

# КАРТА ЦИФРОВЫХ МЕДИА: МОЛДОВА



# Карта цифровых медиа: Республика Молдова

**ОТЧЕТ ФОНДА «ОТКРЫТОЕ ОБЩЕСТВО»**

## **АВТОРЫ**

Виктор Готишан (ведущий исследователь), Оливия Пырцак (автор главы 7),  
Виталие Догару (автор главы 4), Роксана Теодорчик (соавтор),  
Кристина Могылдя (соавтор), Татьяна Ецко (соавтор)

## **РЕДАКТОРЫ**

Мариус Драгомир, Марк Томпсон (главные редакторы Медиа Программы Фонда  
«Открытое Общество»), Рита Рудуша (региональный редактор MDM)

## **РЕДАКЦИОННАЯ КОМИССИЯ**

Юэн-Ин Чан, Кристиан С. Ниссен, Душан Релич, Рассел Саутвуд, Майкл Старкс,  
Дэймиан Тамбини,

Редакционная комиссия является консультативным органом.

Члены комиссии не несут ответственности за информацию и выводы,  
содержащиеся в отчетах.

## **КОЛЛЕКТИВ МЕДИА ПРОГРАММЫ ФОНДА «ОТКРЫТОЕ ОБЩЕСТВО»**

Мейжиндер Каур, программный ассистент; Моррис Липсон, старший юристконсульт;  
Гордана Янкович, директор

## **КОЛЛЕКТИВ ИНФОРМАЦИОННОЙ ПРОГРАММЫ ФОНДА «ОТКРЫТОЕ ОБЩЕСТВО»**

Вера Франц, старший менеджер по программе; Дариус Чуплинскас, директор

## **ПЕРЕВОД**

Виктор Готишан и Кристина Лева

## **РЕДАКТУРА**

Елена Сумина

**10 января 2012 года**

# Содержание

Карта цифровых медиа .....	4
Краткий обзор.....	6
Контекст.....	11
Социальные индикаторы.....	13
1. Потребление СМИ: цифровой фактор .....	16
1.1 Проникновение цифровых медиа .....	16
1.2 Предпочтения в области СМИ .....	22
1.3 Новостные СМИ.....	25
1.4 Оценки .....	33
2. Цифровые медиа и государственные или общественные вещатели .....	35
2.1 Общественные и государственные институты .....	35
2.2 Обеспечение общественных интересов.....	41
2.3 Оценки .....	44
3. Цифровые СМИ и общество .....	46
3.1 Пользовательский контент .....	46
3.2 Общественно-политическая активность в цифровой среде.....	51
3.3 Оценки .....	54
4. Цифровые СМИ и журналистика .....	56
4.1 Влияние на журналистов и новостные редакции.....	56
4.2 Журналистские расследования .....	59
4.3 Социальное и культурное многообразие.....	63
4.4 Политическое разнообразие .....	66
4.5 Оценки .....	70

5.	Цифровые СМИ и технологии.....	71
5.1	Частотный вещательный спектр .....	71
5.2	Доступ к цифровым платформам.....	74
5.3	Телекоммуникации .....	75
5.4	Оценки .....	77
6.	Медиа бизнес в цифровую эпоху .....	78
6.1	Собственность .....	78
6.2	Финансирование СМИ.....	87
6.3	Бизнес-модели в сфере СМИ.....	93
6.4	Оценки .....	93
7.	Стратегии, законодательство и регулирующие органы.....	95
7.1	Стратегии и законодательство.....	95
7.2	Регламентирующие органы .....	101
7.3	Вмешательство правительства .....	110
7.4	Оценки .....	114
8.	Выводы .....	116
8.1	Медиа сегодня .....	116
8.2	Медиа завтра .....	118
9.	Рекомендации .....	119
9.1	Стратегии.....	119
9.2	Законодательство и регулирование СМИ.....	120
9.3	Служба общественного вещания .....	121
9.4	Журналистика .....	121
9.5	Цифровая медиаграмотность.....	122
	Перечень сокращений, графиков, таблиц и упомянутых компаний .....	123

# Карта цифровых медиа

Ценности, лежащие в основе качественной журналистики, потребность граждан в достоверной и полной информации, значение такой информации для здоровья общества и устойчивой демократии – это неизменные ценности. Они служат основными ориентирами для каждого, кто хочет понимать изменения, происходящие сегодня в медиа ландшафте.

Формируются новые профессиональные стандарты. Особенности влияния новых медиа технологий на журналистику формируются в наиболее развитых странах. Эти же изменения влияют и на СМИ в менее развитых странах.

Проект **Карта Цифровых Медиа** (Mapping Digital Media), ставящий целью изучение глубинных причин изменений, служит делу наведения в глобальном масштабе мостов между исследователями и политиками, активистами, представителями академической среды и теми, кто задает стандарты.

Тем странам, где процесс цифровизации медиа менее активен, он дает новые возможности в медиа политике, вдохновляя ведущих игроков участвовать в изменениях и оказывать на них влияние. В то же время, в результате этого исследования возникает база знаний для продвижения, укрепления потенциала и расширения сферы обсуждения проблем цифровых медиа.

Предметом изучения в рамках Медиа Программы фонда «Открытое Общество» стало то, какое влияние на СМИ оказывают изменения, происходящие в разных странах и открывающие новые возможности для их устойчивого существования, сохраняя верность ценностям плюрализма и разнообразия, транспарентности, редакционной независимости, свободе информации и выбора форм ее изложения, служения общественным интересам и высоким профессиональным стандартам.

Проект раскрывает, в свете этих ценностей, глобальные возможности и риски, возникающие у медиа под влиянием таких процессов, как: переход от аналогового теле- и радио вещания к цифровому росту новостей на новых цифровых платформах конвергенция между традиционным теле- и радио вещанием и телекоммуникациями.

Охватывая 60 стран, проект исследует, какое влияние эти изменения оказывают на важнейшую демократическую функцию любой медиа системы – информирование общества о политических, экономических и социальных событиях и явлениях. Основная цель проекта – определить, как именно эти изменения влияют на важнейшую демократическую функцию любой медиа системы – информирование общества.

Доклады в рамках проекта Карта Цифровых Медиа подготовлены местными исследователями и партнерскими организациями стран, охваченных проектом. Вместе они образуют так необходимый сегодня источник информации о демократической роли цифровых медиа в обществе. В дополнение к отчетам по странам медиа программа Фонда «Открытое Общество» инициировала ряд исследований, посвященных конкретным проблемам, связанным с цифровыми медиа. Эти материалы публикуются в серии **MDM Reference**.

# Карта цифровых СМИ: Молдова

## Краткий обзор

С 2006 года по настоящее время в Молдове три раза прошли парламентские выборы, дважды приостанавливалось действие конституции, состоялся один референдум и произошло народное восстание – так называемая «Революция Twitter», которое завершило период правления Партии коммунистов. Это был период радикальных политических изменений, которые совпали с быстрым ростом новых онлайн-ресурсов и социальных сетей. Рост этих ресурсов частично способствовал радикальным политическим изменениям. Как политические, так и цифровые эволюции, значительно повлияли на СМИ, которые стали более свободными и разнообразными, хотя это разнообразие не общедоступно.

Во время правления Партии коммунистов, находившейся у власти с 2001 по 2009 год, руководством сознательно откладывалось принятие законодательства для перехода к цифровому вещанию. Это привело к тому, что за четыре года до даты перехода, который должен состояться в 2015 году, Молдова имеет в распоряжении только проект «Стратегии по переходу к цифровому вещанию», который еще должен быть принят Парламентом. В документе выражается намерение сделать цифровое телевидение общедоступным в техническом и финансовом плане для всех, но до сих пор не сообщались никакие подробности о том, как Правительство собирается этого достичь. К тому же отсутствуют технические данные и правила для перехода к цифровому вещанию, в то время как общественная осведомленность о предстоящей перемене остаётся крайне низкой.

Более заметно развивались другие области, особенно касающиеся интернета. В период с 2005 по 2010 год в пять раз возросло число персональных компьютеров в быту, достигнув 36% от общей численности населения, одновременно с растущим распространением интернета и увеличением скорости подключения, так что на данный момент, практически все подключения являются широкополосными. Около трети населения регулярно используют интернет, а для 24,2% жителей в 2010 году интернет был главным источником информации, что намного больше числа людей, предпочитающих газеты. Печатные СМИ уступили своё место в рейтинге трёх главных источников информации, испытывая резкий спад популярности, так же, как и радио.

