



# Мониторинг СМИ в период избирательной кампании по выборам президента 2016 года (общие выводы)

Отчет № 6  
29 октября – 5 ноября 2016 года<sup>1</sup>



Мониторинг проводится в рамках проекта, финансируемого National Endowment for Democracy (США) и Советом Европы. Выраженные мнения принадлежат авторам и не обязательно отражают точку зрения финансирующих организаций.

---

<sup>1</sup> Полный вариант отчета на румынском языке опубликован на веб-сайтах: [www.api.md](http://www.api.md), [www.media-azi.md](http://www.media-azi.md)

## **I. ОБЩИЕ ДАННЫЕ**

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

**1.2 Период мониторинга:** 15 сентября 2016 года – 13 ноября 2016 года.

**1.3 Критерии отбора медийных учреждений, подвергнутых мониторингу:**

Медийные учреждения были отобраны на основе следующих объективных критериев: а) форма собственности; б) география; в) язык издания или вещания; д) известность/аудитория. Так, мониторингу были подвергнуты общественные и частные средства массовой информации с национальным, квазинациональным и региональным покрытием, выпускаемые/издаваемые на румынском и русском языках.

**1.4 СМИ, подвергнутые мониторингу:**

**Телерадиовещание**

«Moldova 1», «Prime TV», «Canal 2», «Canal 3», «Publika TV», «Jurnal TV», «Realitatea TV», «HTV Молдова», «Pro TV Chișinău», «TV7», «Accent TV», «N4 TV»

**Веб-порталы**

Agora.md, Deschide.md, Gagauzinfo.md, Jurnal.md, Moldova24.info, Newsmaker.md, Noi.md, Realitatea.md, Sputnik.md, Today.md, Unimedia.info, Ziarulnational.md

**Печатная пресса**

«Комсомольская правда в Молдове», «Panorama», «Săptămîna», «Timpul»

**1.5 Предмет мониторинга**

**ТВ (интервал 18.00-24.00)**

- А. Информационные выпуски;
- Б. Передачи электорального характера;
- С. Интервью с кандидатами;
- Д. Vox Populi;
- Е. Предвыборные дебаты.

**Интернет-порталы**

Содержание всех публикаций обозреваемых веб-порталов, за исключением рекламы, отмеченной соответствующим образом.

**Печатная пресса**

Содержание всех публикаций периодических изданий, подвергнутых мониторингу, за исключением рекламы, отмеченной соответствующим образом.

**1.6. Команда**

Проект выполняется в рамках Коалиции за честные и свободные выборы Ассоциацией независимой прессы (мониторинг онлайновой и печатной прессы) и Центром независимой журналистики (мониторинг телеканалов).

## 1.7 Методологическая основа

**Статистические данные:** Методология наблюдения разработана «Oxford Media Research Center» для мониторинговых проектов международной организации Глобальная кампания за свободу выражения «Статья XIX». Характеристики данной методологии следующие: применение показателей 1) *количественных*, включая вид, продолжительность, тематику медиавыступлений, источники информации, частоту и продолжительность появления электоральных конкурентов в новостях, и 2) *качественных*, с констатацией пристрастности обозреваемого медийного учреждения в освещении событий. Каждая новость или мнение оцениваются с точки зрения содержания и контекста с целью определения, благоприятна она или неблагоприятна для той или иной партии / того или иного конкурента на выборах. Положительное или отрицательное содержание и/или контекст сообщения не обязательно указывает на тенденциозность или ангажированность распространившего его медийного учреждения. 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. **При оценке контекста измеряется только частота материалов, прямо или косвенно благоприятствующих или неблагоприятствующих конкурентам на выборах. Нейтральные появления измеряются только с точки зрения частоты появлений в кадрах и прямых включений в сообщения.**

**Тематические анализы:** Учитывая сильное влияние СМИ на формирование общественного мнения и большое доверие, которым они пользуются у населения, проведен анализ содержания материалов по наиболее резонансным темам, затронутым обозреваемыми медийными учреждениями. Целью этого анализа было определение подхода и способов представления наиболее релевантных сюжетов. Материалы анализировались как с точки зрения соблюдения принципов качественной журналистики (объективность, беспристрастность, плюрализм источников информации, отделение фактов от мнений), так и технического аспекта, с перспективы использования приемов усиления или смягчения определенных посылов.

