



Centrul pentru Jurnalism Independent

coalitia 2009



coalitia civică
pentru alegeri libere și corecte

Мониторинг СМИ в избирательной кампании по досрочным парламентским выборам 28 ноября 2010 года

Отчет №4
1-7 ноября 2010 г.

Доклад подготовлен в рамках проекта „Мониторинг СМИ в предвыборной кампании”, при финансовой поддержке Посольства Соединенного Королевства Великобритании и Северной Ирландии в Молдове, Совета Европы и Восточно-Европейского фонда за счет ресурсов, предоставленных Агентством развития и международного сотрудничества Швеции (Sida/Asdi), Министерством иностранных дел Дании, Национальным фондом за демократию (NED) и Агентством Международного Развития США (USAID) посредством Фонда Евразия. Предоставление данного отчёта стало возможным благодаря щедрой поддержке американского народа, получаемой посредством Агентства Международного Развития США (USAID), в рамках Программы AED Консолидация Гражданского Общества в Молдове (MCSSP).

Высказанные мнения принадлежат авторам и не отражают в обязательном порядке взгляды финансистов.





Общие



Ministry of Foreign Affairs
of Denmark
DANIDA



The National Endowment for Democracy
Supporting freedom around the world



1.1 Цель проекта: оценить, как освещают средства массовой информации кампанию по досрочным парламентским выборам в Республике Молдова, насколько соблюдаются принципы равного доступа конкурентов на выборах к СМИ и в достаточной ли степени информируется электорат о кандидатах и их предвыборных платформах.

1.2 Период мониторинга: 28 сентября – 28 ноября 2010 года

1.3 Критерии отбора СМИ, подверженных мониторингу:

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

1.4 СМИ, подверженные мониторингу:

ТВ: Moldova 1, Prime TV, 2 Plus, NIT, N4, Jurnal TV, Publika TV

Радио: Radio Moldova, Prime FM, Vocea Basarabiei

Печатные издания: Moldova Suverană, Независимая Молдова, Flux, Jurnal de Chișinău, Timpul de dimineață, Комсомольская правда в Молдове, Evenimentul Zilei, Панорама, Голос Бэлць (Бэлць), Вести Гагаузии (Комрат), Cuvântul (Резина), Gazeta de Sud (Чимишлия).

Информационные агентства и информационные порталы: Moldpres, Infotag, www.omg.md, www.unimedia.md

1.5 График 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

Радио: С 6.00 до 13.00 и с 17.00 до 20.00, ежедневно.

Печатные СМИ/Информационные агентства/Информационные порталы: все содержание, ежедневно.

1.6. Команда

Проект реализует Центр независимой журналистики совместно с Ассоциацией независимой прессы и Институтом маркетинга и зондирования IMAS-INC, Кишинев.

2. Методологические рамки

Статистические данные: Методология наблюдения разработана Oxford Media Research для мониторинговых проектов международной организации Глобальная кампания за свободу выражения “Статья XIX”. Характеристики методологии следующие: применение показателей 1) количественных, включая вид, продолжительность, тематику медиавыступлений, источники информации, частоту и продолжительность появления конкурентов на выборах в выпусках новостей, и 2) качественных, с констатацией пристрастности обозреваемого канала в освещении событий. Каждая новость или мнение оцениваются с точки зрения содержания и контекста с целью определить, благоприятна она или неблагоприятна для той или иной партии /того или иного политического формирования. Положительное или отрицательное содержание и/или контекст сообщения не обязательно указывает на тенденциозность или ангажированность распространившего его канала. Возможно, сообщение ставит в выгодное или невыгодное положение одного из субъектов, но, тем не менее, оно сбалансировано и корректно с профессиональной точки зрения. Только в том случае, если на протяжении определенного периода времени наблюдается тенденция выставлять одного из субъектов в положительном или отрицательном свете, можно говорить о несбалансированности.

Целевые исследования: Проанализировано содержание материалов, в которых рассматривались наиболее резонансные сюжеты на десяти обозреваемых каналах. Учитывая особую роль вещательных СМИ в

формировании общественного мнения, была поставлена задача определить ракурс подачи и форму презентации наиболее показательных сюжетов. Материалы проанализированы как с точки зрения соблюдения принципов качественной журналистики (объективность, беспристрастность, плюрализм источников информации, отделение фактов от оценок), так и с технической точки зрения, с учетом использования технических приемов для усиления или смягчения определенных посылов.

Список используемых кодов:

ДПМ = Демократическая партия Молдовы
ПКРМ = Партия коммунистов Республики Молдова
АНМ = Партия „Альянс Наша Молдова”
АПМ = Аграрная партия Молдовы
СПМ = Социалистическая партия Молдовы

ПЗС = Партия закона и справедливости
ХДНП = Христианско-демократическая народная партия
ЛП = Либеральная партия Молдовы
СДП = Социал-демократическая партия
ДНС = Движение „Новая сила”
ДР = Движение „Равноправие”
ПК = Партия консерваторов
РАВН = Общественно-политическое движение Равноправие
РНП = Республиканская народная партия
РПМ = Республиканская партия Молдовы
ЦСМ = Центристский союз Молдовы
СТ = Союз труда
ГПМ = Гуманистическая партия Молдовы
ПМУЕМ = Партия „Moldova unită – Единая Молдова”
НЛП = Национал-либеральная партия
ДЕД = Движение „Европейское действие”
ПЗНС = Партия „За народ и страну”
ЛДПМ = Либерально-демократическая партия Молдовы
АЕИ = Альянс за европейскую интеграцию
ДРРМ = Движение ромов Республики Молдова
ППМ = Партия Патриоты Молдовы
АВ = Партия „Alianța Verde”
ПРЕЗ = Президент, аппарат президента
ПАРЛ = Парламентские комиссии
МИН = Премьер-министр, министры
ЦИК = Центральная избирательная комиссия и избирательные бюро/участки
ПРАВ = Представители Правительства
МПУ = Местное публичное управление
ПА = Полиция/армия/ЦБЭПК/таможня, СИБ
ДИП = Дипломаты, иностранные официальные лица и наблюдатели высокого ранга
ГРЖ = Граждане
ОБЩ = Гражданское общество
СИН = Профсоюзы
ЭКСП = Эксперты (зарубежные и местные), наблюдатели, социологи, аналитики и пр.
БИЗ = Бизнес
СМИ = Массмедиа
СУД = Судьи, адвокаты, Прокуратура, Конституционный суд
ЦЕР = Церковь
Док = Документы (доклады, Конституция, социологические опросы и т.д.).
КСТР = Координационный совет по телевидению и радио
ГС = Габриел Стати
ВС = Виктор Степанюк
ВП = Валериу Плеска

ЛБ= Ленуца Бургилэ
МЛ= Майя Лагута
ГР = Галина Русу
АД=Александру Демиан
СБ = Серджиу Банарь
ГР = Георге Русу
ЕН = Еуджен Назаренко
ВК- Валентина Кушнир

Наиболее резонансные события в период 1-7 ноября 2010 года

В период наблюдения произошел ряд событий, прямо или косвенно относящихся к выборам:

- Центральная избирательная комиссия завершает регистрацию конкурентов на выборах. Всего в избирательных бюллетенях будут фигурировать 40 конкурентов.
- CBS АХА передает гласности результаты социологического опроса, согласно которым в парламент следующего созыва войдут 4 партии. АНМ обжаловал в ЦИК итоги опроса.
- ЦБЭПК проверяет финансовые отчеты ряда партий, зарегистрированных для участия в предвыборных гонках, и заявляет, что серьезных нарушений не выявлено.
- Министерство внутренних дел опровергает обвинения, содержащиеся в распространенном на веб-портале „Omega” материале об искусственном характере наводнений летом этого года.
- Гражданское общество передает гласности ряд отчетов о ходе предвыборной кампании.
- Первые дома для пострадавших от наводнения сданы в эксплуатацию с участием премьер-министра Влада Филата.

3. Общие тенденции

3.1 Аудиовизуальные СМИ

В период 1-7 ноября 2010 года 10 радиостанций и телеканалов, подверженных мониторингу, распространили 2818 материалов, прямо или косвенно касающихся выборов, что на 43% больше по сравнению с предыдущим периодом наблюдения. Львиную долю составили новости и специальные предвыборные программы, включая дебаты, в ходе которых представители конкурентов на выборах смогли изложить свои предвыборные платформы и обсудить программы других конкурентов. Значительно возросло число предвыборных рекламных роликов, а также объем бесплатно предоставленного эфирного времени. Из телеканалов наибольший объем материалов, отвечающих тематике мониторинга, передали Moldova 1 и NIT, среди радиостанций с этой точки зрения отличилась Radio Moldova, которая помимо новостей, авторских передач, специальных предвыборных программ предоставила и бесплатное эфирное время.

В обозреваемый период общественные каналы Moldova 1 и Radio Moldova сбалансировано освещали предвыборную кампанию и сумели обеспечить плюрализм мнений как в новостях, так и в рамках специальных программ, посвященных предстоящим выборам, и бесплатного эфирного времени, выделенного конкурентам на выборах. Оба канала предоставили доступ к эфиру разнообразному кругу конкурентов на выборах для изложения своих предвыборных платформ. В большинстве случаев сюжеты, отвечающие тематике мониторинга, освещались нейтрально; вместе с тем, некоторые конкуренты были представлены либо в положительном, либо в отрицательном свете. На Radio Moldova представители ЛДПМ и ЛП более активно присутствовали в новостях, косвенно относящихся к выборам, в которых шла речь о сюжетах, способных обеспечить им дополнительный кредит со стороны избирателей.

Частный канал с национальным покрытием Prime TV освещал кампанию в основном в новостях и авторских передачах. Судя по частоте цитирования и контексту, в котором упоминались конкуренты на

выборах в новостях и передачах, на Prime TV отмечается незначительное благоприятствование в пользу ДПМ.

Частный канал NIT – единственный, который проявляет открытую политическую ангажированность в пользу ПКРМ. В период наблюдения NIT не смог обеспечить плюрализм мнений в выпусках новостей, большинство конкурентов на выборах пользовались ограниченным доступом к эфиру на этом канале национального покрытия. Благодаря бесплатному эфирному времени и дебатам, в обозреваемый период на NIT представили свои предвыборные платформы ряд конкурентов на выборах.

Другой частный канал с национальным покрытием – 2 Plus – по-прежнему анемично освещал избирательную кампанию, предлагая вниманию зрителей крайне общую информацию о конкурентах и их программах. Таким образом, этот канал не полностью выполняет отведенную ему роль и недостаточно информирует телезрителей о различных конкурентах на выборах.

Телеканал с региональным покрытием N4 был более активным в освещении предвыборной тематики в новостях. Канал обеспечил сравнительный плюрализм мнений, предоставляя слово различным конкурентам на выборах, в том числе независимым кандидатам. Но чаще всего в положительном плане фигурировали представители ЛДПМ.

На новостном канале Publika TV не отмечено явной тенденции благоприятствовать тому или иному конкуренту на выборах. Судя по частоте цитирования конкурентов в отрицательном свете, на канале Publika TV проявляется тенденция представлять ПКРМ в неблагоприятном свете.

На другом новостном канале – Jurnal TV – конкуренты на выборах были представлены в основном нейтрально, а также в положительном и отрицательном свете, в зависимости от освещаемого события. Учитывая большое число появлений в положительном свете ПЗНС, как в новостях, так и в передачах, можно говорить о некоторой симпатии этого канала к ПЗНС и некотором неблагоприятном отношении к ПКРМ.

Судя по результатам мониторинга, частная радиостанция Vocea Basarabiei склонна представлять в невыгодном свете ПКРМ и, напротив, благоприятствует ЛП и ЛДПМ, а Prime FM симпатизирует ДПМ и немного отрицательно относится к ПКРМ и ЛДПМ.

3.2 Печатные СМИ/Информационные агентства/Веб-порталы

В печатных СМИ, в том числе в информационных агентствах и на веб-порталах, возросло как число материалов, относящихся к выборам, так и выделенная им площадь. Так, число материалов возросло на 17,9% – с 508 за предыдущую неделю (25-31 октября) до 500 в первую неделю ноября. 12 обозреваемых газет опубликовали в среднем на номер по 11 материалов, отвечающих тематике мониторинга. Лидерами в этом смысле являются газеты *Timpul de dimineață*, *Moldova Suverană*, *Независимая Молдова* и *Jurnal de Chișinău*, аутсайдерами – *Голос Бэлць* и *Вести Гагаузии*. Охваченные мониторингом агентства распространили в среднем по 18 новостей ежедневно, две трети которых приходятся на *Infotag*. Новостные порталы распространяли тематические новости ежедневно, с разной интенсивностью: www.omg.md – в среднем по 18,7 новостей ежедневно, www.unimedia.md – по 7,8 новостей в день.

Материалы по гражданскому просвещению избирателей не являются приоритетными в редакционном планировании газет, информационных агентств и порталов – на их долю приходится менее 2% общей площади, отведенной под статьи о предвыборной кампании.

За некоторыми исключениями, пресса продолжает освещать предвыборную кампанию с точки зрения конкурентов, которым они симпатизируют или от которых зависят их патроны и учредители.

Складывается впечатление, что часть обозреваемых медиаорганизаций (в частности, сайт www.omg.md, газеты *Независимая Молдова* и *Moldova Suverană*) взяли на себя роль партийных изданий ПКРМ, которую усиленно рекламируют, пытаясь убедить читателей в том, что этого конкурента активно поддерживают целые районы страны; и напротив, Альянс за европейскую интеграцию (АЕИ) и, в частности, ЛДПМ, ДПМ и ЛП эти СМИ почти всегда представляют в черных тонах.

Издательская политика газет *Timpul de dimineață* и *Jurnal de Chișinău* указывает на тенденцию выставлять ПКРМ в подавляющем большинстве случаев в неблагоприятном свете, отдавая, с другой стороны, предпочтение партиям либеральной ориентации и некоммунистическим формированиям в целом. Это утверждение частично действительно и для газет *Панорама*, *Evenimentul Zilei*, *Gazeta de Sud*, *Flux*.

Информационное агентство *Infotag* и газета *Cuvântul* за отчетную неделю проявили сравнительно сбалансированный издательский подход, представляя различные точки зрения и позиции партий в контексте предвыборной кампании. Две другие медиоорганизации – информационное агентство *Moldpres* и новостной портал www.unimedia.md соблюдали принцип разнообразия источников и мнений, проявляя, тем не менее, определенную симпатию к конкурентам либеральной доктрины.

Комсомольская правда в Молдове публикует много предвыборной рекламы и мало новостей и авторских материалов, содержание которых на предыдущей неделе было благоприятным для ЛДПМ и ДПМ.

Региональные газеты *Вести Гагаузии* и *Голос Бэлць* продолжают оставаться практически безучастными к освещению предвыборной кампании и не предоставляют читателям информации о предстоящих 28 ноября выборах.

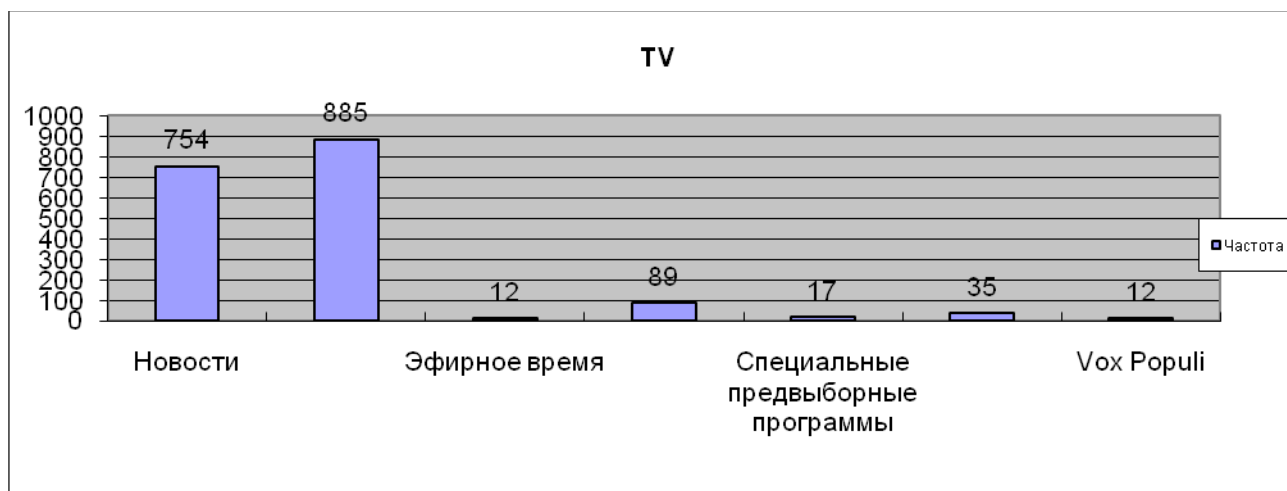
4. Данные мониторинга. Аудиовизуальные СМИ

4.1 Включение в избирательную кампанию

4.1.1 TV

В период 1-7 ноября семь обозреваемых телеканалов передали в общей сложности 1804 материала и передачи на тему выборов общей продолжительностью около 72 часов. Число этих материалов увеличилось на 35%, в значительной степени за счет предвыборных рекламных роликов. За рекламой, которая лидирует по частоте (885 в общей сложности), следуют новости – 754, на которые пришелся и рекордный объем: 23,3 часа. В отчетный период возросла частота и объем авторских передач и специальных предвыборных программ, а также число материалов по гражданскому просвещению избирателей и объем бесплатного эфирного времени (см. Диаграмму 1). Для *Vox Populi*, как и прежде, была выделена сравнительно небольшая площадь.

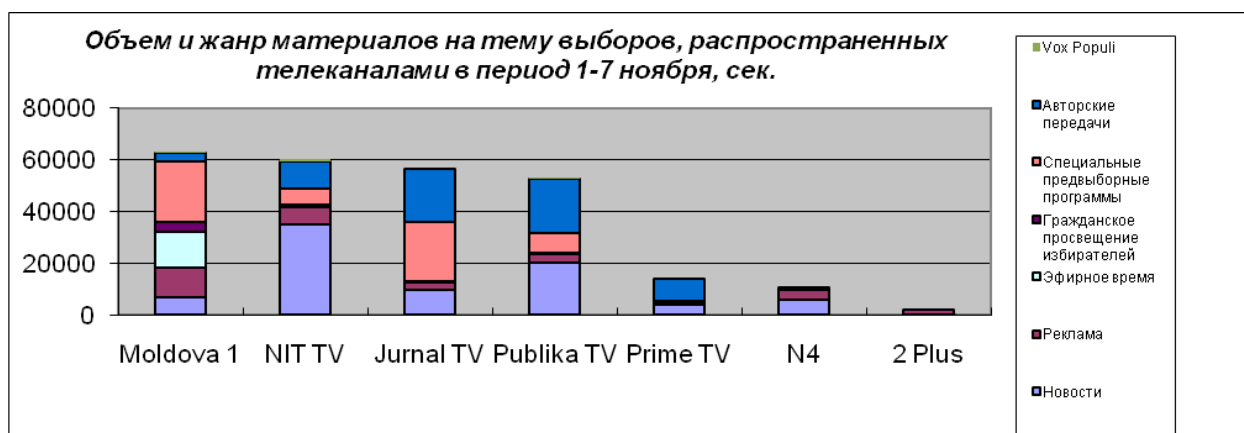
Диаграмма 1. Объем материалов на тему выборов, распространенных 7-ью телеканалами в период 1-7 ноября, сек.



