

coaliția 2009



coaliția civică
pentru alegeri libere și corecte



Centrul Independent de Jurnalism



Мониторинг СМИ в избирательной кампании по парламентским выборам 2009 года

Отчет №4
12-18 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 в средствах массовой информации кампании по выборам в Парламент Республики Молдова.

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

1.3 Критерии отбора СМИ для проведения мониторинга:

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

1.4 СМИ - субъекты мониторинга:

Телеканалы

Moldova 1 (M1) – общественный канал с национальным покрытием; вещает на румынском и русском языках;

НИТ – частный канал с квазинациональным покрытием (Кишинев, Кахул, Единец, Комрат, Варница, Унгень, Четирень, Ниспорень, Сорока, Чимишлия, Кэушень, Трифешть, Стрэшень, Мындрештий-Ной, Леова, Криулень); вещает на русском и румынском языках;

Euro TV - частный канал с региональным покрытием (Стрэшень, Окница, Флорешть, Трифешть, Чимишлия, Бричень, Кантемир, Дрокия, Фэлешть, Глодень, Сынжерей, Штефан-Водэ, Тараклия), вещает на румынском языке;

Pro TV - частный канал с региональным покрытием (Кишинев, Бэлць, Варница, Кахул, Орхей); вещает на румынском языке;

TV 7 - частный канал с региональным покрытием (Кишинев); вещает на румынском и русском языках.

Радиостанции

Radio Moldova – общественный канал с национальным покрытием; вещает на румынском и русском языках;

Antena C - частный канал с региональным покрытием (94,70 MHz, Варница, 107,5 MHz, Чадыр-Лунга, 90,50 MHz, Бэлць, 92,60 MHz, Кахул, 88,00 MHz, Кишинев, 107,3 MHz, Окница, 92,30 MHz, Унгень), вещает на румынском и русском языках;

Vocea Basarabiei (VB) - частный канал с региональным покрытием (105,7 MHz, Ниспорень, 71,57 MHz, Кишинев, 67,79 MHz, Сорока, 100,3 MHz, Глодень, 101,0 MHz, Пелиния, 101,9 MHz, Тараклия, 103,8 MHz, Штефан-Водэ, 91,90 MHz, Кишинев); вещает на румынском языке.

Печатные СМИ:

«Комсомольская правда» - выходит на русском языке шесть раз в неделю; частное издание; национальное покрытие, тираж номера – 7400 экземпляров, за исключением выходящего в четверг и составляющего 51 600 экземпляров;

«*Timpul de dimineață*» - выходит на румынском языке пять раз в неделю; частное издание; национальное покрытие, еженедельный тираж 43 750 экземпляров;

«*Moldova suverană*» - выходит на румынском языке четыре раза в неделю; частное издание; национальное покрытие, еженедельный тираж 18 472 экземпляров;

«Независимая Молдова» - выходит на русском языке четыре раза в неделю; частное издание; национальное покрытие, еженедельный тираж 17 108 экземпляров;

«*Jurnal de Chişinău*» - выходит на румынском языке три раза в неделю; частное издание; национальное покрытие, тираж номера, выходящего во вторник, - 5 372 экземпляров, выходящего в четверг - 3 080 экземпляров, в пятницу - 19 537 экземпляров;

«*Молдавские ведомости*» - выходит на русском языке три раза в неделю; частное издание; национальное покрытие, тираж номера 7 500 экземпляров;

«*Flux*» - выходит на румынском языке два раза в неделю; частное издание; национальное покрытие, еженедельный тираж 30 000 экземпляров;

«*Săptămîna*» - выходит на румынском языке; еженедельник; частное издание; национальное покрытие, еженедельный тираж 14 253 экземпляра;

«*Vestii Gaгаузии*» - выходит на русском языке; еженедельник; финансируется государством; региональное покрытие, тираж 4 500 экземпляров;

«*СП*» - выходит на русском языке; еженедельник; частное издание; региональное покрытие, еженедельный тираж 6 000 экземпляров;

«*Suvântul*» (*Резина*) - выходит на румынском языке; еженедельник; частное издание; региональное покрытие, еженедельный тираж 4 920 экземпляров;

«*Realitatea*» (*Сорока*) - выходит на румынском языке; еженедельник; финансируется государством; региональное покрытие, еженедельный тираж 3 000 экземпляров¹.

Информационные агентства и веб-порталы: «Молдпресс», «Инфотаг», www.omg.md, www.unimedia.md

1.51.5 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. 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 «Article19». Характеристики методологии: использование показателей 1) количественных, в том числе вид, продолжительность, тематика выступлений, источники сообщений, частота и продолжительность появления конкурентов по выборам в информационных выпусках и 2) качественных, с определением уровня объективности анализируемых каналов 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

¹ Задекларированные тиражи газет по состоянию на март 2009 г.

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 к отражению того или иного субъекта в выгодном или невыгодном свете.

Список кодов, используемых в отчете:

ДП – Демократическая партия Молдовы
ПКРМ – Партия коммунистов Республики Молдова
АМН – Партия «Альянс Молдова ноастрэ»
ХДНП – Христианско-демократическая народная партия
ПСД – Социал-демократическая партия Молдовы
ПСС – Партия социалистов Республики Молдова «Патрия-Родина»
РАВН – Общественно-политическое движение «Равноправие»
АВ – Экологическая партия «Алианца верде»
ЦСМ – Центристский союз Молдовы
ПОМ – Партия духовного развития «Объединенная Молдова»
ПК – Партия консерваторов
ДЕД – Общественно-политическое движение «Европейское действие»
СБ – Серджиу Банарь, независимый кандидат
ЛДПМ – Либерально-демократическая партия Молдовы
ПНО – Партия за Народ и Отчизну
ВР – Виктор Рэйлян, независимый кандидат
УШ – Штефан Урыту, независимый кандидат
ПРЕЗ – Президент, аппарат главы государства
ПАРЛ - Парламент
ПРАВ – премьер-министр, официальные лица правительства, министры, должностные лица министерств
ДГУ – другие государственные учреждения
АЛ – Александр Ломакин, независимый кандидат
КВ – Валентина Кушнир, независимый кандидат
ВР – Вячеслав Рошка, независимый кандидат
ТЦ – Татьяна Цымбалист, независимый кандидат

3. Общие тенденции

3.1 Аудиовизуальные СМИ

В период с 12 по 18 марта число материалов предвыборной тематики, переданных в эфир восемью анализируемыми каналами, продолжало увеличиваться – до 2897 против 2508 за предыдущую неделю. Вместе с тем частота сообщений предвыборной тематики несколько снизилась как на радиостанциях, так и на телеканалах, а количество авторских передач, материалов по гражданскому просвещению избирателей и предвыборной рекламы выросло.

Особых изменений в подходе к освещению избирательной кампании не заметно ни на одном канале из числа тех, кто на предыдущих этапах наблюдения отличился явной ангажированностью и тенденциозностью. Общественные каналы с национальным покрытием «Moldova 1» и «Radio Moldova» продолжали следовать избранной издательской политике, и открыто поддерживали усилия правящей партии сохранить власть, открывая большинство информационных выпусков благоприятными для ПКРМ

сообщениями. Как и в предыдущий период наблюдения, об этом формировании сообщалось преимущественно в позитивном контексте, а обо всех остальных конкурентах по выборам, как правило, - в негативном. Тенденция к дискредитации отдельных оппозиционных партий сохранилась и в этот период наблюдения.

Частные каналы «*NIT*» и «*Antena C*» придерживались аналогичной издательской политики, с той лишь разницей, что недоброжелательная презентация ряда оппозиционных партий на этом канале была более острой.

Как и в предыдущий период мониторинга, на каналах «*Moldova 1*», «*Radio Moldova*», «*NIT*» и «*Antena C*» ролики ПКРМ всегда либо открывали рекламу, либо закрывали, а иногда и открывали, и закрывали.

На «*EU TV*» деятельность ПКРМ по-прежнему освещалась без особой предвзятости, скорее, в позитивном нежели в негативном свете; вместе с тем, этот канал в своих сообщениях и авторских передачах продолжил дискредитацию отдельных оппозиционных партий. Как и прежде, «*EU TV*» проявил некоторую благосклонность к ХДНП.

«*PRO TV*», «*TV 7*» и «*Vocea Basarabiei*» продолжали освещать предвыборную кампанию с позиций плюрализма и объективности, не отдавая явных предпочтений тому или иному кандидату по выборам. На этих каналах ПКРМ фигурировала чаще в неблагоприятных, чем в благоприятных для нее сообщениях, но смысловая нагрузка информации при этом не искажалась, как на остальных анализируемых каналах. «*TV 7*» проявил некоторую благосклонность к ДП. На «*Vocea Basarabiei*» продолжилась критика правящей партии в авторских передачах. Следует отметить, что представители ПКРМ отказываются сотрудничать с этим каналом и с «*PRO TV*».

3.2 Печатные СМИ/Информационные агентства/Веб-порталы

В печатных СМИ количество материалов предвыборной тематики, а также предоставляемая им газетная площадь увеличились. По мере приближения даты выборов возросло число авторских статей, в том числе писем и открытых обращений в поддержку одних и с критикой других конкурентов по выборам. На страницах печатных СМИ все больше места отводится предвыборной рекламе.

Сохраняется тенденция освещать предвыборную кампанию в соответствии с той или иной издательской позицией. Так, одни издания открыто поддерживают ПКРМ («*Moldova Suverană*», «*Независимая Молдова*», *Государственное информационное агентство «Молдпрес»*, портал www.omg.md); вместе с тем, эти СМИ представляют в невыгодном свете остальных конкурентов по выборам, искажая их заявления, вырывая утверждения из контекста и комментируя их действия с негативной точки зрения. Кроме того, эти СМИ прямо или косвенно обвиняют конкурентов по выборам от оппозиции в стремлении дестабилизировать общественно-политическую ситуацию в стране.

Другие СМИ («*Timpul de dimineață*», «*Jurnal de Chișinău*», частично «*Молдавские ведомости*» и портал www.unimedia.md), с одной стороны, критикуют ПКРМ, обвиняя ее в неверном управлении государством, в попытках скрыть от граждан действительное положение дел в экономике, с другой – представляют в благоприятном свете других конкурентов по выборам, в частности, либеральной ориентации.

Газета «*Flux*» откровенно рекламирует ХДНП, представляя в невыгодном свете оппозиционные партии, в частности, либеральной направленности.

Остальные СМИ, анализируемые в ходе мониторинга, не проявляли в отчетный период явного расположения ни к одному из конкурентов по выборам и пытались освещать предвыборную кампанию более или менее сбалансированно.

Материалов, которые посвящались бы гражданскому воспитанию избирателей, по-прежнему крайне мало; это свидетельство того, что СМИ не учитывают потребности своих читателей.

3.3. Условия работы

22 марта съемочная группа мультимедийного агентства OMEGA подверглась нападкам в рамках акции протеста, организованной в Кишиневе Либерально-демократической партией Молдовы (ЛДПМ). Представитель территориальной организации ЛДПМ из Кэлэрашь Ион Китороагэ попытался прекратить съемки, повредив видеокамеру и микрофон репортера. Впоследствии лидер ЛДПМ Влад Филат заявил на пресс-конференции, что сожалеет о случившемся, и что обидчик журналистов будет наказан по партийной линии. 25 марта Влад Филат заявил на пресс-конференции, что Ион Китороагэ, баллотировавшийся от ЛДПМ под номером 56, исключен из списка. Он также будет отозван со всех партийных должностей, сказал Филат, уточнив при этом, что принятое решение – абсолютно адекватная реакция на поведение Китороагэ.

19 марта Высшая судебная палата (ВСП) вынесла вердикт, благоприятный для Ассоциации независимой прессы (АНП) и «Коалиции-2009», в которую она входит, аннулируя решения Центральной избирательной комиссии (ЦИК) и Кишиневского муниципального избирательного совета, согласно которым АНП и «Коалиции-2009» были предупреждены о нарушении действующего законодательства. Поводом для замечания со стороны ЦИК и Кишиневского муниципального избирательного совета послужил тот факт, что АНП опубликовала в приложении «Obiectiv» статью «Ziua adevărului pentru ПКРМ» («День истины для ПКРМ»), где анализировалось выполнение правящей партией предвыборных обещаний 2005 года. Эта статья, по оценкам ЦИК, изображает Партию коммунистов Республики Молдова в неблагоприятном свете. Материал появился в приложении по гражданскому воспитанию избирателей – «Obiectiv», издаваемом АНП при поддержке американской организации. Представитель ПКРМ, внесший жалобу в ЦИК, посчитал, что этой статьей ПКРМ поставлена в невыгодные условия на деньги, поступившие из-за рубежа, и потребовал предупредить спонсора о факте вмешательства в предвыборную кампанию Республики Молдова. Ассоциация обжаловала решение в Кишиневской апелляционной палате, но ее обращение было отклонено; тогда она обратилась в ВСП. В соответствии с постановлением от 19 марта, ВСП отменила решение Апелляционной палаты и аннулировала решения избирательных органов по процедурным мотивам (превышение полномочий).

На заседании 24 марта Координационный совет по телевидению и радио (КСТР) вынес предупреждение каналам «Moldova 1», «NIT», «N4», «TVC 21», «EU TV», «PRO TV Chişinău» и «TV 7» в связи с нарушением Положения ЦИК об освещении предвыборной кампании. Члены КСТР решили применить одно и то же наказание (предупреждение) ко всем семи телеканалам, хотя допущенные ими нарушения отличаются по степени тяжести. Каналы «PRO TV Chişinău» и «TV 7» заявили о намерении обжаловать в инстанции решение КСТР, согласно которому предупреждение вынесено в связи с отсутствием в информационных выпусках политического плюрализма.

24 марта ЦИК обязала общественный телеканал «Moldova 1» предоставить право на реплику Центристскому союзу Молдовы (ЦСМ). Поводом послужил тот факт, что канал прокомментировал и искажил в ущерб ЦСМ одно из заявлений экс-председателя Народной республиканской партии (НРП) Николае Андроника, который тогда и не фигурировал в списках ЦСМ. Представитель Компании «Teleradio-Moldova» объяснил, что информация в том виде, в котором прозвучала в программе «Mesager», позаимствована у информационного агентства «Молдпрес», и заявил о намерении обжаловать решение ЦИК в судебном порядке.

25 марта представители Альянса «Молдова ноастрэ» (АМН) пикетировали Компанию «Teleradio-Moldova»; пикет проводился в знак протеста против того, что, по мнению АМН, в информационных выпусках Партии коммунистов Республики Молдова (ПКРМ) предоставляется больше площади, чем остальным конкурентам по выборам. АМН потребовал от Наблюдательного совета пересмотреть издательскую политику Компании «Teleradio-Moldova», провести учет эфирного времени, выделенного Партии коммунистов в информационных сообщениях, и вычесть его объем из платной рекламы этого конкурента по выборам до завершения избирательной кампании с тем, чтобы частично восстановить равноправие в отношении остальных конкурентов.

4. Результаты мониторинга. Аудиовизуальные СМИ

4.1 Включение в избирательную кампанию

4.1.1 ТВ

В период с 12 по 18 марта на каналах «Moldova 1», «TV 7» и «EU TV» объем специальных предвыборных программ – предвыборных дебатов – превысил объем сообщений на тему выборов. Как и в предыдущий период наблюдения, самый большой объем сообщений предвыборной тематики передали в эфир «Moldova 1» и «NIT». По сравнению с предыдущим периодом увеличилась продолжительность программ по гражданскому воспитанию избирателей – с 1 869 сек. до 10 173 сек., вместе с тем, объем предвыборной рекламы увеличился с 13 539 сек. до 19 453 сек. Как и в предыдущий период, в тематике информационных выпусков преобладала политика и избирательный процесс. Присутствует и экономическая тема (Диаграммы 1, 1.1).