## II. ОБЩИЕ ТЕНДЕНЦИИ И ВЫВОДЫ

### 29 ОКТЯБРЯ – 5 НОЯБРЯ 2016 ГОДА

#### **2.1 Телерадиовещание:**

- За отчетный период подвергнутые мониторингу 12 телеканалов выпустили в эфир 682 материала прямого или косвенного электорального характера, что почти на 40% меньше, чем в предыдущем периоде мониторинга. 619 материалов были сообщениями, 56 - передачами, 5 – Vox Populi и 2 – предвыборными дебатами. Общий объем материалов составил 210788 сек. или около 58,5 часа, из которых 78287 сек. (21,7 часа) было выделено сообщениям, 125992 сек. (35 часов) - передачам, а 5924 сек. (1,7 часа) – предвыборным дебатам. Vox Populi заняли не очень большое пространство в информационных выпусках – 585 сек.
- Самое большое пространство сообщениям прямого и косвенного электорального характера выделили телеканалы «HTV Молдова» – 16815 сек. (4,7 часа) и «Jurnal TV» – 16175 сек. (4,5 часа), а больше всего пространства передачам выделили «Realitatea TV» – 31776 сек. (8,8 часа) и «Publika TV» - 19029 сек. (5,3 часа). Vox Populi включали в свои материалы «Prime TV», «Canal 2», «Canal 3» и «Accent TV». «Pro TV» и «Accent TV» организовали в обозреваемый период по одной передаче предвыборных дебатов. Следует отметить, что на телеканалах «Prime TV», «Canal 2», «Canal 3» и «Publika TV» существенно уменьшилось количество новостей, релевантных для данного мониторинга, а на «TV 7» и «N4» этот показатель увеличился.
- Сюжеты, освещаемые 12 обозреваемыми телеканалами, были чаще всего из области политики – 418 материалов - и электорального процесса – 235 материалов. Они представляли процесс голосования в день выборов, результаты голосования, заявления конкурентов, вышедших во второй тур выборов и выбывших из избирательной гонки, заявления разных субъектов в поддержку кандидатов, процедуру голосования для студентов, проблемы на избирательных участках, открытых за пределами страны, отчеты о мониторинге избирательной кампании, выпущенные организациями гражданского общества и международными наблюдателями, предвыборные встречи кандидатов, обвинения в адрес конкурентов, акцию протеста студентов перед резиденцией Центральной избирательной комиссии и выдвинутое ими требование разрешить им голосовать в населенных пунктах по месту учебы, кампанию по мобилизации молдавских граждан, находящихся за рубежом, «Adoptă un vot», и др.
- Для документирования материалов часть телеканалов прибегала чаще к гражданам (275 раз), экспертам (94 раз), ЦИК (76 раз), представителям гражданского общества (69 раз), церкви (54 раз), депутатам (38 раз), министрам (16 раз), МОПУ (15 раз) и др. Из числа электоральных конкурентов наибольшее количество появлений и упоминаний было у единого кандидата Партии «Действие и солидарность», Партии «Платформа достоинство и правда» и Либерально-демократической партии Майи Санду, которая появлялась на экране 213 раз общим объемом времени в 9263 сек. и продолжительностью прямых включений в 4640 сек. Кандидата Партии социалистов Игоря Додона цитировали и упоминали 288 раз, общей продолжительностью в 7445 сек., а выделенное ему пространство для прямых включений составило 3746 сек. Цитировались также бывшие электоральные конкуренты и члены политических партий, в частности, в материалах о результатах выборов и поддержке двух конкурентов, вышедших во второй тур выборов.

