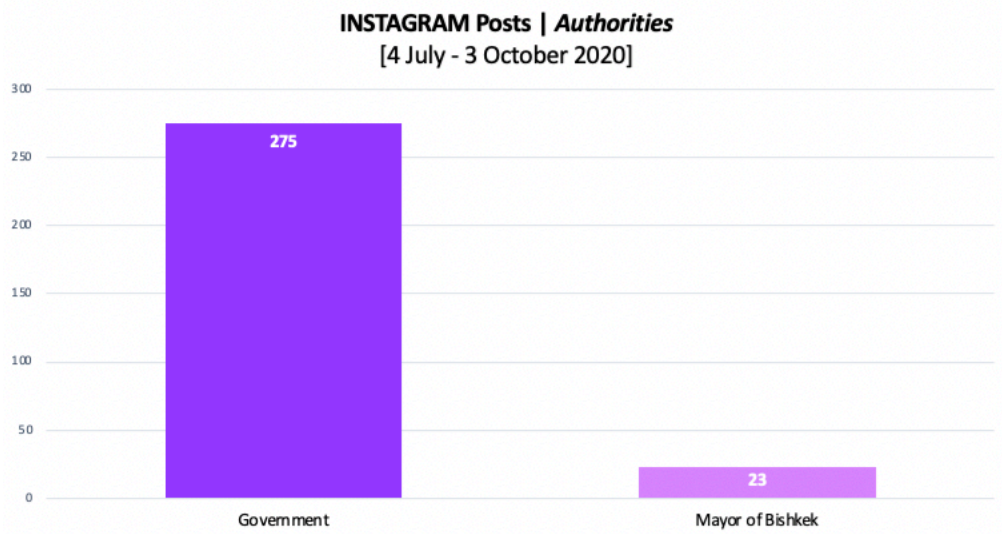
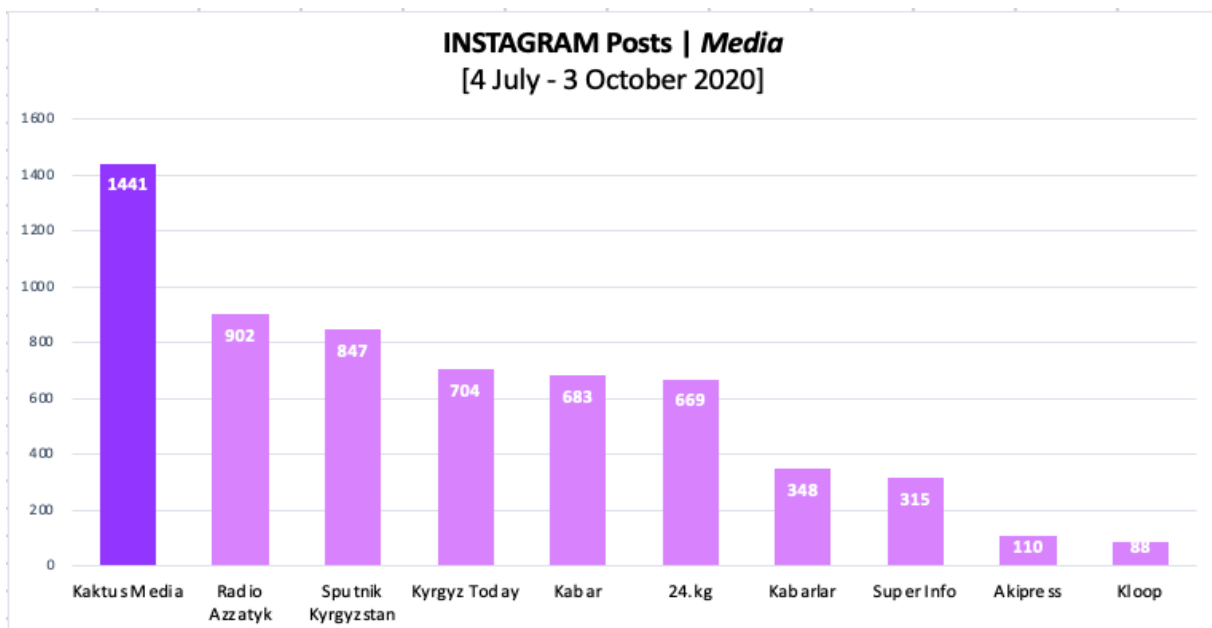


График 19 | Instagram – посты СМИ



Instagram | ТОП посты по взаимодействиям (Реакции)

Пост № 1 | Политическая партия «Республика»

**republika_official**

РЕСПУБЛИКА · 2 weeks ago

[Go to Album](#)

Биздин багыт – Алдыга жол! Кош келдиңиз Өмүрбек Токтогулович! Наш путь – Путь вперёд! Добро пожаловать Омурбек Токтогулович!



