

coaliția 2009



coaliția civică  
entru alegeri libere și corecte



Centrul Independent de Jurnalism



## Мониторинг СМИ в избирательной кампании по парламентским выборам 2009 года

Отчет №2  
19 февраля – 4 марта 2009 г.

*Этот отчет опубликован при финансовом содействии Фонда Евразия за счет ресурсов, предоставленных Агентством развития и международного сотрудничества Швеции (Sida/Asdi) и Агентством США по международному развитию (USAID). Представленные в докладе точки зрения принадлежат авторам и не обязательно отражают позицию Фонда Евразия, Правительства США и/или Sida/Asdi.*



Sida



USAID  
DIN PARTEA POPORULUI  
AMERICAN

Публикация доклада стала возможной при поддержке американского народа посредством Агентства США по международному развитию USAID). За его содержание несет ответственность только Независимый центр журналистики, а опубликованная информация не обязательно отражает позицию USAID или Правительства Соединенных Штатов Америки.

## 1. Общие данные

**1.1 Цели проекта:** мониторинг и информирование общественности об освещении средствами массовой информации избирательной кампании по выборам Парламента Республики Молдова.

**1.2 Период наблюдения:** 5 февраля – 5 апреля 2009 года.

**1.3 Критерии отбора СМИ, подверженных мониторингу:**

:

- форма собственности (общественная или частная)
- аудитория/резонанс
- язык

**1.4 СМИ, подверженные мониторингу:**

**ТВ:** «Moldova 1», «PRO TV», «NIT», «EU TV», «TV 7»

**Радиостанции:** «Radio Moldova», «Antena C», «Vocea Basarabiei»

**Печатные СМИ:** «Moldova Suverană», «Независимая Молдова», «Săptămîna», «Flux», «Молдавские ведомости», «Jurnal de Chişinău», «Timpul de dimineaţă», «Комсомольская правда», «СП»(Bălţi), «Вести Гагаузии» (Комрат), «Realitatea» (Сорока), «Cuvîntul» (Rezina)

**Информационные агентства и веб-порталы:** «Молдпресс», «Инфотаг», [www.omg.md](http://www.omg.md), [www.unimedia.md](http://www.unimedia.md)

**1.5 Время мониторинга:**

**ТВ:** Понедельник – пятница: с 6.00 до 9.00 и с 18.00 до 23.00

Суббота и воскресенье: с 8.00 до 22.00

**Радиостанции:** с 6.00 до 13.00 и с 17.00 до 20.00, ежедневно.

**Печатные издания/Информационные агентства/Веб-порталы:** все содержание, ежедневно.

**1.6. Творческая команда**

Проект реализуют Независимый центр журналистики и Ассоциация независимой прессы совместно с Институтом маркетинга и социологических исследований IMAS-INC, Кишинев.

**2. Методологические рамки**

Методология наблюдения разработана Oxford Media Research для проектов мониторинга Международной организации «Глобальная кампания за свободу выражения мнений «Article 19». Характеристики методологии: использование показателей 1) количественных, в том числе вид, продолжительность, тематика выступлений, источники сообщений, частота и продолжительность появления конкурентов на выборах в информационных выпусках и 2) качественных, с определением уровня объективности каналов, подверженных мониторингу, в освещении событий. Каждое сообщение или высказанное мнение подвергается оценке с точки зрения содержания и контекста, чтобы установить, благоприятны они или нет для той или иной партии, того или иного

политического формирования. Положительное либо отрицательное содержание и/или контекст материала не обязательно свидетельствует о тенденциозности или ангажированности СМИ, распространившего данное сообщение. Материал может быть благоприятен или неблагоприятен для того или иного субъекта, но одновременно беспристрастен, равноценен и корректен с профессиональной точки зрения. О несбалансированном подходе можно говорить только в том случае, если на протяжении определенного периода времени заметна тенденция – представлять того или иного субъекта в выгодном или невыгодном свете.

### **3. Общие тенденции**

#### *3.1 Аудиовизуальные СМИ*

В период с 19 февраля по 4 марта 2009 года количество материалов предвыборной тематики, переданных в эфир восемью каналами, подверженными мониторингу, значительно возросло – с 2943 до 3902. На телевидении больше всего сообщений, авторских передач и предвыборной рекламы прозвучало по каналу «Moldova 1», на радио – по «Antena C» и «Vocea Basarabiei».

На общественных каналах с национальным покрытием «Moldova 1» и «Radio Moldova» сохранилась тенденция отдавать предпочтение в основном одному конкуренту на выборах – ПКРМ; эти каналы передали множество материалов, освещавших предвыборные инициативы и действия правящей партии, но при этом не предоставили оппозиции или независимым экспертам возможность дать оценку этих инициатив. В анализируемый период практически все информационные выпуски этих каналов открывались сообщениями, благоприятными для правящей партии. Как и прежде, сообщений, в которых фигурировали конкуренты ПКРМ по выборам, было заметно меньше, а в отдельных случаях явно прослеживалось стремление дискредитировать некоторые оппозиционные партии.

Общественные каналы продолжали представлять ПКРМ в благоприятном свете, используя для этого и очередность распространения предвыборной рекламы – ролики этой партии всегда либо открывали ее, либо закрывали, а иногда и открывали, и закрывали.

Частные каналы «NIT» и «Antena C» также остались верны себе: в значительном количестве сообщений они представляли правящую партию в позитивном ключе, а оппозиционные партии либо игнорировали, либо представляли негативно.

Несмотря на то, что одобренное ЦИК положение запрещает вещательным СМИ (за исключением передач предвыборной тематики) передавать в эфир материалы с участием конкурентов по выборам в спортивных событиях, развлекательных программах и различных ток-шоу, «Moldova 1» и «NIT» распространяли сообщения с участием Воронина в открытии чемпионата СНГ по кикбоксингу (21 февраля), в концерте по случаю дня Советской армии в Национальном дворце (23 февраля) и турнире на Кубок президента по шахматам (24 февраля).

На «EU TV» обострилась тенденция к дискредитации, особенно в авторских передачах, отдельных оппозиционных партий, тогда как по отношению к правящей партии этот канал занимал более доброжелательную позицию. Налицо некоторая благосклонность к ХДНП – как в сообщениях, так и в авторских передачах.

Вместе с тем, «PRO TV», «TV 7» и «Vocea Basarabiei», как и в предыдущий период, отвели больше эфирного времени оппозиционным партиям, стараясь придерживаться

плюрализма и сбалансированно представлять конкурентов по выборам, в том числе правящую партию, которая фигурировала как в позитивных, так и в негативных сообщениях, с преобладанием последних. На «Vocea Basarabiei» продолжилась критика правящей партии в авторских передачах. Следует отметить, что представители ПКРМ отказываются сотрудничать с этим каналом и с «PRO TV».

Как и в предыдущий период наблюдения, на каналах, подверженных мониторингу, не было предвыборных дебатов. Их отсутствие отрицательно повлияло на представительство оппозиционных партий, которые, в отличие от ПКРМ, не получили широкого доступа к общественным СМИ.

### *3.2 Печатные СМИ/Информационные агентства/Информационные порталы*

Печатные СМИ также начали освещать предвыборную кампанию с большей активностью, а количество тематических материалов и отводимые им площади растут по мере приближения даты выборов. Отмечается и увеличение объема предвыборной рекламы с соответствующей маркировкой.

Сохраняется тенденция к освещению предвыборной кампании с различных позиций, в зависимости от симпатий или антипатий издателей. Так, некоторые СМИ («Moldova Suverană», «Независимая Молдова», «Молдпрес» и [www.omg.md](http://www.omg.md)) откровенно рекламируют ПКРМ, представляя этого конкурента по выборам только в положительном свете как в сообщениях, так и в авторских материалах. В то же время, «Moldova Suverană» и «Независимая Молдова» остро критикуют остальных конкурентов по выборам, представляя их негативно, нередко с использованием ненормативной лексики и нападок на личности.

Другая группа изданий («Jurnal de Chisinau», «Timpul de dimineata», «Молдавские ведомости», [www.unimedia.md](http://www.unimedia.md)), с одной стороны, представляет ПКРМ только в отрицательном контексте, не менее жестко критикуя и обвиняя ее в плохом управлении страной на протяжении последних восьми лет, с другой же - одобрительно отзываясь об одном или нескольких конкурентах по выборам из числа оппозиционных формирований, в частности, либеральной ориентации. Некоторые газеты (региональная газета «СП», Бэлць) критикуют ПКРМ, но не проявляют явного расположения ни к одному из конкурентов по выборам, а отдельные СМИ (агентство «Инфотаг», еженедельник «Cuvîntul», Резина) пытаются более или менее сбалансированно представлять всех конкурентов.

Отмечается увеличение – правда, довольно скромное – числа материалов, посвященных порядку исполнения конституционного права, т.е. таких, которые отвечают задачам гражданского воспитания избирателей. Кроме того, печатные СМИ стали больше публиковать материалов под рубрикой «Programe electorale speciale», включающей дебаты конкурентов по выборам или интервью с ними.

### *3.3. Условия работы*

В период наблюдения отмечена попытка преследования и запугивания сотрудников телеканала «Albasat» (Ниспорень). 25 февраля представители полиции нагрянули в офис «Albasat» без санкции на обыск и в грубейшей форме стали требовать бухгалтерские документы и демонтировать компьютерные диски. Комментируя эти действия, в МВД сослались на полученную от некоего гражданина жалобу о нарушениях в бухгалтерском

учете этого канала. Позже полиция выдвинула другое обвинение – применение пиратских компьютерных программ, которое руководство канала категорически опровергло. 9 марта представители МВД прибыли в «Albasat» с новым обвинением. Они потребовали от администрации доказательств объективности одной из передач, подготовленных в 2006 году, заявив, что против канала возбуждено уголовное дело. Местные и зарубежные журналистские организации выразили обеспокоенность в связи с этим инцидентом и вполне заслуженно расценили его как попытку давления на журналистов, ограничения права на свободу выражения мнений.

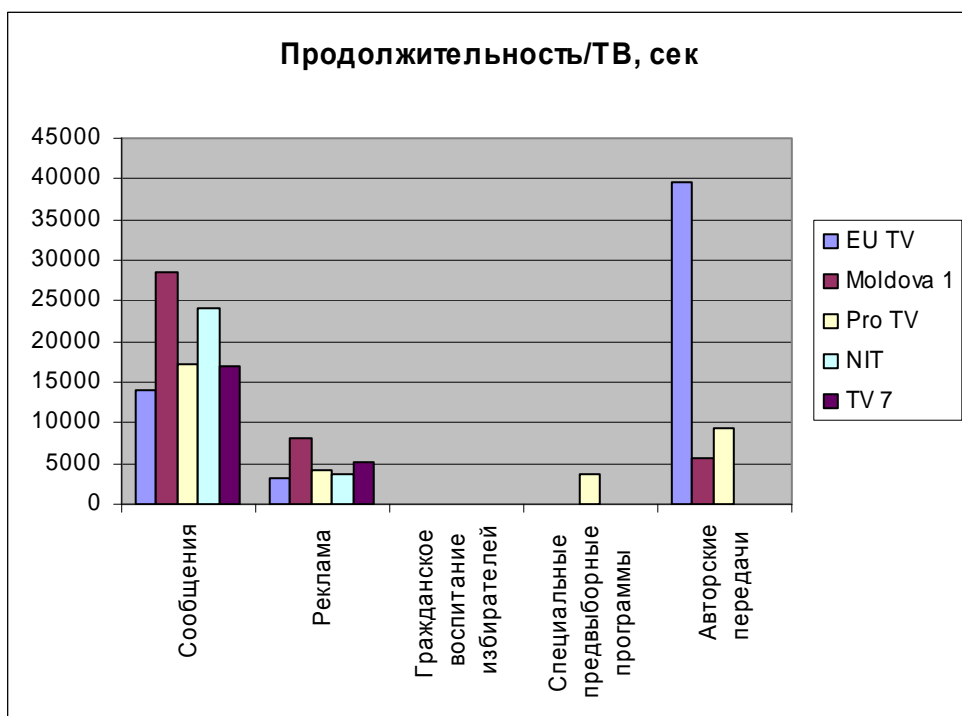
#### 4. Результаты мониторинга. Аудиовизуальные СМИ

##### 4.1 Включение в избирательную кампанию

###### 4.1.1 ТВ

Как и в первый период наблюдения, самый большой объем сообщений по предвыборной тематике передали в эфир «Moldova 1» и «NIT». Кроме того, на «Moldova 1» прозвучал и рекордный объем предвыборной рекламы. Следует отметить, что в целом объем программ по гражданскому воспитанию избирателей, специальных предвыборных программ (интервью с кандидатами, дебаты и дискуссии), vox populi был незначительным, а объем рекламы увеличился на всех каналах. «EU TV» передал в эфир самый незначительный объем предвыборной рекламы и рекордный объем авторских передач (см. Диаграмму 1).

Диаграмма 1. Объем материалов, распространенных телеканалами с 19 февраля по 4 марта 2009 года, сек.

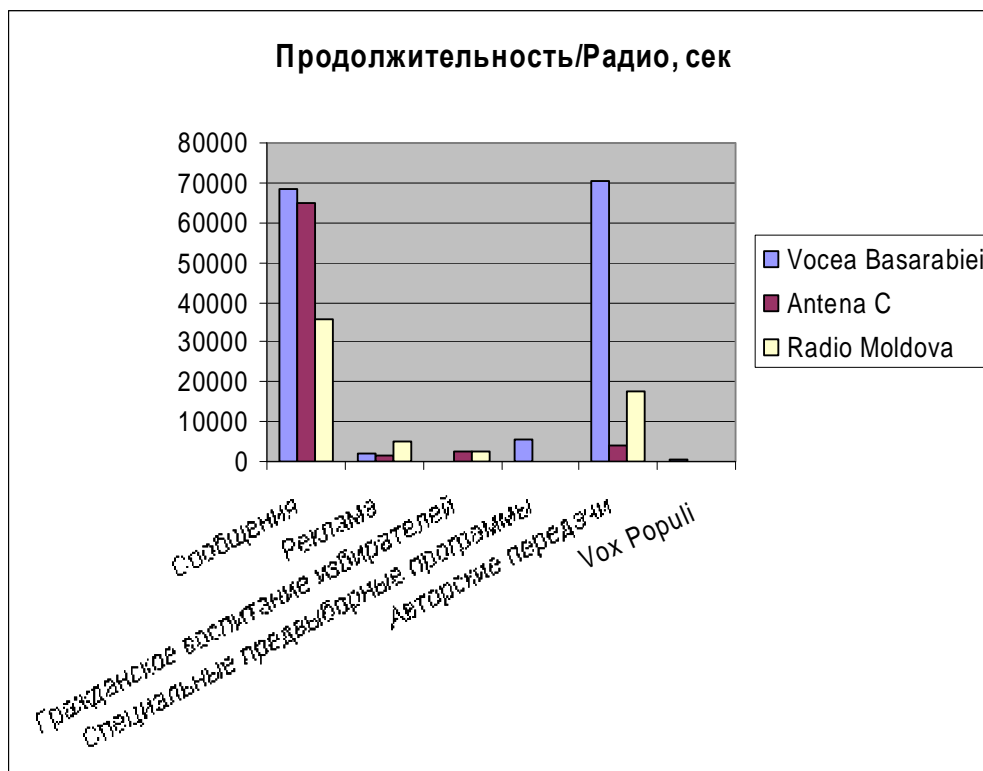


###### 4.1.2 Радиостанции

Из радиостанций самый большой объем сообщений предвыборного характера передали в эфир «Vocea Basarabiei» (около 68 тыс. секунд) и «Antena C» (примерно 65 тыс. секунд). «Vocea Basarabiei» лидировал по авторским передачам (около 70 000 сек.), а также специальным предвыборным программам и передачам по гражданскому воспитанию

избирателей. Наибольший объем предвыборной рекламы и программ по гражданскому воспитанию избирателей передан по «Radio Moldova» (см. Диаграмму 2).