Диаграмма 1. Объем материалов, распространенных в период 12-18 марта 2009 года телеканалами, сек.

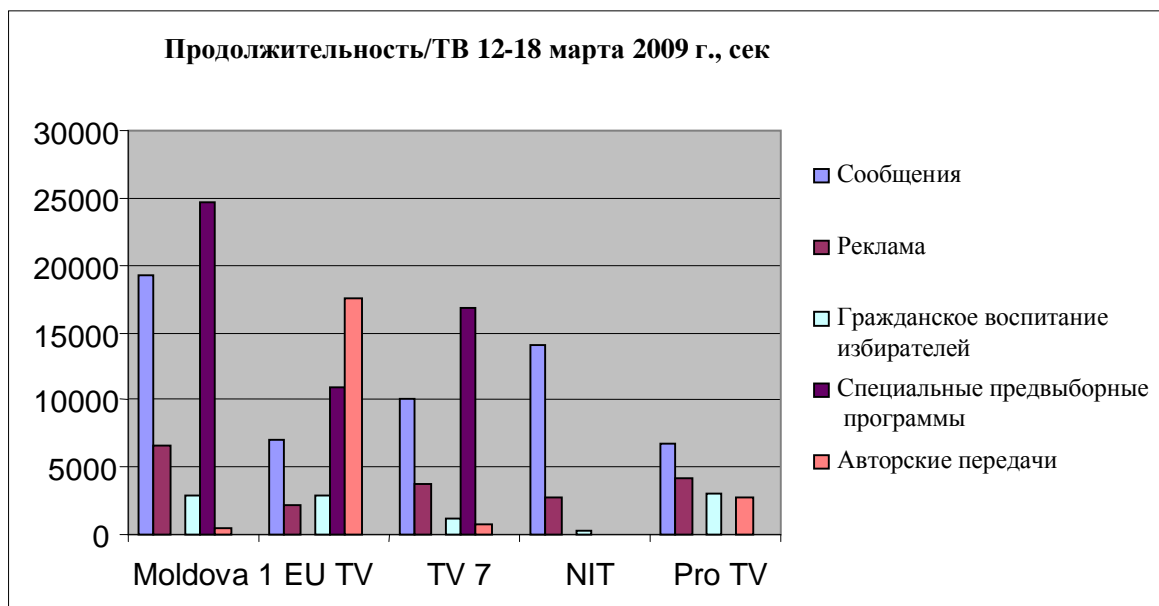
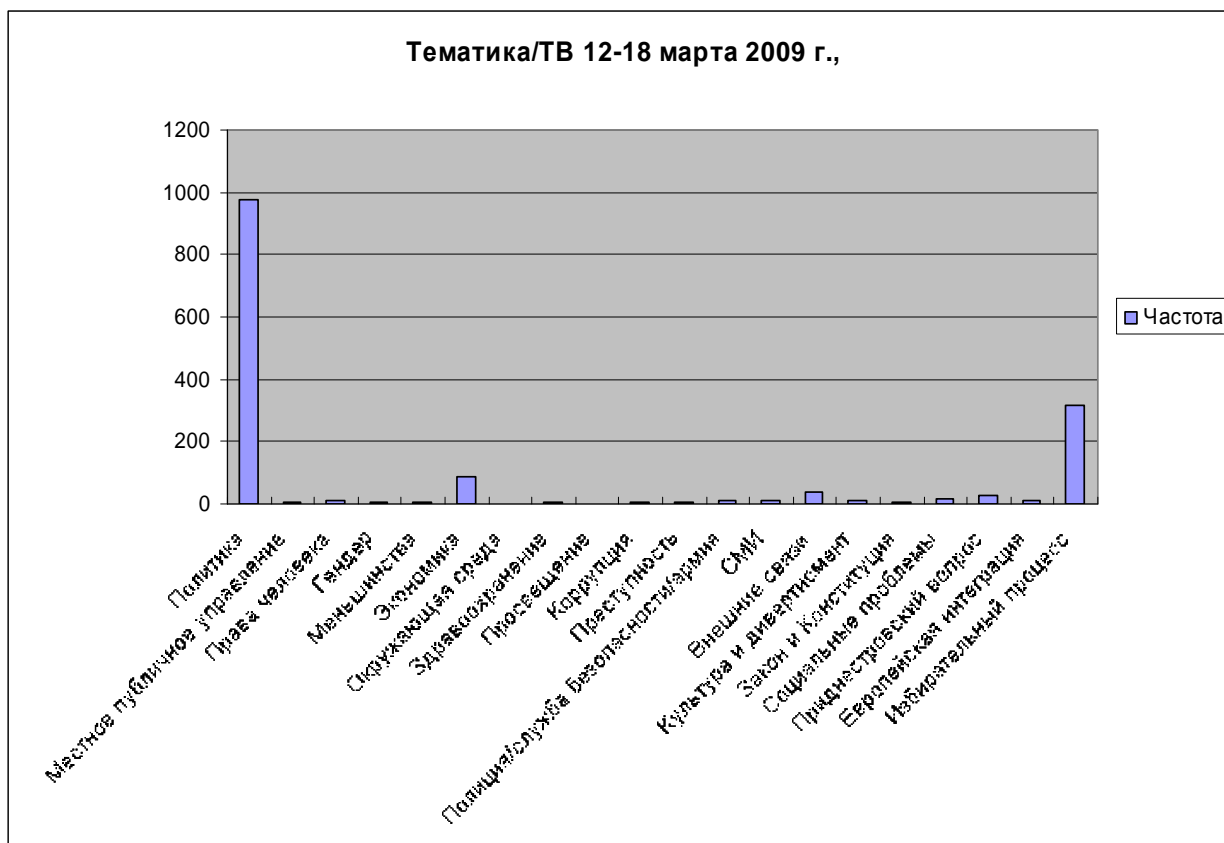


Диаграмма 1.1 Тематика предвыборных сообщений, распространенных в период 12-18 марта 2009 года телеканалами



4.1.2 Радиостанции

В период с 12 по 18 марта продолжительность предвыборных дебатов возросла с 22 955 сек. до 42 374 сек. Канал «Antena C» дебатов не организовывал, но, как и прежде, распространил наибольшее количество сообщений на тему выборов. По сравнению с предыдущим периодом мониторинга наблюдается снижение объема авторских передач – с 42 798 до 26 379 сек., тогда как объем материалов по гражданскому воспитанию избирателей увеличился с 63 сек. до 4 037 сек., а предвыборной рекламы – с 7 480 сек. до 8 334 сек. Как и на каналах TV, в тематике предвыборных сообщений, распространенных радиостанциями, преобладала политика, избирательный процесс и в меньшей степени – экономические и социальные проблемы (Диаграмма 2; 2.1).

Диаграмма 2. Объем материалов, переданных в период 12-18 марта 2009 года радиостанциями, сек.

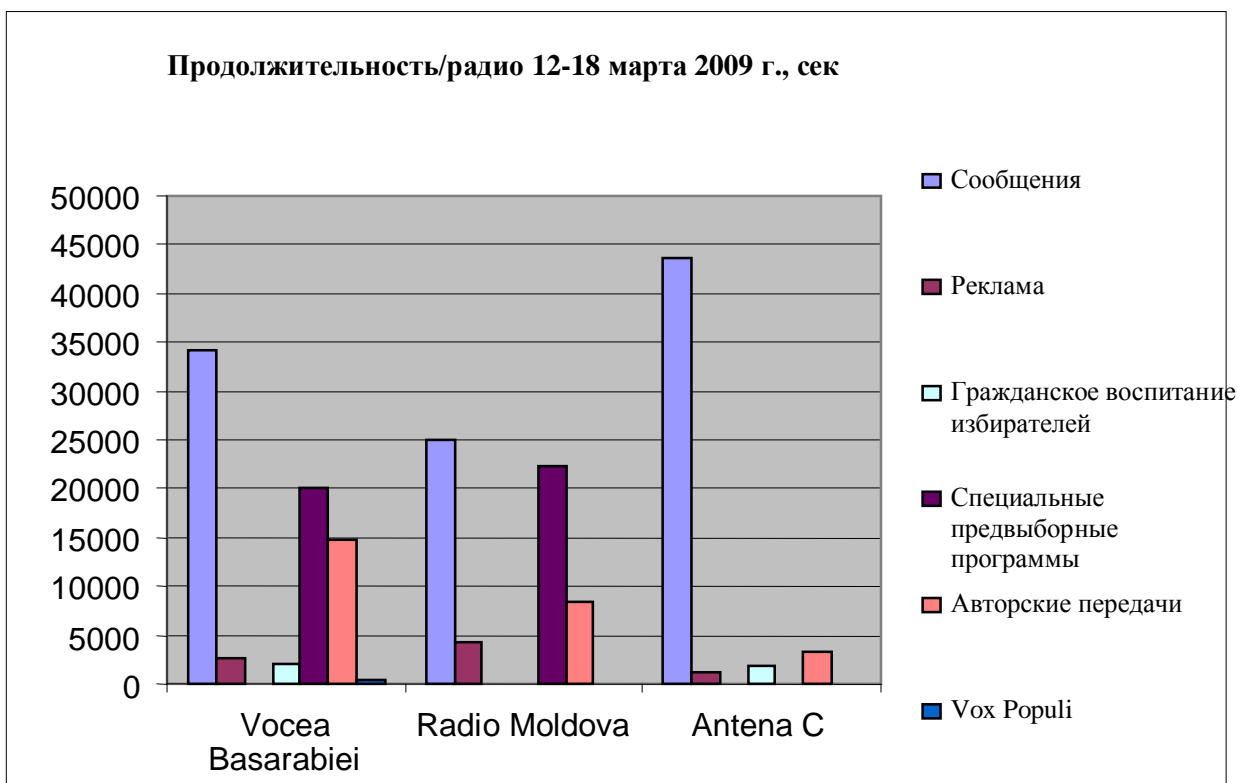
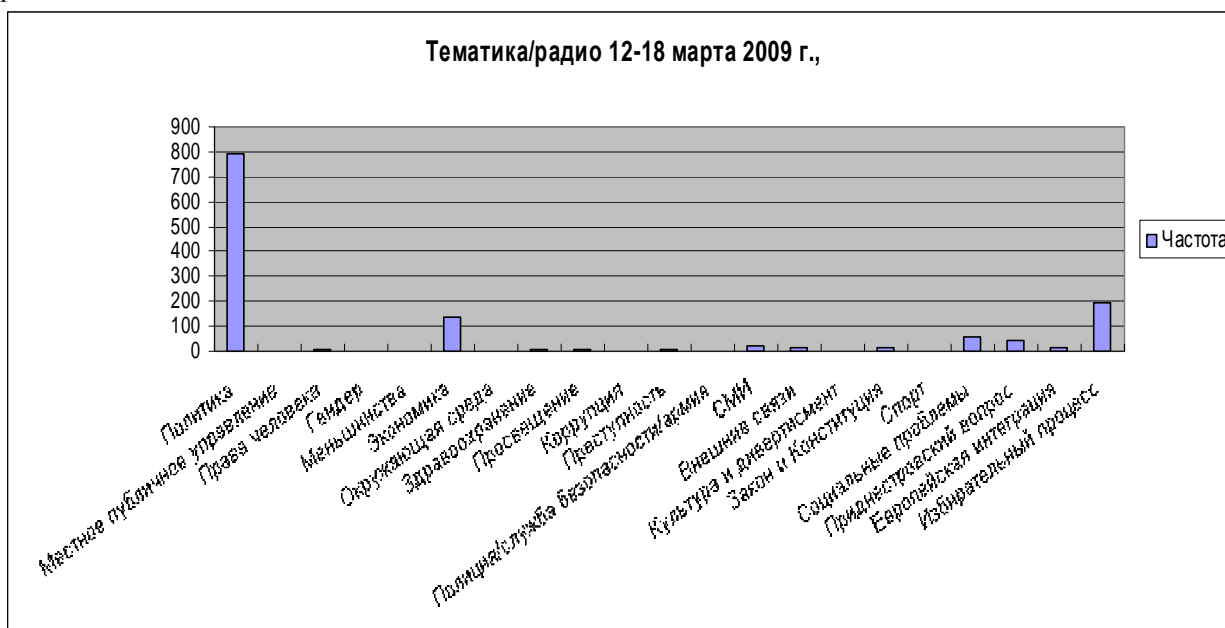


Диаграмма 2.1 Тематика предвыборных сообщений, переданных в период 12-18 марта 2009 года радиостанциями



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

Канал «Moldova 1» продолжал предоставлять эфир в основном представителям власти, в ущерб интересам оппозиционных партий. В период с 12 по 18 марта 2009 года представители правительства, других государственных учреждений, президент Республики Молдова, председатель Парламента и другие представители ПКРМ

цитировались 110 раз и были представлены на телеэкране в течение 2071 секунды. Остальные партии и независимые кандидаты, вместе взятые, упоминались как источники информации 39 раз, их представители присутствовали в кадре в течение лишь 572 секунд. Следует отметить, что, согласно специализированным исследованиям, частое, но непродолжительное появление или цитирование конкурента по выборам более эффективно, чем менее частое, но более продолжительное цитирование или присутствие в кадре.

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

Код	Продолжительность появления	Продолжительность включения	Частота
ПРАВ	814	735	45
ПРЕЗ	782	247	39
ДГУ	252	231	13
ПАРЛ	143	100	11
ХДНП	100	90	9
ДП	225	203	7
ЛДПМ	59	52	6
ДЕД	98	59	5
ЛП	26	26	5
ЦС	0	0	3
ПКРМ	80	50	2
АМН	14	10	2
СДП	25	21	1
УШ	25	19	1

На «НИТ», как и в предыдущий период, дисбаланс цитирования источников сообщений предвыборного характера сохранился в пользу правящей партии. Правительство, президент Республики Молдова, председатель Парламента и другие представители ПКРМ цитировались в качестве источников сообщений 92 раза, остальные партии – 37 раз. Продолжительность пребывания их на экране составила, соответственно, 3 180 сек. и 750 сек.

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

Код	Продолжительность появления	Продолжительность включения	Частота
ПРЕЗ	2149	991	44
ПРАВ	272	390	21
ПКРМ	380	323	16
ЦС	381	19	13
ДГУ	334	285	10
ЛП	92	30	6
ХДНП	87	78	6
ЛДПМ	52	29	4
АМН	12	0	4
ДП	89	62	2
СДП	37	37	2

«PRO TV» продолжал освещать действия властей так же, как и остальных конкурентов по выборам. Правительство, представители других государственных учреждений, президент Республики Молдова, председатель Парламента и другие представители ПКРМ цитировались в качестве источников 36 раз, АМН – 16, ДП – 13, ЛДПМ – 13. По продолжительности пребывания на экране лидируют PD – 202 сек., АМН – 170 сек., ЛДПМ – 78 сек. Представители власти заняли 231 сек. эфирного времени.

