

coaliția 2009



coaliția civică  
entru alegeri libere și corecte



Centrul Independent de Jurnalism



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

Отчет №3  
5-11 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.



## 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
23. РВ - Рошка Вячеслав
24. ВР – Виктор Райлян
25. ТЦ – Татьяна Цимбалист
26. ЛА - Ломакин Александр
27. ОБ – Олег Болотников
28. КВ – Кушнир Валентина
29. СТ - Союз труда Patria-Родина

## **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:** «Молдпрес», «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 5 по 11 марта 2009 года количество материалов предвыборной тематики, переданных в эфир восемью анализируемыми каналами, увеличилось до 2508 в неделю против 3902 за предыдущие две недели. По телевидению больше всего сообщений, авторских передач и предвыборной рекламы прозвучало на канале «Moldova 1», по радио – на «Vocea Basarabiei».

Негативные тенденции в освещении предвыборной кампании сохранились и в этот период. Общественные каналы с национальным покрытием «Moldova 1» и «Radio Moldova» продолжали отдавать предпочтение правящей партии, широко освещая предвыборные инициативы и действия власти. В период наблюдения практически все информационные выпуски на этих каналах открывали сообщения, благоприятные для правящей партии. Конкуренты ПКРМ по выборам пользовались гораздо меньшим доступом к общественным каналам – все они вместе взятые цитировались в качестве источников сообщений предвыборного характера несопоставимо меньшее количество раз, чем представители действующей власти. В отдельных случаях в сообщениях на тему выборов явно прослеживалась тенденция к дискредитации отдельных оппозиционных партий, а не к информированию избирателей. Аналогичная издательская политика отмечалась и на частных «NIT» и «Antena C», с той только разницей, что негативная презентация отдельных оппозиционных партий была более явной.

*Moldova 1, Radio Moldova, NIT и Antena C* продолжали представлять в благоприятном свете ПКРМ, используя для этого и очередность (порядок) распространения предвыборной рекламы – ролики ПКРМ всегда либо открывали, либо закрывали ее, а иногда и открывали, и закрывали.

«NIT» продолжал нарушать положение об освещении предвыборной кампании, запрещающее вещательным СМИ (за исключением передач на предвыборную тематику) передавать в эфир материалы с участием конкурентов на выборах в спортивных событиях, развлекательных передачах и различных ток-шоу. 10 марта «NIT» передал в эфир сообщение о гала-концерте в рамках фестиваля “Mărtișor”, в котором участвовал и выступил с речью президент Воронин.

«EU TV» продолжал дискредитировать как в сообщениях, так и в авторских передачах отдельные оппозиционные партии, проявляя некоторую благосклонность к ХДНП. Правящая партия представлялась более или менее сдержанно, ее действия освещались скорее в положительном, нежели в отрицательном свете.

«PRO TV», «TV 7» и «Vocea Basarabiei» освещали предвыборную кампанию как и прежде - с позиций плюрализма, объективности, не отдавая явных предпочтений тому или иному претенденту. На этих каналах ПКРМ чаще фигурировала в невыгодном свете, однако при этом смысловая нагрузка информации не искажалась, как на остальных анализируемых каналах. В авторских передачах «Vocea Basarabiei» продолжал критиковать действия правящей партии. Следует отметить, что представители ПКРМ отказываются сотрудничать с этим каналом и с «PRO TV».

Положительным моментом в освещении избирательной кампании можно считать начало предвыборных дискуссий на «Moldova 1», «TV 7», «Radio Moldova» и «Vocea Basarabiei».

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

В период с 5 по 11 марта обострилась ангажированность ряда печатных СМИ по отношению к отдельным конкурентам предвыборной борьбы. Газеты «Moldova Suverană» и «Независимая Молдова», Государственное информационное агентство «Молдпрес» и портал [www.omg.md](http://www.omg.md) (мультимедийное информационное агентство OMEGA) явно поддерживают правящую партию, представляя ее только в положительном свете как в сообщениях, так и в авторских материалах; вместе с тем, эти СМИ остро критикуют остальных конкурентов по выборам, представляя их в негативном контексте. «Комсомольская правда в Молдове» меньше освещает предвыборную кампанию, предпочитая говорить о действующей партии только в положительном тоне.

Статьи в газете «Flux» откровенно рекламируют ХДНП и представляют в неблагоприятном свете лидеров оппозиционных партий.

Явно критическое отношение к ПКРМ проявляют газеты «Timpul de dimineață», «Jurnal de Chișinău», «Молдавские ведомости» и информационный портал [www.unimedia.md](http://www.unimedia.md). Эти СМИ поддерживают других конкурентов на выборах, в частности, либеральной ориентации.

Остальные СМИ – субъекты мониторинга – не проявляли в анализируемый период явного расположения ни к одному из конкурентов по выборам, стараясь освещать предвыборную кампанию более или менее беспристрастно, но без особых подробностей.

### 3.3. Условия работы

5 марта Гражданская коалиция за свободные и честные выборы - «Коалиция-2009» - обратилась к Министерству внутренних дел с призывом обеспечить благоприятные условия для проведения парламентских выборов. В обращении речь шла, в частности, об участившихся визитах полиции на «Albasat TV». Однако власти отреагировали на это обращение совершенно неожиданным образом: органы правопорядка возбудили уголовное дело, мотивируя тем, что этому каналу заплатили за услуги, которые он не оказывал.

10 марта оператор JURNAL TV (Интернет-телевидение) Олег Брега был подвергнут грубому обращению со стороны сотрудников службы безопасности премьер-министра Зинаиды Гречаной. Инцидент произошел в холле Театра оперы и балета в Кишиневе, где с участием главы кабинета министров проходило совещание сотрудников предприятия «Moldova-Gaz». Телохранители не допустили в зал журналистов JURNAL TV. Олег Брега попытался войти, но агент службы безопасности в гражданском преградил ему путь и

нанес удар по видеокамере, повредив объектив. Оператор *JURNAL TV* подал жалобу в прокуратуру, потребовав привлечь к ответственности тех, кто позволяет себе подобные действия.

Общественная компания «*Teleradio-Moldova*» отказалась разместить четыре рекламных ролика IDIS «*Viitorul*», в которых население призывалось идти на выборы. Руководство организации мотивировало отказ тем, что ролики не соответствуют требованиям социальной направленности, что это, скорее всего, политическая кампания.

#### 4. Результаты мониторинга. Аудиовизуальные СМИ

##### 4.1 Включение в избирательную кампанию

###### 4.1.1 ТВ

В период с 5 по 11 марта на каналах «*Moldova 1*» и «*TV 7*» открылись предвыборные дебаты (специальные программы). Как и в предыдущий период наблюдения, самый большой объем сообщений по исследуемой тематике передали в эфир «*Moldova 1*» и «*NIT*». «*EU TV*» и «*PRO TV*» отличились программами по гражданскому воспитанию избирателей и авторскими передачами (см. Диаграмму 1, 1.1). В информационных выпусках преобладала политика и сообщения о ходе избирательной кампании. Реже освещались экономические и социальные проблемы (Диаграмма 1.2).

Диаграмма 1. Объем материалов, распространенных в период 5-11 марта 2009 года телеканалами, сек.

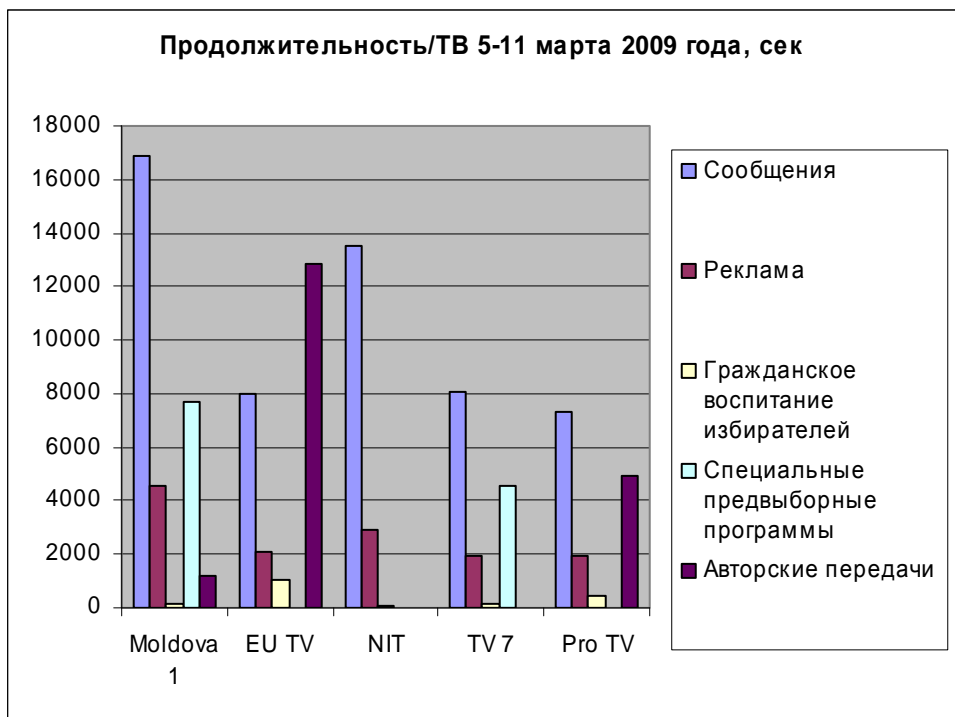


Диаграмма 1.1 Объем материалов, распространенных в период 5 февраля – 11 марта телеканалами, сек.

