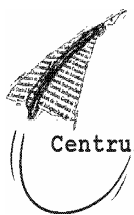


coaliția 2009



coaliția civică  
pentru alegeri libere și corecte



Centrul Independent de Jurnalism



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

Общий отчет  
5 февраля – 3 апреля 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.



## 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 – 3 апреля 2009 года.

### 1.3 Критерии отбора СМИ для проведения мониторинга:

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

### 1.4 СМИ, анализируемые в мониторинге:

#### Телеканалы

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

**NIT** – 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 (51 600 экземпляров);

«*Timprul 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, 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 одного 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;  
«*Vesti Gaгаузи*» - 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;  
«*Cuvântul*» (*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 экземпляров<sup>1</sup>.

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

### **1.5 Время мониторинга:**

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

Суббота и воскресенье: с 8.00 до 22.00

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

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

### **1.6 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 на выборах в информационных выпусках и 2) качественных, с определением уровня объективности анализируемых СМИ в освещении событий. Каждое сообщение или высказанное мнение оценивается с точки

---

<sup>1</sup> Задекларированные тиражи газет по состоянию на март 2009 г.

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 времени заметна тенденция – представлять того или иного субъекта в выгодном или невыгодном свете.

### **Список кодов, использованных в отчете:**

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

## **3. Общие тенденции**

### **3.1 Аудиовизуальные СМИ**

В период 5 февраля – 3 апреля 2009 года общественные каналы с национальным покрытием «*Moldova 1*» и «*Radio Moldova*» широко освещали деятельность правительства и правящей партии, в частности, рекламируя действия главы государства, премьер-министра и председателя Парламента, не сложивших с себя функциональные обязанности на период выборов, в ущерб оппозиционным партиям. Все выпуски новостей на этих каналах формировались с заведомым намерением оказать влияние на избирателей в пользу лишь одного конкурента по выборам, одновременно дискредитировав других претендентов на депутатский мандат. Избирателям внушалось, что правящая партия –

единственное формирование, гарантирующее *порядок, стабильность и благополучие*, а оппозиционные партии символизируют *анархию, нищету, бесконечные ссоры и разборки*. При этом нередко использовались методы, не соответствующие профессиональной этике и общепринятым нормам: тенденциозное освещение фактов, выборочная информации, ее подача в отрыве от контекста, распространение недостоверных сведений, несоблюдение презумпции невиновности и т.д.

Частные каналы «*NIT*» и «*Antena C*» придерживались такой же информационной политики, отличие состояло лишь в том, что они поддерживали ПКРМ, отказавшись, в частности, от предвыборных дебатов и ограничив тем самым возможности оппозиционных партий изложить свои платформы и точки зрения по тем или иным проблемам. Мало того, что, согласно постановлению ЦИК, дебаты на «*Moldova 1*» и «*Radio Moldova*» начались лишь через месяц после старта избирательной кампании, так еще и порядок их проведения не стимулировал, а скорее ограничивал информирование граждан и обмен мнениями между конкурентами, в некоторых «дискуссиях» участвовал только один кандидат.

Предпочтительное отношение к ПКРМ администрации каналов «*Moldova 1*», «*Radio Moldova*», «*NIT*» и «*Antena C*» проявилось и в порядке распространения рекламы: ролики правящей партии всегда либо открывали ее, либо закрывали, а иногда звучали и в начале, и в конце рекламного времени.

«*EU TV*» также тенденциозно, нередко в порочащем контексте освещал действия отдельных оппозиционных партий – как в сообщениях, так и в авторских передачах, тогда как ПКРМ упоминалась в основном положительно. Явным фаворитом канала была ХДНП. Несмотря на то, что законодательство запрещает агитацию накануне выборов, 4 апреля «*EU TV*» передал в эфир часовую программу (22.00-23.00) предвыборного характера в пользу ХДНП и ПКРМ, дискредитировав других конкурентов по выборам (ЛДПМ, АМН, ЛП, ЦСМ).

Периодическая публикация отчетов о результатах мониторинга СМИ никак не повлияла на работу этих каналов – они просто игнорировали их или, в лучшем случае, использовали удобные для них фрагменты.

Лишь «*PRO TV*», «*TV 7*» и «*Vocea Basarabiei*» освещали предвыборную кампанию с позиций плюрализма, беспристрастно и максимально полно, предоставляя равный доступ всем конкурентам по выборам. ПКРМ чаще фигурировала в неблагоприятных для нее сообщениях, однако при этом смысловая нагрузка информации не искажалась. В последний период мониторинга «*TV 7*» отдавал большее предпочтение Демократической партии. Радиостанция «*Vocea Basarabiei*» часто критически оценивала правящую партию и – иногда – оппозиционные. Следует отметить, что представители ПКРМ отказываются сотрудничать с каналами «*Vocea Basarabiei*» и «*PRO TV*».

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

Предвыборная кампания освещалась печатными СМИ с разных издательских позиций. Некоторые издания явно благоприставствовали одному конкуренту по выборам, критикуя или игнорируя остальных. В их числе газеты «*Moldova Suverană*», «*Независимая Молдова*», Государственное информационное агентство «*Молдпрес*» и портал [www.omg.md](http://www.omg.md)), строившие свою стратегию на распространении хвалебных материалов о ПКРМ и дискредитации ее политических оппонентов. Аналогичной политики

придерживалась и газета «*Flux*», но только в отношении ХДНП, которую откровенно рекламировала.

Другая категория СМИ (газеты «*Timpul de dimineață*», «*Jurnal de Chișinău*», «*Молдавские ведомости*» и портал [www.unimedia.md](http://www.unimedia.md)) критиковали ПКРМ, поддерживая или представляя в благоприятном свете других конкурентов по выборам, в частности, либеральной ориентации – ЛДПМ, АМН, ЛП.

Остальные СМИ, анализируемые в ходе мониторинга, не проявляли явного расположения к тому или иному конкуренту.

Материалов, которые можно было бы отнести к тематике гражданского воспитания избирателей, выпущено крайне мало; это свидетельствует о том, что СМИ не предоставляют достаточно информации гражданам Республики Молдова с правом голоса.

### **3.3 Условия работы**

5 марта Гражданская коалиция за свободные и честные выборы - «Коалиция-2009» - обратилась в Министерство внутренних дел с требованием обеспечить благоприятные условия для проведения свободных и честных парламентских выборов. Обращение касалось, в частности, участвовавших визитов полиции на «*Albasat TV*». Однако власти отреагировали на это обращение совершенно неожиданным образом: органы полиции возбудили уголовное дело, утверждая, что этому каналу заплатили за услуги (которые он не оказывал).

10 марта оператор *JURNAL TV* (Интернет-телевидение) Олег Брега подвергся грубому обращению со стороны сотрудников службы безопасности премьер-министра Зинаиды Гречаной. Инцидент произошел в Кишиневе, в Театре оперы и балета, где глава кабинета принимала участие в совещании работников предприятия «*Moldova-Gaz*». Ее личная охрана не допустила в зал журналистов *JURNAL TV*. А когда Олег Брега попытался войти, человек в штатском применил физическую силу, пытаясь ему помешать. Агент службы безопасности нанес удар по видеокамере и повредил объектив. Оператор *JURNAL TV* обратился в прокуратуру с требованием привлечь к ответственности тех, кто позволяет себе подобные действия.

Общественная компания «*Teleradio-Moldova*» отказалась разместить четыре рекламных ролика IDIS «*Viitorul*» с призывом к населению идти на выборы. Администрация мотивировала отказ тем, что ролики соответствовали требованиям не социальной значимости, а политической.

22 марта в отношении съемочной группы агентства OMEGA были предприняты агрессивные действия в рамках акции протеста, организованной в Кишиневе Либерально-демократической партией Молдовы. Представитель территориальной организации ЛДПМ (Кэлэрашь) Ион Китороагэ, которому не понравилось, что его снимают, повредил видеокамеру и журналистский микрофон. Впоследствии лидер ЛДПМ Влад Филат заявил на пресс-конференции, что сожалеет о случившемся, и что человек, набросившийся на журналистов, будет наказан по партийной линии. 25 марта Влад Филат заявил на пресс-конференции, что Ион Китороагэ, который баллотировался по спискам ЛДПМ под номером 56, снят с предвыборного марафона. Он также будет отстранен от всех партийных должностей, сказал Филат, уточнив, 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, в соответствии с которыми АНП и «Коалиции-2009» было указано на нарушение действующего законодательства. Поводом для замечания со стороны ЦИК и Кишиневского избирательного совета послужил тот факт, что АНП в приложении «Obiectiv» опубликовала статью «Ziua adevărului pentru ПКРМ» («День истины для ПКРМ»), в которой был представлен анализ выполнения правящей партией предвыборных обещаний 2005 года. Эта статья, по оценкам ЦИК, поставила Партию коммунистов Республики Молдова в невыгодное положение. Материал появился в приложении по гражданскому воспитанию избирателей – «Obiectiv», издаваемом АНП при поддержке американской организации. Представитель ПКРМ, обратившийся в ЦИК, посчитал, что в связи с этой статьей его партия оказалась в незавидной ситуации, причем на средства, поступившие из-за рубежа. Он потребовал, чтобы власти предупредили спонсора о факте вмешательства в предвыборную кампанию в Республике Молдова. АНП 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 вердикт 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 «TV7» в связи с нарушением ими Положения ЦИК об освещении предвыборной кампании. Члены КСТР постановили: применить одинаковое наказание (предупреждение) ко всем семи телеканалам, несмотря на то, что допущенные ими нарушения отличались по степени виновности. Каналы «PRO TV Chişinău» и «TV 7» заявили о намерении обжаловать решение КСТР, согласно которому им вынесено предупреждение ввиду отсутствия 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» сообщил, что информация в том виде, в котором она прозвучала по программе «Mesager», предоставлена информационным агентством «Молдпресс», и заявил о намерении обжаловать в судебном порядке решение ЦИК.

25 марта Альянс «Молдова ноастрэ» (АМН) пикетировал компанию «Teleradio-Moldova»; пикет проводился в знак протеста против того, что Партии коммунистов Республики Молдова, по мнению АМН, в информационных выпусках предоставляется больше времени по сравнению с остальными конкурентами на выборах. АМН призвал Наблюдательный совет пересмотреть издательскую политику компании «Teleradio-Moldova», подсчитать эфирное время, выделенное ПКРМ 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.

26 марта в отношении редактора русскоязычной бельцкой газеты «СП» Славы Перунова были предприняты агрессивные действия на встрече главы государства Владимира Воронина с избирателями в местном Дворце культуры. Несмотря на то, что Перунов



предъявил журналистское удостоверение, ему запретили пройти в зал, а когда он стал настаивать, один из молодых людей, перекрывших проход, ударил его кулаком и захлопнул дверь. Согласно законодательству, журналистам не запрещается участвовать в мероприятиях предвыборного характера. Слава Перунов заявил, что располагает фотоснимками, подтверждающими факт агрессии против него, и намерен обратиться в полицию с требованием наказать хулиганов. ПКРМ не отреагировала на этот факт агрессии в отношении прессы.

13 марта бельцкая полиция возбудила дело по факту, связанному с редактором региональной газеты «СП» Славой Перуновым. Психически больной человек, объявивший себя сторонником правящей партии, привлечен к ответственности за попытку пронести гранату в кабинет редактора газеты.

31 марта ЦИК по инициативе ПКРМ пересмотрела обращение по поводу газеты «Объектив», издаваемой АНП, и подтвердила прежнее решение, согласно которому статья «Ziua adevărului pentru ПКРМ» («День истины для ПКРМ») с анализом выполнения правящей партией предвыборных обещаний 2005 года признана «тенденциозной», а факт финансирования этого издания зарубежными спонсорами противоречит Кодексу о выборах. Решение ЦИК было передано в Министерство юстиции «для принятия мер в соответствии с действующим законодательством». Апелляционная палата и Высшая судебная палата оставили решение ЦИК в силе. АНП и Коалиция-2009, в которую она входит, заявили о намерении обратиться в ЕСПЧ.

#### **4. Результаты мониторинга. Аудиовизуальные СМИ**

##### **4.1. Включение в избирательную кампанию**

###### **4.1.1 ТВ**

В период 5 февраля – 3 апреля (последний день предвыборной кампании) телеканалы, по которым проводился мониторинг, передали большое количество сообщений предвыборной тематики (4951), их общая продолжительность составила 461 118 сек. Рекордное число, а также максимальный объем таких сообщений зафиксирован на «Moldova 1» и «NIT» (Таблица 1, Диаграмма 1).

Общая продолжительность авторских передач составила 189 164 сек., из них 153 029 (80,9%) выделил EU TV.

Больше всего предвыборных дебатов зафиксировано на каналах «Moldova 1» и «TV 7». «PRO TV» и «Moldova 1» передали в эфир наибольшее количество материалов по гражданскому воспитанию избирателей. «NIT» не организовывал дебатов и авторских передач, невелико и число подготовленных этим каналом материалов по гражданскому воспитанию избирателей.

В тематике информационных выпусков преобладали политика, избирательный процесс и – в меньшей степени – экономика, социальная тематика, внешние отношения, приднестровский вопрос (Диаграмма 2).

Таблица 1. Частота и общий объем материалов, распространенных в период 5 февраля – 3 апреля 2009 года телеканалами.