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

Код	Продолжительность появления	Продолжительность включения	Частота
АМН	170	138	16
ПКРМ	131	111	14
ДП	202	96	13
ЛДПМ	78	69	13
ДГУ	0	0	8
ПРЕЗ	85	0	7
СДП	43	36	7
ПРАВ	15	0	7
ДЕД	66	22	6
ХДНП	47	39	4
АЛП	35	20	4
СБ	0	0	4
ЦС	43	0	3
ЛП	36	36	2
УШ	0	10	1
АВ	0	0	1

На «EU TV» в сообщениях на предвыборную тематику лидирует – как по частоте, так и по объему отведенного времени – ХДНП, которая цитировалась в качестве источника 13 раз с продолжительностью пребывания на экране 276 секунд. Представители других государственных учреждений, президент Республики Молдова, председатель Парламента и другие представители ПКРМ цитировались в качестве источников 10 раз и присутствовали в кадре в течение 241 секунды, АМН – 7 раз, 39 сек., ЛДПМ – 5 раз, 17 сек.

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

Код	Продолжительность появления	Продолжительность включения	Частота
ХДНП	276	245	13
АМН	39	28	7
ЛДПМ	17	11	5
ПРАВ	119	113	4
ЛП	84	84	3
ПРЕЗ	62	16	3
ПКРМ	60	34	3
ДП	27	27	1
УШ	19	11	1

На «TV 7» в сообщениях предвыборного характера наиболее часто цитировалась в качестве источника ДП – 24 раза. Правительство, представители других государственных учреждений, президент Республики Молдова, председатель Парламента и другие представители ПКРМ упоминались как источники информации предвыборной тематики 16 раз, ЛДПМ – 14, ХДНП – 13 раз. По продолжительности пребывания на экране TV лидирует ДП – 735 сек., затем следуют ЛДПМ – 434 и ХДНП – 343 сек. Правительство, президент Республики Молдова и другие представители ПКРМ присутствовали в кадре в течение 434 сек.

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

Код	Продолжительность появления	Продолжительность включения	Частота
ДП	735	621	24
ЛДПМ	434	308	14
ХДНП	343	272	13
ПРЕЗ	306	148	12
АМН	283	267	11
СДП	322	234	10
РАВН	42	36	8
ЦС	124	86	6
ПКРМ	128	66	3
АВ	38	38	2
ПРАВ	0	0	1

На «Radio Moldova» в сообщениях предвыборной тематики, как и в предыдущий период наблюдения, в качестве источников информации доминировали представители правительства и других государственных учреждений, а также президент Республики Молдова, председатель Парламента и другие представители ПКРМ, которые цитировались 144 раза и выступали в общей сложности 2673 секунды. Остальные конкуренты по выборам были представлены как источники 40 раз, продолжительность их включений в целом составила 521 сек.

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

Код	Продолжительность включения	Частота
ПРЕЗ	64	58
ПРАВ	2017	57
ДГУ	557	20
ХДНП	135	7
ЛДПМ	77	8
ДП	209	6
ЦС	0	6
ПАРЛ	0	6
ДЕД	75	5
АМН	25	5
ПКРМ	35	3
ЛП	0	3
СДП	0	2

В сообщениях предвыборной тематики, распространенных каналом «Antena C», правительство, представители других государственных учреждений, президент Республики Молдова, председатель Парламента и другие представители ПКРМ упоминались в качестве источников информации 220 раз, общая продолжительность их выступлений составила 1366 секунд. Остальные конкуренты по выборам цитировались как источники 196 раз, продолжительность их выступлений в общей сложности составила 1972 сек.

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

Код	Продолжительность включения	Частота
ПРАВ	350	107
ПРЕЗ	624	55
ПКРМ	370	37
ЛП	778	36
ЛДПМ	165	27
ЦС	142	25
ДЕД	335	28
АМН	80	24
СДП	155	22
ХДНП	86	12
ДП	231	11
ПАРЛ	0	11
ДГУ	22	10
РАВН	0	6
РП	0	5

В период с 12 по 18 марта на «Vocea Basarabiei» правительство, представители других государственных учреждений, президент Республики Молдова, председатель Парламента и другие представители ПКРМ цитировались в качестве источников информации предвыборного характера 96 раз, АМН – 41, ЛДПМ – 37, ДЕД – 26 раз. По продолжительности включений лидирует ЛДПМ – 1082 сек., затем следуют АМН – 1078 сек., ДЕД – 536 сек., СДП – 461 секунда. Правительство, другие представители государственных учреждений, президент Республики Молдова, председатель Парламента и другие представители ПКРМ выступали на «Vocea Basarabiei» в рамках сообщений предвыборной тематики в общей сложности 160 секунд. Примечательно, что представители власти, как правило, отказываются сотрудничать с этим каналом.

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

Код	Продолжительность включения	Частота
АМН	1078	41
ПРЕЗ	20	41
ЛДПМ	1082	37
ПРАВ	129	33
ДЕД	536	26
ПКРМ	11	17
ЦС	192	15

СДП	461	12
ДП	212	12
ХДНП	243	9
ЛП	70	5
УШ	362	4
ДГУ	0	4
СТ	0	2
РАВН	0	1
ПАРЛ	0	1

4.3 Конкуренты по выборам, представленные в информационных выпусках, прямо или косвенно, в выгодном либо невыгодном свете, – частота

4.3.1 TV

В период с 12 по 18 марта 2009 года «*Moldova 1*», «*NIT*», «*Radio Moldova*» и «*Antena C*» продолжали откровенно рекламировать правящую партию, широко освещая ее действия в контексте предстоящих выборов, в то же время представляя в негативном свете одних конкурентов по выборам, в частности, ЛДПМ, ЛП, АМН, ЦСМ и игнорируя других (Диаграммы 3-6).

Эти каналы придавали ярко выраженный предвыборный характер сообщениям о приезде болгарского президента в Кишинев, о посещении обоими президентами Тараклийского университета, подчеркивая вклад президента Воронина в открытие этого вуза. По-прежнему широко рекламировались планы развития Джурджулештского порта, отплытие из него первого пассажирского судна в присутствии президента Воронина («выход к морю на 650-ом году с момента основания молдавского государства»), индексация пенсий, «расширение гаммы электронных услуг», усилия НБМ по поддержанию курса лея вопреки «дестабилизирующим» действиям ряда оппозиционных партий», ввод в эксплуатацию нового здания КСТР в присутствии В.Воронина, книга Зураба Годуа «*Moldova și comuniștii moldoveni*» («Молдова и молдавские коммунисты»), в которой говорится, что только с приходом к власти коммунистов Республика Молдова перешла «от хаоса к порядку», «государство выполнило свои обязательства по защите прав ребенка» и т.д.

На «*Moldova 1*», в сравнении с предыдущим периодом наблюдения (5-11 марта), доля благоприятных для ПКРМ сообщений в общем объеме информации предвыборного характера несколько сократилась (с 24% до 20,4%). На «*Radio Moldova*» этот показатель остался таким же (31,9% против 31,2% в предыдущий период). На канале «*Antena C*» доля сообщений, благоприятных для правящей партии, увеличилась с 31% до 35,4%, а на канале «*NIT*» незначительно сократилась (с 26,3% до 25,4%). Для сравнения: на «*EU TV*» этот показатель составил в анализируемый период 3,6% против 6% в период 5-11 марта этого года.

Примеры дискредитации оппозиционных партий: на основании сообщения агентства «*Omega*» канал «*Moldova 1*» в выпуске новостей от 15 марта проинформировал, что «Единая Россия» отрицает сотрудничество с ЦСМ, о котором сообщало ранее формирование Василе Тарлева. Центристскому союзу не было предоставлено слово ни в рамках этого сообщения, как полагалось, ни после. Эту информацию подхватили также «*NIT*» (16 марта 2009, 20-00), «*Radio Moldova*» (16 марта 2009, 18-00) и «*Antena C*» (17 марта, 17-00). На канале «*NIT*» 16 марта (20-00) и 17 марта (21-30) прозвучало сообщение

о том, что резкие колебания курса лея непосредственно связаны с предвыборной кампанией, и что паника на руку В. Филату и В. Тарлеву; при этом ни одному, ни другому не было предоставлено право на реплику.

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

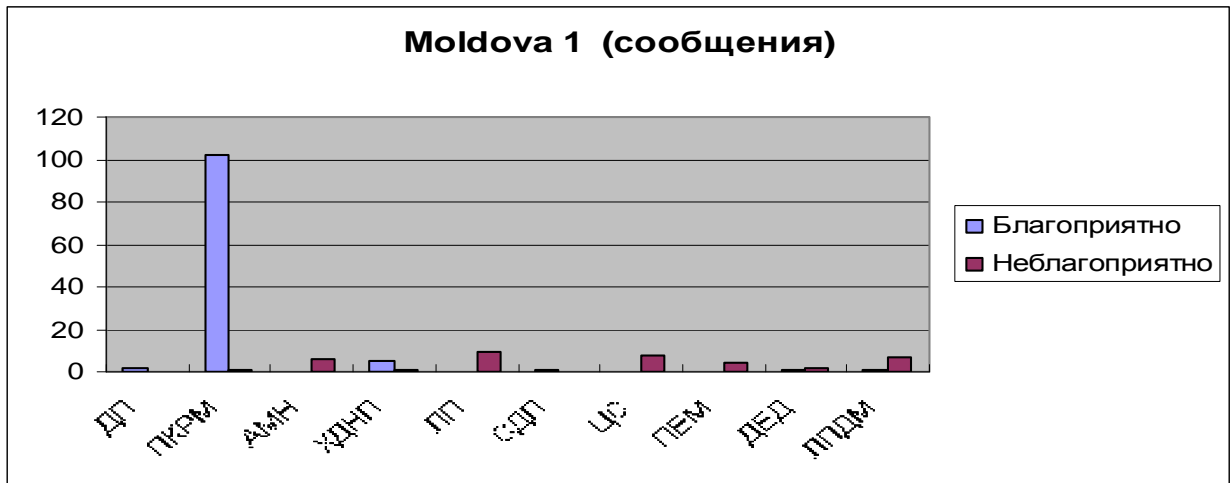


Диаграмма 4. Конкуренты по выборам, благоприятно или неблагоприятно представленные в выпусках новостей на «НИТ» - частота

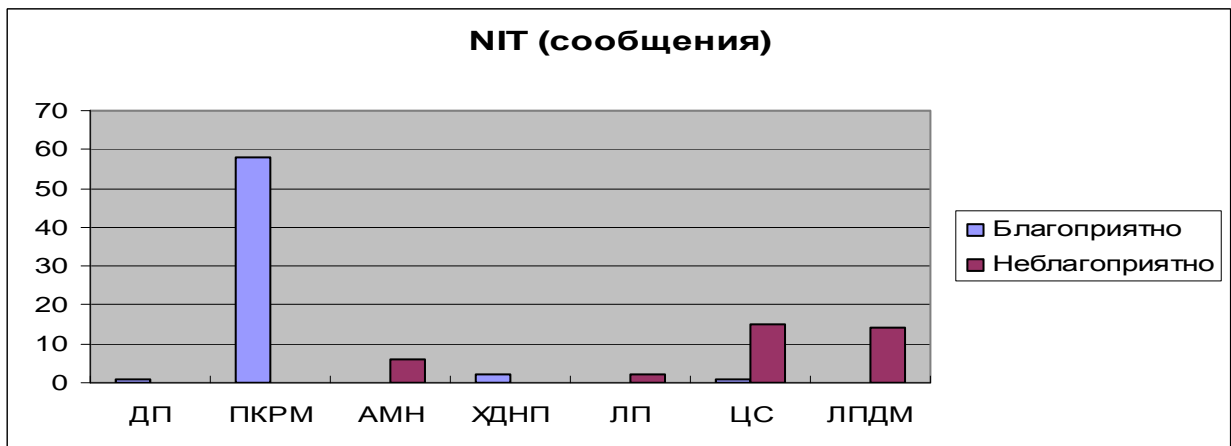


Диаграмма 5. Конкуренты по выборам, благоприятно или неблагоприятно представленные в выпусках новостей на «Radio Moldova» - частота

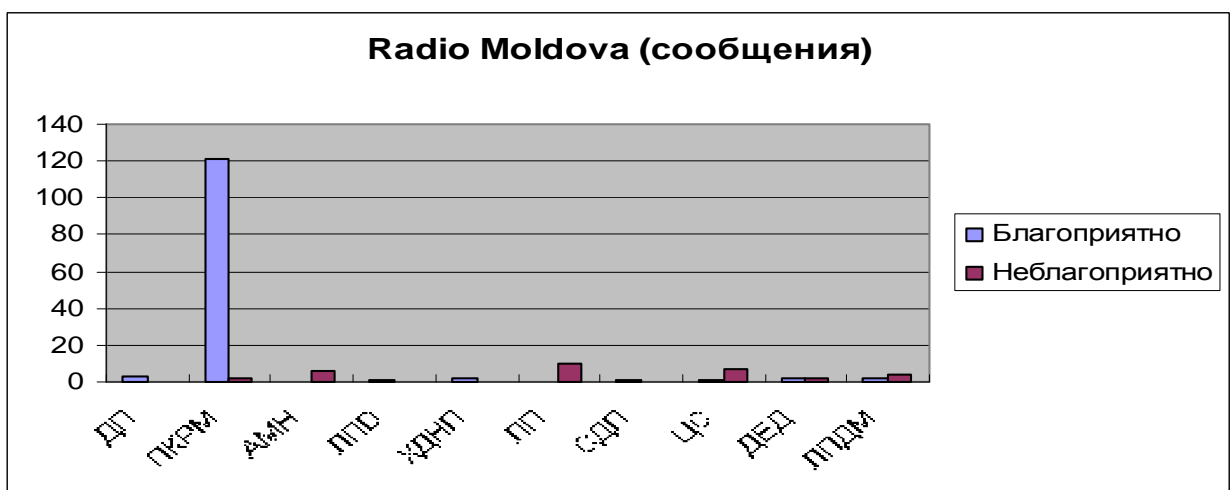
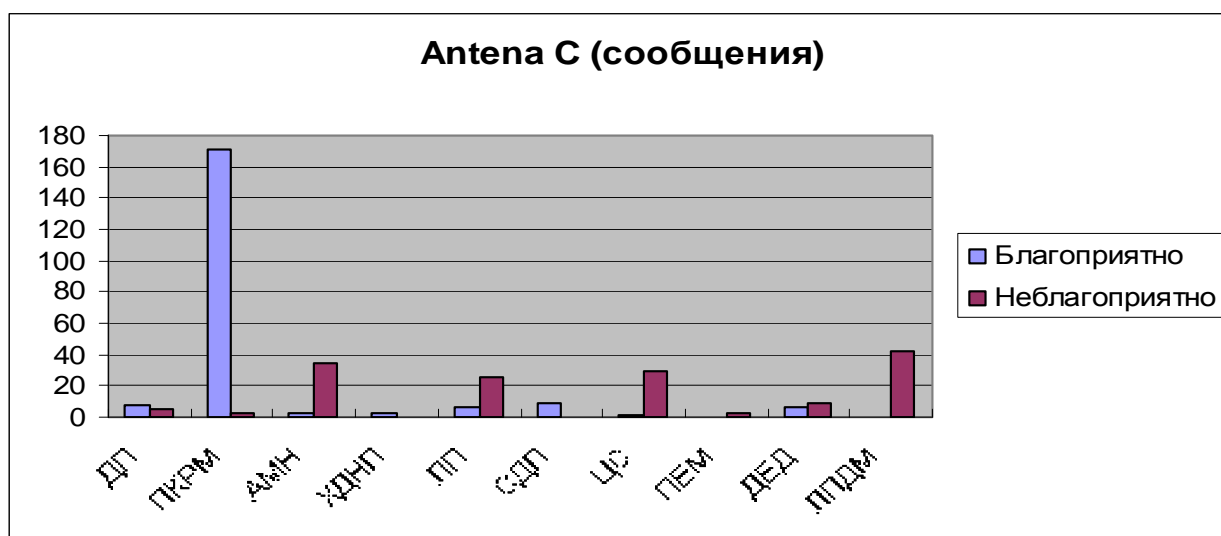
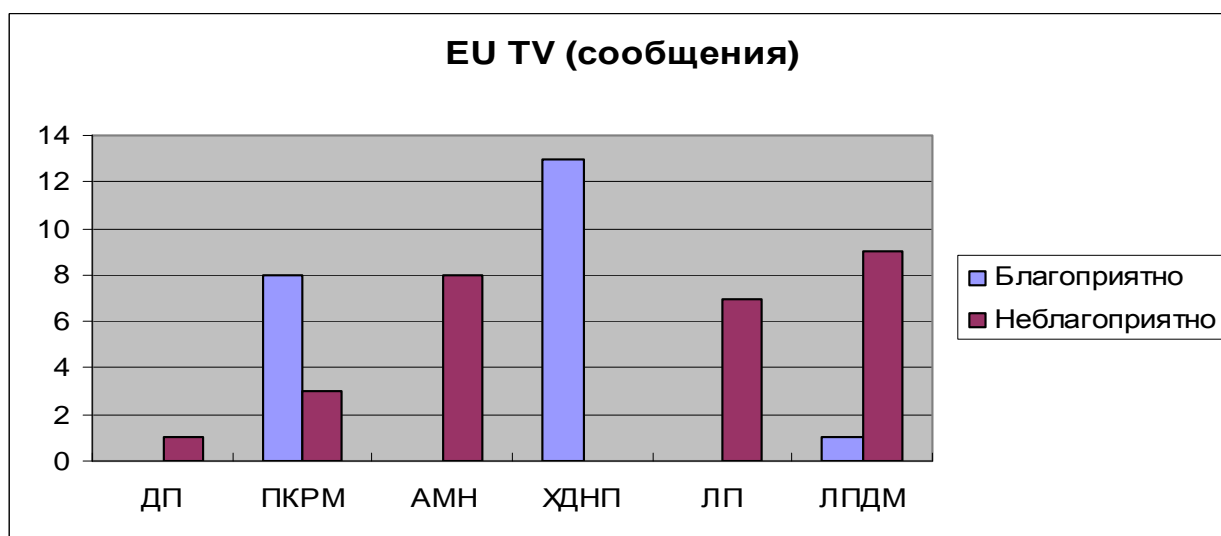


