

**Мониторинг СМИ
в период избирательной кампании парламентских
выборов 2014 года**
(общие выводы)

Отчет № 5
16 – 22 ноября 2014¹



Мониторинг проводится в рамках проекта, финансируемого Национальным фондом за демократию (National Endowment for Democracy) США, Посольством США в Республике Молдова и Восточно-европейским фондом из финансовых средств, выделенных Правительством Швеции посредством Шведского агентства международного развития и сотрудничества (Sida) и Министерством иностранных дел Дании (DANIDA). Изложенные мнения принадлежат авторам и не обязательно отражают позицию финансирующих структур.

¹ Полный текст отчета будет опубликован на веб-страницах: www.alegeliber.md, www.api.md, www.media-azi.md, www.apel.md

I. Общие сведения

1.1 Цель проекта: мониторинг и информирование общественности об издательской политике и поведении средств массовой информации в период избирательной кампании парламентских выборов в Республике Молдова.

1.2 Период мониторинга: 1 октября 2014 г. – 30 ноября 2014 г.

1.3 Критерии отбора учреждений масс-медиа, подвергнутых мониторингу:

Учреждения масс-медиа отобраны на основе следующих объективных критериев: а) форма собственности; б) география; в) язык издания. Так, мониторингу были подвергнуты общественные и частные средства массовой информации с национальным, квазинациональным и региональным покрытием, выпускаемые на румынском и русском языках.

1.4 СМИ, подвергнутые мониторингу²:

ТВ

«Accent TV», «Канал-2», «Канал-3», «Региональный канал», «GRT», «Jurnal TV», «Молдова-1», «№4», «Prime TV», «Pro TV» Кишинев, «TV 7», «Publika TV»

Радио

«Radio Moldova», «Radio Noroc», «Radio Plai», «Русское радио», «Vocea Basarabiei»

Печатная пресса

«Jurnal de Chișinău», «Комсомольская правда в Молдове», «Moldova Suverană», «Независимая Молдова», «Panorama», «Timpul», «Вести Гагаузии», «Ziarul Național»

Онлайновые порталы

Deschide.md, [Jurnal.md](#), Moldova24.info, Moldova.org, Newsmaker.md, [Noi.md](#), [Omg.md](#), [Politik.md](#), Realitatea.md, Unimedia.info

1.5 Предмет мониторинга:

ТВ

- А. Новости электорального характера главного информационного выпуска дня;
- Б. Передачи электорального характера (по одной на каждом телеканале);
- С. Платная предвыборная реклама;
- Д. Предвыборные дебаты.

Радио

Все новостные выпуски, передачи, посвященные предвыборным дебатам, и реклама в прайм-тайм. Интервал мониторинга: с 6.00 до 13.00 и с 17.00 до 20.00, ежедневно.

Печатная пресса

Содержание всех публикаций периодических изданий, подверженных мониторингу, включая рекламу.

² В алфавитном порядке

Онлайновые порталы

Содержание всех публикаций сайтов, включая рекламу. В случае размещения на сайте видеоматериалов, они только указываются, без мониторинга их содержания.

1.6. Команда

Проект реализуется в рамках Коалиции за корректные и свободные выборы Ассоциацией электронной прессы (мониторинг ТВ), Ассоциацией независимой прессы (мониторинг печатной и онлайновой прессы), Центром независимой журналистики (мониторинг радиостанций и онлайновой прессы).

2. Методологические рамки

Анализ содержания публикаций медиийных учреждений осуществлялся на основе показателей, позволяющих измерять и оценивать новости/передачи эlectorального характера, наличие субъектов из разных категорий, соблюдение журналистами профессиональных принципов и норм.

Категории субъектов:

- Государственные чиновники;
- Политики;
- Эксперты;
- Рядовые граждане;
- Другие.

Категории учреждений:

- Президентура;
- Парламент;
- Правительство;
- Органы местного публичного управления;
- Политические партии.

Количественный анализ:

- Частота появления политических субъектов: а) прямое появление; б) косвенное появление/упоминание;
- Продолжительность появления политических субъектов: а) прямое появление; б) косвенное появление/упоминание;
- Количество новостей/передач эlectorального характера;
- Количество конфликтных новостей эlectorального характера;
- Количество субъектов в новостях/передачах эlectorального характера;
- Гендерный паритет субъектов.