Жанр материала	Частота	Продолжительность, сек.
Сообщения	4951	461118
Реклама	4077	108806
Гражданское воспитание	1025	52022
Специальные предвыборные программы (дебаты)	108	221623
Авторские передачи	177	189164
Vox Populi	3	247

Диаграмма 1. Объем материалов, распространенных в период 5 февраля - 3 апреля 2009 г. телеканалами

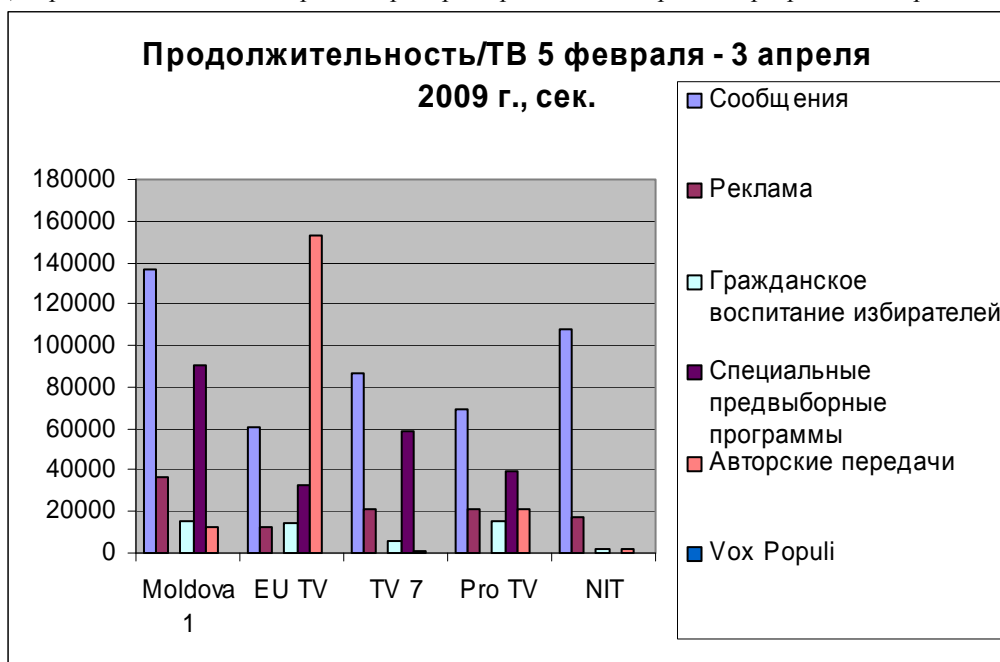


Диаграмма 2. Тематика предвыборных сообщений, распространенных в период 5 февраля-3 апреля 2009г. телеканалами



#### 4.1.2 Радиостанции

В период наблюдения с 5 февраля по 3 апреля 2009 года радиостанции, анализируемые в ходе мониторинга, передали около 7 тыс. сообщений на тему выборов общей продолжительностью 796 420 сек. Примерно 43% этого объема выпущены радиостанцией «Antena C». На долю канала «Vocea Basarabiei» пришлось около 76% от общего объема авторских передач; примечательно, что эта радиостанция интересуется мнением своих слушателей, опрос которых устраивает в рамках *vox populi*. Канал «Moldova 1» побил рекорд по количеству предвыборных дебатов, на канале «Antena C» дебатов не было вовсе.

В тематике предвыборных сообщений, распространенных радиостанциями, преобладали политика и избирательный процесс, в меньшей степени – экономические и социальные проблемы, приднестровский вопрос, внешние связи, СМИ (Таблица 2, Диаграммы 3,4).

Таблица 2. Частота и общий объем материалов, распространенных в период 5 февраля – 3 апреля 2009 г. радиостанциями

Жанр материала	Частота	Продолжительность
Сообщения	6952	796420
Реклама	1779	46873
Гражданское воспитание	297	37945
Специальные предвыборные программы (дебаты)	99	172460
Авторские передачи	224	296408
Vox Populi	22	4129

Диаграмма 3. Объем материалов, распространенных в период 5 февраля – 3 апреля 2009 г. радиостанциями

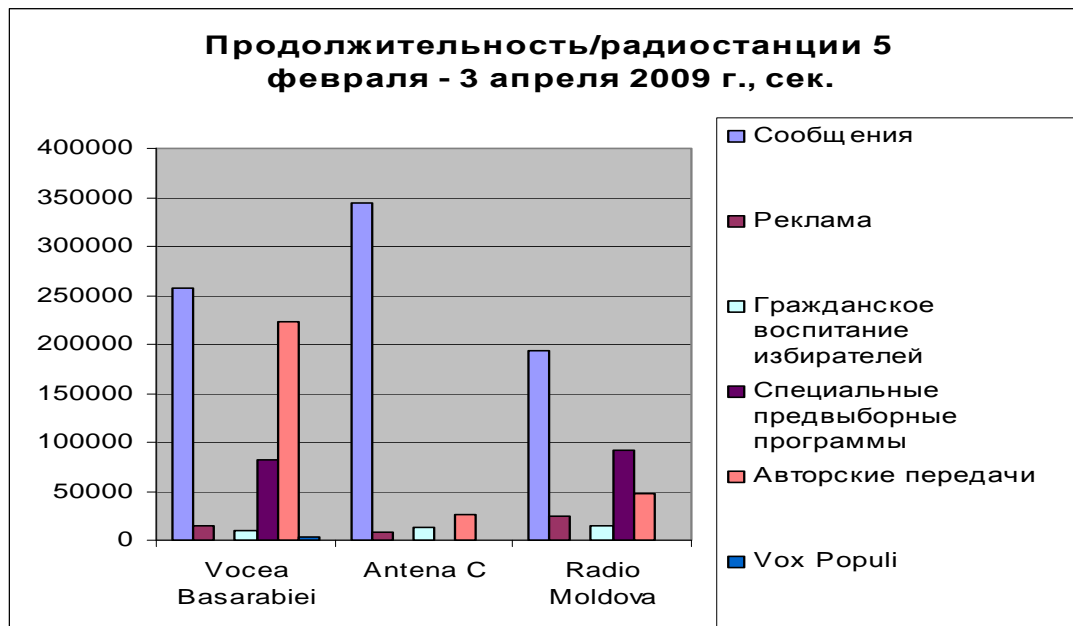
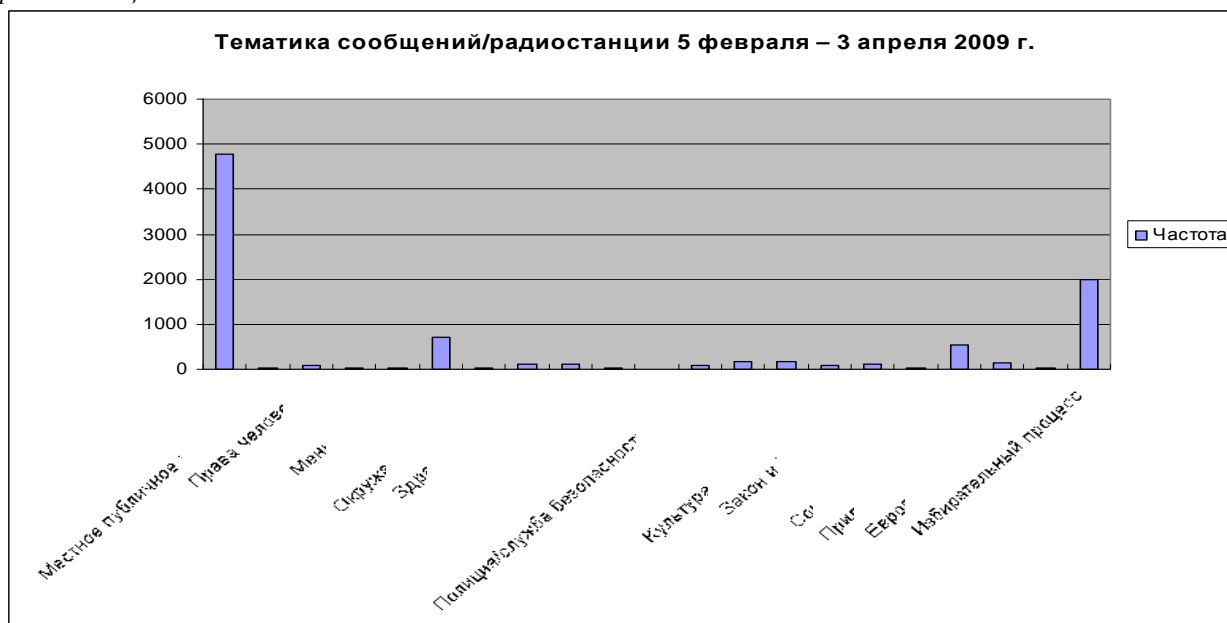


Диаграмма 4. Тематика предвыборных сообщений, распространенных в период 5 февраля - 3 апреля 2009 г. радиостанциями



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

Канал «Moldova 1» продолжал предоставлять эфирное время в основном представителям власти, в ущерб оппозиционным партиям. В период 5 февраля - 3 апреля 2009 года представители правительства, других государственных учреждений, президент Республики Молдова, председатель Парламента и другие представители ПКРМ цитировались 814 раз и были представлены на экране ТВ в течение 14 081 секунд. Остальные партии и независимые кандидаты, вместе взятые, упоминались как источники информации в два раза реже – 417 раз, их представители присутствовали в кадре в течение 10 377 секунд. Следует отметить, что, согласно специализированным исследованиям, частое, но непродолжительное появление в кадре или цитирование конкурента по выборам более эффективно, чем менее частое, но более продолжительное цитирование или присутствие в кадре. Показательно, что ЛП, ЛДПМ, АМН и ЦС цитировались, как правило, с целью дискредитации.

Таблица 3. Частота цитирования и появления в кадре конкурентов по выборам на канале «Moldova 1»

Код	Частота	Продолжительность появления, сек.	Продолжительность включения, сек.
ПРАВ	406	6718	5654
ПРЕЗ	275	4775	1407
ПКРМ	64	1228	1159
АМН	63	1461	1210
ДП	52	1446	1137
СДП	45	1567	1244
ЛДПМ	51	939	622
ХДНП	41	603	715
ДЕД	39	909	633
ЛП	38	1125	661
ПАРЛ	37	568	301
ДГУ	32	792	536

ЦС	13	107	80
УШ	10	288	205
ПНО	9	293	81
СТ	8	468	290
ПОМ	11	378	345
СБ	7	284	242
АВ	6	135	111
КВ	4	97	97
ЛА	4	55	55
ТЦ	4	44	44
РП	3	59	52
ВР	7	87	81
ПК	3	32	32

Дисбаланс цитирования источников сообщений предвыборного характера в пользу правящей партии сохранялся и на «НИТ». Правительство, президент Республики Молдова, председатель Парламента и другие представители ПКРМ цитировались в качестве источников сообщений 746 раз, представители других партий – 245 раз. Продолжительность пребывания их на экране – соответственно, 17 129 сек. и 4025 сек. – также отличается более чем вчетверо.

Таблица 4. Частота цитирования и появления в кадре конкурентов по выборам на канале «НИТ»

Код	Частота	Продолжительность появления, сек.	Продолжительность включения, сек.
ПРЕЗ	327	9906	3121
ПРАВ	247	3787	3010
ПКРМ	111	2247	1522
АМН	87	1072	692
ЛДПМ	49	661	213
ДГУ	33	658	531
ЛП	32	628	504
ПАРЛ	28	531	493
ЦС	20	546	91
СДП	18	343	244
ХДНП	15	265	187
ДП	12	235	159
ПС	4	174	170
СТ	4	64	64
ДЕД	4	37	0

«PRO TV» продолжал освещать органы власти 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 312 раз, ЛДПМ – 147, АМН – 134, ЛП – 94 раза. По продолжительности пребывания на экране лидируют представители ЛДПМ - 1449 сек., АМН – 1412 сек., СДП – 1161 сек., ЛП – 1068 сек. Представителям власти выделено 1495 секунд.

Таблица 5. Частота цитирования и появления в кадре конкурентов по выборам на канале «PRO TV»

Код	Частота	Продолжительность появления, сек.	Продолжительность включения, сек.
ЛДПМ	147	1449	1449
АМН	134	1412	1475
ПРАВ	130	291	350
ПКРМ	125	959	983
ЛП	94	1068	1269
ДП	93	873	717
СДП	92	1161	938
ДЕД	54	628	599
ЦС	43	524	474
ПРЕЗ	31	213	0
ХДНП	28	286	230
СБ	19	218	228
ПОМ	21	204	191
ДГУ	16	0	33
ПК	11	185	185
ПНО	10	177	163
ПАРЛ	10	32	0
КВ	8	137	122
АВ	8	129	138
СТ	7	183	123
УШ	7	75	84
РР	7	45	45
ЛА	6	100	100
ВР	8	103	93
ТЦ	3	43	33

На «EU TV» в сообщениях предвыборной тематики представители центральных органов власти цитировались 147 раз, продолжительность их пребывания на экране составила 2521 сек. ХДНП цитировалась в качестве источника 95 раз, ее представители присутствовали в кадре 1816 сек., АМН – 48 раз, 340 сек., ЛДПМ – 44 раза, 507 сек.

Таблица 6. Частота цитирования и появления в кадре конкурентов по выборам на канале «EU TV»

Код	Частота	Продолжительность появления, сек.	Продолжительность включения, сек.
ХДНП	95	1816	1806
ПРАВ	95	1509	1581
АМН	48	340	255
ЛДПМ	44	507	365
СДП	42	655	480
ПРЕЗ	23	253	144
ПКРМ	22	477	310
ДП	20	416	359
ЛП	17	256	201
ЦС	8	177	191
ДГУ	7	282	280
ДЕД	5	77	63
УШ	5	73	60
ВР	2	30	27

AB	2	0	22
PR	2	0	15
ПОМ	1	10	0
ПК	1	0	0

На «TV 7» в сообщениях предвыборного характера в качестве источника наиболее часто цитировались ДП – 220 раз, ЛДПМ – 169, ЛП – 97, АМН – 94 раза. Правительство, другие государственные учреждения, президент Республики Молдова, председатель Парламента и другие представители ПКРМ использовались как источники информации предвыборной тематики 114 раз. По продолжительности пребывания на экране лидирует ДП - 5707 сек., затем следуют ЛДПМ – 4025 сек., СДП – 2224 сек., ЛП – 2140 сек., АМН – 2041 сек. Правительство, президент Республики Молдова и другие представители ПКРМ присутствовали в кадре в течение 1473 сек.

Таблица 7. Частота цитирования и появления в кадре конкурентов по выборам на канале «TV 7»

Код	Частота	Продолжительность появления, сек.	Продолжительность включения, сек.
ДП	220	5707	4608
ЛДПМ	169	4025	3236
ЛП	97	2140	1745
АМН	94	2041	1670
СДП	90	2224	1898
ДЕД	89	1834	1235
ПКРМ	45	656	494
ПРАВ	43	389	363
ХДНП	39	572	422
ЦС	31	887	630
ПРЕЗ	25	428	187
ПНО	13	287	277
AB	13	199	187
ПОМ	16	410	288
СБ	10	518	428
КВ	7	194	194
УШ	7	114	90
ТЦ	4	84	74
ЛА	4	50	46
ВР	3	104	104
СТ	4	103	102
ПК	3	93	89
PR	3	56	56
ПАРЛ	1	0	0

В сообщениях предвыборной тематики, распространенных на «Radio Moldova», в качестве источников информации доминировали представители правительства и других государственных учреждений, президент Республики Молдова, председатель Парламента и другие представители ПКРМ, которые цитировались 1183 раза и выступали в общей сложности 26530 секунды. Остальные конкуренты по выборам были представлены в сообщениях анализируемой тематики 275 раз (в 4,3 раза меньше), продолжительность их включений в целом составила 5285 секунд (в 5 раз меньше).