Диаграмма 6. Конкуренты по выборам, благоприятно или неблагоприятно представленные в выпусках новостей на «Antena C» - частота



«EU TV» продолжал представлять в негативном свете оппозиционные партии – ЛДПМ, АМН, ЛП, и ДП, сохранив тенденцию к некоторому благоприятствованию в отношении ХДНП и ПКРМ; правящая партия на этом канале упоминалась и в отрицательном контексте (Диаграмма 7).

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



«PRO TV», «TV 7» и «Vocea Basarabiei» распространяли как негативные, так и благоприятные для ПКРМ сообщения. На этих каналах сохранилась также тенденция к более подробному и объективному освещению действий оппозиционных партий (см. Диаграммы 8-10).

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

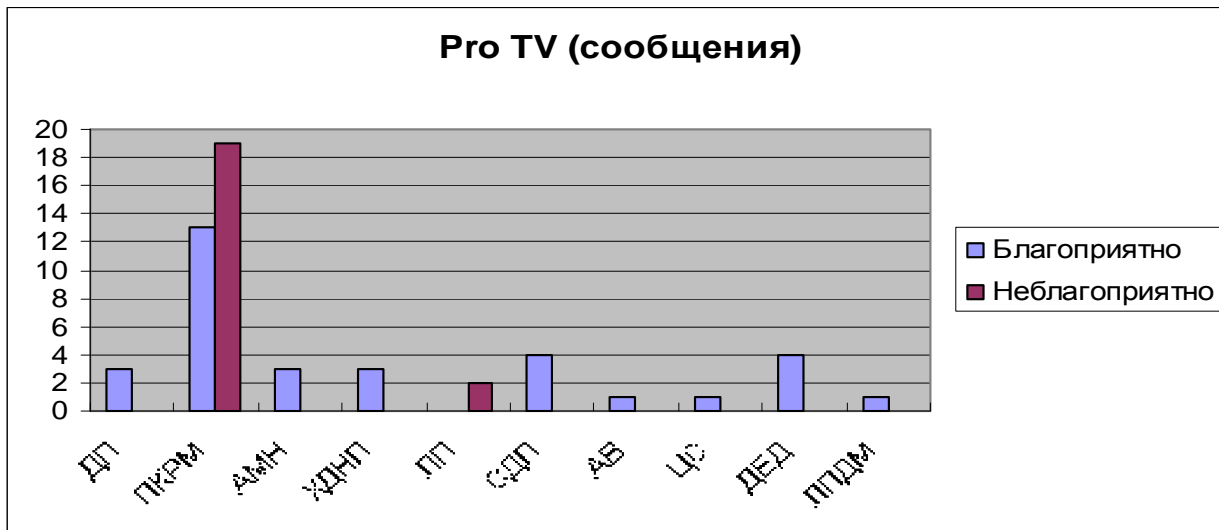


Диаграмма 9. Конкуренты по выборам, благоприятно или неблагоприятно представленные в выпусках новостей на «TV 7» - частота

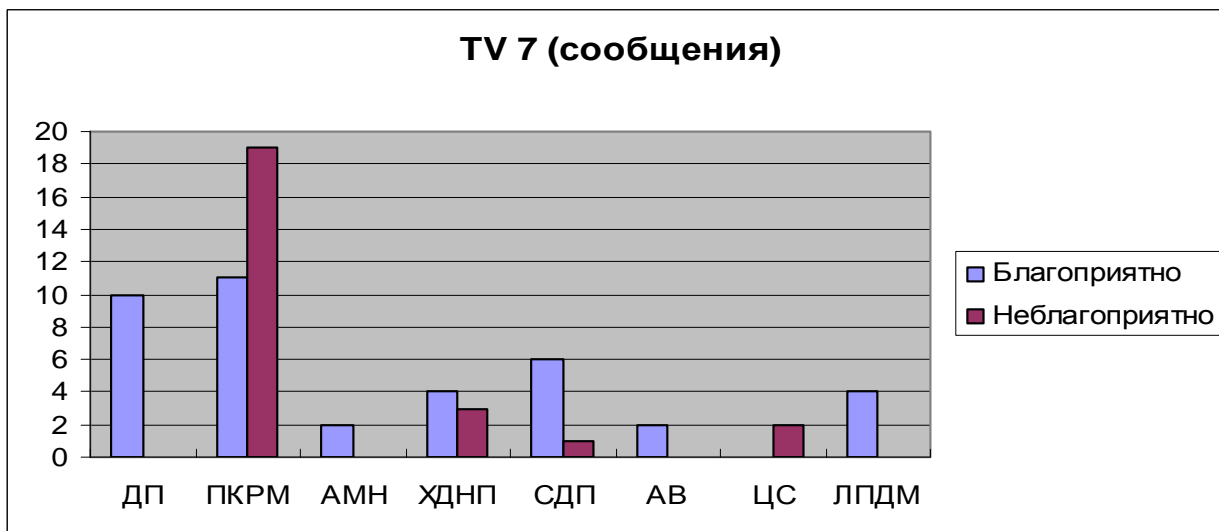
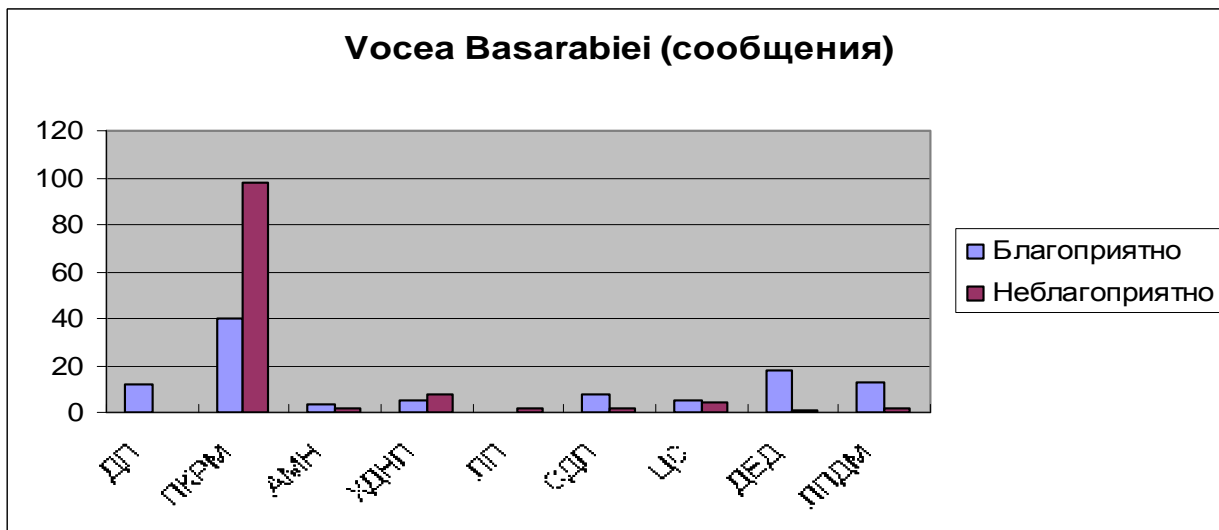


Диаграмма 10. Конкуренты по выборам, благоприятно или неблагоприятно представленные в выпусках новостей на «Vocea Basarabiei» - частота



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 – ЛДПМ, АМН, ЛП, ДП и ЦС, восхваляя иногда ХДНП. Как и в предыдущий период, авторы передач на «Vocea Basarabiei» наиболее часто подвергали критике правящую партию, изредка - ХДНП.

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

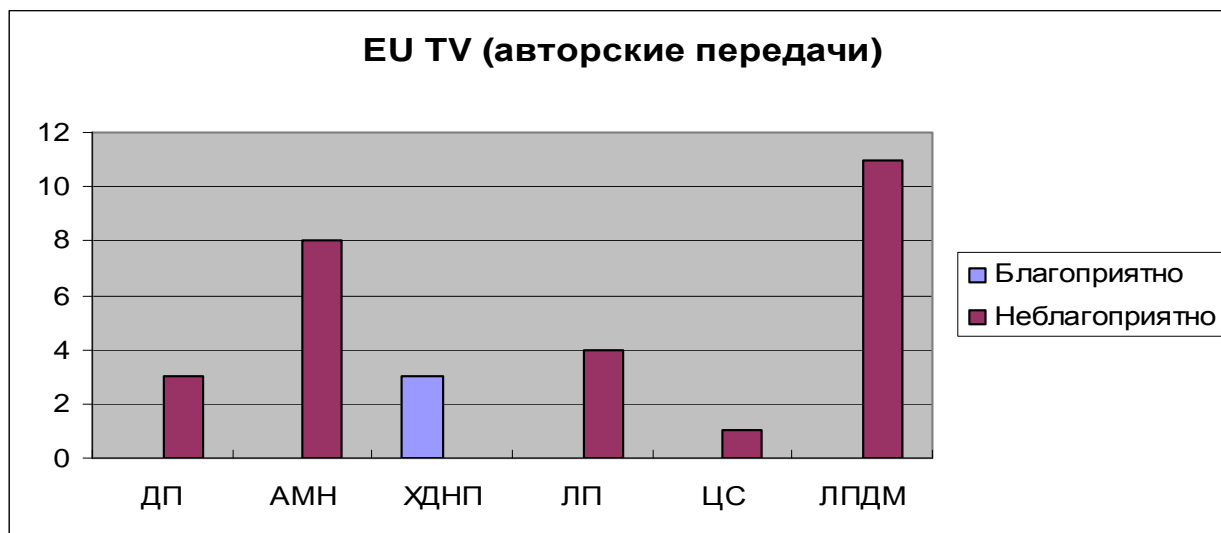
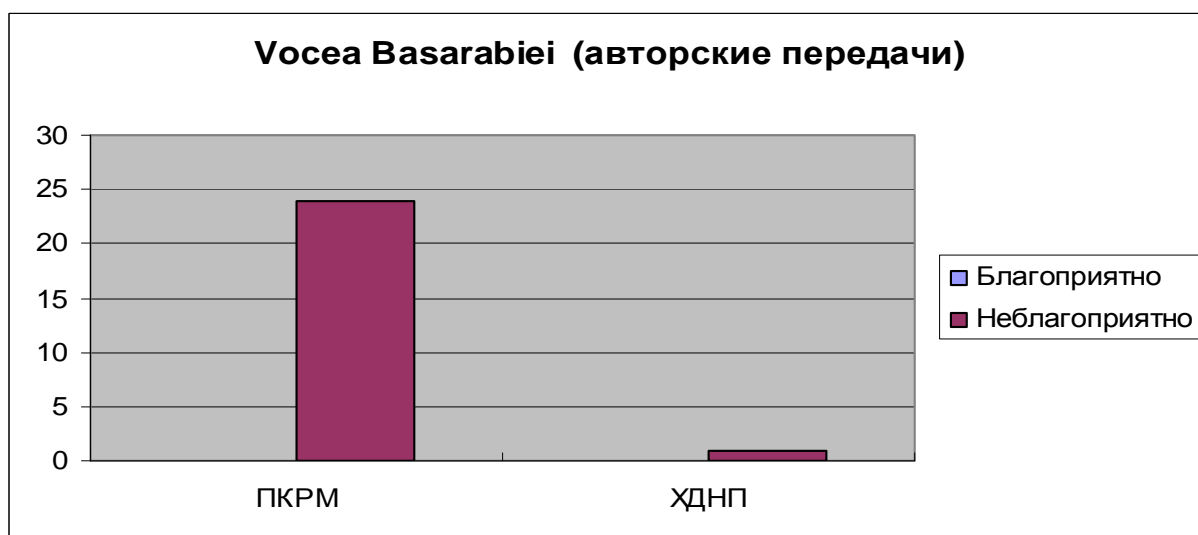


Диаграмма 12. Конкуренты по выборам, благоприятно или неблагоприятно представленные в авторских передачах на «Vocea Basarabiei» - частота



5. Результаты мониторинга. Печатные СМИ/ Информационные агентства/ Информационные порталы

5.1 Включение в избирательную кампанию

5.1.3 Газеты

В период с 12 по 18 марта в 12 анализируемых газетах опубликовано 377 статей, прямо или косвенно посвященных предвыборной тематике. Общая площадь этих материалов составила около 175 тысяч квадратных сантиметров. По сравнению с результатами предыдущей недели мониторинга отмечается рост количества журналистских материалов на эту тему и предоставляемой им газетной площади.

Преобладающий жанр – сообщения, которые составили 47% опубликованных материалов, затем следуют реклама и авторские статьи (по 20%). В сравнении с предыдущей неделей число сообщений уменьшилось, но появилось больше авторских статей.

Общая площадь предвыборной рекламы в 12 газетах, проходящих мониторинг, составила примерно 52 тыс. квадратных сантиметров – почти на 6 тыс. см. больше по сравнению с предыдущим периодом наблюдения.

Кроме того, за анализируемую неделю опубликовано 16 материалов по гражданскому просвещению избирателей, 8 статей, отнесенных к категории «Специальные предвыборные программы» и 4 опроса «Vox populi».