❤️ 8,897 💬 333





В этом посте, опубликованном 28 сентября, есть фотографии двух членов партии «Республика» - Руслана Казакбаева и экс-лидера Омурбека Бабанова. Пост получил 8 897 лайков и 333 комментария.

Пост № 2 | Политическая партия «Республика»



В СЛУЧАЕ ПРОХОДА В ПАРЛАМЕНТ ПАРТИЯ «РЕСПУБЛИКА» ВЫДВИНЕТ БАБАНОВА НА ПОСТ ПРЕМЬЕРА

В случае прохода в парламент партия "Республика" выдвинет Бабанова на пост премьер-министра. Экс-политик Омурбек Бабанов может вновь занять пост премьер-министра. Об этом стало известно во время дебатов на КТРК между лидерами партий. Лидер партии "Республика" Мирлан Жеенчороев заявил, что в случае прохода их партии в парламент они представят кандидатуру Омурбека Бабанова в качестве премьер-министра. "В нашей программе все четко сказано, нам нужно небольшое, но хорошо и слаженно работающее правительство. Мы сократим количество ведомств и органов. Чем больше чиновников, тем больше коррупции. Мы обеспечим народ соответствующими услугами. Мы представим в качестве премьер-министра Бабанова Омурбека Токтогуловича. Согласно последним опросам, именно он лидирует на эту позицию", - заявил Мирлан Жеенчороев. Источник: @kaktus_media

👍 8,598 💬 254

В посте, опубликованном 1 октября, партия «Республика» объявила, что после избрания в парламент она выдвинет г-на Бабанова на пост премьер-министра. Пост получил 8 598 лайков и 254 комментария.

Пост № 3 | Политическая партия «Республика»



republika_official

РЕСПУБЛИКА · 2 weeks ago

Go to Video



0:00 / 0:27



Биздин тандоо - Алдыга жол №14 ✓



▶ 132,817

♥ 5,195

💬 159



В сообщении, опубликованном 28 сентября, Омурбек Бабанов, экс-лидер партии «Республика», объявил о задачах и дальнейших шагах. Пост получил 5 195 лайков и 159 комментариев.

Что касается деятельности политиков, то наибольшее количество реакций получил г-н Ж.Акаев (112 постов - 432 484 реакции), за ним идут г-н Жалпыкеев (98 постов - 396 032 реакции) и президент Жээнбеков (211 постов, получили 362 930 реакций). 23

Центр Медиа Развития | MEMO 98

поста мэра Бишкека получили 5 974 реакции, 275 постов на странице *Правительства* в Instagram получили 4 370 реакций.

Что касается СМИ, уровень взаимодействия был значительно выше по сравнению с другими субъектами, в результате того, что освещались не только вопросы выборов или политики. *Кактус Медиа*, у которого около 372 тысяч подписчиков в Instagram, доминировала с более чем 2 миллионами реакций (2 036 180), в то время как *Kyrgyztoday.kg*, *Радио Азаттык* и *SuperInfo* получили более 1 миллиона реакций каждый.