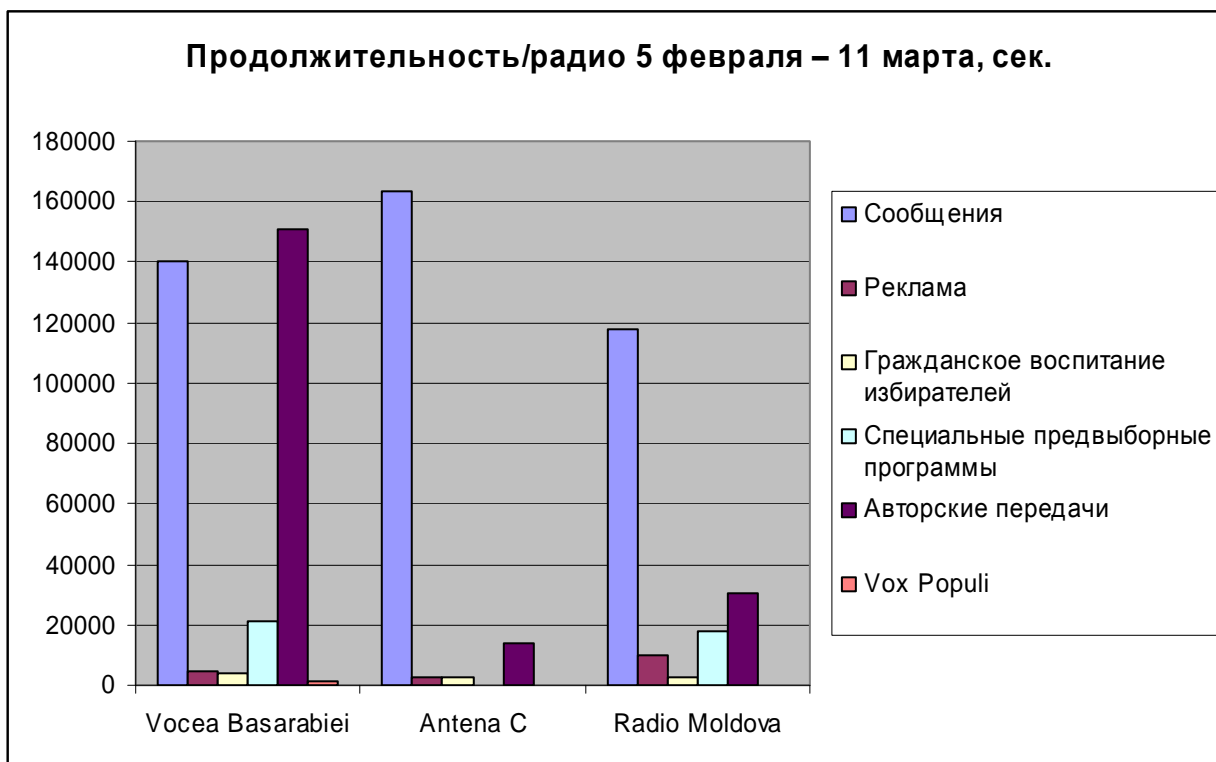
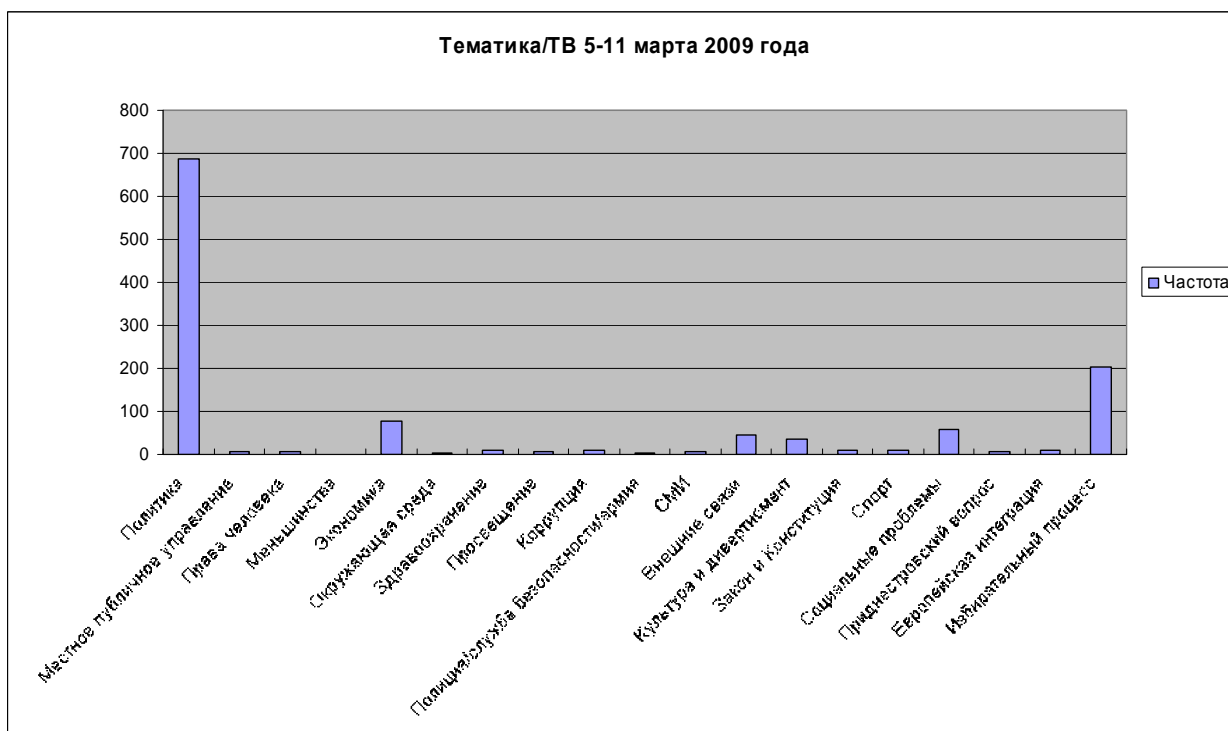


Диаграмма 1.2. Тематика сообщений предвыборного характера, распространенных в период 5-11 марта 2009 года телеканалами



#### 4.1.2 Радиостанции

В период с 5 по 11 марта предвыборные дебаты начались и на анализируемых радиостанциях, за исключением канала «Antena C», который распространил наибольшее количество предвыборных сообщений. Как и в предыдущий период мониторинга, «Vocea



«Basarabiei» отличился по количеству авторских передач, в то время как на «Radio Moldova» этот жанр не использовался вовсе. Программы гражданского воспитания избирателей в этот период практически не было на всех обозреваемых радиоканалах (Диаграмма 2, 2.1). Как и на телевидении, в тематике предвыборных сообщений, переданных радиостанциями, преобладали политика и ход избирательного процесса (Диаграмма 2.2).

Диаграмма 2. Объем материалов, переданных в период 5-11 марта 2009 года радиостанциями, сек.

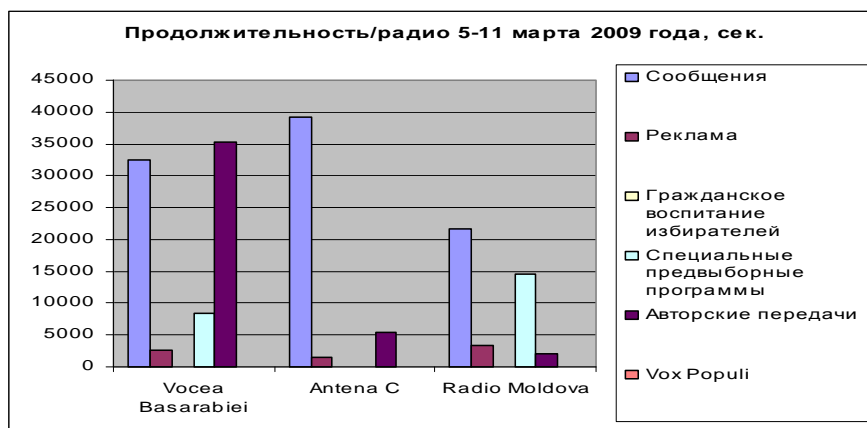


Диаграмма 2.1 Объем материалов, переданных в период 5 февраля - 11 марта 2009 года радиостанциями, сек.

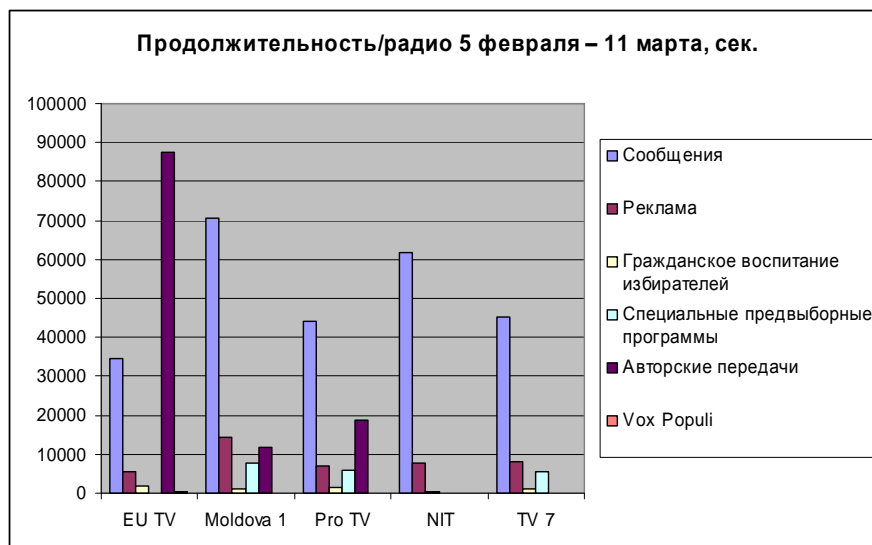
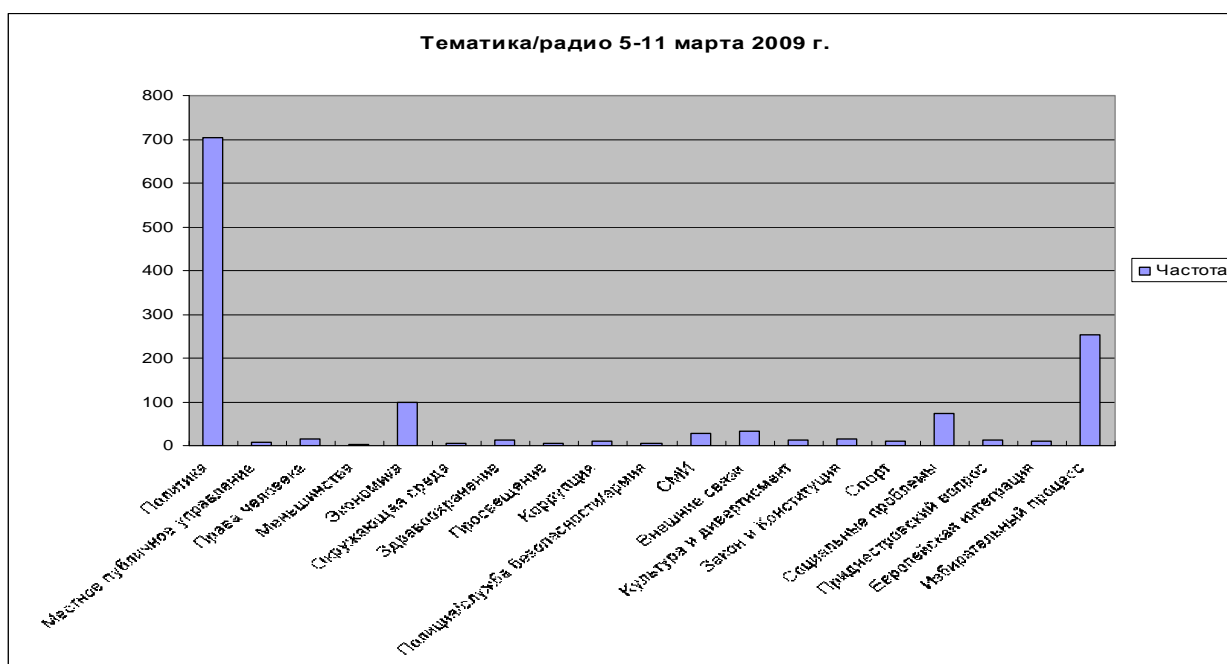


Диаграмма 2.2. Тематика сообщений предвыборного характера, переданных в период 5-11 марта 2009 года радиостанциями



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

На «Moldova 1» в период 5-11 марта 2009 года представители правительства, других государственных учреждений, президент Республики Молдова, председатель Парламента и другие представители ПКРМ цитировались 112 раз и были представлены на экране TV в течение 1893 секунд. Остальные партии и независимые кандидаты, вместе взятые, упоминались как источники информации 62 раза, их представители присутствовали в кадре в течение 1595 секунд. Следует отметить, что, согласно некоторым исследованиям, частое, но непродолжительное появление в кадре или цитирование конкурента по выборам более эффективно, чем менее частое, но продолжительное.

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

| Код   | Частота | Продолжительность появления, сек. | Продолжительность включения, сек. |
|-------|---------|-----------------------------------|-----------------------------------|
| ПРАВЛ | 860     | 746                               | 53                                |
| ПРЕЗ  | 825     | 62                                | 42                                |
| ДЕД   | 387     | 315                               | 13                                |
| ПАРЛ  | 120     | 16                                | 7                                 |
| ДП    | 86      | 52                                | 6                                 |
| СТ    | 228     | 137                               | 5                                 |
| ПНТ   | 107     | 81                                | 5                                 |
| ДГУ   | 83      | 25                                | 5                                 |
| ПКРМ  | 5       | 0                                 | 5                                 |
| КВ    | 97      | 97                                | 4                                 |
| ЛА    | 55      | 55                                | 4                                 |
| РВ    | 53      | 53                                | 4                                 |

|      |     |     |   |
|------|-----|-----|---|
| ТЦ   | 44  | 44  | 4 |
| СБ   | 168 | 148 | 3 |
| ЛП   | 127 | 39  | 3 |
| ЛДПМ | 26  | 16  | 3 |
| СДП  | 96  | 73  | 2 |
| УШ   | 54  | 29  | 2 |
| ВР   | 34  | 28  | 2 |
| ПР   | 33  | 26  | 2 |

Дисбаланс цитирования источников сообщений предвыборного характера сохранился и на «NTT». Правительство, президент Республики Молдова, председатель Парламента и другие представители ПКРМ цитировались в качестве источников сообщений 129 раз, другие партии – 31 раз. Продолжительность пребывания на экране составляет, соответственно, 2328 и 294 секунды.