Диаграмма 13. Частота появления статей на страницах анализируемых газет (12-18 марта 2009 года)



«Moldova Suverană» сохраняет лидирующие позиции по площади, отведенной статьям о выборах и конкурентах избирательного процесса (31531 кв. см). «Timpul de dimineață» (27485 кв. см), «Flux» (27450 кв. см), «Независимая Молдова» (24460 кв. см), «Jurnal de Chişinău» (20365 кв. см) и «Молдавские ведомости» (14772 кв. см) также уделяют этой тематике повышенное внимание. Затем в убывающем порядке следуют «СП» (Бэлць), «Cuvântul» (Резина), «Săptămîna», «Комсомольская правда в Молдове», «Вести Гагаузии» (Комрат) и «Realitatea» (Сорока).

Примечание: При сравнительном анализе этих показателей следует учитывать периодичность изданий, а также число полос.

По площади, предоставленной **сообщениям** о выборах и предвыборной кампании в период с 12 по 18 марта, лидирует газета «*Timpul de dimineață*», выделившая более 11500 кв. см, или около половины общей площади, отводимой этой тематике.

Максимальный объем **предвыборной рекламы** опубликовали газеты «*Moldova Suverană*» (более 15500 кв. см) и «*Независимая Молдова*» (7900 кв. см); в обоих случаях речь идет об исключительной рекламе ПКРМ. Газета «*Flux*» публикует рекламу в поддержку ХДНП, которая однако не маркирована соответствующим образом, как того требует Положение об освещении в СМИ кампании по проведению парламентских выборов 5 апреля 2009 года, одобренное Центральной избирательной комиссией. «*Комсомольская правда в Молдове*» и «*Вести Гагаузии*» (Комрат) вообще не публикуют предвыборной рекламы.

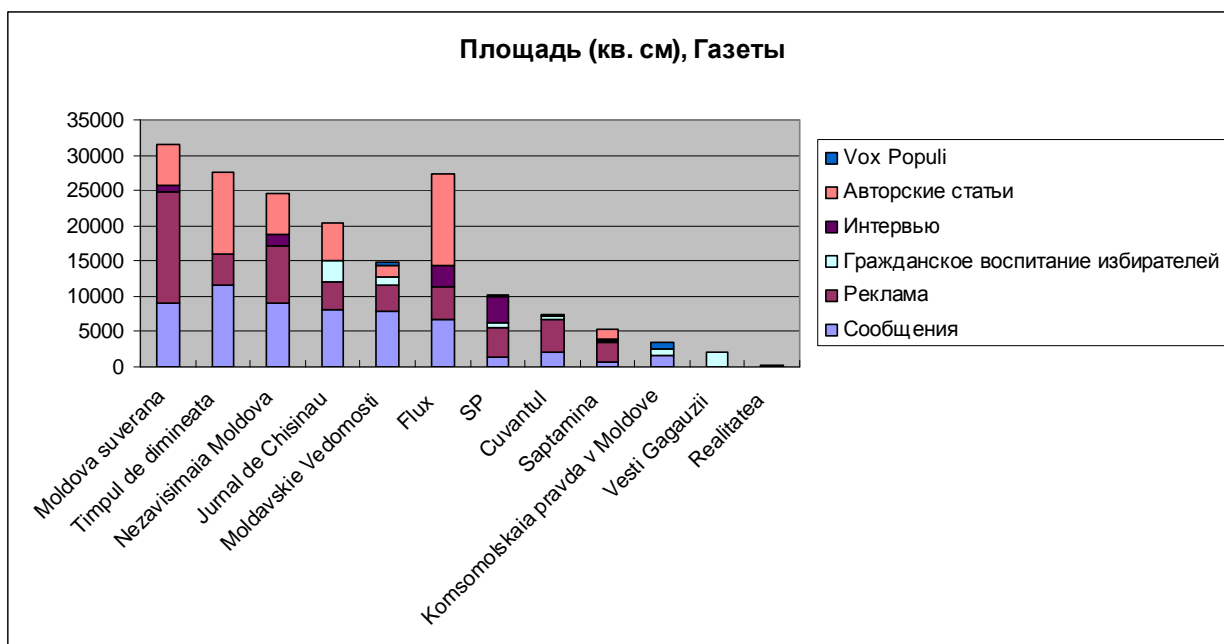
Авторские статьи на тему выборов заняли 26% общей площади материалов, соответствующих тематике мониторинга. Наибольшую площадь выделила авторским и редакционным статьям газета «*Flux*» (около 13000 кв. см, что составляет 47,6% от общей площади, предоставленной газетой для освещения предвыборной кампании). Газета «*Timpul de dimineață*» опубликовала авторские статьи на 11500 тыс. кв. см (42% от общей площади), «*Moldova Suverană*» – более чем на 5800 тыс. кв. см, «*Независимая Молдова*» – более чем на 5700 кв. см, «*Jurnal de Chișinău*» – более чем на 5200 кв. см, остальные анализируемые газеты выделили под авторские статьи значительно меньшую площадь либо вообще не публиковали таких материалов («*Комсомольская правда в Молдове*», «*Вести Гагаузии*», «*Realitatea*»).

Лишь 7 из 12 газет, исследуемых в ходе мониторинга, опубликовали на этой неделе **статьи по гражданскому просвещению избирателей**. В их числе «*Jurnal de Chișinău*», «*Вести Гагаузии*», «*Молдавские ведомости*», «*Комсомольская правда в Молдове*», «*СП*», «*Suvântul*» и «*Săptămîna*». Общая площадь статей по гражданскому просвещению избирателей составила лишь 8552 кв. см, или менее 5% от общей площади, отведенной материалам на тему выборов.

Статьи, которые можно отнести к категории «**Специальные предвыборные программы**» (предвыборные дискуссии и интервью с конкурентами на выборах, немаркированные как реклама) опубликовали газеты «*СП*», «*Flux*», «*Независимая Молдова*», «*Moldova Suverană*» и «*Săptămîna*».

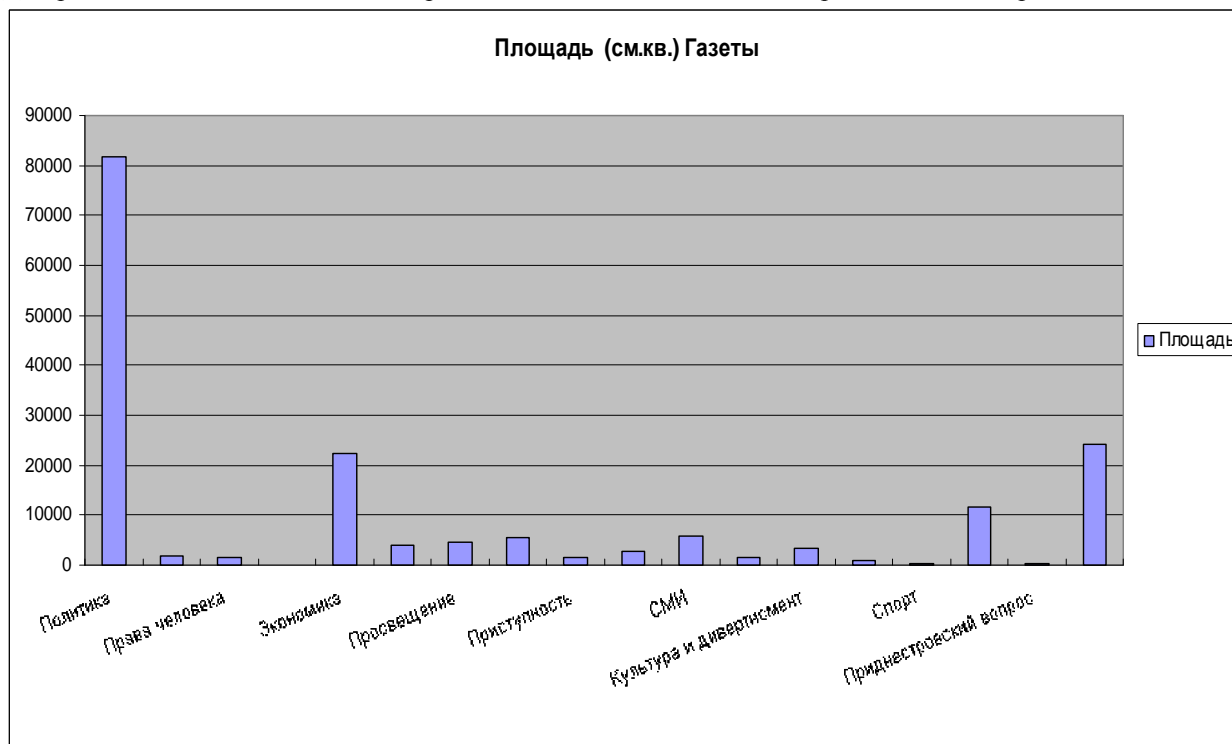
Две газеты – «*Комсомольская правда в Молдове*» и «*Молдавские ведомости*» - опубликовали за этот период **опросы «Vox populi»**, которые прямо или косвенно относились к предвыборной кампании. В опросах газеты «*Комсомольская правда в Молдове*» участвовали и политики. Так, 14 марта Влад Кубряков (ХДНП) отвечал на вопрос газеты о том, как часто нарушаются его права потребителя, а 18 марта Думитру Дьяков (ДП) отвечал на вопрос о том, кого бы он проверил на детекторе лжи.

Диаграмма 14. Площадь и жанры материалов, опубликованных на страницах газет, исследуемых в ходе мониторинга (12-18 марта 2009 года)



Анализируя тематику, можно сказать, что абсолютное большинство материалов, опубликованных в этот период, непосредственно касались политики, экономической ситуации в стране, социальных проблем и избирательного процесса как такового.

Диаграмма 15. Тематика статей на страницах газет, охваченных мониторингом (12-18 марта 2009 года)



5.1.4 Информационные агентства и информационные порталы

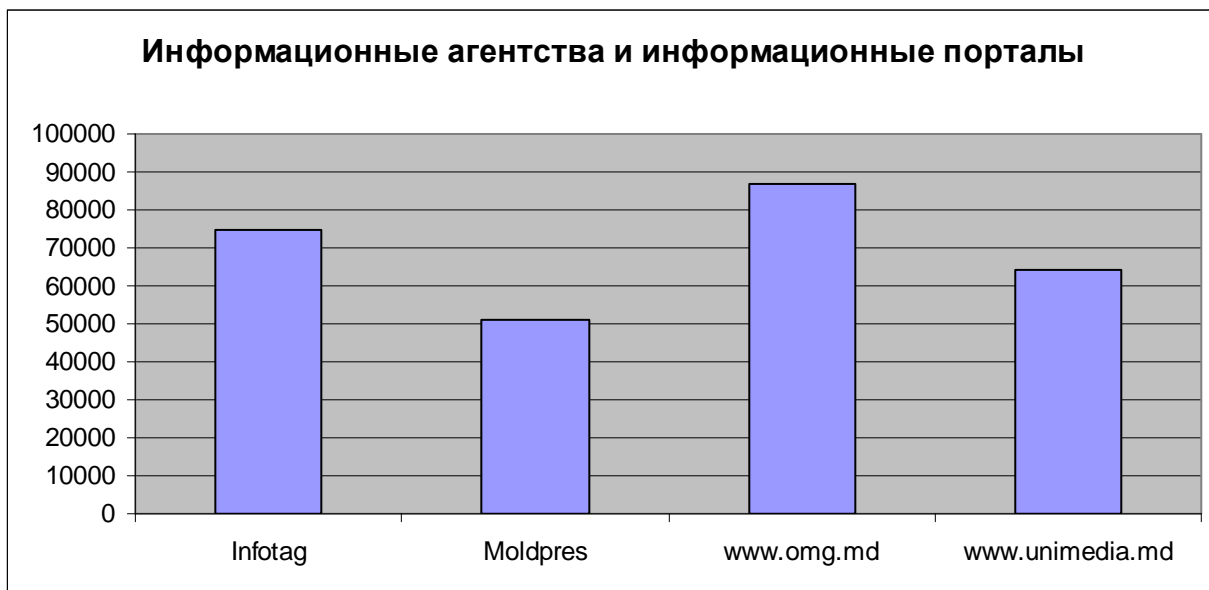
Оба анализируемых агентства - «Молдпрес» и «Инфотаг» - включили за этот период в свои информационные выпуски 85 сообщений, соответствующих тематике мониторинга,

общим объемом свыше 125 тысяч знаков (без пробелов). По сравнению с предыдущей неделей, агентства распространили меньше тематических сообщений, соответственно, уменьшилась и их площадь.

В период с 12 по 18 марта 60% сообщений принадлежали агентству «*Infotag*».

На сайтах www.unimedia.md и www.omg.md интернет-пользователи могли просмотреть в этот период 98 собственных или перепечатанных сообщений общим объемом более 150 тыс. знаков. 2/3 из них пришлись на портал www.omg.md.

Диаграмма 16. Площадь, выделенная сообщениям информационными агентствами и информационными порталами (12-18 марта 2009 года)



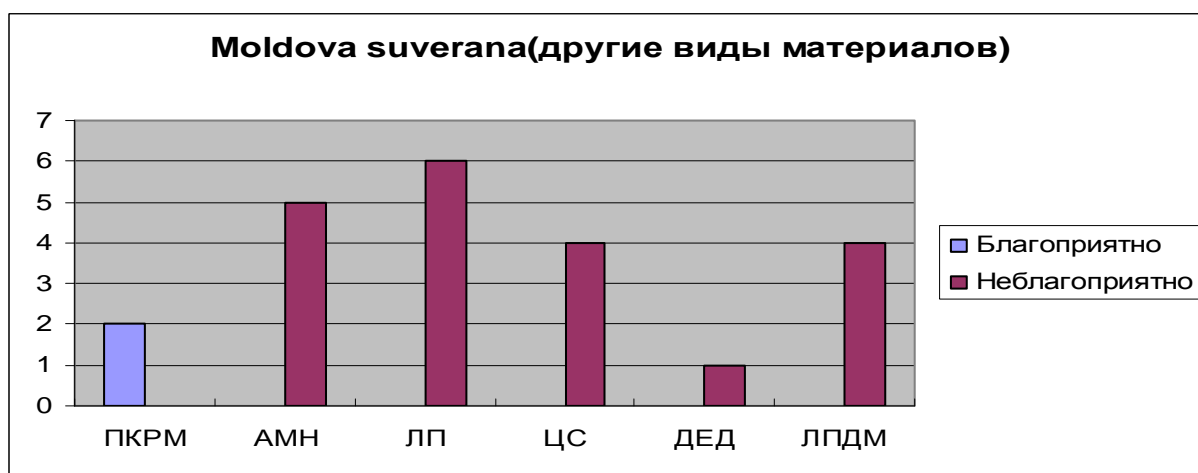
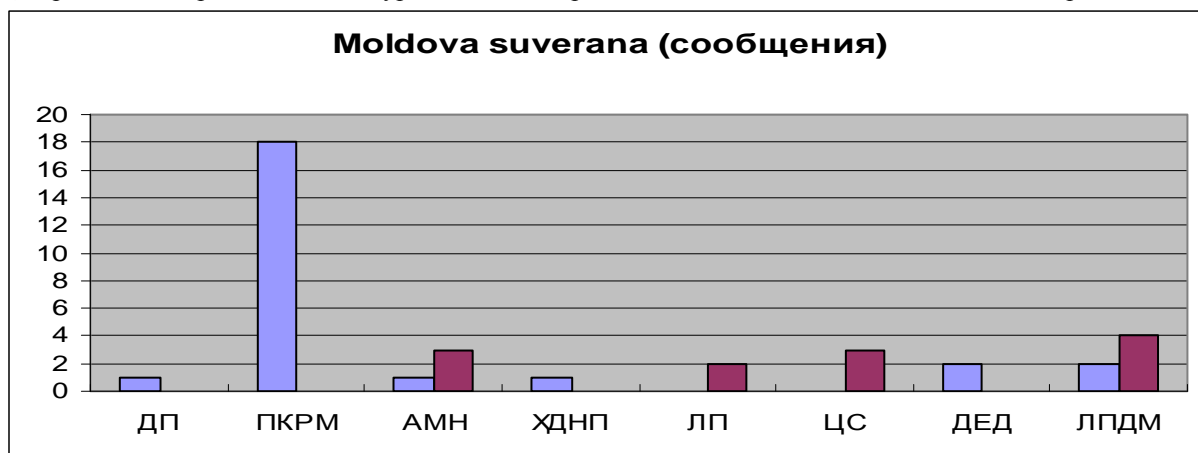
5.2 Кандидаты, благоприятно или неблагоприятно представленные, прямо или косвенно, в сообщениях и авторских статьях - частота

5.2.3. Газеты

В период 12-18 марта газета «*Moldova Suverană*» продолжала откровенно поддерживать одного кандидата на выборах - правящую партию. Эта поддержка была заметна и в авторских статьях, и в опубликованных сообщениях, и в преимущественном размещении предвыборной рекламы ПКРМ на страницах. Во всех 120 сообщениях и авторских материалах, касающихся ПКРМ, «*Moldova Suverană*» представляла этого конкурента в благоприятном контексте. Остальных конкурентов по выборам, в частности, ЛП, АМН, ЛДПМ и ЦСМ, газета жестко критиковала, нередко в издевательском тоне, материалы иллюстрировались карикатурами или коллажами оскорбительного содержания.

