



**„МОНИТОРИНГ ОСВЕЩЕНИЯ ВЫБОРОВ В ПРОГРАММАХ
“Телерадио-Гзгзузии (ГРТ)”**

Отчет мониторинга

Период: 01 – 21 ноября 2010

Proiect realizat de Asociația Presei Electronice cu sprijinul Fundației Soros-Moldova
în cadrul Coaliției Civice pentru Alegeri Libere și Corecte

Chișinău - 2010

www.apel.md

1. МЕТОДОЛОГИЯ

Период: 01 – 21 ноября 2010

Предмет мониторинга: политические/электоральные новости; передачи на предвыборную тематику; предвыборная реклама; эфирное время, предоставленная бесплатно конкурентам .

Цель: определить меру соответствия деятельности регионального общественного телерадиовещателя по освещению выборов требованиям закона и профессиональным нормам .

Автор мониторинга: Ассоциация Электронной Прессы АПЕЛ.

МОНИТОРИНГ:

Субъекты мониторинга:

- Политики/партии
- Госчиновники/официальные лица
- Граждане
- Эксперты

Количественный анализ:

- Количество политических/электоральных новостей;
- Количество новостей конфликтного характера;
- Количество передач на предвыборную тематику;
- Объем эфирного времени, отведенного предвыборной рекламе;
- Частота и длительность освещения субъектов мониторинга;

Качественный анализ:

- Количество источников информации, на основе которых были написаны конфликтные новости;
- Контекст, в котором появляются в новостях субъекты мониторинга: а) позитивный; б) негативный; с) нейтральный;
- Отношение журналиста в новостях: а) предвзятое; б) непредвзятое;
- Поведение ведущего предвыборных передач, включая дебаты: а) адекватное; в) частично адекватное; с) неадекватное.

I. Тв Гэгэузии

1.1. Новости

В период с 1 по 21 ноября 2010 года были анализированы 36 политических новостей, в том числе 4 – конфликтного характера (см. Таблицу 1). Все новости конфликтного характера были написаны на основе одного источника информации, что является нарушением законодательных и профессиональных норм. Отношение авторов новостей во всех случаях было непредвзятым.

Таблица 1

Количество новостей:	36
Новости обычные:	32
Новости конфликтные:	4
1 источник информации:	4
2 & > источников информации:	-
предвзятые	-
непредвзятые	36
Выборы Башкана	8
Выборы Парламента	28

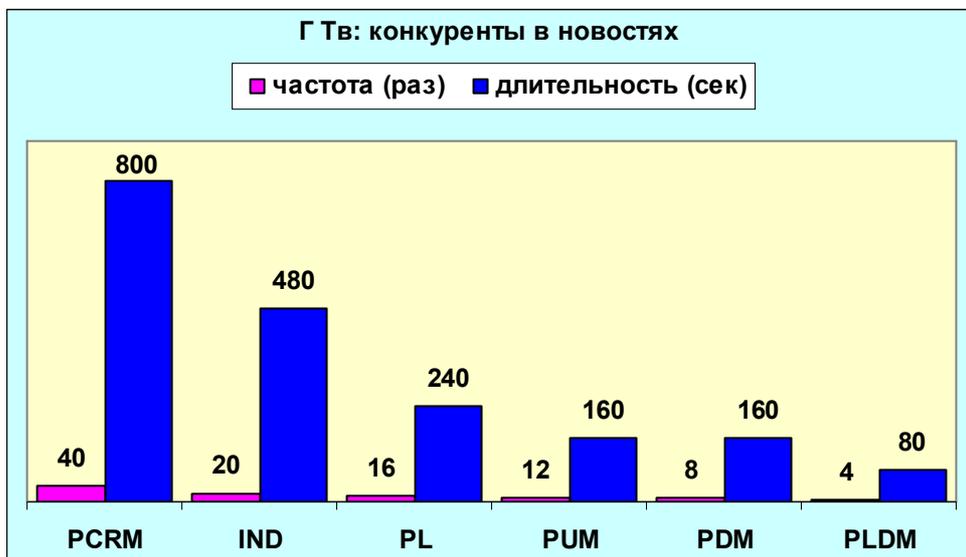
В политических новостях, с различной частотой и с различной длительностью, появились 9 официальных лиц (см. Диаграмму 1). На первом месте, по данному показателю, лидер ПКРМ В.Воронин. Кандидатам на функцию Башкана Гэгэузии, телевидение выделило одинаковый объем времени. Они появились в эфире и с одинаковой частотой. Кроме кандидатов на функцию Башкана, из местных официальных лиц в новостях появилась А.Харламенко.