Таблица 2. Частота цитирования и появления в кадре конкурентов по выборам на «NTT»

| Код   | Частота | Продолжительность появления, сек. | Продолжительность включения, сек. |
|-------|---------|-----------------------------------|-----------------------------------|
| ПРЕЗ  | 1478    | 414                               | 62                                |
| ПРАВЛ | 509     | 410                               | 36                                |
| АМН   | 207     | 159                               | 14                                |
| ПКРМ  | 169     | 163                               | 14                                |
| ДГУ   | 136     | 108                               | 13                                |
| ХДНП  | 103     | 70                                | 4                                 |
| ЛДПМ  | 66      | 0                                 | 4                                 |
| ПАРЛ  | 36      | 0                                 | 4                                 |
| ЦС    | 56      | 0                                 | 2                                 |
| ЛП    | 38      | 15                                | 2                                 |
| ДЕД   | 24      | 0                                 | 4                                 |
| СДП   | 0       | 0                                 | 1                                 |

«PRO TV» продолжал освещать действия органов власти так же, как и остальных конкурентов по выборам. Правительство и государственные учреждения, президент Республики Молдова, председатель Парламента и другие представители ПКРМ цитировались в качестве источников 38 раз, ДП – 18, ЛДПМ – 15, АМН – 11 раз. По продолжительности пребывания на экране лидируют ДП - 131 сек., независимый кандидат Валентина Кушнир - 103, СТ – 102, а представители действующей власти - 195 сек.

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

| Код   | Частота | Продолжительность появления, сек. | Продолжительность включения, сек. |
|-------|---------|-----------------------------------|-----------------------------------|
| ПРАВЛ | 47      | 105                               | 22                                |
| ДП    | 131     | 111                               | 18                                |
| ЛДПМ  | 91      | 110                               | 15                                |
| ПКРМ  | 122     | 128                               | 14                                |
| АМН   | 83      | 79                                | 11                                |
| СДП   | 53      | 41                                | 8                                 |
| КВ    | 103     | 73                                | 5                                 |

|      |     |    |   |
|------|-----|----|---|
| ЛА   | 65  | 65 | 5 |
| СТ   | 102 | 72 | 4 |
| ПНТ  | 92  | 69 | 4 |
| ВР   | 63  | 55 | 4 |
| РВ   | 40  | 48 | 4 |
| СБ   | 12  | 5  | 4 |
| ЛП   | 45  | 45 | 3 |
| ТЦ   | 43  | 33 | 3 |
| ОБ   | 36  | 20 | 3 |
| ПР   | 11  | 11 | 3 |
| ЦС   | 9   | 0  | 3 |
| ПРЕЗ | 26  | 0  | 2 |
| УШ   | 25  | 0  | 2 |

На «EU TV» в сообщениях предвыборной тематики правительство и государственные учреждения, президент Республики Молдова, председатель Парламента и другие представители ПКРМ цитировались в качестве источников 21 раз и присутствовали в кадре в течение 551 секунды. Сторонники ХДНП цитировались в качестве источников информации 9 раз и присутствовали в кадре 201 секунду, соответственно, ЛДПМ – 8 раз, 151 секунду, ДП – 6 раз, 151 секунду.

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

| Код   | Частота | Продолжительность появления, сек. | Продолжительность включения, сек. |
|-------|---------|-----------------------------------|-----------------------------------|
| ХДНП  | 201     | 183                               | 9                                 |
| ПРАВЛ | 170     | 146                               | 8                                 |
| ПКРМ  | 153     | 117                               | 8                                 |
| ЛДПМ  | 101     | 96                                | 8                                 |
| ДП    | 151     | 103                               | 6                                 |
| АМН   | 55      | 34                                | 6                                 |
| ЛП    | 87      | 69                                | 5                                 |
| ДГУ   | 219     | 219                               | 3                                 |
| ЦС    | 59      | 52                                | 3                                 |
| ДЕД   | 35      | 33                                | 2                                 |
| ВР    | 30      | 27                                | 2                                 |
| УШ    | 22      | 22                                | 2                                 |
| ПРЕЗ  | 9       | 0                                 | 2                                 |
| ОБ    | 9       | 9                                 | 1                                 |

На «TV 7» правительство, другие государственные учреждения, президент Республики Молдова, председатель Парламента и другие представители ПКРМ фигурировали как источники информации предвыборной тематики 13 раз, ДП – 15, ДЕД – 12, ЛДПМ – 12, СДП – 10 раз. По продолжительности появления на телеэкране лидируют ДП – 536 сек., затем следуют СДП – 284 и ДЕД – 274 сек. Правительство, президент Республики Молдова, председатель Парламента и другие представители ПКРМ присутствовали в сообщениях предвыборного характера на протяжении 78 секунд – значительно меньше по сравнению с остальными конкурентами по выборам.

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

| Код | Частота | Продолжительность | Продолжительность |
|-----|---------|-------------------|-------------------|
|-----|---------|-------------------|-------------------|

|       | появления, сек. | включения, сек. |    |
|-------|-----------------|-----------------|----|
| ДП    | 536             | 462             | 15 |
| ДЕД   | 274             | 210             | 12 |
| ЛДПМ  | 266             | 202             | 12 |
| СДП   | 284             | 264             | 10 |
| ПНТ   | 227             | 157             | 9  |
| АМН   | 200             | 170             | 9  |
| ЛП    | 158             | 138             | 8  |
| ПКРМ  | 78              | 62              | 6  |
| ЦС    | 168             | 144             | 5  |
| КВ    | 108             | 100             | 4  |
| ТЦ    | 84              | 74              | 4  |
| ЛА    | 50              | 46              | 4  |
| ПРАВЛ | 0               | 0               | 4  |
| ВР    | 104             | 104             | 3  |
| ПР    | 56              | 56              | 3  |
| РАВН  | 20              | 20              | 2  |
| ПРЕЗ  | 0               | 0               | 2  |
| ПАРЛ  | 0               | 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 145 раз и выступали в общей сложности 2308 секунд. Остальные конкуренты по выборам были представлены в качестве источников сообщений анализируемой тематики 49 раз, продолжительность их включений в целом составила 719 сек.

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

| Код   | Частота | Продолжительность<br>появления, сек. |
|-------|---------|--------------------------------------|
| ПРАВЛ | 1895    | 77                                   |
| ПРЕЗ  | 0       | 50                                   |
| ДГУ   | 413     | 8                                    |
| ДЕД   | 70      | 8                                    |
| АМН   | 0       | 7                                    |
| ПАРЛ  | 0       | 7                                    |
| ДП    | 146     | 5                                    |
| СДП   | 96      | 5                                    |
| ПНТ   | 90      | 4                                    |
| СБ    | 150     | 3                                    |
| ЛДПМ  | 29      | 5                                    |
| ПКРМ  | 0       | 3                                    |
| УШ    | 138     | 2                                    |
| ПР    | 0       | 2                                    |
| ЛП    | 0       | 2                                    |
| АВ    | 0       | 1                                    |
| ВР    | 0       | 1                                    |
| ХДНП  | 0       | 1                                    |
| ЦС    | 0       | 2                                    |

ПК 0 1

В сообщениях предвыборной тематики, распространенных каналом «Antena C», правительство, представители других государственных учреждений, президент Республики Молдова, председатель Парламента и другие представители ПКРМ упоминались как источники информации 231 раз, общая продолжительность их выступлений составила 986 секунд. Остальные конкуренты по выборам становились источниками сообщений 196 раз, продолжительность их выступлений в общей сложности составила 1944 сек.

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

| Код   | Частота | Продолжительность появления, сек. |
|-------|---------|-----------------------------------|
| ПРАВЛ | 839     | 126                               |
| ПРЕЗ  | 0       | 63                                |
| ЦС    | 149     | 36                                |
| ДЕД   | 581     | 36                                |
| АМН   | 398     | 30                                |
| ПКРМ  | 147     | 24                                |
| СДП   | 378     | 23                                |
| ЛП    | 82      | 18                                |
| ЛДПМ  | 55      | 18                                |
| ДП    | 100     | 17                                |
| ДГУ   | 0       | 14                                |
| СТ    | 131     | 6                                 |
| СБ    | 70      | 4                                 |
| ПАРЛ  | 0       | 4                                 |
| ХДНП  | 0       | 4                                 |
| УШ    | 0       | 2                                 |

На «Vocea Basarabiei» правительство, представители других государственных учреждений, президент Республики Молдова, председатель Парламента и другие представители ПКРМ цитировались в качестве источников информации предвыборного характера 88 раз, ДЕД – 28, ЛДПМ – 27, ДП – 20 раз. По продолжительности включений лидируют ДЕД – 988 сек., ЛДПМ – 764, ДП – 506 сек. Правительство, другие представители государственных учреждений, президент Республики Молдова, председатель Парламента, другие представители ПКРМ выступали на «Vocea Basarabiei» в рамках сообщений предвыборной тематики в общей сложности 78 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  | 0       | 29                                |
| ДЕД   | 988     | 28                                |
| ЛДПМ  | 764     | 27                                |
| ПРЕЗ  | 0       | 25                                |
| ПРАВЛ | 78      | 23                                |
| ДП    | 506     | 20                                |
| АМН   | 397     | 20                                |
| СДП   | 141     | 19                                |
| ЛП    | 464     | 17                                |
| СТ    | 309     | 9                                 |
| ПНТ   | 148     | 9                                 |
| СБ    | 324     | 7                                 |
| ЦС    | 128     | 9                                 |
| ПАРЛ  | 0       | 7                                 |
| УШ    | 163     | 6                                 |
| КВ    | 124     | 4                                 |
| ТЦ    | 47      | 4                                 |
| ПР    | 40      | 4                                 |
| ДГУ   | 27      | 4                                 |
| ХДНП  | 241     | 3                                 |
| ЛА    | 57      | 3                                 |
| ВР    | 38      | 3                                 |
| ОБ    | 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**

В период 5-11 марта 2009 года на «Moldova 1», «NIT», «Radio Moldova» и «Antena C» количество сообщений, в которых освещались действия правящей партии в контексте предстоящих выборов, не уменьшилось. Избирателям сообщали о: «прямом саботаже» и «затягивании» с выплатой повышенных зарплат администрациями ряда районов (эта тема фигурировала в информационных выпусках на протяжении всей недели); индексации вкладов по счетам, открытым в годы советской власти; достижениях в сфере защиты прав ребенка; «самой низкой инфляции в Восточной Европе»; ремонте здания Флорештской территориальной кассы страхования; президентской программе бесплатной медицинской помощи в Комрате и Чадыр-Лунге; о том, что 500 молодых людей, проживающих в сельской местности, бесплатно получают жилье; будут увеличены государственные пособия инвалидам; 60 спортсменов получают стипендии; Джурджулештский порт удвоит свою производительность; вопрос о защите интересов граждан был поднят президентом Ворониным на одном из заседаний; с апреля пенсии увеличатся на 20%; продлится срок предоставления компенсируемых лекарств; коммерческие банки отсрочат земледельцам выплату кредитов (по инициативе президента Воронина); государство закупит 45 тыс. тонн кормовой пшеницы у сельхозпроизводителей и пр. (Диаграммы 3-6).

Доля благоприятных для ПКРМ сообщений в общем объеме информации предвыборного характера составила в период 5-11 марта 2009 года 24% на «Moldova 1» и 31,2% на «Radio Moldova». В среднем, в период с 5 февраля по 11 марта 2009 года этот показатель составил 26,7% на «Moldova 1» и 43,7% - на «Radio Moldova».

Вместе с тем, на общественных каналах «Moldova 1» и «Radio Moldova» сохранилась тенденция игнорировать оппозиционные партии или представлять их в негативном свете, за исключением ДЕД.