График 21 | Instagram - взаимодействие с политиками

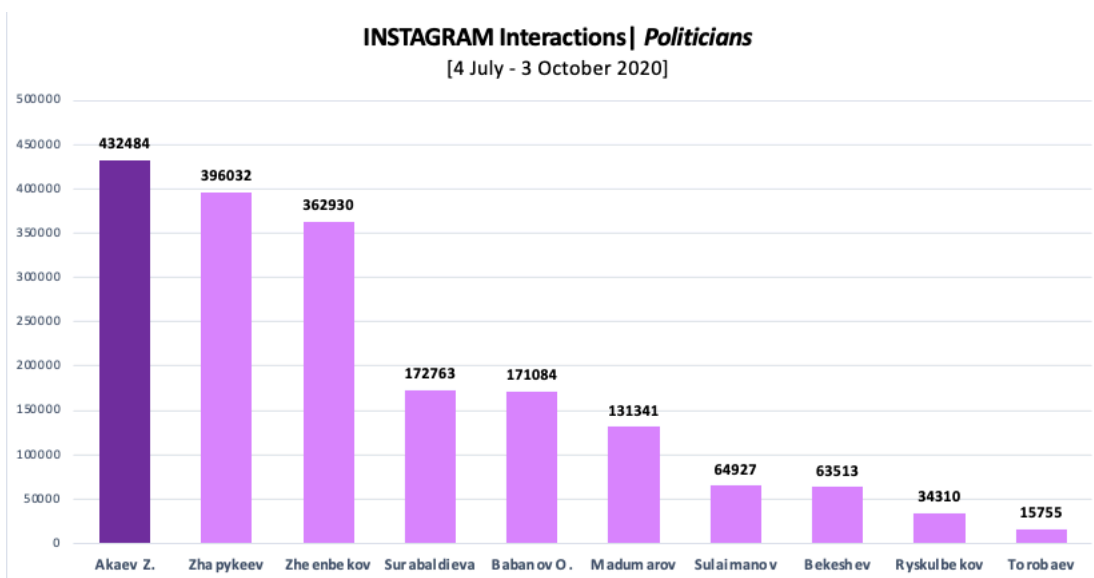


График 22 | Instagram - взаимодействие с властями

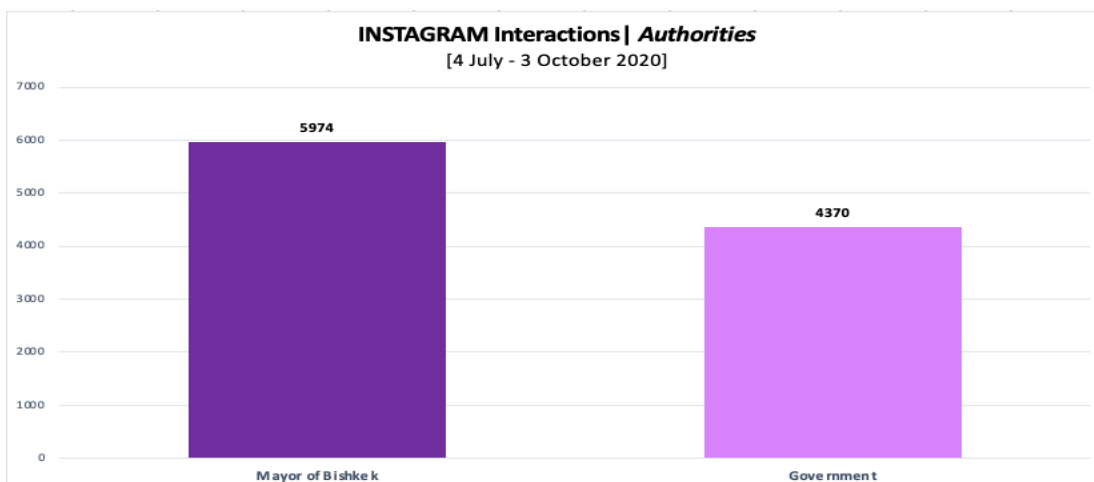
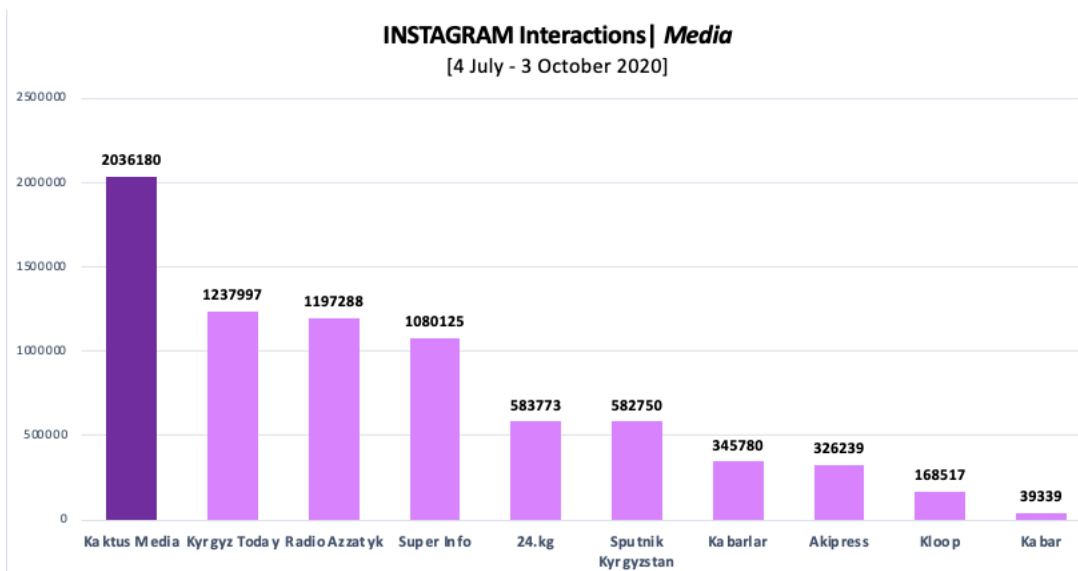


График 23 | Instagram - взаимодействие со СМИ



ж. Instagram - Темы

Согласно мониторингу только несколько анализируемых субъектов используют Instagram, поэтому диапазон данных, доступных для анализа, меньше по сравнению с данными, собранными из аккаунтов Facebook, однако тематический анализ показал сходство между этими двумя платформами.