Диаграмма 2. Объем материалов, переданных радиостанциями с 19 февраля по 4 марта 2009 года, сек.



#### 4.2 Частота цитирования конкурентов на выборах в качестве источников сообщений предвыборной тематики, их появления на телеэкране, прямых включений в сообщения

На канале «Moldova 1» в период наблюдения увеличился дисбаланс в цитировании конкурентов по выборам в качестве источников сообщений предвыборной тематики. Так, представители правительства, президент Республики Молдова, председатель Парламента и другие представители ПКРМ цитировались 161 раз и были представлены на экране ТВ в течение 2450 секунд. Остальные партии и независимые кандидаты, вместе взятые, упоминались как источники информации 77 раз, их представители присутствовали в кадре в течение 1968 секунд.

Таблица 1. Частота цитирования и появления в кадре конкурентов на выборах на канале «Moldova 1»

Код	Частота	Продолжительность появления, сек.	Продолжительность включения, сек.
ПРАВЛ	1479	1204	95
ПРЕЗ	516	200	48
АМН	487	408	18
ПКРМ	255	251	14
ДЕД	268	147	11
ДП	172	172	7
СДП	210	164	6
ЛДПМ	86	62	6

ПЕМ	263	241	8
ДГУ	200	56	4
АВ	135	111	4
СБ	116	94	4
УШ	99	71	4
ХДНП	0	188	4
ЛП	105	52	3
ПНТ	0	0	1
ВР	0	0	1
ЦСМ	27	27	2

Дисбаланс сохранился и на «NIT». Правительство, президент Республики Молдова, председатель Парламента и другие представители ПКРМ цитировались в качестве источников сообщений 134 раза, другие партии – 36 раз. Продолжительность пребывания на экране составляет, соответственно, 2640 и 465 секунд.

Таблица 2. Частота цитирования и появления конкурентов по выборам на «NIT»

Код	Частота	Продолжительность появления, сек.	Продолжительность включения, сек.
ПРЕЗ	1504	337	60
ПРАВЛ	802	556	53
ПКРМ	254	123	19
АМН	199	192	16
СДП	75	51	7
ЛП	46	72	5
ПАРЛ	80	72	2
ЛДПМ	56	18	2
ЦСМ	53	26	4
ДП	36	36	2

«PRO TV» продолжал освещать органы власти практически так же, как и остальных конкурентов по выборам. Правительство, президент Республики Молдова, председатель Парламента и другие представители ПКРМ цитировались в качестве источников 60 раз, АМН – 35, ЛДПМ – 25, СДП – 16, ЦСМ -14, ДП – 14, ЛП - 11. По продолжительности пребывания на экране лидируют ЛДПМ - 202 сек., ЦСМ – 201, АМН – 193, СДП – 185, ЛП – 114, ДП – 53, а представители действующей власти - 189 сек.

Таблица 3. Частота цитирования и появления конкурентов по выборам на «PRO TV»

Код	Частота	Продолжительность появления, сек.	Продолжительность включения, сек.
АМН	193	238	35
ПРАВЛ	75	72	25
ПКРМ	92	127	21
ЛДПМ	202	187	25
СДП	185	153	16
ЦСМ	201	196	14
ДП	53	64	14
ЛП	114	155	11
ПЕМ	60	18	8
ПРЕЗ	15	0	7

СБ	92	135	6
ДЕД	111	96	5
АВ	86	69	4
ПК	60	60	4
СТ	81	51	3
РАВН	49	56	3
ПНТ	45	30	3
УШ	27	51	3
ХДНП	30	30	2
ПАРЛ	7	0	2
ПР	0	0	2
ДГУ	0	0	1

На «EU TV» в сообщениях предвыборной тематики правительство, президент Республики Молдова, председатель Парламента и другие представители ПКРМ цитировались в качестве источников 28 раз, АМН – 16, ХДНП – 12, СДП – 8. Правительство, президент Республики Молдова, председатель Парламента и другие представители ПКРМ присутствовали в кадре в течение 393 сек., ХДНП – 201, АМН – 168, СДП – 118, ЦСМ – 108 секунд.

Таблица 4. Частота цитирования и появления конкурентов по выборам на «EU TV»

Код	Частота	Продолжительность появления, сек.	Продолжительность включения, сек.
ПРАВЛ		45	45
АМН		168	134
ХДНП		201	252
СДП		118	118
ПКРМ		115	95
ЦСМ		108	129
ПРЕЗ		44	24
РАВН		20	20
ЛДПМ		13	8
ПЕМ		10	0
ДЕД		10	0
ПК		0	0

На «TV 7» правительство, президент Республики Молдова, председатель Парламента и другие представители ПКРМ фигурировали как источники информации предвыборной тематики 17 раз, ДП – 33, ДЕД – 33, АМН – 23, ЛДПМ – 23, СДП – 20, ЛП – 12, ПОМ – 12. По продолжительности появления на экране TV лидируют ДП – 1009 сек., АМН – 635, СДП – 600, ДЕД – 464, ЛП – 352, ПОМ – 318. Правительство, президент Республики Молдова, председатель Парламента и другие представители ПКРМ присутствовали в сообщениях предвыборного характера на протяжении 382 секунд.

Таблица 5. Частота цитирования и появления конкурентов по выборам на «TV 7»

Код	Частота	Продолжительность появления, сек.	Продолжительность включения, сек.
ДП	1009	688	33
ДЕД	464	384	33
АМН	635	523	23



ЛДПМ	539	459	23
СДП	600	512	20
ЛП	352	260	12
ПЕМ	318	216	12
ПРАВЛ	64	64	9
ПКРМ	203	203	8
ЦСМ	361	233	7
СБ	286	222	6
РАВН	143	138	3
УШ	10	0	1

В сообщениях предвыборной тематики, распространенных на «Radio Moldova», в качестве источников по-прежнему доминировали представители правительства и других государственных учреждений, президент Республики Молдова, председатель Парламента и другие представители ПКРМ, которые цитировались 314 раз и выступали в общей сложности 4 432 секунд. Остальные конкуренты по выборам были представлены в качестве источников сообщений анализируемой тематики 41 раз (в 7,7 раза меньше), продолжительность их включений в целом составила 951 сек. (в 4,7 раза меньше).

Таблица 6. Частота цитирования и продолжительность включений конкурентов по выборам на «Radio Moldova»

Код	Частота	Продолжительность появления, сек.
ПРАВЛ	3171	125
ПРЕЗ	135	60
ПКРМ	216	16
АМН	130	11
ДГУ	910	12
ДЕД	175	5
ПЕМ	100	4
СБ	126	3
ДП	119	3
ЦСМ	80	3
РАВН	94	2
СТ	61	2
ХДНП	30	2
ЛП	22	2
СДП	12	2
ЛДПМ	0	2
ПАРЛ	0	1

В сообщениях предвыборной тематики, распространенных каналом «Antena C», правительство, президент Республики Молдова, председатель Парламента и другие представители ПКРМ упоминались как источники информации 369 раз, общая продолжительность их выступлений составила 3143 секунд. Остальные конкуренты по выборам становились источниками сообщений 108 раз (в 3,4 раза меньше), продолжительность их выступлений в общей сложности составила 1183 секунды (в 2,7 раза меньше).

Таблица 7. Частота цитирования и продолжительность включений конкурентов по выборам на канале «Antena C»

Код	Частота	Продолжительность появления, сек.
ПРАВЛ	2737	209
ПРЕЗ	195	109
АМН	114	51
ПКРМ	211	42
ЦСМ	254	16
СДП	369	15
ЛП	183	8
ДЕД	129	7
ДП	70	6
РПР	39	6
ДГУ	0	6
ПАРЛ	0	3
СБ	0	3
РАВН	25	2
УШ	0	2
АВ	0	2

На «Vocea Basarabiei» правительство, президент Республики Молдова, председатель Парламента и другие представители ПКРМ цитировались в качестве источников информации предвыборного характера 127 раз, ЛДПМ – 67, АМН – 48, ЛП – 35, ДЕД – 20, СДП – 19, ДП – 15, ХДНП -12, ЦСМ – 11 раз. По продолжительности включений лидируют АМН – 1871 сек., ЛДПМ – 1459, ЛП - 1347. Правительство, президент Республики Молдова, председатель Парламента и другие представители ПКРМ выступали на «Vocea Basarabiei» в рамках сообщений предвыборной тематики в общей сложности 309 секунд. Примечательно, что представители органов власти, как правило, отказываются сотрудничать с этим каналом.

Таблица 8. Частота цитирования и продолжительность включений конкурентов по выборам на «Vocea Basarabiei»

Код	Частота	Продолжительность появления, сек.
ПКРМ	236	71
ЛДПМ	1459	67
АМН	1871	48
ПРАВЛ	309	42
ЛП	1347	35
ДЕД	286	20
СДП	387	19
ДП	356	15
ХДНП	109	12
ЦСМ	144	11
ПРЕЗ	0	10
СБ	379	8
УШ	376	8
АВ	192	6

РАВН	0	4
СТ	0	4
ДГУ	0	3
ПЕМ	51	2
РПР	0	2
ПНТ	0	2
ВР	0	2
ПАРЛ	0	1

### ***4.3 Конкуренты по избирательной кампании, представленные в информационных выпусках, прямо или косвенно, в выгодном либо невыгодном свете, – частота***

#### **4.3.1 TV**

«Moldova 1», «NIT», «Radio Moldova» и «Antrena C» по-прежнему передали в эфир множество сообщений, в которых ПКРМ была представлена в положительном свете. Избирателям сообщили, что: педагогам и государственным служащим увеличена зарплата; государство приобретет у местных производителей 40 тыс. тонн фуражной пшеницы; с участием президента Воронина открыта автоматизированная линия на «Farmaco»; здоровье населения – постоянная забота государства, о чем свидетельствует и совещание с участием Воронина; десятикратно возросли ассигнования для страховой медицины; «голубое топливо» пришло в Болдурешть при финансовом содействии правительства; Центры здоровья оснащены современным оборудованием, предоставленном Еврокомиссией в рамках правительственной программы; Митрополит Владимир благодарит высшее руководство РМ, которое «идет нам навстречу» в процессе открытия церквей; «открыто много церквей», «стабильность важнее перемен»; правительство выделяет 2 млн леев для пострадавших от стихийных бедствий и 0,5 млн леев для инвалидов и участников войны на Днестре; лей – самая крепкая европейская валюта; 40 млн леев будет выделено на индексацию депозитов; выросли субсидирования в социальной сфере; план по доходам перевыполнен; Воронин требует принять срочные меры по защите потребителя и увеличению пособий для участников второй мировой войны; начиная с 2003 года. РМ выполнила все свои обязательства в ООН; для инвалидов предусмотрено бесплатное протезирование; в Унгенах вновь открылся мясокомбинат, в церемонии участвовал президент Воронин; несмотря на то, что Минфин деньги перевел, по вине председателей ряда районов учителя и другие категории бюджетников не получили повышенную зарплату...

В качестве примера сообщения, которому незаслуженно был придан предвыборный характер, может послужить информация о бесплатном протезировании для инвалидов. В конце этого сообщения говорилось, что за последние восемь лет субсидирование из госбюджета на бесплатное протезирование возросло в 30 раз (выпуск новостей от 03 марта, 21-00).

27 февраля в информационном выпуске «Mesager» (21-00) канал «Moldova 1» передал ссылкой на «Молдпрес» сообщение о том, что ЦСМ будет бороться за выход из СНГ, хотя лидеры ЦСМ таких заявлений не делали. Это сообщение в тот же день подхватили «Radio Moldova» и «NIT», а на второй день – и «Antena C», что свидетельствует о наличии согласованности в политике по освещению предвыборной кампании этими каналами (см. Диаграммы 3-6).

Эти каналы не упустили ни одной возможности представить конкурентов ПКРМ в неблагоприятном свете. 19 февраля «Moldova 1» сообщил, что в Кишиневе счет-фактуры за тепло выше по вине работников жилищного фонда, которые подчиняются примэрии. Случалось, что конкуренты ПКРМ становились мишенью «отрежиссированных» нападок. В пространном репортаже из Чимишлии, например, где ситуация была представлена в негативном плане, отмечалось «между прочим», что примар является членом АМН (22 февраля, 21-00). Иногда эти каналы использовали в своих целях представившийся случай. Так, рассказывая о частном факте сокрытия оружия в селе Сипотень, «НИТ» подчеркнул, что виновник – член АМН (21 февраля, 21-30).

Пресс-конференции оппозиционных партий освещались только в тех случаях, когда на них в неблагоприятном контексте шла речь о других оппозиционных партиях, или же в выгодном свете была представлена ПКРМ. Например, в сообщении с пресс-конференции Демпартии Молдовы говорилось, что ДПМ находит странными настойчивые требования отдельных партий открыть избирательные участки вне пределов посольств, но был обойден вниманием тот факт, что ДПМ расценила визит Лаврова как предвыборный (26 февраля, 21-00).