Пример предпочтительного отношения к ПКРМ на общественном канале «Moldova 1»: 8 марта в информационном выпуске «Mesager» (19-00, 21-00) прозвучало сообщение о том, что ПКРМ организовала «третий по счету женский марш» в секторе Рышкань. О мероприятиях, организованных другими партиями в этот день, ничего не было сказано, несмотря на то, что представители ЛДПМ и СДП дарили женщинам цветы прямо на улице.

«NIT» продолжал нарушать положение об освещении предвыборной кампании, запрещающее вещательным СМИ (за исключением передач предвыборной тематики) передавать в эфир материалы с участием конкурентов по выборам в спортивных соревнованиях, развлекательных передачах и различных ток-шоу. 10 марта на канале «NIT» в рамках презентации фестиваля «Mărțișor» сообщалось о гала-концерте, в котором участвовал и выступил с речью президент Воронин.

Доля благоприятных для ПКРМ сообщений в общем объеме информации предвыборного характера, переданных с 5 по 11 марта 2009 года, составила 26,3% на «NIT» и 31,0% - на «Antena C». В среднем, в период 5 февраля - 11 марта 2009 года этот показатель достиг 34,3 % на «NIT» и 44,0 % - на «Antena C». Для сравнения: на «EU TV» он оставался, соответственно, в пределах 6% и 7,6%.

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

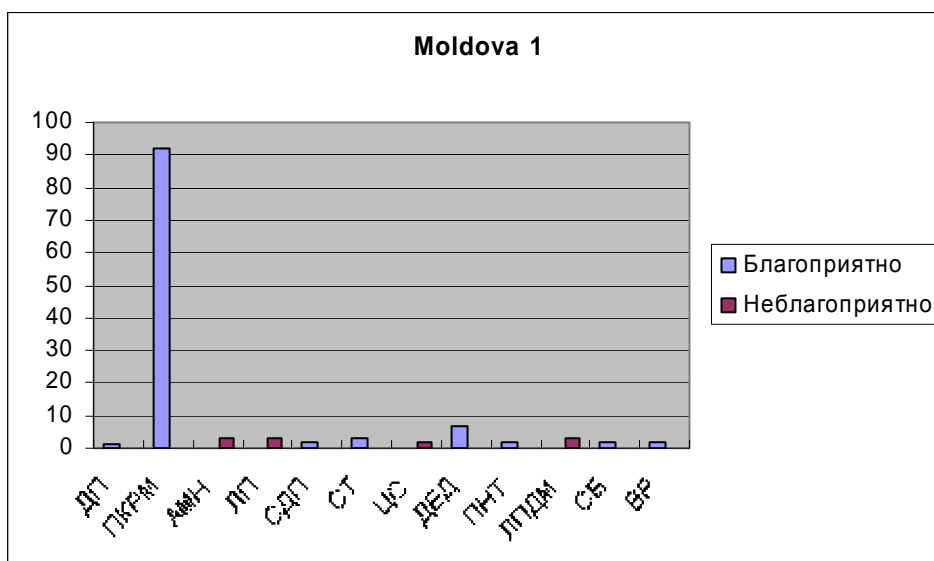




Диаграмма 4. Конкуренты по выборам, благоприятно или неблагоприятно представленные в выпусках новостей на «NIT» - частота

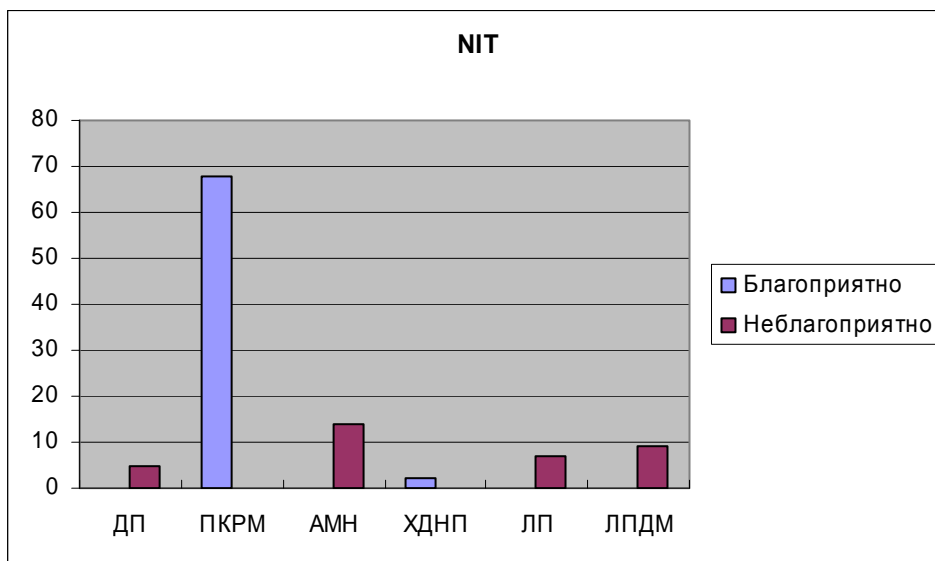


Диаграмма 5. Конкуренты по выборам, благоприятно или неблагоприятно представленные в выпусках новостей на «Radio Moldova» - частота

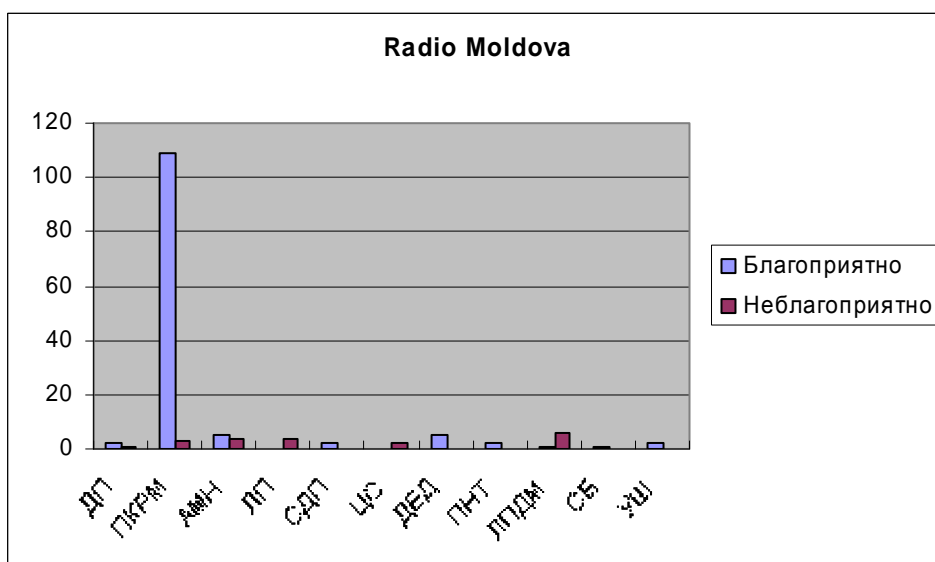
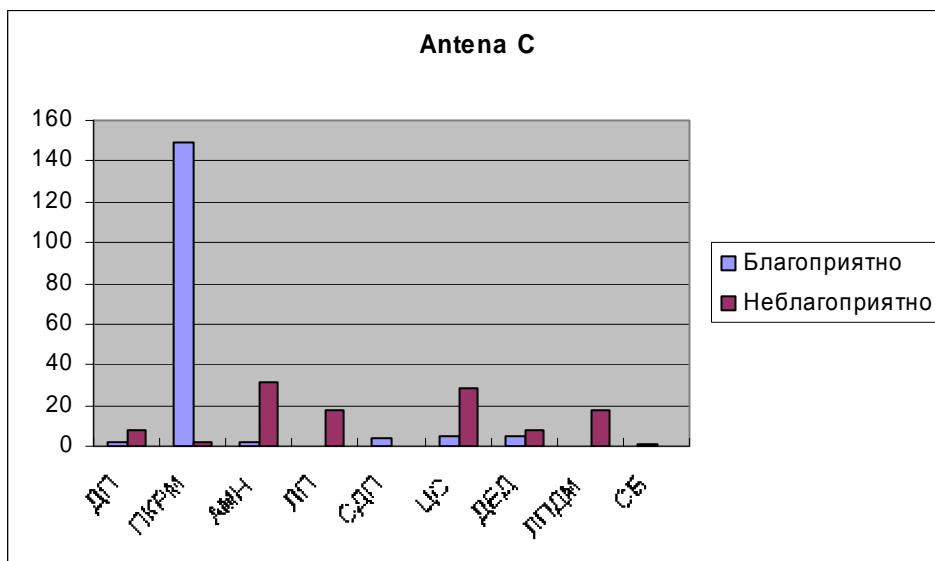
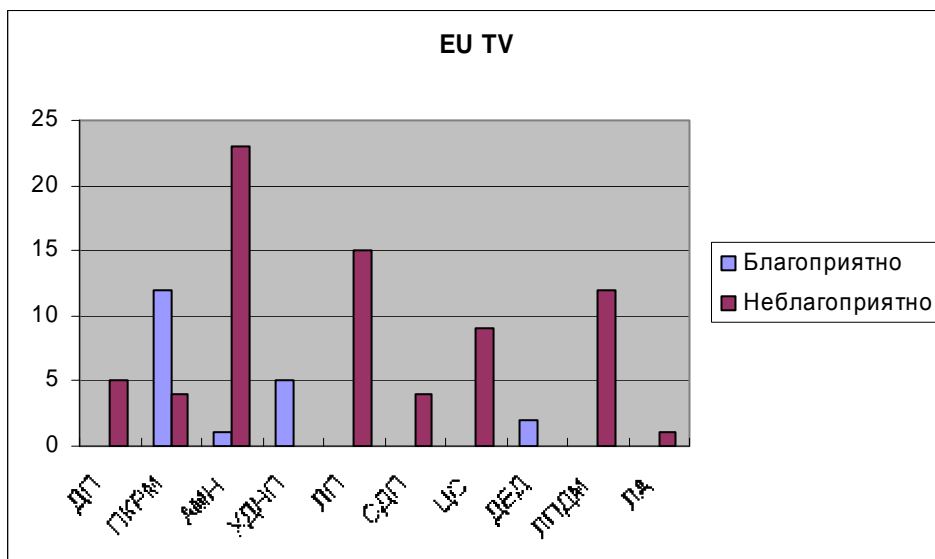


Диаграмма 6. Конкуренты по выборам, благоприятно или неблагоприятно представленные в выпусках новостей на «Antena C» - частота



«EU TV» продолжал представлять в негативном свете оппозиционные партии – АМН, ЛП, ЛДПМ и ДП, сохраняя предпочтительное отношение к ПКРМ и ХДНП. Пример тенденциозной «подачи» материала: 10 марта в информационных выпусках в 19.40 и 21.30 прозвучало сообщение о допросе в Высшей судебной палате «депутата АМН Василя Колцы», который в действительности уже не является депутатом от АМН (Диаграмма 7).

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



На «PRO TV», «TV 7» и «Vocea Basarabiei» благоприятных для ПКРМ сообщений по-прежнему было меньше, чем негативных, особенно на «TV 7». На этих каналах также сохранялась тенденция к более разноплановому и объективному освещению оппозиционных партий (Диаграммы 8-10).