Качественный анализ:

- Контекст представления политических субъектов в новостях: а) позитивный; б) негативный; с) нейтральный.
- Отношение журналиста к политическим субъектам в передачах: а) благоприятствующее, б) неблагоприятствующее, б) беспристрастное;
- Количество источников в конфликтных новостях: а) один источник; б) два и более источников;
- Соблюдение принципа беспристрастности в новостях: а) пристрастность; б) беспристрастность.

ОБЩИЕ ВЫВОДЫ 16-22 НОЯБРЯ 2014 ГОДА

ТВ:

- На третьей неделе ноября месяца мониторизируемые телеканалы, за исключением «GRT», выпустили сопоставимое с предыдущими периодами количество эlectorальных новостей. «GRT», незначительным количеством выпущенных эlectorальных новостей и, соответственно, ограниченным числом конкурентов на выборах, о которых сообщал в материалах, не смог способствовать адекватному информированию своей аудитории;
- По сравнению с предыдущим периодом ситуация несколько ухудшилась по трем мониторизуемым сегментам: количество эlectorальных новостей конфликтного характера, плюрализм источников информации в конфликтных материалах и отношение репортеров;
- В общих чертах, охваченные мониторингом телеканалы обеспечили относительное равновесие присутствия в эlectorальных в новостях двух категорий субъектов – государственных чиновников и политиков;
- Самое большое неравновесие выявлено на пяти телеканалах: «Prime TV», «Publika TV», «Канал-2», «Канал-3» и «Jurnal TV», по разделу частоты появлений конкурентов на выборах и контексту их представления в новостях. Так, «Prime TV», «Publika TV», «Канал-2» и «Канал-3», также как в течение первой недели ноября, массивно медиатизировали в позитивном контексте ДПМ. «Jurnal TV» массивно медиатизировал в негативном контексте ДПМ в своих эlectorальных сообщениях;
- «Prime TV», «Publika TV», «Канал-2» и «Канал-3» представляли преимущественно в негативном контексте двух конкурентов на выборах – PPP и ПКРМ;
- На «TV 7» и «№4» выявлена определенная несбалансированность по количеству появлений конкурента на выборах ЛДПМ в позитивном контексте, а на «Accent TV» – по количеству появлений ЛДПМ в негативном контексте;
- **Общий вывод: если на предыдущей неделе мониторинга (9 - 15 ноября 2014 года) некоторые телеканалы несколько ослабили интенсивность явного благоприятствования одним конкурентам на выборах и неблагоприятствования другим конкурентам на выборах, на подотчетной неделе (16 – 22 ноября 2014 года) они снова вернулись к прежней партизанской практике. Некоторые телеканалы подменили естественную миссию адекватного информирования эlectorата прямым участием в эlectorальной борьбе, игнорируя тем самым взятые обязательства в подписанных декларациях об издательской политике на период избирательной кампании;**
- 10 из 12 мониторизуемых телеканалов выпустили в общей сложности 29 передач эlectorального характера, число которых варьировало от одной до пяти передач. Два телеканала («Мoldova-1» и «Pro TV» Кишинев) не выпускали такого рода передачи;
- В передачах эlectorального характера, выпущенных 10 телеканалами, были медиатизированы 18 из 26 конкурентов на выборах;
- Медиатизация наибольшего числа конкурентов на выборах отмечается в передаче «Политика» по «TV 7» (10), а наименьшего числа – в передаче «Особое мнение» по «Канал-3» и передаче «Лицом к региону» по «GRT» (по 5 конкурентов);
- ЛДПМ и ДПМ чаще всего фигурировали в передачах эlectorального характера десяти телеканалов;
- ПКРМ была самым медиатизированным конкурентом на выборах, эта партия упоминалась в передачах эlectorального характера, выпускаемых всеми 10 телеканалами;