Диаграмма 3. Конкуренты по выборам, благоприятно или неблагоприятно представленные в выпусках новостей на канале «Moldova 1» - частота

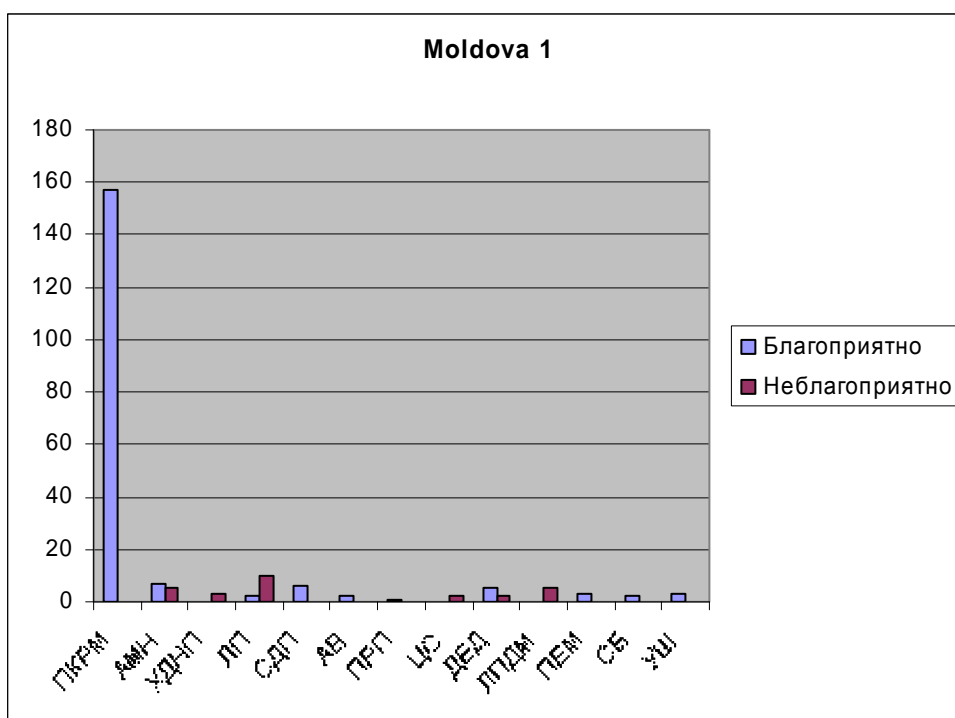


Диаграмма 4. Конкуренты по выборам, благоприятно или неблагоприятно представленные в выпусках новостей на «NIT» - частота

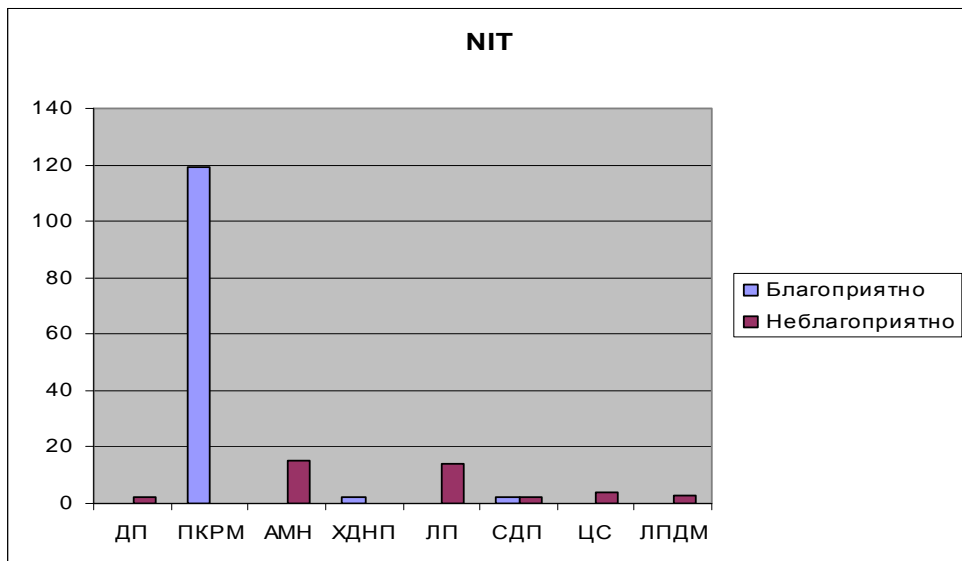


Диаграмма 5. Конкуренты по выборам, благоприятно или неблагоприятно представленные в выпусках новостей на «Radio Moldova» - частота

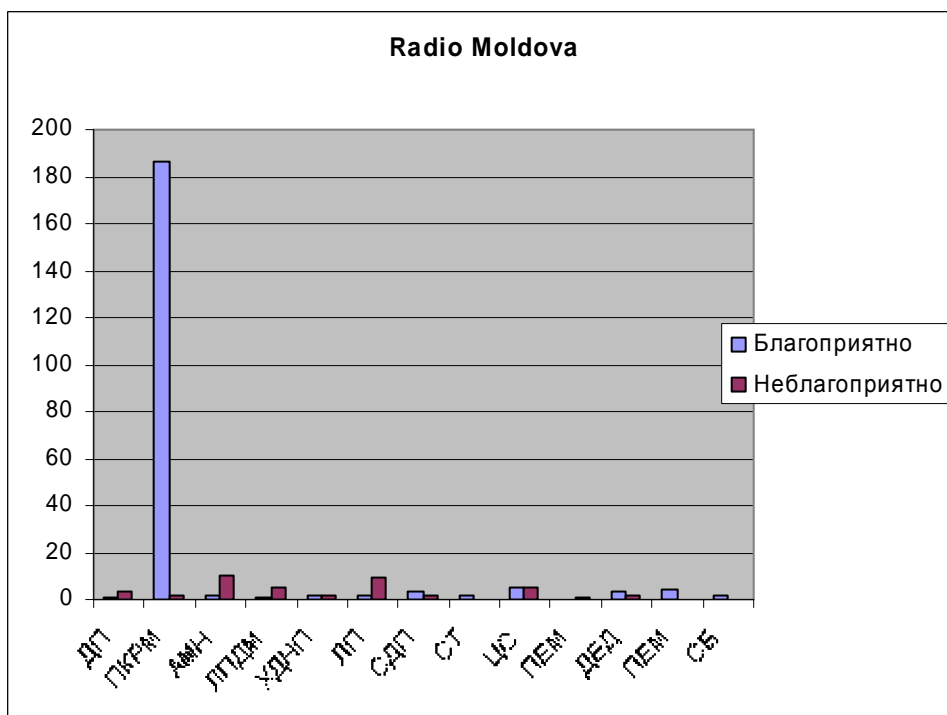
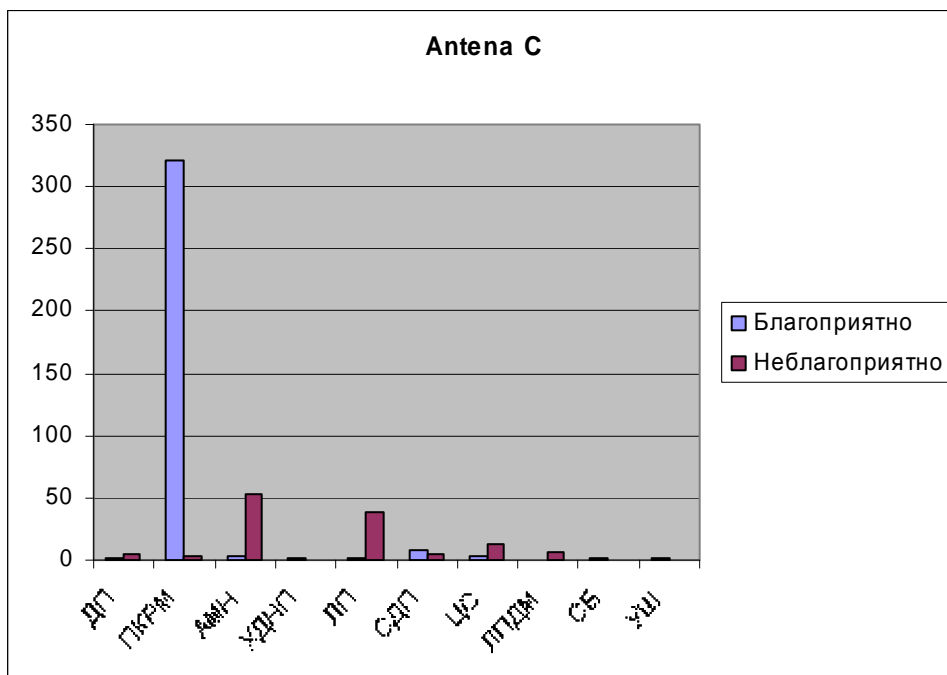
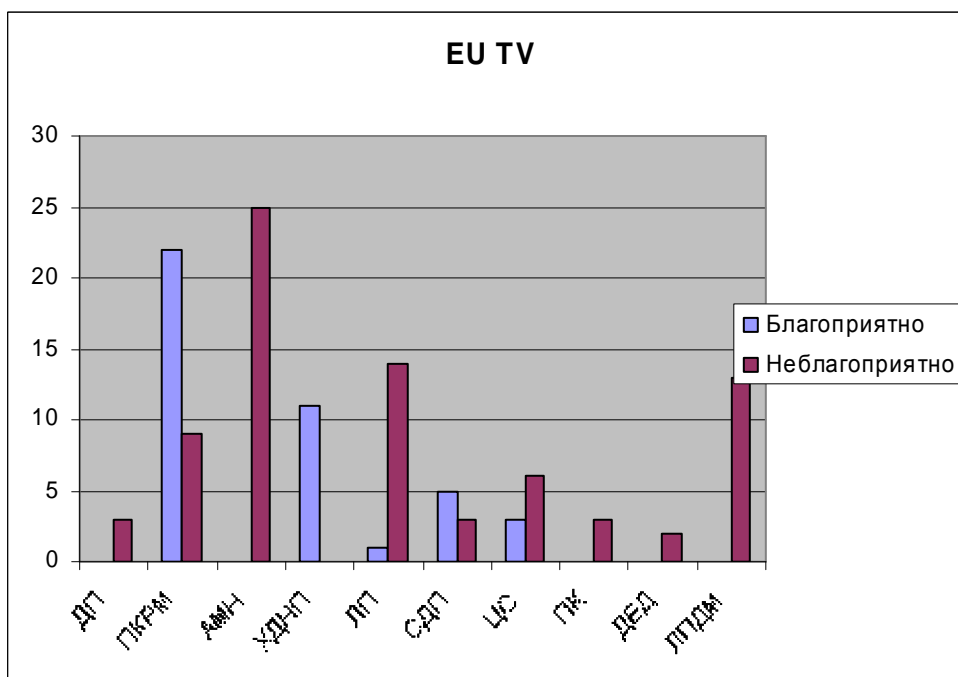


Диаграмма 6. Конкуренты по выборам, благоприятно или неблагоприятно представленные в выпусках новостей на «Antena C» - частота



На «EU TV» еще ярче проявилось стремление представлять в отрицательном свете отдельные оппозиционные партии – АМН, ЛП, ЛДПМ с сохранением тенденции к некоторой доброжелательности в отношении ПКРМ (например, в материалах о выделении 2 млн леев на приобретение жилья для пострадавших от стихии, о предоставлении энной суммы средств лицам, пострадавшим в результате вооруженного конфликта 1992 года и т.д.), а также ХДНП и СДП (см. Диаграмму 7).

Диаграмма 7. Конкуренты по выборам, благоприятно или неблагоприятно представленные в выпусках новостей на «EU TV», - частота



На «PRO TV», «TV 7» и «Vocea Basarabiei» благоприятных для ПКРМ сообщений было меньше, чем неблагоприятных, тогда как оппозиционные партии пользовались более широкой информационной поддержкой и более объективным отношением со стороны этих каналов по сравнению с остальными (см. Диаграммы 8-10). Так, митинг ЛДПМ от 22 февраля в поддержку открытия избирательных участков за рубежом беспристрастно освещался только этими тремя каналами, в то время, как «Moldova 1», «NIT», «Antena C», «Radio Moldova» и «EU TV» больше интересовались вопросами, связанными с его организацией.

Диаграмма 8. Конкуренты по выборам, благоприятно или неблагоприятно представленные в выпусках новостей на «PRO TV», - частота

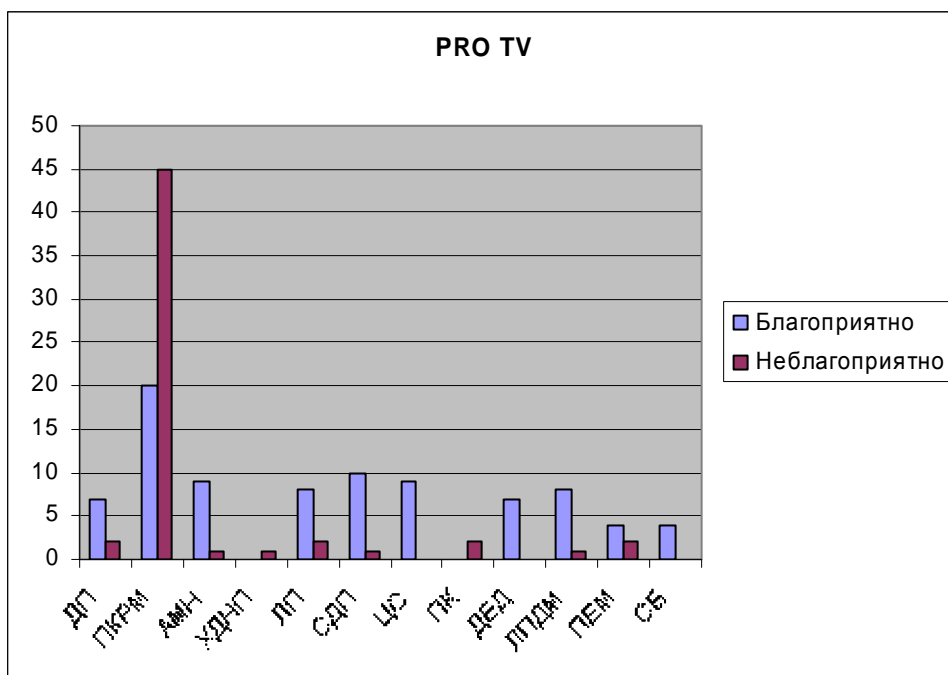


Диаграмма 9. Конкуренты по выборам, благоприятно или неблагоприятно представленные в выпусках новостей на «TV 7», - частота

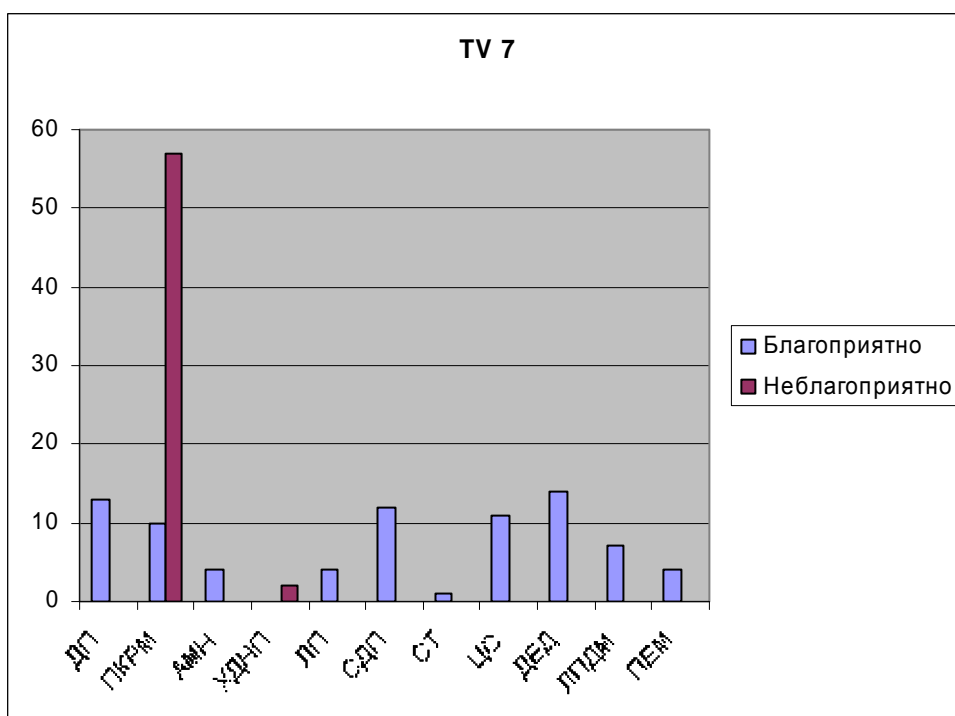
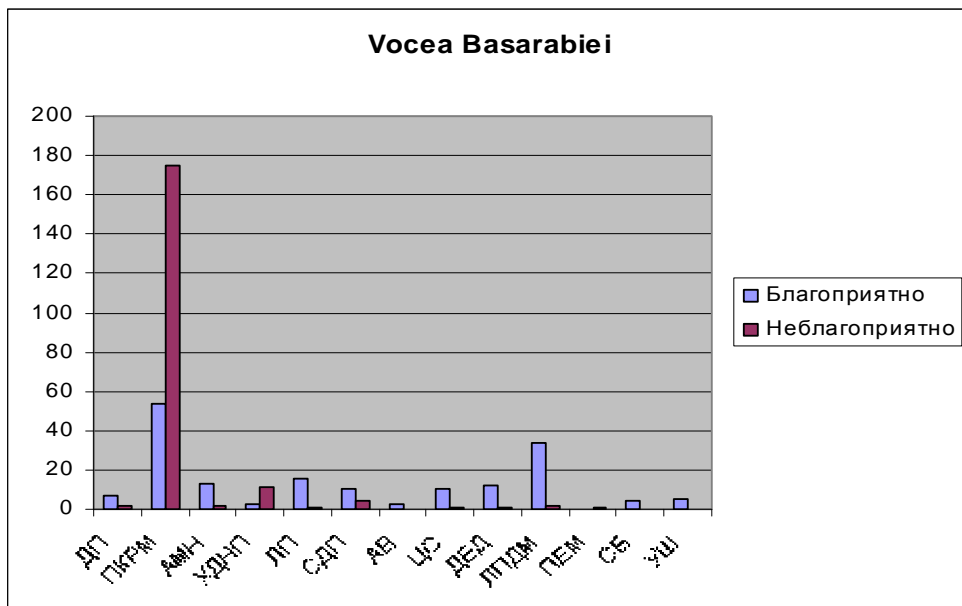


Диаграмма 10. Конкуренты по выборам, благоприятно или неблагоприятно представленные в выпусках новостей на «Vocea Basarabiei», - частота



#### 4.4 Конкуренты по выборам, благоприятно или неблагоприятно представленные, прямо или косвенно, в авторских передачах, – частота

В авторских передачах канал «EU TV» продолжал представлять с явно невыгодных позиций оппозиционные партии, в частности, АМН и ЛДПМ, проводя кампанию однозначно в пользу ХДНП и, иногда, ПКРМ. Авторы передач на «Vocea Basarabiei», как и в предыдущий период, наиболее часто подвергали критике правящую партию, в отдельных случаях представляя в благоприятном свете ЛДПМ и АМН.