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

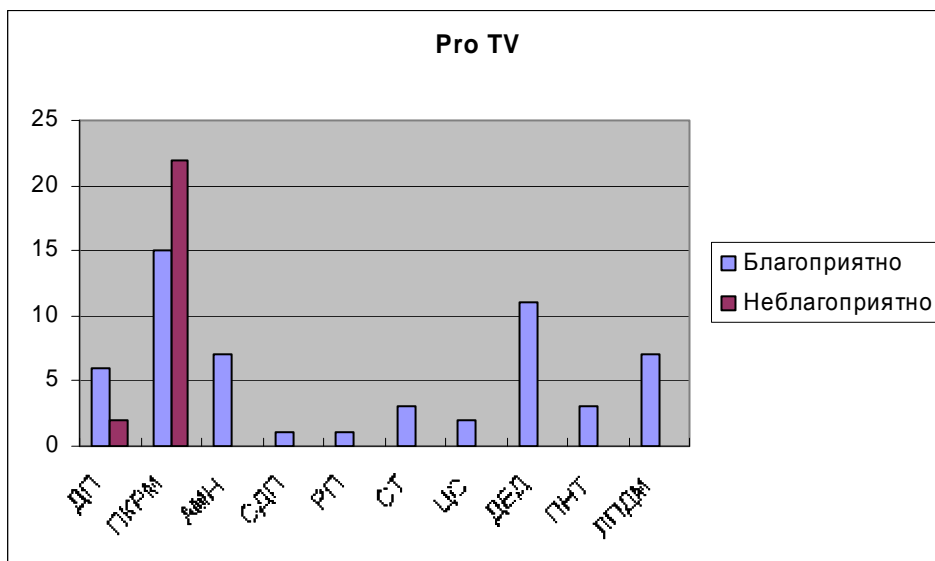


Диаграмма 9. Конкуренты по выборам, благоприятно или неблагоприятно представленные в выпусках новостей на «TV7» - частота

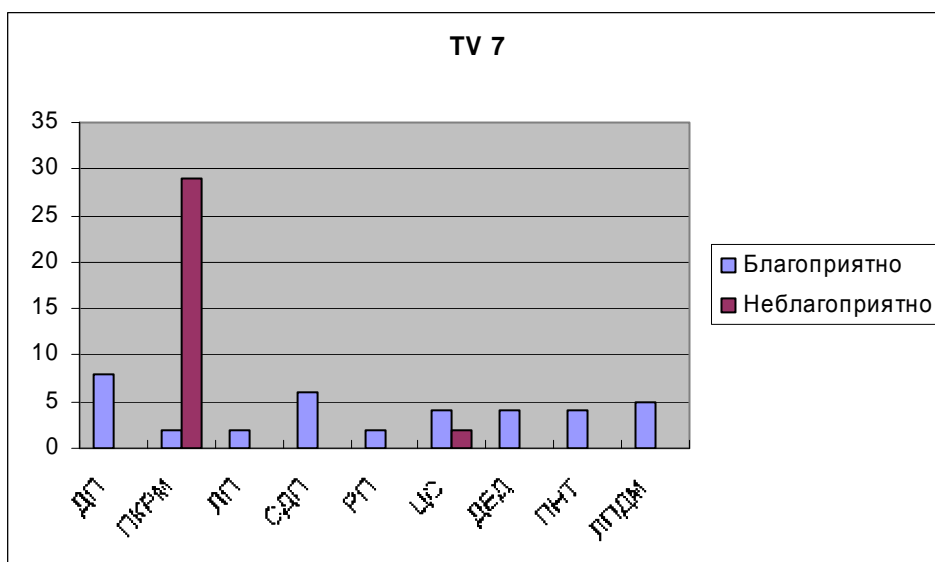
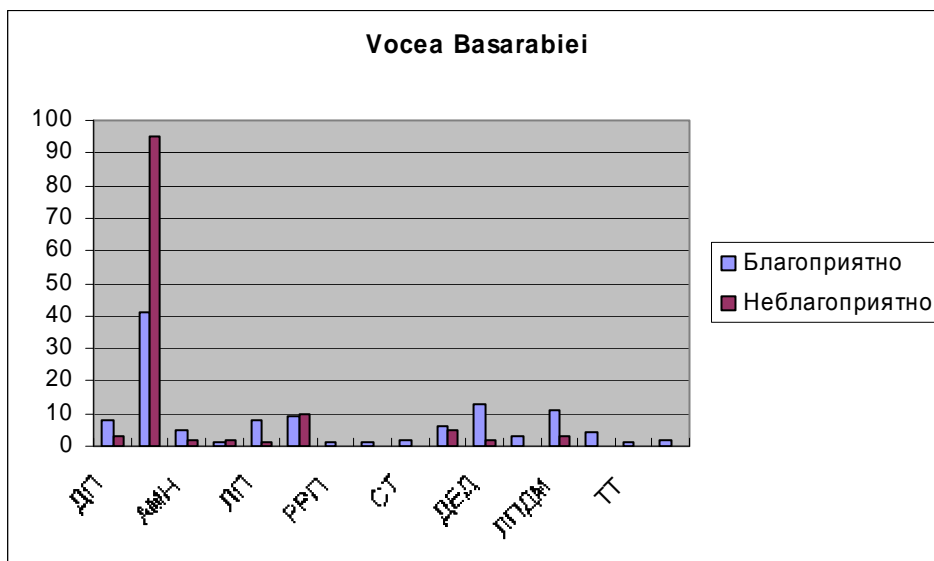


Диаграмма 10. Конкуренты по выборам, благоприятно или неблагоприятно представленные в выпусках новостей на «Vocea Basarabiei» - частота



#### 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 – ЛДПМ, АМН, ЛП, ДП и СДП, иногда восхваляя ХДНП либо ПКРМ. Как и в предыдущий период, авторы передач, прозвучавших на «Vocea Basarabiei», наиболее часто критиковали правящую партию.

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

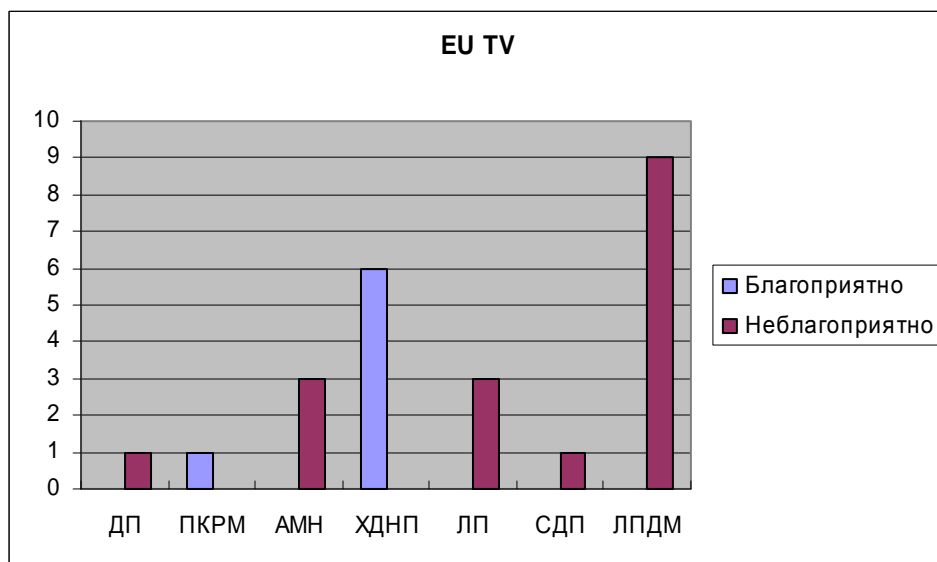
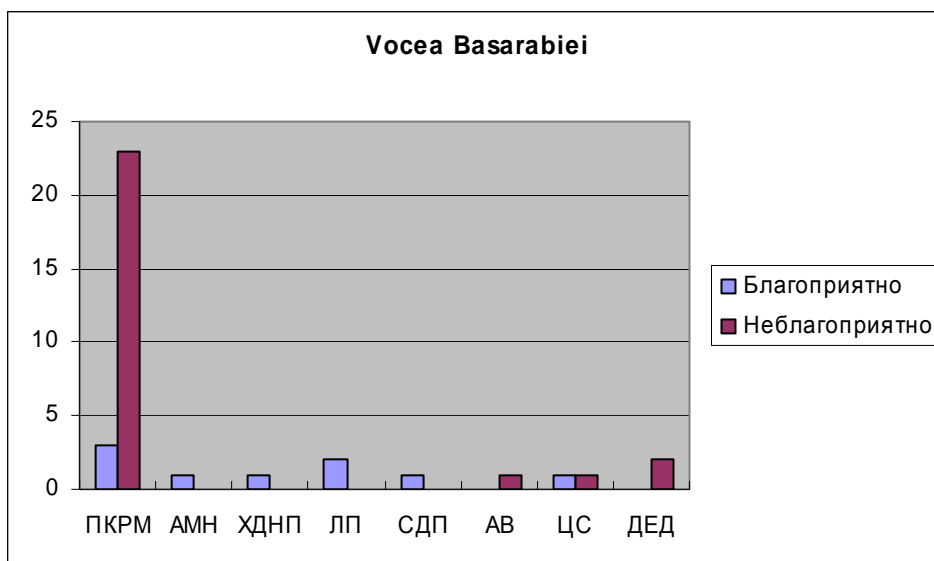


Диаграмма 12 Конкуренты на выборах, благоприятно или неблагоприятно представленные в авторских передачах на «Vocea Basarabiei» - частота



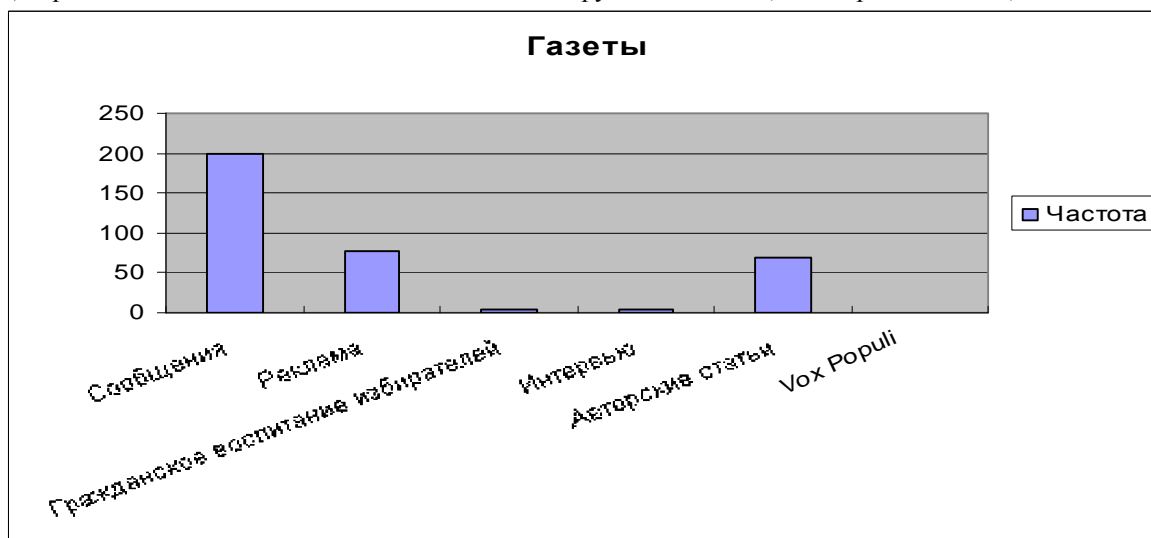
## 5. Результаты мониторинга. Печатные СМИ. Информационные агентства и информационные порталы

### 5.1 Включение в избирательную кампанию

#### 5.1.3 Газеты

В период с 5 по 11 марта 2009 года в 12 анализируемых газетах опубликовано 357 статей, прямо или косвенно посвященных предвыборной тематике. Общая площадь этих материалов превысила 145 тыс. кв. см. Более половины из них (55,7% или 199) составили сообщения, за ними следуют соответствующим образом маркированная реклама (78 материалов или 21,8%) и авторские статьи (69, или 19,3%). Общая площадь рекламы во всех обозреваемых газетах превысила 46 тыс. кв. см. В период мониторинга опубликовано также пять материалов по гражданскому воспитанию избирателей, столько же статей из цикла «Специальные предвыборные программы» и только один опрос «Vox populi».