Диаграмма 1



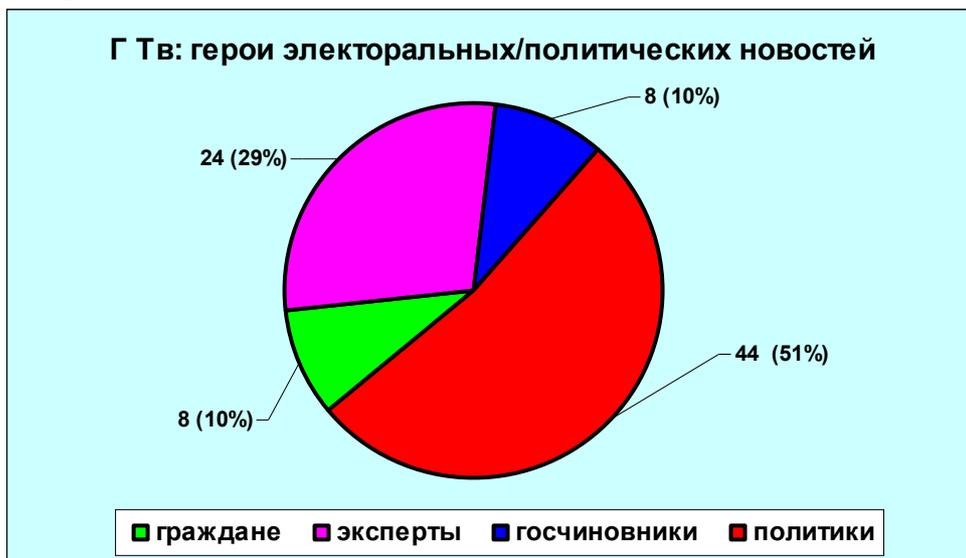
В новостях, за указанный период, освещались события с участием пяти партий и независимых кандидатов. Среди конкурентов, по частоте и длительности, лидирует ПКРМ. По частоте и длительности появления в новостях, она равняется примерно со всеми остальными партиями вместе взятых (см. Диаграмму 2). Из парламентских партий в новостях отсутствовала АМН.

Диаграмма 2



В новостях телевидения присутствовали все 4 категории героев: граждане, эксперты, госчиновники и политики. Чаще всего в новостях появились политики и эксперты. Реже – граждане и госчиновники (см. Диаграмму 3). Из общего числа появлений героев в новостях, политики занимают чуть больше половины.

Диаграмма 3



Среди героев новостей 90 процентов – мужчины (см. Диаграмму 4).

Диаграмма 4



В указанный период из 36 новостей 28 касались парламентских выборов и 8 – выборов Башкана (см. Диаграмму 5).

Диаграмма 5



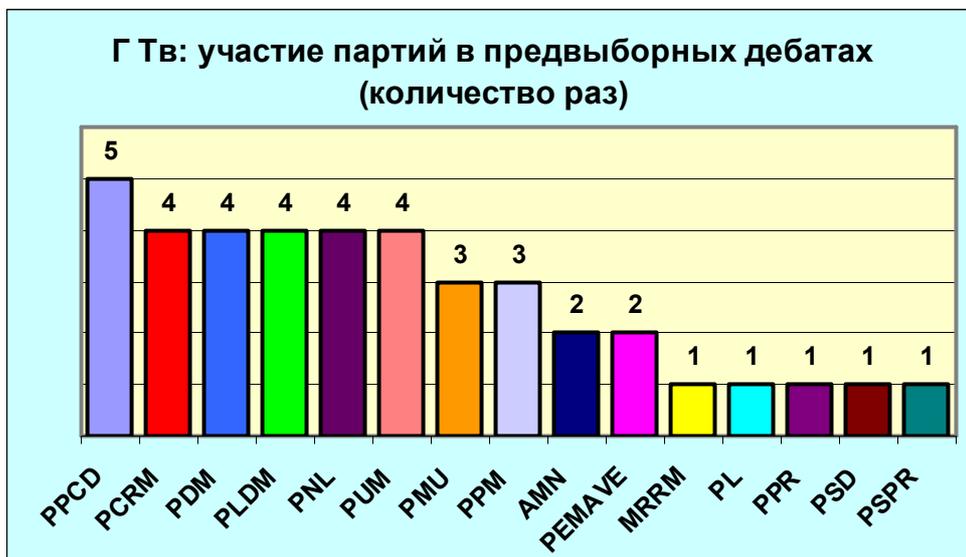
1.2. Предвыборные передачи

В период с 1 по 21 ноября велся мониторинг одной передачи на тему выборов, длительностью 3600 секунд и 15 предвыборных дебатов, общим объемом 39.360 секунд. По мнению мониторов, телевидение уделило недостаточное внимание передачам на тему выборов.