В отчетный период рекордный объем материалов на предвыборную тематику распространили общественный канал Moldova 1, за которым следует частный канал NIT. На общественном канале Moldova 1 отмечено наибольшее разнообразие показательных материалов. Всего этот канал передал за обозреваемую неделю 548 материалов, из которых 104 составили новости (1,9 часа), 3,1 часа заняла предвыборная реклама, 1,03 часа – передачи и материалы по гражданскому просвещению избирателей, 6,5 часа были выделены специальным предвыборным программам, в частности, дебатам, и около часа – авторским передачам. При этом Moldova 1 предоставила конкурентам на выборах 3,9 часа бесплатного эфирного времени и подготовила одну передачу Vox Populi – 209 сек. NIT, Jurnal TV и Publika также включили в свою сетку вещания специальные предвыборные передачи, а NIT предоставил и бесплатное эфирное время (Диаграмма 1.1). Prime TV, 2 Plus и N4 были менее разнообразны с тематической точки зрения.

В тематике выпусков новостей на 7 обозреваемых каналов преобладала политика и избирательный процесс, затем следовала социальная тематика, посвященная, в основном, строительству домов для пострадавших от наводнений и предоставлению социальных компенсаций на тепло.

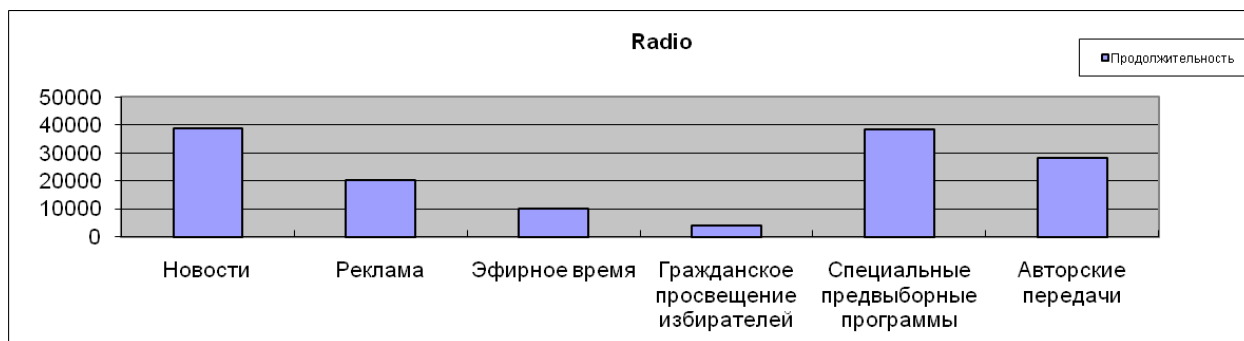
Диаграмма 1.1. Объем и жанр материалов на тему выборов, распространенных телеканалами в период 1-7 ноября, сек.



4.1.2 Радиостанции

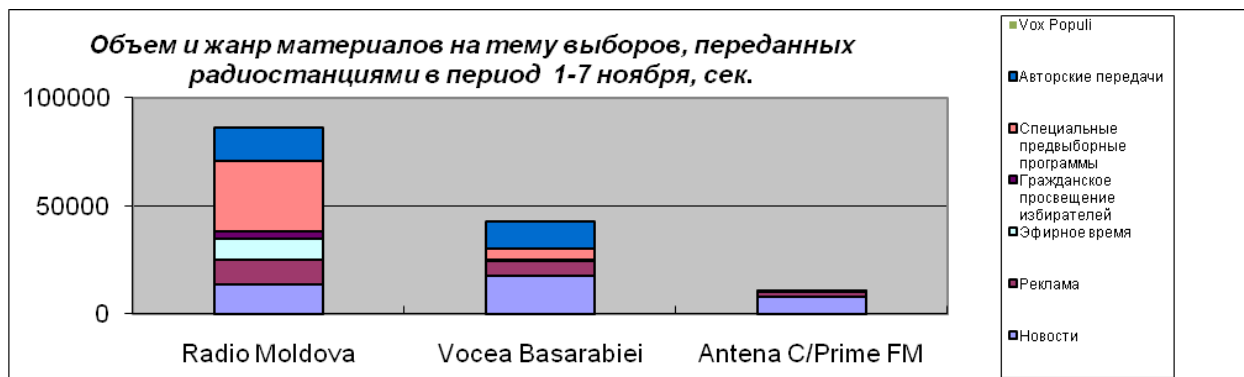
В период 1-7 ноября число материалов на тему выборов, распространенных тремя радиостанциями, возросло до 1014 (на 59% больше по сравнению с предыдущей неделей). Для материалов, отвечающих тематике мониторинга, было выделено в общей сложности около 39 часов. 30,3 часа. Как и на телеканалах, по частоте преобладали рекламные ролики, а по объему на первый план вышли выпуски новостей, затем следовали специальные предвыборные программы и авторские передачи. Кроме того, в эфир прошли и передачи по гражданскому просвещению избирателей, в частности, на общественном канале Radio Moldova, а также было предоставлено бесплатное эфирное время. Vox Populi в отчетный период на радиоканалах не было. (Диаграмма 2).

Диаграмма 2 Объем материалов на тему выборов, переданных тремя радиостанциями в период 1-7 ноября, сек.



Лидером по количеству и разнообразию материалов, переданных в эфир за обозреваемый период, является общественный канал Radio Moldova, который освещал кампанию в новостях, авторских передачах, материалах по гражданскому воспитанию. В то же время, канал предоставил бесплатное эфирное время конкурентам на выборах, вел специальные предвыборные программы и распространял предвыборные ролики. И Vocea Basarabiei отличился большим объемом сообщений, авторских передач и специальных предвыборных программ. Prime FM предпочитал освещать кампанию в информационных выпусках (Диаграмма 2.2.). Как и на телеканалах, в тематике информационных выпусков на радио преобладали политика и избирательный процесс, с некоторым отрывом следовала социальная тематика.

Диаграмма 2.2. Объем и жанр материалов на тему выборов, переданных радиостанциями в период 1-7 ноября, сек.



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



В период 1-7 ноября общественный канал Moldova 1 использовал различные источники в новостях, прямо или косвенно относящихся к выборам. Так, премьер-министр и другие министры, которые не приостановили исполнение своих обязанностей на период выборов, были процитированы в качестве источников 14 раз общей продолжительностью появления в кадре 301 секунда. Исполняющий обязанности президента фигурировал в качестве источника 6 раз, продолжительность появления на экране – 70 секунд. В сообщениях прозвучали ссылки и на партии АЕИ в отдельности: АНМ – 4 раза (92 сек.), ДПМ - 5 раз (67 сек), ЛДПМ – 10 раз (143 сек.) и ЛП - 11 раз (165 сек.). Главная оппозиционная партия - Партия коммунистов - прямо или косвенно упоминалась 22 раза, продолжительность появления на телеэкране составила 241 сек.. Остальные партии и независимые кандидаты вместе взятые послужили источником сообщений 23 раза, их представители присутствовали в кадре 506 сек. Среди источников новостей, кроме кандидатов в депутаты, наиболее часто процитированных в отчетный период, числятся граждане – 18 раз (379 сек.) и представители гражданского общества – 13 раз (254 сек.). В авторских передачах, специальных предвыборных программах, выделенное эфирное время, материалах по гражданскому просвещению избирателей и Vox Populi в качестве источников цитировались различные конкуренты на выборах, а также граждане и представители гражданского общества (Диаграммы 3 и 3.1).

Диаграмма 3. Продолжительность появления конкурентов на выборах и прямого включения в выпусках новостей на Moldova 1, сек.

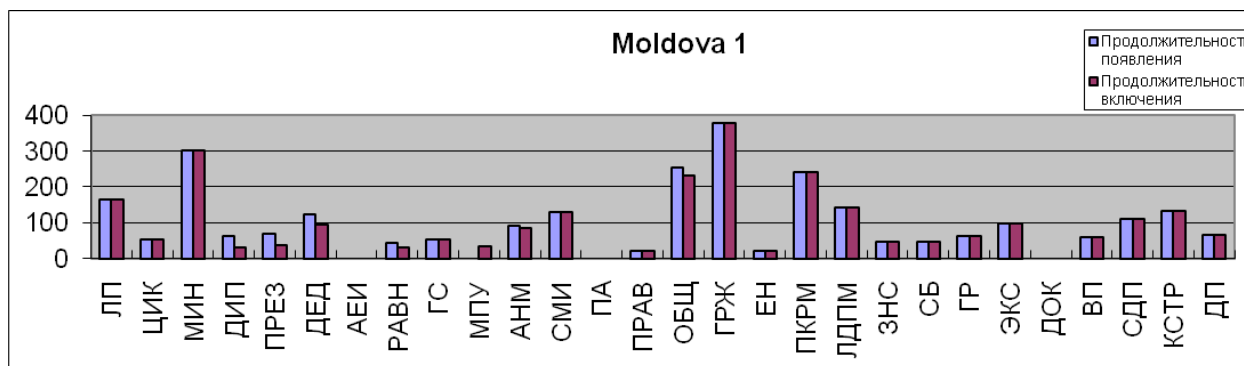
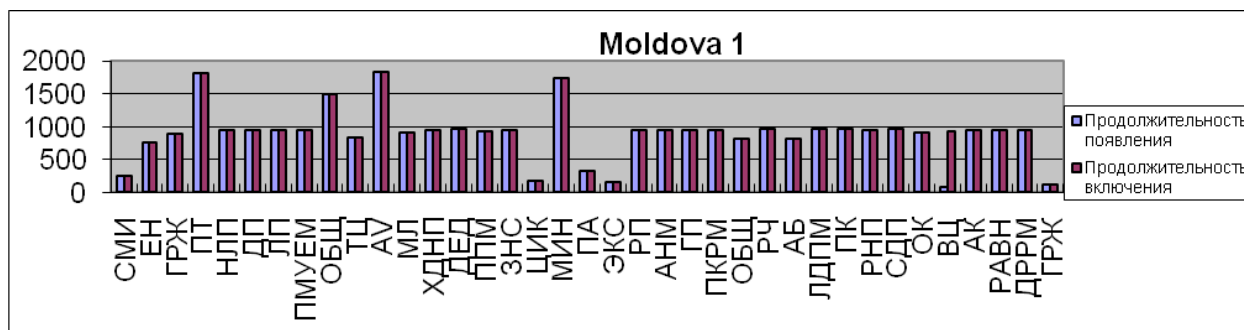
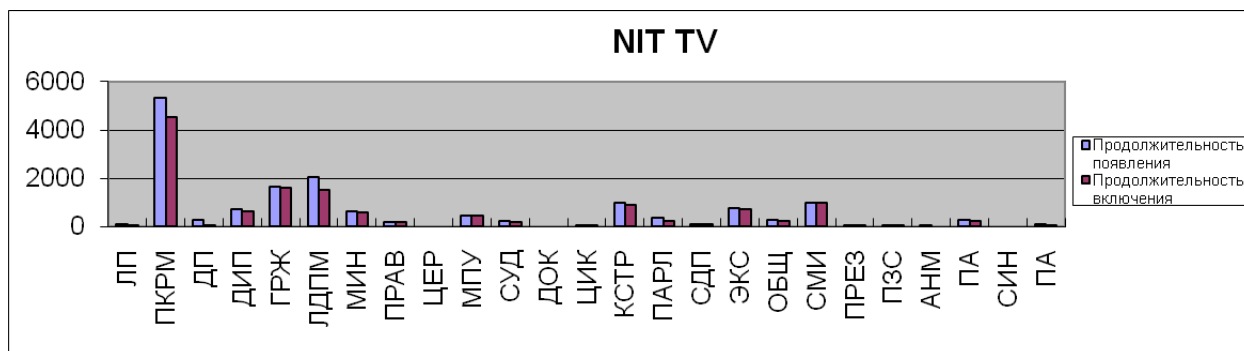


Диаграмма 3.1 Продолжительность появления конкурентов на выборах в других показательных материалах, кроме новостей, сек.



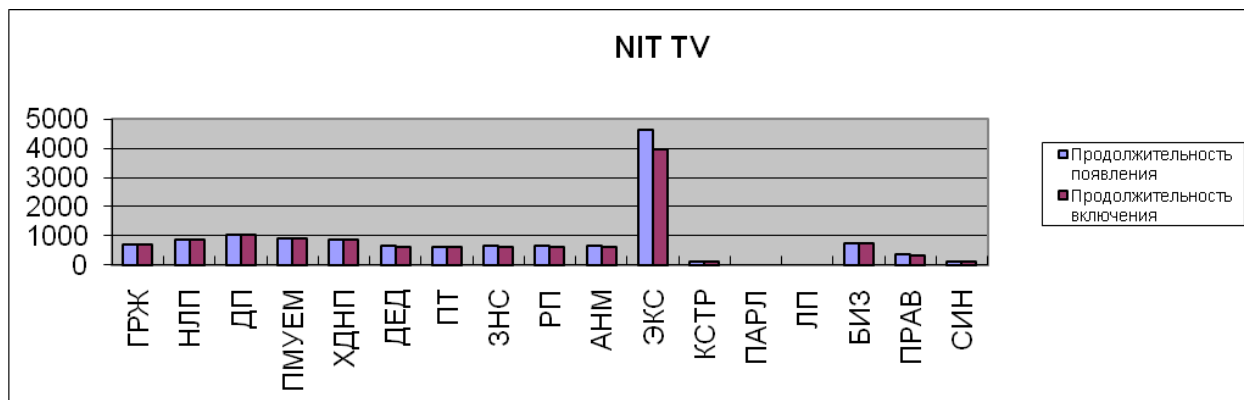
На частном канале с национальным покрытием *NIT* сохраняется тенденция прибегать в новостях в основном к представителям ПКРМ, которые в течение недели цитировались 153 раза общей продолжительностью появления на телеэкране 1,47 часа (5327 сек.). Президентура, премьер-министр и высокопоставленные представители правительства прямо или косвенно были процитированы за этот период 19 раз общей продолжительностью 675 сек. На составляющие АЕИ канал ссылался неоднократно: ЛДПМ цитировалась 76 раз продолжительностью 2036 сек, ДПМ – 29 раз (285 сек.), ЛП – 15 раз (117 сек.), АНМ – 10 раз (45 сек.). Что касается ДПМ, ЛП и АНМ следует отметить, что их представители в подавляющем большинстве случаев лишь появляются на экране в новостях, в которых идет речь о них, но прямых включений не имеют. Остальные партии, непарламентские, упоминались в качестве источников информации всего лишь в течение 97 секунд, как правило, они цитировались косвенно (в общей сложности 8 раз). И в этот период отмечается активное присутствие граждан, которые цитировались в качестве источников 67 раз общей продолжительностью 0,5 часа, в основном в материалах в рамках кампании в поддержку лидера ПКРМ. КСТР и журналисты, в частности, канала NIT, послужили источником информации неоднократно (30 и, соответственно, 32 раза продолжительностью 1004 и 1001 сек.), в контексте санкционирования NIT Координационным советом по телевидению и радио за необеспечение плюрализма мнений в выпусках новостей (Диаграмма 4).

Диаграмма 4. Продолжительность появления конкурентов на выборах и прямого включения в выпусках новостей на NIT, сек.



В авторских передачах, специальных предвыборных программах, *Vox Populi* и бесплатного эфирного времени наиболее часто источником информации выступали эксперты (см. Диаграмму 4.1).

Диаграмма 4.1 Продолжительность появления конкурентов на выборах в других показательных материалах, кроме новостей, сек.



При освещении сюжетов, прямо или косвенно относящихся к выборам, частный канал с национальным покрытием Prime TV был менее разнообразным в смысле использования источников информации. Помимо представителей партий, входящих в правящий альянс, и главной оппозиционной партии Prime TV прибегал к гражданам и гражданскому обществу, а иногда и к экспертам в качестве источников. Остальные конкуренты, в том числе независимые кандидаты, появлялись на экране реже и цитировались в основном косвенно. На этом канале не было ни одной новости, в которой цитировались премьер-министр или другие высокопоставленные правительственные чиновники, а на исполняющего обязанности президента и представителей аппарата главы государства канал сослался один только раз, косвенно. Отдельно, ЛП была процитирована в новостях 7 раз (116 сек.), АНМ - 5 раз (53 сек.), ЛДПМ – 2 раза (25 сек.), а ДП – 10 раз (165 сек.). ПКРМ упоминалась 8 раз (126 сек.). На граждан, гражданское общество и экспертов канал сослался 8, 10 и, соответственно, 6 раз (134 сек., 107 сек. и 93 сек.). Остальные конкуренты на выборах фигурировали на Prime TV в качестве источников информации 10 раз общей продолжительностью появления на экране 103 сек. Prime TV не проявил особого разнообразия ни в других материалах, помимо новостей. В передачах, переданных на Prime TV в отчетный период, лидируют по включениям представители Демократической партии; в частности, Валериу Лазэр стал гостем передач „VIP confidențe” и „Din prima sursă” (см. Диаграммы 5 и 5.1)

Диаграмма 5. Продолжительность появления конкурентов на выборах и прямого включения в выпусках новостей на Prime TV, сек.

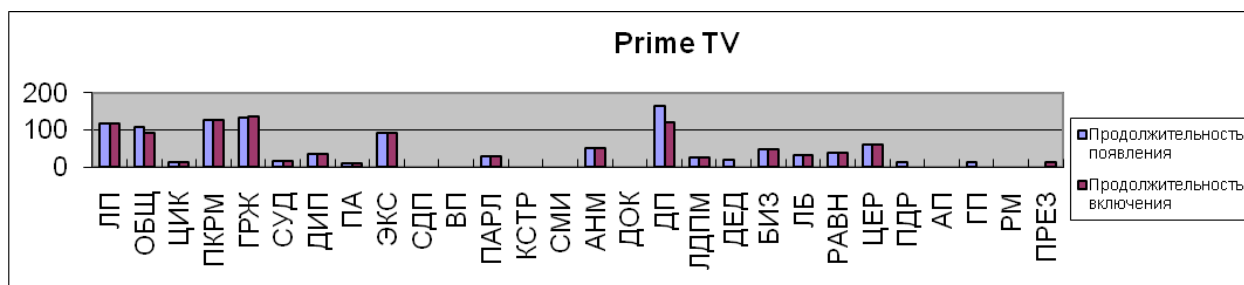
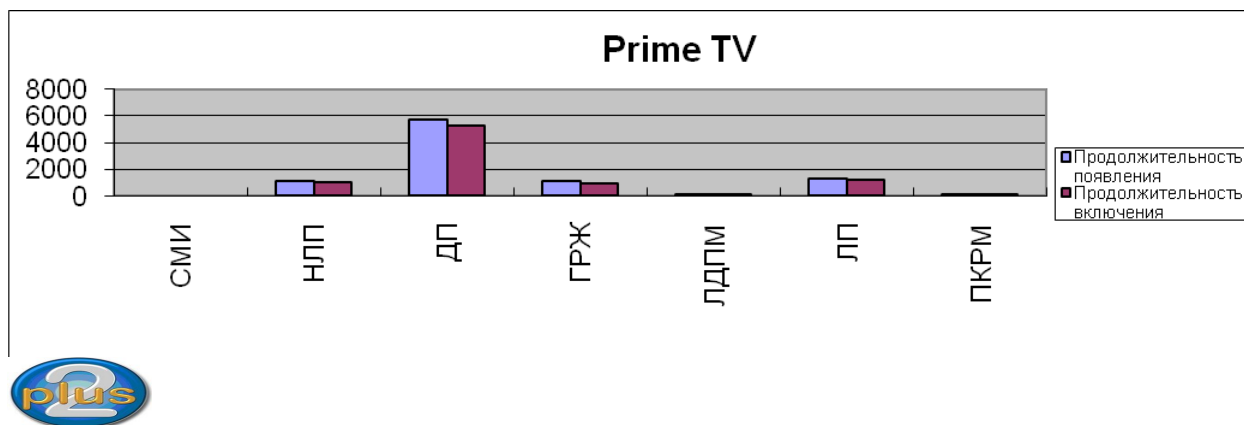
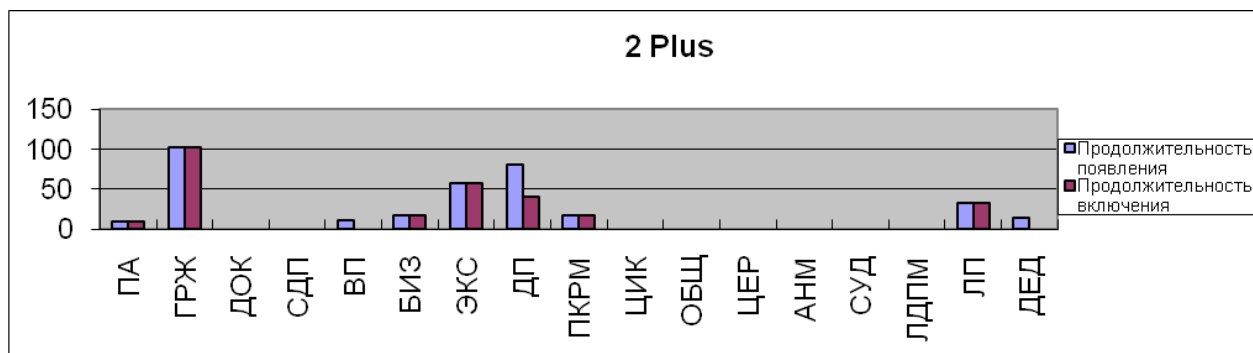


Диаграмма 5.1 Продолжительность появления конкурентов на выборах в других показательных материалах, кроме новостей, сек.