Диаграмма 13. Частота появления статей в анализируемых газетах (5-11 марта 2009 года)



Рекордное количество материалов, посвященных предвыборному марафону, появилось в «*Timpul de dimineață*» (75), «*Moldova Suverană*» (62), «*Независимой Молдове*» (60) и «*Jurnal de Chișinău*» (48), меньше всего - в газетах «*Вести Гагаузии*» (2) и «*Realitatea*» (3). Как и в предыдущие периоды наблюдения, «*Moldova Suverană*» лидирует по площади, отведенной статьям предвыборной тематики и конкурентам на выборах (31480 кв. см). «*Независимая Молдова*» и «*Flux*» предоставили материалам о выборах, соответственно, 25818 кв. см и 23346 кв. см, «*Jurnal de Chișinău*» – 18500 кв. см, «*Timpul de dimineață*» – 18240 кв. см и «*Молдавские ведомости*» – 10847 кв. см. Далее в убывающем порядке следуют «СП», «*Săptămîna*», «*Cuvântul*», «*Комсомольская правда в Молдове*», «*Realitatea*» и «*Вести Гагаузии*».

Примечание: При сравнительном анализе этих показателей следует учесть периодичность газет, а также число полос.

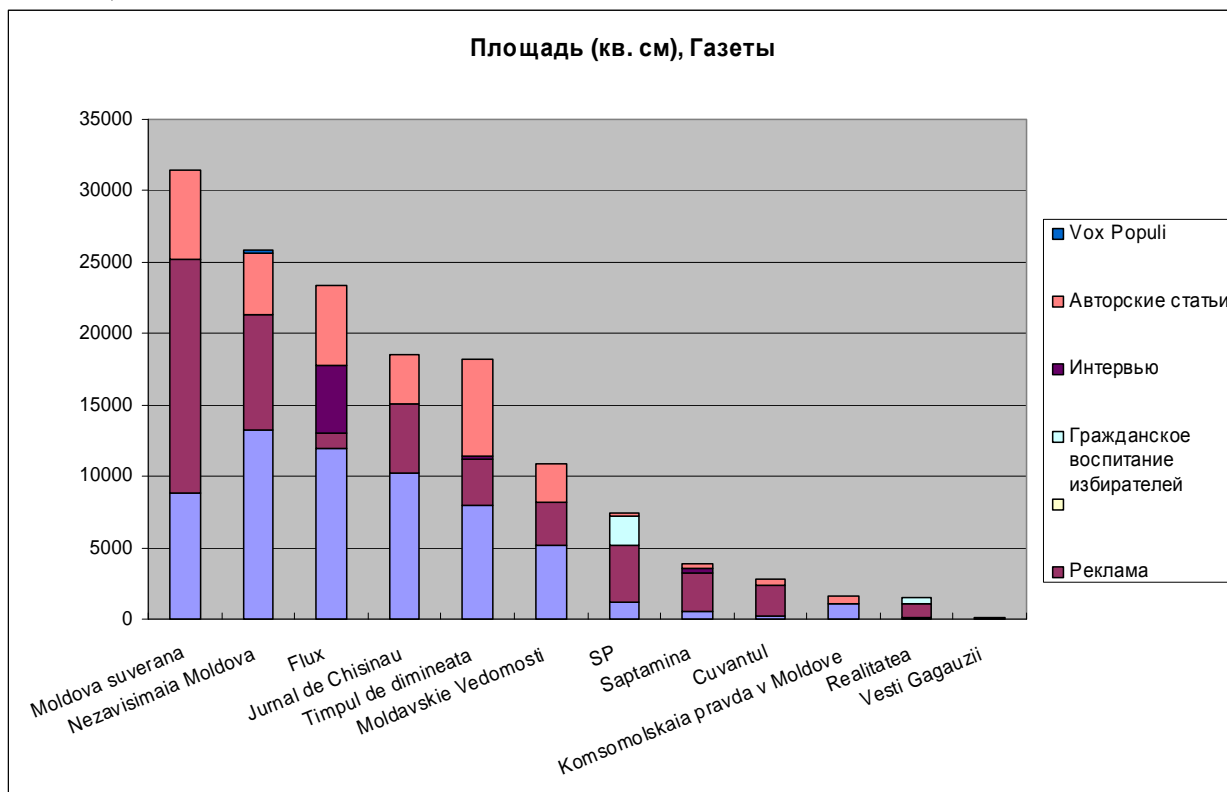
По газетной площади, отведенной **сообщениям** о выборах и предвыборной кампании в период с 5 по 11 марта, лидирует «*Независимая Молдова*» - более 13 тыс. кв. см или около половины общей площади материалов на эту тему. «*Flux*» и «*Jurnal de Chișinău*» отвели сообщениям примерно столько же места (11960 кв. см и 10223 кв. см), но их количество в «*Jurnal de Chișinău*» было вдвое больше. По площади, занятой сообщениями предвыборной тематики, в убывающем порядке следуют газеты «*Moldova Suverană*», «*Timpul de dimineață*», «*Молдавские ведомости*», «СП», «*Комсомольская правда в Молдове*», «*Săptămîna*», «*Cuvântul*», «*Вести Гагаузии*» и «*Realitatea*».

Максимальный объем **предвыборной рекламы**, маркированной соответствующим образом, опубликовала «*Moldova Suverană*» (16344 кв. см, или более половины общей площади, выделенной этой газетой тематическим материалам, и вдвое больше площади, отведенной сообщениям на тему выборов). Предпочли рекламу в ущерб сообщениям и газеты «*Cuvântul*», «*Săptămîna*», «СП» и «*Realitatea*».

По статьям предвыборного характера лидируют газеты «*Timpul de dimineață*» и «*Moldova Suverană*», опубликовавшие в этот период редакционные статьи, письма и обращения избирателей, а также авторские статьи более чем на 6300 кв. см каждая. Затем следуют «*Flux*» (5535 кв. см), «*Независимая Молдова*» (4314 кв. см), «*Jurnal de Chișinău*» (3455 кв. см) и «*Молдавские ведомости*» (2713 кв. см). Остальные издания предоставили авторским материалам менее одной тысячи квадратных сантиметров, а в газетах «*Realitatea*» и «*Вести Гагаузии*» такие статьи отсутствовали вовсе.

Публикации, которые можно было бы отнести к **гражданскому воспитанию избирателей**, на этой неделе вышли только в газетах «СП» и «*Realitatea*».

Диаграмма 14. Площадь (кв. см), выделенная статьям на тему выборов в анализируемых газетах (5-11 марта 2009 года)



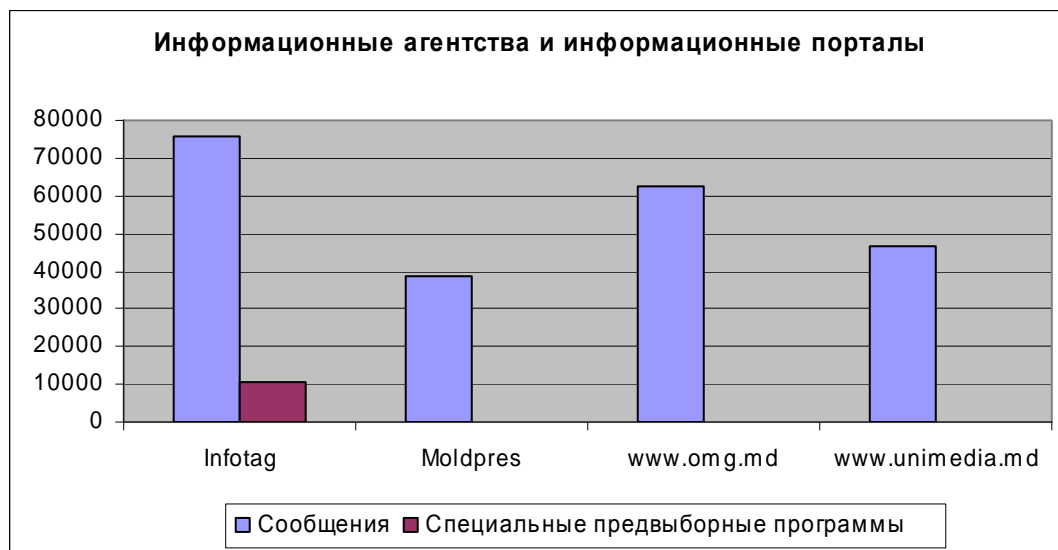
Абсолютное большинство материалов предвыборной тематики, опубликованных в анализируемых газетах, касалось непосредственно политики, избирательного процесса как такового, экономической ситуации в стране и проблем социального порядка.

#### 5.1.4 Информационные агентства и информационные порталы

Оба интересующих нас агентства - «Молдпрес» и «Инфотаг» - включили за этот период в свои информационные выпуски 82 сообщения по тематике мониторинга, общим объемом 125 тыс. знаков (без пробелов). Около 2/3 сообщений и 69% отведенной площади пришлось на «Инфотаг». Это агентство продолжает также публиковать интервью с представителями партий, конкурирующих на выборах – материалы вписываются в категорию «Специальные предвыборные программы». В период с 5 по 11 марта выпущены интервью с лидером ЛДПМ Владом Филатом и председателем ДП Думитру Дьяковым.

На анализируемых сайтах [www.unimedia.md](http://www.unimedia.md) и [www.omg.md](http://www.omg.md) интернет-пользователи смогли просмотреть 77 собственных или перепечатанных сообщений общим объемом более 109 тыс. знаков. В частности, на [www.omg.md](http://www.omg.md) опубликовано 52 сообщения примерно в 63 тыс. знаков, на [www.unimedia.md](http://www.unimedia.md) – 25 сообщений примерно в 47 тыс. знаков.

Диаграмма 15. Площадь, выделенная информационными агентствами и информационными порталами материалам на тему предвыборной кампании (5-11 марта 2009 года)



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

### 5.2.3. Газеты

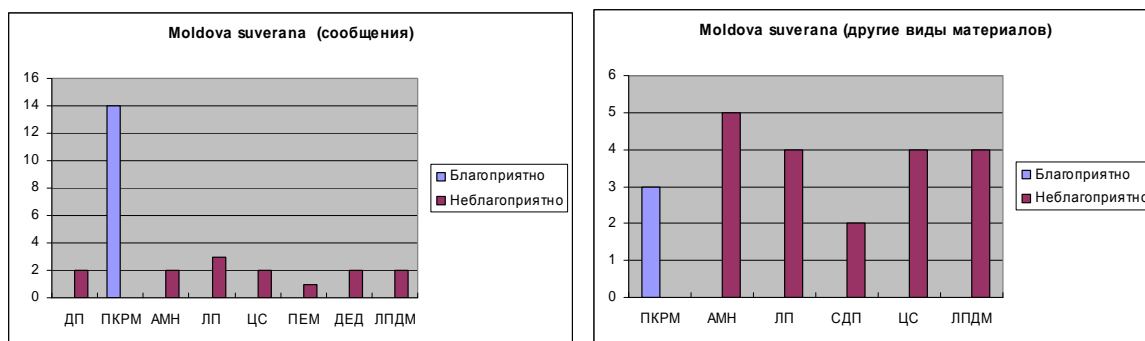
Газета «*Moldova Suverană*» продолжила откровенную поддержку одного кандидата по выборам - правящей партии, как в авторских статьях, так и в других материалах. Во всех 17 сообщениях и статьях, где с 5 по 11 марта шла речь о ПКРМ, «*Moldova Suverană*» представляла этого конкурента в благоприятном контексте, прямо или косвенно ущемляя интересы остальных участников выборов. С одной стороны, «*Moldova Suverană*» выделяла значительную площадь фоторепортажам об участии президента Республики Молдова и лидера ПКРМ В. Воронина в различных событийных мероприятиях (открытие мясокомбината в г. Унгень, встреча с генеральным секретарем Совета Европы Терри Дэвисом и послом Великобритании Джоном Байером, визит в гимназию-интернат в Стрэшень, визит в Хорватию и т.д.), с другой – тщательно отбирала сообщения, касающиеся лидеров оппозиции, публикуя только неблагоприятные для них материалы.