Диаграмма 11. Конкуренты по выборам, благоприятно или неблагоприятно представленные в авторских передачах на «EU TV», - частота

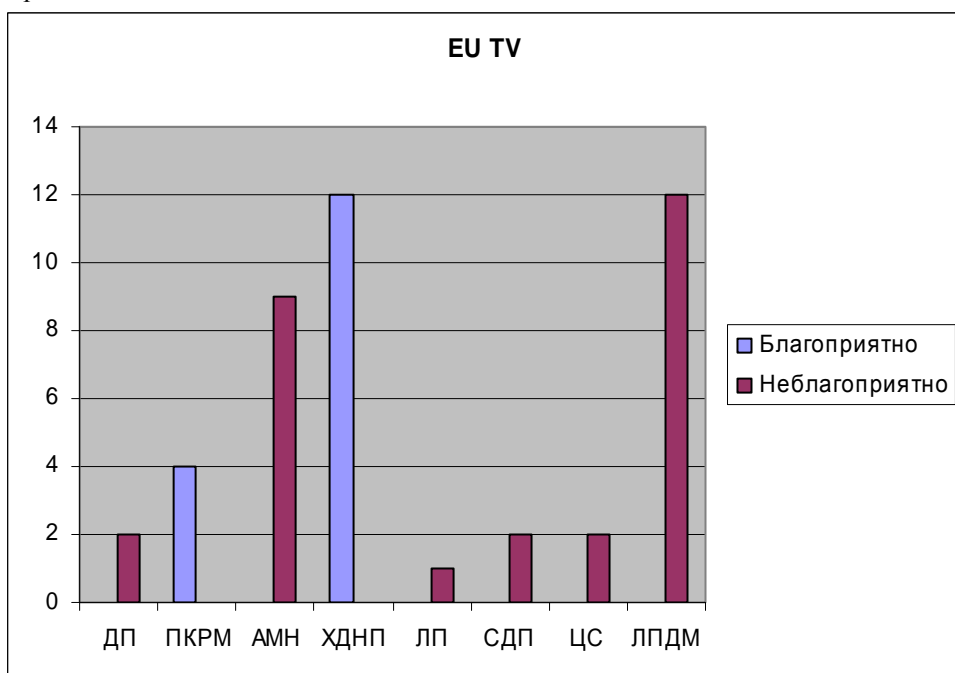
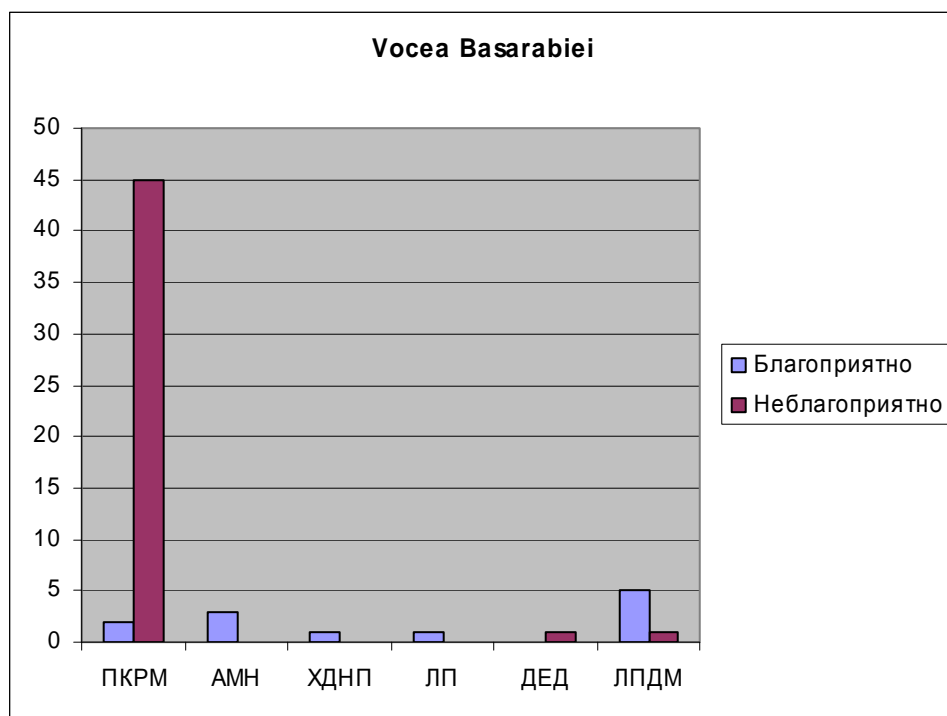




Диаграмма 12. Конкуренты по выборам, благоприятно или неблагоприятно представленные в авторских передачах на «Vocea Basarabiei», - частота



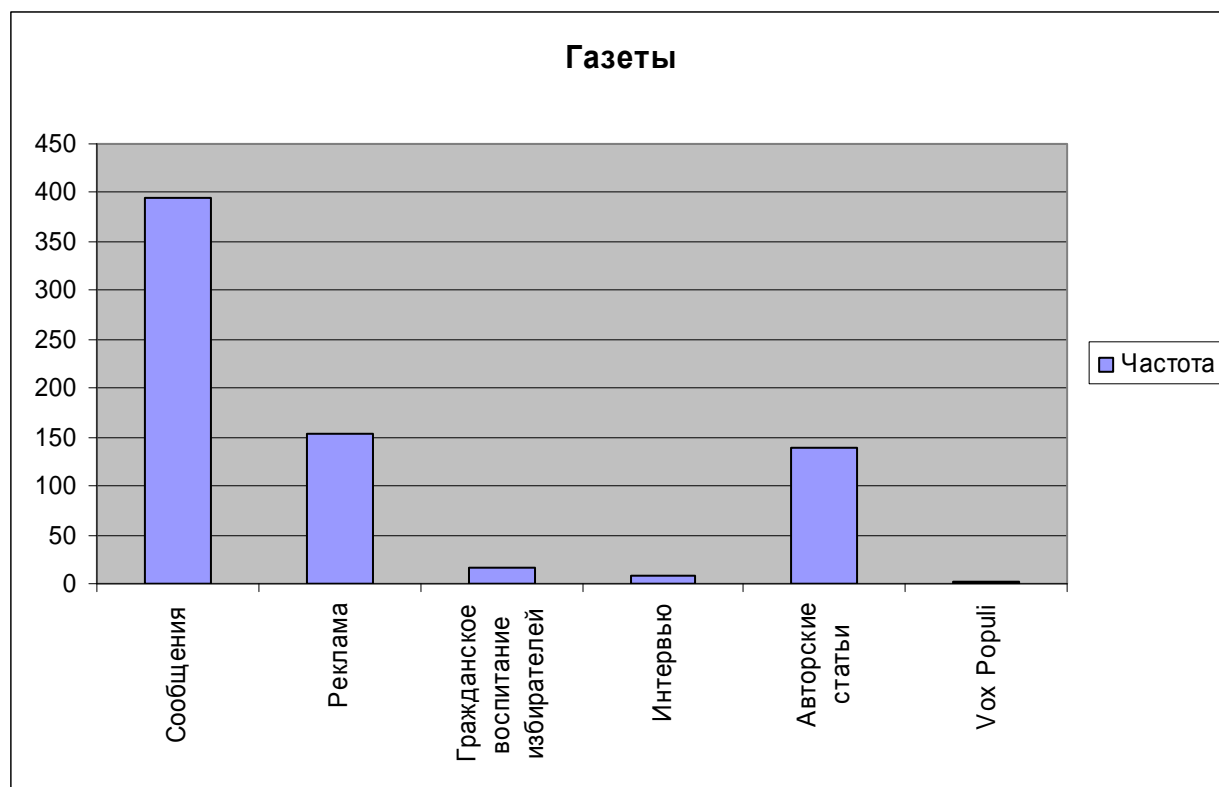
## 5. Результаты мониторинга. Печатные СМИ. Информационные агентства и информационные порталы

### 5.1 Включение в избирательную кампанию

#### 5.1.1 Газеты

В период с 19 февраля по 4 марта 2009 года газеты, охваченные мониторингом, освещали предвыборную кампанию более активно, чем в первые две недели мониторинга. Так, 12 анализируемых изданий опубликовали 715 материалов, прямо или косвенно касающихся предвыборной кампании, что на 20% больше по сравнению с предыдущим периодом наблюдения. Общая площадь этих материалов превысила 297 тыс. квадратных сантиметров. Подавляющее большинство составили сообщения (394), за ними следуют реклама, маркированная соответствующим образом (153) и авторские статьи (140). Общая площадь рекламы во всех 12 газетах, подверженных мониторингу, составила более 86 тыс. квадратных сантиметров. Несколько возросло и число материалов по гражданскому воспитанию избирателей – за этот период опубликовано 17 статей. Меньше всего был использован такой жанр, как социологические опросы «Vox populi».

Диаграмма 13. Число материалов, касающихся предвыборной кампании



«*Moldova Suverană*» по-прежнему лидирует по площади, отведенной предвыборной тематике (60380 кв.см). За этой газетой следуют «*Независимая Молдова*» (около 50280 кв.см), «*Flux*» (44930 кв.см), «*Jurnal de Chişinău*» (44480 кв.см), «*Timpul de dimineaţă*» (40400 кв.см). Затем в убывающем порядке следуют «*Молдавские ведомости*», «СП» (Бэлць), «*Suvântul*» (Резина), «*Săptămîna*», «*Комсомольская правда в Молдове*», «*Realitatea*» (Сорока) и «*Vesti Gaгаузии*» (Комрат).

По газетной площади, выделенной для освещения избирательной кампании, лидирует «*Jurnal de Chişinău*», где сообщения занимают 22400 кв.см или более половины всей площади, предоставленной материалам на эту тему. «*Moldova Suverană*» и «*Timpul de dimineaţă*» отвели сообщениям предвыборной тематики, соответственно, 19075 кв.см и 18060 кв.см, газета «*Flux*» - 14890 кв.см, «*Независимая Молдова*» – 12980 кв.см. Региональная газета «*Vesti Gaгаузии*» оказалась наименее заинтересованной в освещении подготовки к парламентским выборам 5 апреля 2009 года – в период наблюдения она опубликовала только одну статью на эту тему.

Объем предвыборной рекламы увеличился почти в 2,5 раза – с 35500 кв.см в первые две недели наблюдения до 86447 кв.см в период с 19 февраля по 4 марта. «*Moldova Suverană*» и «*Независимая Молдова*» по-прежнему лидируют по объему маркированной рекламы (соответственно, 31160 кв.см и 26100 кв.см). Обе газеты опубликовали целые страницы рекламных материалов в пользу Партии коммунистов Республики Молдова. Затем следуют «*Jurnal de Chişinău*» (9135 кв.см), «СП» (7250 кв.см) и «*Timpul de dimineaţă*» - 5600 кв.см предвыборной рекламы, заказанной конкурентами ПКРМ по выборам. В других газетах предвыборной рекламы было значительно меньше, в некоторых реклама, маркированная соответствующим образом, отсутствовала вовсе.

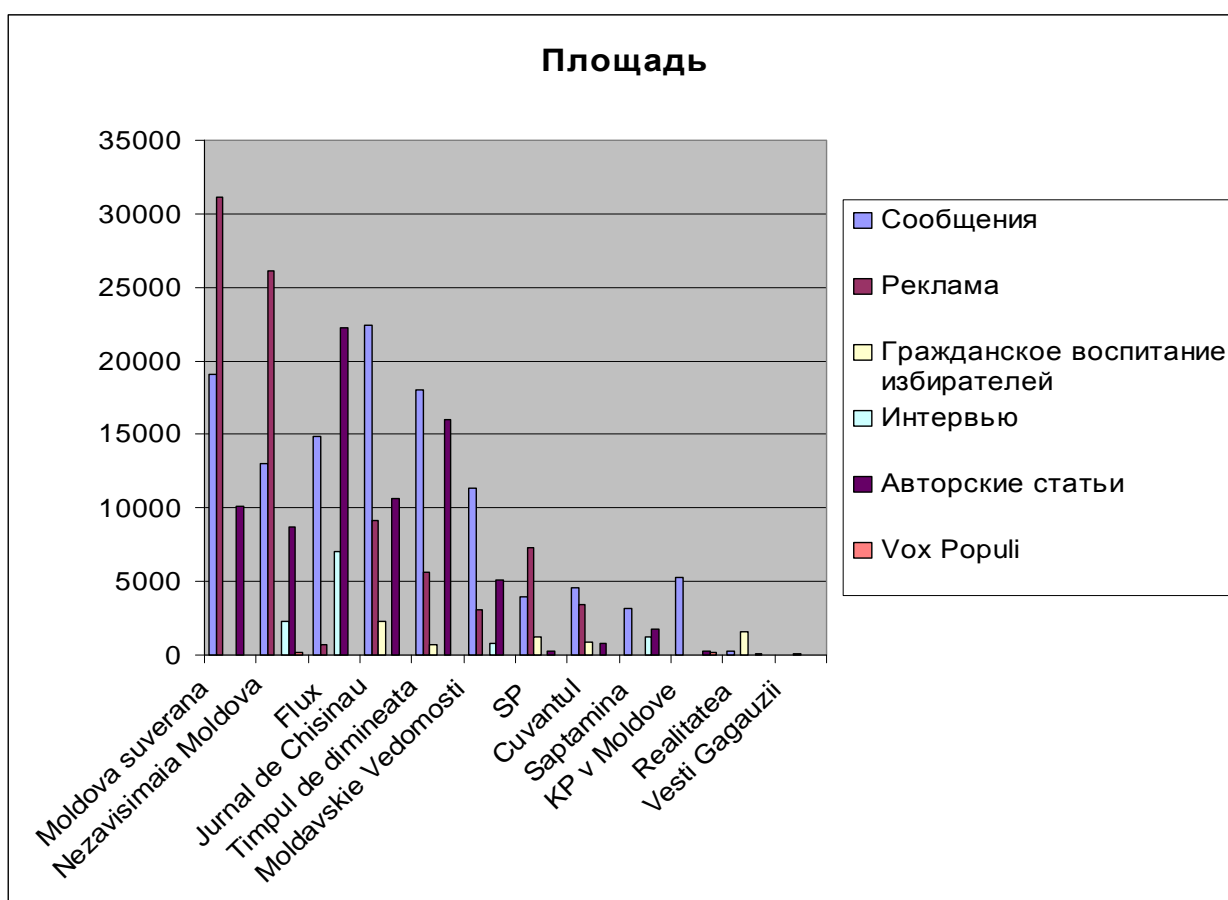
Авторские статьи предвыборного характера заняли 25% от общей площади, отведенной этой тематике. Рекордную площадь предоставила авторским и редакционным статьям

газета «Flux» (около 22300 кв.см, или около половины объема публикаций этой газеты на темы избирательной кампании). Авторские статьи в газете «Timpul de dimineață» заняли 16000 кв.см, в «Jurnal de Chișinău» и «Moldova Suverană» – по 10000 кв.см, в «Независимой Молдове» – 8700 кв.см, в «Молдавских ведомостях» – более 5000 кв.см.