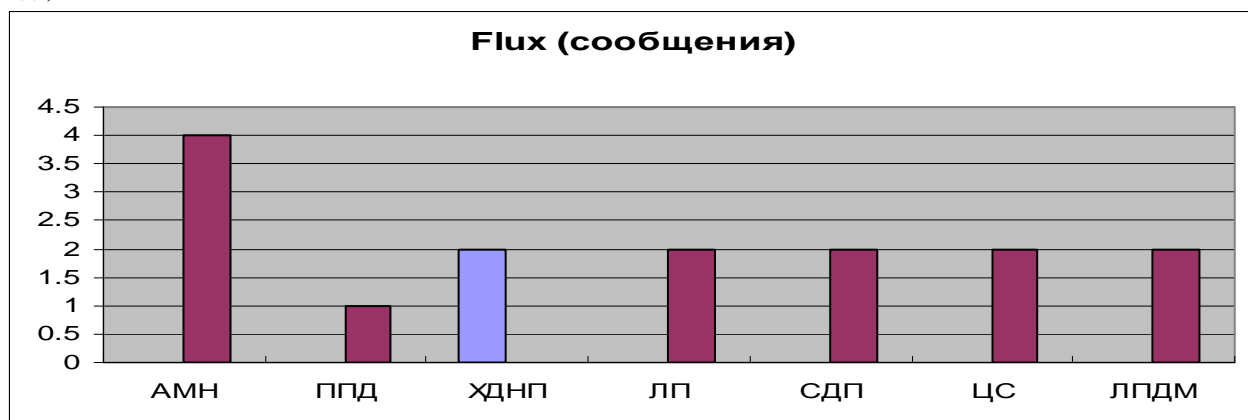
В этот период газета спекулировала предполагаемыми намерениями Румынии дестабилизировать ситуацию в Республике Молдова накануне парламентских выборов, намекая на то, что эти планы согласованы с молдавскими партиями либеральной ориентации.

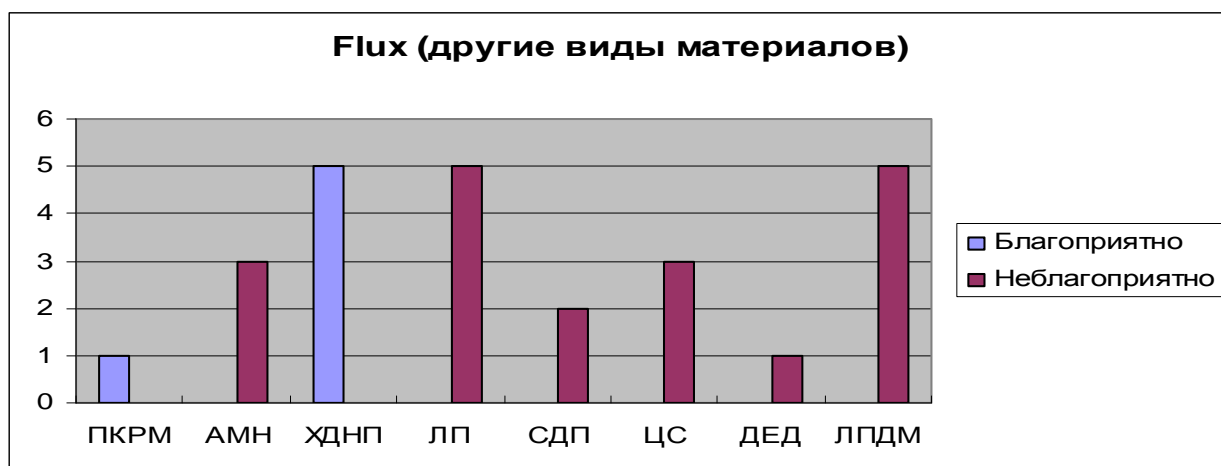
Диаграмма 17. Презентация конкурентов на выборах в газете «Moldova Suverana» (12-18 марта 2009 года)



Газета «Flux» продолжила «войну» с политическими оппонентами ХДНП, перепечатывая отдельные материалы из своего архива или публикуя новые статьи с обвинениями в принадлежности оппонентов к масонским и мафиозным кланам, с использованием агрессивной лексики, нередко в обличительном тоне. Конкуренты по выборам - АМН, ЛДПМ, ЛП, ЦСМ и СДП, эти излюбленные мишени газеты, были представлены исключительно негативно. Вместе с тем, «Flux» публиковал пространные статьи о достижениях в населенных пунктах, примары которых представляют ХДНП, и целые полосы рекламы в поддержку только одного конкурента по выборам, не маркированной должным образом.

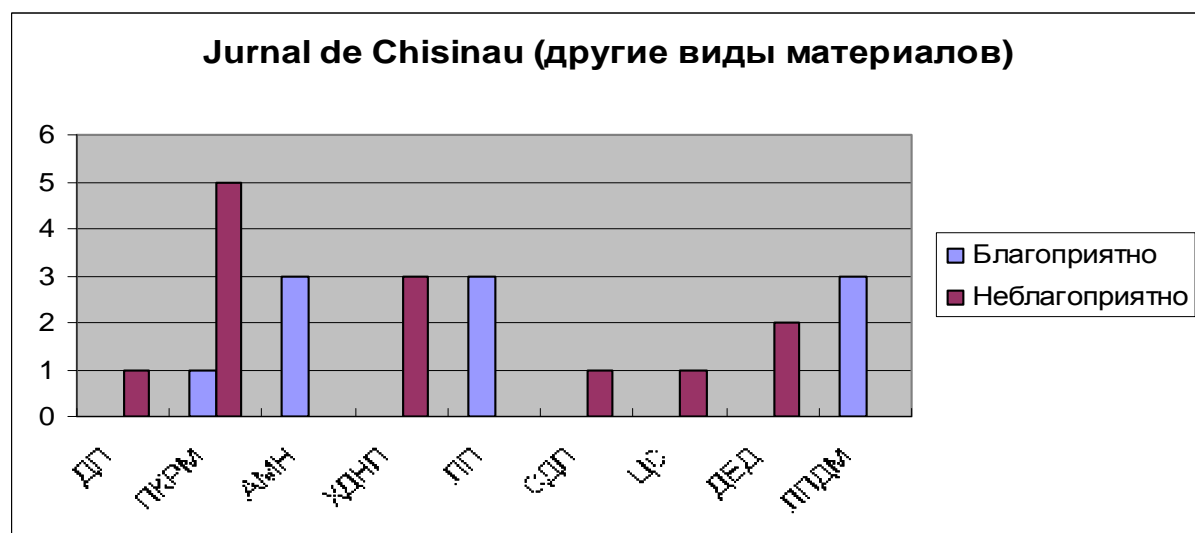
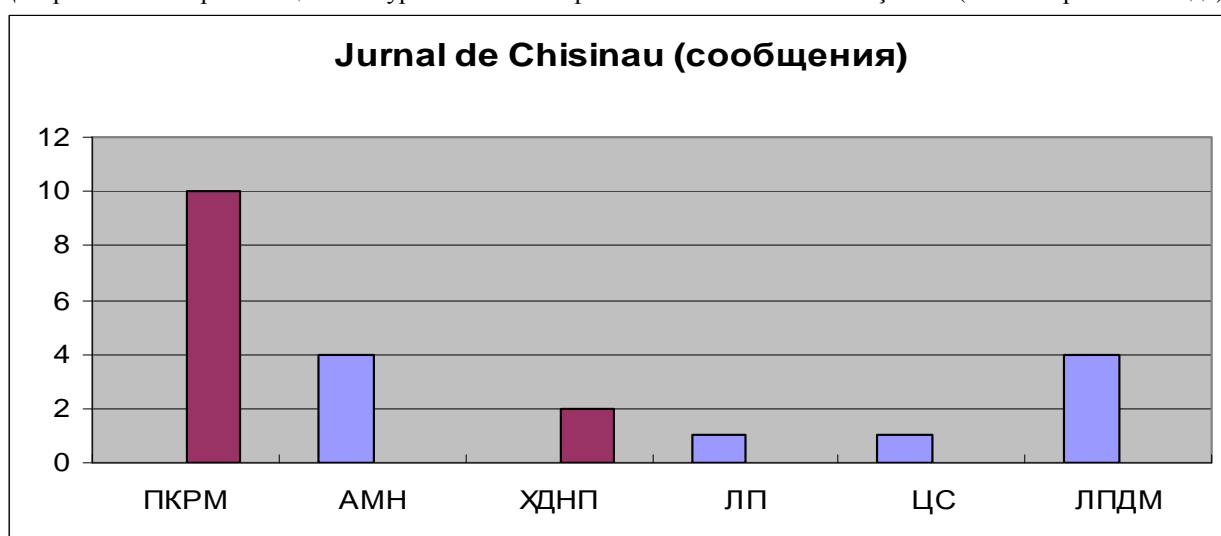
Диаграмма 18. Презентация конкурентов по выборам в газете «Flux» (12-18 марта 2009 года)





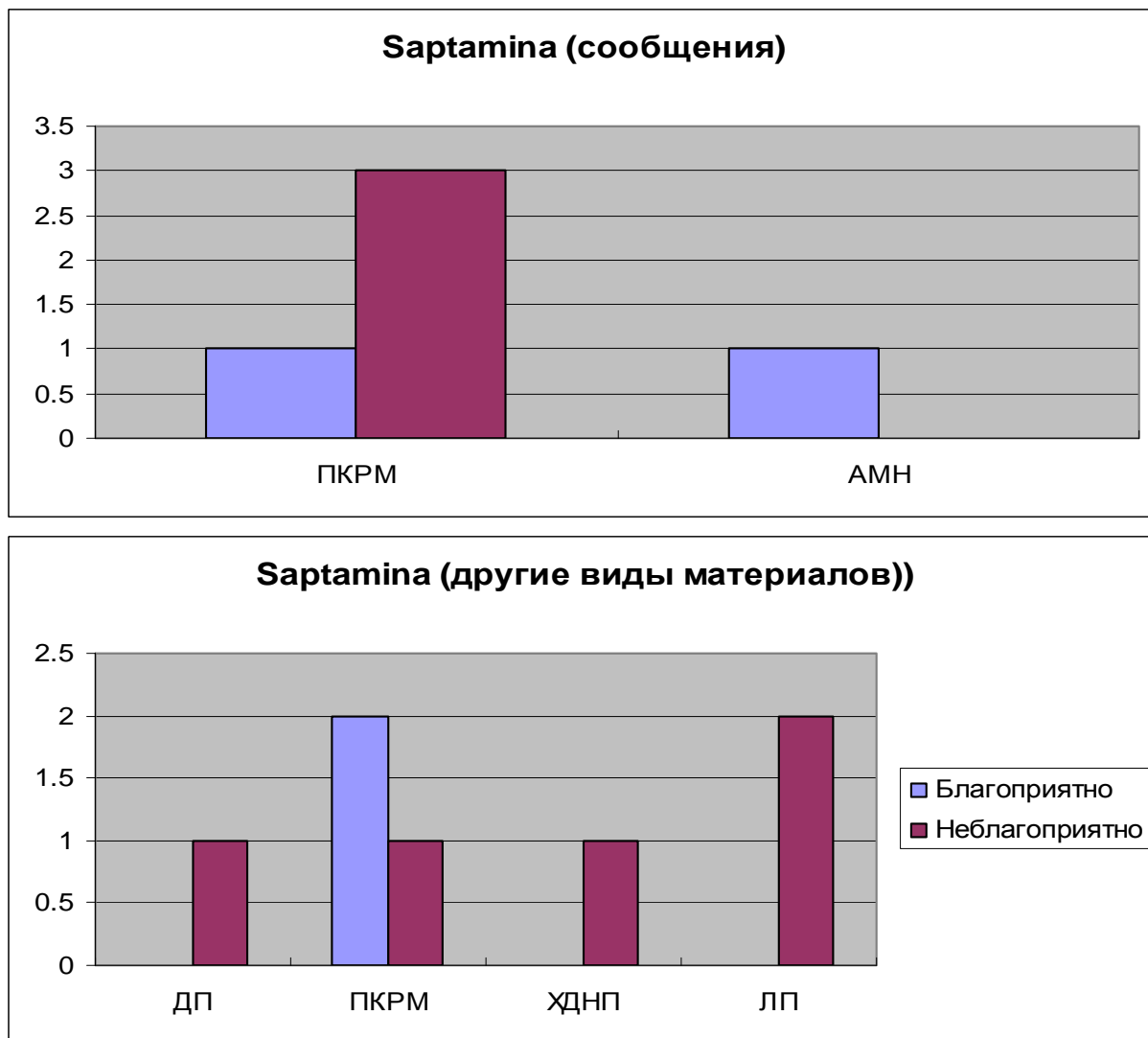
Газета «*Jurnal de Chişinău*» представляет правящую партию в неблагоприятном свете, широко освещая действия и заявления оппозиции, обвиняющей ПКРМ в намерениях фальсифицировать результаты выборов путем искусственного завышения числа граждан с правом голоса. Кроме того, правящей партии инкриминируются попытки скрыть от общественности последствия глобального экономического кризиса для РМ. Либеральная оппозиция представлена только в положительном контексте. Под рубрикой «*O zi din viaţa lui...*» газета публикует материал о лидере ЛП – «*Ghimpu luptă cu frigul şi comuniştii*».

Диаграмма 19. Презентация конкурентов по выборам в газете «*Jurnal de Chişinău*» (12-18 марта 2009 года)



«*Săptămîna*» чаще представляла в выгодном свете АМН, а лидер этого формирования Серафим Урекян стал главным героем рубрики «Dialog continuu» (в номере от 13 марта он отвечает на вопросы о приоритетных целях программы АМН). В отношении правящей партии газета сохраняет определенный нейтралитет, иногда критикуя ее, а иногда представляя в позитивном контексте. Наиболее критикуемым конкурентом по выборам на страницах этой газеты является ЛП.