На основании данных мониторинга за последние недели, можно сказать, что частный канал с национальным покрытием 2 Plus повторяет чуть ли не под копирку издательскую политику Prime TV. Премьер-министр и министры, не сложившие с себя полномочия на период кампании, как и исполняющий обязанности президента, не появляются в сообщениях, прямо или косвенно касающихся выборов. В отдельном порядке из числа формирований, входящих в состав АЕИ, наиболее часто на этом канале процитированы ЛП и ДПМ, которые упоминались один и, соответственно, 4 раза продолжительностью появления на экране 33 секунды и 80 секунд. На АНМ и ЛДНП канал ссылался по 2 раза, представители этих партий были процитированы косвенно, без появления на экране телевизора. На ПКРМ канал сослался 5 раз (17 секунд), а непарламентские партии и независимые кандидаты источником информации на этом канале становились всего лишь 3 раза в общей сложности, продолжительностью 25 секунд. В отчетный период на 2 Plus не было ни одной передачи, показательной для данного мониторинга.

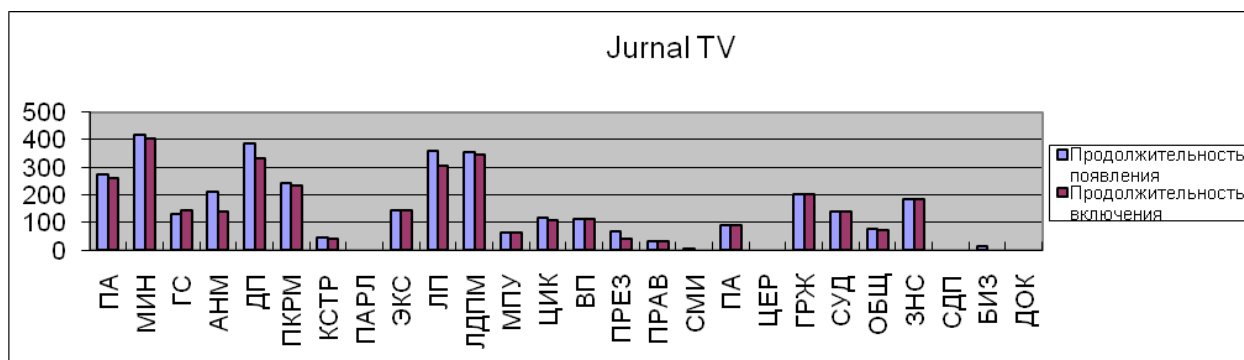
Диаграмма 6. Продолжительность появления конкурентов на выборах и прямого включения в выпусках новостей на 2 Plus, сек.



На новостном канале Jurnal TV в новостях, прямо или косвенно относящихся к выборам, наиболее часто в качестве источников цитировались премьер-министр и правительственные чиновники высокого ранга, не сложившие с себя полномочия на период кампании, а также составляющие правящего альянса, которым было предоставлено сравнительно равное время, за исключением АНМ, чье присутствие на экране было менее продолжительным (211 секунд). Представители ПКРМ цитировались в качестве источников информации 24 раза общей продолжительностью появления на экране 245 сек.

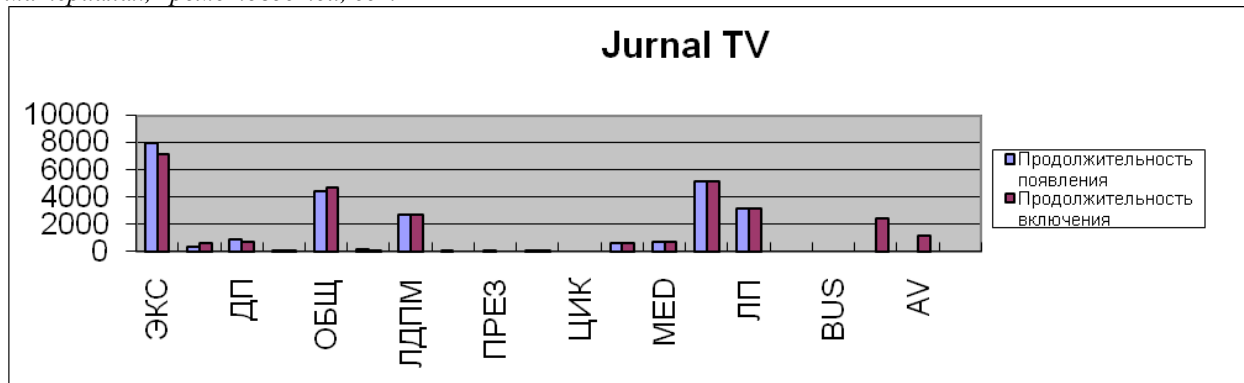
Из остальных конкурентов на выборах в новостях на Jurnal TV в качестве источников фигурировали лишь представители ПЗНС (183 сек.). Этот канал часто предоставлял слово гражданам, а также зарубежным и местным экспертам.

Диаграмма 7. Продолжительность появления конкурентов на выборах и прямого включения в выпусках новостей на Jurnal TV, сек.



В других материалах, кроме новостей, Jurnal TV максимальную площадь отвел зарубежным и местным экспертам – 7952 сек (2,2 часа). Из числа конкурентов на выборах чаще других в качестве источников выступали представители ПЗНС – 5138 сек. (1,4 часа), которые участвовали в двух передачах, затем следуют ЛП и ЛДПМ – 3180 сек. (0,8 часа) и 2716 сек. (0,75 часа).

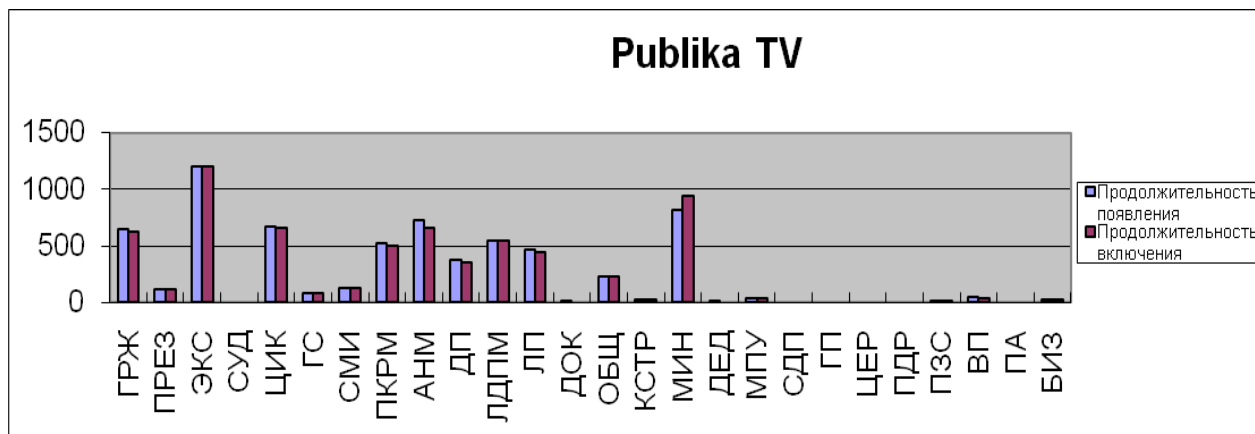
Диаграмма 7.1. Продолжительность появления конкурентов на выборах в других показательных материалах, кроме новостей, сек.





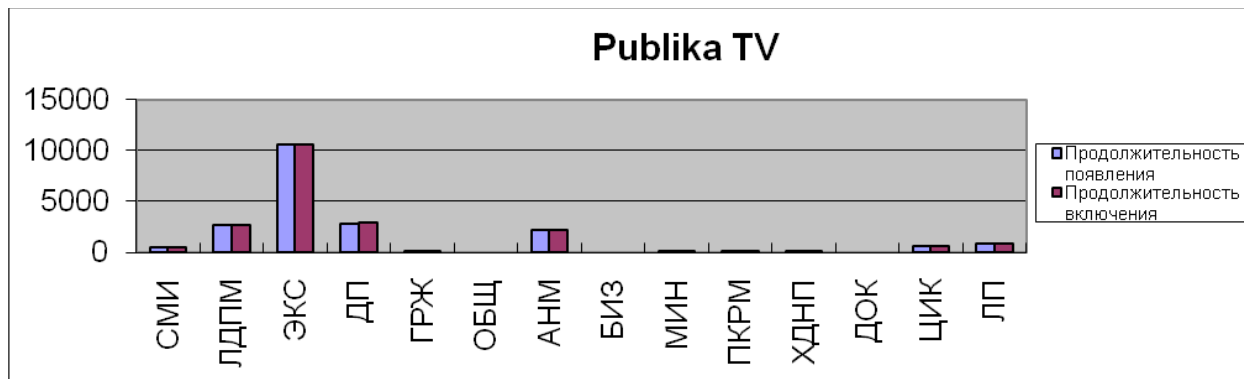
В обозреваемый период Publika TV чаще всего в своих новостях цитирует зарубежных и местных экспертов – 69 раз (1196 сек.). Из конкурентов на выборах наиболее часто источниками информации становились представители правящей коалиции и основной оппозиционной партии. Составляющие АЕИ цитировались в качестве источника информации и отдельно: ЛП – 26 раз (469 сек.), АНМ – 35 раз (525 сек.), ДПМ – 19 раз (376 сек.) и ЛДПМ – 26 раз (546 сек.). ПКРМ цитировалась в общей сложности 43 раза, продолжительность появления представителей партии на экране составила 525 сек.. Остальные конкуренты на выборах цитировались в новостях в качестве источников информации 12 раз (164 сек.).

Диаграмма 8. Продолжительность появления конкурентов на выборах и прямого включения в выпусках новостей на Publika 1, сек.



В авторских передачах и материалах по выражению мнений, переданных на Publika TV, участвовали преимущественно эксперты, которым представилась возможность включения на протяжении 10651 сек. (2,95 часа), затем следуют представители ДПМ, ЛДПМ и АНМ, продолжительность появления которых на экране составила 2816 сек. (0,78 часа), 2737 сек. (0,76 часа) и, соответственно, 2191 сек. (0,6 часа).

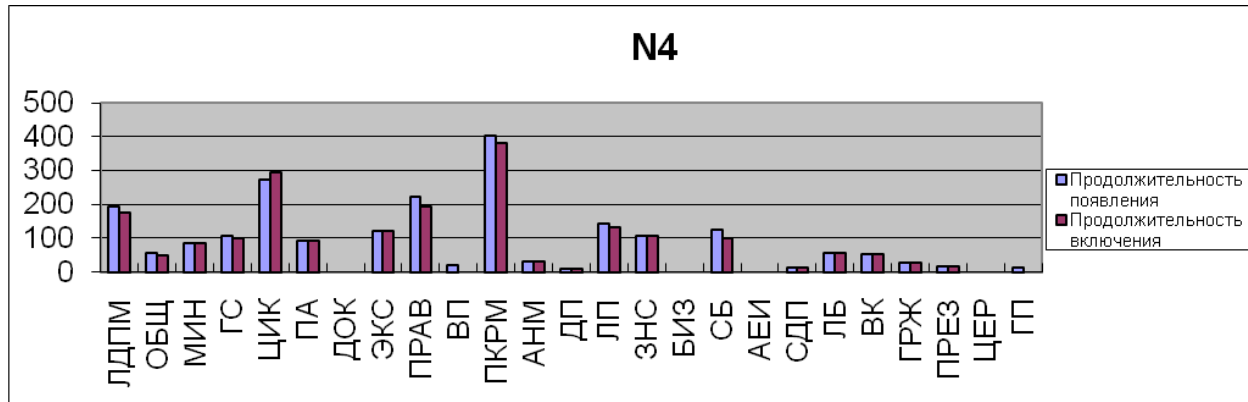
Диаграмма 8.1 Продолжительность появления конкурентов на выборах в других показательных материалах, кроме новостей, сек.





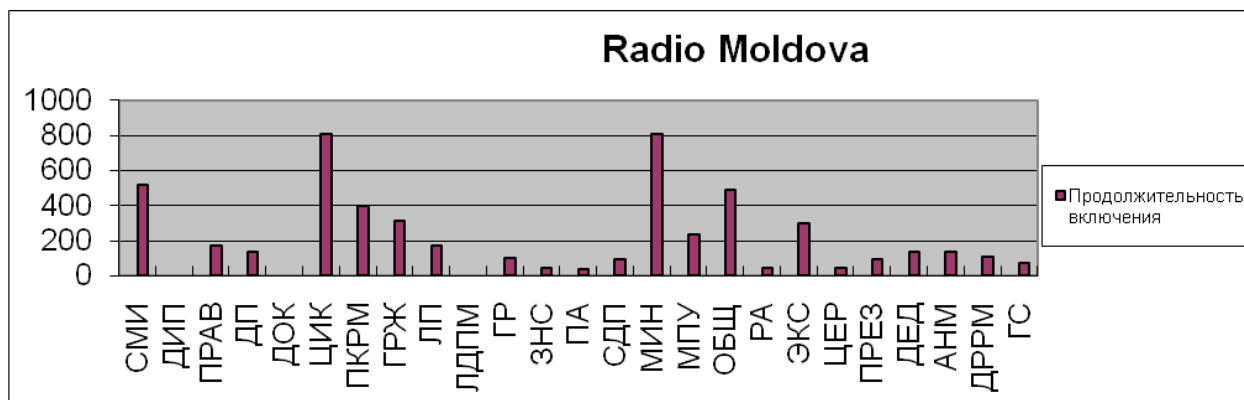
На телеканале с региональным покрытием N4 в рейтинге источников в новостях предвыборного характера лидирует ПКРМ – этот конкурент на выборах упоминался 19 раз (402 сек.), затем следует ЦИК – 17 раз (274 сек.) и ЛДПМ – 6 раз (194 сек.). N4 – один из немногих каналов, которые в показательных новостях процитировал в качестве источников рекордное количество конкурентов на выборах из числа других партий, помимо АЕИ и ПКРМ. Так, восемь непарламентских партий и независимых конкурентов на выборах цитировались, прямо или косвенно, 19 раз, общая продолжительность из появления на экране составила 494 сек. В обозреваемый период на N4 не было ни одной авторской передачи или других материалов по выражению мнения.

Диаграмма 9. Продолжительность появления конкурентов на выборах и прямого включения в выпусках новостей на N4, сек.



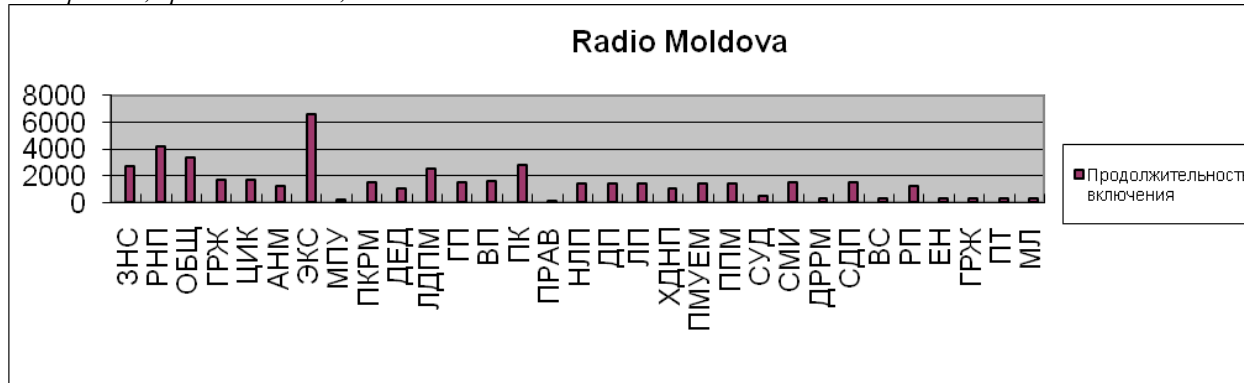
При освещении сюжетов, прямо или косвенно относящихся к выборам, общественный канал Radio Moldova предпочитал приводить мнение премьер-министра и других министров, не сложивших с себя полномочия на период предвыборной кампании – на них канал ссылался 23 раза, общая продолжительность включения составила 811 сек. По частоте и объему, ЦИК цитировалась примерно аналогично: 22 раза (806 сек.). Затем следуют гражданское общество и эксперты, которые присутствовали в новостях, в основном в тех, что связаны с мониторингом избирательного процесса. Из партий, входящих в правящий альянс, в отчетный период источниками информации становились представители ЛП, ДП и АНМ (173, 138 и, соответственно, 70 сек.). ЛДПМ цитировалась дважды – косвенно. Представители оппозиционной партии ПКРМ упоминались в общей сложности 11 раз (395 сек.).

Диаграмма 10. Продолжительность появления конкурентов на выборах и прямого включения в выпусках новостей на Radio Moldova, сек.



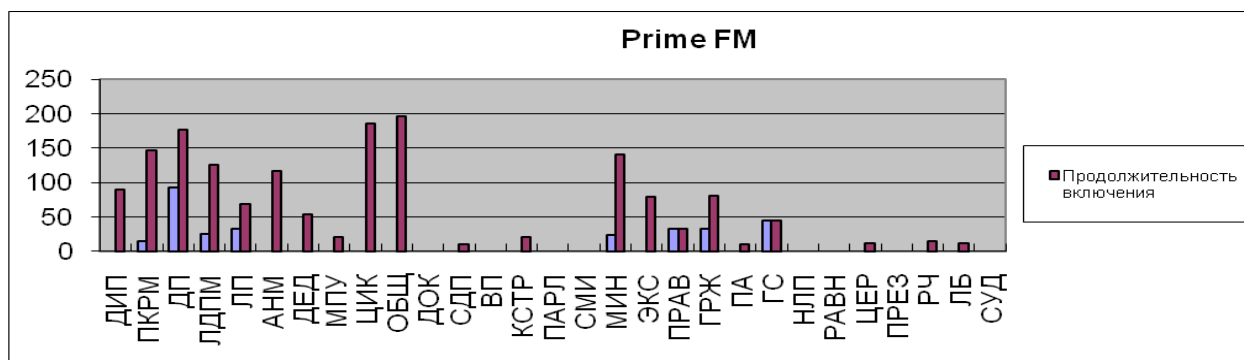
В других материалах, кроме новостей, наиболее активно присутствовали эксперты, затем следуют представители гражданского общества. Благодаря бесплатному эфирному времени, предоставленному на Radio Moldova, ряд конкурентов получили возможность представить свои предвыборные платформы.

Диаграмма 10.1 Продолжительность появления конкурентов на выборах в других показательных материалах, кроме новостей, сек.