За указанный период, в дебатах, приняли участие 35 человек - представители 15 партий и независимые кандидаты. Чаще всех в дебатах приняли участие представители ХДНП – 5 раз. 5 партий участвовали по 4 раза и 5 партий – по одному разу (см. Диаграмму 6).

Если судить по предписаниям закона о равном отношении к конкурентам, телевидение, за указанные 3 недели, должно было организовать 5 туров с участием всех кандидатов, что маловероятно. Скорее всего, дебаты организовались с нарушением требований закона.

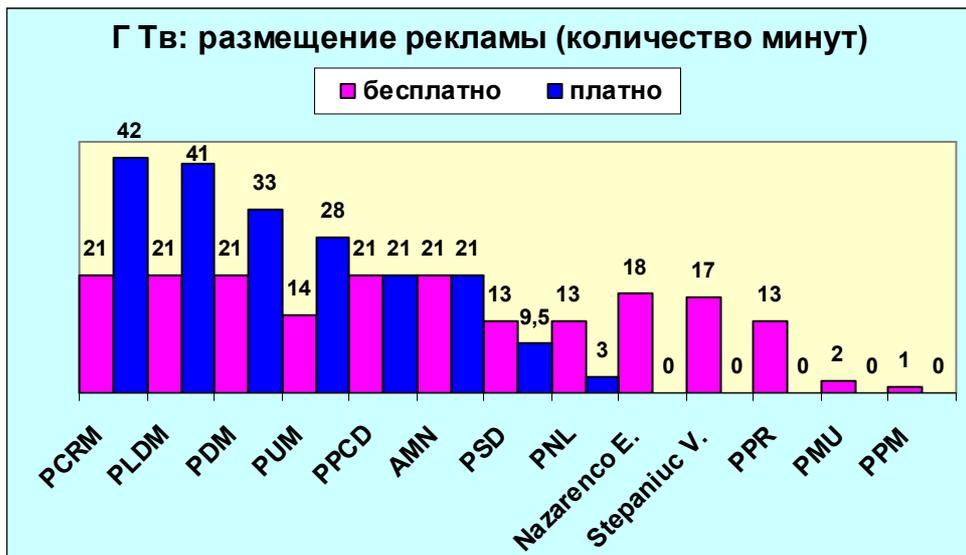
Диаграмма 6



1.3. Реклама

На телевидение разместили предвыборную рекламу 11 партий и 2 независимых кандидата (см. Диаграмму 7). Из них 8 партий разместили и платную, и бесплатную рекламу. 5 конкурентов предпочли только бесплатную рекламу. ПКРМ использовало за указанный период весь объем времени, отведенный законом в этих целях, а ЛДПМ – почти весь объем. Из парламентских партии ЛПП не использовала эфир телевидения в рекламных целях.

Диаграмма 7



II. Радио Гэгэузии

2.1. Новости

В период с 1 по 21 ноября 2010 года были анализированы 23 политических новостей. Ни одна из них не носила конфликтный характер (см. Таблицу 1). Отношение авторов новостей во всех случаях было непредвзятым и в этом отношении, соблюдены профессиональные нормы.