По сравнению с предыдущим периодом наблюдения возросло количество и площадь материалов по гражданскому воспитанию избирателей. Такие публикации появились в «Jurnal de Chișinău», «СП» (Бэлць), «Realitatea» (Сорока), «Cuvântul» (Резина), «Timpul de dimineață» и «Вести Гагаузии» (Комрат).

Только две газеты – «Независимая Молдова» и «Комсомольская правда в Молдове» опубликовали опросы «Vox populi», прямо или косвенно относящиеся к предвыборной кампании.

Диаграмма 14. Площадь, выделенная материалам о выборах (кв.см)

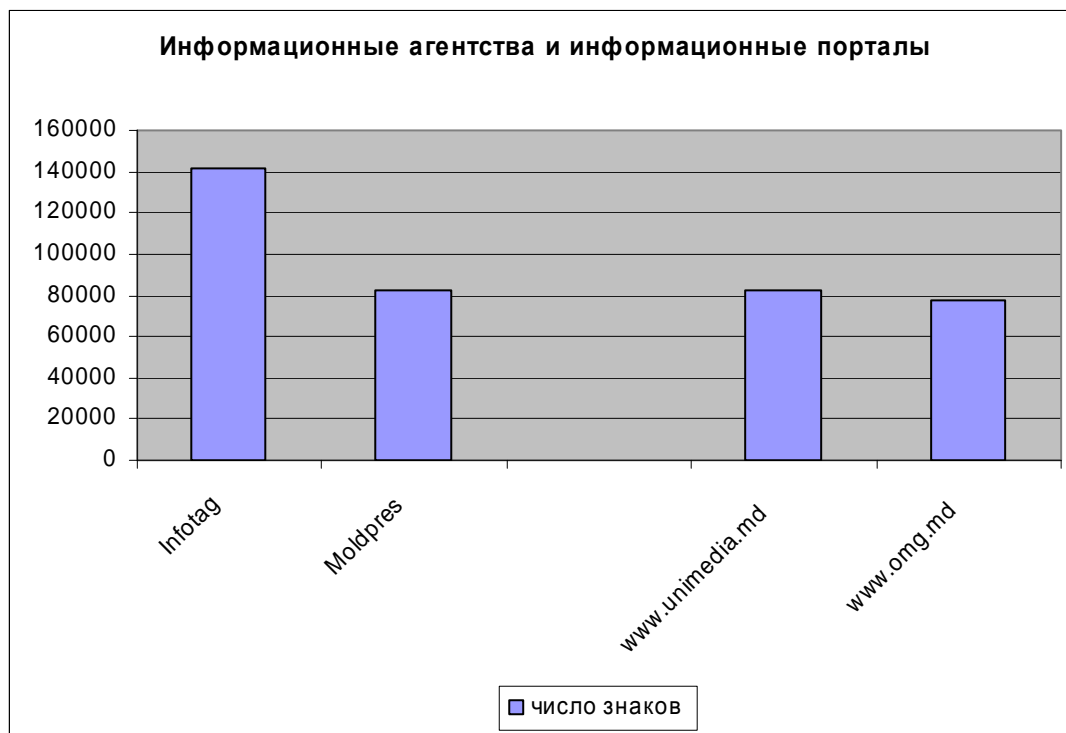


#### 5.1.4 Информационные агентства и информационные порталы

Оба анализируемых агентства - «Молдпрес» и «Инфотаг» - включили в свои информационные выпуски 149 сообщений, соответствующих тематике мониторинга, общим объемом 225 тыс. знаков (без пробелов). По сравнению с предыдущим периодом наблюдения почти двукратно возросло количество сообщений и выделенная им площадь. Около 63% от общего числа сообщений и выделенной площади пришлось на агентство «Инфотаг». Агентство начало публиковать и интервью с представителями партий, конкурирующих на выборах – эти материалы вписываются в категорию «Специальные предвыборные программы». Первые такие интервью состоялись с председателем СДП Думитру Брагишем и лидером ЛП Михаем Гимпу.

Интернет-пользователи смогли просмотреть за это время 116 оригинальных или перепечатанных сообщений, помещенных на сайтах [www.unimedia.md](http://www.unimedia.md) и [www.omg.md](http://www.omg.md), общим объемом более 160 тыс. знаков. Отмеченная в предыдущий период тенденция сохраняется: портал [www.omg.md](http://www.omg.md) опубликовал больше небольших по объему сообщений, тогда как [www.unimedia.md](http://www.unimedia.md) - меньше сообщений на большей площади (число знаков).

Диаграмма 15. Площадь (число знаков без пробелов), выделенная материалам предвыборной тематики

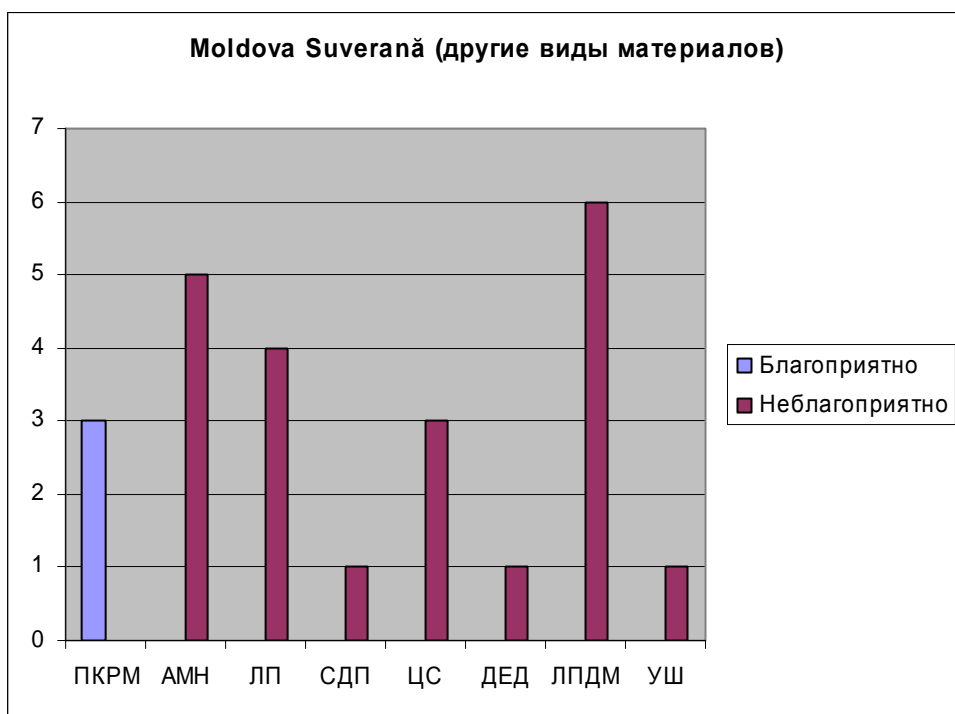
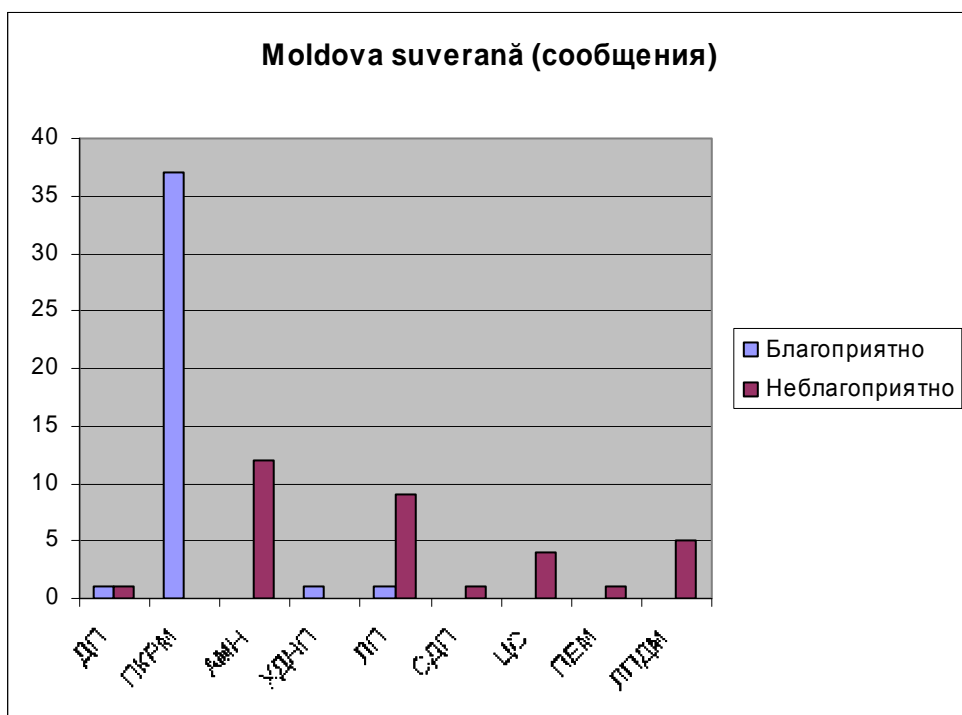


## 5.2 Кандидаты, благоприятно или неблагоприятно представленные, прямо или косвенно, в сообщениях и авторских статьях, - частота

### 5.2.3. Газеты

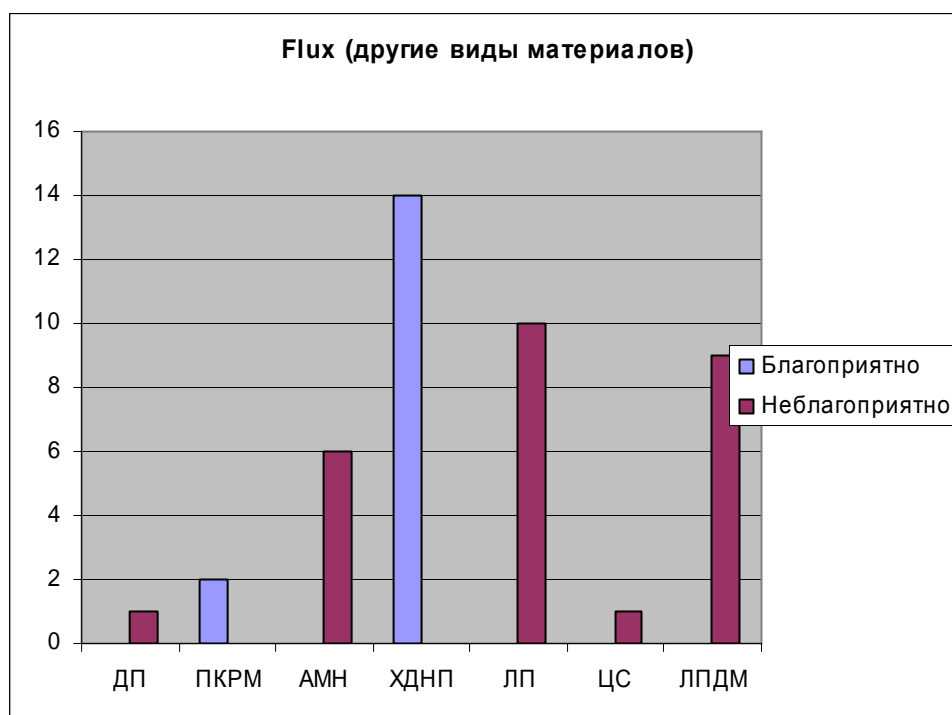
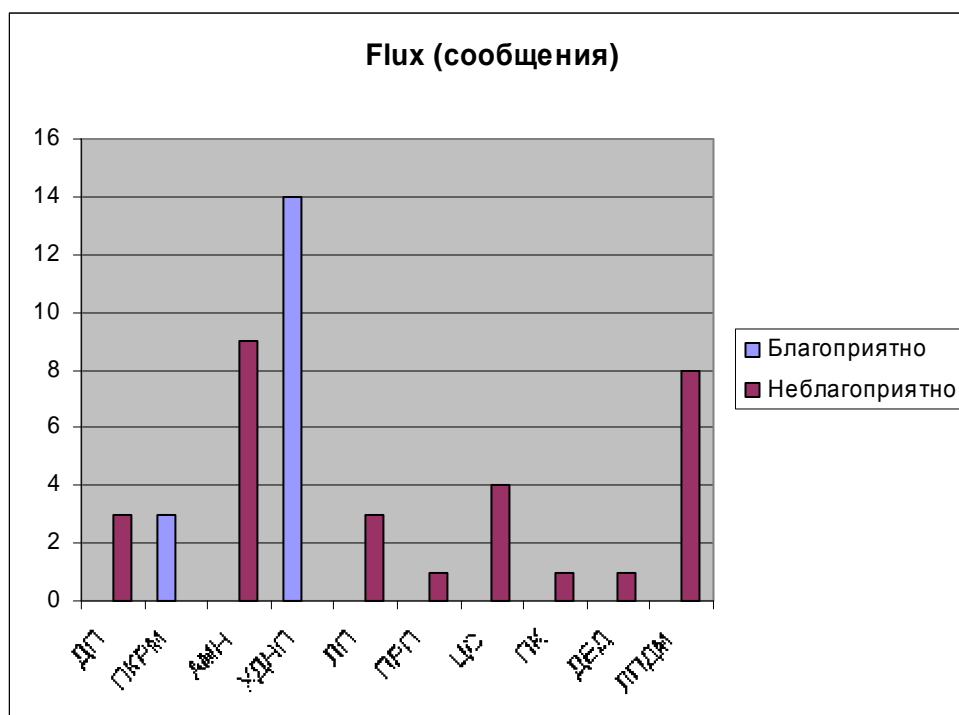
В период наблюдения (19 февраля – 4 марта 2009 года) «*Moldova Suverană*» продолжала с особой откровенностью поддерживать одного кандидата по выборам - правящую партию. Эта симпатия редакционного коллектива проявилась не только в присутствии на страницах газеты рекламы практически только ПКРМ, но и в публикации авторских статей и сообщений, прямо или косвенно представлявших ПКРМ в выгодном свете. Во всех 37 сообщениях, где речь шла о Партии коммунистов, «*Moldova Suverană*» представляла этого конкурента по выборам в хвалебном тоне. Особо отмечались отдельные достижения действующей администрации, и делалось это, как правило, в сравнении с ситуацией восьмилетней давности, т.е. до прихода коммунистов к власти. В то же время газета продолжала представлять в неблагоприятном свете оппозиционные партии, в частности либеральной ориентации. Наиболее часто в негативном контексте были представлены АМН (12 раз), ЛП (9 раз), ЛДПМ (5 раз), ЦСМ (4 раза). В остальных материалах, в частности в авторских и редакционных статьях, сохранялась тенденция подвергать острой критике либеральную оппозицию.