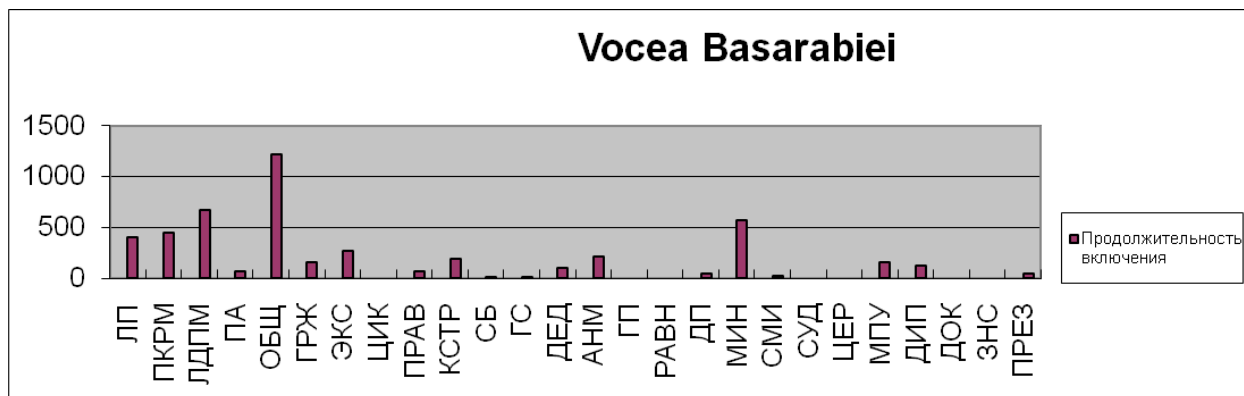
В своих новостных программах частная радиостанция Prime FM наиболее активно цитировала представителей ЦИК и гражданского общества. Канал предоставил доступ к эфиру всем составляющим АЕИ: ДП цитировалась 14 раз общей продолжительностью 176 сек., ЛДПМ – 12 раз (125 сек.), АНМ – 8 раз (116 сек.) и ЛП – 10 раз (68 сек.). С другой стороны, ПКРМ упоминалась в 18 материалах, этому конкуренту было выделено 176 секунд эфирного времени; непарламентские партии цитировались 15 раз, в основном косвенно, продолжительность включения составила 80 секунд в общей сложности. На канале Prime FM в период 1-7 ноября не было авторских передач или других материалов по выражению мнения.

Диаграмма 11. Продолжительность появления конкурентов на выборах и прямого включения в выпусках новостей на Prime FM, сек.



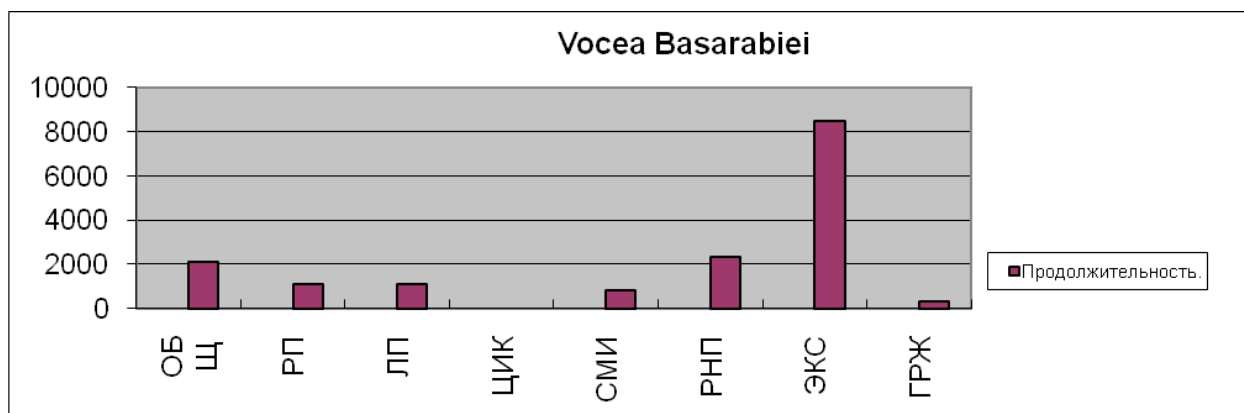
В отчетный период в новостях, переданных радиостанцией Vocea Basarabiei, наиболее часто цитировались представители гражданского общества – 53 раза в общей сложности, продолжительность включения составила 1218 сек. Затем следует ЛДПМ – 25 раз (668 сек.). ЛП, АНМ и ДП процитированы, прямо или косвенно, 17 раз (405 сек.), 8 раз (214 сек.) и, соответственно, 5 раз (46 сек.). Представители президентуры, премьер-министр и другие министры упоминались в качестве источников 34 раза, им было предоставлено в общей сложности 612 сек. С другой стороны, ПКРМ была процитирована, прямо или косвенно, 30 раз (449 сек.). Непарламентские партии и независимые кандидаты в представленных новостях на Vocea Basarabiei процитированы 22 раза с прямым включением продолжительностью 121 сек.

Диаграмма 12. Продолжительность появления конкурентов на выборах и прямого включения в выпусках новостей на Vocea Basarabiei, сек.



Помимо новостей, Vocea Basarabiei передала в эфир и авторские материалы, передачи, интервью, дебаты, в которых конкуренты на выборах имели возможность прямого включения, наряду с экспертами и гражданами. Топ источников открывают эксперты, затем следует гражданское общество. Из числа конкурентов на выборах в показательных материалах упоминались представители НРП, ЛП и РП, с прямыми включениями продолжительностью 2328, 1102 и, соответственно, 1107 секунд.

Диаграмма 12.1 Продолжительность появления конкурентов на выборах в других показательных материалах, кроме новостей, сек.



4.3 Конкуренты на выборах, представленные, прямо или косвенно, в выгодном либо невыгодном свете, – частота

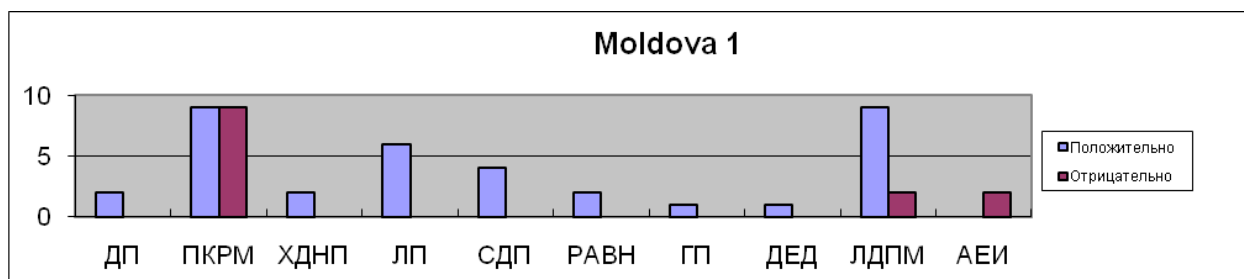
4.3.1 TV

В период 1-7 ноября контекст освещения большинства сюжетов на Moldova 1 был в основном нейтральным, но, вместе с тем, отмечено несколько случаев представления определенных конкурентов на выборах либо в положительном, либо в отрицательном свете. Так, в положительном контексте упоминалась ЛДПМ - 5 раз, в основном эти новости были посвящены участию Влада Филата в сдаче в эксплуатацию домов для пострадавших от наводков и предоставлению компенсаций на тепло. ЛДПМ дважды упоминалась и в отрицательном контексте, в информации об отчете гражданского общества по мониторингу выборов. Доля благоприятных для ЛДПМ сообщений в общем объеме новостей на Moldova 1 составила 4,8% , неблагоприятных – 1,9%. ЛП упоминалась исключительно в положительном ключе 6 раз или в 5,7% новостей (в материалах о презентации предвыборной платформы в Орхее, Кахуле, а также в новостях, в которых шла речь об обещаниях Михая Гимпу пострадавшим от наводнений). ДП фигурирует в благоприятном контексте дважды (1,9% новостей), а АЕИ упоминался только в отрицательном свете – 2 раза (1,9%). В положительном контексте упоминался и ряд непарламентских партий.

ПКРМ упоминалась в положительном и отрицательном контексте равное количество раз – 9 (8,6% новостей, отвечающих тематике мониторинга). Положительный контекст был связан с предвыборными обещаниями ПКРМ в социальном и экономическом плане, стратегиями по предотвращению природных бедствий, а отрицательный – с опровержением обвинений ПКРМ по поводу искусственного характера наводнений в Немцене, констатацией гражданским обществом нарушений прав человека на встречах представителей ПКРМ с избирателями, а также некоторыми обвинениями в адрес ПКРМ, выдвинутыми другими конкурентами на встречах с избирателями (Диаграмма 13).

В других программах, кроме новостей, наиболее часто в отрицательном контексте упоминались ПКРМ и АЕИ: 10 и, соответственно, 9 раз, в которых шла речь, в основном, о различных обвинениях со стороны других конкурентов на выборах в рамках предвыборных дебатов.

Диаграмма 13. Контекст, в котором представлены конкуренты на выборах в выпусках новостей на Moldova 1 - частота

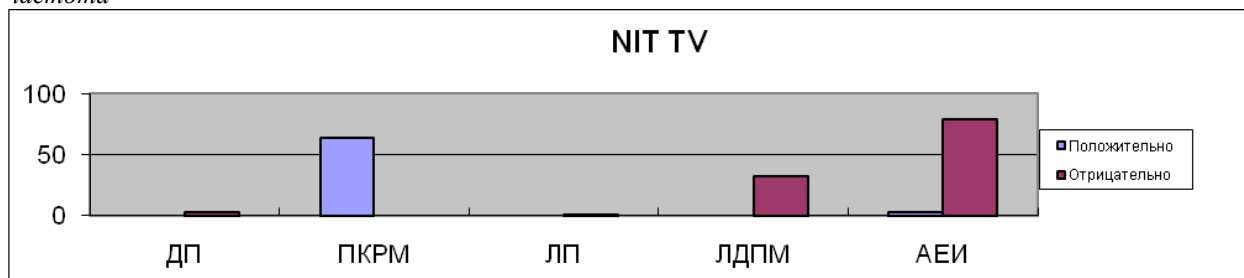


NIT

На частном канале NIT сохраняется явная тенденция представлять одних конкурентов на выборах в положительном свете, других – в отрицательном. Эта тенденция проявляется не только в частоте презентации этих конкурентов в благоприятном или неблагоприятном контексте, но и в ракурсе подачи материалов, тенденциозности авторов и необеспечении сбалансированности источников, а также в том, что автор не отделяет факты от оценок. В период наблюдения ПКРМ упоминалась в основном в положительном свете – 64 раза. Среди материалов, прямо или косвенно касающихся выборов, доля новостей, благоприятных для этого конкурента на выборах, составила 34,2%. ПКРМ фигурирует, как правило, в положительном свете в новостях о многочисленных заявлениях в поддержку ПКРМ, встречах членов ПКРМ с избирателями, презентации экономической и социальной программы, стратегии предупреждения природных бедствий, зондаже CBS-AXA и т.д. По контрасту, АЕИ упоминался в негативном контексте в 42,2% материалов (79 раз), в которых чаще всего в адрес Альянса приводились обвинения в разрушении страны, некорректной кампании, оказании давления на ПКРМ, ограничения свободы прессы - обвинения, с которыми члены ПКРМ выступали на встречах с избирателями, а также в новостях другого рода, в которых шла речь о возросшем уровне коррупции за последний год, разочаровании граждан за год пребывания АЕИ у власти, обвинениях в использовании административных ресурсов членами АЕИ и др. (см. Диаграмму 14).

В других материалах, кроме новостей, прозвучавших на NIT в период наблюдения, не замечено явно неблагоприятного отношения к какому-либо из конкурентов на выборах. Только АЕИ появляется в отрицательном свете 9 раз (6% сообщений); речь идет, в частности, о критических оценках и обвинениях со стороны других конкурентов на выборах в рамках предвыборных дебатов.

Диаграмма 14. Контекст, в котором представлены конкуренты на выборах в выпусках новостей на NIT, частота

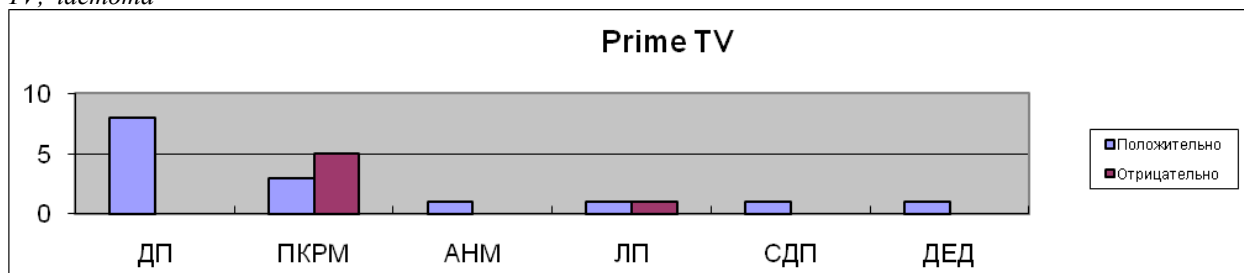


Prime TV

Единственный конкурент на выборах, который появляется чаще всего в положительном контексте на Prime TV – это Демократическая партия, которая процитирована 9 раз (14,2% сообщений, прямо или косвенно касающихся выборов). В этих новостях шла речь, в основном, о караване, организованном молодыми демократами в столице под общим названием „*Uniți pentru a merge la vot*” (Вместе пойдём на выборы); экономической программе ДПМ; встрече лидера ДПМ в Академии наук под лозунгом „*Liuri îtrască societatea*” (Лупу вносит примирение в общество); встрече Мариана Лупу с унгенскими избирателями; участии молодежной организации ДП в посадке роз в Кишиневе. Доля сообщений, благоприятных и

неблагоприятных для ПКРМ, составила 5,3% и 8,9% (3 и, соответственно, 5 раз). Еще несколько партий упоминаются на этом канале в отрицательном свете по одному разу (Диаграмма 15). В передачах на Prime TV чаще всего в отрицательном свете фигурировали ПКРМ и ЛДПМ – по четыре раза каждая (5% сообщений).

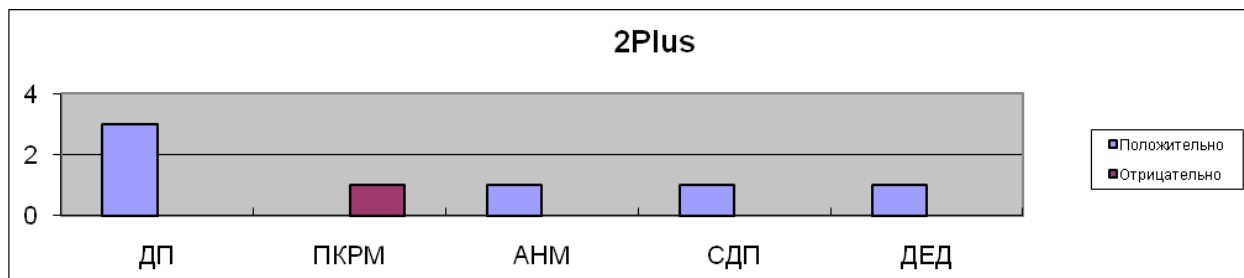
Диаграмма 15. Контекст, в котором представлены конкуренты на выборах в выпусках новостей на Prime TV, частота



2 Plus

В большинстве из 26 сообщений, переданных каналом 2 Plus, конкуренты на выборах были представлены нейтрально. Только в нескольких случаях субъекты фигурировали в положительном или отрицательном контексте. Так, ДП благоприятно представлен три раза (11,5% сообщений), а ДЕД, СДП и АНМ – по одному разу. ПКРМ один раз упоминается в неблагоприятном контексте.

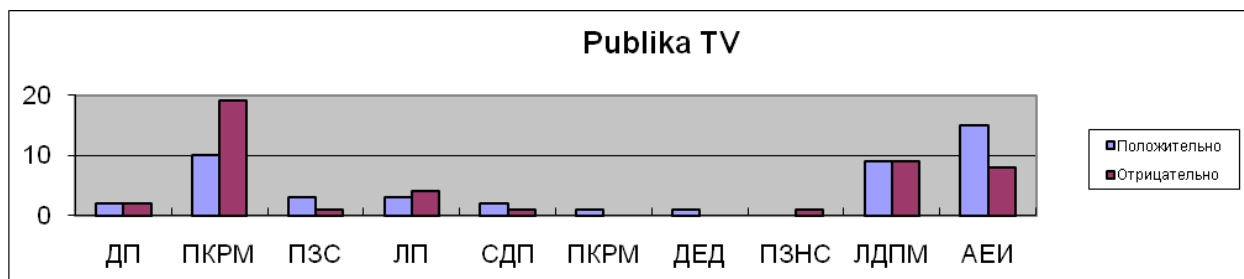
Диаграмма 16. Контекст, в котором представлены конкуренты на выборах в выпусках новостей на 2 Plus, частота



Publika TV

На Publika TV конкуренты были представлены в основном в нейтральном свете, но также и отрицательно, и положительно. Чаще всего в неблагоприятном, как и в благоприятном свете упоминались ПКРМ и АЕИ. Так, АЕИ был представлен в положительном ключе 15 раз (заявление Серафима Урекияна о том, что АЕИ получит 61 мандат на выборах; его же заявление о том, что Альянс остается сильным и что внутренние разногласия незначительные; мнение экспертов, а также рядовых граждан о том, что за год пребывания у власти АЕИ в Молдове достигнут прогресс по разделу демократических свобод; изменение восприятия Молдовы со стороны европейских структур благодаря АЕИ; Альянс привлек за последний год огромное финансирование и т.д.) и отрицательно – 8 раз, что составляет 7% и, соответственно, 3,7% сообщений, показательных с точки зрения тематики наблюдения. ПКРМ фигурирует в положительном контексте 10 раз и отрицательно – 19 раз или 4,7% и, соответственно, 8,9% сообщений, в которых речь шла, в основном, о заявлениях Михая Гимпу о необходимости лишить Владимира Воронина неприкосновенности, так как он подозревается в злоупотреблении служебным положением во время событий 7 апреля 2009 года; заявления Влада Филата о том, что ПКРМ удерживала власть с помощью лжи; обвинениях, озвученных на пресс-конференциях ЛП и ЛДПМ, в том, что ПКРМ пытается изо всех сил прийти к власти для того, чтобы еще немного обокрасть Республику Молдова и т.д. Остальные конкуренты представлены на канале менее активно, как в положительном, так и в отрицательном свете.

Диаграмма 17. Контекст, в котором представлены конкуренты на выборах в выпусках новостей на Publika TV, частота



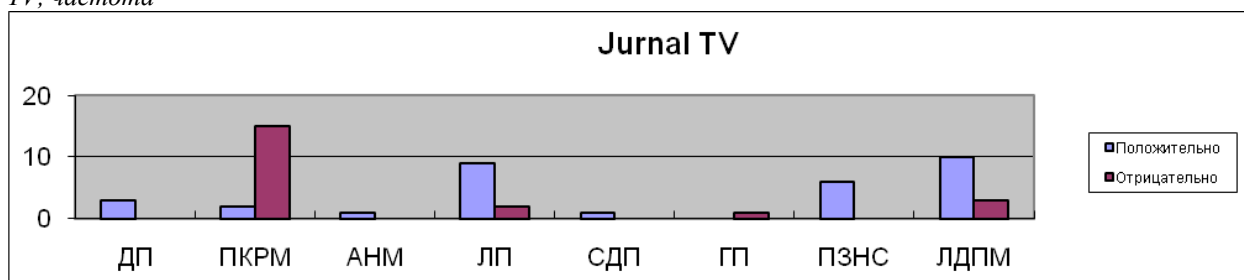
В авторских передачах на Publika TV, в Vox Populi и материалах по гражданскому просвещению избирателей ПКРМ появилась в неблагоприятном контексте 4 раза. ДП, ЛДПМ и АЕИ упоминались в отрицательном свете по одному разу. Вместе с тем, ЛДПМ и АЕИ фигурировали и в положительном контексте – один и, соответственно, два раза.