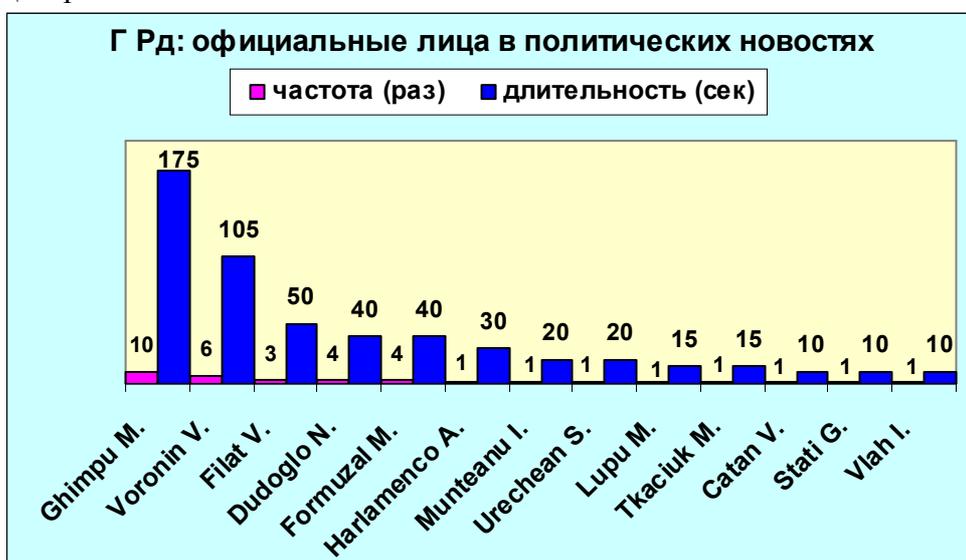
Таблица 1

Количество новостей:	23
Новости обычные:	23

Новости конфликтные:	-
1 источник информации:	-
2 & > источников информации:	-
предвзятые	-
непредвзятые	23
Выборы Башкана	1
Выборы Парламента	22

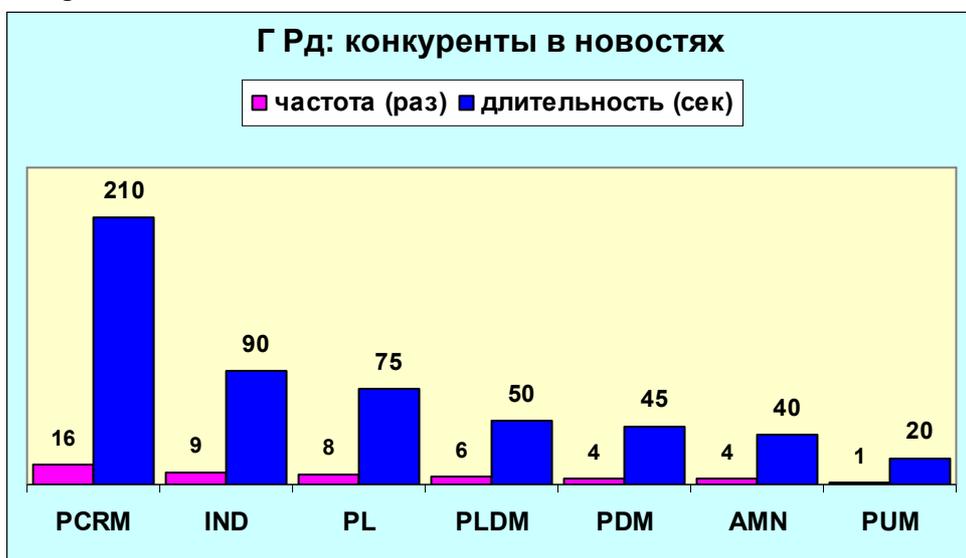
В политических новостях, с различной частотой и с различной длительностью, появились 13 официальных лиц (см. Диаграмму 1). На первом месте, по данному показателю, и.о. президента страны и лидер ЛП М. Гимпу, а на втором - лидер ПКРМ В.Воронин. В новостях, о двух кандидатах на функцию Башкана Гэгэузии, телевидение сообщило по 4 раза и по 40 секунд; о третьем кандидате – 1 раз в течении 10 секунд. 4 из 13 официальных лиц, о которых сообщило радио в новостях, представляют регион.