- Отношение ведущих передач к персонализированным субъектам и/или конкурентам на выборах было пристрастным 22 раза, выявлено 2 случая благоприятствующего и 20 случаев неблагоприятствующего отношения ведущих к субъектам.
- 11 из 12 мониторизуемых телеканалов транслировали платную избирательную рекламу девяти конкурентов на выборах;
- Шесть конкурентов на выборах (ЛДПМ, ПСРМ, РРР, ЛП, ПЛР, НПРМ) размещали платную избирательную рекламу на тех же телеканалах, что и в предыдущий отчетный период, а один конкурент на выборах (ДПМ) увеличил на одну единицу количество телеканалов, на которых размещал свою платную избирательную рекламу;
- Самое большое присутствие в медийном пространстве посредством рекламных избирательных роликов приходится на долю ДПМ, а самое незначительное – на долю НПРМ;
- Один конкурент на выборах (ПКРМ) впервые разместил платные избирательные ролики на мониторизуемых телеканалах;
- Один из 11 телеканалов нарушил правила размещения платной избирательной рекламы на телевидении.
- 8 из 12 мониторизуемых телеканалов выпускали передачи, посвященные избирательным дебатам;
- В целом, представители всех 26 избирательных конкурентов, зарегистрированных в избирательной кампании парламентских выборов от 30 ноября, участвовали в телевизионных избирательных дебатах;
- Отношение ведущих телевизионных передач к конкурентам на выборах было преимущественно адекватным. Все же, на телеканалах «Молдова-1» и «Jurnal TV» выявлены нарушения по данному разделу. Ведущие избирательных дебатов на этих двух телеканалах продолжают игнорировать принцип беспристрастности и корректности, проявляя скорее неблагоприятствующее отношение к конкурентам на выборах.

Радио:

- Мониторизуемые радиостанции по-разному освещали предвыборную кампанию: одни радиовещатели уделяли внимание данной тематике в информационных выпусках, материалах по избирательному просвещению, передачах, посвященных избирательным дебатам, а также транслируя избирательную рекламу, а другие ограничились только сюжетами по избирательному просвещению граждан и избирательной рекламой;
- Наибольшее количество разнообразных новостей выпустил общественный радиовещатель «Radio Moldova» (50), а наименьшее – радиостанция «Radio Noroc» (26);
- «Radio Moldova», «Русское радио» и «Radio Noroc» выделились выпуском самого большого количества материалов по избирательному просвещению, но и большого числа рекламных сюжетов конкурентов на выборах;
- Радиовещатели освещали предвыборную кампанию преимущественно простыми сообщениями, доля конфликтных новостей была незначительной (около 6%);
- Большинство спорных новостей было представлено несбалансировано (53%), а позиция авторов в подавляющем большинстве случаев была беспристрастной;
- Большинство радиостанций цитировали в избирательных новостях преимущественно государственных чиновников и политиков, за исключением «Vocea Basarabiei» и «Radio Moldova», которые обеспечили более широкое разнообразие источников информации;

- С точки зрения гендерного соотношения цитируемых источников выявлено существенное неравновесие в ущерб источникам женского пола (8% источников женского пола и 92% - мужского пола);
- «*Radio Moldova*» и «*Vocea Basarabiei*» обеспечили доступ к эфиру большому числу конкурентов на выборах, как в новостях, так и в передачах, посвященных эlectorальным дебатам, в то время как «*Русское радио*», «*Radio Noroc*» и «*Radio Plai*» предоставили слово ограниченному кругу конкурентов на выборах, не обеспечив соблюдение принципа плюрализма мнений;
- Судя по частоте и контексту появления конкурентов на выборах в новостях, можно утверждать, что на радиостанциях «*Radio Moldova*» и «*Русское радио*» нет явного благоприятствования или неблагоприятствования тому или иному конкуренту на выборах;
- Радиостанция «*Radio Plai*» благоприятствовала ДПМ большим количеством упоминаний в новостях;
- «*Vocea Basarabiei*» несколько благоприятствовала ЛДПМ - большим количеством прямых появлений, упоминаний в позитивном контексте представителей ЛДПМ.

Онлайновые порталы:

- Количество материалов, прямо или косвенно затрагивающих тематику предвыборной кампании, опубликованных 10 мониторизуемыми интернет-порталами, значительно увеличилось по отношению к предыдущей неделе мониторинга, достигнув 656 статей (для сравнения: в период 9-15 ноября их количество составляло 508 статей). Такому существенному росту способствовал портал *Omg.md*, который почти удвоил количество выпускаемых материалов по эlectorальной тематике (от 62 до 111). К числу порталов с большим количеством эlectorальных новостей относятся также *Noi.md* (83), *Realitatea.md* (73) и *Jurnal.md* (71).
- Из общего количества выпущенных сообщений 20 были материалами по эlectorальному просвещению (численность таких публикаций увеличилась по сравнению с предыдущим периодом мониторинга), 499 были обычными новостями, а 137 материала освещали конфликтные сюжеты;
- Менее четверти (24%) статей, освещавших конфликтную ситуацию или определенные обвинения эlectorального характера, были выполнены профессионально и сбалансированно, с изложением мнения всех причастных сторон, остальные спорные материалы были несбалансированными (76%). На *Omg.md* несоблюдением равновесия сторон грешат 30 из 39 материалов по спорным сюжетам, на *Noi.md* – 20 из 26;
- 27,8% опубликованных на порталах материалов были пристрастными, явно отражающими позицию автора к субъектам публикаций. Только *Moldova.org* обеспечил беспристрастный характер всех опубликованных текстов, очень близкими к этому показателю были порталы *Unimedia.info* и *Realitatea.md*; неудовлетворительная ситуация наблюдается на порталах *Jurnal.md* и *Omg.md*, где количество пристрастных материалов в 1,4-1,5 раза превышает количество беспристрастных.
- Для документирования материалов онлайновые порталы чаще всего прибегали к источникам из категории политиков (233 из цитируемых 549 источников или 42%), доля экспертов и государственных чиновников была меньше – 132 (24%) и 117 (21%). К рядовым гражданам прибегали всего лишь 17 раз (3%), а к источникам из других категорий – 50 раз (9% от общего количества цитируемых источников);
- Новости продолжают оставаться крайне несбалансированными с точки зрения гендерного соотношения, подавляющее большинство цитируемых источников были

мужского пола, только 30 из 549 цитируемых источников были женского пола, что составляет всего 5,5%. На *Moldova.org* не было ни одного источника информации женского пола в материалах о выборах и предвыборной кампании;

- По частоте и контексту прямых появлений и упоминаний конкурентов на выборах портал *Noi.md* благоприятствовал PPP, которая 7 раз появлялась в позитивном контексте и 10 раз в нейтральном, с предоставлением и большей площади для прямых появлений (цитаты). В негативном контексте PPP была представлена этим порталом 4 раза;
- *Jurnal.md* не представил в позитивном контексте ни одного конкурента на выборах и продолжил интенсивно неблагоприятствовать ДПМ, которая представлялась в негативном контексте в 83 из 88 появлений в новостях портала. Преимущественно в негативном контексте, но намного реже чем ДПМ, представлялись конкуренты на выборах ПКРМ, PPP и ПСРМ, частично и ЛДПМ, на долю которой, однако, приходится и больше появлений в нейтральном контексте;
- *Omg.md* массивно благоприятствует PPP (39 появлений в позитивном контексте, 7 – в нейтральном и площадь для прямых появлений/цитат свыше 19 тысяч знаков, в 5,5 раза больше отведенной площади ПКРМ, занимающей вторую позицию в рейтинге фаворитов портала, которая также представлялась преимущественно в позитивном контексте. ДПМ и ЛДПМ, напротив, неблагоприятно освещаются этим порталов – эти конкуренты на выборах представляются почти исключительно в негативном контексте;
- На *Moldova.org* наблюдается умеренное благоприятствование ДПМ большим количеством появлений и упоминаний в позитивном контексте представителей этой партии (4 появления и 6 упоминаний, из которых 6 в позитивном контексте и 3 – в нейтральном);
- *Politik.md* благоприятствовал конкуренту на выборах PPP (10 появлений в позитивном контексте и 6 появлений в нейтральном контексте, плюс площадь для прямых появлений в четыре раза больше отводимой другим конкурентам). На подотчетной неделе портал проявил издательскую симпатию к ПСРМ и НПРМ, каждая из которых по 5 раз появлялась в позитивном контексте. Конкуренты на выборах из состава правящей коалиции (ДПМ, ЛДПМ, ПЛР), напротив, чаще всего представлялись в негативном контексте;
- На *Moldova 24.info* наблюдается явное благоприятствование PPP (8 появлений и 12 упоминаний, из которых 10 в позитивном контексте и 9 – в нейтральном) и неблагоприятствование ЛДПМ (2 появлений и 17 упоминаний, из которых 12 в негативном контексте и 4 в нейтральном);
- На остальных мониторируемых порталах не выявлено явных тенденций к благоприятствованию или неблагоприятствованию тому или иному конкуренту на выборах.