Телевидение по-прежнему остаётся главным источником новостей для большинства населения (83,6%) и даже незначительно увеличило свою аудиторию. В определённой мере, рост аудитории телевидения можно объяснить появлением новых игроков, а также реформами Службы общественного вещания (СОВ), вызванными политическими переменами 2009 года. Под управлением новой, неполитизированной администрации, СОВ перестала выступать в качестве выразителя мнения власти, постепенно переходя к более сбалансированным репортажам, чем начала завоевывать доверие публики и более высокий рейтинг. Несмотря на это, модель финансирования СОВ, построенная на прямых субсидиях, остаётся потенциальным источником политического вмешательства.

Аудитория телевидения в основном сельская (58%), в то время как высокоскоростной интернет имеется преимущественно в городах. Недостаточно развитая инфраструктура, равно как и нехватка оборудования в сельской местности, породили новое неравенство: часть населения, имеющая доступ к новым технологиям, может выбирать из множества аналоговых и цифровых платформ, а те, кто остаются вне зоны покрытия, должны довольствоваться меньшим количеством форматов, зачастую, более однотипными и традиционными. Впрочем, дистанция между городом и селом хоть и медленно, но стала сокращаться с недавних пор: доступ к интернету в сельских местностях вырос с 2% в 2005 году до 7% в 2010 году.

Рост цифровых технологий привёл к появлению новых, динамичных игроков в области СМИ: издания, публикующиеся исключительно в интернете, такие как Unimedia.md (200,000 уникальных посетителей в месяц), предлагающие быстро обновляющийся, разнообразный новостной контент, посредством самых современных интерактивных инструментов. Их отправной точкой послужила агрегация новостей, но со временем собственный контент стал расширяться, так же, как и количество форматов новостей и пользовательский контент (user-generated content, UGC). Традиционные СМИ проявили меньший интерес к интернету, за исключением газеты *Ziarul de Garda* и некоторых других СМИ, в результате на сегодняшний день многие издания используют интернет только для воспроизведения электронной версии своих материалов. Особенно медленно проходит процесс в СОВ: общественная служба не имеет специального новостного сайта, а случайные новости на корпоративном сайте представлены хаотично, без каких-либо интерактивных элементов.

Однако, несмотря на неравномерное развитие в области цифровизации, воздействие цифровых СМИ на качество и количество новостей в целом весьма положительно. Отмечается повышение объёмов и разнообразия новостных материалов, скорости передачи и появление новых методов подготовки журналистских материалов, дополненных подробной информацией и новостными сообщениями.

При этом соревнование за первенство среди СМИ порождает также и отрицательные явления. С одной стороны, цифровизация весьма облегчила журналистам поиск тем и материалов (что, несомненно, является большим плюсом для подающих надежды молдавских журналистских рас-



следований), привлечения новых мнений в репортажах, проверки информации. Но, с другой стороны, нередко случается, что журналисты упускают из виду эти плюсы ради более оперативной подачи информации, что приводит к тому, что новости становятся поверхностными, менее разносторонними, содержат фактические ошибки и зачастую нарушают этические нормы. (Кража новостей является весьма распространённым явлением, т.к. молдавский закон об авторском праве не запрещает её в прямой форме.)

Переход к цифровым технологиям также позволяет журналисту тратить меньше времени и усилий на физический поиск информации за счет использования возможностей, так называемой, «журналистики «Google», которая постепенно заменяет репортаж с места событий, лишая тем самым публику деталей, заметных только очевидцу. Будучи более привязанным физически к своему рабочему столу, журналист должен иметь больше навыков, чем его предшественники в аналоговую эпоху. Нередко можно увидеть, как один и тот же журналист пишет, делает видео и звуковой монтаж, а также фотографирует. Журналисты, обладающими этими навыками, имеют хорошие перспективы: те немногие вакансии, появившиеся на небольшом молдавском рынке СМИ, объявлены для мультимедиа-журналистов.

В дни правления Партии коммунистов, когда традиционные СМИ были в значительной мере подконтрольны правительству, цифровые платформы предоставляли возможность свободно высказываться. Не случайно массовые протесты, которые последовали за парламентскими выборами в апреле 2009 года, зародились в социальных сетях Twitter и Facebook (откуда, собственно, и название – «Революция Twitter»). К ним присоединилась часть населения, не имеющая доступа к новым технологиям, и общее число протестующих на улицах Кишинёва достигло 20,000 человек. В итоге протесты привели к внеочередным выборам.

Существенное число пользователей социальных сетей в Молдове (почти 1 миллион зарегистрированы в Odnoklassniki.ru и 180,000 на Facebook) превращает социальные сети в важный инструмент «цифровой мобилизации». Молдавские эксперты сошлись во мнении, что рекордная явка на ноябрьские выборы 2010 года стала возможной, главным образом, благодаря активной мобилизации в интернете, направленной на привлечение молодых избирателей, что привело к массовой явке молодых избирателей, проживающих за пределами Молдовы (в Евросоюзе).

В последнее время в молдавские СМИ инвестировали такие компании, как румынский медиахолдинг Realitatea–Catavencu и немецкий Rheinsteine Media Management. В то же время, по крайней мере, половина рынка (две из четырех ведущих медиагрупп), контролируется местными владельцами, имеющими политические интересы. Из-за отсутствия прозрачности собственности в СМИ, бывает трудно выявить истинных владельцев, но имеющиеся исследования СМИ и анализ редакционной политики изданий указывают на то, что один из них – Влад Плахотнюк, один из лидеров Демократической партии, а другой – Партия коммунистов. Остальная часть рынка принадлежит Realitatea–Catavencu и местному предпринимателю Виорелу Цопе. Доминирование вышеупомя-

нутых групп затрудняет существование мелких независимых изданий, которые зачастую вынуждены обращаться к международным финансирующим организациям.

Но если до сих пор имена истинных владельцев СМИ оставались неизвестными публике, в скором будущем эта ситуация изменится – хотя бы в отношении радио и теле вещателей. Проект нового Кодекса телевидения и радио вводит конкретные требования к соблюдению прозрачности собственности СМИ и обеспечит меры, ограничивающие монополию на данном рынке. Организации, поддерживающие прессу, приветствуют создание нового Кодекса и с нетерпением ждут его принятия, которое, однако, зависит от того, насколько оперативно сумеет Парламент разработать и принять запаздывающее законодательство о переходе к цифровому вещанию. Говоря конкретнее, нужно внести поправки в общее законодательство, определяющее технические аспекты перехода к цифровому вещанию, чтобы Кодекс мог содержать ссылки на эти поправки.

В законодательстве Молдовы мало законов непосредственно регулирующих активность в интернете, таким образом, онлайн-контент регулируется посредством общих норм. Есть только две конкретные нормы, но обе они вызывают споры в обществе. Первая – это положение из регламента «О предоставлении имён из высшего домена .md», которое позволяет MoldData, управляющим доменом .md, устранить имя домена без права восстановления, если сайт подозревается в размещении незаконного контента. Вторая – Закон об авторском праве и смежных правах, который также позволяет регулирующим органам блокировать сайты, подозреваемые в размещении незаконного контента. Критики обоих законов считают, что наказания несоразмерны вине и могут быть использованы для преследования в политических целях. Случаи, зафиксированные ранее, подтверждают это мнение: в 2009 году, популярный новостной сайт Unimedia чуть было не остался без домена из-за комментариев читателей, которые Генеральный прокурор интерпретировал как угрозу в адрес суверенитета Республики Молдова. Протесты гражданского общества способствовали предотвращению изъятия домена.

Один из выводов доклада состоит в том, что развитие цифровых технологий и политические перемены привели к увеличению числа медиа, разнообразию мнений и прозрачности общественных вещателей, в то же время, уменьшив политическое вмешательство в деятельность СМИ.

Всё же отсутствие независимости регулирующих органов, непрозрачная структура собственности СМИ и низкий темп перехода к цифровым технологиям уменьшают эти достижения. Для упрочения позитивных перемен доклад предлагает четыре типа реформ.