Диаграмма 1



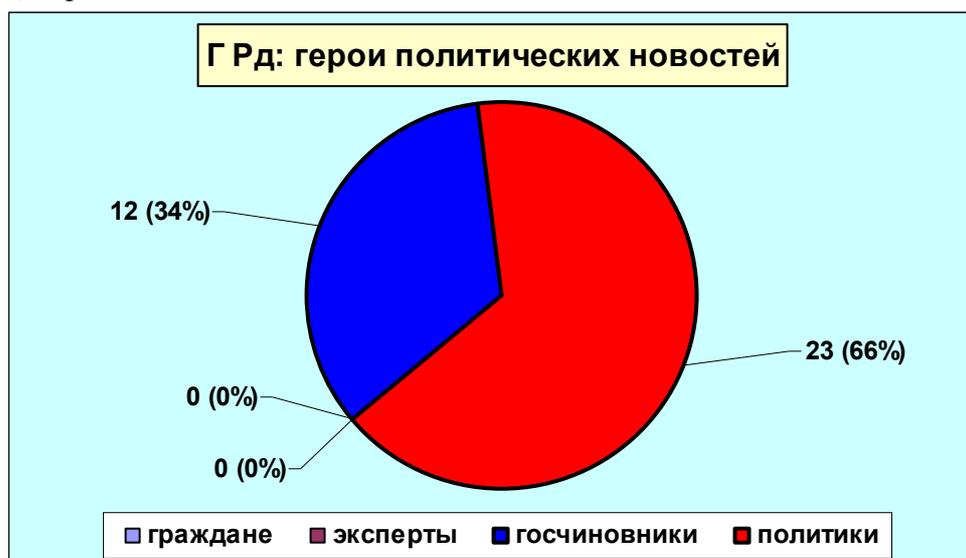
В новостях, за указанный период, освещались события с участием 6 партий и независимых кандидатов. Среди конкурентов, по частоте и длительности, лидирует, как и на телевидение, ПКРМ. Кроме парламентских партий, в радионовостях сообщалось и о ПГМ. По длительности появления в новостях, ПКРМ почти равняется со всеми остальными партиями вместе взятых (см. Диаграмму 2).

Диаграмма 2



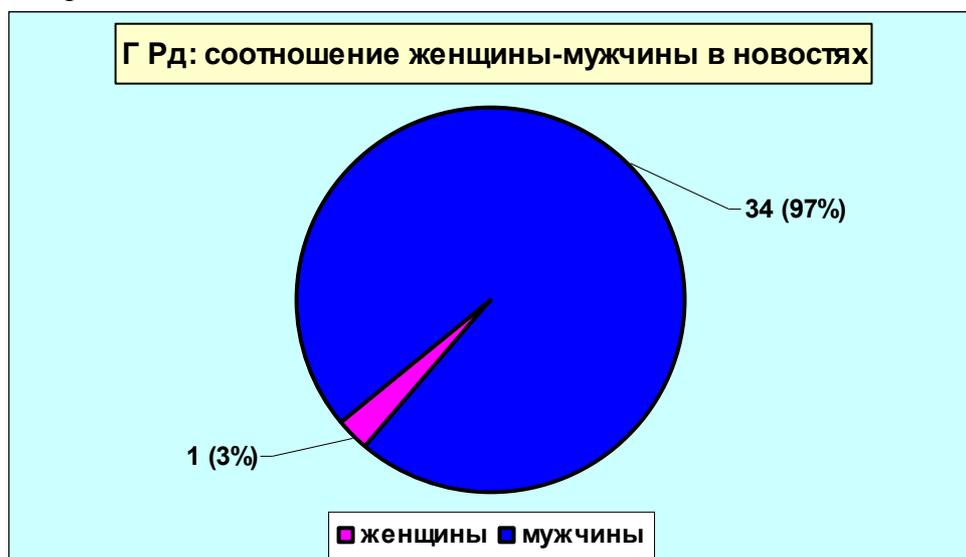
Из 4 категорий героев в радионовостях присутствовали две: госчиновники и политики. Политики появились в два раза чаще, чем госчиновники, а граждане и эксперты, в новостях, были проигнорированны. (см. Диаграмму 3).

Диаграмма 3



Среди героев новостей 97 процентов – мужчины (см. Диаграмму 4).

Диаграмма 4



В указанный период из 23 новостей 22 касались парламентских выборов и только одна – выборов Башкана (см. Диаграмму 5), что, на взгляд мониторов, неоправданно.