Газеты:

- Охваченные мониторингом 8 газет опубликовали на подотчетной неделе в общей сложности 123 статьи, прямо или косвенно относящиеся к избирательной кампании, общей газетной площадью свыше 57 тысяч квадратных сантиметров, что свидетельствует о повышении интенсивности освещения предвыборной кампании. Больше всего электоральных материалов появилось в «*КП в Молдове*» (24), «*Moldova Suverană*», «*Panorama*» и «*Независимой Молдове*» (по 19);
- И на этой неделе газеты не позаботились об электоральном посвящении своих читателей, в общей сложности было опубликовано только 6 материалов такого характера, половина из которых – в «*Panorama*»;

- Большинство публикаций были из категории обычных сообщений (107), а в 10 случаях были затронуты спорные сюжеты электорального характера;
- Деонтологический принцип сбалансированного представления всех причастных к конфликту сторон абсолютно не соблюдался, одна единственная статья по конфликтному сюжету (в «*Вести Гагаузии*») была относительно уравновешенной, в остальных же конфликтных материалах представлялась только одна позиция/точка зрения;
- Только 44% статей по электоральной тематике были беспристрастными, остальные освещали определенные события с позиции автора и легко уловимым между строчками его субъективным мнением. Этот показатель снизился по сравнению с предыдущей неделей мониторинга, когда беспристрастными были около 46% статей. Так, пристрастными были 19 статей на тему выборов, опубликованных в «*Независимой Молдове*», 10 из 15 статей, появившихся в «*Timpul*», 8 из 16 статей – в «*Panorama*»;
- В общей сложности газеты цитировали 92 источника, в основном экспертов (30), политиков и государственных чиновников (по 24). Рядовые граждане цитировались редко (12 раз), в том числе 7 раз в «*Timpul*»;
- Мониторизуемые газеты продолжают пренебрегать принципом гендерного равенства: только 5,4% источников информации (5 из 92) составляли женщины, а шесть из восьми охваченных мониторингом газет («*Moldova Suverană*», «*КП в Молдове*», «*Panorama*», «*Jurnal de Chișinău*», «*Вести Гагаузии*», «*Ziarul Național*») не цитировали ни один источник женского пола в своих статьях об избирательной кампании;
- По количеству появлений и упоминаний конкурентов на выборах в статьях, отведенной им площади и контексту представления можно заключить, что в течение недели 16-22 ноября 2014 года «*Moldova Suverană*» явно благоприятствовала конкуренту на выборах ЛДПМ, которого представила в позитивном контексте в 6 из 7 статьях об этой партии, помимо этого предоставила 680 квадратных сантиметров газетной площади для прямых появлений. Конкуренты на выборах PPP и ПСРМ появлялись в этой газете преимущественно в негативном контексте;
- «*Jurnal de Chișinău*» не благоприятствовала ни одному конкуренту на выборах. ДПМ, ДПМ, ЛДПМ, ЛП, PPP появлялась как в негативном, так и в нейтральном контексте; ПСРМ появлялась на страницах газеты дважды исключительно в негативном контексте;
- ПКРМ, ЛДПМ, ДПМ, PPP, ПСРМ и ЛП были наиболее медиатизируемыми конкурентами на выборах газетой «*КП в Молдове*», преимущественно в нейтральном контексте;
- «*Timpul*» благоприятствовала конкуренту на выборах ДПМ частыми представлениями в позитивном контексте, к тому же это единственная партия, которой была предоставлена газетная площадь для прямых появлений (660 квадратных сантиметров). Газета неблагоприятствовала конкурентам на выборах ПКРМ, ПСРМ и PPP, которые представлялись только в негативном контексте;
- На подотчетной неделе «*Panorama*» явно благоприятствовала конкурентам на выборах PPP и ПСРМ, которых представляла только в позитивном контексте, порой нейтрально, и которым предоставила площадь для прямых появлений (цитаты). ЛДПМ и частично ДПМ неоднократно представлялись в газете в негативном контексте;
- «*Независимая Молдова*» продолжила массивное благоприятствование ПКРМ, которую часто представляла в позитивном контексте (12 из 18 появлений были в позитивном контексте, прямые появления на площади в 1150 квадратных

- санитиметров; пять появлений в нейтральном контексте). Отношение к ЛДПМ, ДПМ, ЛП, реже ПСРМ и РРР, напротив, было неблагоприятствующим – почти каждый раз эти конкуренты на выборах представлялись в негативном контексте;
- «*Ziarul Național*» благоприятствовала ЛДПМ, этот электоральный конкурент освещался только в позитивном или нейтральном контексте, а предоставленная площадь для прямых появлений значительно превысила площадь для цитат, выделенную представителям других конкурентов на выборах. ДПМ также появлялась в позитивном контексте, но и в нейтральном контексте.