Во-первых, законодательство о переходе к цифровому вещанию должно быть подготовлено в максимально короткие сроки, чтобы успеть к дате отключения аналогового вещания. В приоритетном порядке должны быть приняты положения об общественном интересе, техническом и финансовом доступе, для чего необходимо проконсультироваться с общественными организациями в ходе разработки законодательства.

Принятие вышеупомянутого законодательства ускорит принятие нового Кодекса телевидения и радио, который станет историческим документом, завершающим эпоху непрозрачной собственности СМИ – это вторая по значению область, которая нуждается в срочном реформировании.

В-третьих, при фактически несуществующей общественной осведомлённости о цели перехода к цифровым технологиям, нужно незамедлительно запустить информационную кампанию и публичные дебаты на данную тему.

И в конечном итоге, необходимо укрепить независимость двух ключевых учреждений – Координационного совета по телерадиовещанию (ССА) и СОВ. В обоих случаях этого можно достичь путем изменения модели финансирования и принятия более ясных правовых защитных мер против правительственного вмешательства.

## Контекст

С начала тысячелетия Молдова постоянно находилась в списке самых бедных стран Европы. В 2010 году ВВП на душу населения составлял 1,600 долларов, один из самых низких показателей в регионе. Средняя зарплата в 2010 году составляла 255 долларов в месяц, что намного меньше, чем в соседней Румынии или Болгарии (480 и, соответственно, 450 долларов).

Экономика зависит главным образом от сельского хозяйства – виноделие, выращивание фруктов и овощей, табака. С энергетической точки зрения, Молдова легко уязвима и практически не имеет альтернативных источников энергии. Единственный поставщик природного газа – Российская Федерация, свыше 50% электрической энергии импортируется, главным образом, из Украины. В течение последних пяти лет, после заключения договора между Правительством Молдовы и Российским концерном Газпром в 2006 году, цена российского газа выросла почти втрое.

Потребление населения финансируется за счёт денег, перечисленных молдавскими гастарбайтерами, что является ненадежным источником дохода. Перечисляемые суммы достигают 30% ВВП. Неуплата налогов – ещё одна важная проблема экономики страны. Официальная статистика оценивает сумму неуплат – от 13 до 15% ВВП.

Население страны быстро стареет. Большинство молодёжи предпочитает эмигрировать в поисках лучше оплачиваемой работы и более комфортных жизненных условий. Данные, предоставленные Международной организацией по миграции (ИОМ), указывают на то, что около 311,000 молдавских граждан проживают и работают за границей (данные на 2010 год), главным образом в странах ЕС и СНГ (Россия).

Молдова стала первым государством из республик бывшего СССР, выбравшим президентом страны коммуниста Владимира Воронина. В течение почти целого десятилетия Партия коммунистов (Partidul Comuniștilor din Moldova, PCRМ) составляла парламентское большинство. Во время правления В. Воронина (2001–2009 годы) пресса постоянно подвергалась преследованиям, что привело к тому, что Молдова довольно надолго «задержалась» в списке стран с несвободной прес-

сой в докладе «Свобода в мире», составленном организацией Freedom House.<sup>1</sup> Парламентские выборы в июле 2009 года ознаменовали конец правления коммунистов. В результате победы на выборах с небольшим преимуществом, четыре оппозиционные партии ЛДПМ (Либерально–демократическая партия Молдовы), ЛП (Либеральная партия), ДП (Демократическая партия) и АМН (Альянс «Наша Молдова») сформировали правительственную коалицию – Альянс «За Европейскую интеграцию» (Alianta pentru Integrare Europeana, AIE). Однако смена власти сопровождалась созданием политическими партиями парламентских блоков, так как в новом составе Парламент не сумел набрать нужное большинство голосов для избрания Президента. Конституционный референдум в сентябре 2010 года по принятию изменений в законодательстве, обеспечивающих прямые выборы Президента страны, провалился из-за слабой явки избирателей, что привело к роспуску Парламента и к новым досрочным выборам 28 ноября 2010 года.

Окончание правления коммунистов способствовало быстрому росту свободы прессы в Молдове, которая перешла из категории «несвободной» в «частично свободную». Но развитие сектора СМИ, серьёзно затронутого экономическим кризисом, остаётся и далее несущественным.

---

1. См. Freedom House, доклад «Свобода Прессы в 2009г.» (*Freedom of the Press 2009*), на [http://www.freedomhouse.org/uploads/fop/2009/FreedomofthePress2009\\_Таблица.pdf](http://www.freedomhouse.org/uploads/fop/2009/FreedomofthePress2009_Таблица.pdf) (проверено 5 июля 2011г.).

# Социальные индикаторы<sup>2</sup>

Население: 3,564 млн. (данные на конец 2009г.)

Число домохозяйств: 1,209 млн.

Диаграмма 1.

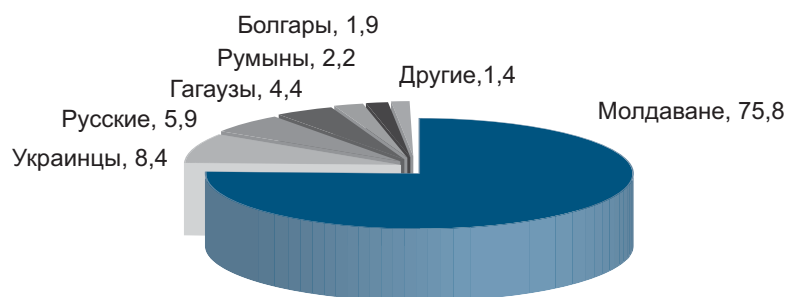
Городское – сельское население (в процентах от общей численности жителей)



Источник: Национальная перепись населения 2004г.

Диаграмма 2.

Этнический состав (в % от общей численности населения)



Источник: Национальная перепись населения 2004г.

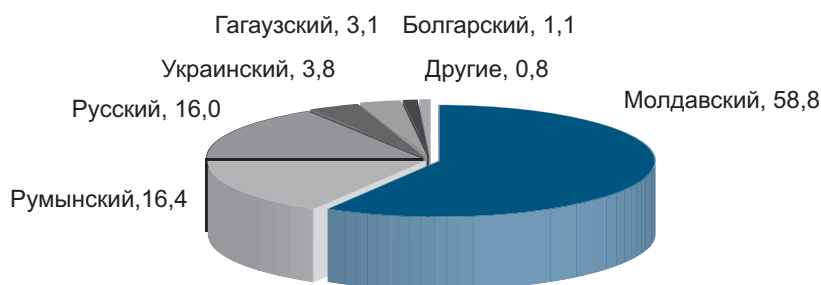
2. Национальное бюро статистики (Biroul Național de Statistica din Moldova, BNS) и Национальная перепись населения 2004г.

Большинство главных независимых СМИ обвиняли коммунистов в фальсификации результатов переписи 2004 года, а местные эксперты отметили изъяны в методах проведения переписи и интерпретации данных. Социолог Петру Негурэ считает, что данные по этническому и языковому составу небезупречны.

«Счётчики при переписи населения не сохраняли нейтральность, подсказывая ответы — «молдавская национальность» и «молдавский язык» (в ущерб «румынскому»)). Он считает, что правильнее было бы представить оба варианта как альтернативные версии одного и того же ответа: «Результаты по категориям национального и языкового состава можно признать правильными, только если ответы «молдавский» и «румынский» считались бы вместе, как единый вариант, а не порознь. До тех пор, пока часть населения будет идентифицировать себя с определённой этнической группой, представители власти должны считаться с этим, нравится им это или нет».<sup>3</sup>

Диаграмма 3.

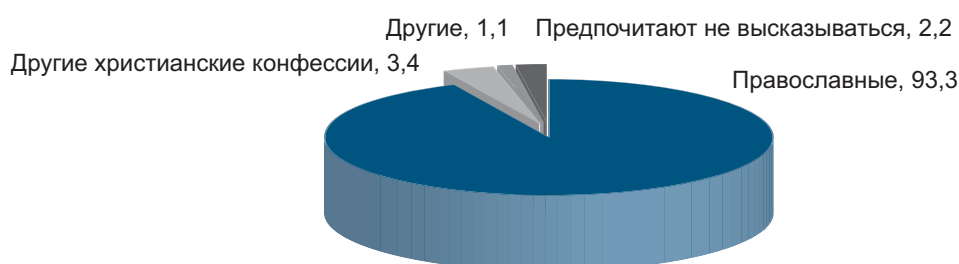
Языковой состав населения (в процентах от общей численности)



Источник: Национальная перепись населения 2004г.