В авторских материалах в отношении лидеров оппозиции использовались оскорбительные, мягко говоря, эпитеты: «*puradel*» (пацанва), «*sărușă*» (клещ), «*copil întârziat*» (отсталый ребенок), «*terchea-berchea*» (никудашный), «*balast*» (балласт), «*ratați*» (неудачники) и т.д. Тарлев был представлен как один из тех «обжор и лгунов», которые берут избирателя приступом; ЛДПМ - как «политический проект одноразового использования», «группировка Гимпу-Киртоакэ мычит об объединении Молдовы с Румынией»; Филат, Урекян, Тарлев, Гимпу, Серебрян и Дьяков представлены газетой как «уроды-политруки» и т.д. и т.п.

В газете появляется только реклама ПКРМ.

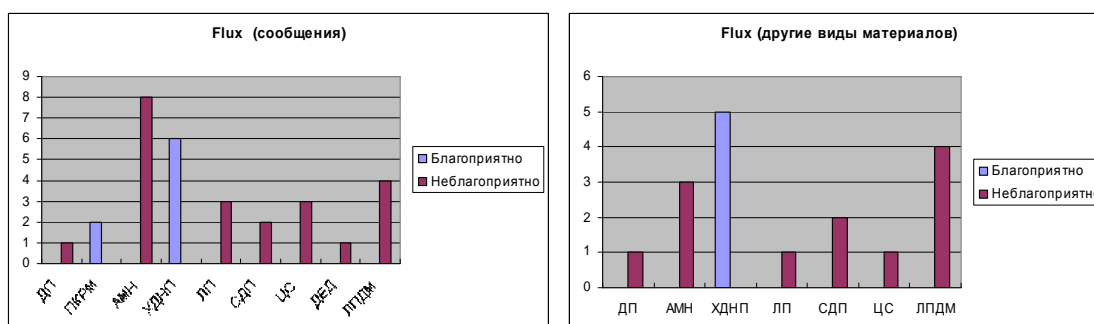


Диаграмма 16. Презентация конкурентов на выборах в газете «Moldova Suverană» (5-11 марта 2009 года)



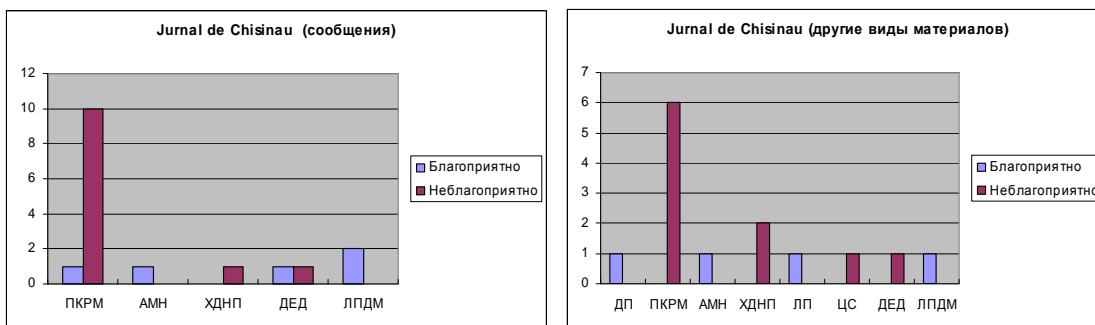
Газета «Flux» в большинстве статей в позитивном свете представляет кандидатов ХДНП на мандат в Парламент, а также лидеров этой партии, которые выглядят как «смелые, интеллигентные, энергичные и отважные люди». За исключением ПКРМ, всех остальных конкурентов газета выставляет в неблагоприятном свете. Так, политические оппоненты ХДНП – ЛП, АМН, ЛДПМ и другие – появляются в газете в статьях «Politică, business, mafie și canalia liberală», «Mafia lui Urechean», «Despre ticăloși, trântori și cei care vor să ajungă cu orice preț în Parlament», «MAE are doi membri reali, ex-istoricul Anatol Petrenco și ștampila» и др. (заголовки отобраны только из одного номера газеты – от 6 марта с.г.). «Flux» активно публикует предвыборную рекламу ХДНП без должной маркировки.

Диаграмма 17. Презентация конкурентов на выборах в газете «Flux» (5-11 марта 2009 года)



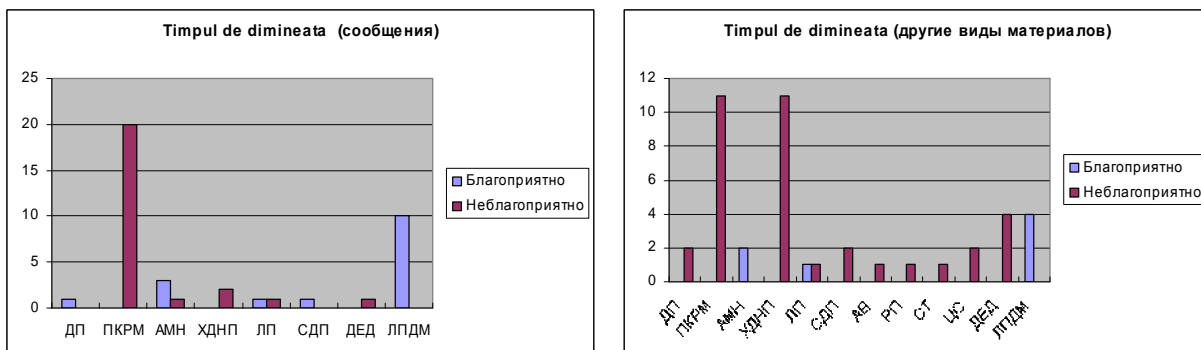
Газета «Jurnal de Chișinău» в анализируемый период представляла правящую партию, как правило, в неблагоприятном свете (16 из 17 случаев). Так, газета публикует сообщения о встречах с избирателями на местах, «где Воронина освистали». «Jurnal» возвращается к вопросу о примаре села Ворничен, который, как утверждает газета, исчез после того, как раскрыл нарушения, допущенные предыдущим правлением села в составе представителей ПКРМ и ХДНП. Только в негативном тоне пишет газета и о ХДНП (3 случая). В частности, «Jurnal» комментирует слухи, согласно которым Ю. Рошка в случае провала на выборах намеревается покинуть страну и уже начал продавать свою собственность. С другой стороны, партии либеральной ориентации газета представляет в благоприятном свете. Так, под рубрикой «O zi din viață...» целую полосу занял материал о том, как борется Серафим Урекян за пост президента Республики Молдова, а ЛДПМ несколько раз представлена в позитивном свете, в том числе сообщением о конкурсе для читателей, победителей которого ждет оригинальный приз – календарь с портретом Григория Виеру, опечатанный при поддержке ЛДПМ.

Диаграмма 18. Презентация конкурентов на выборах в газете «*Jurnal de Chişinău*» (5-11 марта 2009 года)



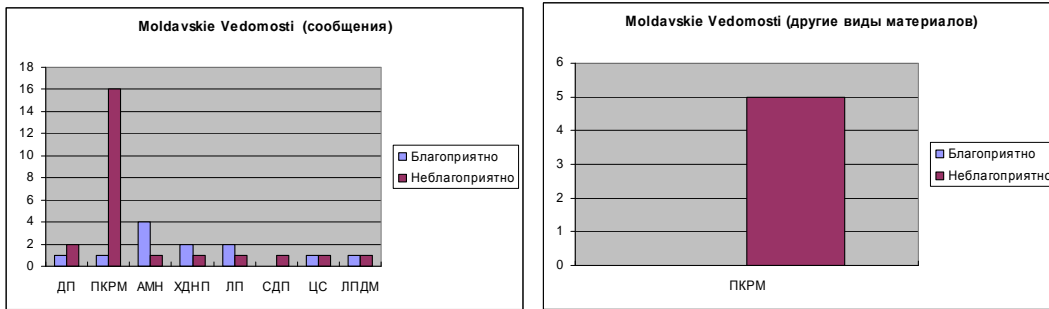
На страницах газеты «*Timpul de dimineaţă*» ПКРМ фигурирует исключительно в неблагоприятном свете, как и ХДНП. Обе партии подвергаются критике или представлены в отрицательном контексте в авторских статьях и других материалах. Газета обвиняет ПКРМ в подготовке фальсификации результатов выборов и использовании административного ресурса в предвыборных целях. В адрес ХДНП «*Timpul de dimineaţă*» предъявляет обвинение в проведении грязной кампании и манипулировании электоратом. Комментируются слухи, согласно которым в случае провала на выборах Ю.Рошка собирается покинуть страну. Утверждается, что «пресса ХДНП» и «пресса ПКРМ» сговорились. Газета критикует также лидера ДЕД Анатола Петренку, который якобы заявил, что не намерен создавать коалицию с отдельными партиями правого толка. ЛПДМ на страницах газеты «*Timpul*» представляется только в положительном свете.

Диаграмма 19. Презентация конкурентов на выборах в газете «*Timpul de dimineaţă*» (5-11 марта 2009 года)



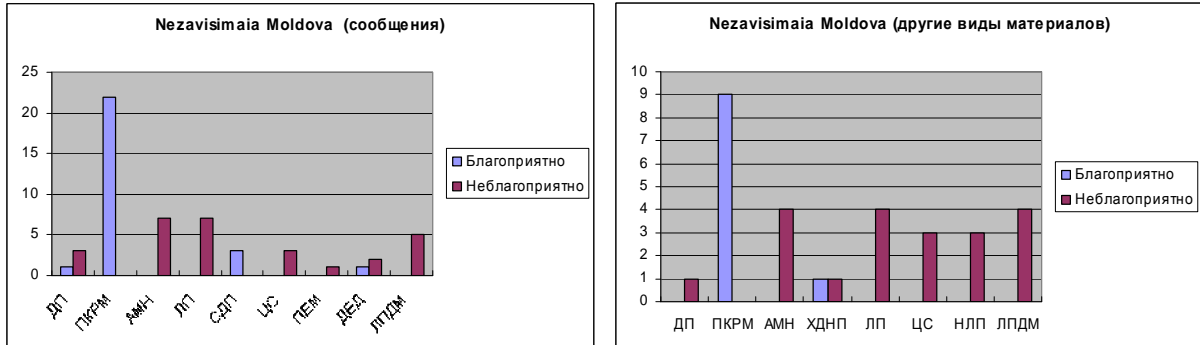
Во всех авторских статьях газеты «*Молдавские ведомости*» и в большинстве ее сообщений предвыборной тематики правящая партия представлена в отрицательном свете. Действующей власти инкриминируется то, что экономика оказалась на грани банкротства, что более чем 800 тыс. граждан пришлось уехать на заработки в чужие края, что министры не интересуются производственными проблемами и т.д. Кроме того, ПКРМ обвиняется в нарушении законодательства о выборах, в частности, в организации благотворительных столов в ходе предвыборной кампании. Остальные конкуренты на выборах представлены газетой как в положительном, так и в отрицательном контексте.

Диаграмма 20. Презентация конкурентов на выборах в газете «Молдавские ведомости» (5-11 марта 2009 года)



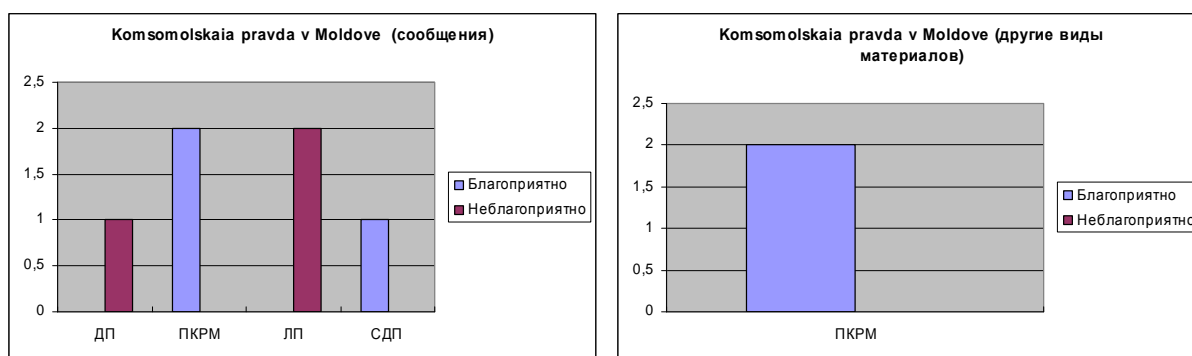
«Независимая Молдова» продолжает прославлять достижения правящей партии за последние восемь лет, как и «Moldova Suverană». Газета публикует пространные сообщения об участии В.Воронина в различных мероприятиях (открытие мясокомбината в г. Унгень, встреча с Терри Дэвисом и Мишель Платини, участие в концерте ансамбля им. Моисеева и т.д.), а также письма и обращения отдельных граждан с призывом голосовать за ПКРМ. Вместе с тем, жесткой критике подвергается ЛП, которую газета обвиняет в плохом администрировании столицы. ЛДПМ и АМН инкриминируется подкуп участников акций протеста, представителям АМН на местах – преднамеренный срыв выплаты повышенной зарплаты бюджетникам, ЦСМ – несоблюдение Конституции, Василе Тарлеву – злоупотребление властью.