Jurnal TV

Jurnal TV упоминал ПКРМ 15 раз в отрицательном контексте (в материалах шла речь о физических нападениях сторонников ПКРМ на других конкурентов; обвинениях в актах вандализма по отношению к резиденциям ряда конкурентов; финансировании ПКРМ фиктивными спонсорами и др.) и дважды в положительном свете, что составляет 13,3% и, соответственно, около 1,7% от общего числа (112) текстов, относящихся к тематике мониторинга. По контрасту, ЛП фигурирует 9 раз (8% сообщений) в положительном контексте (встречи со студентами, распределение специальных автотранспортных средств с участием Михая Гимпу; обещания и.о. президента по поводу строительства домов для пострадавших и др.) и 2 раза в отрицательном свете (1,7%). ЛДПМ упоминается 10 раз (8,9%) в положительном ключе (объявление о компенсациях за тепло; вручение ключей от домов для пострадавших; необходимость снижения цен на медикаменты и т.д.), и три раза в отрицательном контексте (2,7%). ПЗНС 6 раз цитируется в положительном плане (5,3%). Речь идет о материалах, в которых Серджиу Мокану и другие члены ПЗНС появляются в ипостаси борцов с мафией и обвиняют ЦБЭПК в коррупции. Материал прошел в эфир несколько раз (Диаграмма 18).

В авторских передачах на Jurnal TV чаще всего в положительном свете фигурировала ПЗНС – 3 раза (7,7% сообщений), а в отрицательном – ПКРМ: 9 раз (23%), а также ДП – 3 раза (7,7%).

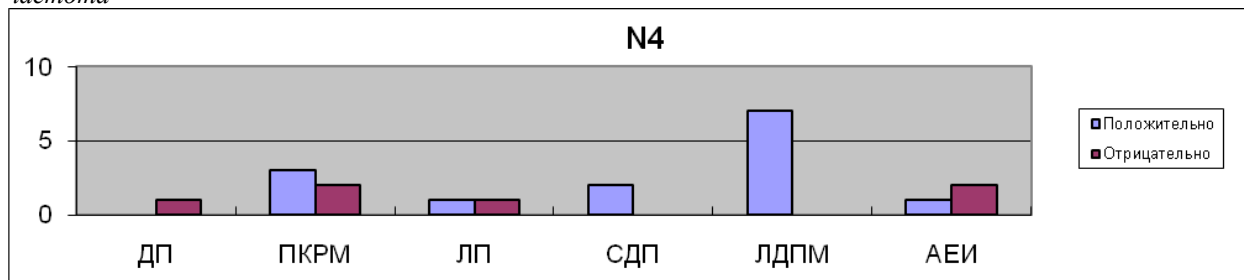
Диаграмма 18. Контекст, в котором представлены конкуренты на выборах в выпусках новостей на Jurnal TV, частота



N4

На канале с региональным покрытием N4 в благоприятном свете чаще других представлена ЛДПМ – 7 раз или 12,2% сообщений, которых было в общей сложности 57. Речь идет, в частности, о новостях, в которых шла речь о выплате социальных пособий на тепло; сдаче в эксплуатацию домов для пострадавших; возможном снижении процентных ставок на банковские кредиты для сельскохозяйственных работников в ответ на просьбу Влада Филата решить проблему; обеспечении, по распоряжению Правительства, студенческих общежитий компьютерами и выходом в интернет. Доля положительных сообщений для ПКРМ составляет 5,2%, негативных – 3,5% показательных сообщений.

Диаграмма 19. Контекст, в котором представлены конкуренты на выборах в выпусках новостей на N4, частота



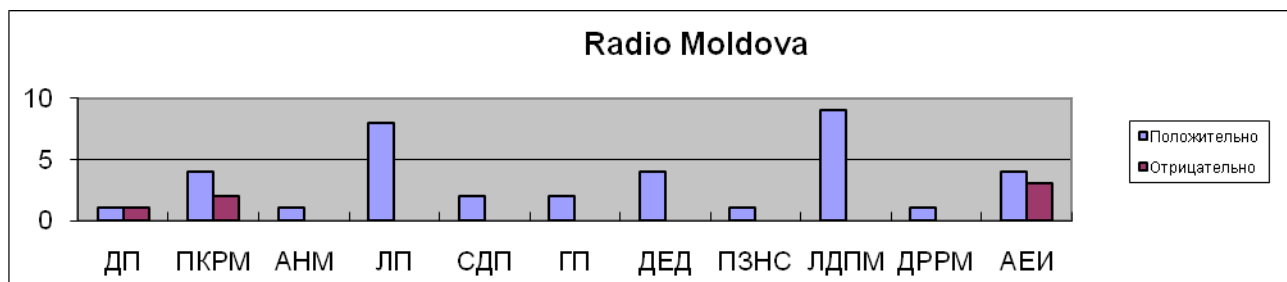
Radio Moldova

В отчетный период на Radio Moldova чаще других в положительном свете были представлены ЛДПМ и ЛП – 9 и, соответственно, 7 раз, или в 7,9% и, соответственно, 7% сообщений, прямо или косвенно относящихся к выборам. Речь идет о таких сюжетах, как *выплата пособий на тепло – это сообщение распространялось неоднократно, премьер Влад Филат имел в этом вопросе 270 секунд включений; сдаче в эксплуатацию домов для пострадавших – включения премьер-министра в сообщениях по этому поводу составили 132 сек.; обсуждение в ходе встречи Филата с польским профессором возможностей создания новых рабочих мест и привлечения иностранных инвестиций* и т.д. Положительным фоном для ЛП послужили *встречи Михая Гимпу со студентами; с кахульскими избирателями; а также сообщение о посещении Михаем Гимпу стройплощадки в Немценах.*

Доля сообщений, благоприятных для АЕИ, составила 3,5%, неблагоприятных – 2,6%. ПКРМ упоминалась в положительном свете 4 раза или около 3,5% сообщений (пресс-конференции, в ходе которых были обнародованы инициативы ПКРМ по модернизации инфраструктуры, предотвращения природных бедствий) и два раза в отрицательном контексте - 1,7% сообщений с предвыборными коннотациями, распространенными на Radio Moldova в период наблюдения (Диаграмма 20).

В других материалах, кроме новостей, чаще всего в неблагоприятном контексте появлялись ПКРМ и АЕИ – 6 и, соответственно, 10 раз; в этих материалах речь шла, в частности, о различных обвинениях со стороны других конкурентов на выборах.

Диаграмма 20. Контекст, в котором представлены конкуренты на выборах в выпусках новостей на Radio Moldova, частота

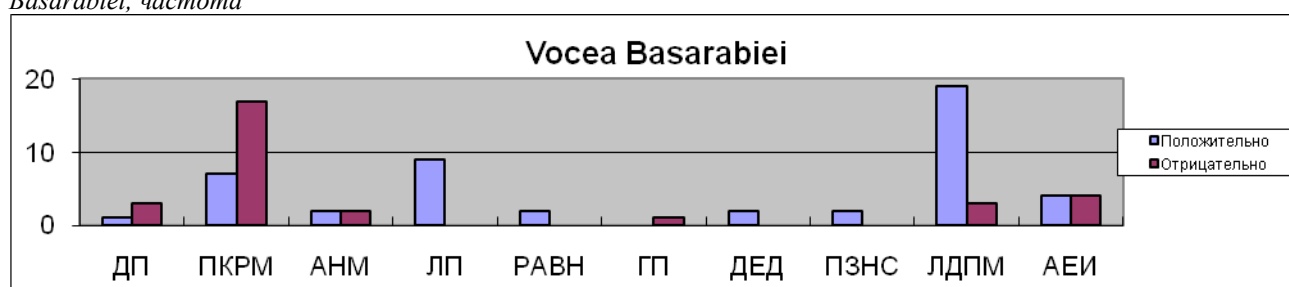


Vocea Basarabiei

В отчетный период в выпусках новостей на Vocea Basarabiei чаще других в положительном свете фигурировала ЛДПМ – 19 раз или 12,2% сообщений, которых было в общей сложности 155. Так, ЛДПМ была представлена на канале в благоприятном контексте в сообщениях о *выплате компенсаций за тепло, сдаче в эксплуатацию домов для пострадавших, обеспечении студенческих общежитий компьютерами и*

выходом в интернет, регулировании цен на медикаменты, пресс-конференции ЛДПМ по опровержению обвинений в искусственном характере наводнений, предвыборных действиях молодежного крыла ЛДПМ и т.д. Этот конкурент упоминался и в неблагоприятном свете 9 раз или 5,8% сообщений, в том числе о распределении специальных автотранспортных средств с участием Михая Гимпу и министра-либерала Шалару, встречах с избирателями, со студентами. АЕИ представлен и в благоприятном, и в неблагоприятном свете в одинаковой степени – по 4 сообщения (2,6%). ПКРМ также фигурирует и в положительном, и в отрицательном контексте, но больше в отрицательном – 17 раз в материалах по обвинению в фальсификации финансовых отчетов и использовании мошеннических схем, с помощью которых представители ПКРМ в Бриченъ якобы распределяли социальные пособия, о прогнозах Ассоциации Парламент-90 насчет возможного изменения государственной символики в случае реванша ПКРМ, о том, что декларация Владимира Воронина об имуществе содержит неточности и т.д. Ряд непарламентских партий освещались либо положительно, либо отрицательно (Диаграмма 21). В авторских материалах на Vocea Basarabiei ПКРМ 12 раз появляется в отрицательном контексте, а ДП и ГПМ – по 2 раза каждая.

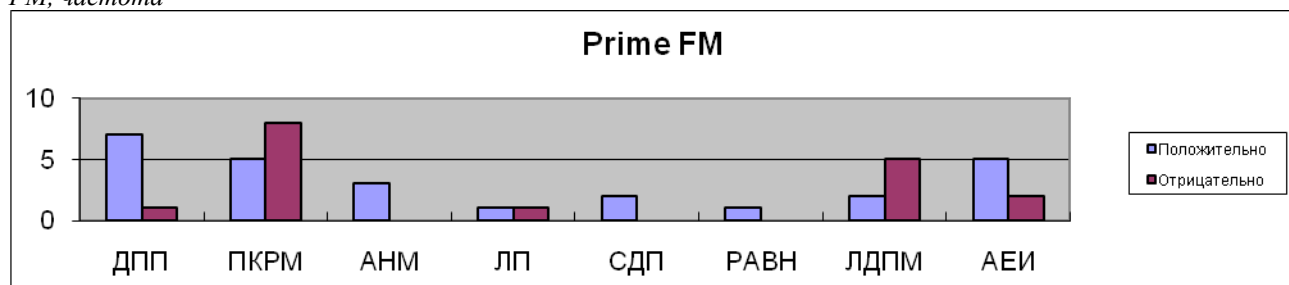
Диаграмма 21. Контекст, в котором представлены конкуренты на выборах в выпусках новостей на Vocea Basarabiei, частота



Prime FM

На Prime FM чаще других в положительном свете представлена ДПМ – 7 раз или в 5,4% сообщений (материалы о встрече Мариана Луну в Академии наук – „Лири împacă societatea (Луну вносит примирение в общество”, встречах с избирателями в Унген, сообщение о том, что после 28 ноября ДПМ оставит двери открытыми для диалога со всеми политическими силами); в неблагоприятном контексте этот конкурент представлен в одном сообщении (0,07%). АЕИ появляется в положительном свете 5 раз (3,9%) и 2 раза – в отрицательном (1,5% сообщений). ЛДПМ больше упоминается в отрицательном контексте, чем в положительном (5 и, соответственно, 2 раза), а АНМ – только положительно три раза (2,3% из 128 показательных сообщений). ПКРМ представлена неблагоприятно в восьми случаях и благоприятно – в пяти.

Диаграмма 22. Контекст, в котором представлены конкуренты на выборах в выпусках новостей на Prime FM, частота



5. Печатные издания, онлайн-СМИ

5.1 Включение в предвыборную кампанию

5.1.1 Газеты

В первую неделю ноября в 12-ти обозреваемых газетах было опубликовано 322 журналистских материала, которые прямо или косвенно касались досрочных парламентских выборов, против 311 материалов за предыдущий период наблюдения (+3,5%) Общая газетная площадь, выделенная тематическим материалам, также увеличилась и за отчетную неделю превысила 147 тысяч кв. сантиметров.

Кампания освещается в основном в новостях, авторских статьях и предвыборной рекламе. По сравнению с предыдущей неделей отмечается увеличение доли новостей в общем количестве показательных материалов. Соответственно, немного уменьшилось как количество, так и площадь авторских материалов; также, сократился объем рекламы, промаркированной должным образом. Так, в период 1-7 ноября в газетах было опубликовано 151 сообщение на общую площадь 56235 кв. см., что составляет 46% показательных материалов и 38% общей площади, выделенной под эти материалы в 12-ти обозреваемых газетах. 84 редакционных статей и других авторских материалов, опубликованных в этот период, заняли 54352 кв. см. или 37% от общей площади, выделенной материалам о выборах, а 28368 кв. см., или 19,3% заняли предвыборная реклама конкурентов. Примечательно, что на предыдущей неделе рекламы было примерно на 10% больше.

В обозреваемых газетах было опубликовано лишь 15 материалов по гражданскому просвещению избирателей, в которых изложены способы осуществления права на голос и даны конкретные ответы на вопросы, связанные с участием в выборах. Материалы по гражданскому просвещению избирателей опубликовали газеты *Jurnal de Chişinău*, *Timpul de dimineaţă*, *Cuvântul* и *Gazeta de Sud*, в меньшей степени – газеты *Панорама*, *Moldova Suverană* и *Evenimentul Zilei*. Тем не менее, по своему объему этот жанр материалов занимает только 1,8% площади, отведенной предвыборной тематике. По 1-2 материала из категории специальных предвыборных программ, т.е. интервью и других текстов, в которых представлены платформы политических партий, опубликовали в этот период 4 из 12-ти обозреваемых газетах и только одна опубликовала социологический опрос граждан типа „Vox populi”.

Диаграмма 23. Частота (количество) материалов на тему выборов, опубликованных в 12-ти обозреваемых газетах

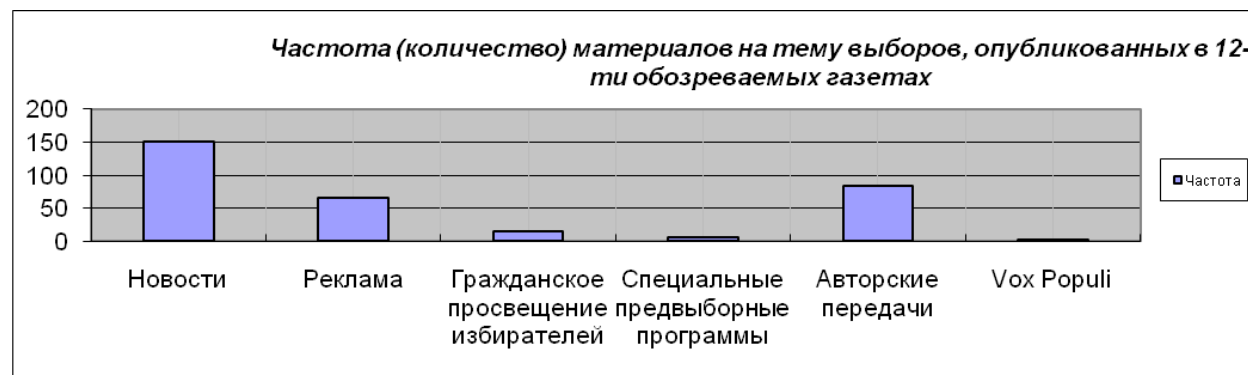
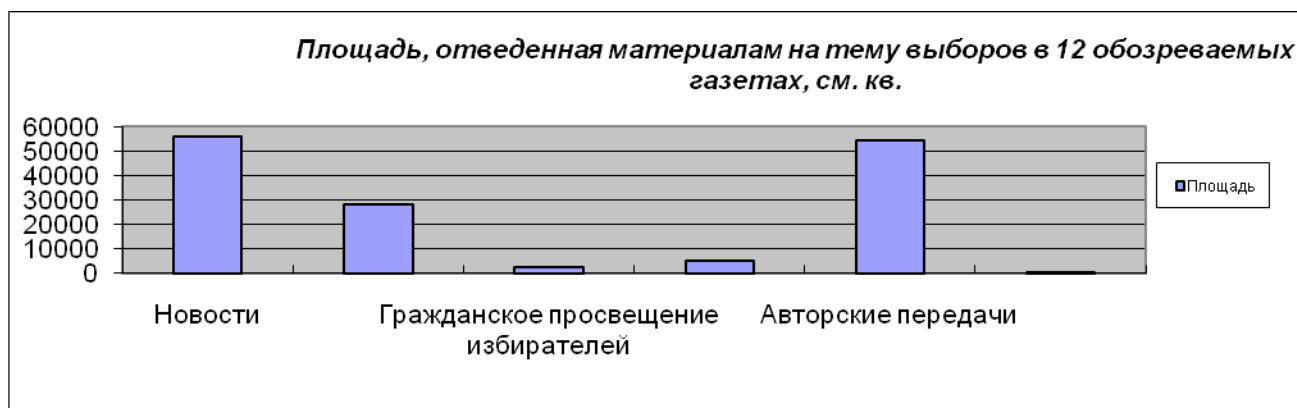


Диаграмма 24. Площадь, отведенная материалам на тему выборов в 12 обозреваемых газетах, см. кв.



Больше всего материалов на тему досрочных парламентских выборов (69) опубликовала газета *Timpul de dimineață*, за которой следуют *Moldova Suverană* и *Независимая Молдова* – по 47 показательных статей, *Jurnal de Chișinău* (36), *Панорама* (29), *Комсомольская правда в Молдове* (22), *Cuvântul* (20), *Evenimentul Zilei* и *Gazeta de Sud* – по 16 материалов, *Flux* (13), *Вести Гагаузии* (4) и *Голос Бэлць* – 3 материала не тему выборов за неделю. Что касается площади, отведенной газетами материалам на тему досрочных парламентских выборов, картина представляется следующим образом: *Moldova suverană* (26925 кв.см.), *Timpul de dimineață* (25802 кв.см.), *Независимая Молдова* (23000 кв.см.), *Jurnal de Chișinău* (16627 кв.см.), *Панорама* (13141 кв.см.), *Flux* (12146 кв.см.), *Комсомольская правда в Молдове* (9591 кв.см.), *Cuvântul* (7293 кв.см.), *Gazeta de Sud* (6364 кв.см.), *Evenimentul zilei* (4738 кв.см.), *Вести Гагаузии* (1217 кв.см.), *Голос Бэлць* (244 кв.см.). **Примечание:** при анализе этого показателя следует принимать во внимание формат, объем и периодичность выхода каждой газеты в отдельности.

В трех из обозреваемых газет (*Независимая Молдова*, *Flux* и *Evenimentul Zilei*) соотношение между авторскими передачами и новостями было неблагоприятным для последних, а это значит, что в этих печатных СМИ мнениям отводится больше места, чем фактам. Наибольший объем предвыборной рекламы, промаркированной соответствующим образом, опубликовали газеты *Комсомольская правда в Молдове*, *Timpul de dimineață* и *Панорама*.