Как и в Facebook, также и в Instagram, наиболее доминирующей темой была «*Политика*» (60%), затем следует «*Религия*» (почти 6%), «*Здравоохранение*» и «*Судебная власть*» (каждая до 5%). «*Катастрофы, происшествия и аварии*» были представлены более чем в 4% постов.

Согласно постам политических партий в Instagram, «*Политика*» была преобладающей темой (53%), затем следовала тема «*Здравоохранение*» (19%). Далее последовали проблемные вопросы на другие темы. Ситуация с постами политиков была несколько иная. Как на Facebook, «*Политика*» была самой обсуждаемой темой (33%), но была гораздо менее актуальной по сравнению с другими участниками. Тема «*Другое*»⁵ заняла около 32,5%, затем последовала «*Религия*» (15%) и еще три темы –

⁵ Например, другие темы включали поздравление населения с национальными праздниками (в преддверии выборов было два национальных праздника - Курман айт и День независимости Кыргызстана) или выражение соболезнований в случае смерти какой-либо известной личности.

«Здравоохранение», «Коррупция», а также «Судебная власть», каждая из этих тем набрала до 5%.

Диаграмма 24 | Instagram - Темы во всех аккаунтах

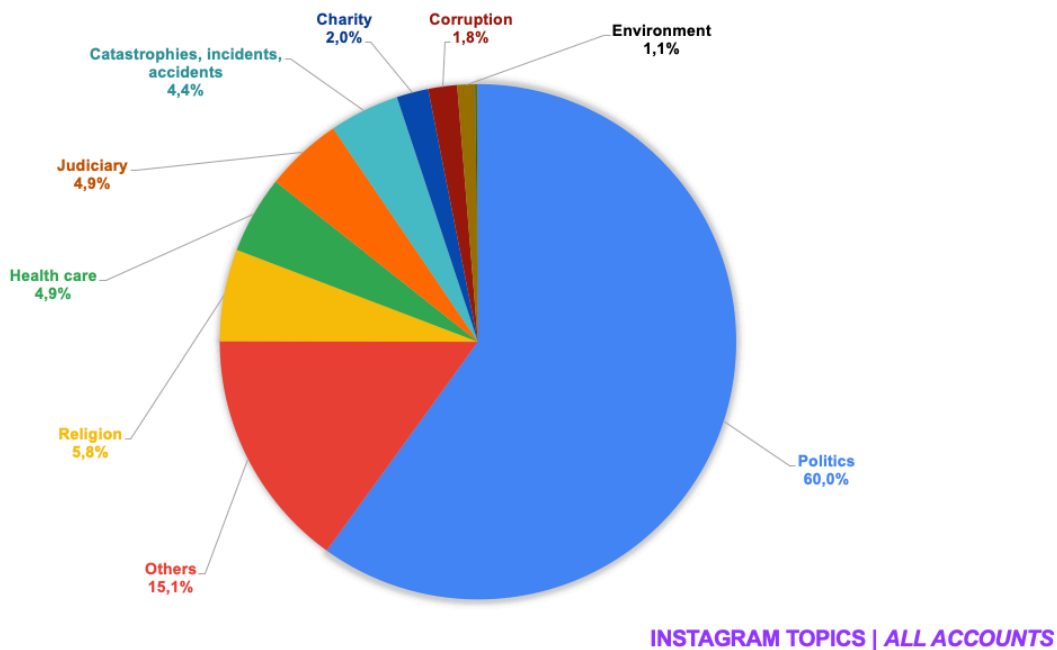


График 25 | Instagram - Темы политических партий.

