

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

Отчет № 7
6 – 11 ноября 2016 года¹

¹ Полный вариант отчета на румынском языке будет опубликован на веб-сайтах: www.api.md, 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; с) язык издания или вещания; d) 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», «НТВ Молдова», «ProTV Chişinău», «TV 7», «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)

- A. Информационные выпуски;
- B. Передачи электорального характера;
- C. Интервью с кандидатами;
- D. Vox Populi;
- E. 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 корректные и свободные выборы Ассоциацией независимой прессы (мониторинг онлайн- 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.**

Целевые исследования: 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 с технического аспекта, с перспективы использования приемов усиления или смягчения определенных посылов.

II. ОБЩИЕ ТЕНДЕНЦИИ И ВЫВОДЫ

6 – 11 НОЯБРЯ 2016 ГОДА

2.1 Телерадиовещание:

- На последней неделе избирательной кампании подвергнутые мониторингу 12 телеканалов выпустили в эфир 588 материалов прямого или косвенного электорального характера общим объемом 217570 сек. или 60,4 часа, в том числе 524 сообщения, 57 передач, 3 Vox Populi и 4 передачи предвыборных дебатов.
- Самое большое пространство сообщениям прямого и косвенного электорального характера выделили телеканалы «НТВ Молдова» – 18349 сек. (5 часов) и «Jurnal TV» – 12632 сек. (3,5 часа), а самое большое пространство передач выделили «Accent TV» – 31535 сек. (8,7 часа), «Jurnal TV» – 29042 сек. (8 часов), «Realitatea TV» – 25291 сек. (7 часов) и «НТВ Молдова» – 19280 сек. (5,3 часа). Vox Populi включали в свои материалы «Jurnal TV» и «Pro TV Chişinău». «Moldova 1», «TV 7» и «Pro TV» организовали в обозреваемый период предвыборные дебаты. Следует отметить, что на телеканалах с национальным покрытием «Prime TV», «Canal 2», «Canal 3» и «Publika TV» в обозреваемый период не было предвыборных дебатов.
- Чаще всего сюжеты, освещаемые 12 обозреваемыми телеканалами, были из области политики – 486 материалов - и электорального процесса – 65 материалов. Некоторые телеканалы освещали деятельность Центральной избирательной комиссии (ЦИК), организаций гражданского общества, информировали о результатах последнего опроса, о петиции, в которой группа гражданских активистов требовала обложить Православную церковь Молдовы налогом в ответ на вмешательство представителей церкви в избирательную кампанию, о кампании «Adoptă un vot», а также о действиях электоральных конкурентов в рамках избирательной кампании, медиатизировали мнения президента Николае Тимофти и председателя парламента Андриана Канду об избирательной кампании. Другая часть вещателей ограничилась преимущественно освещением обвинений, выдвинутых электоральными конкурентами, или поддержки, которой они пользуются среди политических и неполитических субъектов.
- Для документирования материалов часть телеканалов прибегала к гражданам (358 раз), представителям гражданского общества (78 появлений), ЦИК (62 раза), экспертам (61 раз), СМИ (52 появления), МОПУ (41 появление), дипломатам/иностранным наблюдателям (32 раза), представителям президентуры (17 раз), церкви (17 раз), правительства (13 раз), полиции (11 раз), бизнесменам (8 раз), депутатам (6 раз). Из числа электоральных конкурентов наибольшее количество появлений и упоминаний было у единственного кандидата Партии «Действие и солидарность» (ПДС), Партии «Платформа достоинство и правда» (ППДА) и Либерально-демократической партии (ЛДПМ) Майи Санду, которая появлялась на экране 304 раза общим объемом времени в 11162 сек. и продолжительностью прямых включений в 3784 сек. Кандидата Партии социалистов (ПСРМ) Игоря Додона цитировали и упоминали 252 раза общей продолжительностью в 8414 сек., а выделенное ему пространство для прямых включений составило 4273 сек. Из числа политических партий чаще всего цитировались или появлялись в кадрах члены ПСРМ (160 раз), за которым на большом расстоянии следуют ПДС (63 раза) и ДПМ (62 раза).
- В обозреваемый период на 12 анализируемых телеканалах в целом несколько сократилась доля источников-женщин в релевантных сообщениях и передачах, от 32% до 30%. Следует отметить, что колебания этого показателя обусловлены количеством появлений в сообщениях кандидата Майи Санду, так как вещатели не

прилагали особых усилий для цитирования источников женского пола и из других категорий субъектов.