Диаграмма 4.

Вероисповедание (в процентах от общей численности жителей)



Источник: Национальная перепись населения 2004г.

3. Интервью с Петром Негурэ, социологом и лектором Государственного педагогического университета им. Иона Крянгэ Государственного университета Молдовы, Кишинёв, 15 апреля 2011г.

# Экономические показатели

Таблица 1.  
Основные экономические показатели

	2005	2006	2007	2008	2009	2010п	2011п	2012п
ВВП (текущие цены), в миллионах долларов США	2,988	3,408	4,401	6,055	5,403	5,205	5,552	5,958
ВВП (текущие цены, в долларах США) на душу населения	830	949	1,228	1,694	1,514	1,460	1,560	1,676
Валовой национальный доход (ВНД), в долларах США на душу населения	2,650	2,860	3,000	3,320	3,010	н/д	н/д	н/д
Безработица (в % от всего работоспособного населения)	7,3	7,6	5,1	4,0	6,4	7,5	6,5	6,0
Инфляция (среднегодовой показатель, в % по сравнению с предыдущим годом)	10,037	14,081	13,111	7,339	0,441	9,0	5,0	5,0

Примечание: н/д: нет данных; п: прогноз

Источник: Всемирный валютный фонд (ВВП, данные по инфляции и безработице прогнозируемые на 2011–2012гг.), Всемирный банк (ВНД); Национальное бюро статистики и Expert-Group (данные по безработице за 2005–2010гг.)



# 1. Потребление СМИ: Цифровой фактор

## 1.1 Проникновение цифровых медиа

### 1.1.1 Цифровое оборудование и цифровая грамотность

Аналоговые СМИ продолжают преобладать, но цифровые СМИ стремительно набирают популярность. Количество телевизоров и персональных компьютеров увеличивается, равно как и распространение интернета и скорость интернет-доступа. В 2008 году было зарегистрировано 54,000 подписчиков на услуги скоростного интернета, а к 2010 году их число возросло вшестеро, достигнув 231,000.<sup>4</sup>

Таблица 2.

Оснащение домохозяйств некоторыми видами приемников в 2005–2010гг.

	2005		2006		2007		2008		2009		2010	
	Кол-во ДХ (млн.) <sup>30</sup>	% ОДХ <sup>31</sup>	Кол-во ДХ (млн.)	% ОДХ	Кол-во ДХ (млн.)	% ОДХ	Кол-во ДХ (млн.)	% ОДХ	Кол-во ДХ (млн.)	% ОДХ	Кол-во ДХ (млн.)	% ОДХ
телевизоры	937,000	89,4	1,211,000	90,0	1,114,000	91,3	1,118,000	92,5	1,120,000	93,0	н/д	н/д
радио-приёмники	973,000	72,0	н/д	н/д	н/д	н/д	н/д	н/д	н/д	н/д	н/д	н/д
ПК	95,000	7,0	86,000	6,4	112,000	9,2	157,000	13,0	220,000	18,5	440,000	36,9

Примечание: ДХ: домохозяйство; ОДХ: общее число домохозяйств; н/д: нет данных

Источники: МСЭ (данные за 2005 и 2010г.); Национальное бюро статистики (данные за 2006–2009гг.)

4. Национальное агентство по регулированию в области электронных коммуникаций и информационных технологий, *Развитие рынка: Сектор передачи данных и доступа к интернету*, (проверено 5 июля 2011г.).

Телевидение остаётся главным источником информации. Оно было основным источником информации для 84% населения в 2005 году, тогда как данные за май 2010 года показывают, что теперь эта цифра увеличилась до 90%.<sup>5</sup> Число домохозяйств, оснащённых телевизорами, повысилось с 90% в 2006 году до 93% в 2009 году. Таким образом, на 100 домохозяйств в среднем приходится 100 телевизоров.

Несмотря на довольно высокий показатель оснащения радиоприёмниками (72%),<sup>6</sup> доля жителей, выбирающих радио в качестве основного источника информации, уменьшается. В 2005 году 44% населения указали радио в качестве основного источника информации, а в мае 2010 года их число сократилось до 36%.<sup>7</sup>

Всё больше людей склонны пользоваться компьютерами. Их количество утроилось в промежутке между 2005 и 2010 годами с шести на 100 домохозяйств до 20 на 100 домохозяйств.

Медиаграмотность остаётся низкой, отчасти из-за преобладания сельского населения (см. Диаграмму 1) с ограниченным доступом к разным источникам информации. Другой фактор – массивный отток молодёжи.<sup>8</sup> Только в 2009 году около 400,000 граждан, или 30% рабочей силы, проживали или работали за границей (главным образом, в РФ, Италии, Украине, Португалии, Турции, Греции, Франции и Испании).<sup>9</sup> Безработица, бедность, низкие зарплаты – основные причины миграции.<sup>10</sup> Пожилые люди имеют более низкий уровень функциональной и медиаграмотности: почти 85% медиа неграмотных людей<sup>11</sup> в возрасте от 50 до 80 лет.<sup>12</sup>

---

5. Институт общественной политики, *Барометр общественного мнения* (БОМ), декабрь 2005г., <http://ipp.md/libview.php?l=en&idc=156&id=461> (проверено 13 апреля), далее Институт общественной политики, *Барометр общественного мнения*, декабрь 2005г.; Институт общественной политики, *Барометр общественного мнения* (БОМ), май 2010г., <http://ipp.md/libview.php?l=en&idc=156&id=552>, (проверено 13 апреля), далее Институт общественной политики, *Барометр общественного мнения*, май 2010г.

6. Международный союз электросвязи (МСЭ), декабрь 2010г.

7. Институт общественной политики, *Барометр общественного мнения* (БОМ), май 2010г. и Институт общественной политики, *Барометр общественного мнения* (БОМ), декабрь 2005г. Данные для вариантов: 1. Основной выбор и 2. Второстепенный выбор

8. Международная организация по миграции (МОМ), Социально-экономическое воздействие экономического кризиса на миграцию и заработки молдавских мигрантов. *Первые Выводы – Весна 2009 (The Socio-Economic Impact of the Economic Crisis on Migration and Remittances in the Republic of Moldova. Early Findings – Spring 2009)* на [http://iom.md/attachments/110\\_2009\\_06\\_02\\_socio\\_economic\\_impact\\_eng.pdf](http://iom.md/attachments/110_2009_06_02_socio_economic_impact_eng.pdf) (проверено 13 апреля 2011); и МОМ, Общая картина и направления миграции и заработков молдавских мигрантов (*Patterns and Trends of Migration and Remittances in Moldova*), июль 2007, на [http://iom.md/materials/5\\_patterns\\_eng.pdf](http://iom.md/materials/5_patterns_eng.pdf) (проверено 13 апреля 2011) (далее, МОМ, *Patterns and Trends of Migration and Remittances in Moldova*).

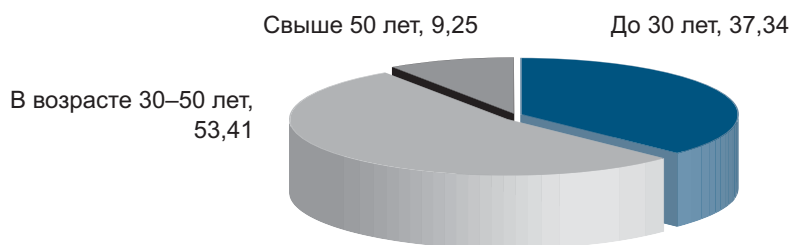
9. См. Publika.md, «По неофициальным данным, около миллиона молдавских граждан находятся за рубежом», (“Potrivit datelor neoficiale, în străinătate sunt plecați aproximativ un milion de moldoveni”), на румынском языке на [http://www.publika.md/potrivit-datelor-neoficiale--in-strainatate-sunt-plecati-aproximativ-un-milion-de-moldoveni\\_93531.html](http://www.publika.md/potrivit-datelor-neoficiale--in-strainatate-sunt-plecati-aproximativ-un-milion-de-moldoveni_93531.html) (проверено 5 июля 2011г.)