- В обозреваемый период на 12 анализируемых каналах в общем несколько увеличилась доля источников-женщин в релевантных сообщениях и передачах, от 31% до 32%. Следует отметить, однако, что на части телеканалов этот показатель снизился более чем на 10 процентных пунктов, а на других телеканалах – повысился или остался на прежнем уровне.
- Игорь Додон был наиболее благоприятно представленным электоральным конкурентом с точки зрения контекста появлений. В его активе 116 появлений в положительном свете и 80 появлений – в негативном свете. Соотношение между количеством появлений Игоря Додона в положительном и негативном контекстах составляет 1,45. Майе Санду больше неблагоприятствовали, чем благоприятствовали: она была представлена в негативном свете в 146 материалах, а в положительном свете – в 103 материалах. Соотношение между количеством появлений в положительном и негативном контекстах Майи Санду - 0,7.
- В обозреваемый период мониторинга на частных телеканалах с национальным покрытием «Prime TV», «Canal 2», «Canal 3» и «Publika TV» отмечается значительное уменьшение количества материалов прямого или косвенного электорального характера. Материалы, касающиеся оставшихся в избирательной гонке электоральных конкурентов, в большей мере представляли в негативном свете Майю Санду, которой неблагоприятствовали в 44% материалов на «Publika TV» и в 26% материалов на «Canal 2». На телеканалах «Prime TV» и «Canal 3» этот показатель был несколько меньше – 16% и, соответственно, 19%. Игорь Додон появлялся больше в нейтральном или положительном контексте: 20% материалов на «Publika TV», 26% на «Canal 2», 14% - на «Canal 3» и 13% на «Prime TV» благоприятствовали кандидату ПСРМ.
- Телеканал с региональным покрытием «Jurnal TV» массивно благоприятствовал Майе Санду, как выделенным пространством для прямых включений, так и положительным контекстом материалов. 50% релевантных материалов, выпущенных телеканалом «Jurnal TV», благоприятствовали единому кандидату ПДС, ППДП и ЛДПМ на президентских выборах. Игорь Додон был представлен неблагоприятно в 33% материалов телеканала «Jurnal TV».
- Издательская политика «HTB Молдова» и «Accent TV» в обозреваемом интервале резко изменилась – субъектом большинства новостей была Майя Санду, которая появилась в большем количестве материалов, чем ее конкурент Игорь Додон. Контекст появлений Майи Санду в подавляющем большинстве случаев был неблагоприятным - 53% материалов на «HTB Молдова» и 50% - на «Accent TV». Игорю Додону же, напротив, названные телеканалы благоприятствовали, как предоставленным пространством для прямых включений, так и положительным контекстом материалов прямого или косвенного электорального характера. Так, 38% материалов «HTB Молдова» и 47% материалов «Accent TV» представляли Игоря Додона в благоприятном свете.
- Поведение остальных вещателей было относительно сбалансированным, без явных тенденций благоприятствования или неблагоприятствования электоральным конкурентам. Следует отметить, что на телеканалах «Moldova 1» и «TV 7» оба электоральных конкурента появлялись больше в положительном свете, нежели в негативном («Moldova 1»: 18% Майя Санду и 15% Игорь Додон; «TV 7»: 15% Майя Санду и 10% Игорь Додон). На «Realitatea TV» Игорю Додону больше благоприятствовали контекстом (16% материалов), а на «N4» отмечается неблагоприятное представление обоих кандидатов: Игорь Додон – в 32% материалов, Майя Санду – 22%). На «Pro TV Chișinău» оба кандидата появлялись

преимущественно в нейтральных сообщениях, но были и случаи, когда они появлялись и в положительном, и в негативном свете. Майя Санду появлялась в благоприятном контексте в 16% материалов.

## **2.2 Веб-порталы:**

- В течение недели 29 октября – 5 ноября 2016 года мониторизуемые 12 веб-порталов опубликовали рекордное количество новостей по сравнению с предыдущим периодом мониторинга – 999, в том числе много новостей в день проведения первого тура президентских выборов. В общей сложности, на сайтах было опубликовано 958 простых или развернутых новостей, что составило 95,9% от общего количества релевантных материалов, а также 32 комментария, редакционные статьи или статьи с изложением мнений (3,2% от общего количества), 6 опросов из категории Vox Populi, 2 материала по предвыборным дебатам (Newsmaker.md и Ziarulnational.md) и одно интервью с кандидатом (Jurnal.md).
- Портал Agora.md, опубликовавший 168 новостей, стал лидером среди порталов по количеству статей политического и электорального характера, обогнав портал Jurnal.md, который за отчетный период опубликовал 166 материалов, релевантных для настоящего мониторинга. За ними, в нисходящем порядке, следуют: Unimedia.info (113 материалов), Ziarulnational.md (100), Realitatea.md (94), Noi.md (91), Deschide.md (81), Sputnik.md (55), Newsmaker.md (52), Gagauzinfo.md (49), Moldova24.info (18) и Today.md с 12 материалами по тематике мониторинга.
- Заявления/действия электоральных конкурентов и электоральный процесс – эти две темы были приоритетными на обозреваемых порталах. Так, 736 материалов (73,7% от общего количества) освещали мероприятия разных электоральных конкурентов в рамках избирательной кампании, их заявления, взаимные обвинения, а также обвинения в адрес кандидатов со стороны третьих лиц или самих журналистов. 227 материалов или 22,7% от общего количества освещали деятельность ЦИК и ход голосования 30 октября 2016 года, результаты первого тура президентских выборов и др. В остальных 36 материалах авторы затрагивали темы из области международных отношений нашей страны, социальных проблем, функционирования правового государства, преступлений и коррупции и др.
- В общей сложности, все мониторизуемые 12 веб-порталов процитировали 1690 источников или субъектов, 838 из которых (49,6%) - политики, представители партий/политических формирований или пресс-релизы партий (чаще всего цитировались или упоминались, в положительном либо негативном контексте, лидеры и представители следующих партий: Партии социалистов – 218 раз, Партии «Действие и солидарность» – 189 раз, Партии «Наша партия» – 67 раз, Либеральной партии – 51 раз, Демократической партии – 46 раз, Партии «Платформа достоинство и правда» - 41 раз). Помимо этого, в качестве источников цитировались: Центральная избирательная комиссия и другие избирательные органы – 228 раз, зарубежные и местные эксперты – 130 раз, рядовые граждане – 111 раз, дипломаты, иностранные официальные лица и наблюдатели – 87 раз, другие медийные учреждения – 75 раз, гражданское общество и неправительственные организации – 57 раз, и др.
- Гендерное соотношение в опубликованных порталами материалах несколько улучшилось по отношению к предыдущему периоду мониторинга. Так, доля цитируемых субъектов или источников – мужчин составила 60% (1019 от общего количества в 1690 источников/субъектов), а женщин – 24% (410 от общего

