

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

Отчет № 3
1 – 8 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 до 17 ноября 2014 года 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; с) 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 Chişinău», «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

- A. Новости электорального характера главного информационного выпуска дня;
- B. Передачи электорального характера (по одной на каждом телеканале);
- C. Платная предвыборная реклама;
- D. 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 онлайн-прессы), Центром независимой журналистики (мониторинг радиостанций и онлайн-прессы).

2. Методологические рамки

Анализ содержания публикаций медийных учреждений осуществляется на основе показателей, позволяющих измерять и оценивать новости/передачи электорального 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 электорального характера;
- Количество конфликтных новостей электорального характера;
- Количество субъектов в новостях/передачах электорального характера;
- Гендерный паритет субъектов.

Качественный анализ:

- Контекст представления политических субъектов в новостях: а) позитивный; б) негативный; в) нейтральный.
- Отношение журналиста к политическим субъектам в передачах: а) благоприятствующее, б) неблагоприятствующее, в) 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 1-8 ноября 2014 года

ТВ:

- Мониторизируемые телеканалы увеличили количество электоральных новостей по сравнению с предыдущими периодами;
- На трех подверженных мониторингу сегментах ситуация осталась аналогичной предшествующему периоду по количеству электоральных сообщений конфликтного характера (треть выпущенных материалов); количеству конфликтных новостей, представленных на основе только одного источника информации (каждое третье сообщение) и с отражением отношения репортеров (в 16% случаев – пристрастного отношения) –;
- В общих чертах, телеканалы «*Pro TV*» Кишинев, «*Tv 7*», «*№4*» «*GRT*» обеспечили относительное равновесие частоты появления в электоральных сообщениях государственных чиновников, политиков и конкурентов на выборах;
- «*Publika TV*», «*Jurnal TV*», «*Accent TV*» и «*Региональный канал*» обеспечили относительное равновесие частоты появления в электоральных сообщениях государственных чиновников и политиков, но допустили явный дисбаланс в представлении конкурентов на выборах;
- «*Молдова-1*» обеспечил относительное равновесие частоты появления в новостях политиков и конкурентов на выборах, но допустил дисбаланс в представлении государственных чиновников;
- «*Канал-2*» și «*Канал-3*» сохранили относительное равновесие частоты появления в новостях политиков, но допустили явный дисбаланс в представлении государственных чиновников и конкурентов на выборах;
- «*Prime TV*» допустил дисбаланс по количеству появлений и упоминаний в электоральных новостях государственных чиновников и политиков, но особенно конкурентов на выборах, явно благоприятствуя ДПМ;
- «*Prime TV*», «*Publika TV*», «*Канал-2*» и «*Канал-3*» представляли конкурента на выборах ДПМ в позитивном контексте в подавляющем большинстве случаев;
- «*№4*» представлял в позитивном контексте конкурента на выборах ЛДПМ в большинстве случаев, а «*Tv-7*» – в трети выпущенных сообщений;
- «*Jurnal TV*» и «*Accent TV*» представляли в негативном контексте ДПМ чаще всех остальных конкурентов на выборах;
- **Общий вывод: часть мониторизируемых телеканалов продолжают искаженно освещать парламентские выборы в главном информационном выпуске дня;**
- Ведущие телепередачи электорального характера проявили пристрастное отношение к прямым или косвенным персонализированным субъектам 20 раз: выявлено 2 случая благоприятствования и 18 случаев неблагоприятствования субъектам;
- 11 из 12 мониторизируемых телеканалов выпускали платную электоральную рекламу. Численность конкурентов на выборах, размещавших электоральную рекламу на указанных 11 телеканалах, варьировала от одного до семи;
- Самое большое количество появлений в электоральных рекламных роликах приходится на долю ЛДПМ и ДПМ;
- В отчетный период выявлены нарушения правил размещения платной рекламы на телеканалах;
- Три из 12 охваченных мониторингом телеканалов выпускали передачи, посвященные электоральным дебатам. В общих чертах, отношение ведущих теледебатов к конкурентам на выборах было адекватным. Все же, на телеканалах «*Молдова-1*» и «*Jurnal TV*» были выявлены нарушения по данному разделу.