Диаграммы 16 и 17. Конкуренты, благоприятно или неблагоприятно представленные в газете «Moldova Suverană», - частота



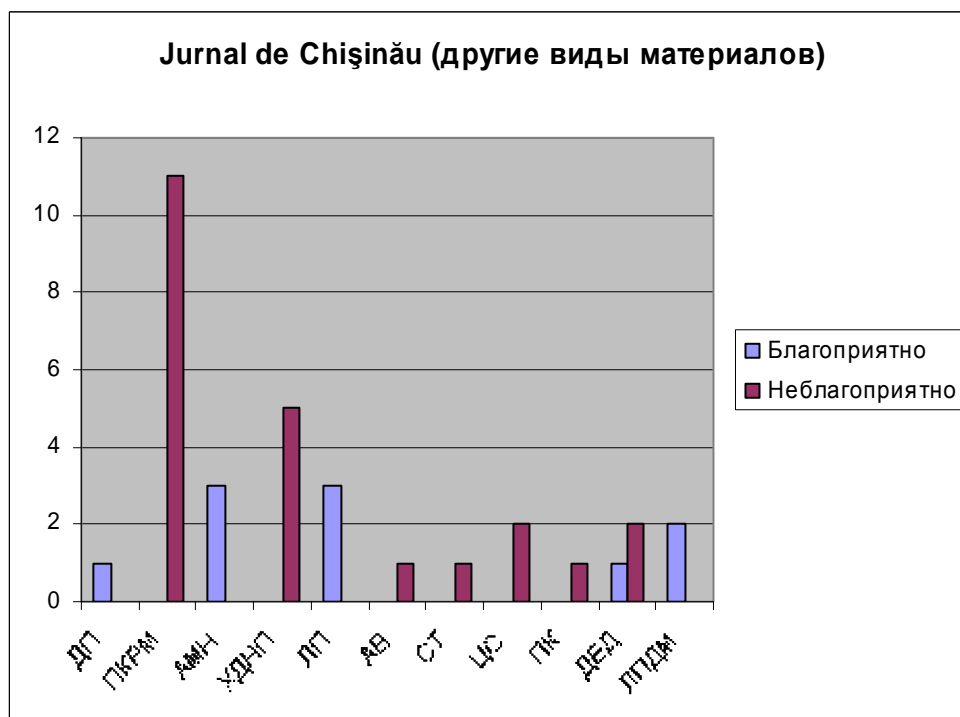
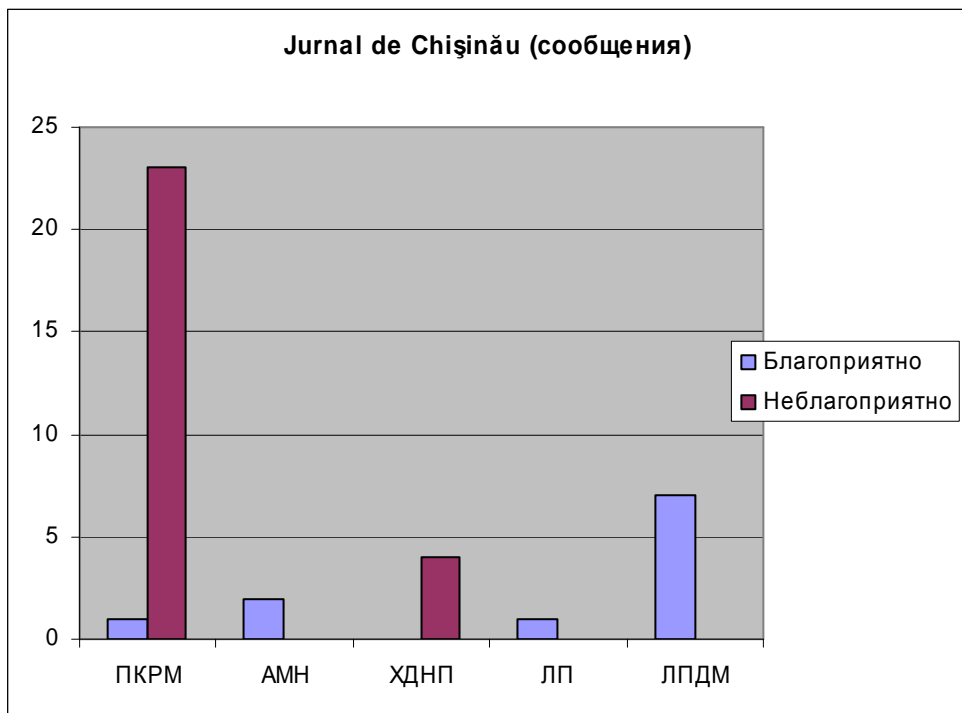
Газета «Flux» представляла в позитивном и выгодном свете только Христианско-демократическую народную партию и иногда – ПКРМ. Остальных кандидатов газета игнорировала или отзывалась о них с насмешкой. В авторских статьях этого издания Либеральная партия, Альянс «Молдова ноастрэ» и Либерал-демократическая партия подвергались острой критике, нередко с использованием агрессивной и грубой лексики. Остальные конкуренты по выборам, включая ЦСМ и ДП, также были представлены исключительно в отрицательном контексте.

Диаграммы 18 и 19. Конкуренты, благоприятно или неблагоприятно представленные в газете «Flux», - частота



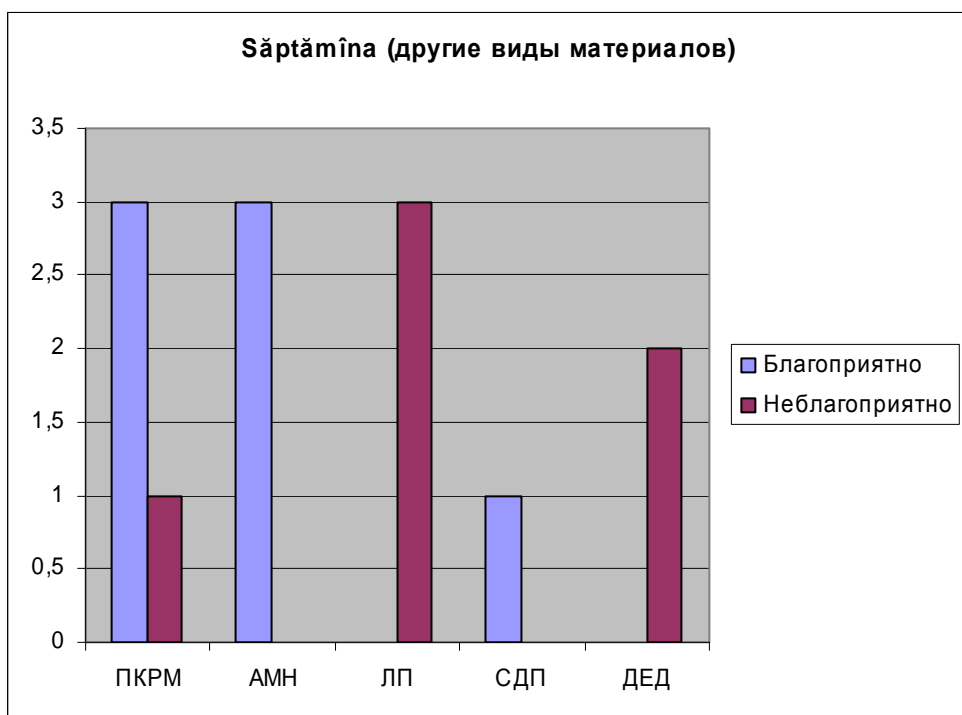
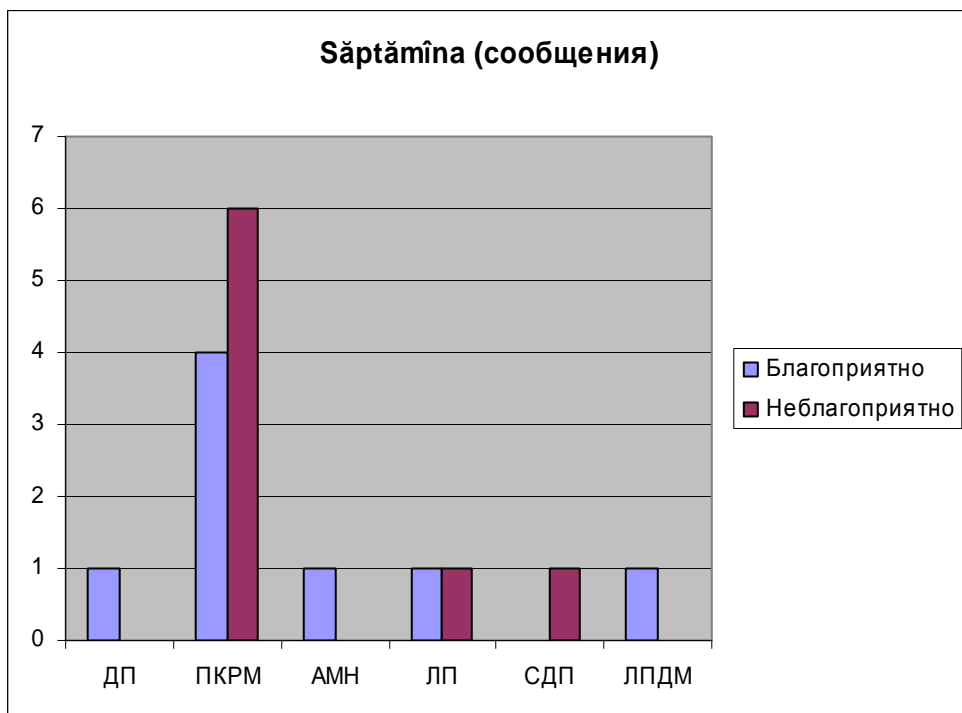
Газета «*Jurnal de Chişinău*» в анализируемый период представляла правящую партию, в основном, в неблагоприятном свете – этот конкурент фигурировал в отрицательном контексте в 23 из 24 материалов, где речь шла о нем. Только с негативных позиций рассматривались на страницах газеты и действия ХДНП (4 случая). Вместе с тем, ЛДПМ была представлена в 7 сообщениях, благоприятных для нее. В других статьях сохранялось критическое отношение к ПКРМ, ХДНП и их представителям.

Диаграммы 20 и 21. Конкуренты, благоприятно или неблагоприятно представленные в газете «Jurnal de Chişinău», - частота



Сообщения по тематике мониторинга, опубликованные на страницах газеты «*Săptămîna*», чаще представляют в позитивном свете АМН. В отношении правящей партии газета сохраняет определенный нейтралитет: иногда критикует ее, иногда представляет в позитивном свете. В авторских статьях просматривается симпатия редакции к АМН и ПКРМ и неприязнь к ЛП и ДЕД.

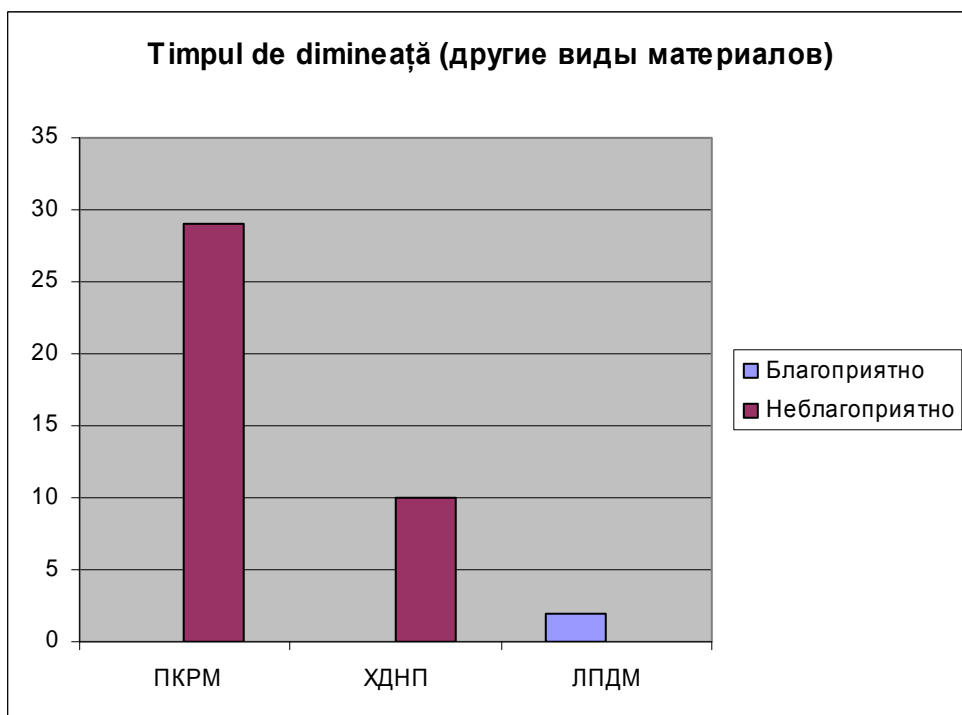
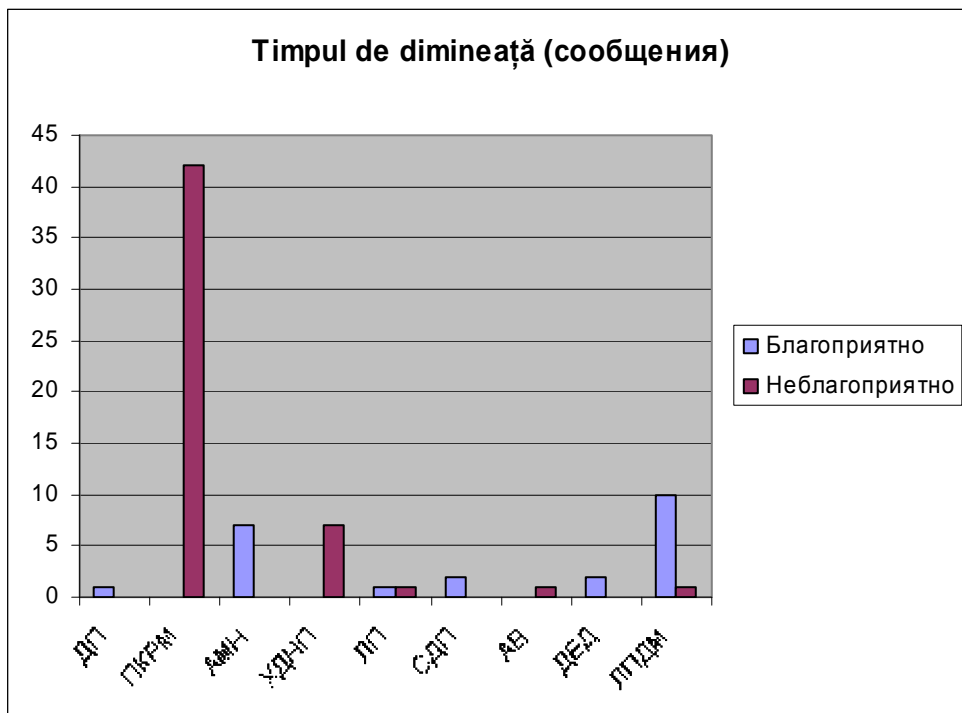
Диаграммы 22 и 23. Конкуренты, благоприятно или неблагоприятно представленные в газете «Săptămîna», - частота



«*Timpul de dimineață*» представляет ПКРМ и ХДНП исключительно с негативных позиций как в сообщениях, так и в авторских статьях, и в других материалах. Зато о ЛДПМ и АМН газета пишет, в основном, положительно, представляя их в выгодном свете. Значительная часть газетной площади отводится полемике с оппонентами из газеты «*Flux*».