Таблица 8. Частота цитирования и включения конкурентов по выборам на канале «Radio Moldova»

Код	Частота	Продолжительность включения, сек.
ПРАВ	642	19285
ПРЕЗ	341	948
ПКРМ	74	731
ДГУ	73	3838
ПАРЛ	53	1728
АМН	48	539
ДЕД	34	528
ЛДПМ	38	486
ДП	31	760
СДП	27	706
ЛП	21	195
ХДНП	19	361
ЦС	15	202
СБ	8	354
ПОМ	10	314
УШ	5	416
ПНО	5	133
СТ	4	107
РР	4	100
ПК	3	30
КВ	1	54
АВ	1	0
ВР	1	0

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 1662 раза, общая продолжительность их выступлений составила 12802 секунд. Остальные конкуренты по выборам, вместе взятые, цитировались в качестве источников 1110 раз, продолжительность их выступлений в общей сложности составила 8863 сек.

Таблица 9. Частота цитирования и включения конкурентов по выборам на канале «Antena C»

Код	Частота	Продолжительность включения, сек.
ПРАВ	801	8966
ПРЕЗ	526	933
ПКРМ	232	2278
АМН	217	1194
ЛДПМ	207	506
ЛП	156	1559
ДЕД	128	1321
ДП	101	939
СДП	99	1114
ЦС	96	673
ДГУ	71	440
ХДНП	62	916
ПАРЛ	32	255
СБ	11	190



НЛП	7	50
СТ	6	131
PR	4	0
УШ	4	0
ПОМ	3	0
AB	3	0
ПНО	3	0
ПК	3	0

На «Vocea Basarabiei» в период 5 февраля - 3 апреля правительство, представители других государственных учреждений, президент Республики Молдова, председатель Парламента и другие представители ПКРМ цитировались в качестве источников информации предвыборного характера 537 раз, ЛДПМ – 311, АМН – 221, ДП – 170 раз. По продолжительности включений лидируют ЛДПМ – 7649 сек., АМН – 6288, ЛП – 4603. 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 1339 секунд. Примечательно, что представители органов власти, как правило, отказываются сотрудничать с этим каналом.

Таблица 10. Частота цитирования и включения конкурентов по выборам на канале «Vocea Basarabiei»

Код	Частота	Продолжительность включения
ЛДПМ	311	7649
АМН	221	6288
ПКРМ	184	442
ПРАВ	175	799
ЛП	170	4603
ПРЕЗ	142	20
ДЕД	132	2992
ДП	121	2959
СДП	108	1723
ЦС	60	1240
ХДНП	46	826
УШ	22	971
СТ	22	659
СБ	21	853
ДГУ	20	62
ПАРЛ	16	75
ПНО	15	315
AB	13	327
KB	12	291
ПК	6	34
ПОМ	8	76
BP	5	38
ЛА	4	57
ТЦ	4	47
РП	4	40

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

#### **4.3.1 ТВ**

В период 5 февраля – 3 апреля 2009 года «*Moldova 1*», «*NIT*», «*Radio Moldova*» и «*Antena C*» открыто рекламировали правящую партию, одновременно распространяя сообщения порочащего характера об отдельных оппозиционных формированиях, в частности, ЛДПМ, АМН, ЛП, ЦСМ, представляя их, а также оппозицию в целом в неблагоприятном свете (Диаграммы 5-9).

Доброжелательное отношение к ПКРМ проявлялось не только в освещении предвыборных инициатив правительства – по увеличению стипендий и зарплат сотрудникам медицинских и санитарных учреждений и бюджетного сектора в целом, по второму этапу индексации денежных сбережений граждан в советский период, снижению цен на хлеб и стоимости проезда в междугороднем транспорте, предоставлению социально незащищенным семьям, согласно предложению президента Воронина, бесплатных полисов медицинского страхования, увеличению пособий участникам второй мировой войны и т.д., – но и посредством обнародования данных, которые могли бы произвести впечатление на малоискушенный электорат (сообщая, например, о том, что Молдова - «региональный пример» в области страховой медицины, что внешние инвестиции достигли в этом году рекордного уровня, что численность стабильного населения выросла и что молдаване возвращаются домой из-за рубежа). Примером того, как сообщение может незаслуженно обрести предвыборный характер, является информация о бесплатном протезировании инвалидов – в конце ее приведена статистика, согласно которой за последние 8 лет субсидирование из госбюджета на бесплатное протезирование возросло в 30 раз (выпуск новостей от 3 марта, 21-00).

Следует отметить, что сообщения с явно предвыборной нагрузкой звучали вне рубрики «Выборы-2009»: передача Владимиром Ворониным в дар монастырю Куркъ вазы, полученной от патриарха Московского и всея Руси (19 марта); участие Воронина в запуске первого проекта практической телемедицины в Бэлць и, в тот же день, в церемонии подключения г.Костешть к газопроводу и открытии машинно-технологической станции в селе Хилиуць, Рышкань (26 марта), встреча Воронина с лидерами молодежных организаций, затем со студентами-сиротами, участие Зинаиды Гречаной в церемонии ввода в эксплуатацию новой радиологической аппаратуры в Институте онкологии (27 марта), участие лидера ПКРМ в церемонии подключения к газопроводу первых 18 домов в селе Кукурузень (Орхей), встреча Воронина с представителями разных национальностей, проживающих в Республике Молдова (29 марта) и др.

Несмотря на то, что одобренное ЦИК положение запрещает вещательным СМИ (за исключением передач предвыборной тематики) передавать в эфир материалы с участием конкурентов по выборам в спортивных событиях, развлекательных передачах и различных ток-шоу, на каналах «*Moldova 1*» и «*NIT*» были представлены сообщения с участием Воронина в открытии чемпионата СНГ по кикбоксингу (21 февраля), концерта в Национальном дворце по случаю дня Советской армии (23 февраля) и первенства на Кубок президента по шахматам (24 февраля). 10 марта «*NIT*» передал сообщение о гала-концерте в рамках фестиваля «*Mărțișor*», на котором присутствовал и выступил с речью президент Воронин.

Вместе с тем, на общественных каналах «*Moldova 1*» и «*Radio Moldova*», а также на частном канале «*NIT*» наблюдалась тенденция игнорировать оппозиционные партии или представлять их в неблагоприятном свете.

Пример предпочтительного отношения к ПКРМ на общественном канале «*Moldova 1*»: в день 8 марта в информационном выпуске «*Mesager*» (19-00, 21-00) прозвучало сообщение о том, что ПКРМ организовала «третий по счету Женский марш» в столичном секторе Рышкань. О мероприятиях, организованных в этот же день другими партиями, ничего не сообщалось, хотя представители ЛДПМ и СДП на улицах города дарили женщинам цветы.

19 февраля по каналу «*Moldova 1*» было объявлено, что счет-фактуры за тепло в Кишиневе завышены по вине работников жилищного хозяйства, которые подчиняются примэрии. Иногда конкуренты ПКРМ становились мишенью «отрежиссированных» нападков. Так, в пространном материале, представляющем в отрицательном ключе ситуацию в Чимишлии, отмечалось «между прочим», что примар является членом АМН (22 февраля, 21-00). Рассказывая о частном факте сокрытия оружия в селе Сипотень, «*НИТ*» подчеркнул, что виновник – член АМН (21 февраля, 21-30). Пресс-конференции оппозиционных партий освещались только в тех случаях, когда на них в неблагоприятном контексте представлялась та или иная оппозиционная партия или же в благоприятном контексте – ПКРМ. Например, с пресс-конференции Демократической партии на канале *Moldova 1* сообщалось, что ДП находит странными настойчивые требования отдельных партий открыть избирательные участки вне пределов посольств, однако тот факт, что эта же партия расценила визит Лаврова как предвыборную агитацию, был обойден вниманием (26 февраля, 21-00).

27 февраля в информационном выпуске «*Mesager*» (21-00) канал «*Moldova 1*» передал со ссылкой на «*Молдпрес*» сообщение о том, что ЦСМ будет бороться за выход из СНГ, хотя лидеры ЦСМ таких заявлений не делали. Эту информацию в тот же день подхватили «*Radio Moldova*» и «*НИТ*», а на следующий – и «*Antena C*».

На основании сообщения информационного агентства «*Omega*» канал «*Moldova 1*» проинформировал в выпуске новостей от 15 марта, что «Единая Россия» отрицает факт сотрудничества с ЦСМ, о котором сообщало ранее формирование Василе Тарлева. Центристскому союзу не было предоставлено слово ни в рамках этого сообщения, как полагалось, ни после. Однако само сообщение передали также «*НИТ*» (16 марта, 20-00), «*Radio Moldova*» (16 марта, 18-00) и «*Antena C*» (17 марта, 17-00). На канале «*НИТ*» 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.

24 марта по каналу «*Moldova 1*» было распространено сообщение «*Молдпрес*» о том, что 30 общественных организаций Румынии призывают упростить режим перехода границы на период 26-28 марта, чтобы отметить День Воссоединения Бессарабии с Румынией; к этой акции, согласно авторам сообщения, причастны ЛП и ЛДПМ. Мнение этих партий никто не удосужился выяснить. С пресс-конференции, организованной лидерами ЛДПМ 23 марта, каналы «*Moldova 1*» и «*НИТ*» передали в эфир заявление председателя ЛДПМ Влада Филата о факте агрессии по отношению к журналистам информационного агентства ОМЕГА, предпринятом одним из членов ЛДПМ, но не обнародовали еще одно его заявление - о порядке освещения митингов, организованных ЛДПМ. Филат подчеркнул, в частности, что некоторые журналисты сфальсифицировали посредством монтажа выступления отдельных участников предыдущих митингов партии. Один из присутствовавших на пресс-конференции активистов ЛДПМ опроверг прозвучавшее на некоторых телеканалах сообщение о том, что он якобы заявлял журналистам, что ему заплатили за участие в митинге.

Следует отметить, что 26 марта редактора русскоязычной бельцкой газеты «СП» Славу Перунова ударили на встрече главы государства Владимира Воронина с избирателями в местном Дворце культуры. «Moldova 1», «NIT», «Radio Moldova», «Antena C» и «Euro TV», широко комментировавшие агрессию по отношению к одному из журналистов агентства «Омега» на Площади Великого Национального Собрания, проигнорировали этот случай.

На «Moldova 1» доля благоприятных для ПКРМ сообщений в общем объеме информации предвыборного характера составила 22,5 %, на «Radio Moldova» – 37,2%, на «NIT» – 30% и на канале «Antena C» – 38,8%. Для сравнения: на «EU TV» этот показатель не превысил 5,6%.

Диаграмма 5. Конкуренты по выборам, благоприятно или неблагоприятно представленные в выпусках новостей на «Moldova 1» - частота

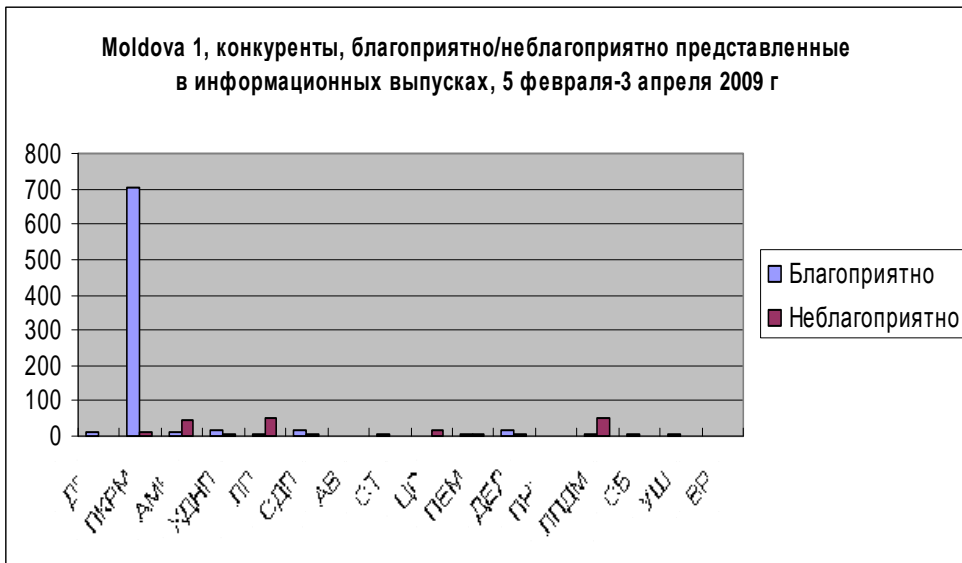


Диаграмма 6. Конкуренты по выборам, благоприятно или неблагоприятно представленные в выпусках новостей на «NIT» - частота

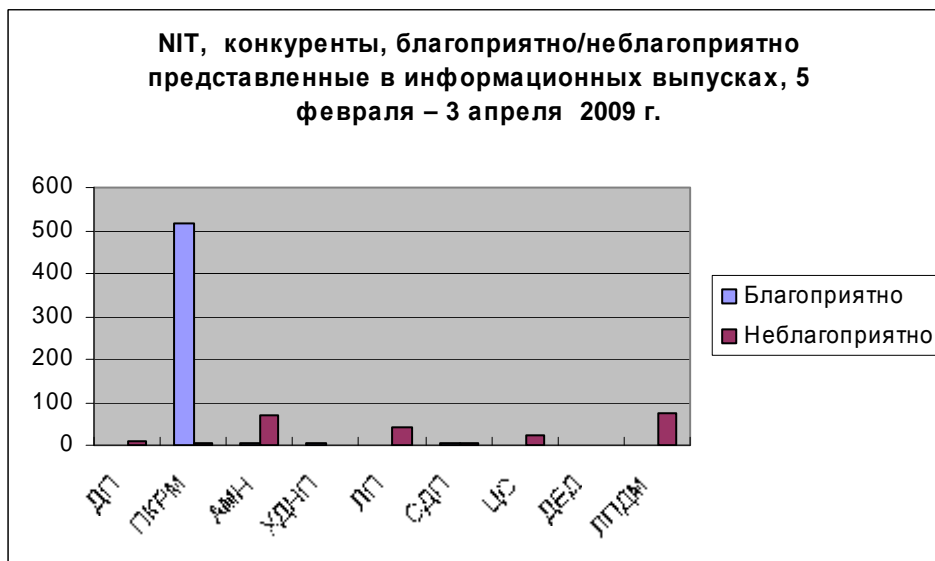


Диаграмма 7. Конкуренты по выборам, благоприятно или неблагоприятно представленные в выпусках новостей на «Radio Moldova» - частота