Радио:

- Большинство охваченных мониторингом радиостанций активно освещали предвыборную кампанию, как посредством сообщений, материалов по электоральному просвещению, так и передачами, посвященными электоральным дебатам. Наибольшее количество разнообразных новостей распространили общественный радиовещатель «*Radio Moldova*», частные телеканалы «*Vocea Basarabiei*» и «*Русское радио*»;
- Меньше всего новостей выпустила радиостанция с национальным покрытием «*Radio Noroc*» – всего 12 сообщений;
- «*Radio Moldova*», «*Русское радио*» и «*Radio Noroc*» выпустили в эфир самое большое количество материалов по электоральному просвещению, но также большое количество рекламных роликов, оплаченных из электоральных фондов конкурентов на выборах;
- Большинство материалов были простыми сообщениями, доля конфликтных новостей составила всего 4,5% от общего количества. Большинство спорных новостей было представлено уравновешенно (63%), а позиция авторов в подавляющем большинстве материалов была беспристрастной. Большинство радиостанций цитировали в электоральных новостях государственных чиновников и политиков, за исключением «*Vocea Basarabiei*», которая обеспечила более широкое разнообразие источников информации. Однако с точки зрения гендерного соотношения цитируемых источников выявлено большое неравновесие в ущерб источникам женского пола (10%);
- Судя по частоте и контексту появления конкурентов на выборах в новостях, можно утверждать, что на радиостанциях «*Radio Moldova*», «*Radio Noroc*» и «*Русское радио*» нет явного благоприятствования или неблагоприятствования тому или иному конкуренту на выборах;
- Радиостанция «*Radio Plai*» благоприятствовала ДПМ большим количеством упоминаний в новостях, а «*Vocea Basarabiei*» – ЛДПМ большим количеством прямых появлений, упоминаний в позитивном контексте как представителей ЛДПМ, так и представителей правительства – экспонентов ЛДПМ.

Онлайновые СМИ:

- Большинство онлайн-медийных учреждений активно участвовали в освещении предвыборной кампании, распространяя материалы по широкому кругу сюжетов прямого или косвенного электорального характера. За отчетный период было опубликовано 528 текстов, посвященных избирательной кампании и конкурентам на выборах, общим объемом свыше миллиона знаков. К числу порталов с самым большим количеством материалов по мониторируемой тематике относятся *Noi.md* (85), *Realitatea.md* (79), *Jurnal.md* (68), *Omg.md* (63). Порталы *Newsmaker.md* и *Moldova.org* выпустили относительно небольшое количество электоральных материалов (14 и, соответственно, 26);
- Конфликтные материалы представлялись преимущественно неуравновешенно (76,7%), а более четверти публикаций были пристрастными (26,5%), с явным отражением отношения автора к субъектам материалов;
- Онлайн-порталы практически не уделяли внимания электоральному просвещению избирателей;
- Мониторируемые интернет-порталы чаще всего прибегали к политикам (174) и государственным чиновникам (136) в качестве источников информации, доля экспертов и рядовых граждан была намного меньше (78 и, соответственно, 18). Новости были крайне несбалансированными с точки зрения гендерного соотношения, подавляющее большинство цитируемых источников были мужского пола (92,7%!).

- Omg.md* и *Deschide.md* не использовали ни один источник женского пола в электоральных материалах;
- По частоте и контексту прямых появлений и упоминаний субъектов в материалах портала *Deschide.md* заметно неблагоприятствование ЛДПМ и в несколько меньшей степени неблагоприятствование ПСРМ, а в материалах *Moldova 24.info* – скрытое неблагоприятствование ЛДПМ;
 - *Noi.md* представлял конкурентов на выборах в разных контекстах, однако наиболее благосклонным отношением на данном портале пользовалась ПКРМ: этому формированию было предоставлено в несколько раз больше пространства для прямых появлений, чем остальным конкурентам на выборах;
 - *Jurnal.md* массивно неблагоприятствует ДПМ, которая на текущей неделе 35 раз была представлена в негативном контексте и 4 раза в нейтральном контексте. В негативном контексте нередко появлялись также ПКРМ, ЛДПМ, РРР, а порой и ПСРМ. Единственным конкурентом на выборах, представленным в позитивном контексте, была ПЛР;
 - *Omg.md* массивно неблагоприятствовал ДПМ и ЛДПМ, которые почти каждый раз представлялись в негативном контексте (ДПМ – 30 раз, ЛДПМ – 24 раза) и очень редко в нейтральном контексте. Зато РРР представлялась только в позитивном контексте и этой партии было предоставлено самое большое пространство для прямых появлений, примерно в 9 раз больше, чем другим конкурентам на выборах. ПКРМ появляется в новостях *Omg.md* как в позитивном, так и в негативном контексте, а избирательный блок «Выбор Молдовы – Таможенный союз» и СДП – скорее в позитивном свете;
 - На подотчетной неделе портал *Newsmaker.md* чаще представлял в позитивном контексте ПСРМ в связи с визитом в Москву лидеров этого конкурента на выборах и только в негативном контексте РРР и избирательный блок «Выбор Молдовы – Таможенный союз»;
 - *Politik.md* благоприятствовал НПРМ, которая появлялась только в позитивном контексте, к тому же этому конкуренту на выборах было предоставлено самое большое пространство для прямых появлений. ЛДПМ, ДПМ, ПЛР, ПКРМ и ПСРМ появлялись скорее в нейтральном контексте, но и в негативном тоже.