Диаграмма 5



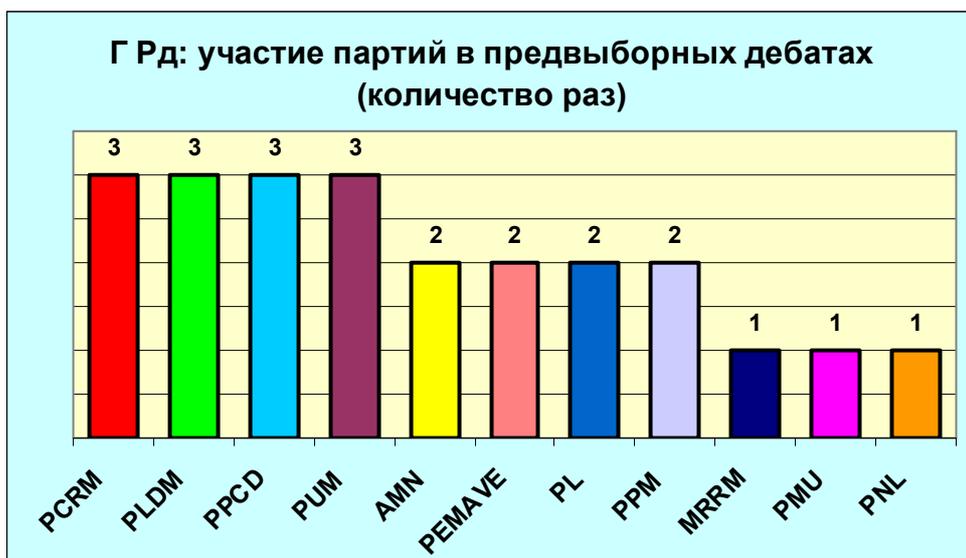
2.2. Предвыборные передачи

В период с 1 по 21 ноября радио не организовало ни одну передачу на тему выборов, что является большим упущением общественной службы.

За указанный период, в дебатах, приняли участие 19 человек - представители 11 партий и независимые кандидаты. Чаще всех в дебатах приняли участие представители ПКРМ, ЛДПМ, ХДНП и ПГМ – по 3 раза. 4 партии участвовали по 2 раза и 3 партии – по одному разу (см. Диаграмму 6). Из парламентских партий ДПМ не участвовала в дебатах на радио.

Как и в случае с телевидением, нельзя судить насколько правильно, с точки зрения закона, были организованы дебаты.

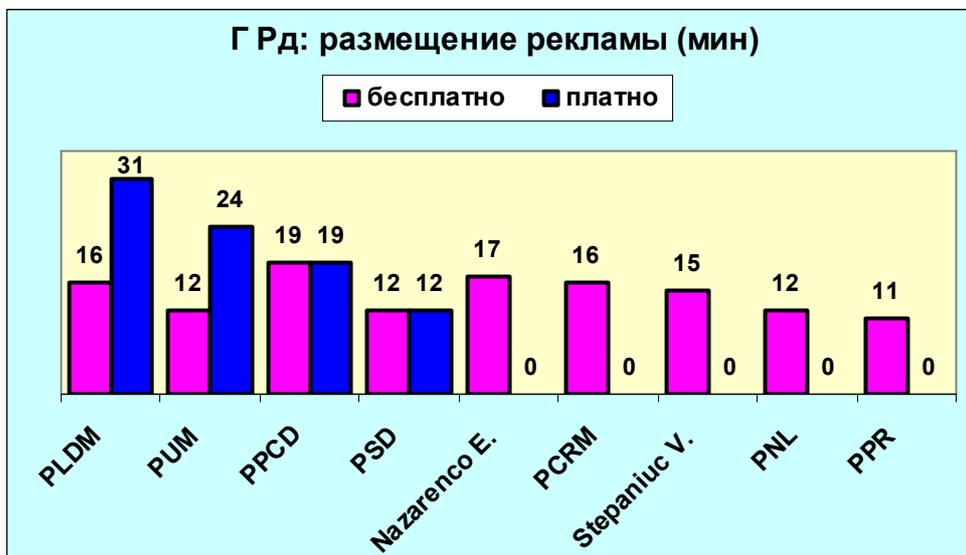
Диаграмма 6



2.3. Реклама

На радио поместили предвыборную рекламу 7 партий и 2 независимых кандидата (см. Диаграмму 7). Из них 4 партии разместили и платную, и бесплатную рекламу. 5 конкурентов предпочли только бесплатную рекламу, в том числе и ПКРМ. 3 из 5 парламентских партий не воспользовались услугами радио в этих целях.

Диаграмма 7



Выводы:

- ГРТ, в политических/электоральных новостях, освещало неравномерно и непропорционально события с участием конкурентов в досрочных парламентских выборах;
- ГРТ, во всех новостях, соблюдает требование по нейтральному и непредвзятому отношению к событиям и героям, о которых сообщает;
- В политических/электоральных новостях преобладают бесконфликтные новости, что не соответствует реальностям в предвыборной кампании;
- Количество новостей о выборах Башкана незначительно и недостаточно;
- ГРТ проигнорировало воспитательную функцию общественного телерадиовещателя через программы для избирателей, как целевая аудитория;
- ГРТ провела предвыборные дебаты с отклонениями от требований закона (неравное отношение ко всем конкурентам; включение предвыборной рекламы внутри дебатов).