Диаграмма 25. Частота (количество) показательных материалов, опубликованных в каждой из обозреваемых газет

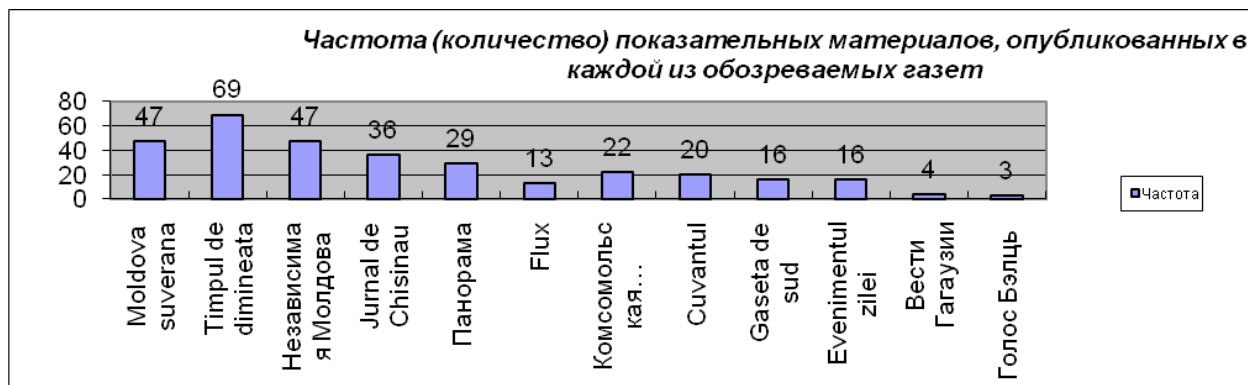
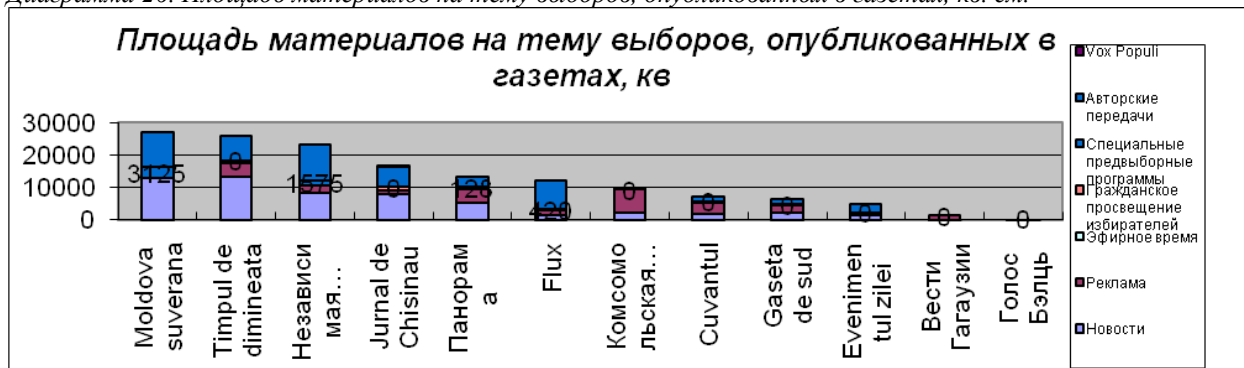
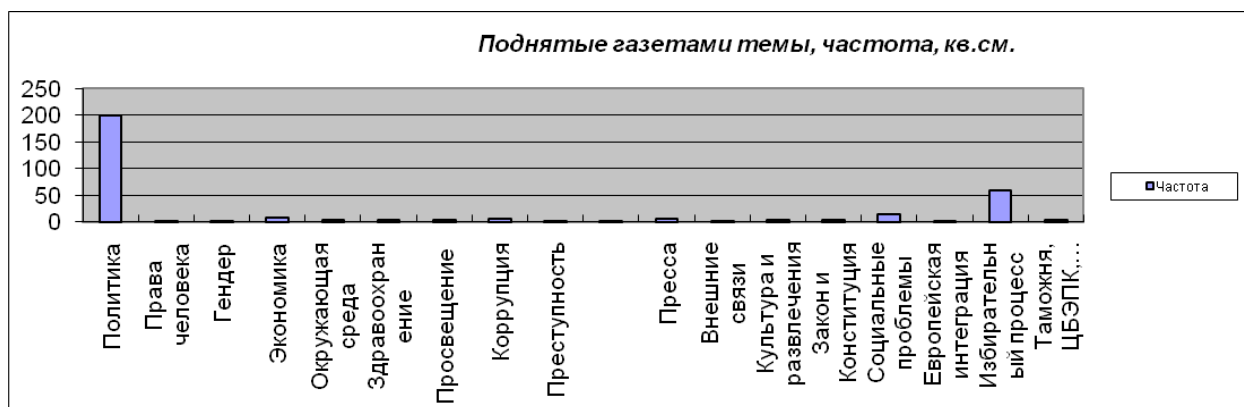


Диаграмма 26. Площадь материалов на тему выборов, опубликованных в газетах, кв. см.



С тематической точки зрения, 61% журналистских материалов и 65% газетной площади, отведенной показательным материалам в отчетную неделю, были посвящены политике в целом и рассматривали события/заявления/реакции конкурентов на выборах. Избирательному процессу, в том числе постановлениям Центральной избирательной комиссии, было отведено 18,3% сообщений и 14,4% площади. Материалы, подробно анализирующие проблемы и конкретные ситуации в экономической или социальной сфере, были опубликованы крайне редко.

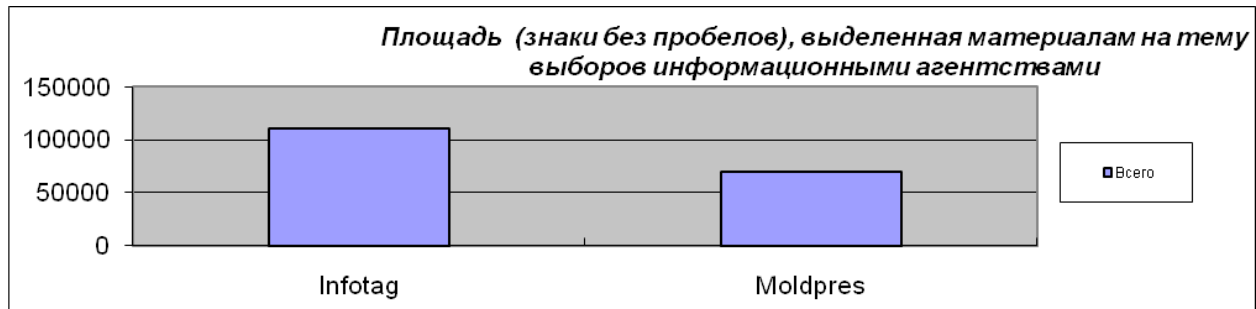
Диаграмма 27. Поднятые газетами темы, частота, кв.см.



5.1.2 Информационные агентства и информационные порталы

Темпы освещения предвыборной кампании информационными агентствами, охваченными мониторингом – *Moldpres* и *Infotag* – ускорились, за отчетную неделю оба они распространили 91 показательное сообщение (против 74 новостей на предыдущей неделе, +23%) общей площадью свыше 179 тыс. знаков (без пробелов), что составляет 20-процентный рост по сравнению с последним месяцем октября. Агентство *Infotag* было более активным в освещении предвыборной кампании по сравнению с агентством *Moldpres*, соотношение между количеством переданных новостей составляет 67% для *Infotag* и 33% для *Moldpres*. Соотношение площади, отведенной этими агентствами под тематические новости, составило 61,5% к 38,5%.

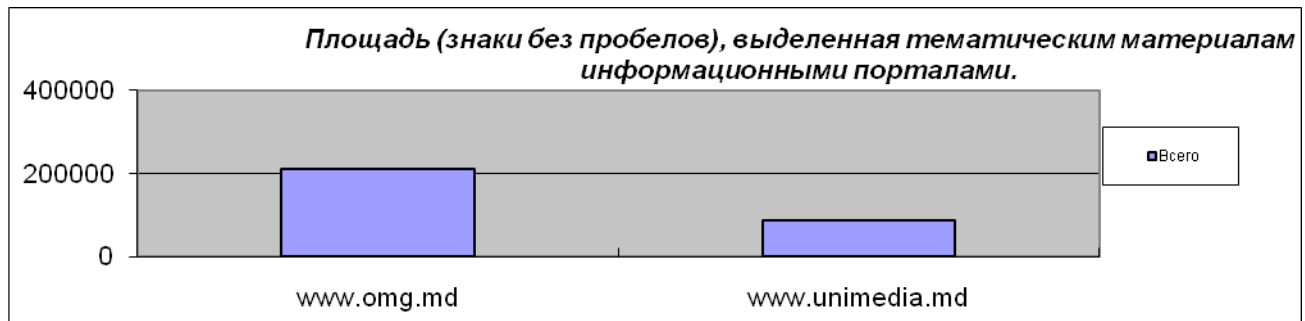
Диаграмма 28. Диаграмма 28. Площадь (знаки без пробелов), выделенная материалам на тему выборов информационными агентствами



Возросло и количество новостей на тему выборов, которые могли прочитать Интернет-пользователи на сайтах www.unimedia.md и www.omg.md. Так, за эту неделю на этих сайтах было размещено 186 новостей – собственных или перепечатанных, общей площадью около 298 тыс. знаков. Сравнивая эти цифры с показателями предыдущего отчета, можно констатировать, что количество новостей выросло на 50%, а общая площадь, отведенная тематическим материалам на этих двух сайтах, увеличилась на 47,5%. Некоторые сообщения сопровождаются видеофрагментами, призванными усилить информационный заряд. На сайте www.unimedia.md помещаются целевые рекламные баннеры, площадь которых не учитывается в представленных ниже диаграммах.

70% сообщений и общей площади, выделенной тематическим материалам на этих двух информационных порталах, приходится на сайт www.omg.md.

Диаграмма 29. Площадь (знаки без пробелов), выделенная тематическим материалам информационными порталами.



5.2 Кандидаты, партии, представленные, прямо или косвенно, в выгодном либо невыгодном свете в новостях и авторских передачах – частота

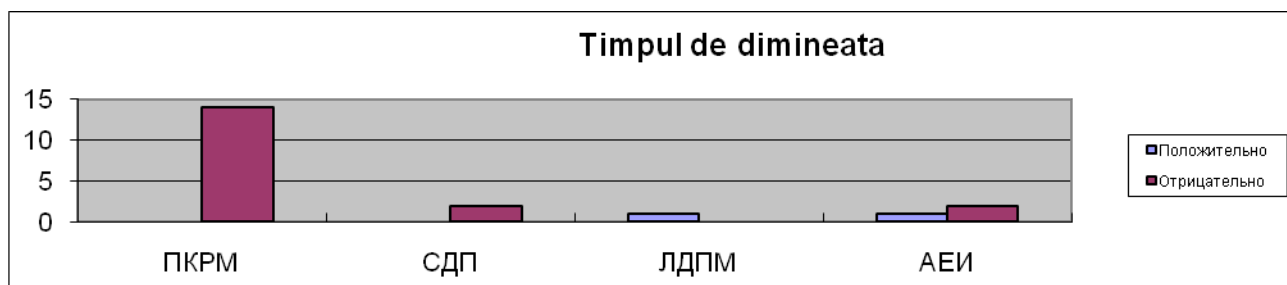
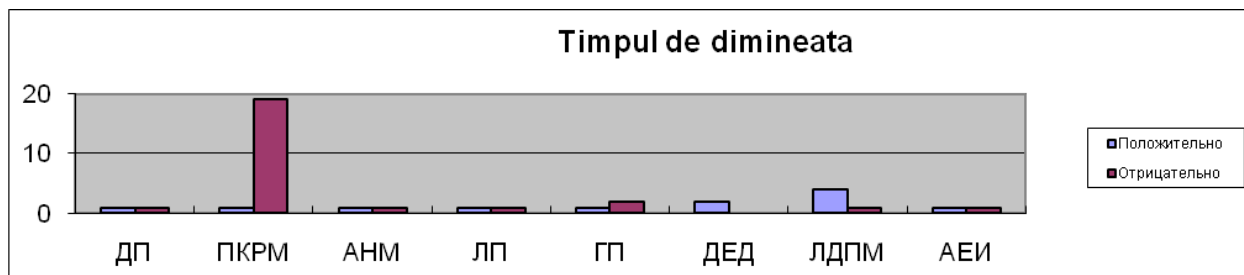
5.2.1. Газеты

В 32 сообщениях, опубликованных в *Timputul de dimineața* за обозреваемую неделю, прямо или косвенно упоминались как конкуренты на выборах, так и Альянс за европейскую интеграцию (АЕИ) как правящая коалиция. Большинство политических игроков в газете представлено сбалансировано, по одному материалу, в котором они упоминаются в положительном контексте, и по одному – в отрицательном. Исключение составляют три конкурента на выборах: Партия коммунистов, Либерально-демократическая партия и Движение „Европейское действие”, к которым газета проявляет симпатию или антипатию. Так, из 20 сообщений, в которых шла речь о ПКРМ, в 19-ти этот конкурент на выборах был представлен в отрицательном свете, что составляет 59,4% от общего числа материалов. С другой стороны, ЛДПМ и ДЕД в

новостях представлены благоприятно. ЛДПМ упоминается в положительном контексте в четырех из пяти сообщений, в которых идет о ней речь, а ДЕД представлена дважды, и оба раза положительно.

Тенденция представлять ПКРМ в неблагоприятном свете сохраняется и в авторских материалах, опубликованных в *Timpul de dimineață* в отчетный период. Так, во всех 14-ти случаях (около 61% от общего числа материалов), в которых прямо или косвенно шла речь о ПКРМ, этот конкурент на выборах был подвергнут критике или представлен в отрицательном контексте. Также, СДП представлена в неблагоприятном свете в авторских материалах, опубликованных на страницах газеты.

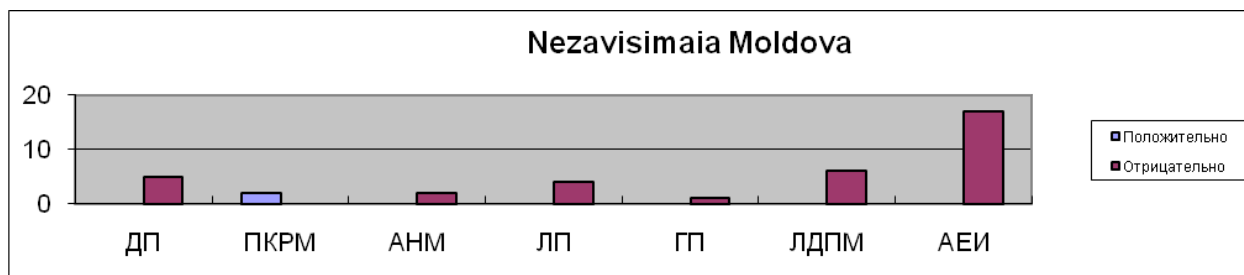
Диаграммы 30 и 31. Конкуренты, благоприятно или неблагоприятно представленные в материалах газеты *Timpul de dimineață* - частота

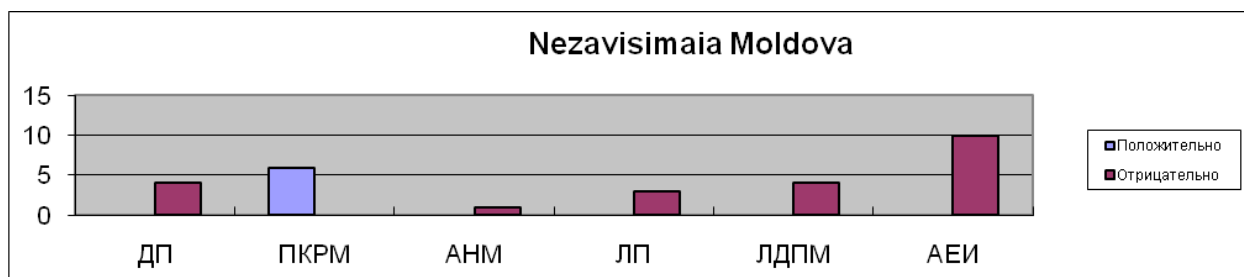


Большинство сообщений, опубликованных в газете *Moldova Suverană* (18 из 27, или 66,7% сообщений) представляют в неблагоприятном свете АЕИ, а ЛДПМ упоминалась в шести сообщениях (22,2%), и каждый раз в отрицательном свете. Вместе с тем, газета усиленно рекламирует ПКРМ во всех опубликованных сообщениях (16 случаев, 59,3% от общего числа сообщений).

В остальных тематических материалах в *Moldova Suverană* (20 в общей сложности) сохраняется тенденция представлять в невыгодном свете АЕИ и его составляющих – ЛДПМ и ДПМ, с одной стороны, и положительно освещать ПКРМ, с другой стороны. Так, во всех 11 журналистских материалах (кроме сообщений), т.е. в 55% от их общего числа, АЕИ представлен в неблагоприятном свете, также, как ЛДПМ представлена отрицательно в пяти статьях (25% от их общего числа), а ДПМ – в трех (15%). Упоминались также в негативном контексте и АНМ, ЛП и ГПМ. По контрасту, ПКРМ восхвалялась во всех девяти авторских статьях, в которых шла речь о ней (45% от общего числа).

Диаграммы 32 и 33. Конкуренты, благоприятно или неблагоприятно представленные в материалах газеты *Moldova Suverană* - частота

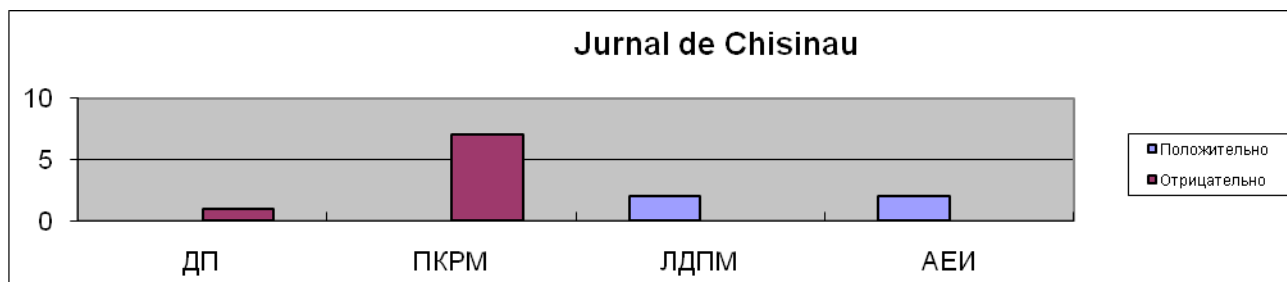
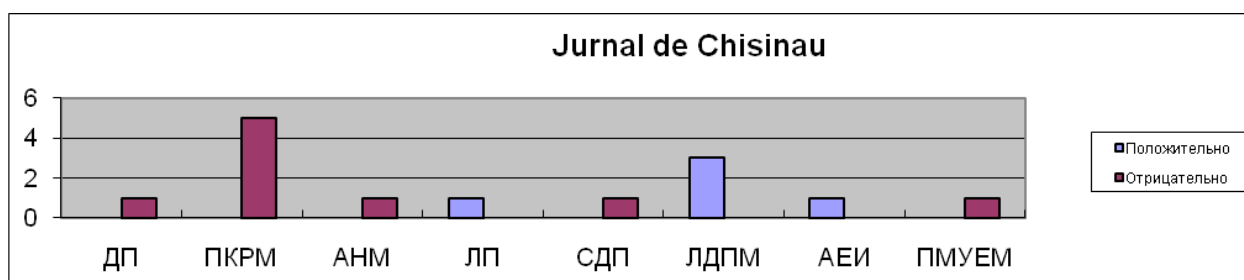




В сообщениях газеты *Jurnal de Chişinău*, опубликованных на этой неделе, в неблагоприятном контексте предстали ПКРМ (5 раз, 31% сообщений), по одному разу - ДПМ, СДП, ПМУЕМ и АНМ. В благоприятном свете представлены ЛДПМ (трижды) и ЛП в одном сообщении.