INSTAGRAM TOPICS | PARTIES

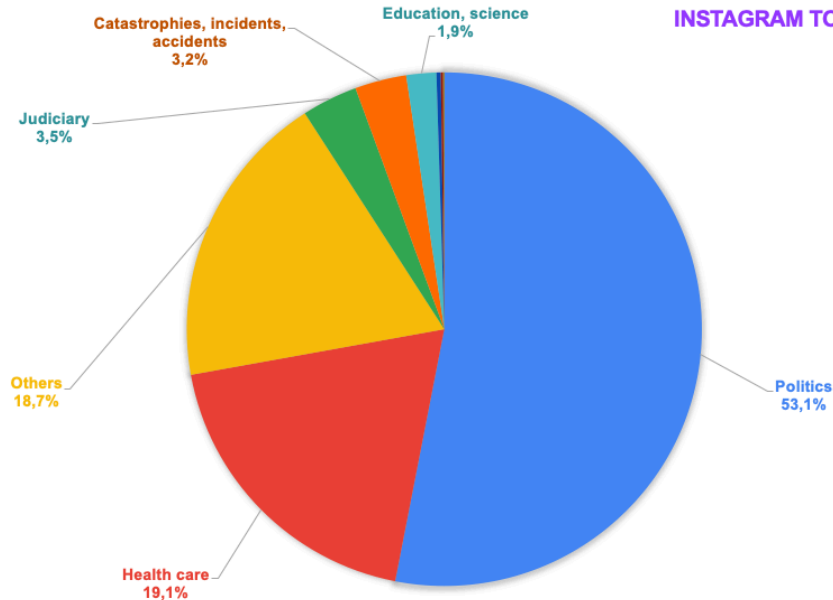
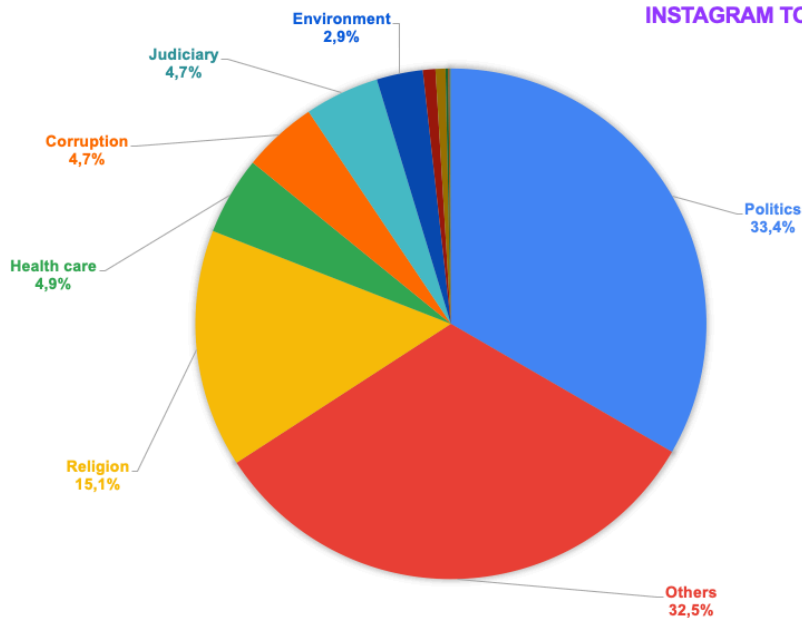


График 26 | Instagram - Темы политиков.

INSTAGRAM TOPICS | POLITICIANS



3. Instagram | Главные вопросы (4 июля - 3 сентября)

Приоритетность историй в публикациях в Instagram была довольно специфичной для каждой группы субъектов по сравнению с историями в публикациях в Facebook, которые были довольно последовательными для разных групп субъектов. Тем не менее, история *Международных отношений* постоянно занимала видное место в постах Instagram всех субъектов, включенных в выборку для мониторинга.

Что касается постов политических партий, помимо *Международных отношений*, другие ключевые посты имели отношения к *Санкциям против России* (предоставлялись субъектами в негативном контексте) и *отношениям между Кыргызстаном и США* (также были представлены в негативном свете), за которыми следовали посты, связанные с *отношениями Кыргызстана и ЕС* (представленные в позитивном свете). Для политиков доминирующей проблемой были *упадочнические западные ценности*, за которыми следовали вопросы *Международных отношений* и относительно *ситуации с COVID-19 в Кыргызстане*. *Администрация США* была другой часто встречаемой проблемой. СМИ в Instagram были более сосредоточены на *Международных отношениях*. *Администрация США*, *Международные отношения*, *Санкции против России* и *упадочнические западные ценности* были ключевыми проблемами для влиятельных лиц (инфлюенсеров).