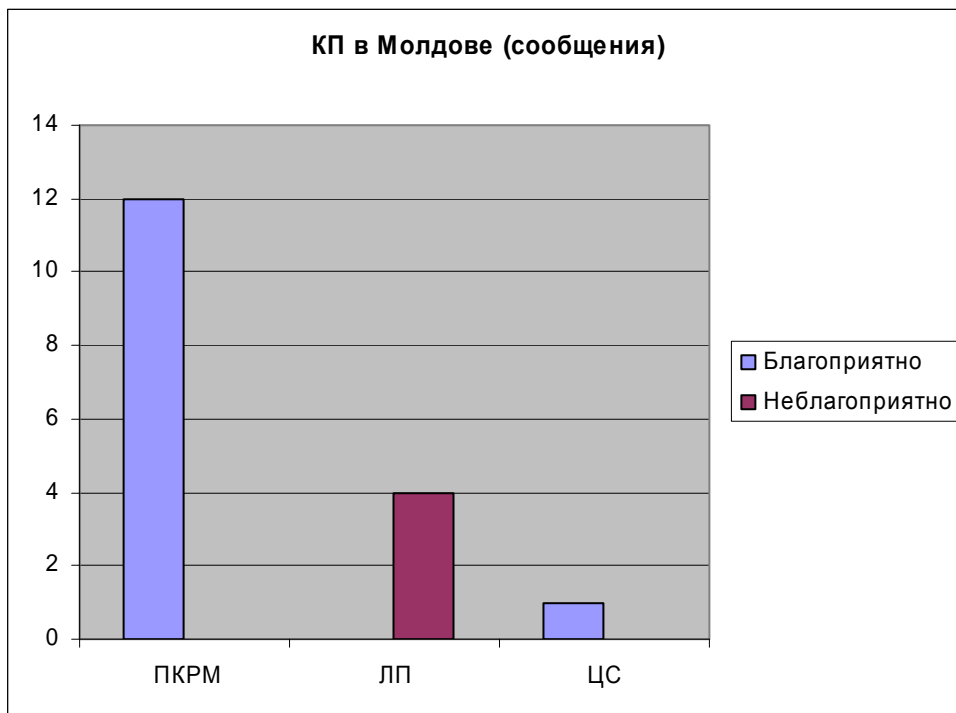


Диаграммы 24 и 25. Конкуренты, благоприятно или неблагоприятно представленные в газете «Timpul de dimineață», - частота



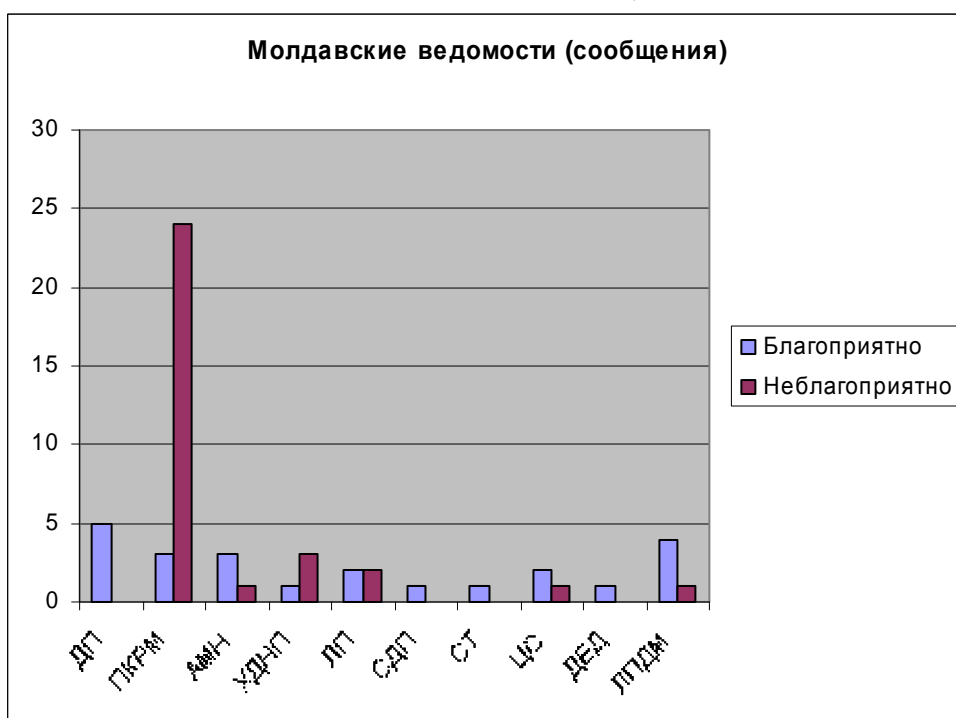
«Комсомольская правда в Молдове» представляет в положительном контексте ПКРМ и в негативном – ЛП.

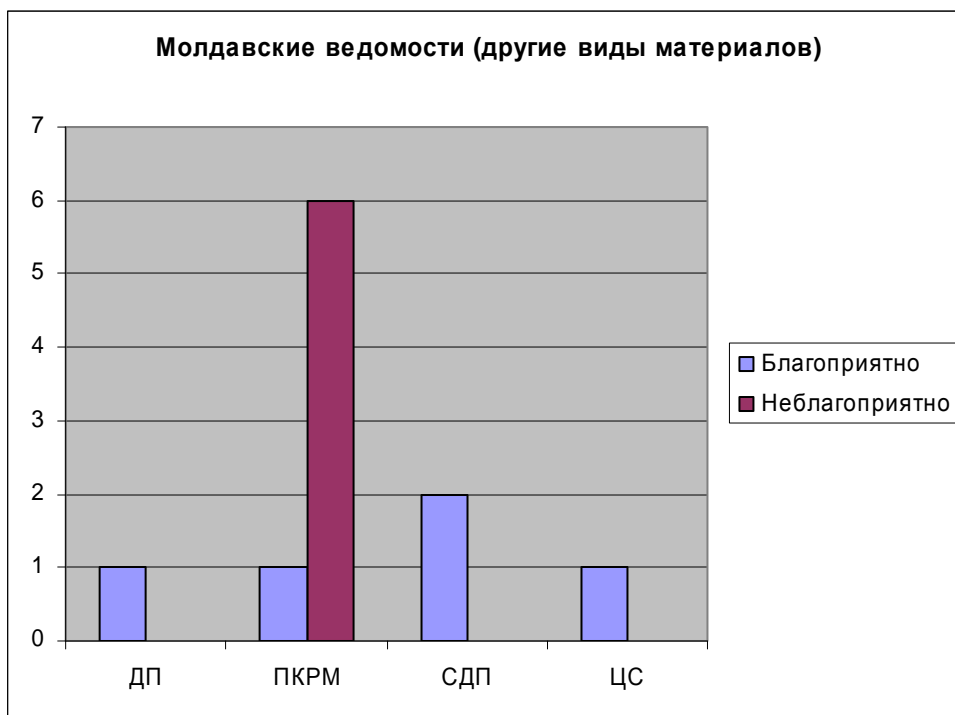
Диаграмма 26. Конкуренты, благоприятно или неблагоприятно представленные в сообщениях газеты «КП в Молдове», - частота



Газета «Молдавские ведомости» продолжала подвергать острой критике правящую партию и ее лидера, представляя Владимира Воронина, как правило, в негативном контексте и в сообщениях, и в авторских и редакционных статьях. С другой стороны, в благоприятном свете были представлены некоторые оппозиционные партии, в том числе ДП, СДП и ЛДПМ.

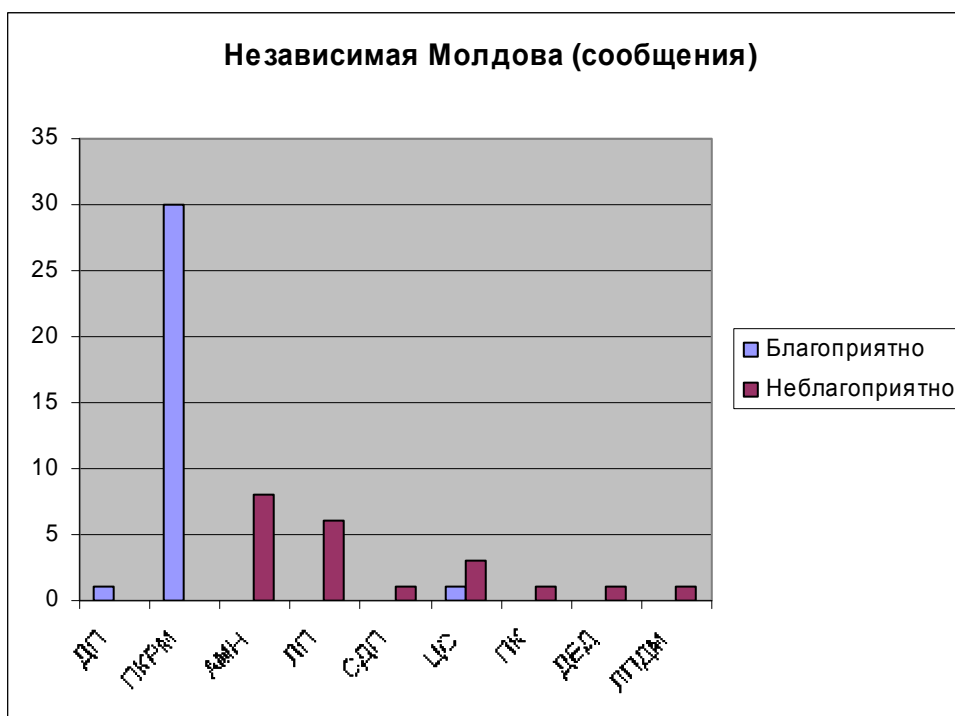
Диаграммы 27 и 28. Конкуренты, благоприятно или неблагоприятно представленные в газете «Молдавские ведомости», - частота

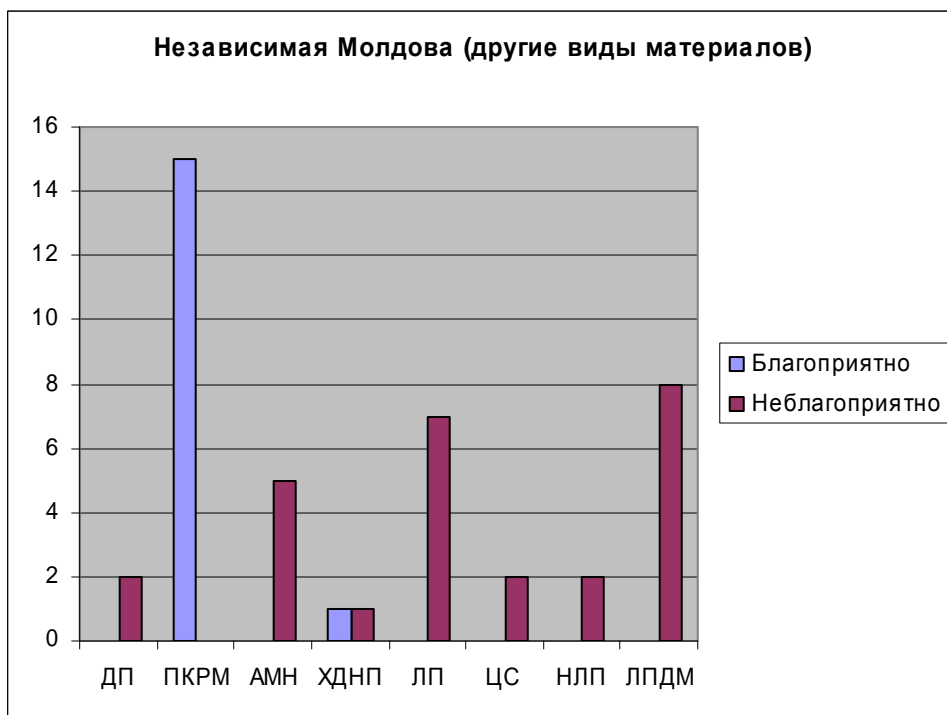




«Независимая Молдова» продолжала симпатизировать исключительно ПКРМ, представляя эту партию в выгодном свете как в сообщениях, так и в других газетных публикациях. Остальные партии в большинстве случаев фигурировали в качестве группировок, преследующих скрытые интересы, о чем говорилось с издевкой.

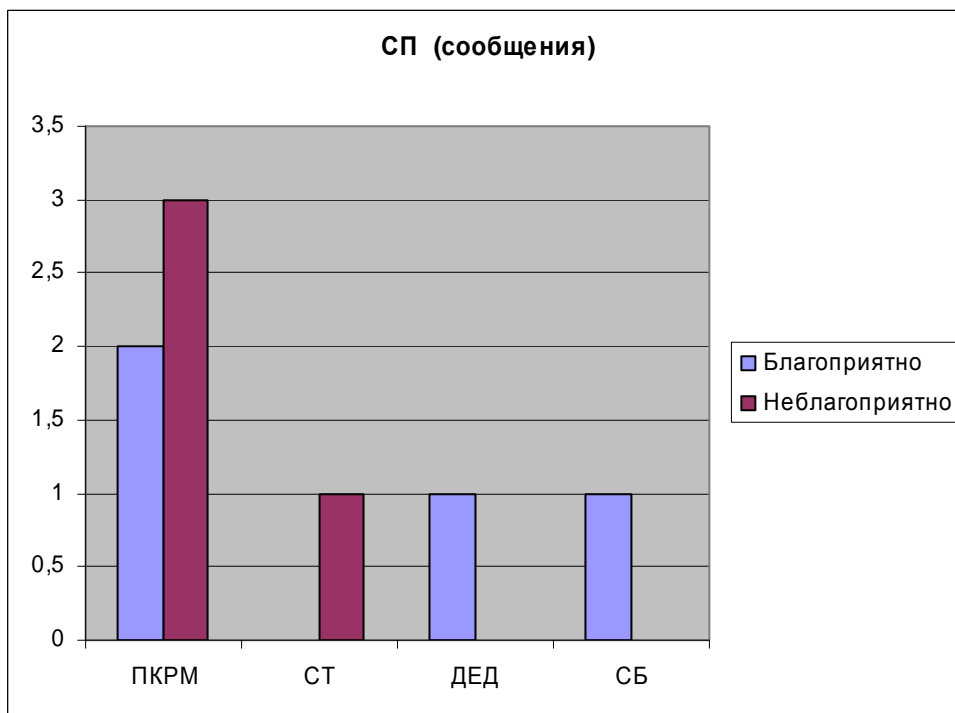
Диаграммы 29 и 30. Конкуренты, благоприятно или неблагоприятно представленные в газете «Независимая Молдова», - частота





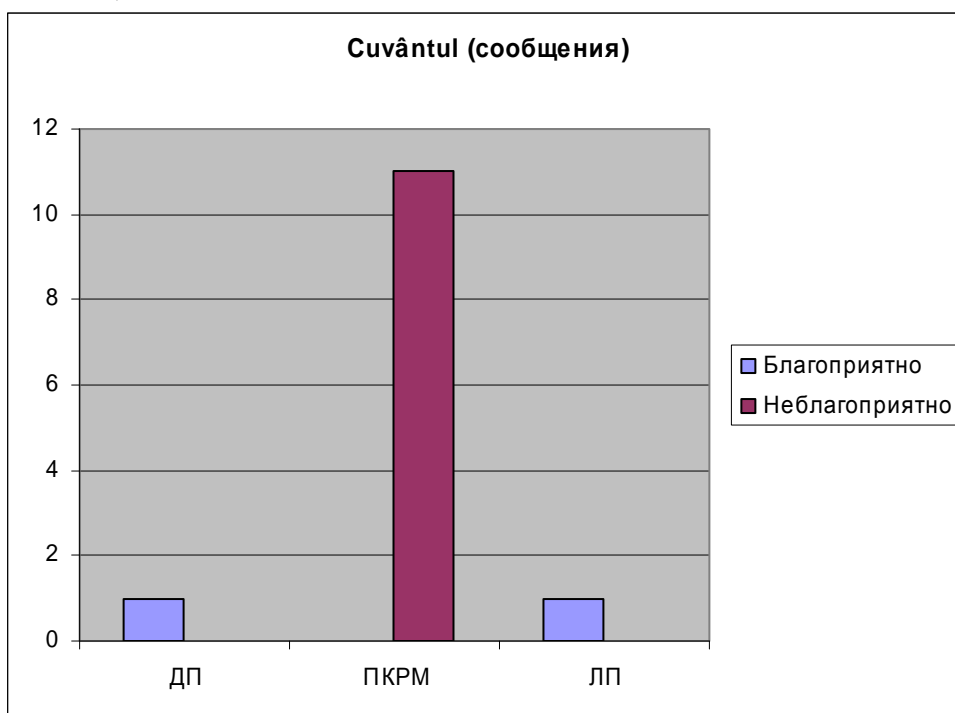
Региональная газета «СП» (Бэлць) представляла ПКРМ и в критическом, и в позитивном контексте. Другие конкуренты на выборах реже фигурировали на страницах этой газеты, не обозначившей четкой позиции в отношении поддержки кого-либо из них.