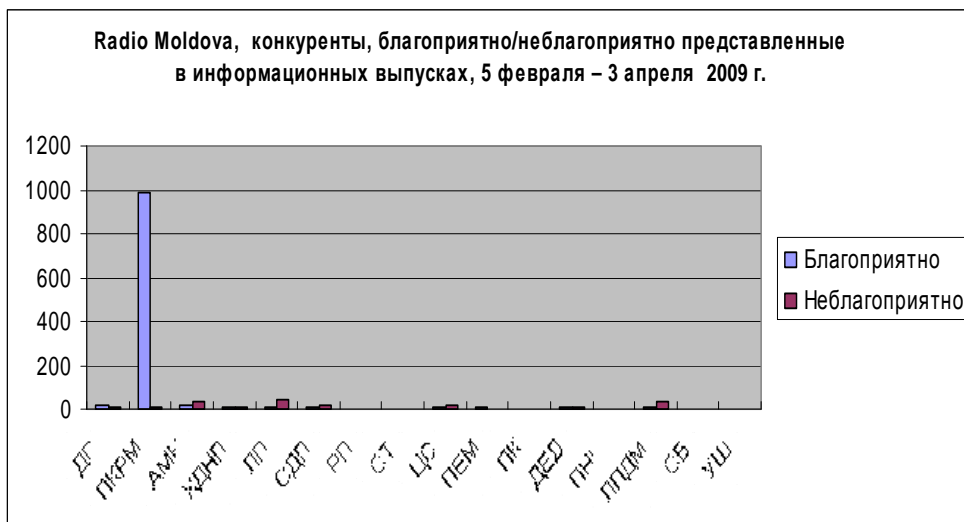
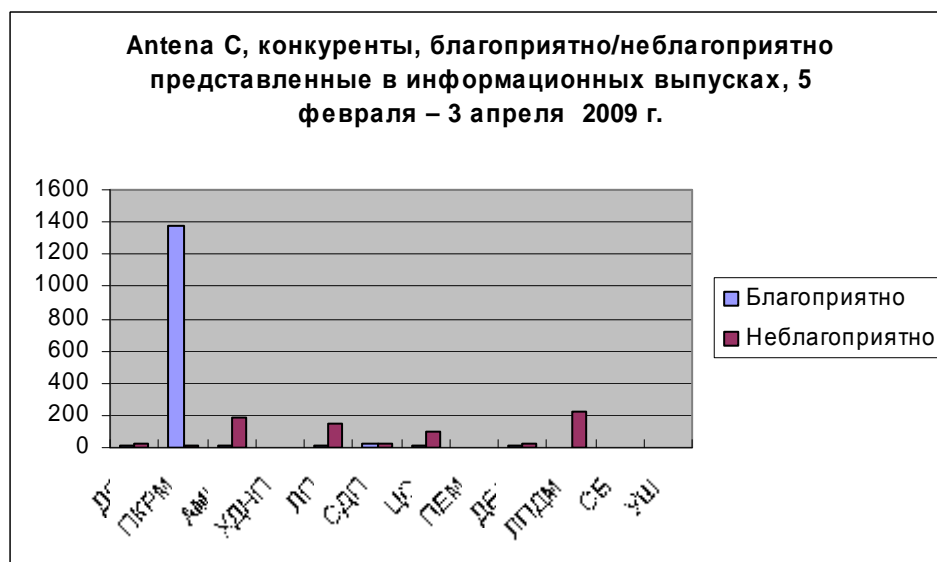
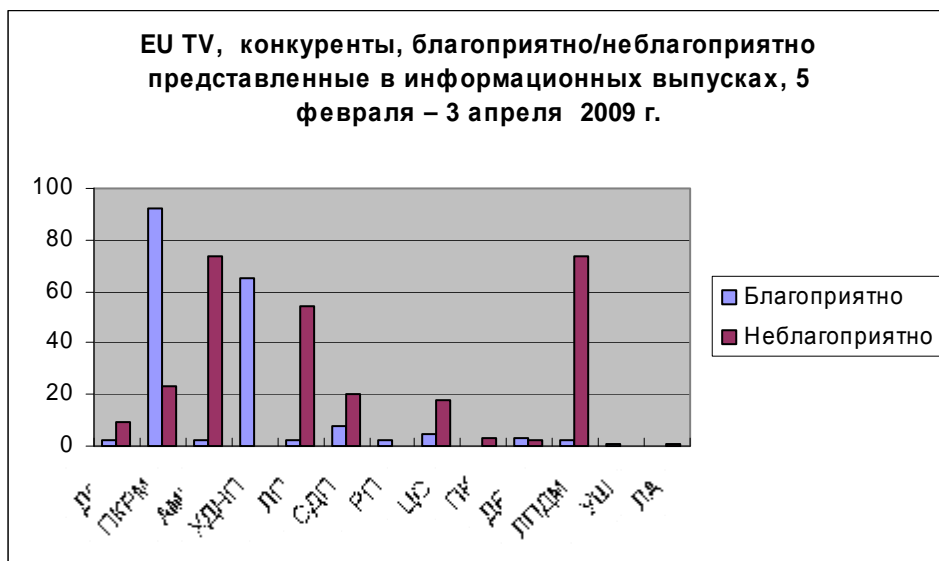


Диаграмма 8. Конкуренты по выборам, благоприятно или неблагоприятно представленные в выпусках новостей на «Antena C» - частота



EU TV поддерживал, в основном, ХДНП и ПКРМ, которую иногда представлял и в отрицательном свете. Оппозиционные партии – ЛДПМ, АМН, ЛП, ЦСМ – цитировались на этом канале, как правило, с целью их дискредитации. Например, EU TV передал ряд сообщений о том, что один из лидеров ЛДПМ якобы является масоном (Диаграмма 7).

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



На «PRO TV», «TV 7» и «Vocea Basarabiei» неблагоприятных для ПКРМ сообщений было больше, чем благоприятных. Как и правящая партия, оппозиционные формирования освещались на этих каналах более широко и более объективно. На «TV 7» прослеживалась тенденция представлять в выгодном свете ДП (Диаграммы 8-10).

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

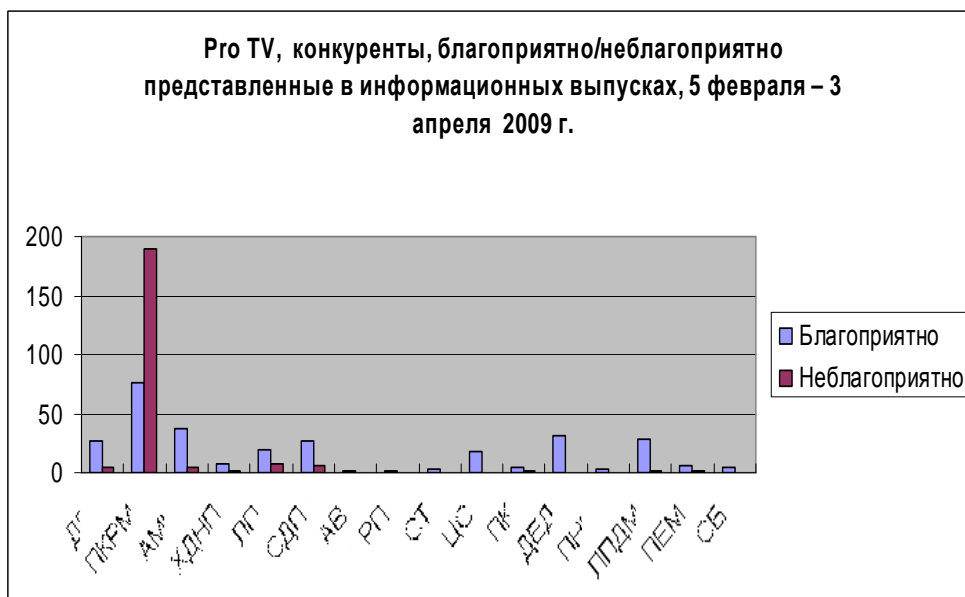
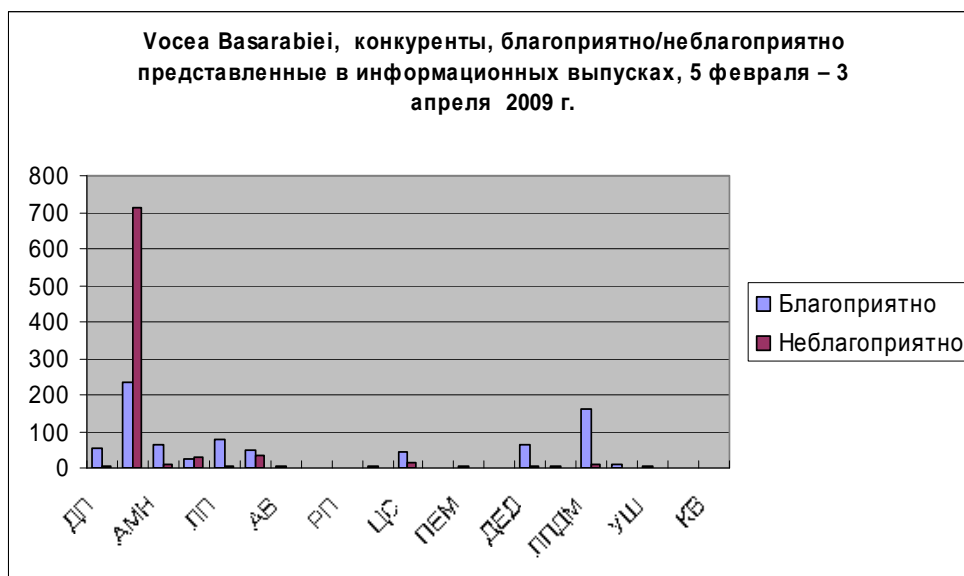


Диаграмма 11. Конкуренты по выборам, благоприятно или неблагоприятно представленные в выпусках новостей на «TV 7» - частота



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



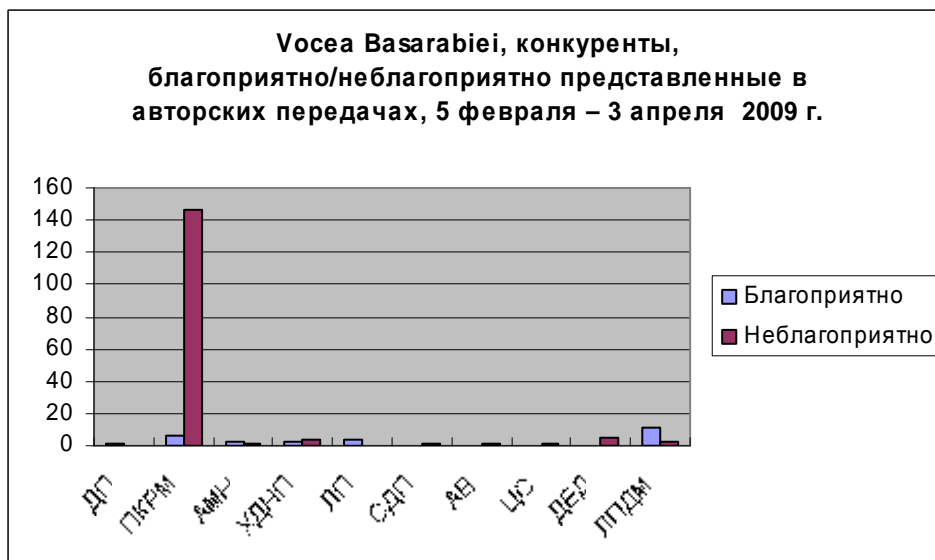
#### 4.4 Конкуренты по выборам, благоприятно или неблагоприятно представленные, прямо или косвенно, в авторских передачах, – частота

В авторских передачах на канале «EU TV» оппозиционные партии – ЛДПМ, АМН, ЛП, СДП, ДП – были представлены в негативном свете, тогда как по отношению к ХДНП и ПКРМ проявлялась явная благосклонность. Вместе с тем в авторских передачах канала «Vocea Basarabiei» наиболее часто критиковалась правящая партия, а также, иногда, ДЕД и ХДНП.

Диаграмма 13. Конкуренты по выборам, благоприятно или неблагоприятно представленные в авторских передачах на «EU TV» - частота



Диаграмма 14. 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

#### 5.1.1 Газеты

В период с 5 февраля по 3 апреля 2009 года в 12 газетах, по которым проводился мониторинг, опубликовано 3149 материалов, прямо или косвенно посвященных предвыборной тематике. Их общая площадь составила около 1360 тысяч квадратных сантиметров.

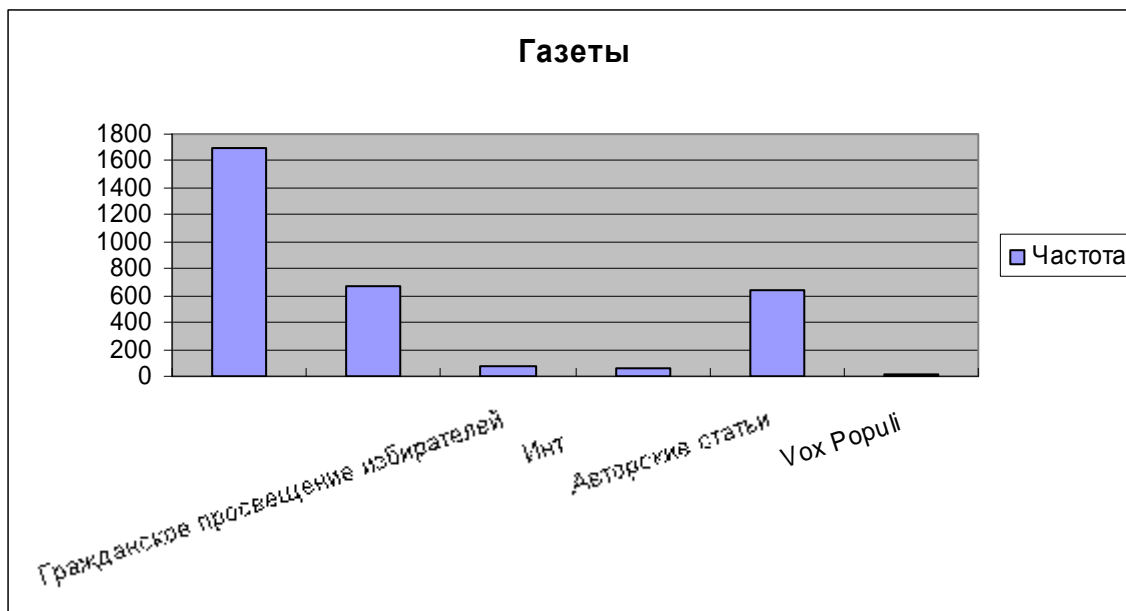
В течение всей предвыборной кампании преобладал жанр информационного сообщения, к которому можно отнести более 53% тематических материалов. Вместе с тем, в последние недели число информации уменьшилось в пользу авторских и рекламных статей.



Согласно окончательной статистике, на них пришлось в среднем по 20-21% общей площади, отведенной теме выборов.

Материалов по гражданскому воспитанию избирателей за время мониторинга было опубликовано крайне мало – всего 80. Как единственное издание, не выпустившее ни одного из них, отличилась газета «Flux». Газета «Moldova Suverană» выделила этой тематике 35 квадратных сантиметров.