10. МОМ, Общая картина и направления миграции и заработков молдавских мигрантов (*Patterns and Trends of Migration and Remittances in Moldova*), проверено 5 июля 2011г.

11. По данным Национальной переписи населения 2004г., 1,3% молдавских граждан неграмотны, а 2,6% – не учились в школе, но умеют читать и писать. См. Национальное бюро статистики, Национальная перепись населения 2004г. *Население в возрасте 10 лет и старше по уровню образования и типу местности, в территориальном разрезе*, на <http://www.statistica.md/pageview.php?l=en&idc=295&id=2234> (проверено 5 июля 2011г.), далее Национальное бюро статистики, Национальная перепись населения 2004г.

12. Национальное бюро статистики, Национальная перепись населения 2004г.

Диаграмма 5.  
Миграционный отток в 2008г. по возрастным категориям



Источник: МОМ, *Общая картина и направления миграции и заработков молдавских мигрантов*

### 1.1.2 Медиаплатформы

По данным Национального агентства по регулированию в области электронных коммуникаций и информационных технологий (ANRCETI), эфирное и кабельное аналоговое телевидение остаются основным выбором потребителей. Большинство подписчиков кабельного телевидения – жители Кишинёва (60,6%) и Бэлць, второго по величине города (10,6%). Большинство из оставшихся 28,8% также являются городскими жителями. В частности, доступ к кабельному телевидению увеличился практически вдвое в 2006–2009 годах (см. Диаграмму 3).

Главный поставщик услуг кабельного телевидения – компания Sun Communications, владеющая долей рынка в 49,1%. Двум остальным лидерам на рынке принадлежат гораздо меньшие доли: у АМТ доля в 8,6%, а у техническо-коммерческого центра «Альфа» доля в 2,9%. Остальные 39% делят между собой мелкие фирмы. ANRCETI прогнозирует снижение численности поставщиков аудиовизуальных услуг, которые будут отставать от лидеров рынка при внедрении новых технологий, особенно цифровых.<sup>13</sup> Растущий оборот Sun Communications подтверждает эту тенденцию. Если в 2007 году её оборот равнялся 50% от общего объёма рынка кабельного телевидения, то в 2009 году оборот предприятия достиг 56%.<sup>14</sup>

Внедрение цифрового вещания находится пока на начальной стадии: процесс был начат во второй половине 2007 года компаниями Sun Communications и Arax-Imrex, которые ввели технологии стандарта DVB-C (Европейский стандарт кабельного цифрового телевидения). К 2008 году количество пользователей цифрового телевидения составляло 5,2% от общего числа пользователей кабельного телевидения (11,952 подписчиков). В 2009 году их число выросло на 30% по сравнению с предыдущим годом, составив 17,257 подписчиков. Концепция введения наземного цифро-

13. ANRCETI, Отчёт о деятельности Национального агентства по регулированию в области электронных коммуникаций и информационных технологий и развитию рынка коммуникационных услуг в 2008 году, стр. 67, на [http://en.anrceti.md/files/filefield/RAPORT\\_anual\\_2008\\_engl\\_fin\\_publ.pdf](http://en.anrceti.md/files/filefield/RAPORT_anual_2008_engl_fin_publ.pdf) (проверено 13 апреля 2011), далее ANRCETI, 2008, Отчёт.

14. ANRCETI, Отчёт о деятельности Национального агентства по регулированию в области электронных коммуникаций и информационных технологий и развитию рынка коммуникационных услуг в 2009 году, стр. 44, на [http://en.anrceti.md/files/filefield/2009\\_RAPORT\\_%28ENG%29.pdf](http://en.anrceti.md/files/filefield/2009_RAPORT_%28ENG%29.pdf) (проверено 5 июля 2011), далее ANRCETI, Отчёт 2009.

вого телевидения в Молдове была подготовлена в 2007 году (см. раздел 7). Один из первых шагов для её реализации был предпринят в октябре 2010 года, когда был сдан в эксплуатацию передатчик для перехода к цифровому вещанию.<sup>15</sup> Министерство информационных технологий и связи (МИТС) объявило о своём намерении начать переход к цифровому вещанию в 2011 году. Согласно заявлению Министерства, лицензии на трансляцию по цифровым сетям будут выданы как общественным, так и частным вещателям. Переход должен полностью завершиться к 2015 году.

Что касается IPTV, государственная компания Moldtelecom запустила его в феврале 2010 года. До 1 апреля 2010 года услуга предоставлялась бесплатно. Базовый пакет IPTV (*Premium*) включает 50 каналов за месячную абонентскую плату в 75 MDL (молдавских лей), плюс 50 лей за активацию приставки. Второй пакет (*Univers*) был представлен публике в ноябре 2010 года и включает больше каналов (75) за месячную абонентскую плату в 100 лей. Пакеты доступны при интернет-подключении через оптоволоконное соединение или асимметричную цифровую абонентскую линию (ADSL). Следующий оператор, предоставивший услугу IPTV через оптоволоконное соединение – StarNet. В феврале 2011 года StarNet начал предлагать услуги IPTV в высококачественном изображении.

Таблица 3.

Основные телевизионные и цифровые платформы 2005–2010 гг.

	2005		2006		2007		2008		2009		2010	
	Кол-во ДХ (млн)	% ОДХ	Кол-во ДХ (млн)	% ОДХ	Кол-во ДХ (млн)	% ОДХ	Кол-во ДХ (млн)	% ОДХ	Кол-во ДХ (млн)	% ОДХ	Кол-во ДХ (млн)	% ОДХ
Эфирный приём	0,64	65,85	0,64	65,85	0,60	57,85	0,59	54,61	0,54	50,23	0,515	46,11
– в том числе цифровой	н/д	н/д	н/д	н/д	н/д	н/д	н/д	н/д	н/д	н/д	н/д	н/д
Кабельное соединение	н/д	н/д	0,133	9,87	0,166	13,6	0,229	18,9	0,221	17,66	н/д	н/д
– в том числе цифровой	н/д	н/д	н/д	н/д	н/д	н/д	0,012	0,988	0,017	1,38	н/д	н/д
Через спутник	н/д	н/д	н/д	н/д	н/д	н/д	н/д	н/д	н/д	н/д	н/д	н/д
– в том числе цифровой	н/д	н/д	н/д	н/д	н/д	н/д	0,002	0,16	0,0025	0,20	н/д	н/д
IPTV	н/д	н/д	н/д	н/д	н/д	н/д	н/д	н/д	н/д	н/д	н/д	н/д
Все подключения	0,108	8,02	0,133	9,97	0,175	14,37	0,237	19,57	0,226	18,08	н/д	н/д
– в том числе цифровой	н/д	н/д	н/д	н/д	н/д	н/д	0,013	1,14	0,02	1,58	н/д	н/д

Примечание: н/д: нет данных; ДХ: домохозяйство; ОДХ: общее число домохозяйств; в домохозяйствах с несколькими телевизорами, данные относятся к основному телевизору.

Источники: МСЭ, ANRCETI

15. Radiocom.md, «В Унгенах сдан в эксплуатацию передатчик DVB-T», (“*Punerea în exploatare a emițătorului DVB-T la SRTV Ungheni*”) на румынском языке на <http://www.radiocom.md/rom/Punerea+in+exploatare+al+emitorului+DVB-T+la+SRTV+Ungheni> (проверено 20 октября 2010).

По информации МСЭ, в 2009 году коэффициент использования интернета составлял 30% на 100 жителей.<sup>16</sup> Скорость и качество соединения также повысились за последние годы. В 2006 году интернет-соединения осуществлялись преимущественно через телефонную линию (73%), но к 2009 году число таких соединений свелось к 8,1%. На сегодняшний день 91,8% всех соединений – высокоскоростные. ADSL остаётся самой распространённой технологией высокоскоростного интернет-соединения: 76% всех высокоскоростных интернет-соединений в 2009 году совершались через ADSL.