количества); в 261 случае (16% от общего количества) источники информации не были обозначены.

- Сообщения, опубликованные на порталах в день первого тура выборов, были в целом сбалансированными, не было случаев явного благоприятствования или неблагоприятствования какому-нибудь кандидату. В следующие дни, естественно, все внимание было направлено на двух кандидатов, вышедших во второй тур президентских выборов. В общей сложности, на всех 12 мониторизуемых порталах кандидат Игорь Додон втрое больше был представлен в негативном контексте, чем в положительном (147 случаев неблагоприятных появлений против 45 благоприятных). Кандидат Майя Санду появлялась как в положительном, так и в негативном контексте, но все же преобладали случаи благоприятного представления (103 случая благоприятствования против 66 неблагоприятствования).
- Портал **Agora.md** и на этой неделе сохранил беспристрастное отношение к эlectorальным конкурентам и относительно сбалансированную издательскую политику освещения событий в рамках избирательной кампании. Тем не менее, по количеству и частоте появлений в положительном или негативном контексте можно констатировать, что в обозреваемый период Игорь Додон в неблагоприятном свете появлялся чаще (28 случаев), чем в благоприятном (7 случаев). Совсем другая ситуация в отношении Майи Санду: количество появлений в положительном контексте (15) было вдвое больше новостей, в котором она была представлена в негативном контексте (7).
- **Deschide.md** освещал события избирательной кампании относительно сбалансировано, без явных издательских предпочтений. После объявления результатов первого тура выборов, лидирующие два кандидата были представлены в разных контекстах, чаще всего нейтрально. Вместе с тем, кандидат Игорь Додон чаще был представлен в негативном контексте (7 раз).
- Региональный портал **Gagauzinfo.md** в целом публиковал нейтральные сообщения об избирательной кампании. На отчетной неделе, портал опубликовал статью, представляющую в положительном свете кандидата Игоря Додона, в том числе заявления/утверждения людей о том, что они поддержат его во втором туре выборов. Однако нельзя сказать, что портал благоприятствует ему своей издательской политикой, так как количество материалов, представляющих Игоря Додона в негативном контексте больше количества положительных публикаций о нем. То же самое можно сказать и в отношении кандидата Майи Санду.
- **Jurnal.md** запустил широкую кампанию по мобилизации граждан к участию во втором туре президентских выборов, публикую стимулирующие месседжи деятелей искусства и других известных личностей. В то же время, портал открыто неблагоприятствует кандидату Игорю Додону, которого критикует и обвиняет в совместных нелегальных аферах с Владом Плахотнюком. В общей сложности, портал опубликовал 43 статьи, в которых представил Игоря Додона в негативном свете. Абсолютно противоположную издательскую политику проводит портал в отношении Майи Санду, которую всемерно поддерживает и представляет как лучшего кандидата на должность президента (43 раза).
- **Moldova24.info** продолжает публиковать материалы, направленные на дискредитацию кандидата Майи Санду, которую обвиняет во лжи и предательстве в каждой касающейся ее публикации. Эти материалы не соответствуют критериям объективных журналистских материалов, не документированы из нескольких независимых друг от

друга источников, представляют мнения вместо фактов, навешивают ярлыки на субъектов, нередко публикуются без подписи авторов.