- Кандидат ПСРМ Игорь Додон был наиболее благоприятно представленным электоральным конкурентом с точки зрения контекста появлений. Игорь Додон появлялся в положительном свете 158 раз, что составляет 27% от общего количества релевантных материалов (на 10 процентов больше, чем на предыдущей неделе мониторинга). В то же время, Игорь Додон появлялся в негативном свете 87 раз или в 15% материалов (на 3 процента больше, чем на предыдущей неделе). Соотношение между количеством появлений Игоря Додона в положительном контексте и негативном контексте составляет 1,81.
- Кандидату ПДС, ППДА и ЛДПМ Майе Санду больше неблагоприятствовало, чем благоприятствовало: она была представлена в негативном свете в 229 материалах (39% от общего количества релевантных материалов), что на 18 процентов больше, чем на предыдущей неделе. В положительном свете Майя Санду была представлена в 91 или 15% материалов, то есть, уровень данного показателя остался таким же, как на предыдущей неделе. Соотношение между количеством появлений в положительном и негативном контекстах Майи Санду составило 0,39.
- В обозреваемый период мониторинга на частных телеканалах с национальным покрытием «**Prime TV**», «**Canal 2**», «**Canal 3**» и «**Publika TV**» отмечается относительно небольшое количество новостей и передач прямого или косвенного электорального характера. Подавляющее большинство материалов неблагоприятствовало Майе Санду, которая появлялась в негативном свете в 81% материалов на «**Publika TV**», 72% - на «**Prime TV**», 62% - на «**Canal 2**» и 61% - на «**Canal 3**». Игорь Додон был представлен больше в нейтральном контексте, но и в положительном. 20% релевантных материалов, выпущенных на телеканале «**Publika TV**», 19% на «**Prime TV**», 25% на «**Canal 2**» и 26% на «**Canal 3**» благоприятствовали кандидату ПСРМ.
- Телеканал с региональным покрытием «**Jurnal TV**» благоприятствовал Майе Санду: кандидат ПДС, ППДА и ЛДПМ появлялась в положительном свете в 49% релевантных материалов, выпущенных телеканалом «**Jurnal TV**». Кандидат Игорь Додон был представлен в неблагоприятном свете в 56% материалов телеканала «**Jurnal TV**».
- Издательская политика телеканалов «**НТВ Молдова**» и «**Accent TV**» была направленной на неблагоприятствование Майе Санду и благоприятствование Игорю Додону. Контекст появлений кандидата ПДС, ППДА и ЛДПМ Майи Санду в подавляющем большинстве случаев был неблагоприятным - 76% материалов на «**НТВ Молдова**» и 69% - 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, 67% материалов «**НТВ Молдова**» и 49% материалов «**Accent TV**» представляли Игоря Додона в благоприятном свете.
- На общественном телеканале «**Moldova 1**» оба кандидата появлялись больше в положительном свете, нежели в негативном, в равном количестве материалов – 26%.
- 23% всех релевантных материалов, выпущенных на «**TV 7**», были благоприятными Майе Санду, а 21% - неблагоприятными Игорю Додону.

- На телеканале «**N4**» отмечается благоприятное представление обоих кандидатов: Игорь Додон – 30% материалов, Майя Санду – 20%.
- Издательская политика телеканалов «**Realitatea TV**» и «**Pro TV Chişinău**» была относительно уравновешенной, без благоприятствования или неблагоприятствования какому-то электоральному конкуренту. На «**Realitatea TV**» Игорь Додон появлялся в негативном контексте и в положительном контексте в равном количестве материалов, а Майя Санду чаще появлялась в положительном свете – 16%. На «**Pro TV Chişinău**» оба кандидата появлялись преимущественно в нейтральных сообщениях, но были и случаи, когда они появлялись и в положительном, и в негативном свете. Игорь Додон был представлен в благоприятном контексте в 15% материалов

2.2 Веб-порталы:

- В последние дни избирательной кампании мониторируемые 12 веб-порталов опубликовали 465 журналистских материалов, освещавших президентские выборы. Доля новостей составила 92,5% от общего количества публикаций (430 простых или развернутых новостей). Помимо этого, было опубликовано 22 комментария, редакционные статьи или другие статьи с изложением мнений (4,7% от общего количества), 8 интервью с кандидатами на должность президента (в том числе 7 – на портале Jurnal.md) и 5 материалов по предвыборным дебатам, заимствованных порталами из передач ряда телеканалов.
- Портал Jurnal.md, опубликовавший 126 материалов по тематике мониторинга, с большим отрывом лидирует среди порталов по количеству статей политического и электорального характера. За ним на большом расстоянии следуют: Agora.md (69 материалов, релевантных для настоящего мониторинга), Unimedia.info (57), Deschide.md, Noi.md и Ziarulnational.md (по 42 материала каждый), Realitatea (22), Sputnik.md (21), Newsmaker.md (20), Gagauzinfo.md (11), Moldova24.info (10) и Today.md с 3 материалами, прямо или косвенно затрагивающими президентские выборы.
- Как и в предыдущие периоды мониторинга, подавляющее большинство материалов медиатизировали и/или комментировали заявления/действия электоральных конкурентов (392 статьи или 83,4% от общего количества), электоральный процесс освещался в 46 материалах (9,9% от общего количества). В остальных 27 статьях авторы затрагивали в электоральном контексте темы из области социальных проблем, экономики, образования, функционирования правового государства, преступлений и коррупции, международных отношений нашей страны и др.
- В общей сложности мониторируемые 12 веб-порталов цитировали 764 источника или субъекта, причем больше чем в половине случаев (408 или 53,4%) это были кандидаты на должность президента, представители партий, экспонентами которых они являются, пресс-релизы партий. Так, лидер и другие представители Партии «Действие и солидарность» цитировались или упоминались 188 раз, а лидер и другие представители Партии социалистов – 153 раза, в контексте президентских выборов цитировались также источники из других партий. В обозреваемый период наиболее часто цитируемыми источниками извне политической среды были представители гражданского общества и неправительственных организаций – 60 раз, граждане – 53 раза, другие СМИ – 48 раз, дипломаты, иностранные официальные лица и наблюдатели – 37 раз. Центральная избирательная комиссия и представители других