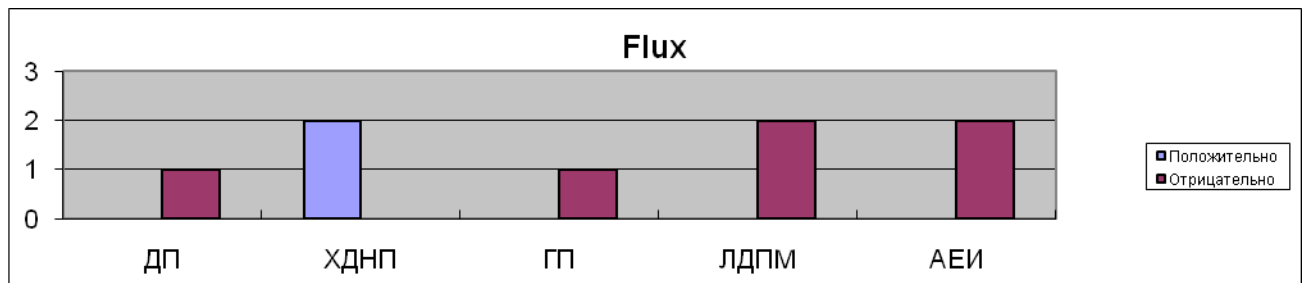
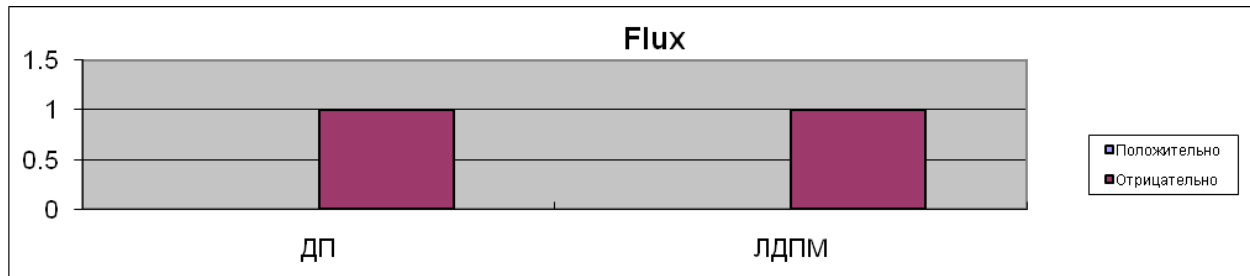
В авторских статьях в *Jurnal de Chişinău* ПКРМ упоминается в отрицательном контексте во всех шести случаях, когда заходит о ней речь (46,7% материалов такого рода). В отрицательном свете была представлена и ДПМ в одном авторском материале. ЛДПМ была представлена в положительном свете в двух авторских материалах; в двух других в благоприятном контексте упоминается АЕИ.

Диаграммы 34 и 35. Конкуренты, благоприятно или неблагоприятно представленные в материалах газеты *Jurnal de Chişinău* - частота



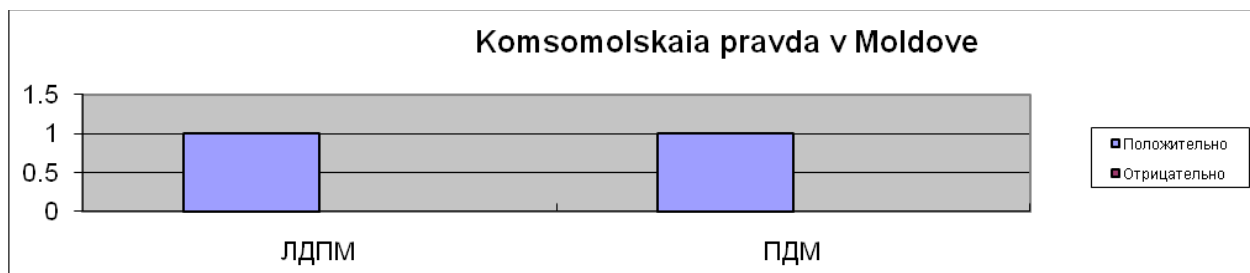
На страницах газеты *Flux* опубликовано меньше сообщений (3) и больше авторских материалов (8). В сообщениях по одному разу представлены в невыгодном свете ЛДПМ и ДПМ, а в авторских материалах ЛДПМ дважды упоминался в отрицательном контексте, как и правящий альянс. Конкуренты на выборах ДПМ и ГПМ также упоминались в неблагоприятном свете, а ХДНП, напротив, представлена в положительном ракурсе.

Диаграммы 36 и 37. Конкуренты, благоприятно или неблагоприятно представленные в материалах газеты Flux - частота



В четырех номерах, увидевших свет в течение обозреваемой недели, *Комсомольская правда в Молдове* опубликовала в основном предвыборную рекламу (бенефициарии – ДПМ, ЛДПМ, ПКРМ, ГПМ), несколько сообщений сравнительно нейтрального характера и два авторских материала, в которых в положительном свете представлены ЛДПМ и ДПМ.

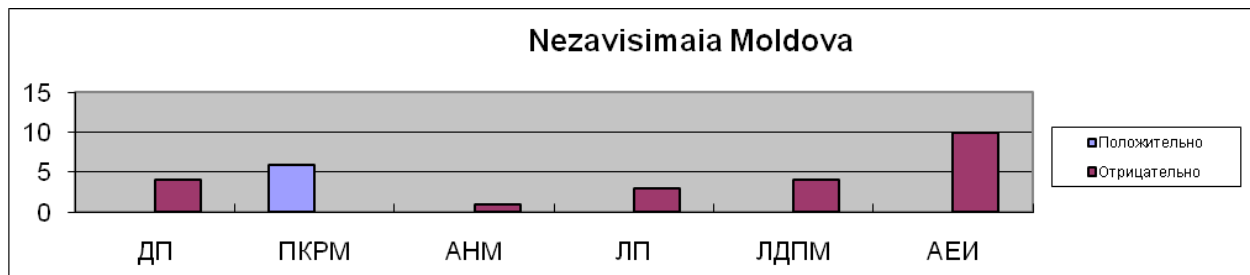
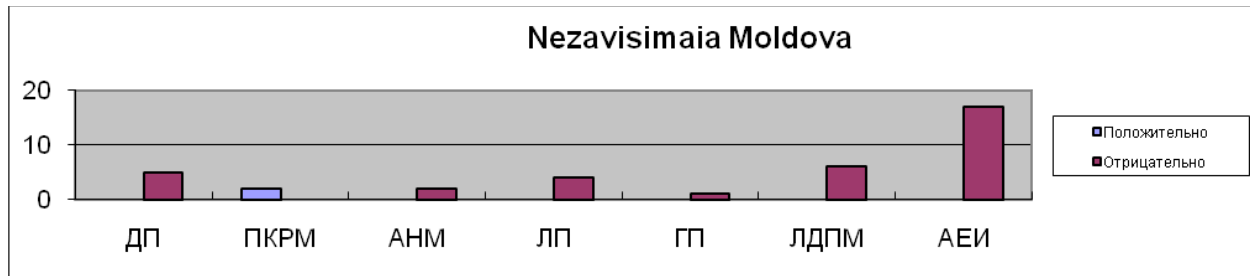
Диаграммы 38. Конкуренты, благоприятно или неблагоприятно представленные в авторских материалах на страницах газеты Комсомольская правда в Молдове - частота



Независимая Молдова отбирает к публикации сообщения, в которых, с одной стороны, в неблагоприятном свете предстает АЕИ (17 из 26 сообщений, или 65% от их общего числа) и составляющие правящего альянса ЛДПМ (6 сообщений, 23% от их общего числа), ДПМ (5 сообщений, 19%), ЛП (4 сообщений, 15%), АНМ (2 сообщения, 7,7% от их общего числа), и, с другой стороны, в выгодном свете представлена ПКРМ (2 сообщения или 7,7% от их общего числа).

Эта тенденция сохраняется и в авторских материалах. Так, из 18 материалов по выражению мнения, опубликованных за неделю в четырех номерах газеты *Независимая Молдова*, 10 сообщений (55,6%) были неблагоприятными для АЕИ, а 6 (33,3%) выставляли в положительном свете ПКРМ. В остальном, в отрицательном контексте были представлены все партии, составляющие правящий альянс: ЛДПМ и ДПМ по четыре раза, ЛП – три раза, АНМ – один раз.

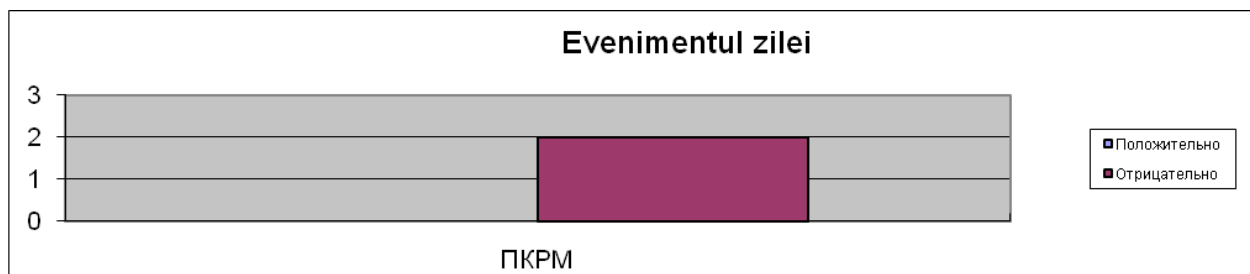
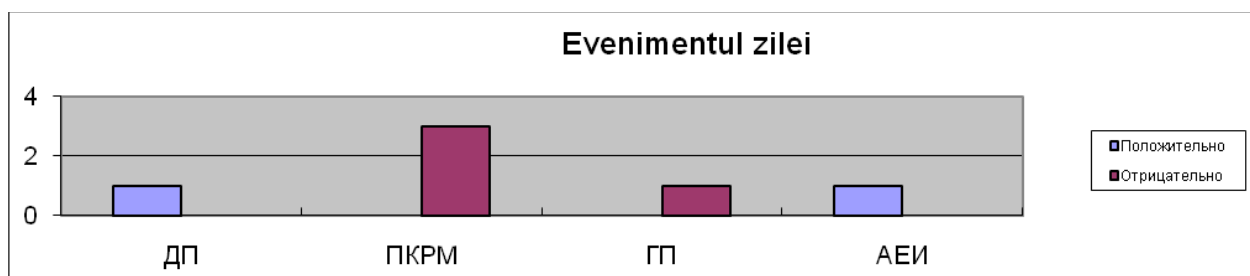
Диаграммы 39 и 40. Конкуренты, благоприятно или неблагоприятно представленные в материалах газеты Независимая Молдова - частота



Газета *Evenimentul Zilei* опубликовала за отчетную неделю как нейтральные сообщения, так и сообщения, в которых конкуренты на выборах представлены в положительном или отрицательном свете. Так, в трех сообщениях неблагоприятно упоминается ПКРМ; по одному разу ГПМ – отрицательно, а ДПМ и АЕИ – положительно.

В двух из пяти авторских материалов, опубликованных на этой неделе в газете *Evenimentul Zilei*, критике подверглась ПКРМ.

Диаграммы 41 и 42. Конкуренты, благоприятно или неблагоприятно представленные в материалах газеты Evenimentul Zilei – частота

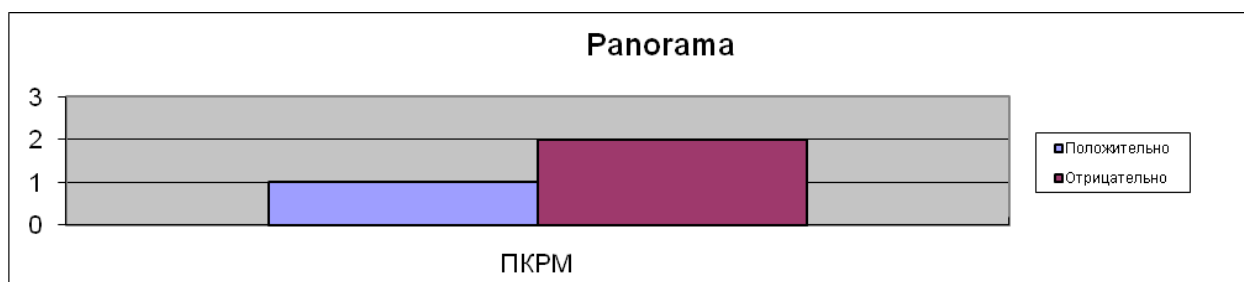
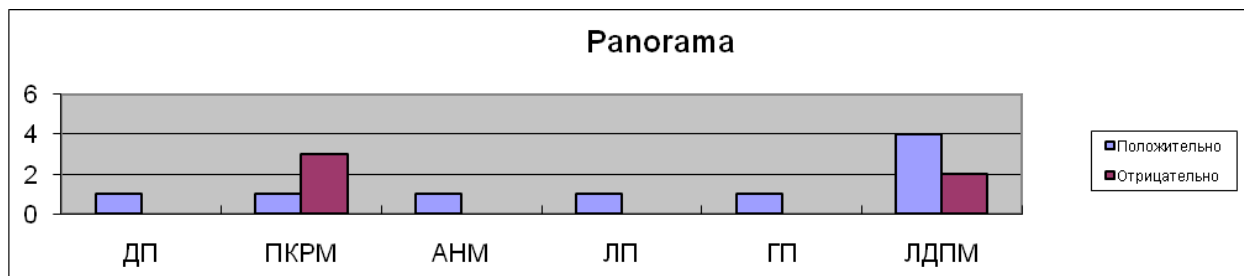


За отчетную неделю в сообщениях, опубликованных на страницах газеты *Панорама*, в положительном контексте упоминались ДПМ, ПКРМ, ГПМ, АНМ и ЛП – по одному разу, а ЛДПМ была представлена в

благоприятном свете в четырех сообщениях. Отрицательно упоминались ПКРМ (в трех сообщениях) и ЛДПМ (дважды).

В других материалах, включая авторские статьи, газета не проявляет явных тенденций выставлять в благоприятном или неблагоприятном свете тех или иных конкурентов на выборах, за исключением ПКРМ, которая один раз упоминалась в благоприятном свете и в двух других материалах подверглась критике.

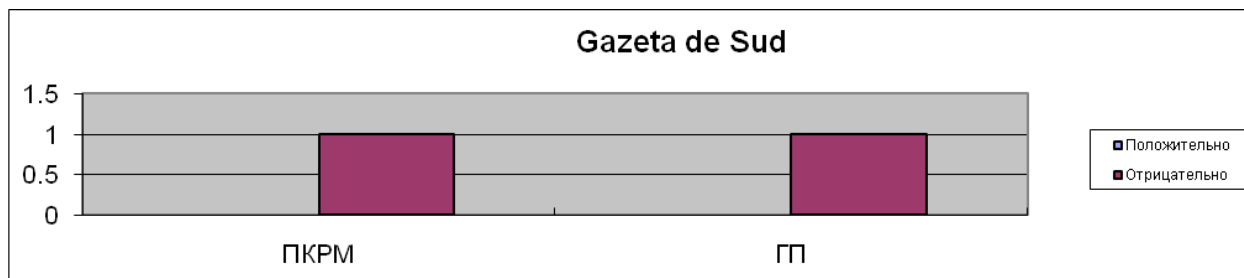
Диаграммы 43 и 44. Конкуренты, благоприятно или неблагоприятно представленные в материалах газеты Панорама – частота



Журналистские материалы на тему досрочных парламентских выборов, опубликованные за отчетную неделю в газете *Cuvântul* (Резина), были нейтральными, в них не просматривается тенденция представлять в благоприятном или неблагоприятном свете того или иного конкурента на выборах.

Шесть из восьми сообщений, опубликованных за первую неделю ноября в газете *Gazeta de Sud* (Чимишлия), были нейтральными, в одном в отрицательном свете представлена ПКРМ, в другом – ГПМ. Остальные тематические материалы были нейтральными.

Диаграмма 45. Конкуренты, благоприятно или неблагоприятно представленные в сообщениях на страницах газеты Gazeta de Sud - частота

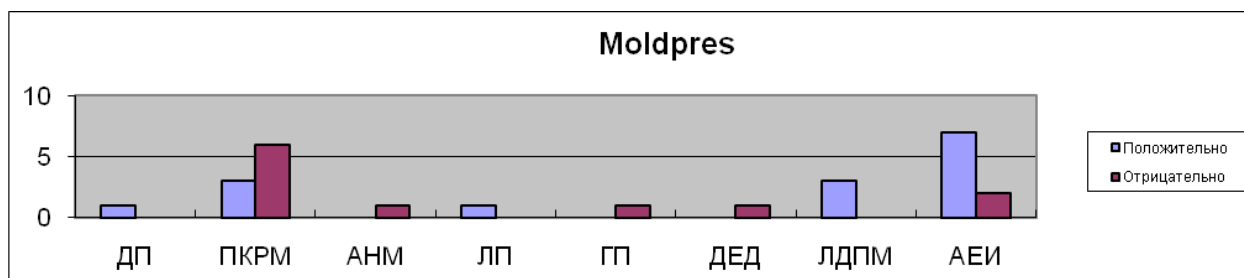


Газета *Вести Гагаузии* (Комрат) за отчетную неделю опубликовала лишь два рекламных макета ДПМ, а *Голос Бэлць* (Бэлць) предала гласности нейтральное сообщение об открытии избирательных участков в муниципии Бэлць и два рекламных материала ЛДПМ и СДП.

5.2.2 Информационные агентства и информационные порталы

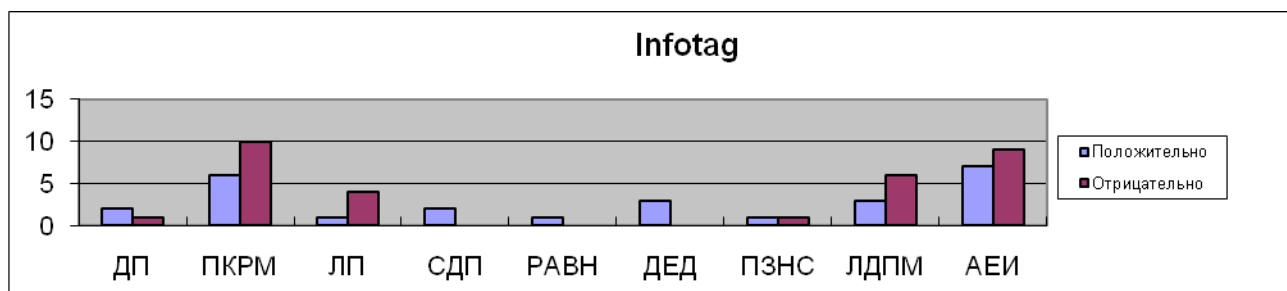
Государственное информационное агентство *Moldpres* распространило за этот период 29 сообщений, прямо или косвенно касающихся выборов. Одни сообщения были нейтральными, в других конкуренты на выборах представлены либо в положительном, либо в отрицательном свете. Так, ПКРМ и ЛДПМ были представлены в благоприятном контексте по три раза, ДПМ и ЛП – по одному разу. Конкурент на выборах ПКРМ упоминался в неблагоприятном ключе шесть раз. Правящий альянс в сообщениях агентства упоминался как положительно, так и отрицательно, но, тем не менее, преобладают благоприятные для АЕИ сообщения.

Диаграмма 48. Конкуренты, благоприятно или неблагоприятно представленные в информационных выпусках *Moldpres* - частота



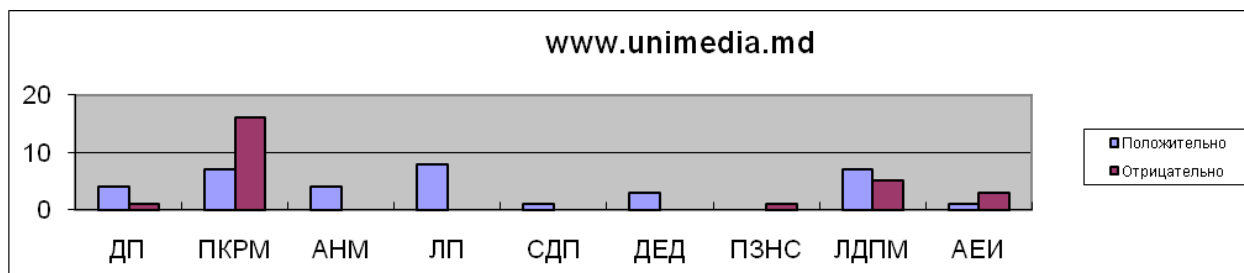
Информационное агентство *Infotag* продолжает придерживаться относительной объективности в отношении правящего альянса и парламентской оппозиции, которые появляются в информационном потоке агентства как в положительном, так и в отрицательном контексте. За отчетную неделю в сообщениях агентства ПКРМ, ЛП и ЛДПМ чаще упоминались в отрицательном плане, чем в положительном.