Газеты:

- Охваченные мониторингом 8 газет опубликовали на подотчетной неделе в общей сложности 100 статей, прямо или косвенно относящихся к избирательной кампании, общая газетная площадь, отведенная данной тематике, превысила 49 тысяч квадратных сантиметров. Больше всего таких материалов появилось в «*Независимой Молдове*» (28), а меньше всего – в газетах «*Вести Гагаузии*» (5), «*КП в Молдове*» (6) и «*Тимпул*» (8);
- Статей по конфликтным электоральным ситуациям было мало – всего 10, причем 5 из них появились в «*Независимой Молдове*». Сбалансированное представление сторон в конфликтных статьях обеспечили «*Ziarul Național*», «*Jurnal de Chișinău*» и «*Panorama*», в то время как в «*Независимой Молдове*» равновесие сторон было соблюдено только в двух из пяти опубликованных статей, а в остальных ситуация/конфликт освещалась только с позиции одной из сторон;
- Только половина опубликованных материалов представляла беспристрастную информационную картину, остальные 50% статей были пристрастными и отражали мнение автора, а в некоторых случаях редакционные тексты были на грани электоральной агитации. Самое неудовлетворительное соотношение между

- количеством пристрастных и беспристрастных публикаций было выявлено в газетах *«Независимая Молдова»* (1:3,7) и *«Moldova Suverană»* (1:2,5);
- Газеты, подобно интернет-порталам, практически пренебрегают электоральным просвещением граждан;
 - Источниками информации газет чаще всего были эксперты (26) и политики (25), за которыми следуют государственные чиновники (19) и рядовые граждане (10). Все мониторируемые газеты пренебрегли принципом обеспечения гендерного равенства, в подавляющем большинстве случаев (87,8%) источниками информации были мужчины. *«Moldova Suverană»* и *«Вести Гагаузии»* не использовали в статьях об избирательной кампании ни один источник информирования женского пола, а в остальных газетах было не более 1-3 таких источников;
 - *«Moldova Suverană»* благоприятствовала ЛДПМ, которую часто представляла в позитивном или нейтральном контексте. В негативном контексте, но порой и нейтрально, газета представляла ПСРМ и ПКРМ;
 - *«Независимая Молдова»* массивно благоприятствует ПКРМ, которая является единственным конкурентом на выборах, расхваливаемым и представляемым в позитивном контексте. Другия пять конкурентов на выборах, а именно ДПМ, ЛДПМ, ПСРМ, ПЛР и РРР, были мишенью жесткой критики этой газеты;
 - *«Timpul»* благоприятствует ДПМ, которая несколько раз появлялась на страницах газеты в позитивном контексте, а несколько других конкурентов на выборах (РРР, Избирательный блок «ВМ-ТС», реже ПКРМ и ПСРМ) были неоднократно представлены в негативном контексте;
 - *«Panorama»* благоприятствует РРР, которую представляет только в позитивном контексте, и неблагоприятствует чаще всего ЛДПМ, ПЛР и ДПМ;
 - *«Ziarul Național»* благоприятствует ЛДПМ, которую представляет только в позитивном контексте. ПСРМ, напротив, появляется исключительно в негативном контексте;
 - *«Jurnal de Chișinău»*, *«Комсомольская правда в Молдове»* и *«Вести Гагаузии»* представляли всех конкурентов на выборах, о которых писали, преимущественно в нейтральном контексте, без всякого благоприятствования.