избирательных органов цитировались в обозреваемый период 27 раз, представители полиции – 20 раз, местных органов публичного управления – 16 раз, церкви – 13 раз.

- Гендерное соотношение в опубликованных порталами материалах осталось на уровне предыдущего периода: 61% мужчин (469 от общего количества в 764 источника/субъекта) и 29% женщин (221 от общего количества) – с незначительным увеличением процента представительства женщин, обусловленным более частыми появлениями кандидата Майи Санду; в 74 случаях (10% от общего количества) источники информации не были обозначены.
- По количеству и частоте появлений в положительном или негативном контексте в общем на всех 12 мониторируемых порталах можно констатировать, что кандидат Игорь Додон был представлен преимущественно в неблагоприятном контексте (126 случаев), количество появлений в положительном контексте было в 5 раз меньше (25). Кандидат Майя Санду чаще появлялась в положительном контексте (116 раз), но и в неблагоприятном контексте, правда, в 2,3 раза реже, чем в благоприятном (50 случаев).
- На обозреваемых порталах были десятки новостей, документированных только из одного источника, во многих случаях речь шла о заявлениях ряда субъектов о поддержке того или иного кандидата.
- На последней неделе избирательной кампании издательская политика портала **Agora.md** была относительно сбалансированной и беспристрастной по отношению к электоральным конкурентам и представляемым ими политическим силам. Тем не менее, по количеству и частоте появлений в положительном или негативном контексте портал чаще неблагоприятствовал (14 случаев), чем в благоприятствовал (6 случаев) Игорю Додону, а Майя Санду, напротив, появлялась в положительном контексте (13) чаще, чем в негативном контексте (7).
- **Deschide.md** освещал события последней недели избирательной кампании относительно сбалансировано, в большинстве случаев авторы были беспристрастными. Кандидаты на должность президента были представлены в общем нейтрально.
- Региональный портал **Gagauzinfo.md** явно благоприятствовал Игорю Додону посредством опубликования обширных репортажей, представлявших его в положительном свете, и заявлений ряда официальных лиц, призывавших граждан голосовать за Додона. И напротив, портал неблагоприятствовал Майе Санду публикуемыми сообщениями и мнениями некоторых экспертов, утверждавших, что она не проявляет интереса к проблемам жителей автономии.
- **Jurnal.md** усилил кампанию по мобилизации граждан к участию во втором туре президентских выборов, публикуя стимулирующие призывы деятелей искусства и других известных личностей Республики Молдова и Румынии. Портал явно и часто неблагоприятствовал кандидату Игорю Додону (76 статей, представлявших его в негативном свете) и благоприятствовал Майе Санду (67 раз).
- **Moldova24.info** широко медиатизировал обвинения Игоря Додона в адрес Майи Санду, без предоставления ей права на реплику. Как и в предыдущих периодах мониторинга, Майя Санду была объектом критики и иронизирования в комментариях и других материалах без указания источников информации.
- **Newsmaker.md** освещал завершающую неделю избирательной кампании уравновешенно и беспристрастно, без электоральных предпочтений.