Диаграмма 47. Конкуренты, благоприятно или неблагоприятно представленные в информационных выпусках *Infotag* – частота



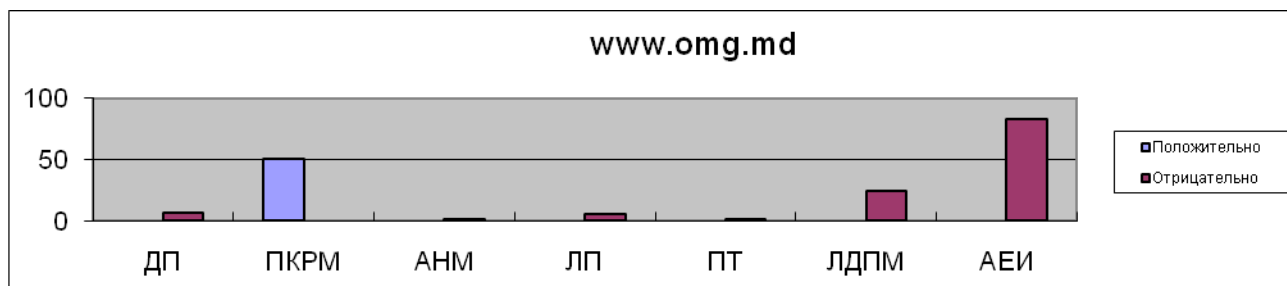
Среди конкурентов на выборах, о которых шла речь в 55 сообщениях на www.unimedia.md, прямо или косвенно относящихся к выборам, наиболее часто упоминалась ПКРМ – 16 раз (29,1%) в отрицательном контексте и 7 раз (12,7%) в положительном. ЛП была представлена только в благоприятном контексте (8 сообщений, 14,5%), как и АНМ и ДЕД. Что касается ЛДПМ, сайт сохранял сравнительную объективность в сообщениях и представил этого конкурента на выборах как в положительном, так и отрицательном свете.

Диаграмма 48. Конкуренты, благоприятно или неблагоприятно представленные в информации на www.unimedia.md - частота



Издательская политика сайта www.omg.md направлена, с одной стороны, на презентацию правящего альянса и его составляющих в невыгодном свете, с другой же – на активное рекламирование ПКРМ посредством распространения большого количества сообщений (некоторые из них повторяются по несколько раз с аналогичным или незначительно измененным содержанием), призванные создать видимость поддержки этого конкурента на выборах в населенных пунктах страны. Так, во всех 83 сообщениях (63,4% показательных текстов), прямо или косвенно относящихся к АЕИ, правящая коалиция была представлена в отрицательном свете. ЛДПМ была представлена в негативном свете в 25 сообщениях, опубликованных на этом сайте (19,1%), ДПМ - в семи сообщениях (5,3%), а ЛП – в шести (4,6% от их общего числа). ПКРМ - единственный конкурент на выборах, который фигурирует в сообщениях этого сайта в благоприятном свете; в течение обозреваемой недели эта партия упоминалась в 53 благоприятных для нее сообщениях (40,5% показательных материалов).

Диаграмма 49. Конкуренты, благоприятно или неблагоприятно представленные в информации на www.omg.md – частота



Приложение

В отчете анализируется корректность подачи темы и сбалансированность источников в новостях о результатах социологического исследования, проведенного CBS AXA с целью установить намерения избирателей накануне досрочных парламентских выборов, намеченных на 28 ноября.

Целевое исследование № 1. Moldova 1			
N	Дата	Презентация темы	Констатации
1	04.11.2010	Если парламентские выборы состоятся в следующее после опроса воскресенье, в законодательный орган пройдут четыре партии.	Новость равноудаленная, беспристрастная и сбалансированная.
2	05.11.2010	АНМ обвиняет в необъективности директора CBS AXA Иона Жигэу, обнародовавшего результаты опроса, согласно которым АНМ наберет на следующих выборах только 2% голосов избирателей. Сегодня АНМ обжаловала в ЦИК результаты опроса. В свою очередь, CBS AXA утверждает, что зондаж отражает предпочтения электората и его результаты не обязательно должны нравиться всем партиям.	Новость беспристрастная и сбалансированная
Выводы Moldova 1 представляет сюжеты о результатах социологического опроса и реакции политиков на них объективно и непредвзято. Сообщение о результатах опроса хорошо сбалансировано. Сюжет о реакции			

АНМ на социологическое исследование необходимо сбалансировать и реакцией со стороны ЦИК, чтобы лучше понять контекст жалобы.

Целевое исследование №2. N4

N	Дата	Презентация новости	Констатации
1	04.11.2010	Политическая стабильность. Если бы парламентские выборы состоялись в следующее воскресенье, политическая ситуация практически осталась бы такой же, как сейчас. Так показывают результаты опроса общественного мнения, проведенного CBS AXA. Согласно полученным результатам, ПКРМ набрала бы 39% голосов, затем следует ЛДПМ, которая может рассчитывать на 21%; ДП может получить 19% и ЛП – 13% голосов. У других партий нет шансов пройти в парламент.	Новость равноудаленная и беспристрастная
2	05.11.2010	АНМ требует у компании CBS AXA опровержения результатов опроса, представленных накануне. Согласно его итогам, у АНМ нет шансов пройти в Парламент. В порядке реплики на эти данные АНМ сегодня подал жалобу в ЦИК, мотивируя тем, что CBS AXA не проинформировала заранее Центризбирком о намерении провести этот опрос.	Новость равноудаленная, беспристрастная и сбалансированная.

Выводы В двух представленных новостях на эту тему N4 проявляет непредвзятость и беспристрастность. Несмотря на это, телеканалу не всегда удастся обеспечить сбалансированность при подаче тем, которые иногда проходят в эфир без объяснений и комментариев со стороны ключевых источников для полного раскрытия данной темы.

Целевое исследование № 3. Jurnal TV

N	Дата	Презентация новости	Констатации
1	04.11.2010	Следующий законодательный орган, возможно, будет состоять из четырех политических партий, а явка граждан с правом голоса на избирательные участки составит около 50%. По крайней мере, так показывают результаты социологического опроса, обнародованные сегодня компанией CBS-AXA. Так, ПКРМ может получить наибольшее количество мандатов в будущий парламент. За ПКРМ следуют ЛДПМ, ДП и ЛП. Согласно зондажу,	Подборка новостей равноудаленная, беспристрастная и сбалансированная присутствием всех политических субъектов.

		АНМ получит лишь 2% голосов и не преодолеет избирательный порог, необходимый для прохождения в следующий парламент. Этот же опрос показывает, что количество избирателей, не определившихся в своих симпатиях, остается стабильным – около 30%..	
2	05.11.2010	АНМ пройдет в парламент. По крайней мере, в этом уверены лидеры этой партии, несмотря на то, что, по результатам последнего опроса общественного мнения, проведенного CBS AXA, АНМ не пройдет в законодательный орган. Лидеры формирования обвиняют социологов в политической ангажированности и призывают ЦИК наказать этот институт.	Новость равноудаленная и беспристрастная.
Выводы Jurnal TV представляет ряд новостей о результатах опроса и реакциях со стороны политического класса. Сообщения равноудаленные, беспристрастные и сбалансированные.			
Целевое исследование № 4. 2 Plus			
N	Дата	Презентация новости	Констатации
1	04.11.2010	Сегодня опубликованы результаты первого социологического опроса CBS AXA. Согласно полученным данным, настроения избирателей указывают на то, что будущий парламент может быть сформирован из четырех политических партий. Если бы выборы состоялись в следующее воскресенье, за ПКРМ отдали бы свой голос... Топ политических лидеров.	Новость беспристрастная и сбалансированная
2	05.11.2010	АНМ обжаловал в ЦИК опрос CBS AXA, согласно которому формирование может рассчитывать на 2% голосов избирателей. По мнению Виктора Осипова, данные неправильные и непоказательные, а опрос прошел в начале сентября.	Новость равноудаленная, но не сбалансированная. Авторы не приводят реакцию CBS AXA на жалобу АНМ. Необходимо изложить и позицию ЦИК.
Выводы 2 Plus сохраняет низкий интерес к предстоящим выборам, это проявляется в том, что канал включает тематические сюжеты в подборку новостей короткой строкой. Данные исследования представлены объективно и беспристрастно, но не предлагает вниманию телезрителей интерпретации и оценки со стороны политических лидеров или экспертов. Отметим здесь, что отсутствие сбалансированности проявляется еще больше при презентации сюжета об обжаловании результатов опроса со стороны АНМ – в этом сообщении не изложена позиция CBS AXA и ЦИК.			
Целевое исследование № 5. Prime TV			

N	Дата	Презентация новости	Констатации
1	04.11.2010	<p>- Популярность АНМ падает. Если бы выборы состоялись в следующее воскресенье, в парламент прошли бы только коммунисты, либерал-демократы, демократы и либералы. Таковы результаты социологического опроса, обнародованные сегодня. Авторы зондажа утверждают, что ближе к выборам ситуация может измениться.</p> <p>- Ни радости, ни надежд. Молдаване недовольны направлением, в которую движется страна. Они опасаются роста цен и не имеют четкого мнения насчет внешней политики РМ. Объединение с Румынией также не является приоритетом. Так показывают результаты опроса общественного мнения, обнародованные CBS AXA.</p>	<p>Тема раскрыта объективно и беспристрастно.</p> <p>Тема раскрыта объективно и беспристрастно.</p>
2	05.11.2010	<p>Опубликованный вчера опрос CBS AXA обжалован АНМ. Формирование требует, чтобы Центризбирком обязал CBS AXA опровергнуть данные исследования. Согласно результатам опроса, АНМ наберет лишь 2% голосов избирателей и не пройдет в парламент.</p>	<p>Тема раскрыта равноудалено, беспристрастно и сбалансировано.</p>
<p>Выводы Prime TV освещает результаты социологического исследования, проведенного CBS AXA, непредвзято и беспристрастно. Канал объективно и сбалансировано возвращается к жалобе, поданной АНМ по поводу корректности результатов зондажа.</p>			
<p>Целевое исследование № 6. NIT</p>			
N	Дата	Презентация новости	Констатации
1	04.11.2010	<p>Институт CBS AXA сегодня обнародовал результаты первого предвыборного социологического исследования. Согласно полученным данным, в парламент пройдут только четыре партии - ПКРМ, ЛДПМ, ДП и ЛП. Ни у одной из них нет шансов сформировать самостоятельно правительство или избрать главу государства, по результатам опроса. ПКРМ расценивает его как</p>	<p>В основу новости положена, скорее, реакция ПКРМ на результаты опроса, а не презентация результатов исследования. Автор настаивает на том, что результаты неправильные, и в качестве аргумента ссылается на два других исследования, проведенные социологами летом на тему готовности населения участвовать в референдуме, прогнозы которых не подтвердились. Все эти аргументы приводятся на фоне комментариев одного из лидеров ПКРМ – Марка Ткачука, который расценивает</p>

		<p>предвыборная агитация с целью доказать, что Альянс жив и по-прежнему сплочен.</p>	<p>проведенное исследование как открытую агитацию в пользу АЕИ. Он обвиняет лидеров АЕИ в фальсификации данных и манипулировании электората, подкупе избирательных комиссий. Все эти обвинения остаются без ответа, журналист ограничивается включением в рассказ отдельных изображений или телефонных звонков, на фоне которых говорит, что связаться с источниками не удалось. Вместе с тем, автор утверждает, что раньше один из лидеров ЛДПМ заявил на пресс-конференции, что ему известны результаты исследования; но о каком именно опросе шла речь, автор не уточняет.</p> <p>Когда идет речь о том, что у АНМ мало шансов пройти в парламент, согласно результатам опроса, на экране появляются кадры, выступающие в неблагоприятном свете лидера формирования (он запечатлен в момент расслабления, что-то обсуждая с коллегами).</p> <p>Канал не приводит реакцию CBS AXA на все эти комментарии и оценки.</p> <p>Исходя из этого, новость является пристрастной, предвзятой и несбалансированной.</p>
<p>Выводы NIT игнорирует результаты опроса и излагает лишь позицию ПКРМ в этом вопросе. В одном только сообщении представлена общая информация, ее комментирует один из лидеров ПКРМ, который совершает нападки на другие формирования, фигурирующие в зондаже (92 секунд из 202, сколько длится сюжет). Неудачные попытки репортера связаться с остальными лидерами для получения комментариев „подкреплены” их изображениями и телефонными звонками в пустоту. Канал не представляет позицию института, который провел социологическое исследование. Тема подана пристрастно, необъективно и несбалансированно.</p>			
<p>Целевое исследование № 7. Publika TV</p>			
N	Дата	Презентация новости	Констатации
1	04.11.2010	<p>Примерно половина граждан с правом голоса, вероятнее всего, явятся на избирательные участки 28 ноября. Таковы результаты социологического опроса, проведенного Центром CBS-AXA. Канал приводит результаты зондажа и распределение кресел в будущий парламент, ссылаясь на итоги опроса. Вместе с тем, вниманию телезрителей представлен и рейтинг политических лидеров, которые вызывают доверие у респондентов. Как авторы опроса, так и политические аналитики считают,</p>	<p>Новости, переданные каналом в эфир, равноудаленные, беспристрастные и сбалансированы присутствием реакции главных политических лидеров и политических аналитиков.</p>

		что до выборов наметившаяся ситуация может существенно измениться.	
2	05.11.2010	Альянс Наша Молдова сегодня обжаловал исследование CBS-АХА в ЦИК и потребовал опровержения результатов социологического исследования. Виктор Осипов утверждает, что CBS-АХА нарушил Кодекс о выборах. Секретарь ЦИК Юрие Чокан говорит, что рассмотрение этого вопроса входит в компетенции судебных инстанций, а не ЦИК.	Новость равноудаленная, беспристрастная и сбалансированная.
Выводы Publika TV представляет данные опроса и реакции на них со стороны политического класса и политических аналитиков равноудалено, беспристрастно и сбалансировано.			
Целевое исследование № 8. Vocea Basarabiei			
N	Дата	Презентация новости	Констатации
1	04.11.2010	Если бы выборы состоялись в следующее воскресенье, составляющие АЕИ получили бы 53% голосов избирателей, согласно результатам опроса, проведенного компанией CBS АХА. По данным исследования, за ПКРМ готовы проголосовать 39% избирателей. Опрос показывает, что явка избирателей на предстоящих парламентских выборах составит 50% и что 30% граждан с правом голоса не определились с выбором.	Беспристрастное и равноудаленное сообщение, сбалансированное присутствием двух политических аналитиков.
2	05.11.2010	Директор CBS АХА, <i>якобы</i> , является членом Исполнительного бюро ДПМ. Напоминаем, что CBS АХА вчера обнародовал результаты социологического опроса на тему предстоящих парламентских выборов.	Автор проявляет пристрастность и необъективность. Он ссылается на другое социологическое исследование полугодовой давности, согласно которому ДПМ может рассчитывать только на 8% голосов избирателей против 19%, которые предрекает партии опрос CBS АХА. Автор задается вопросом, не объясняется ли это двукратное увеличение тем, что директор CBS АХА является членом Исполнительного бюро ДПМ. Новость также не сбалансирована, так как отсутствуют ссылки на какие-либо источники помимо двух указанных социологических опросов.

3	06.11.2010	Социологическое исследование, результаты которого были обнародованы CBS AXA, неоднозначно восприняты партиями, фигурирующими в опросе. ДЕД хочет реализовать те 3%, на которые, согласно данным опроса, может рассчитывать формирование, и призывает непарламентские партии отказаться от участия в выборах в его пользу. АНМ утверждает, что опрос проведен по заказу ПКРМ, и требует от ЦИК аннулировать его результаты.	Новость беспристрастная, равноудаленная и сбалансированная.
---	------------	--	---

Выводы Радиостанция Vocea Basarabiei сфокусирована больше на данных исследования, отражающих результаты выборов, если бы они состоялись в ближайшее воскресенье. Сообщения равноудаленные, беспристрастные и сбалансированные. Несмотря на это, в информационном сообщении от 5 ноября (12.30) ведущий проявляет пристрастность и необъективность тем, что тенденциозно интерпретирует отдельные данные, которые содержатся, по словам автора, в одном из сообщений, где присутствует слово „якобы”. Неясно, является ли эта информация новостью или слухом, а также непонятно, почему автор, сравнивая эти опросы, приводит лишь цифры касательно ДПМ, игнорируя картину других политических формирований, которая выглядит так же неодинаково, как и указанной партии.

Целевое исследование № 9. Prime FM

N	Дата	Презентация новости	Констатации
1	04.11.2010	Если бы выборы состоялись в ближайшее воскресенье, ПКРМ набрала бы 39% голосов, ЛДПМ – 21%, ДП – 19% и ЛП – 13%. АНМ не преодолет избирательный порог, так как наберет только 2% голосов.	Сообщение изобилует цифрами, так как представляет все данные опроса. Тема подана объективно и беспристрастно.
2	05.11.2010	- РМ считает, что Основной закон государства следует изменить. Более половины респондентов полагает, что в РМ слишком много демократии, согласно данным опроса, проведенного CBS AXA. - АНМ внес сегодня обращение в ЦИК с требованием наказать CBS AXA и обязать его опровергнуть результаты собственного опроса, так как было нарушено законодательство о выборах.	Сообщение изобилует цифрами, так как представляет все данные опроса. Тема подана объективно и беспристрастно. Не отражена позиция CBS AXA в отношении обвинений, приведенных в его адрес АНМ.
3	06.11.2010	Политики по-разному прокомментировали результаты исследования, проведенного CBS AXA. ПКРМ посоветовала социологам заняться прогнозом	Не отражена позиция CBS AXA в отношении комментариев ряда политических лидеров.

		погоды. Либерал-демократы и демократы выразили удовлетворение результатами опроса, тогда как АНМ сомневается в их достоверности.	
4	07.11.2010	ЦИК предупреждает: желающие провести социологические исследования в предвыборный период должны в первую очередь поставить об этом в известность ЦИК.	Сообщение беспристрастное и равноудаленное, но не сбалансированное.
Выводы Радиостанция посвящает результатам опроса целый ряд сообщений, многие из которых расплывчаты на фоне изобилия цифр. Многие сообщения о реакции политиков на результаты опроса не сбалансированы, так как отсутствует позиция института, который провел исследование.			
Целевое исследование № 10. Radio Moldova			
N	Дата	Презентация новости	Констатации
1	04.11.2010	Данные последнего социологического опроса показывают, что ЛДПМ, ДП и ЛП могут набрать вместе 53% голосов избирателей, а ПКРМ – 39%. Исследование проведено в период... Центром CBS AXA...	Новость равноудаленная и беспристрастная. В ней изложена и позиция авторов опроса относительно его результатов. Сюжет построен профессионально.
2	05.11.2010	АНМ требует от CBS AXA опровержения результатов опроса, представленных накануне, согласно которым АНМ может рассчитывать лишь на 2% голосов избирателей. Авторы исследования нарушили законодательство о выборах, заявил первый вице-председатель формирования Виктор Осипов.	Новость равноудаленная, беспристрастная и сбалансированная. Сюжет построен профессионально.
Выводы Radio Moldova представляет результаты опроса и их интерпретации равноудалено и беспристрастно. В главных выпусках новостей канал предоставляет место всем сторонам, причастным к сюжету. Следует отметить и хорошо связанную структуру материалов на данную тему, распространенных на этом канале.			