- **Newsmaker.md** беспристрастно информировал читателей о наиболее важных событиях президентской избирательной кампании, в том числе в день первого тура выборов, когда опубликовал фотографии проголосовавших кандидатов, их заявления после голосования, реакции из социальных сетей, видеоматериалы, графики и др. Впоследствии, были представлены официальные результаты и результаты параллельного подсчета голосов, отчеты наблюдателей ОБСЕ и местных наблюдателей. Портал представил текстовую онлайн-трансляцию с первых предвыборных дебатов между кандидатами Игорем Додоном и Майей Санду в преддверии второго тура президентских выборов. Оба кандидата были представлены в общем уравновешенно и в разных контекстах.
- До объявления второго тура выборов, портал **Noi.md** освещал сюжеты, связанные с выборами, в целом нейтрально. Однако впоследствии издательская политика портала изменилась – чаще всего не соблюдался принцип сбалансированности публикаций. Портал благоприятствует кандидату Игорю Додону и неблагоприятствует кандидату Майе Санду.
- Издательская политика портала **Realitatea.md** в обозреваемый период была уравновешенной, без явных эlectorальных предпочтений. Голосование в ходе первого тура, объявление результатов, публичные реакции кандидатов, подготовка ко второму туру выборов были представлены подробно и объективно. Оба кандидата, вышедшие во второй тур, появлялись в разных контекстах. У кандидата Игоря Додона было больше появлений в негативном контексте, но это объясняется многочисленными публичными заявлениями разных политических субъектов, выставлявшими Додона в негативном свете.
- **Sputnik.md** благоприятствовал кандидату Игорю Додону и неблагоприятствовал кандидату Майе Санду.
- **Today.md** выборочно представлял информацию об эlectorальном процессе и кандидатах, вышедших во второй тур выборов, неблагоприятствуя издательской политикой кандидату Майе Санду.
- Портал **Unimedia.info** подробно, широко и в общем беспристрастно информировал об избирательной кампании, голосовании в первом туре и подготовке ко второму туру выборов. Тем не менее, по количеству и частоте появлений кандидатов можно констатировать, что портал благоприятствует своей издательской политикой Майе Санду, которую представляет преимущественно в положительном контексте, и неблагоприятствует Игорю Додону, которого чаще представляет в негативном контексте.
- **Ziarulnational.md** опубликовал относительно большое количество новостей, представляющих двух оставшихся в избирательной гонке эlectorальных конкурентов. Заметна явная тенденция неблагоприятствования издательской политикой кандидату Игорю Додону (29 появлений в негативном контексте), в то время как кандидат Майя Санду появляется в разных контекстах, но чаще в положительном (16 случаев), чем в негативном (10 раз).

### 2.3 Печатная пресса:

- Подвергнутые мониторингу газеты опубликовали за отчетный период в общей сложности 40 статей, прямо или косвенно затрагивающие президентские выборы, вдвое меньше, чем в предыдущий период мониторинга. Газета «*Panorama*» не вышла в свет на неделю после первого тура выборов.
- Самое большое количество релевантных материалов опубликовали еженедельник «*Timpul*» (18 текстов) и газета с периодичностью пять номеров в неделю «*КП в Молдове*» (16 текстов), «*Săptămîna*» опубликовала 6 статей, релевантных для настоящего мониторинга.
- Мнения по-прежнему преобладали над новостями. Так, площадь, выделенная различным комментариям, редакционным статьям и другим материалам с изложением мнений, была втрое больше пространства, выделенного новостям. Газетой с самым большим дисбалансом между объемом мнений и новостей по-прежнему остается «*КП в Молдове*».
- В 40 статьях, опубликованных подвергнутыми мониторингу газетами, фигурировали в общей сложности 50 источников и субъектов, большинство из которых были из категории граждан (18) и зарубежных и местных экспертов (9).
- Гендерный дисбаланс источников и субъектов уменьшился по сравнению с предыдущим периодом и составил 60% мужчин и 32% женщин.
- На отчетной неделе, в самом неблагоприятном положении по частоте появлений и негативному контексту в общей сложности всех материалов, опубликованных обозреваемыми 3 газетами, был кандидат Игорь Додон (15 случаев неблагоприятствования, 5 случаев благоприятствования).
- «**КП в Молдове**» прямо и косвенно благоприятствовала издательской политикой кандидату Игорю Додону. В противоположность этому, газета явно неблагоприятствовала своими публикациями кандидату Майе Санду.
- «*Săptămîna*» неблагоприятствовала своей издательской политикой кандидату Майе Санду, в частности, редакционными статьями с навешиванием ярлыков («автоматическая кукла», «Дева из Рисипень»). А в отношении кандидата Игоря Додона отмечается легкое благоприятствование.
- «*Timpul*» явно неблагоприятствовала кандидату Игорю Додону (14 случаев) и столь же явно благоприятствовала Майе Санду.