График 27 | Instagram - главные проблемы (вопросы) затронутые политическими партиями

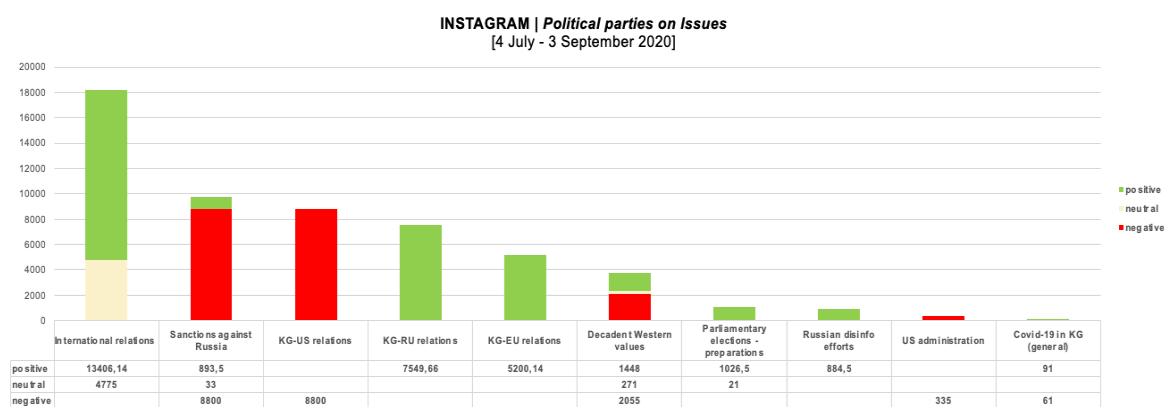


График 28 | Instagram - главные проблемы (вопросы) затронутые политиками

Центр Медиа Развития | MEMO 98

INSTAGRAM | Politicians on Issues
[4 July - 3 September 2020]

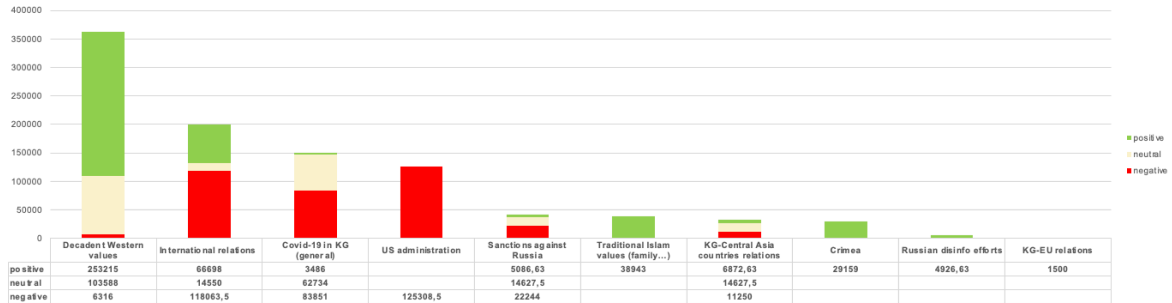


График 29 | Instagram - главные проблемы (вопросы) затронутые влиятельными лицами (инфлюенсерами)

INSTAGRAM | Influencers on Issues
[4 July - 3 September 2020]

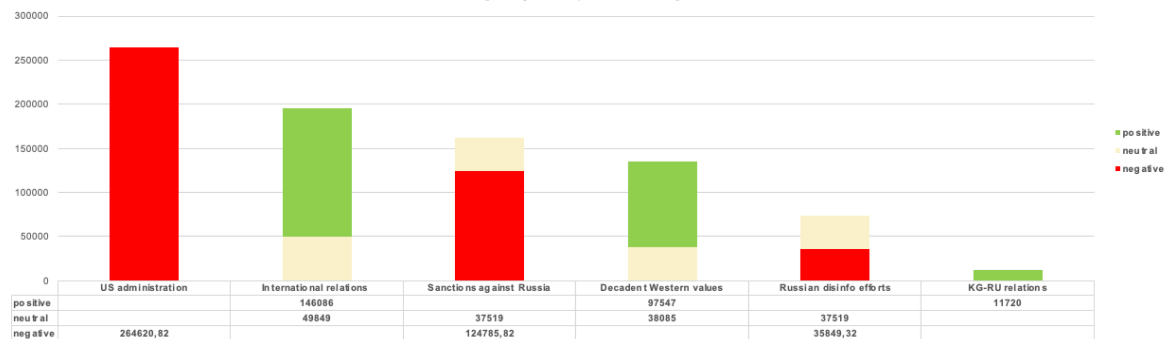
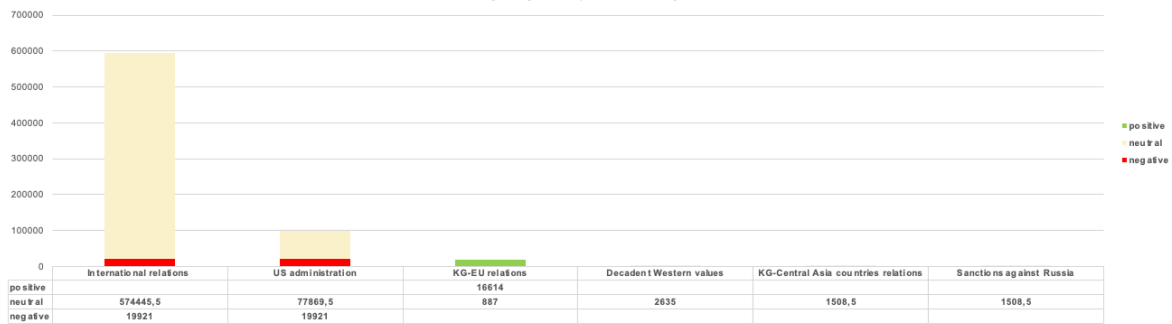