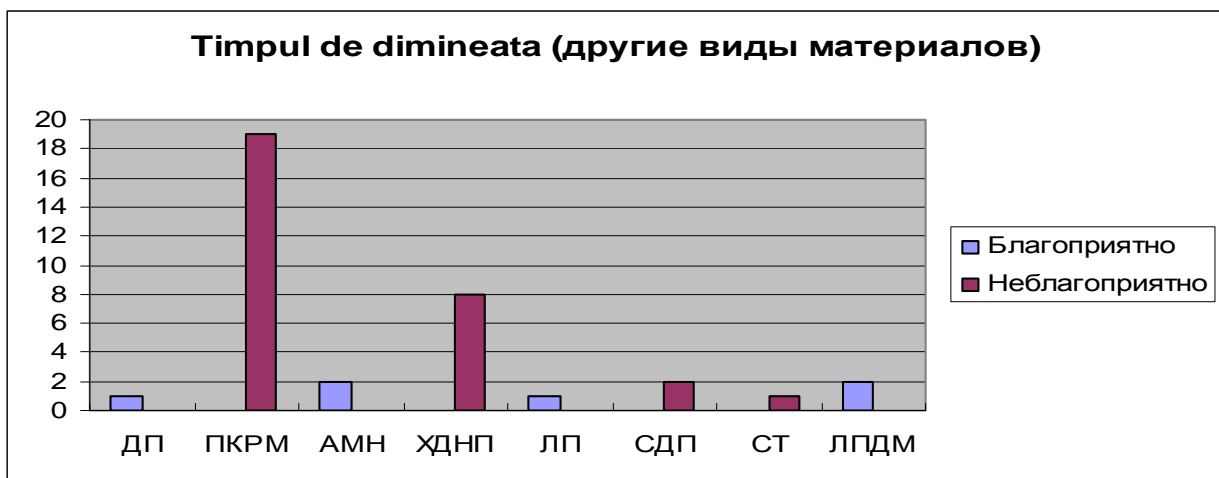
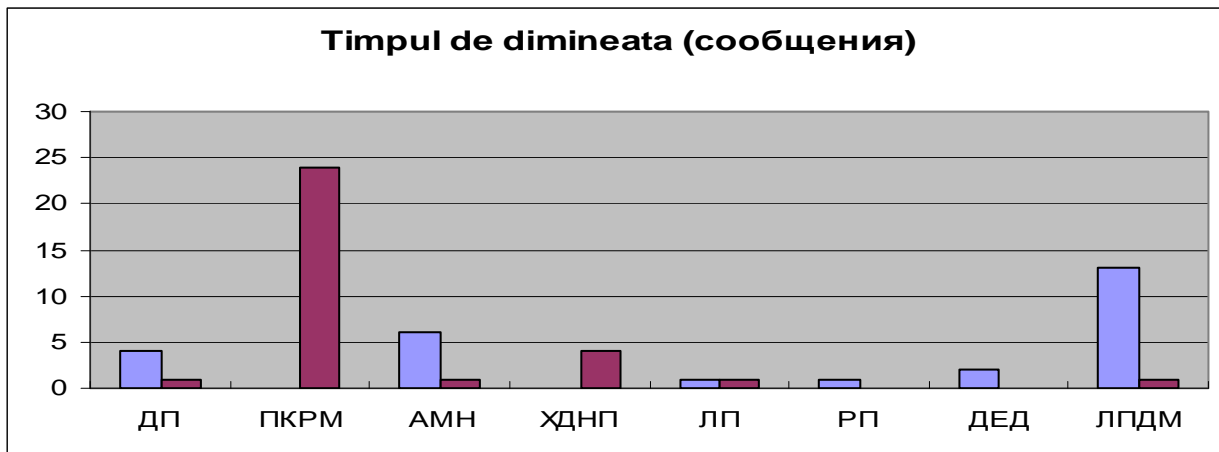
Диаграмма 20. Презентация конкурентов по выборам в газете «*Săptămîna*» (12-18 марта 2009 года)



«*Timpul de dimineață*» обвиняет ПКРМ в стремлении обмануть народ, скрыв от него тот факт, что страна страдает от экономического кризиса. Опубликовано письмо Воронина президенту Казахстана Назарбаеву, дискредитирующее предпринимателя Анатола Стати, а также журналистское расследование, авторы которого пытаются убедить читателей в том, что Воронин намерен присвоить бизнес Стати. Представителей ПКРМ обвиняют в использовании административного ресурса в предвыборной кампании, а супругу президента – в попытках «купить» голоса для ПКРМ, используя для этого гуманитарную помощь. Газета критически комментирует результаты встречи Медведева, Воронина и Смирнова в Москве.

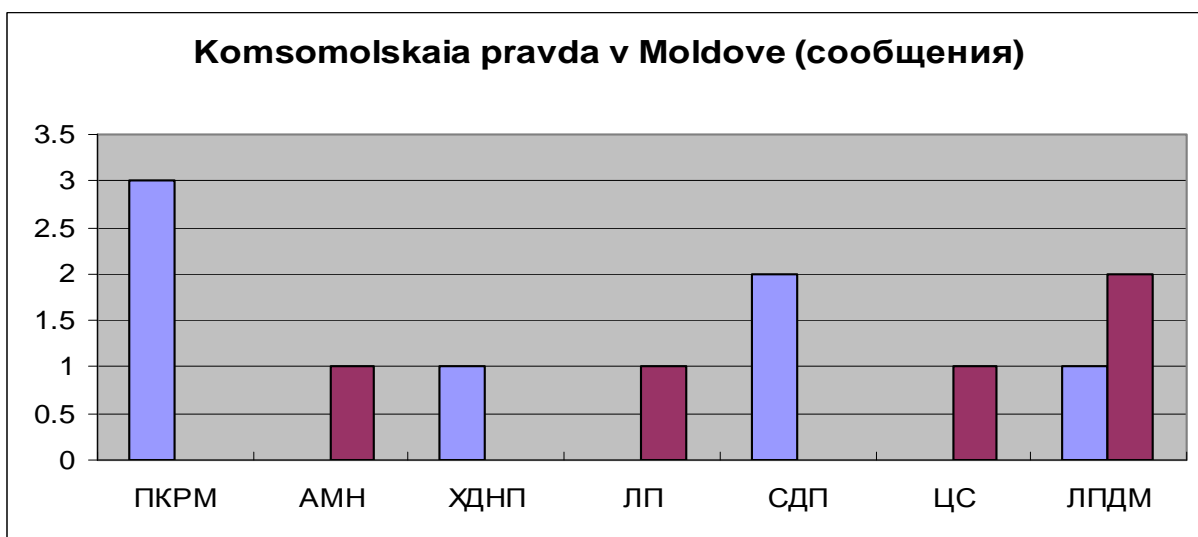
ХДНП представлена в негативном контексте целого ряда статей. Либеральные партии, в частности ЛДПМ, - только в позитивном, газета приветствует и хвалит их действия.

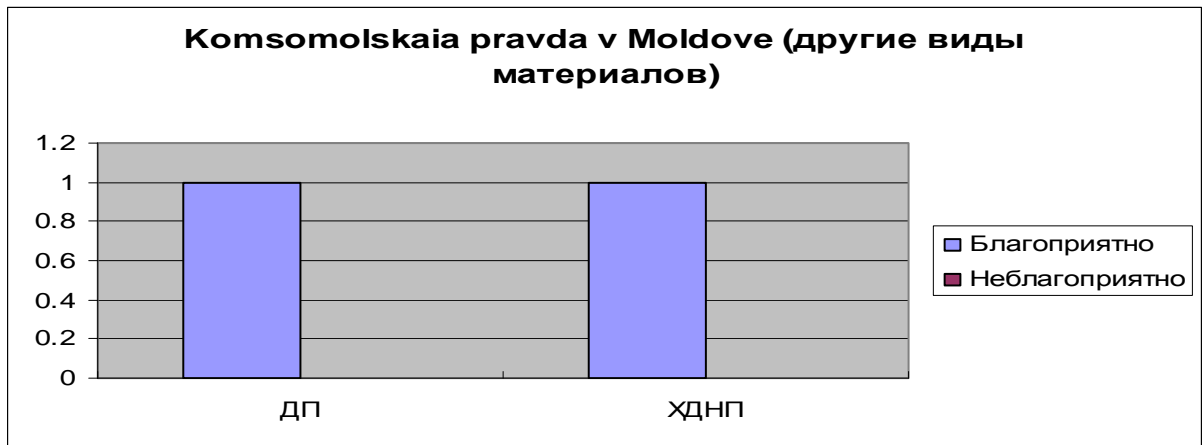
Диаграмма 21. Презентация конкурентов по выборам в газете «*Timpul de dimineata*» (12-18 марта 2009 года)



В сообщениях, опубликованных газетой «*Комсомольская правда в Молдове*», чаще всего в благоприятном свете представлены ПКРМ и СДП.

Диаграмма 22. Презентация конкурентов по выборам в газете «*Комсомольская правда в Молдове*» (12-18 марта 2009 года)

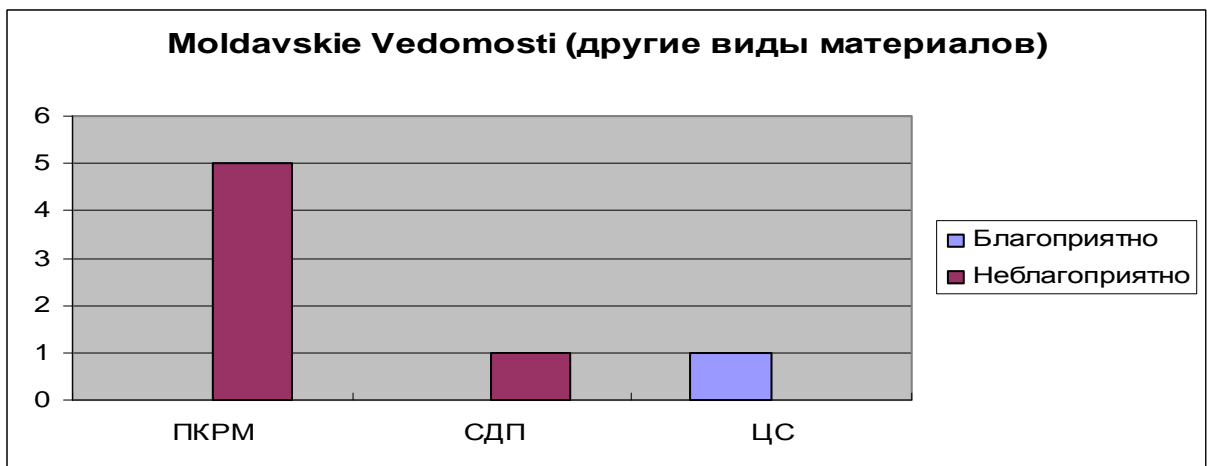
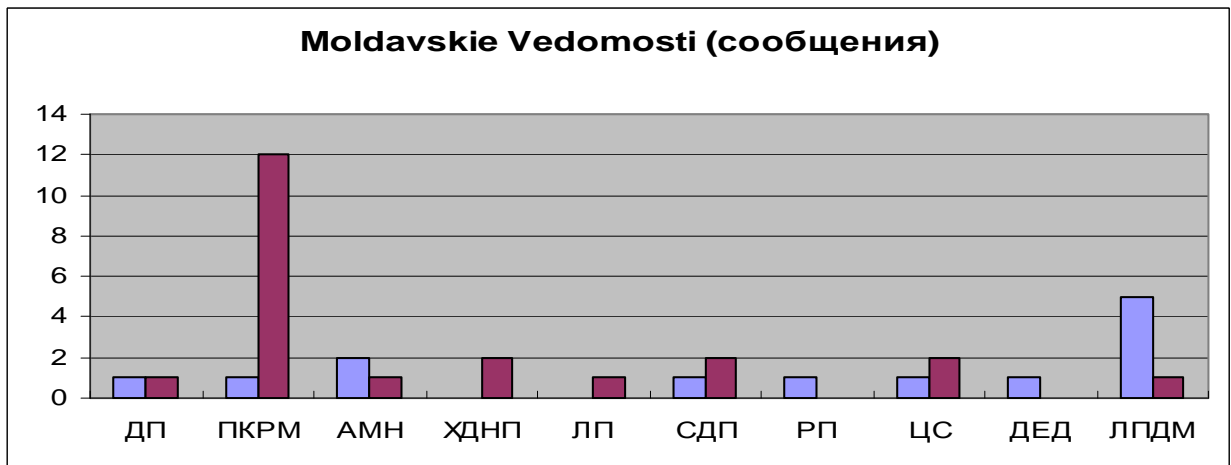




Газета «Молдавские ведомости» продолжила презентацию ПКРМ в неблагоприятном свете. Так, опубликовано письмо Воронина президенту Казахстана Назарбаеву, в котором критически оценивается работа компании, названной Ворониным «бизнесом на крови». Вместе с тем, семью лидера ПКРМ обвиняют в намерении обогатиться за счет компании «Арома».

Газета публикует пространные сообщения о предвыборных действиях оппозиционных партий.

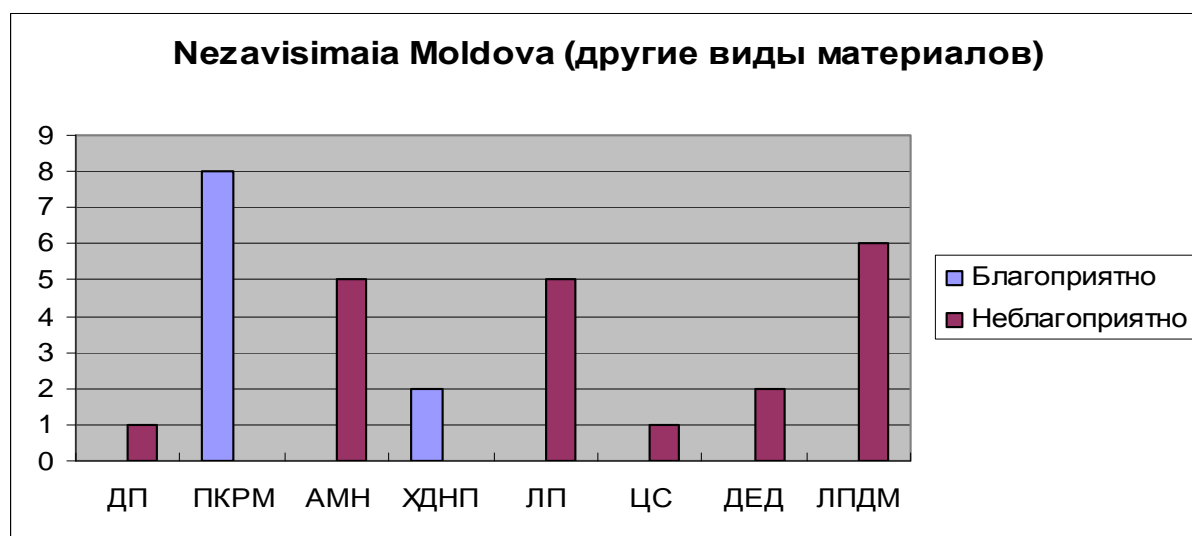
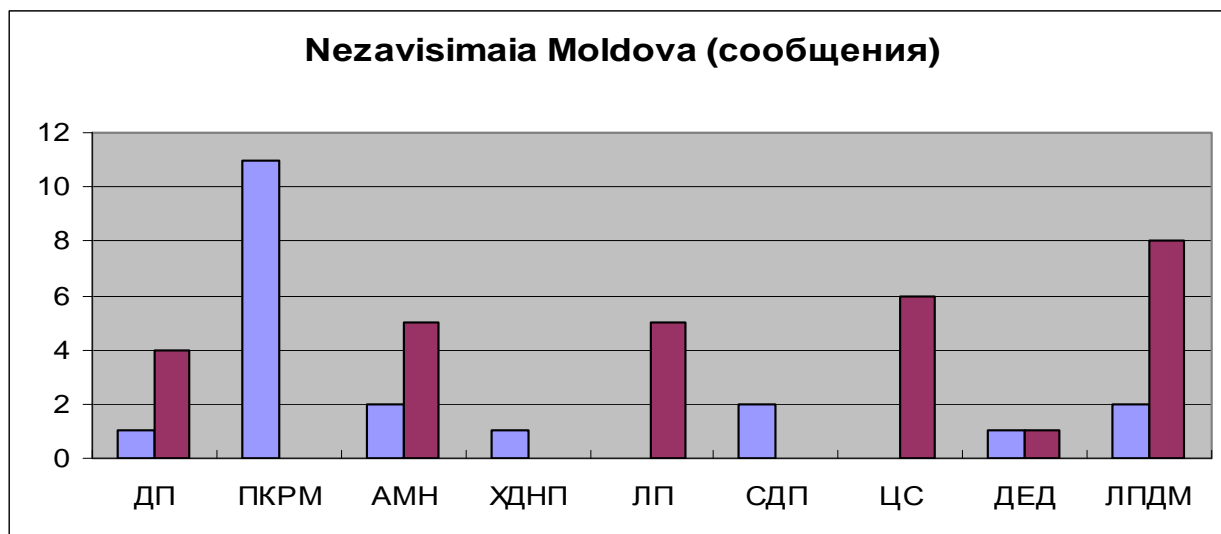
Диаграмма 23. Презентация конкурентов по выборам в газете «Молдавские ведомости» (12-18 марта 2009)



«Независимая Молдова» благоприятствует исключительно ПКРМ и представляет остальные партии в негативном свете. Со ссылкой на газету «Flix» «Независимая Молдова» инкриминирует лидерам ЛДПМ и АМН принадлежность к «лживому масонству». Практически все оппоненты ПКРМ обвиняются в попытке дестабилизации валютного рынка. Авторы ряда статей пытаются дискредитировать Василе Тарлева, обвиняя его в сепаратизме.