Диаграмма 15. Частота появления статей на страницах газет, анализируемых в мониторинге (5 февраля – 3 апреля 2009 г.)



Лидером по числу материалов, прямо или косвенно посвященных парламентским выборам 5 апреля 2009 года, стала газета «*Timpul de dimineață*» - их опубликовано в ней 693, они заняли около 196 тыс. квадратных сантиметров. Примерно половину этих публикаций составили информационные сообщения, затем следуют авторские статьи и реклама, заказанная конкурентами по выборам, в частности, партиями либеральной ориентации.

По газетной площади, отведенной предвыборной тематике, лидирует газета «*Moldova Suverană*» (270 278 кв.см. для 506 статей), из этой площади около 40% заняла реклама, маркированная соответствующим образом, вся в пользу ПКРМ; примерно столько же места было отведено сообщениям. Кроме того, газета публиковала авторские статьи и интервью в поддержку этого конкурента по выборам. Затем следуют «*Независимая Молдова*» - 404 статей общей площадью более 204 тыс. кв. см, в том числе более 65 тыс. кв. см предвыборной рекламы в пользу ПКРМ, и газета «*Flux*», разместившая примерно на такой же площади вдвое меньшее количество статей (233). Следует отметить, что газета «*Flux*» стала лидером по площади, отведенной авторским статьям на тему выборов – более 68 тыс. кв. см. Эта газета публиковала исключительно предвыборную рекламу ХДНП, не маркированную должным образом, как того требует Регламент освещения предвыборной кампании, одобренный ЦИК.

«*Jurnal de Chișinău*» в период предвыборной кампании опубликовал 494 тематических материала общей площадью 183 тыс. кв. см. Из них более 45% составили сообщения, затем следуют реклама (24%) и авторские статьи (22%). «*Jurnal de Chișinău*» лидирует по количеству статей, посвященных гражданскому воспитанию населения и опубликованных, в основном, в тематическом приложении «*Obiectiv*», которое издает

Ассоциация независимой прессы (АНП) и распространяют 17 газет, в том числе «*Jurnal de Chişinău*» и еще две газеты из числа тех, по которым проводится мониторинг, – «*СП*» и «*Cuvântul*».

Газета «*Молдавские ведомости*» опубликовала 265 тематических материалов более чем на 101 тыс. кв. см. В основном, преобладали информационные сообщения и авторские статьи.

Из общей площади в 67 тыс. кв. см, предоставленной 131 материалу предвыборной тематики газетой «*СП*», более 45% составила реклама, затем следуют сообщения и статьи по гражданскому воспитанию избирателей. Аналогичная тенденция отмечалась и в газете «*Cuvântul*», хотя здесь было опубликовано больше тематических статей малого объема.

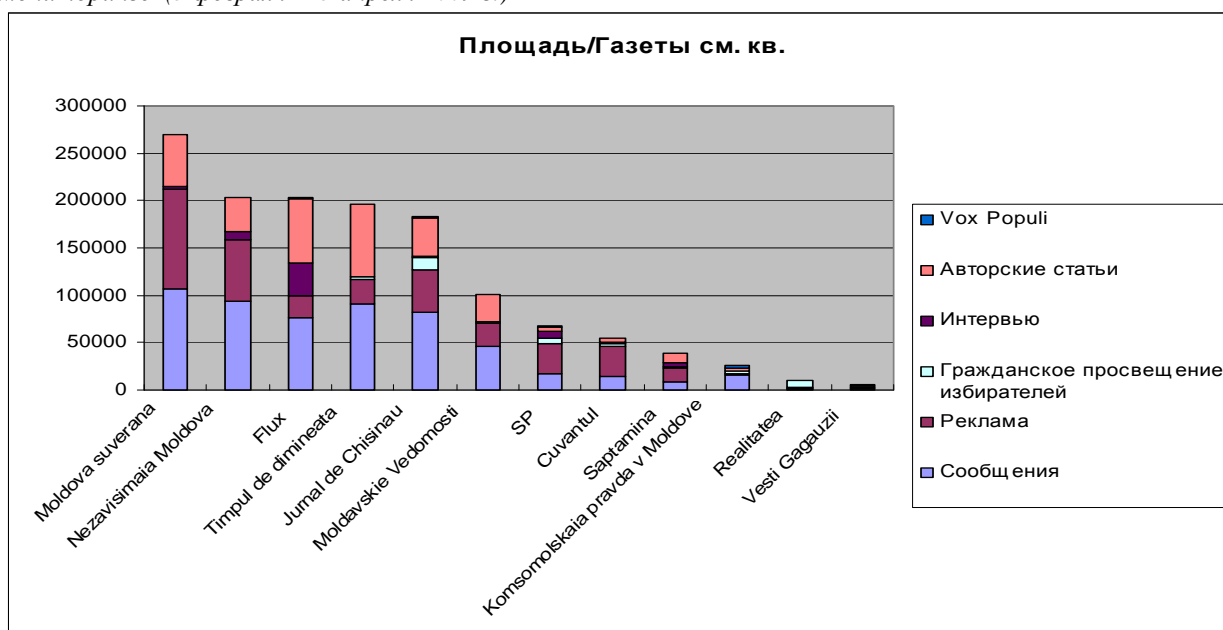
За два месяца мониторинга газета «*Săptămîna*» опубликовала 136 статей на тему выборов общей площадью около 39 тыс. кв. см. Наибольшая площадь (37%) была отведена под рекламу, затем следуют авторские статьи и сообщения.

«*Комсомольская правда в Молдове*» включилась в освещение предвыборной кампании довольно скромно, опубликовав в этот период 102 материала, прямо или косвенно посвященных выборам; в основном, это были сравнительно нейтральные сообщения или материалы по гражданскому воспитанию избирателей. На последней стометровке марафона газета опубликовала, однако, большое интервью с экс-президентом Украины Леонидом Кравчуком, явно доброжелательное по отношению к ПКРМ.

Местные газеты «*Realitatea*» и «*Vesti Gagauzii*» освещали предвыборную кампанию без особой активности. Немногочисленные материалы в этих изданиях были направлены прежде всего на гражданское воспитание избирателей в ущерб сообщениям и авторским статьям на тему выборов.

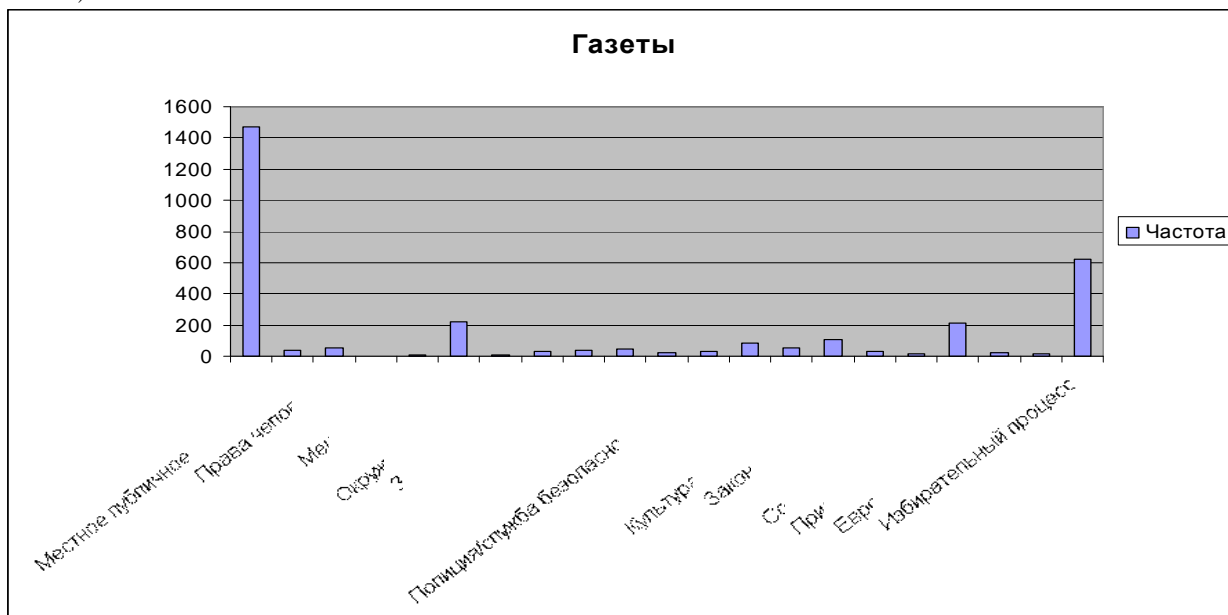
**Примечание:** При сравнительном анализе следует учитывать периодичность выхода газет, а также число полос.

Диаграмма 16. Площадь и жанры материалов, опубликованных на страницах газет, участвующих в мониторинге (5 февраля – 3 апреля 2009 г.)



С точки зрения тематики, большинство материалов, опубликованных в этот период, были непосредственно посвящены политике и обществу в целом, избирательному процессу как таковому, социальным и экономическим проблемам страны. Такие важные проблемы, как коррупция, приднестровский вопрос, права человека, здравоохранение и состояние окружающей среды, конкуренты по выборам в своих выступлениях, передаваемых гражданам посредством СМИ, поднимали довольно редко.

Диаграмма 17. Тематика статей на страницах газет, анализируемых мониторингом (5 февраля – 3 апреля 2009 г.)

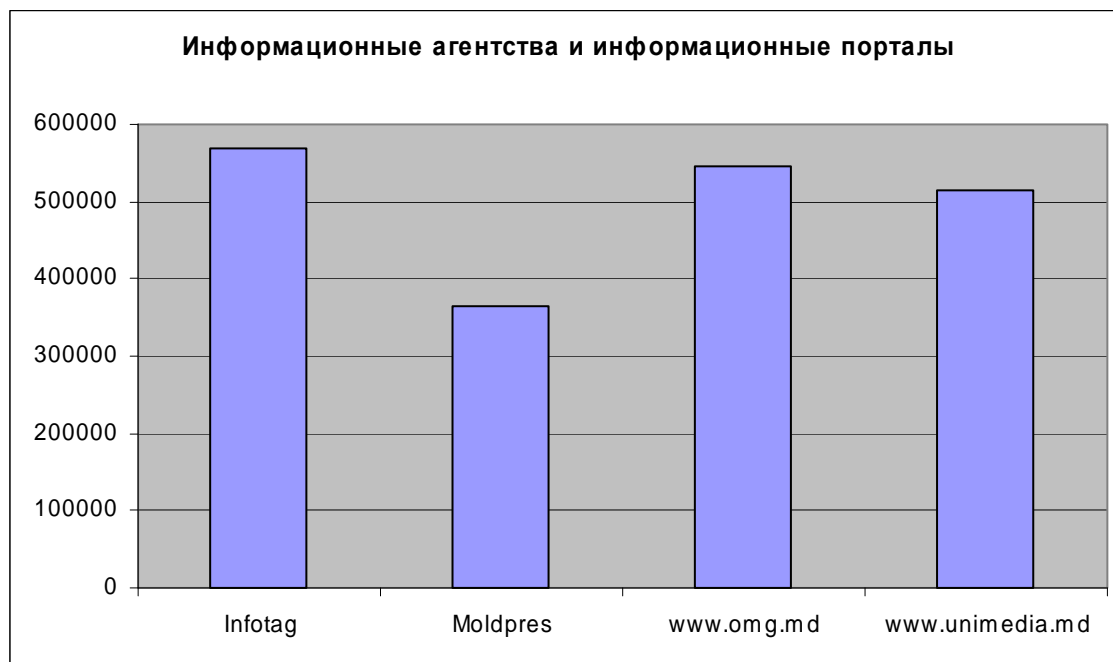


### 5.1.2 Информационные агентства и информационные порталы

В период с 5 февраля по 3 апреля 2009 года оба анализируемых агентства - «Молдпрес» и «Инфотаг» - включили в свои информационные выпуски 637 сообщений, соответствующих тематике мониторинга, общим объемом около 933 тысяч знаков (без пробелов). «Инфотаг» освещал предвыборную кампанию более активно: 60% сообщений из их общего объема пришлось именно на это агентство. Кроме того, «Инфотаг» был на порядок выше и с информационной точки зрения – агентство использовало различные источники, представлявшие всех конкурентов на выборах.

На сайтах [www.unimedia.md](http://www.unimedia.md) и [www.omg.md](http://www.omg.md) интернет-пользователи могли просмотреть в этот период 691 оригинальных или перепечатанных сообщений на тему выборов, общим объемом около 1061,5 тыс. знаков. Примерно 65% сообщений и половина занятой ими площади пришлось на портал [www.omg.md](http://www.omg.md).

Диаграмма 18. Площадь, выделенная сообщениям информационными агентствами и информационными порталами (5 февраля – 3 апреля 2009 г.)



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

### 5.2.1 Газеты

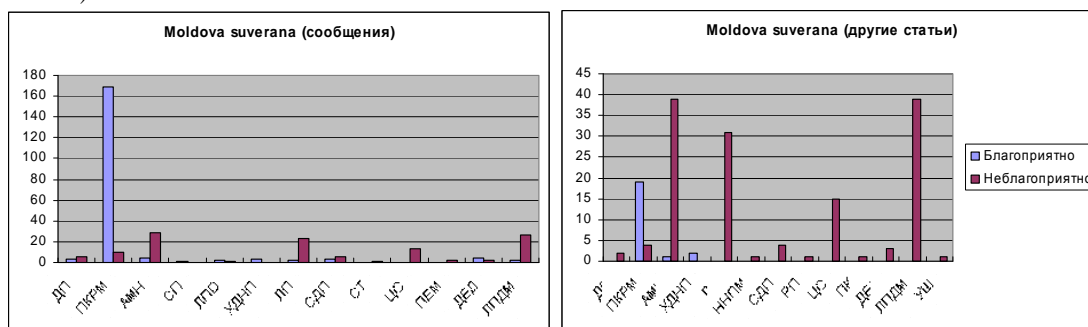
За весь период наблюдения «*Moldova Suverană*» с особой откровенностью поддерживала правящую партию, как в сообщениях, так и в авторских статьях. Так, в 169 из 179 сообщений и в 19 из 23 других материалах на тему выборов газета представляла ПКРМ в хвалебном тоне, как проводника реформ и гаранта стабильности в обществе. Подробно освещались встречи и визиты Владимира Воронина в двойной ипостаси – как главы государства и в качестве лидера ПКРМ, а также его инициативы, направленные на увеличение стипендий студентам, улучшение материального уровня наиболее уязвимых семей, снижение цены так называемого «социального хлеба». Кроме того, газета опубликовала ряд статей о мнимых экономических достижениях, которые также, пусть косвенно, ставили ПКРМ в более выгодное положение, так как проводилось сравнение с ситуацией восьмилетней давности, т.е. до прихода коммунистов к власти. Так, в одном только номере (13 февраля) газета рассказала о том, что в Молдове достигнут рекордный объем прямых иностранных инвестиций; что за последние семь лет возросло валовое производство сельскохозяйственной продукции; что кризис не грозит молдавскому вину; что зарплата медработников растет и т.д., и т.п. После обнародования результатов социологического опроса относительно симпатий избирателей газета победоносным тоном прокомментировала их, подчеркивая, что «ПКРМ обречена не оставлять Молдову в объятиях политических бандитов» (понятно, что под «бандитами» подразумевались партии либеральной ориентации).