Диаграмма 31. Конкуренты, благоприятно или неблагоприятно представленные в сообщениях газеты «СП», - частота



Еженедельник «Cuvântul» представлял ПКРМ в своих сообщениях и авторских материалах исключительно в негативном контексте, не высказывая при этом определенной симпатии к другим конкурентам на выборах.

Диаграмма 32. Конкуренты, благоприятно или неблагоприятно представленные в сообщениях газеты «Cuvîntul», - частота

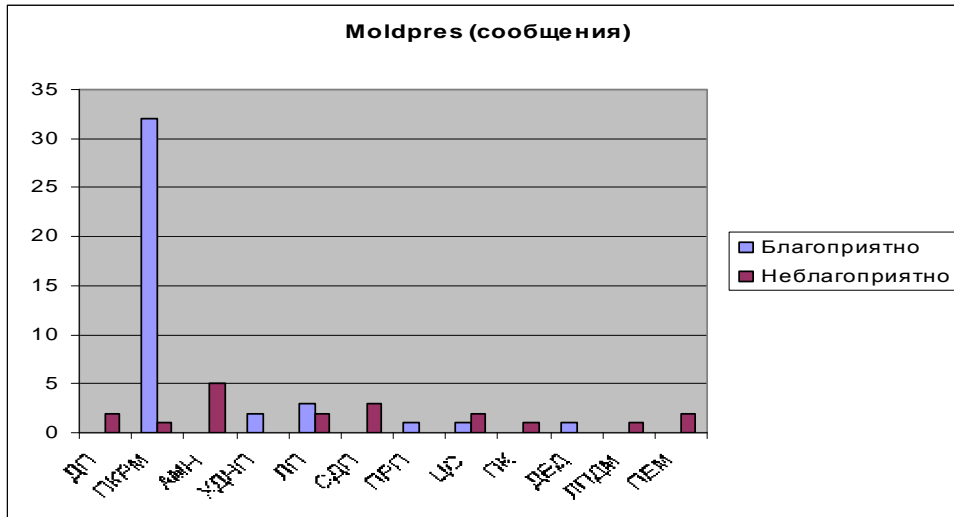


В период с 19 февраля по 4 марта газеты «Realitatea» (Сорока) и «Вести Гагаузии» (Комрат) опубликовали только материалы, касающиеся организации выборного процесса, в том числе постановления местных избирательных советов об образовании избирательных участков и др.

#### 5.2.4. Информационные агентства/Информационные порталы

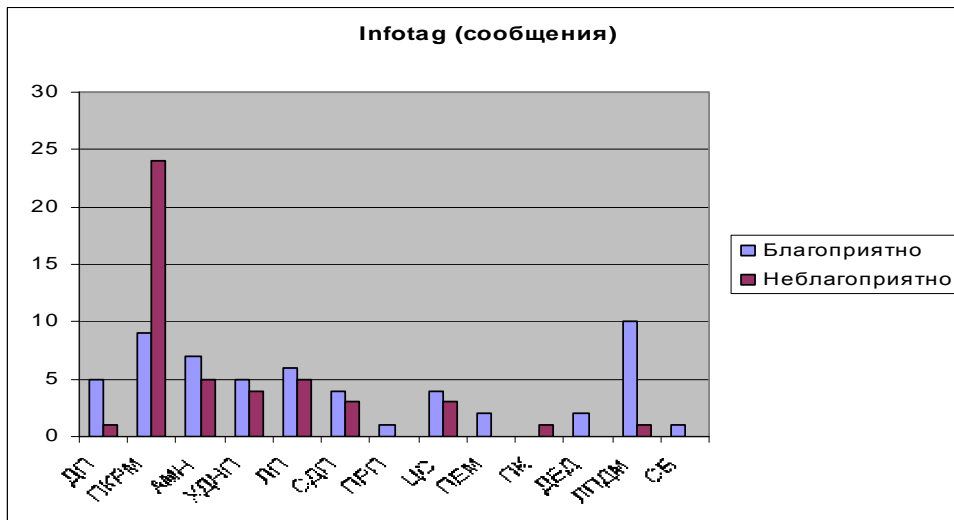
Информационное агентство «Молдпрес» по-прежнему однозначно поддерживает правящую партию, представляя в деталях мероприятия с участием лиц, открывающих список ее кандидатов, в том числе Владимира Воронина, Мариана Лупу и Зинаиды Гречаной. Широко и подробно агентство освещало все этапы международного турнира по шахматам на кубок президента; 23 февраля обнародовало сообщение о призыве поддержать ПКРМ, с которым выступил пастырь евангельской церкви одного из секторов столицы; 26 февраля распространило полный текст обращения ПКРМ, в котором предлагалось отказаться от телевизионных предвыборных дебатов, чтобы дать возможность болельщикам смотреть футбольные матчи в Лиге чемпионов. Зато масштабные мероприятия, организованные в этот период конкурентами по выборам от оппозиции, были агентством проигнорированы, вместе с тем его внимания удостоились обвинения, приведенные в адрес организаторов этих мероприятий третьими лицами, организациями или другими конкурентами по выборам.

Диаграмма 33. Конкуренты, благоприятно или неблагоприятно представленные в сообщениях «Молдпресс», - частота



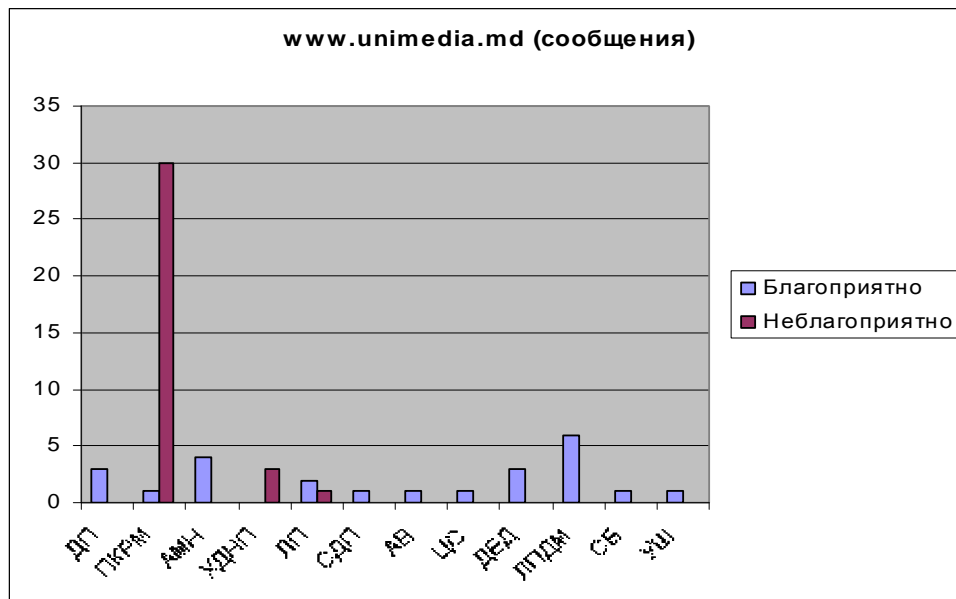
Информационное агентство «Инфотаг» освещает предвыборную кампанию более или менее объективно, представляя мероприятия, проводимые конкурентами по выборам или с их участием. Агентство инициировало серию предвыборных интервью, в рамках которых на одни и те же вопросы отвечают лидеры политических формирований, участвующих в кампании. За анализируемый период было выпущено два таких интервью – с Думитру Брагишем (ДПМ) и Михаем Гимпу (ЛП). С учетом опубликованных в это же время сообщений, ситуация по агентству выглядит следующим образом:

Диаграмма 34. Конкуренты, благоприятно или неблагоприятно представленные в сообщениях «Инфотаг», - частота



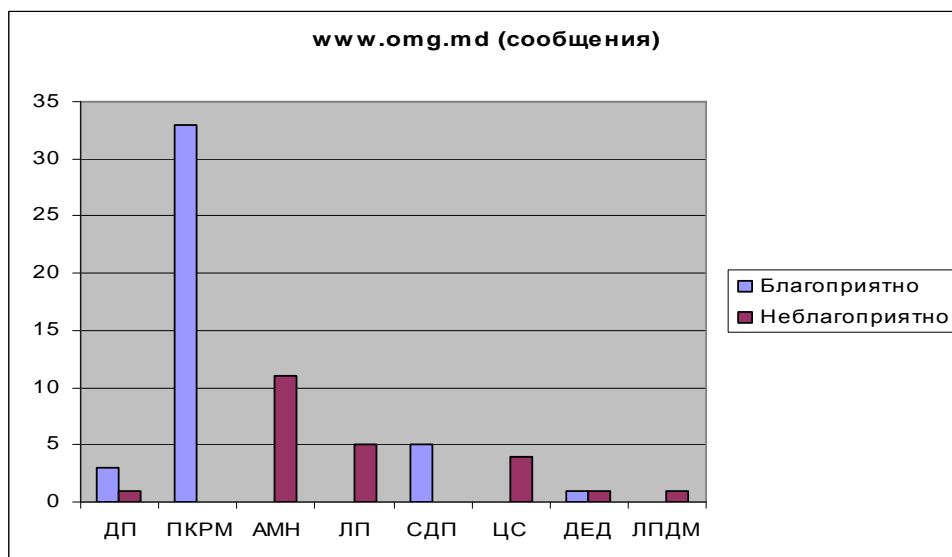
В сообщениях, помещенных на [www.unimedia.md](http://www.unimedia.md), в неблагоприятном свете чаще всего представлена ПКРМ, в частности, посредством освещения мероприятий, организованных оппозиционными партиями, в рамках которых приводится жесткая критика в адрес правящей партии. Так, в 30 из 31 сообщения, помещенных за период наблюдения, эта партия представлена в отрицательном свете, в частности в сообщениях, касающихся рассмотрения жалоб представителя ПКРМ в ЦИК, в которых портал [www.unimedia.md](http://www.unimedia.md) необоснованно обвинялся в помещении предвыборной рекламы, не маркированной соответствующим образом. Остальные конкуренты на выборах представлены нейтрально или в положительном контексте, в меньшей степени - ХДНП.

Диаграмма 35. Конкуренты, благоприятно или неблагоприятно представленные на unimedia.md, - частота



В сообщениях, помещенных в этот период на сайте [www.omg.md](http://www.omg.md), ПКРМ освещалась лишь в положительном контексте, субъектом позитивных оценок она была во всех 33 сообщениях, где речь шла о ней. Иногда в позитивном плане фигурировала и СДП. Зато об АМН упоминалось только в неблагоприятных для этой партии сообщениях (11 случаев), как и о ЛП (5) или ЦСМ (4 случая).

Диаграмма 36. Конкуренты, благоприятно или неблагоприятно представленные в сообщениях на omg.md, - частота



## 6. Общие выводы

- Огромное число материалов, прямо или косвенно посвященных предвыборной тематике (в общей сложности 4882), которые распространили/опубликовали в период наблюдения 24 СМИ, подверженные мониторингу, свидетельствует о повышенном интересе прессы к нынешней кампании, с одной стороны, и о высокой активности конкурентов по выборам, Центральной избирательной комиссии и гражданского общества, - с другой.
- Большинство СМИ освещает предвыборную кампанию без учета важности получения обществом достоверной и полной информации о конкурентах по выборам и об их предвыборных платформах. Крайне редки случаи, когда средства массовой информации представляют все партии, задействованные в процессе, освещают все без исключения мероприятия, организуемые конкурентами, не интерпретируя декларации в соответствии со своей позицией и не вырывая их из контекста; это свидетельство определенного уровня политической ангажированности прессы.
- Конкуренты на выборах не пользуются равным доступом к СМИ, подверженным мониторингу, к одним из конкурентов проявляется благоприятное отношение в ущерб другим, это ограничивает право последних высказать свою точку зрения по важным проблемам.
- За рядом исключений, средства массовой информации, частично финансируемые из госбюджета, явно поддерживают правящую партию. Таким подходом пресса нарушает право избирателя на получение информации обо всех конкурентах с тем, чтобы сделать свободный и осознанный выбор. В результате, большая часть избирателей из сельской местности, например, имеющая доступ только к общественным каналам «Moldova 1» и «Radio Moldova», получает одностороннюю и тенденциозную информацию.
- Отмечены попытки запугивания ряда СМИ, нелояльных правящей партии. Решение провести серию проверок на телеканале «Albasat» именно во время предвыборной кампании можно расценить как попытку властей «накинуть узду» на прессу, проводящую антикоммунистическую издательскую политику.

*«Коалиция-2009» - добровольный союз общественных организаций Республики Молдова, считающий своим долгом способствовать обеспечению свободных, честных, прозрачных и демократических выборов Парламента Республики Молдова. Она продолжает работу по продвижению идеи свободных и честных выборов, начатую «Коалицией-2005» и «Коалицией-2007». В настоящее время в «Коалицию-2009» входит более 60 неправительственных организаций.*



## Коды, используемые в отчете:

1. ДП – Демократическая партия Молдовы
2. ПКРМ- Партия коммунистов Республики Молдова
3. АМН – Партия «Альянс Молдова ноастрэ»
4. ХДНП – Христианско-демократическая народная партия
5. ЛП- Либеральная партия
6. СДП – Социал-демократическая партия Молдовы
7. ПСС – Партия социалистов Республики Молдова «Патрия-Родина»
8. РАВН – Общественно-политическое движение «Равноправие»
9. АВ - Экологическая партия «Алианца верде»
10. ЦС – Центристский союз Молдовы
11. ПЕМ - Партия духовного развития «Объединенная Молдова»
12. ПК – Партия консерваторов
13. ДЕД – Общественно-политическое движение «Европейское действие»
14. СБ – Серджиу Банарь, независимый кандидат
15. ЛДПМ – Либерал-демократическая партия Молдовы
16. ПНТ – Партия Pentru „Neam și Țară (За Народ и Отечество)
17. ВР- Виктор Райлян, независимый кандидат
18. УШ - Урыту Штефан, независимый кандидат
19. ПРЕЗ – президент, служба президента
20. ПАРЛ - Парламент
21. ПРАВЛ – премьер-министр, официальные лица правительства, министры, представители министерств.
22. ДГУ – другие государственные учреждения