На данный момент, большинство домохозяйств не оснащены аппаратурой для перехода от аналогового к цифровому вещанию. Однако последние изменения, особенно в отношении инвестиций в области услуг по передаче данных (как со стороны государства, так и со стороны частных предпринимателей), говорят о том, что перемены не за горами. В данное время доступ к интернету, кабельному и цифровому телевидению имеется в основном в городских местностях: более половины общего числа пользователей высокоскоростного интернета проживают в столице (106,300 пользователей или 56,7%), а процент подписчиков на 100 домохозяйств в пять раз выше в Кишинёве, чем в любом другом населённом пункте. И всё же разница между городской и сельской местностью начала в последнее время сокращаться. Между 2008 и 2010 годами доступ к интернету в сельских местностях практически удвоился. По данным ANRCETI, в 2008 году процент доступа к интернету в сельских местностях составлял около 2%, но к 2010 году коэффициент поднялся до 7%. В 2008–2009 годах национальный оператор связи Moldtelecom был самым крупным инвестором в области развития доступа к интернету в сельских местностях. Например, в 2009 году около 30% оборота Moldtelecom от предоставления услуг доступа к интернету и передачи данных, составляющего 25 миллионов долларов США, было направлено на развитие этих услуг в сельских местностях.

Широко распространена мобильная связь: во втором квартале 2010 года уровень проникновения мобильной связи составлял 80%.<sup>17</sup> В настоящее время в Молдове работают три сотовых оператора: Orange, Moldcell и Unite.<sup>18</sup> Услуги связи третьего поколения (3G) были впервые предоставлены компанией Moldcell 1 октября 2008. На сегодняшний день все три оператора предоставляют услуги 3G.

Число пользователей услуг 3G выросло почти втрое за последние два года. В первой трети 2009 года были зарегистрированы 15,600 пользователей этих услуг, а во второй трети 2010 года их число достигло 107,400.

---

16. Международный союз электросвязи, «Измерение информационного общества 2010» (*Measuring the Information Society 2010*), стр. 106, на [http://www.itu.int/ITU-D/ict/publications/idi/2010/Material/MIS\\_2010\\_without\\_annex\\_4-e.pdf](http://www.itu.int/ITU-D/ict/publications/idi/2010/Material/MIS_2010_without_annex_4-e.pdf) (проверено 5 июля 2011г.)

17. ANRCETI, *Развитие рынка: сектор мобильной телефонии*, на [http://en.anrceti.md/files/u1/telmob2010tr4\\_en.pdf](http://en.anrceti.md/files/u1/telmob2010tr4_en.pdf) (проверено 5 июля 2011г.)

18. До 2010г. существовал ещё один сотовый оператор, Eventis Mobile. Однако, в феврале 2010г. ANRCETI приняло решение о приостановке на два месяца действия лицензии оператора в стандарте GSM. Впоследствии эта приостановка была продлена на очередной двухмесячный, а потом и на неопределённый срок. См. <http://www.anrceti.md/news16062010> (проверено 5 июля 2011).

*Таблица 4.*  
Проникновение интернета и мобильной телефонии (в процентах от всего населения)

	2005	2006	2007	2008	2009	2010 (2-ой квартал)
Интернет	1,9	2,4	3,0	4,3	5,6	6,4
– в том числе высокоскоростной	0,3	0,6	1,3	3,2	5,2	6,1
Мобильная связь	32,3	39,6	55,0	67,8	78,1	80,1
– в том числе 3G	н/д	н/д	н/д	7,7	2,8	3,7

*Примечание:* н/д – нет данных; высокий показатель 2008г. был обусловлен бесплатным доступом к услугам 3G, предоставленным Moldcell в течение первых двух месяцев после официального запуска данной услуги (1 октября 2008г.)

*Источник:* МСЭ, ANRCETI

В стране существуют 38 операторов интернет-услуг (интернет-провайдеров), но большинство из них региональные и лишь некоторые предоставляют свои услуги по всей республике. Moldtelecom и StarNet – ведущие операторы интернет-услуг в стране, их общая доля рынка составляет 88,5%. Остальные 11,5% распределены между другими интернет-провайдерами, такими как, Orange, Sun Communications, Arax–Imprex, IDC и другими. Фактически все интернет-провайдеры находятся в Кишинёве. Moldtelecom остаётся единственным интернет-оператором, который предоставляет свои услуги по всей стране.

В конце 2009 года в Молдове было зарегистрировано около 1,29 миллионов пользователей интернета, что составляет почти 30% всего населения страны. Во втором квартале 2010 года было зарегистрировано 231,000 пользователей высокоскоростного интернета, большинство из которых – жители Кишинёва.

*Таблица 5.*  
Пользователи интернет услуг в Молдове, 2005–2010г.

Год	Число пользователей	Общее число населения	Процент населения (%)
2005	550,000	4,197,929	13,1
2006	727,000	3,815,677	19,0
2007	750,000	3,815,677	19,6
2008	850,000	3,815,677	22,2
2009	1,295,000	3,815,677	29,9
2010	н/д	3,563,700	н/д

*Примечание:* н/д – нет данных

*Источник:* МСЭ (2005–2008 годы), ANRCETI (2009–2010 годы)

В марте 2004 года в Кишинёве были зарегистрированы 183 интернет-кафе. В течение следующих пяти лет, их число существенно сократилось, так что в 2010 году осталось около десятка интернет-кафе. Изменение было обусловлено неоднократным снижением цен на компьютеры и интернет-услуги. Данные начала 2009 года указывают, что 59% пользователей пользуются интернетом дома, 34,3% — на работе, а остальные в интернет-кафе, на мобильных телефонах и т.д.

Несмотря на большое число интернет-операторов, предоставляющих доступ к высокоскоростному интернету, данная услуга недоступна в сельских местностях. Интернет-соединения через телефонную линию стоят дороже, чем самый дешёвый высокоскоростной пакет. К примеру, пакет ISDN 128 Ecom от Moldtelecom, предоставляет подключение через модем на скорости 128 кбит/с (загрузка–выгрузка) по цене 20 долларов США, тогда как высокоскоростной пакет MaxDSL Ecom того же оператора предлагает по той же цене скорость в 20 мбит/с (загрузка) и 1 мбит/с (выгрузка). Большинство операторов работают на местном уровне, но некоторые из них, среди которых StarNet и Sun Communications предлагают свои услуги также за пределами Кишинёва. До 2007 года все операторы предоставляли низкую скорость подключения по достаточно высокой цене.

## 1.2 Предпочтения в области СМИ

### 1.2.1 Главные перемены в потреблении новостей

Телевидение является основным источником информации для подавляющего большинства потребителей СМИ, чаще всего в форме аналогового эфирного телевидения. Оно не только остаётся главным источником информации для большинства населения, но и наращивает данный показатель: в 2005–2010 годах доступ населения к телевидению увеличился на 9%.<sup>19</sup> Телезрители являются главным образом жителями сельских местностей (58%) со средним образованием (54%) и лишь изредка – с высшим образованием (19%).

Для печатных СМИ, объясняют эксперты Людмила Андроник и Александру Бурдейный, истинные размеры читательской аудитории трудно установить из-за расхождений между реальным и официальным тиражом.<sup>20</sup> Обычно реальный тираж намного меньше официального: издатели предпочитают называть более крупные тиражи для поддержания высокого рейтинга в глазах читателей, конкурентов и рекламодателей.<sup>21</sup>

В период с 2005 по 2010 год газеты уступили своё место в списке главных источников информации.<sup>22</sup> Перемена обусловлена экономическим кризисом и ростом интернета. Кроме того, печатные

---

19. Институт общественной политики, *Барометр общественного мнения* (БОМ), май 2010г.

20. Интервью с Александром Бурдейным, главным редактором информационного агентства InfoMarket, Кишинёв, 11 февраля 2011 (далее, интервью с Александром Бурдейным) и Людмилой Андроник, экспертом ПР и медиа экспертом, Кишинёв, 11 февраля 2011 (далее, интервью с Людмилой Андроник).

21. См. В Готишан, «Тираж печатных СМИ Республики Молдова: Механизмы регулирования и мониторинга», в *Mass Media in Moldova*, декабрь 2008, стр. 4, на <http://www.ijc.md/Publicatii/eng/bmm/december2008eng.pdf> (проверено 5 июля 2011г.)

22. Институт общественной политики, *Барометр общественного мнения* (БОМ), май 2010г.