Диаграмма 21. Презентация конкурентов на выборах в газете «Независимая Молдова» (5-11 марта 2009 года)



Газета «Комсомольская правда в Молдове» представляет в благоприятном свете ПКРМ, реже – СДП, освещая действия ЛП с явно отрицательных позиций.

Диаграмма 22. Презентация конкурентов на выборах в газете «Комсомольская правда в Молдове» (5-11 марта 2009 года)



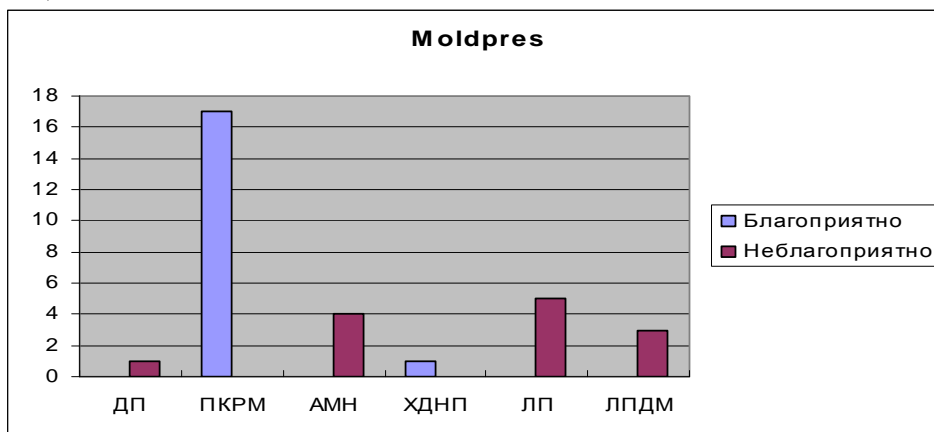
В единственном за период 5-11 марта номере газеты «*Săptămîna*» конкуренты по выборам были представлены по-разному, иногда в положительном, иногда в отрицательном свете. В рубрике «Dialog continuu» лидер АМН Серафим Урекян «отвечает на вопросы избирателей», касающиеся европейской интеграции и положения дел в экономике.

Еженедельники «СП» и «*Cuvântul*» представляли ПКРМ в негативном контексте, не проявляя при этом четко выраженной симпатии к другим конкурентам. Газета «*Vestii Gaгаузии*» не публиковала материалы о конкурентах на выборах, а «*Realitatea*» представила ЛДПМ в отрицательном контексте в одном сообщении, где речь шла о том, что эта партия вывешивает предвыборные афиши на столбах, в нарушение закона.

#### 5.2.4. Информационные агентства/Информационные порталы

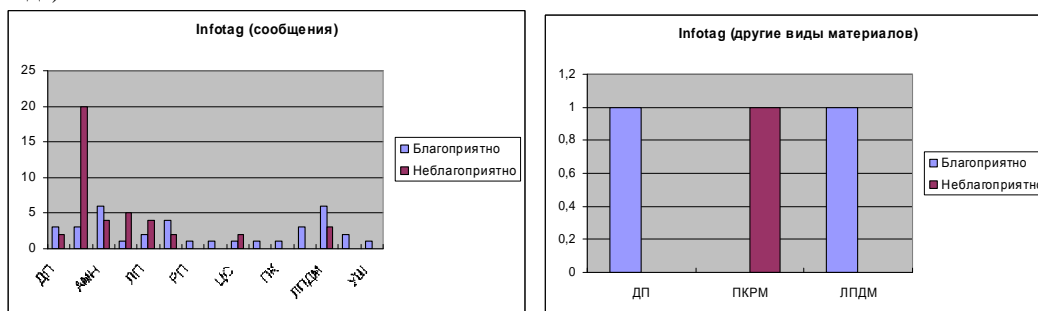
Распространяемыми сообщениями информационное агентство «*Молдпресс*» откровенно поддерживает правящую партию – ПКРМ. Так, бюллетени этого издания изобилуют благоприятными для Партии коммунистов сообщениями (индексация денежных вкладов, повышенные стипендии для спортсменов и учащихся школ-интернатов, бесплатное жилье для молодых специалистов, поддержка ансамбля «*Ногос*» и пр.). С другой стороны, агентство распространяет сообщения, представляющие оппозиционные партии в явно негативном свете (озвучены обвинения правительства в адрес отдельных председателей районов, представляющих АМН, которые якобы «саботировали» выдачу повышенной зарплаты бюджетникам; примечательно, что мнение обвиняемой стороны не приводится. Распространяются только жалобы, внесенные в ЦИК представителями ПКРМ, и только те решения ЦИК, которые вынесены против оппозиционных партий). Другие конкуренты по выборам, кроме ПКРМ, представлены только в сообщениях, прямо или косвенно выставляющих их в неблагоприятном свете.

Диаграмма 23. Презентация конкурентов на выборах в сообщениях агентства «Молдпрес» (5-11 марта 2009 года)



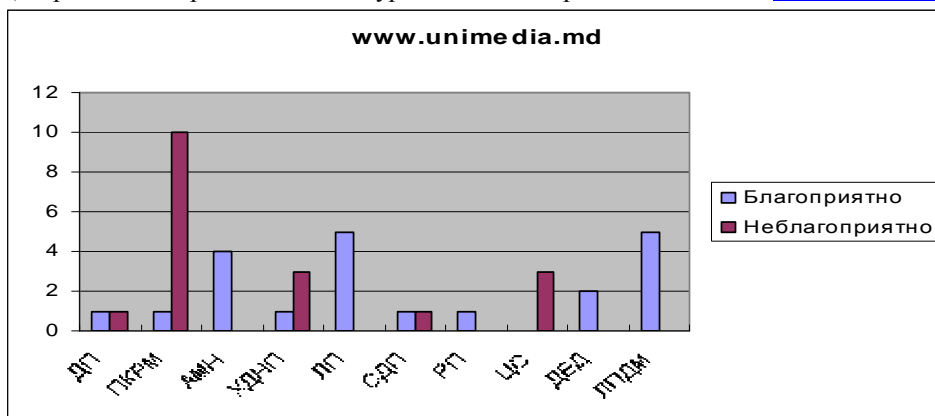
Информационное агентство «*Инфотаг*» представляет в своих выпусках всех конкурентов по выборам как в положительном, так и в отрицательном контексте. Тем не менее, ПКРМ чаще представляется с негативных позиций, в том числе посредством освещения событий, организованных оппозиционными партиями – участницами предвыборного марафона.

Диаграмма 24. Презентация конкурентов по выборам в сообщениях агентства «Инфотаг» (5-11 марта 2009 года)



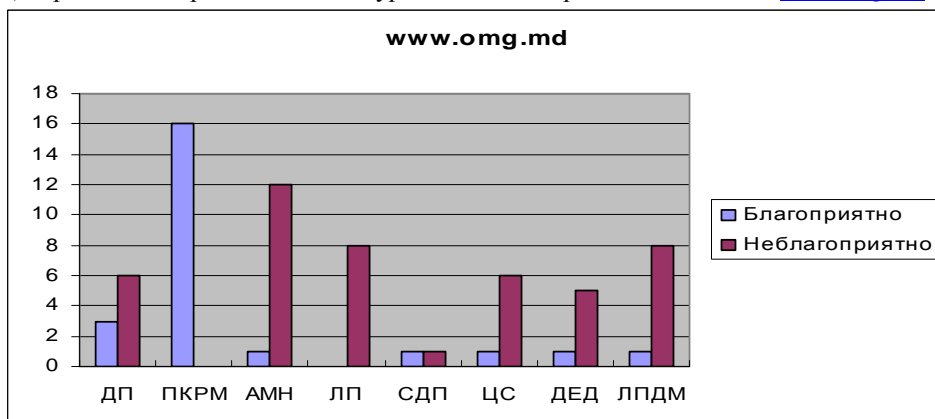
В большинстве сообщений, помещенных на [www.unimedia.md](http://www.unimedia.md), ПКРМ фигурирует в негативном контексте, в частности, при освещении ряда мероприятий, организованных оппозиционными партиями. Несколько раз с отрицательных позиций были представлены ХДНП и ЦСМ. Вместе с тем, портал подробно информирует, используя в том числе фотографии и видеосъемки, о мероприятиях, организованных либеральными партиями или с участием их лидеров (пример: Конгресс Ассоциации объединенных общин Молдовы, прошедший в Риме). Открыта рубрика «Face2Face», в рамках которой избиратели могут задавать вопросы политикам. Первый гость рубрики – Влад Филат (ЛДПМ).

Диаграмма 25. Презентация конкурентов на выборах в сообщениях [www.unimedia.md](http://www.unimedia.md) (5-11 марта 2009 года)



На сайте [www.omg.md](http://www.omg.md) сообщения отбираются скрупулезно, так, чтобы прошли только материалы, благоприятные для правящей власти, или те, в которых представлены в негативном свете оппоненты ПКРМ, в том числе АМН, ЛП, ЛДПМ, ЦС и ДЕД. События предвыборного характера, произошедшие в этот период, также подаются выборочно с тем, чтобы они максимально соответствовали издательской политике портала.

Диаграмма 26. Презентация конкурентов на выборах в сообщениях [www.omg.md](http://www.omg.md) (5-11 марта 2009 года)



## **6. Общие выводы**

На основании результатов мониторинга 24 СМИ в период с 5 по 11 марта можно сделать следующие выводы:

1. Право избирателя на объективное и беспристрастное информирование по-прежнему не соблюдается значительной частью анализируемых СМИ. Крайне редки случаи, когда средства массовой информации представляют все партии, участвующие в предвыборной кампании, и освещают все без исключения мероприятия, организуемые конкурентами, не интерпретируя заявления и не вырывая их из контекста; это свидетельствует об определенном уровне ангажированности и политизации прессы в Республике Молдова.
2. Конкуренты по выборам не пользуются равным доступом к анализируемым СМИ, к одним из них проявляется благоприятное отношение в ущерб другим, что ограничивает право последних высказать свою точку зрения по важным проблемам.
3. За некоторыми исключениями, средства массовой информации, частично финансируемые из госбюджета, включились в предвыборную кампанию на стороне правящей партии. В результате, избиратели, которые имеют доступ только к общественным каналам «Moldova 1» и «Radio Moldova», получают одностороннюю и тенденциозную информацию.
4. Несмотря на демарши гражданского общества и представителей европейских институтов, попытки преследования и запугивания журналистов, ограничения доступа к информации в период предвыборной кампании не прекратились.

*«Коалиция-2009» - добровольное формирование общественных организаций Республики Молдова, которые считают своим долгом способствовать обеспечению свободных, честных, открытых и демократических выборов Парламента Республики Молдова и продолжают эту работу, начатую «Коалицией-2005» и «Коалицией-2007». В настоящий момент в «Коалицию-2009» входят более 60 неправительственных организаций.*