Газета выделяла очень большую площадь исключительно под рекламу ПКРМ, уточняя, что реклама оплачена из избирательного фонда этого конкурента по выборам. За два месяца «*Moldova Suverană*» по площади маркированной рекламы в поддержку ПКРМ побила все рекорды, опубликовав ее почти на 106 тыс. кв. см. Несмотря на это, в отчетах, представляемых в ЦИК, ПКРМ указывала довольно скромные суммы, перечисленные на счет компании, издающей газету – CNI «*Moldova Suverană*» SRL

Сообщения, касающиеся других конкурентов по выборам, кроме ПКРМ, отбирались с особой тщательностью – в печать шла лишь информация, представляющая оппонентов правящей партии в негативном свете. Издательская политика этого издания в предвыборной кампании была направлена на жесткую, нередко порочащую критику в адрес оппозиционных партий и их руководителей. Лидеров партии «Альянс Молдова ноастрэ», Либерально-демократической и Либеральной партий, а также Центристского союза «*Moldova Suverană*» обвиняла в коррупции, неспособности управлять государственными делами, навешивала на них различные ярлыки и давала понять, что они «убийцы, бандиты и грабители». В редакционных и авторских статьях использовались оскорбительные, мягко говоря, эпитеты в отношении лидеров оппозиции: «*puradel*» (пацанва), «*sărușă*» (клещ), «*copil întârziat*» (отсталый ребенок), «*terchea-berchea*» (никудышный), «*balast*» (балласт), «*ratați*» (неудачники) и т.д. Василе Тарлева газета представляла как «обжору и лгуна», который берет избирателя приступом (*unul dintre „mâncăii și mincinoșii” care bat la ușa alegătorului*); ЛДПМ - как «одноразовый политический проект» («*un proiect politic de unică folosință*»), а «группировку Гимпу-Киртоакэ» обвиняла в том, что она «мычит об объединении Молдовы с Румынией» («*gruparea Ghimpu-Chirtoacă rage unirea Moldovei cu România*»); Филат, Урекян, Тарлев, Гимпу, Серебрян и Дьяков были представлены газетой как «уроды-политруки» («*dihanii politrice*») и т.д. Каждый раз, упоминая об этих лидерах, «*Moldova Suverană*» отзывалась о них в негативном контексте, часто уничижительно и с издевкой.

Единственным конкурентом по выборам (кроме ПКРМ), который за это время не был подвергнут критике на страницах газеты «*Moldova Suverană*», стала Христианско-демократическая народная партия. Из 506 материалов, опубликованных этим изданием в период с 5 февраля по 3 апреля, только 153 или 30% были нейтральными, остальные отличались своей пристрастностью.

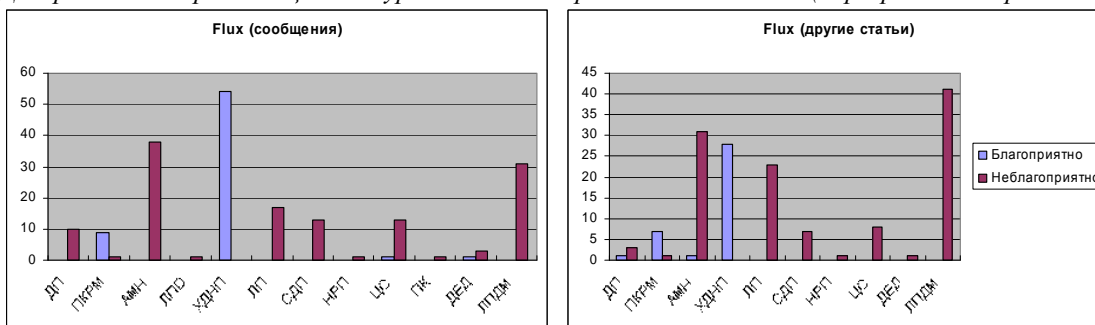
Диаграмма 19. Презентация конкурентов по выборам в газете «*Moldova Suverană*» (5 февраля – 3 апреля 2009 г.)



Газета «*Flux*» в течение всей предвыборной кампании открыто поддерживала ХДНП и вела самую настоящую «информационную войну» с политическими оппонентами этой партии, нередко используя агрессивную лексику, оскорбительные коллажи и памфлеты. Все сообщения и авторские статьи на тему выборов, опубликованные за время мониторинга, прямо или косвенно благоприятствовали ХДНП. Кроме того, эта партия пользовалась исключительной рекламой на страницах газеты, нередко без должной маркировки. Целые полосы посвящались продвижению имиджа ХДНП, в том числе посредством публикации резолюций ряда европейских организаций, членом которых является этот конкурент по выборам, обращений в поддержку ХДНП из-за рубежа (Болгарии, Грузии и др.), значительных материалов о кандидатах этой партии на депутатский мандат, в частности, о лидере формирования, - они были представлены как «смелые, интеллигентные, энергичные и отважные люди». Вместе с тем, газета «*Flux*» публиковала статьи, в которых яростно критиковала другие партии и их лидеров, меньше

– ПКРМ; первая газета обвиняла в принадлежности к масонам и мафии, используя при этом оскорбительную лексику. Так, политическим оппонентам ХДНП – ЛП, АМН, ЛДПМ и др. – газета инкриминировала нарушения законодательства о выборах, «двойную бухгалтерию» и т.д., в частности, в статьях «Politică, business, mafie și canalii 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.). Из 233 статей, опубликованных за период 5 февраля – 3 апреля, лишь 32 или 14% были нейтральными, в остальных случаях газета проявила необъективность. Это один из самых низких показателей соотношения между общим числом публикаций и количеством нейтральных материалов – из всех 24 СМИ, анализируемых в мониторинге, включая газеты, информационные агентства, веб-порталы, радио- и телеканалы.

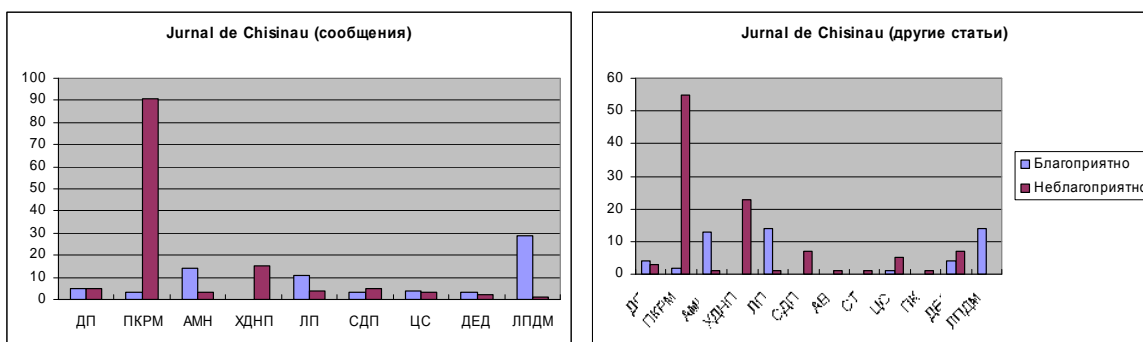
Диаграмма 20. Презентация конкурентов по выборам в газете «Flux» (5 февраля – 3 апреля 2009 г.)



За два месяца мониторинга газета «*Jurnal de Chișinău*» представляла в невыгодном свете, прямо или косвенно, ПКРМ и ХДНП, одновременно поддерживая партии либеральной ориентации и выступая за их консолидацию для создания послевыборной коалиции. Газета публиковала сообщения, авторские статьи и журналистские расследования, представлявшие ПКРМ в негативном контексте, анализировала декларации о доходах и имуществе, внесенные в Центральную комиссию по контролю, делая вывод, что декларации ряда высокопоставленных лиц (представителей ПКРМ, ДП и АМН) не соответствуют действительности. Кроме того, освещались случаи незаконного использования административного ресурса представителями ряда конкурентов по выборам (ПКРМ, ХДНП, АМН, ДП). Лидера ПКРМ Владимира Воронина газета обвиняла в том, что он не декларирует все имущество и доходы; развязал антирумынскую истерию, приказав выдворить из страны некоторых румынских граждан, оказывает давление в целях продвижения бизнеса своего сына и т.д. Были опубликованы также сообщения о встречах с избирателями на местах, где «Воронина освистали». Газета представляет ПКРМ в неблагоприятном свете, в том числе широко освещая действия и заявления оппозиции, обвиняющей ПКРМ в попытке скрыть от общественности последствия глобального экономического кризиса для РМ, в намерениях фальсифицировать результаты выборов путем искусственного завышения числа граждан с правом голоса и т.д.

Из 494 материалов, опубликованных в газете «*Jurnal de Chișinău*» и составивших предмет мониторинга, 202 (41%) были нейтральными, в остальных случаях авторы проявляли большую или меньшую пристрастность по отношению к одному или нескольким конкурентам по выборам.

Диаграмма 21. Презентация конкурентов по выборам в газете «Jurnal de Chişinău» (5 февраля – 3 апреля 2009 г.)

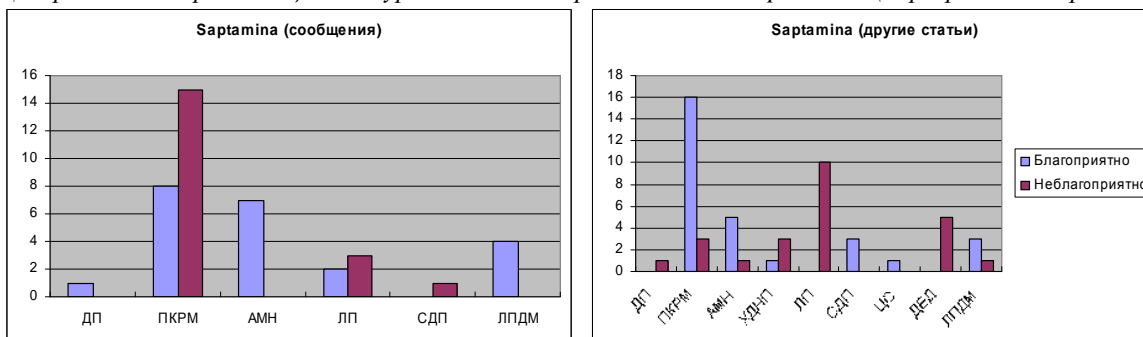


Диаг

В ходе предвыборной кампании газета «Săptămîna» сохраняла определенный нейтралитет по отношению к правящей партии, которую иногда критиковала, иногда представляла в положительном свете. Вместе с тем, газета проявляла определенную симпатию к АМН и ЛДПМ, тогда как к другим некоммунистическим партиям подход был сравнительно нейтральным. Единственным исключением стали Либеральная партия и Дорин Киртоакэ, антипатия к которым не скрывалась. Например, в статье «Таха Chirtoacă» (13 февраля) газета призывала: „Oameni, fiți vigilenți! Să nu cocoțăm în parlament Prostia și incompetența din centrul Chişinăului. Variante de vot: Stejarul lui Filat, Soarele lui Serafim, Mărţişorul lui Braghiş etc. Numai nu PL. Căci PL trebuie să se ducă exact acolo unde trebuie: în PL”.

Из 136 тематических материалов, опубликованных газетой с 5 февраля по 3 апреля, нейтральными были 53 или 39%.

Диаграмма 22. Презентация конкурентов по выборам в газете «Săptămîna» (5 февраля – 3 апреля 2009 г.)

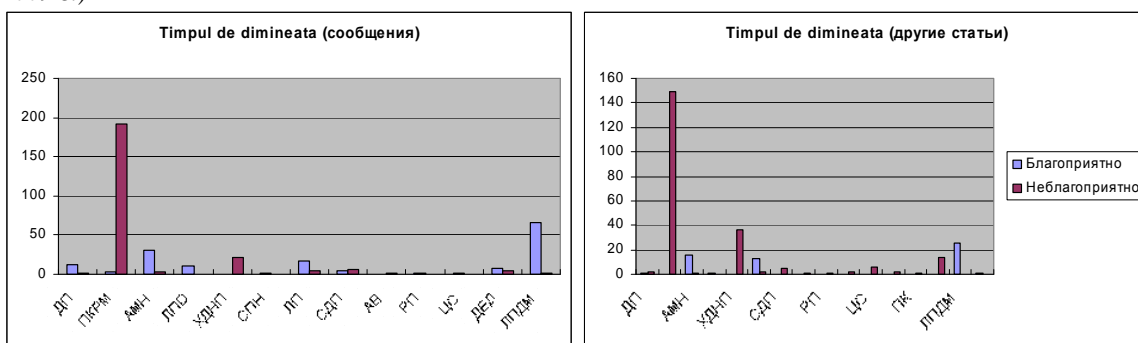


В материалах, опубликованных газетой «Timpul de dimineață» за два месяца предвыборной кампании, ПКРМ освещалась исключительно в негативном плане, как и ХДНП. Газета обвиняла партию власти в попытках обмануть народ, скрыв от него тот факт, что страна страдает от экономического кризиса, а также в подготовке фальсификации выборов и использовании в предвыборной кампании административного ресурса. Кроме того, ПКРМ подвергалась острой критике за выдворение из страны двух граждан Румынии и запрет на въезд в Молдову представителей общественных организаций этой страны в дни празднования годовщины объединения Бессарабии с Румынией. Газета опубликовала письмо Воронина президенту Казахстана Назарбаеву, дискредитирующее предпринимателя Анатола Стати, а также статьи, которыми попыталась убедить читателей в том, что Воронин намерен присвоить бизнес Анатола Стати, а супруга президента Воронина пытается «купить» голоса для ПКРМ, используя для этого гуманитарную помощь. Газета критиковала ХДНП за «грязную кампанию» и попытки манипулировать электоратом, а также комментировала слухи, согласно которым Ю.Рошка намеревается покинуть страну в случае, если проиграет на выборах. «Timpul de dimineață» неоднократно критиковала ДЕД и его лидера Анатола Петренку за «прорыв единого фронта демократов».