издания утратили доверие читателей. В 2004 году газетам как источнику новостей верили только 6% населения, а к 2010 году этот показатель упал до 2,1%. По сравнению с печатными СМИ, телевидение заслуживает доверие 67% пользователей, интернет – около 11%, а радио – 6%.

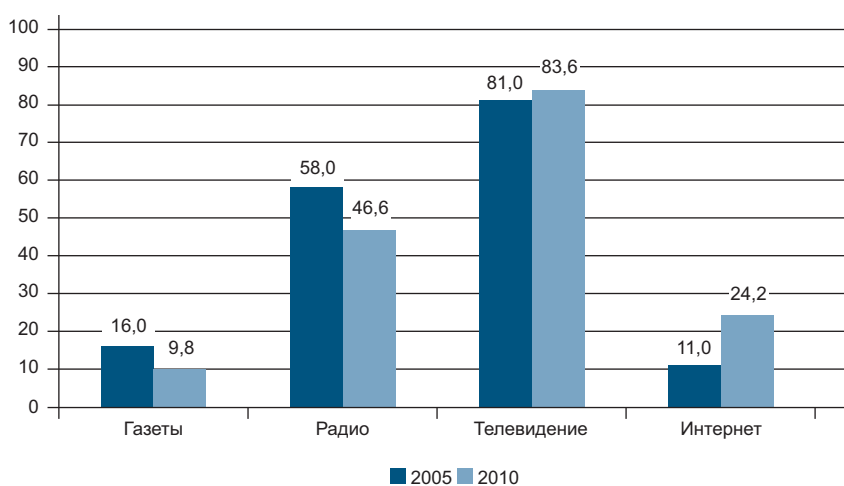
Также как и печатные издания, радио переживает упадок в качестве источника новостей. К тому же аудитория радио стареет всё больше: самые преданные слушатели находятся в возрасте от 60 лет.<sup>23</sup>

Самая большая перемена во вкусах аудитории – рост потребления информации в интернете. Тенденция более очевидна в городской местности, где интернет легко доступен. Всего лишь несколько лет назад, в 2005 году, интернет даже не был в списке самых предпочитаемых источников информации, а в 2010 году – около 20% респондентов указали интернет в качестве главного источника информации.<sup>24</sup> Возрастная категория больше всего использующая интернет в информационных целях – люди в возрасте от 18 до 29 лет с долей в 45,5%. Вторая возрастная категория – с 30 до 44 лет (19,6%), третья – с 45 до 59 лет (8,8%). Возрос и уровень доверия к интернету как к источнику информации. В 2007 году этот показатель составлял 3,3% и достиг 10,2% в 2010 году.<sup>25</sup>

Растущая популярность телевидения и интернета побудила телеведущих и интернет-издания разносторонне развивать свои услуги и предлагать зрителям новые продукты и контент улучшенного качества. Появились новые каналы телевидения, такие как телеканал общего профиля Publika TV и телеканал Jurnal TV, изначально тоже общего профиля, но позже перешедший на более развлекательный формат. Вначале канал имел только по интернет-вещание, а с 2010 года имеет также кабельное и спутниковое вещание.

Диаграмма 6.

Основные источники новостей в Молдове, в % от общей ежедневной аудитории, в 2005–2010гг.



Источник: ИОП, Барометр общественного мнения (БОМ), декабрь 2005г. и май 2010г.

23. Институт общественной политики, Барометр общественного мнения (БОМ), май 2010г.

24. Институт общественной политики, Барометр общественного мнения (БОМ), май 2010г.

25. Институт общественной политики, Барометр общественного мнения (БОМ), май 2010г.



### 1.2.2 Доступность различных новостных ресурсов

В сфере производства новостей телевидение занимает ведущее место. Качество новостей и информационных программ стабильно растёт, чему вероятнее всего способствовало появление ощутимой конкуренции. Начиная с 2009 года рынок СМИ в целом, и рынок телевидения в частности, испытал значительный прилив иностранных инвестиций, стимулирующий рост конкуренции и качества аудиовизуальной продукции. В 2009–2010 годах на рынок вышла влиятельная румынская медиагруппа Realitatea–Catavencu, запустившая новый телеканал Publika TV и новую радиостанцию Publika FM. Кроме того, на рынок вышла немецкая компания Rheinstein Media Management, инвестиции которой в Jurnal Trust Media привели к открытию нового телеканала Jurnal TV и радиостанции Jurnal FM (см. раздел 6.1.2). Многие телеканалы стали разносторонне развивать свои продукты, особенно посредством онлайн-платформ. Практически каждый канал имеет собственный вебсайт, на котором выложены новости, программы, видео в реальном времени, расшифровки интервью, а также многочисленные таблицы и диаграммы.

Радиостанциям приходится нелегко в том, что касается вкусов публики из-за впечатляющего развития интернет-сайтов и телеканалов. На данный момент самый популярный радио-формат – современное хит-радио, в основном передающее музыку и выпуски новостей. Многие радиостанции в Молдове являются филиалами румынских радиостанций (такие, как Kiss FM или Radio 21) или российских радиостанций (такие, как Хит ФМ, Европа Плюс или Русское Радио). Новейшей тенденцией стал запуск радиостанций, транслирующих в основном материалы телеканалов (например, Publika FM, Jurnal FM, Prime FM). Некоторые радиостанции создали собственные интернет-сайты, используя их для публикаций интервью, новостей и программ в текстовом формате, а также для ведения интернет-журналов (блогов) и потокового радио.

Достоверных данных о тиражах молдавских газет не существует, равно как и данных о миграции читателей с печатных к интернет-версиям изданий. Из-за этого крайне трудно сравнивать аудитории. Всё же пока ни одно издание не прекратило издавать свою печатную версию и не перешло на исключительно виртуальный формат. Большинство газет создали интернет-сайты, куда они обычно закачивают информацию, содержащуюся в печатных версиях. Однако некоторые из них добавили форумы и разделы для обсуждения, ленты новостей и интервью, которые отличаются от содержания печатных версий. Среди них, *Ziarul de Garda*, *Timpul*, *Jurnal de Chişinău* и *Adevărul*. Кроме того, некоторые из них предлагают блоги, потоковое видео, различные опции для обмена информацией посредством социальных сетей, таких как Facebook или Odnoklassniki.ru, а также RSS-каналы.

Есть несколько изданий, существующих исключительно в интернете, например: Unimedia.md, Stireazilei.md, Politik.md, Investigatii.md или Vesti.md. Обычно они публикуют новости, расследования, фото-галереи и видео-новости. Интернет становится самой динамичной платформой за последние несколько лет, претерпев существенные изменения. Контент новостных сайтов стано-

вится все более разнообразным, особенно в последнее время: теперь почти все главные новостные сайты предлагают новости (в текстовом формате или видео), прямую трансляцию с места различных событий и общественных мероприятий, а также с правительственных или парламентских заседаний, видео репортажи и журналистские расследования, блоги, комментарии пользователей, фото и видео, RSS-каналы и другие инструменты для обмена информацией.

Общее правило для всех сайтов – использовать платформу Web 2.0 и контент, предлагаемый на двух языках – румынском и русском. Английский язык используется нечасто. Большинство сайтов публикуют агрегированный контент, и даже те, которые создают собственный оригинальный контент, добавляют агрегированную информацию из разных источников (интервью, репортажи, сообщения информационных агентств, печатных изданий, телеканалов или радиостанций). За последние несколько лет самым популярным агрегатором был Moldova.org, но недавно его обошел Newsyam.md.

## 1.3. Новостные СМИ

### 1.3.1 Ведущие источники новостей

#### 1.3.1.1 Печатные СМИ

Установить истинный тираж молдавских печатных изданий остаётся весьма сложной задачей. Как уже отмечалось, издатели и учредители газет склонны превеличивать цифры для создания более успешного образа в глазах читателей и рекламодателей. В июле 2009 года по инициативе Центра независимой журналистики (Centrul pentru Jurnalism Independent, CJИ) был заложен фундамент для создания Бюро аудита тиражей и интернета (Biroul de Audit al Tirajelor si Internetului, БАТИ).<sup>26</sup> Организация была зарегистрирована в ноябре 2009 года с целью проверки истинных тиражей печатных изданий для большей прозрачности. Вступая в БАТИ, печатное издание должно указать свой настоящий тираж. На данный момент всего 10 печатных изданий из около 300, зарегистрированных Министерством юстиции республики Молдова, стали членами БАТИ.