Газета публикует обращения к избирателям АТО Гагаузия с призывом проголосовать за ПКРМ. В интервью с Ворониным утверждается, что в случае поражения ПКРМ на выборах страна скатится по наклонной плоскости.

Диаграмма 24. Презентация конкурентов по выборам в газете «Независимая Молдова» (12-18 марта 2009)



Газета «СП» (Бэлць) сообщила, что один из сторонников ПКРМ пришел в редакцию с гранатой, которая оказалась бутафорией.

Опубликованы предвыборные дебаты с участием 12 конкурентов избирательной кампании, в которых ПКРМ не пожелала принять участие. В тематическом приложении «Свободный микрофон» вышло интервью с Дорином Киртоакэ (ЛП), проанализирован также уровень состоятельности кандидатов на депутатский мандат – выходцев из Бэлць.

Еженедельник «Cuvântul» опубликовал коллективное письмо в адрес правительства Республики Молдова, в котором раскритикована действующая власть и в неблагоприятном свете представлена ПКРМ.

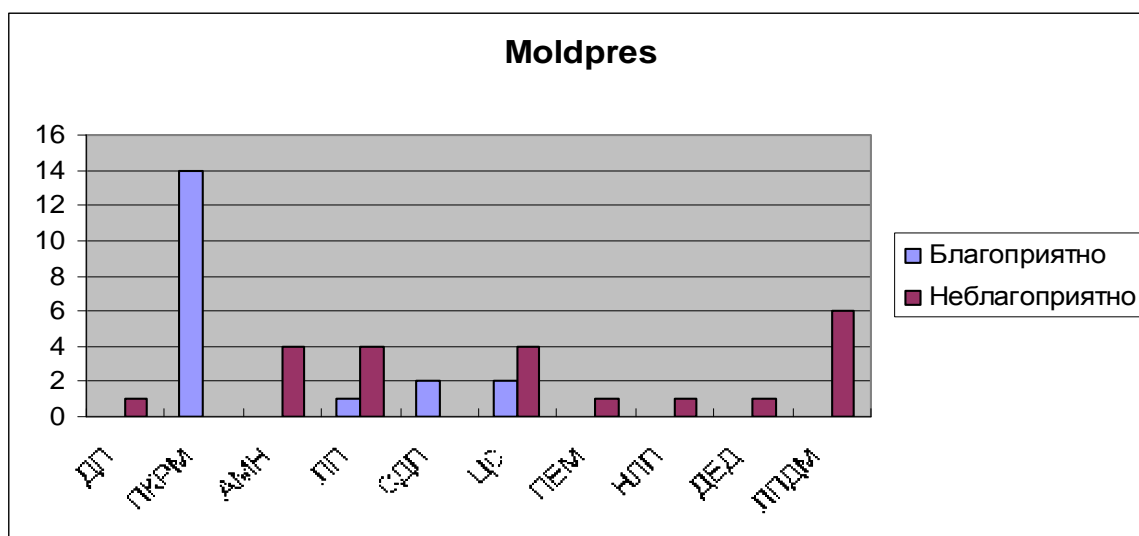
В рамках организованных газетой предвыборных дебатов были проанализированы обещания конкурентов по выборам. ПКРМ не ответила на приглашение принять участие в этом мероприятии.

В период с 12 по 18 марта газеты «Realitatea» (Сорока) и «Вестн Гагаузии» (Комрат) публиковали лишь материалы, касающиеся избирательного процесса как такового.

5.2.4. Информационные агентства/Информационные порталы

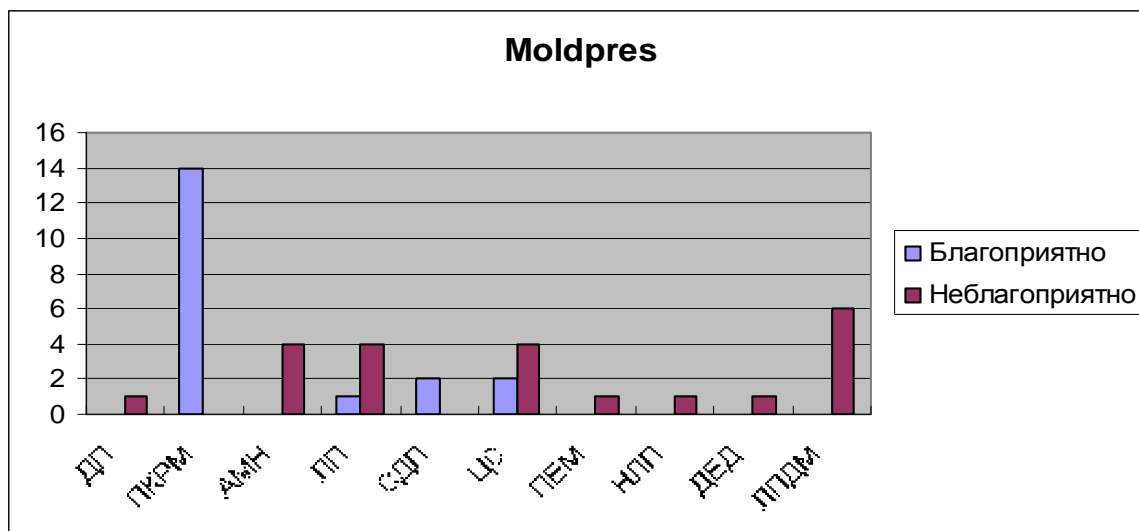
Агентство «Молдпрес» фильтровало сообщения, публикуя лишь благоприятную для ПКРМ и В.Воронина информацию. В общественно-политическом разделе информационного выпуска за 16 марта было представлено как минимум три сообщения, скомпонованные на базе статьи российского издания «VVP», восхваляющей кишиневскую власть. Вырваны из контекста и искажены заявления отдельных представителей оппозиции. Постановления ЦИК представлены выборочно, с акцентом на решения, касающиеся конкурентов от оппозиции.

Диаграмма 25. Презентация конкурентов по выборам в сообщениях агентства «Молдпрес» (12-18 марта 2009 года)



Сообщения агентства «Инфотаг» сравнительно сбалансированы, в них представлены события, организуемые конкурентами по выборам или с их участием. Проявляется тенденция представлять в неблагоприятном свете ПКРМ – об этом свидетельствует наличие в информационных выпусках агентства большого количества событий, организуемых оппозиционными партиями, в ходе которых в адрес ПКРМ высказывается критика.

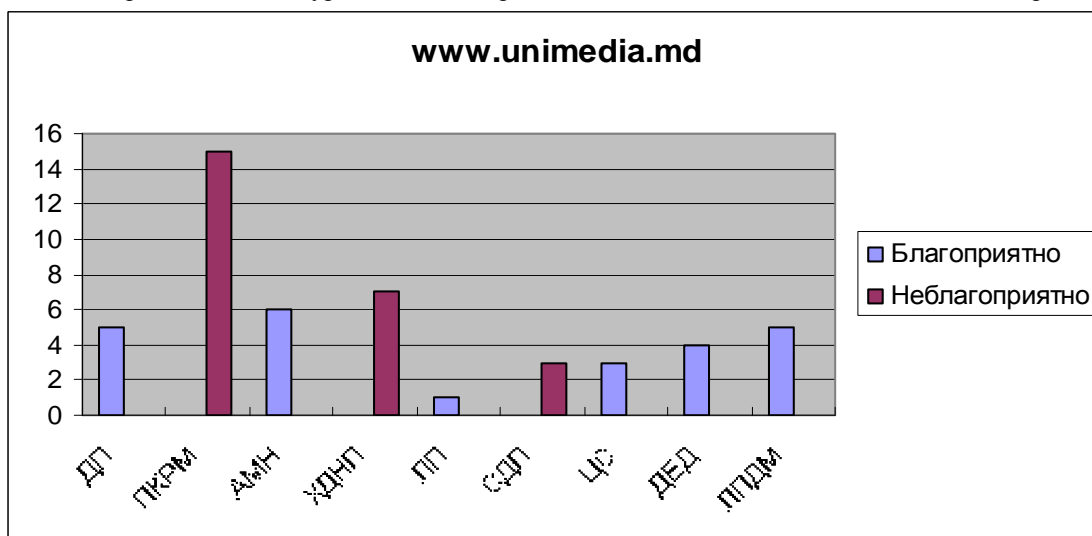
Диаграмма 26. Презентация конкурентов по выборам в сообщениях агентства «Инфотаг» (12-18 марта 2009)



В сообщениях, помещенных на www.unimedia.md, освещаются предвыборные мероприятия АМН, ДЕД, ЛДПМ, ДП, которые иллюстрированы снимками и видеоматериалами.

Портал следит за развитием скандала, связанного с публикацией в газете «*Timputul de dimineață*» письма президента Воронина президенту Казахстана Назарбаеву по поводу деятельности компании «Ascom Grup».

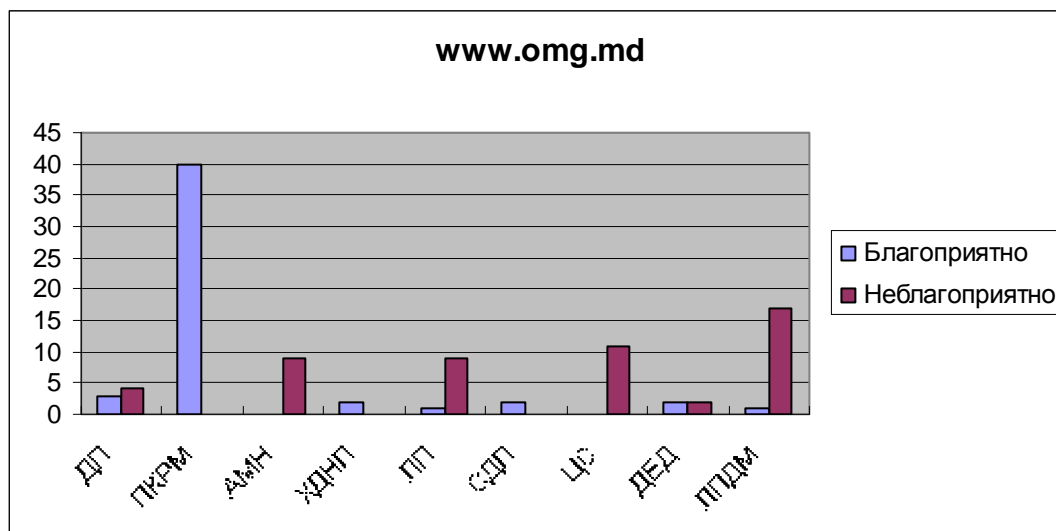
Диаграмма 27. Презентация конкурентов по выборам в сообщениях www.unimedia.md (12-18 марта 2009)



Портал www.omg.md придерживается аналогичной редакционной политики, что и «Молдпрес»: публикует благоприятные для ПКРМ сообщения и представляет оппозицию в невыгодном свете, в частности, обвиняя ее в провоцировании паники на валютном рынке и муссируя отдельные заявления, вырванные из контекста.

Как и другие СМИ, поддерживающие ПКРМ, этот портал игнорирует результаты мониторинга Коалиции за честные и свободные выборы «Коалиция-2009», предпочитая цитировать другие источники, в отчетах которых критически представлены только конкуренты от оппозиции.

Диаграмма 28. Презентация конкурентов по выборам в сообщениях www.omg.md (12-18 марта 2009 года)



6. Общие выводы

1. Большинство СМИ освещает избирательную кампанию, игнорируя потребность и право избирателя на объективную и полную информацию о кандидатах и их программах. Лишь несколько СМИ представляют все партии, участвующие в предвыборном марафоне, и освещают все без исключения мероприятия, организуемые конкурентами, не интерпретируя заявления и не искажая их.
2. Значительная часть СМИ, анализируемых в ходе мониторинга, продолжает делать рекламу в пользу правящей партии или (иногда) других конкурентов на выборах – как в сообщениях, так и в авторских материалах, игнорируя право избирателя на объективное, полное и беспристрастное информирование.
3. За некоторым исключением, средства массовой информации, частично финансируемые из госбюджета, открыто поддерживают предвыборную кампанию правящей партии и игнорируют остальных конкурентов на выборах либо представляют их в неблагоприятном свете. В результате избиратели, имеющие доступ только к общественным каналам «*Moldova 1*» и «*Radio Moldova*», получают одностороннюю и тенденциозную информацию.
4. Журналисты отдельных СМИ манипулируют информацией и нарушают принципы профессиональной этики. Нередко при освещении мероприятий, организаторами которых выступают конкуренты по выборам или гражданское общество, отдельные СМИ позволяют себе интерпретировать заявления, вырывать информацию из контекста и искажать факты.
5. Лексика, которой нередко пользовались отдельные СМИ в этот период, была чрезмерно резкой, обвинения не всегда обоснованными, нередко порочащими конкурентов по выборам, которых они не поддерживают; такой подход может подорвать доверие общественности к прессе и отрицательно повлиять на ход избирательной кампании.
6. Принимая во внимание тот факт, что средства массовой информации и связи играют особую роль в формировании гражданской позиции избирателей и развитии общества на принципах демократии, призываем журналистов не жонглировать информацией, руководствоваться кодексом профессиональной этики и не нарушать основополагающее право граждан на качественное и объективное информирование.

*«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 настоящее время в «Коалицию-2009» входит более 70 неправительственных организаций.***