Либеральные партии (ЛДПМ, АМН и ЛП) на страницах этого издания были представлены только положительно, их действия всячески восхвалялись и приветствовались. Организованная ЛДПМ акция «Голосуй без страха» освещалась широко, как и другие антикоммунистические мероприятия конкурентов по выборам. Газета приветствовала «консолидацию либерально-демократического полюса», который после выборов должен сформировать новое политическое большинство в Республике Молдова.

Из 693 материалов на тему выборов, опубликованных в «*Timputul de dimineață*» в ходе предвыборной кампании, 175, или 25%, были нейтральными, остальные отличались более или менее пристрастным характером.

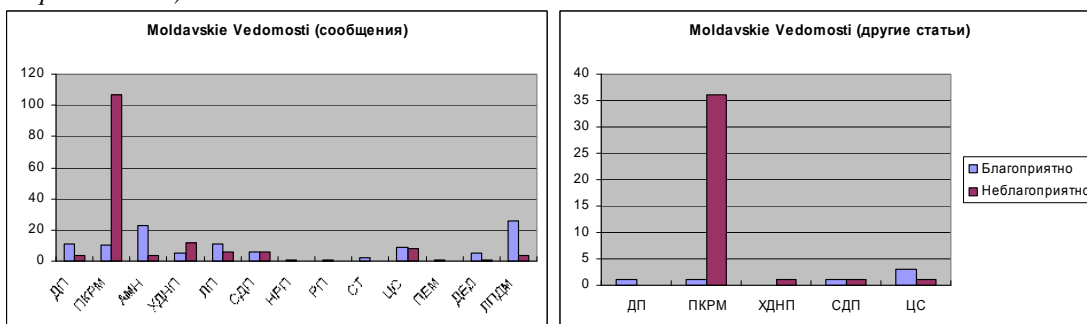
Диаграмма 23. Презентация конкурентов по выборам в газете «*Timputul de dimineață*» (5 февраля – 3 апреля 2009 г.)



Во всех номерах газеты «*Молдавские ведомости*», вышедших в свет в период предвыборной кампании, правящая партия и ее лидер подвергались острой критике. ПКРМ обвинялась в том, что довела экономику страны до банкротства, что сотни тысяч граждан были вынуждены уехать в другие края на заработки, что эта партия нарушает законодательство о выборах, устраивая благотворительные обеды в ходе предвыборной кампании и т.д. Газета опубликовала письмо Воронина президенту Казахстана Назарбаеву с критической оценкой работы компании «*Ascot Group*», которая была названа «бизнесом на крови». «*Молдавские ведомости*» сообщали также о факте агрессии по отношению к бельцкому журналисту Славе Перунову со стороны боксеров местного спортивного комплекса в момент, когда журналист попытался пройти в зал, где проходила встреча Воронина с избирателями; были опубликованы заявления бывшего президентского советника Серджиу Мокану, потребовавшего возбудить уголовное дело в отношении Воронина за узурпацию государственной власти, нарушение прав человека, подрыв национальной экономики и т.д.

Вместе с тем, «*Молдавские ведомости*» благоприятствовали конкурентам по выборам от оппозиции, включая ЛДПМ и АМН, действия и заявления которых освещались и комментировались в положительном плане. Лишь 19% материалов, опубликованных этим изданием в рамках предвыборной кампании, были нейтральными (51 из 265).

Диаграмма 24. Презентация конкурентов по выборам в газете «*Молдавские ведомости*» (5 февраля – 3 апреля 2009 г.)



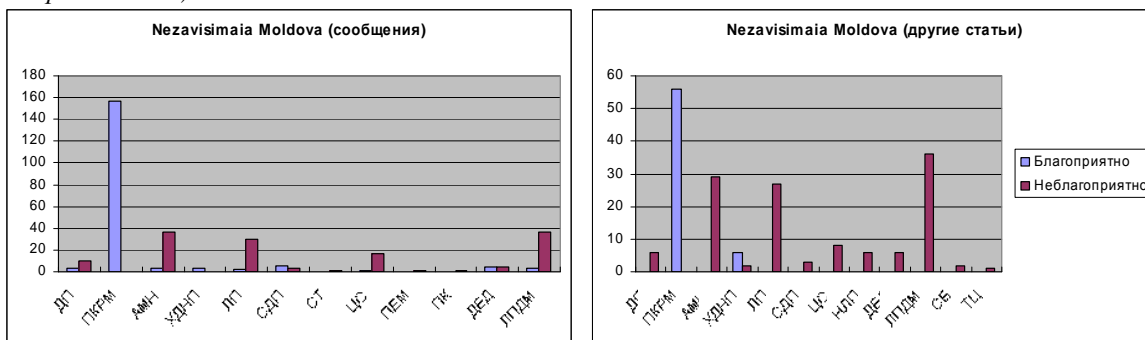


Бесспорным фаворитом газеты «Независимая Молдова» в предвыборной кампании была ПКРМ, это издание публиковало примерно такие же материалы о достижениях правительства за последние 8 лет, как и «Moldova suverană». Практически, во всех сообщениях и авторских статьях, где упоминалась правящая партия, речь о ней шла в положительном контексте. Кроме того, значительная часть газетной площади отводилась материалам об участии В.Воронина в различных мероприятиях, различным письмам и обращениям с призывами голосовать за ПКРМ. Публиковалось интервью с Ворониным, заявившим, что в случае, если ПКРМ проиграет выборы, страна скатится вниз по наклонной плоскости. В качестве рекламы ПКРМ газета цитировала слова российского президента Дмитрия Медведева, который, как утверждалось, заявил, что в Приднестровье не льется кровь исключительно благодаря Воронину, а также Патриарха Московского и всея Руси Кирилла, хвалившего отношения, сложившиеся между молдавской властью и церковью.

Вместе с тем, некоммунистическая оппозиция, в частности, партии либеральной ориентации, подвергались острой критике, издеваясь над этими конкурентами, газета навешивала им всевозможные уничижительные ярлыки, обвиняла в том, что они платят участникам акций протеста, намеренно блокируют выплату повышенных зарплат бюджетникам, нарушают Конституцию, провоцируя панику на валютном рынке. Со ссылкой на газету «Flux» «Независимая Молдова» инкриминировала лидерам ЛДПМ и АМН принадлежность к «лживому масонству» и продвижение интересов преступного мира. Газета предельно эксплуатировала инцидент с журналистами, в отношении которых были предприняты агрессивные действия со стороны представителя ЛДПМ, при этом явно преследовалась цель окончательной дискредитации конкурента по выборам.

Только 17% тематических материалов (68 из 404), опубликованных за этот период в газете «Независимая Молдова», можно отнести к нейтральным, в остальных случаях авторы проявили политическую ангажированность.

Диаграмма 25. Презентация конкурентов по выборам в газете «Независимая Молдова» (5 февраля – 3 апреля 2009 г.)

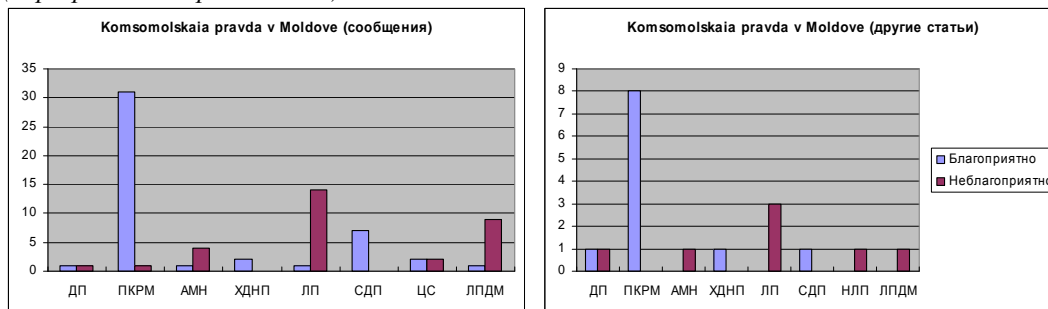


«Комсомольская правда в Молдове» освещала предвыборную кампанию косвенно, предоставляя читателям минимальную информацию на эту тему. Тем не менее, опубликованными материалами газета благоприятствовала ПКРМ, и эта тенденция стала очевидной в последние недели (за два дня до выборов целая полоса была отведена интервью с бывшим президентом Украины Леонидом Кравчуком, явно в поддержку партии власти).

ЛП и ЛДПМ чаще других упоминались в этой газете в отрицательном контексте. Из 102 публикаций, соответствующих тематике мониторинга, 27 (26%) были нейтральными.

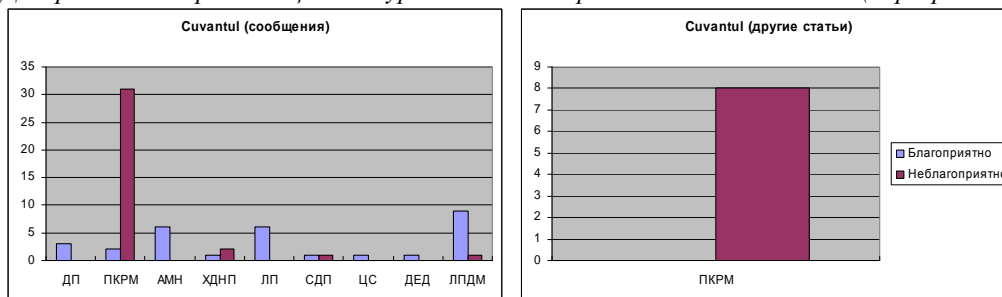
Авторы остальных материалов использовали газетную площадь для изложения собственных политических симпатий или антипатий.

Диаграмма 26. Презентация конкурентов по выборам в газете «Комсомольская правда в Молдове» (5 февраля – 3 апреля 2009 г.)



Еженедельник «Cuvântul» (Резина) представлял ПКРМ в негативном контексте и в сообщениях, и в авторских статьях, а оппозиционные партии – в основном, положительно. Газета организовала предвыборные дебаты, в рамках которых анализировались обещания конкурентов. ПКРМ не ответила на приглашение принять участие в этих дебатах. Из 152 тематических материалов, опубликованных в «Cuvântul» с 5 февраля по 3 апреля, 82 (54%) были нейтральными.

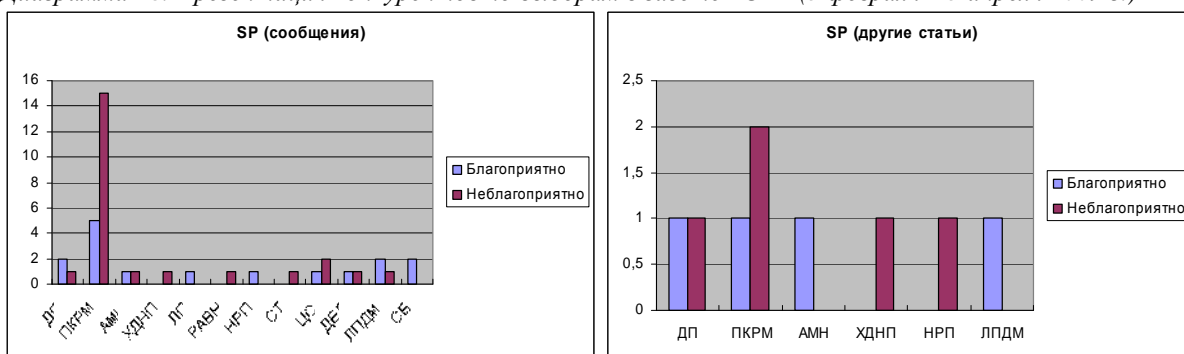
Диаграмма 27. Презентация конкурентов по выборам в газете «Cuvântul» (5 февраля – 3 апреля 2009 г.)



Газета «СП» (Бэлць) представляла конкурентов по выборам в основном нейтрально, с некоторыми критическими выпадами в адрес ПКРМ, которую часто критиковала, несмотря на то, что иногда представляла в нейтральном и положительном плане. На ее страницах было рассказано, в частности, о том, что один из сторонников ПКРМ пришел в редакцию с гранатой, оказавшейся бутафорной, публиковалась статья, в отрицательном свете представлявшая местного кандидата от ПКРМ В.Витюка

В период мониторинга «СП» публиковала предвыборные дебаты с участием 12 конкурентов по выборам, в которых ПКРМ не желала принять участие. В тематическом приложении «Свободный микрофон» газета регулярно помещала информацию о партийной жизни и сообщала о действиях конкурентов по выборам. Среди печатных СМИ «СП» добился одного из лучших результатов по соотношению между общим числом материалов на тему выборов и нейтральными публикациями (77 из 131, или 59%).

Диаграмма 28. Презентация конкурентов по выборам в газете «СП» (5 февраля – 3 апреля 2009 г.)



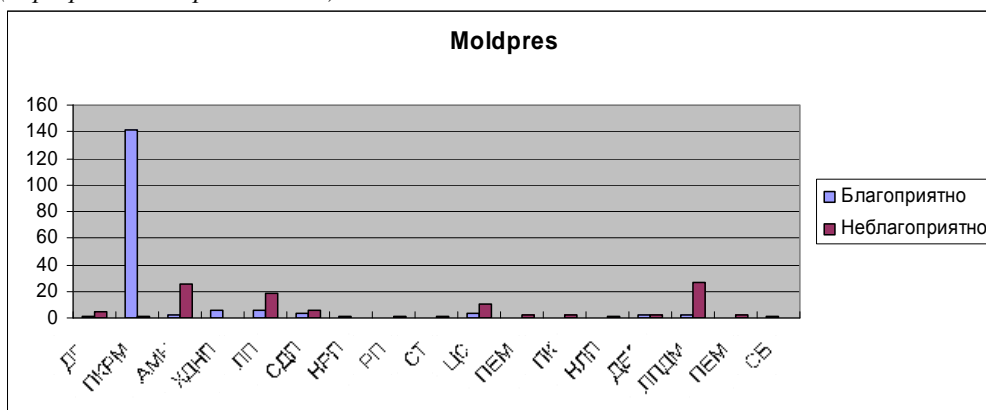
Газеты «*Realitatea*» (Сорока) и «*Vestii Гагаузии*» (Комрат) участвовали в освещении предвыборной кампании менее активно и ограничились в основном публикацией материалов об избирательном процессе как таковом, в частности, постановлений местных избирательных советов по организации избирательных участков и т.д.