График 30 | Instagram - главные проблемы (вопросы) затронутые СМИ

INSTAGRAM | Media on Issues
[4 July - 3 September 2020]



МЕТОДОЛОГИЯ

Применяемая методология состоит из количественного и качественного анализа, выбранного медиа-контента.

Количественный анализ фокусируется на количестве постов, созданных политическими деятелями (партиями, а также политиками с помощью [CrowdTangle](#)⁶) или другими объектами мониторинга, а также на **тоне освещения**, в котором они освещают отдельные истории и проблемы. Если они их продвигают, мы отслеживаем это как положительное; если они их критикуют, мы отслеживаем это как негативное сообщение. Если они только представляют эти проблемы или истории без изложения своей позиции, мы считаем это нейтральным. Мониторинг также сфокусирован на тематической структуре постов.

Публикация (**пост**) в социальных сетях служила в качестве ссылки/упоминания и единицей мониторинга. Таким образом, чтобы сохранить общее количество постов, в случаях содержания в них различных тем или проблем, содержащихся в одном посте, эти посты были разделены на имеющееся количество тем или проблем.

Список субъектов мониторинга.

Политические субъекты:

Политические партии (8)

- Ата Мекен
- Биримдик
- Бир Бол
- Чоң Казат
- Кыргызстан
- Мекеним Кыргызстан и 4 его региональных филиала (Facebook)
- Республика
- Реформа

Политики (16)

⁶ CrowdTangle (инструмент для анализа социальных сетей, принадлежащий Facebook) «отслеживает публичные сообщения в Facebook, Instagram и Reddit, сделанные публичными аккаунтами или группами. Инструмент не отслеживает каждую общедоступную учетную запись и не отслеживает частные профили или группы, поэтому эти данные не являются репрезентативными для производительности всей платформы. Показанные здесь числа отражают общедоступные взаимодействия (лайки, реакции, комментарии, репосты, голоса за и трехсекундные просмотры), но не включают охват или реферальный трафик. Он не включает платную рекламу, если только эта реклама не начиналась с обычных, неоплачиваемых публикаций, которые впоследствии были «увеличены» с помощью рекламных инструментов Facebook. Поскольку система не различает этот тип платного контента, обратите внимание, что некоторые высокоэффективные материалы могли иметь платное распространение. CrowdTangle также не отслеживает сообщения, которые видны только определенным группам подписчиков».



Акаев Жанар
Бабанов Омурбек
Бекешев Дастан (Instagram)
Джумабеков Дастан
Жапыкеев Сыймык (Facebook)
Жээнбеков Сооронбай
Исаев Канатбек
Касымалиева А (Instagram)
Мадумаров Адахан
Масадыков Таалатбек
Пирматов Исхак
Сооронкулова Клара (Instagram)
Сулайманов Алтынбек
Сурабалдиева Эльвира
Текебаев Омурбек
Торобаев Бакыт

Инфлюенсеры (6)

Айтбекова Назира (Instagram)
Кайратова Анжелика (Instagram)
Каримова Самара (Instagram)
Карыпбеков Илим (Instagram)
Мамасалиева Гулгакы (Facebook)
Рыскулбеков Эркин (Facebook)

СМИ (13)

Акипресс
Апрель (Facebook)
Дело№ (Facebook)
Кабар
Кабарлар
Kaktus Media
Клоор
«Кыргызстан бүгүн» – [Kyrgyztoday.kg](http://kyrgyztoday.kg)
Радио Азаттык
Биринчи Радио
Спутник Кыргызстан
Super Info