- **Noi.md** неблагоприятствовал своей издательской политикой Майе Санду (9 случаев), в частности, редакционными статьями и другими материалами с изложением мнений, и, напротив, благоприятствовал Игорю Додону, преимущественно публикуемыми заявлениями в поддержку данного кандидата.
- **Realitatea.md** уравновешенно представлял информацию об электоральных конкурентах, большей частью опираясь на публичные заявления и мероприятия, организуемые конкурентами или их сторонниками.
- По количеству и частоте появлений кандидатов в разных контекстах, портал **Sputnik.md** неблагоприятствовал кандидату Майе Санду (5 появлений в негативном контексте).
- **Today.md** опубликовал в этот период мониторинга только три релевантных материала, все неблагоприятствующие кандидату Майе Санду.
- Портал **Unimedia.info** подробно и относительно уравновешенно освещал финальную часть избирательной кампании. По количеству и частоте появлений кандидатов можно констатировать, что портал чаще благоприятствовал своей издательской политикой Майе Санду (7 появлений в положительном контексте против 2 появлений в негативном контексте).
- **Ziarulnational.md** массивно неблагоприятствовал Игорю Додону (21 появление в негативном контексте, одно появление в положительном контексте) и поддерживал Майю Санду (17 появлений в положительном контексте, два появления в негативном контексте).

2.3 Печатная пресса:

- В период 6 – 11 ноября 2016 года подвергнутые мониторингу три газеты (*после первого тура выборов газета «Raportul» перестала выпускаться в печатном варианте*) опубликовали в общей сложности 41 статью, прямо или косвенно затрагивающую президентские выборы, общей площадью в 19.063 квадратных сантиметров.
- Самое большое количество релевантных материалов опубликовали газета с периодичностью пять номеров в неделю «КП в Молдове» (20 текстов общей площадью 8840 кв. см.) и еженедельник «*Timpu*» (19 текстов общей площадью 9720 кв. см.), а газета «*Săptămîna*» опубликовала всего лишь две статьи по предмету мониторинга общей площадью 503 кв. см.
- Как и в предыдущие периоды мониторинга, в газетах мнения преобладали над сообщениями/фактами. Так, две трети опубликованных статей (63,5% от общего количества статей и 79% площади, выделенной материалам по обозреваемой тематике) были мнениями, редакционными статьями и комментариями.
- В газете «КП в Молдове» и в этом периоде мониторинга отмечается самая большая несоразмерность между объемом мнений и новостей (19 из 20 релевантных материалов, опубликованных в этой газете, были мнениями и комментариями).
- В 40 статьях, опубликованных подвергнутыми мониторингу газетами, фигурировали в общей сложности 60 источников и субъектов, большинство из которых были из категории граждан (27), а также зарубежных и местных экспертов (12). Конкуренты второго тура выборов и их представители цитировались реже: Игорь Додон и Партия социалистов – 5 раз, Майя Санду и Партия «Действие и солидарность» – 4 раза.

- Гендерное соотношение источников и субъектов в мониторируемых газетах составило: 60% мужчин (36 от общего количества в 60 источников/субъектов) и 37% женщин (22 источника/субъекта), в двух случаях (3% от общего количества) пол источника не был обозначен.
- Самым неблагоприятно представленным кандидатом по частоте появлений и негативному контексту в общей сложности публикаций всех трех обзореваемых газет на отчетной неделе был Игорь Додон (10 случаев неблагоприятствования, 5 случаев благоприятствования), а кандидат Майя Санду была представлена почти одинаково в разных контекстах (9 благоприятствований против 7 неблагоприятствований).
- **«КП В Молдове»** явно, как прямо, так и косвенно, благоприятствовала издательской политикой кандидату Игорю Додону, и, напротив, массивно неблагоприятствовала кандидату Майе Санду. Большинство статей о ней изобиловали толкованиями и спекуляциями без реальной фактологической основы. Так, в одной из статей утверждалось, что, если Майя Санду займет пост президента Молдовы страна превратится в колонию строгого режима, нас ожидает оптимизация всего, что только можно оптимизировать — всей социалки, пенсий, пособий и т.д., а в конце статьи автор отмечает: «Слава Богу, хоть расстрелы отменили в Молдове!»; в другой статье утверждается, что М. Санду превратит страну в американскую колонию; приводятся спекуляции, якобы она впала в депрессию после того, как «ее освистали в Бэлць». В некоторых текстах не обошлось без оскорблений в адрес Майи Санду и навешивания ярлыков. Абсолютно противоположное отношение отмечается к кандидату Игорю Додону, которому газета массивно благоприятствовала во многих статьях, в том числе скрытой электоральной рекламой.
- **«Săptămîna»** неблагоприятствовала кандидату Майе Санду редакционной статьей с навешиванием ярлыков (*«надувная кукла, смесь Николая Тимофти с сережками в ушах и Дорина Киртоакэ в юбке»*).
- **«Timpul»** массивно неблагоприятствовала кандидату Игорю Додону, которого критиковала за его действия и заявления; опубликовала статью, площадью в две газетные страницы, о вопросах, на которые Додон уклоняется отвечать (сделки с Плахотнюком, приватизация гостиницы «Кодру», финансирование партии и др.). И напротив, газета явно благоприятствовала Майе Санду (*на первой странице газеты была опубликована большая фотография Майи Санду с вопросом: «Еще имеем один шанс?»*).