### 5.2.2 Информационные агентства и информационные порталы

Информационное агентство «*Молдпрес*» однозначно благоприятствовало правящей партии, восхваляя этого конкурента во всех сообщениях предвыборной тематики. Однако отмечались попытки манипулировать общественным мнением посредством строгого отбора сообщений и распространения некоторых заявлений представителей оппозиции в отрыве от контекста. Дискриминационное отношение этого агентства к конкурентам по выборам проявлялось и в освещении организуемых ими мероприятий - «Молдпрес» предпочитал ничего не сообщать о некоторых акциях оппозиции или освещать их критически, тогда как немногочисленные мероприятия, выгодно оттеняющие ПКРМ, освещались широко и подробно, как, например, так называемый «Марш левых» в столичном секторе Чокана. Кроме того, агентство в деталях освещало мероприятия с участием лиц, открывающих список кандидатов правящей партии, в том числе Владимира Воронина, Мариана Лупу и Зинаиды Гречаной, а также все этапы международного турнира по шахматам на Кубок президента, выступление пастыря евангельской церкви одного из секторов столицы с призывом поддержать ПКРМ и т.д. При этом «*Молдпрес*» не обходил вниманием некоторые обвинения в адрес оппозиции, приведенные третьими лицами, организациями или другими конкурентами по выборам. Как правило, такие «события» комментировались агентством и были представлены как сообщения, а заявления представителей оппозиции оказывались вырванными из контекста. Кроме того, «*Молдпрес*» освещал лишь жалобы, внесенные в ЦИК представителями ПКРМ, и сообщал только о решениях ЦИК в отношении оппозиционных партий. В общественно-политическом разделе информационного выпуска агентства от 16 марта было представлено целых три сообщения, подготовленных на основании статьи российского издания «*VVP*», восхваляющей кишиневскую власть. 24 марта агентство трижды распространило с интервалом в несколько минут одно и то же сообщение о результатах социологического опроса, проведенного Центром социологических исследований и маркетинга CBS-АХА совместно с Институтом общественной политики («*Рейтинг ПКРМ в два с половиной раза выше, чем у остальных трех лидирующих политических формирований*»). После предоставления лидером ПКРМ В.Ворониным интервью румынскому телеканалу «24» в информационный выпуск от 26 марта агентство опять включило три сообщения, цитируя фрагменты этого интервью. На очень большой для информагентства площади (6477 знаков) был опубликован хвалебный репортаж со встречи Воронина с представителями этнокультурных организаций.

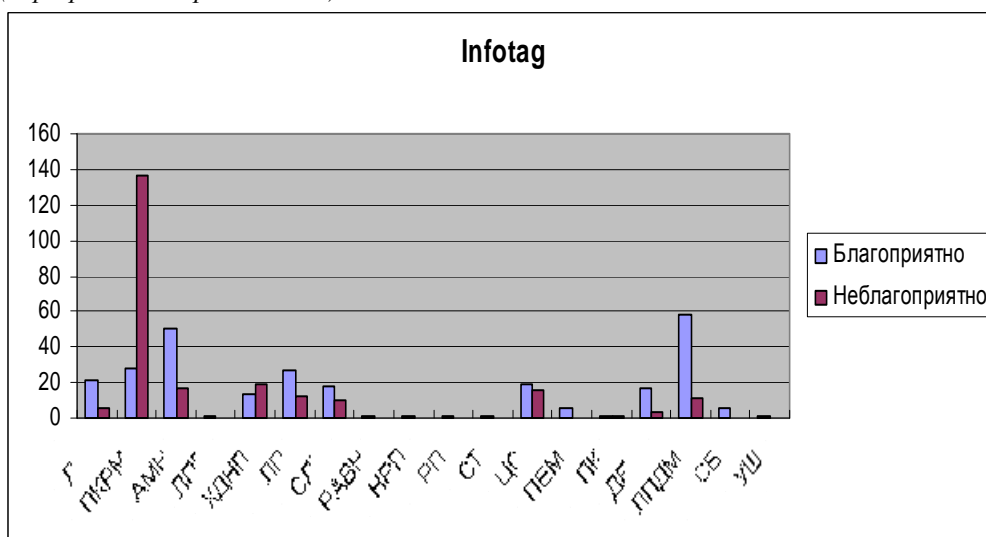
Агентство «Молдпресс» активно рекламировало ПКРМ даже в день выборов, когда распространило сообщения о голосовании Владимира Воронина, Мариана Лупу и Зинаиды Гречаной - первых трех представителей списка ПКРМ, и ни слова не сказало о том, как голосовали лидеры других партий, принимавших участие в предвыборном марафоне. Сообщив об осуществлении Ворониным своего избирательного права, «Молдпресс» отметил, что на вопрос о том, как он в качестве партийного лидера расценивает шансы ПКРМ на успех, президент заявил, что при поддержке народа уверен в победе коммунистов. Из 255 тематических сообщений, опубликованных в общественно-политическом выпуске агентства в период 5 февраля – 3 апреля 2009 года, нейтральными были 68 сообщений (27%).

Диаграмма 29. Презентация конкурентов по выборам в информационных выпусках агентства «Молдпресс» (5 февраля – 3 апреля 2009 г.)



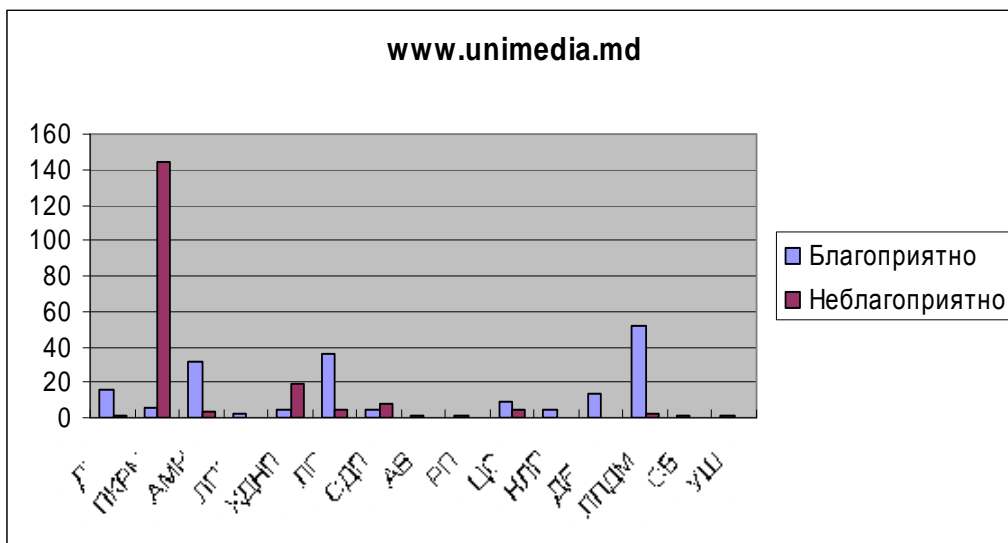
Информационное агентство «Инфотаг» освещало предвыборную кампанию сбалансировано, представляя всех конкурентов на выборах, – иногда в положительном контексте, иногда в отрицательном, в зависимости от событий с их участием, произошедших в этот период, или от касающихся их публичных заявлений. Тем не менее, ПКРМ чаще упоминалась в негативном контексте, так как агентство освещало подавляющее большинство событий предвыборного характера, в том числе пресс-конференции конкурентов, а оппозиционные партии, критикующие ПКРМ, известны большей активностью в их проведении. В то же время эти партии чаще были представлены в позитивном свете именно потому, что организовали соответствующие мероприятия.

Диаграмма 30. Презентация конкурентов по выбора в информационных выпусках агентства «Инфотаг» (5 февраля – 3 апреля 2009 г.)



Сообщения, помещенные на портале [www.unimedia.md](http://www.unimedia.md) в период предвыборной кампании, свидетельствуют о критическом отношении этого электронного издания к ПКРМ и о положительном, в основном, восприятии им позиции оппозиционных партий, в частности, ЛДПМ и ЛП. ПКРМ была представлена в неблагоприятном свете, в том числе в связи с тем, что детально, с использованием фото- и видеосъемок, освещался ряд мероприятий, организованных либеральными партиями, в ходе которых в адрес правящей партии неоднократно звучала жесткая критика. Портал опубликовал комментарий результатов визита Воронина в Москву, подчеркивая, что глава государства сделал ряд уступок в рамках встречи с российским президентом Медведевым и приднестровским лидером Смирновым. Была представлена также точка зрения лидеров ДПМ, АМН, ЛДПМ, ЛП, СДП и ДЕД, заявивших, что визит в российскую столицу был ничем иным, как предвыборным трюком ПКРМ. Кроме того, на «Unimedia» комментировались некоторые известные факты – выдворение из Республики Молдова двух румынских граждан, сотрудничавших с предвыборным штабом ЛДПМ, причастность церковнослужителей к предвыборной кампании, запрет на въезд в Молдову румынской делегации в лице представителей администраций городов Васлуй и Яссы и граждан Румынии, которые намеревались отметить в Кишиневе 91-ю годовщину объединения Бессарабии с Румынией, а также оценка политиками этого запрета. В последние недели перед выборами портал обратился к независимым кандидатам с призывом отказаться от участия в избирательной кампании в пользу либеральных партий. Из 243 тематических сообщений 39 (16%) были нейтральными, в остальных случаях просматривались определенные политические симпатии или антипатии.

Диаграмма 31. Презентация конкурентов по выборам на портале [www.unimedia.md](http://www.unimedia.md) (5 февраля – 3 апреля 2009 г.)

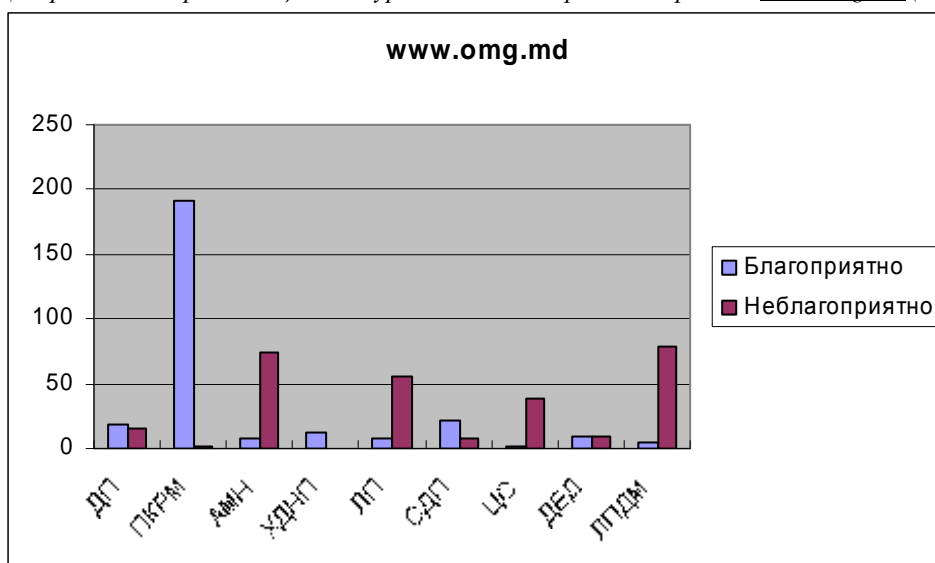


В течение всего периода мониторинга портал [www.omg.md](http://www.omg.md) безоговорочно поддерживал и рекламировал ПКРМ, развернув широкую кампанию по дискредитации ее конкурентов от оппозиции, в частности, ЛДПМ, АМН, ЛП и ЦСМ, которые фигурировали в негативном или неблагоприятном свете и лишь иногда – в нейтральном. Сообщения, помещенные на этом сайте, проходили тщательную сортировку – выпускались только материалы, благоприятные для партии власти либо те, в которых в негативном свете были представлены оппоненты ПКРМ. Портал предоставил значительную площадь упрекам, которыми обменивались представители оппозиции; иногда его авторы пристрастно комментировали вырванные из контекста заявления, как доказательства того, что в стане оппозиции имеются непреодолимые разногласия, на фоне которых невозможно в перспективе сформировать правящую коалицию.

Агрессивный выпад одного из кандидатов ЛДПМ в отношении сотрудников агентства в рамках акции «Голосуй без страха» стал поводом для массовой информационной атаки на этого конкурента по выборам со стороны агентства *Omega*, владельца сайта [www.omg.md](http://www.omg.md). Вместе с тем, портал «не заметил» другой инцидент, когда агрессия по отношению к журналисту имела место на одной из встреч Воронина с избирателями.

Тактика манипулирования общественным мнением посредством заявлений, вырванных из контекста, и их комментариев без предоставления права на реплику, информационное давление и технологии подготовки «сообщений», дискредитирующих определенных конкурентов по выборам, - все это свидетельствует о полной ангажированности [www.omg.md](http://www.omg.md) идеологической машиной ПКРМ. Из 448 тематических сообщений, помещенных на портале [www.omg.md](http://www.omg.md), лишь 57 (13%) были нейтральными. Это самый низкий показатель, зарегистрированный во всех 24 СМИ, проходивших мониторинг.

Диаграмма 32. Презентация конкурентов по выборам на портале [www.omg.md](http://www.omg.md) (5 февраля - 3 апреля 2009 г.)



## 6. Общие выводы

1. Издательская стратегия ряда СМИ по освещению предвыборной кампании не учитывает потребность и право избирателя на объективную и полную информацию о кандидатах и их программах. Лишь некоторые СМИ предоставляют всем участвующим в предвыборной кампании партиям равные возможности, нейтрально освещая проводимые ими мероприятия.
2. Отдельные СМИ освещают избирательную кампанию выборочно, в зависимости от политических пристрастий издателей. Эти средства массовой информации искажают заявления политических оппонентов поддерживаемого ими конкурента на выборах, выдергивая фразы из контекста, и критически комментируют их, чтобы манипулировать общественным мнением. Такой подход свидетельствует о серьезных проблемах в плане профессиональной этики и политической ангажированности этих СМИ.
3. Общественные СМИ не выполняют свой долг - объективно и беспристрастно информировать граждан обо всех конкурентах по выборам. За некоторыми исключениями, средства массовой информации, частично или полностью финансируемые из госбюджета, стали частью предвыборного штаба ПКРМ и активно проводят ее партийную идеологию.
4. Лексика, используемая отдельными СМИ в этот период, чересчур резка, не всегда оправданна и нередко порочит конкурентов по выборам, которых они не поддерживают; такой подход может подорвать доверие общественности к прессе и отрицательно повлиять на ход избирательной кампании.
5. Принимая во внимание тот факт, что СМИ играют особую роль в формировании гражданской позиции избирателей и развитии демократических принципов в обществе, призываем журналистов не манипулировать информацией, соблюдать кодекс профессиональной этики и не нарушать основополагающее право граждан на объективное и полное информирование.

*«Коалиция-2009» - добровольное формирование общественных организаций Республики Молдова, которое считает своим долгом способствовать обеспечению свободных, честных, открытых и демократичных выборов в Парламент Республики Молдова и продолжает работу, начатую «Коалицией-2005» и «Коалицией-2007». В настоящее время в «Коалицию-2009» входит более 70 неправительственных организаций.*