24.kg

Власти (3)

Центральная избирательная комиссия (ЦИК) (Facebook)

Правительство

Мэр Бишкека

Темы

Сельское хозяйство

Армия / военные

Бизнес, экономика

Культура

Катастрофы, происшествия, аварии

Благотворительность

Коррупция

Преступность

Гражданское общество

Образование, наука

Окружающая среда

Международные отношения (не имеют отношение к Кыргызстану)

Международные отношения (связанные с Кыргызстаном)

Здравоохранение

IT, цифровизация

Судебная власть

СМИ

Меньшинства

Политика

Религия

Социальные проблемы (безработица, бедность и социальное неравенство)

Спорт

Транспорт, инфраструктура

Другие

Основные проблемы (вопросы)

Мировая пандемия Covid-19

Covid-19 в Кыргызстане - общее

Covid-19 в Кыргызстане - принятые меры

Covid-19 в Кыргызстане - непринятые меры

Covid-19 в Кыргызстане - здоровье, социальные последствия

Миграционная политика Кыргызстана

Мигранты в Средней Азии

Мигранты в Европу



Пол (права ЛГБТ, однополые браки и пр.)
Международные отношения
Кыргызстан-ЕС (кыргызско-европейские отношения)
Кыргызстан-Россия (кыргызско-российские отношения)
Кыргызстан-США (кыргызско-американские отношения)
Отношения между Кыргызстаном и странами Центральной Азии
Парламентские выборы - подготовка
Парламентские выборы - кандидаты, партии
Парламентские выборы – предвыборная кампания
Кыргызская экономика (внутреннее направление)
Система здравоохранения Кыргызстана
Кыргызское образование
Инициативы по китайскому шелковому пути
Администрация США
Выборы в США 2020
Военная база в Кыргызстане
Конституционная реформа России
Война в Украине
Крым
Кыргызстан как несуществующая страна, часть «русской» семьи
Санкции против России
Российская дезинформация во время выборов
Русская нефть
Интеграция с Россией
Традиционные Ценности Ислама
Пришедшие в упадок Западные Ценности
Джордж Сорос и его деятельность в Европе и Центральной Азии
Кризис либерализма и глобальные капитализмы
Кризис демократии
Кризис Европейского Союза
Кризис НАТО
Свобода СМИ
Предвзятые СМИ
Подъем фашизма
Изменение климата
Политические репрессии / запугивание

О НАС

Общественный Фонд “Центр Медиа Развития”

Общественный фонд «Центр Медиа Развития» - это некоммерческая организация, созданная в 2002 году с целью продвижения свободы слова и самовыражения в Кыргызстане, а также для содействия наращиванию потенциала средств массовой информации и журналистов путем поощрения передовой практики в журналистике, продвижения профессиональной этики, институционализации диалога между государством, СМИ и гражданским обществом, а также продвижение медиа-сетей в Кыргызстане. С 2010 года Центр Медиа Развития проводит мониторинг средств массовой информации в период парламентских и президентских выборов в КР. Центр Медиа Развития является одной из первых организаций в КР, которая осуществляет мониторинг социальных сетей в избирательный период.

МЕМО 98

Международно-признанное, независимое и некоммерческое специализированное медиа-учреждение с 22-летним опытом проведения мониторинга СМИ, исследований и оказания содействия группам гражданского общества. Используя проверенные и одобренные методологии и инструменты, мы проводим анализ и мониторинг СМИ с осязаемыми результатами, особенно в период выборов. Участие в более чем 120 миссиях по наблюдению за выборами и около 150 проектах, связанных со СМИ и выборами, а также в обучении в более чем 55 странах (в Содружестве Независимых Государств и Балканских странах, а также в Африке, Азии, Южной Америке и Средней Азии), наши эксперты оказывают помощь в медиа, избирательных и других демократических мероприятиях.

Авторы

Нургуль Абдыкеримова, Центр Медиа Развития

Нуржан Мусаева, Центр Медиа Развития

Иван Годарский, МЕМО 98

Расло Кужел, МЕМО 98

Марек Мрачка, МЕМО 98

Брало Кон, МЕМО 98



Это исследование финансировалось Национальным фондом поддержки демократии. Центр Медиа Развития и MEMO 98 не несут ответственности за факты или мнения, выраженные в этой публикации или их последующее использование. Исключительная ответственность лежит на авторах данной публикации.

© Общественный Фонд “Центр Медиа Развития”, MEMO 98, 2020