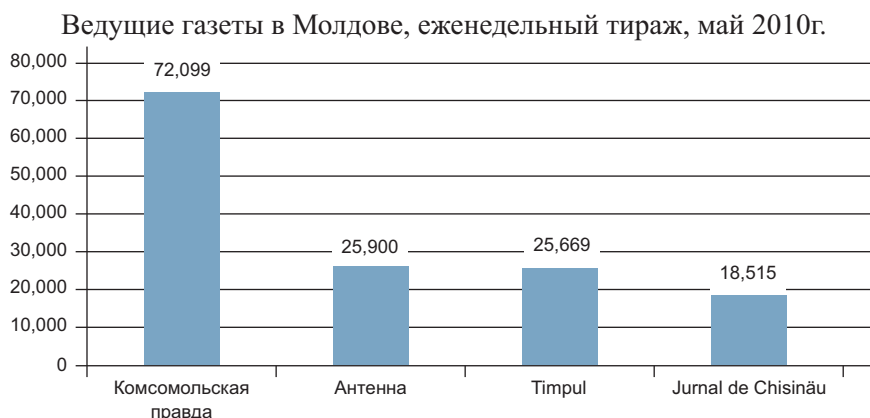
В настоящее время самым большим тиражом выпускается газета *Комсомольская Правда в Молдове* (русскоязычная «жёлтая» газета, филиал таблоида *Комсомольская Правда*, издаваемого в Российской Федерации). Основное содержание то же, что и в российском «материнском» издании, и лишь несколько страниц содержат материалы о Молдове. Вторая по тиражу – газета *Антенна*, русскоязычная газета, главным образом, покупаемая из-за ТВ-программы, с несколькими дополнительными рубриками о женщинах и семье, здоровье и развлечениях. Следом идут ежедневная газета *Timpul de Dimineață* (на румынском языке) и *Jurnal de Chișinău* (также на румынском, выпускается дважды в неделю).

---

26. БАТИ— некоммерческая организация, цель которой предоставлять точную информацию о тиражах газет, журналов и других печатных изданиях. См. <http://bati.md/>.

Все четыре вышеназванных издания сохраняли лидирующие позиции в течение нескольких лет, но вместе с падающей популярностью газет в качестве главного источника новостей, они потеряли и существенную долю читательской аудитории. В 2007 году недельный тираж *Антенны* насчитывал 55,000 экземпляров, в два раза больше нынешнего тиража; *Timput* уменьшил тираж практически вдвое (46,750 в 2007 году), а *Jurnal de Chişinău* сократился на 5,000 экземпляров. Единственное исключение – *Комсомольская Правда в Молдове*, увеличившая на 10,000 экземпляров свой тираж с 2007 года (60,000).<sup>27</sup>

Диаграмма 7.



Источник: БАТИ

### 1.3.1.2 Телевидение

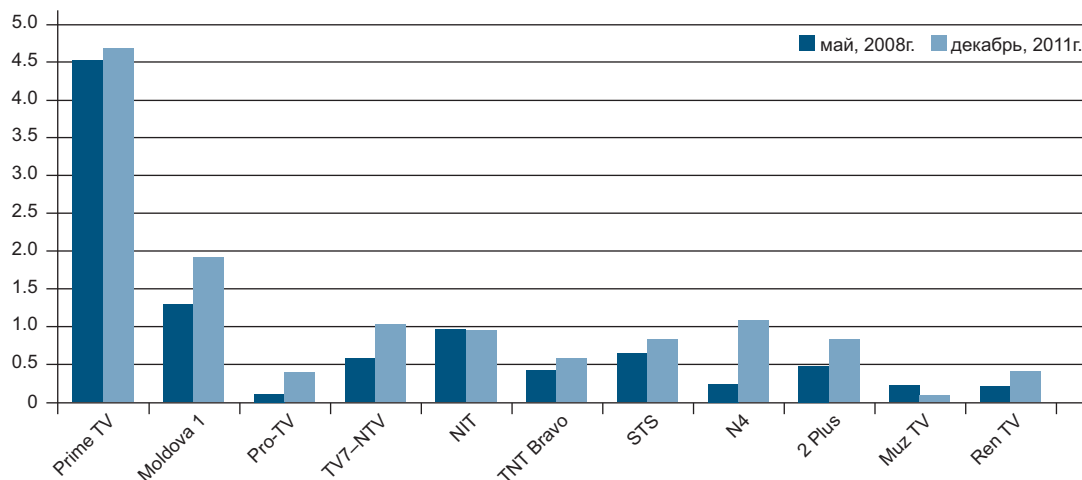
Самый популярный телеканал в Молдове по размеру общенациональной аудитории — Prime TV, лидирующий с самого начала проведения измерений аудитории в 2008 году. С большим отрывом за ним следует общественный канал Moldova 1. Лидирующая позиция обоих каналов объясняется их общенациональным покрытием.<sup>28</sup> В последнее время аудитория Moldova 1 стала расширяться, вероятнее всего, благодаря изменениям в редакционной политике вещателя.

27. Центр независимой журналистики, *Справочник СМИ в Молдове 2007*, на [http://www.ijc.md/eng/index.php?option=com\\_content&task=view&id=176&Itemid=34](http://www.ijc.md/eng/index.php?option=com_content&task=view&id=176&Itemid=34) (проверено 14 ноября 2011г.).

28. Четыре телеканала имеют общенациональное покрытие: Moldova 1 (97%–99% населения), Prime TV (92%–95%), 2Plus (87–92%) и NIT (около 60%). См. Иван Омелянюк, *Состояние цифрового наземного телевидения (ЦНТ) в бывшем СССР (The Status of Digital Terrestrial Television (DTT) in the Former USSR Republics)*, стр. 11, на <http://www.digitag.org/MembersOnly/Reports/Post-Soviet%20Report%20Version1.2.pdf> (проверено 5 июня 2011г.).

Диаграмма 8.

Динамика доли аудитории самых популярных телеканалов среди населения в возрасте 4+, 2008–2011 годы, в %

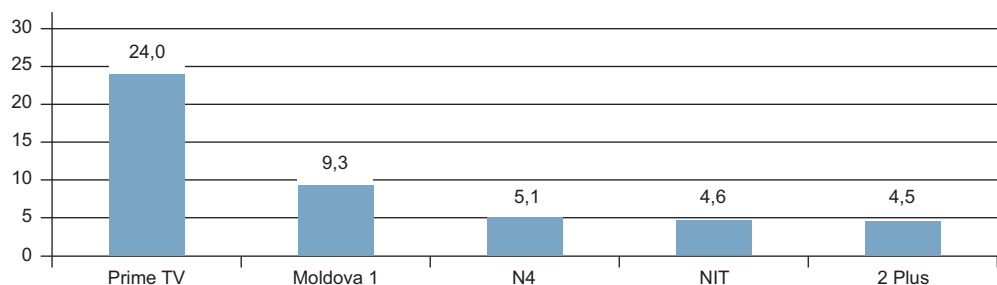


Источник: Television MR MLD, AGB Moldova

Среди первых пяти телеканалов только Moldova 1 создаёт и выпускает в основном свои собственные материалы и программы. Эфир остальных четырёх каналов заполняется приобретёнными программами или ретрансляцией иностранных телеканалов, главным образом, российских (ОРТ, ТВ Центр, НТВ) или румынских (TVR 1, Antena 1 или Antena 3). Кроме импортных программ, каждый телеканал создаёт собственные выпуски новостей, а некоторые – даже развлекательные программы, ток-шоу, дебаты и т.д. На каналах Moldova 1 и 2Plus трансляция осуществляется главным образом на румынском языке, но есть и несколько программ на русском, а на Prime TV, NIT и N4 – наоборот, основное вещание – на русском языке с несколькими программами на румынском.

Диаграмма 9.

Общенациональный рейтинг телеканалов среди населения в возрасте 4+, 2010г.



Примечание: Период исследования: с 1 января 2010г. по 31 октября 2010г.

Источник: Television MR MLD, AGB Moldova

### 1.3.1.3 Радио

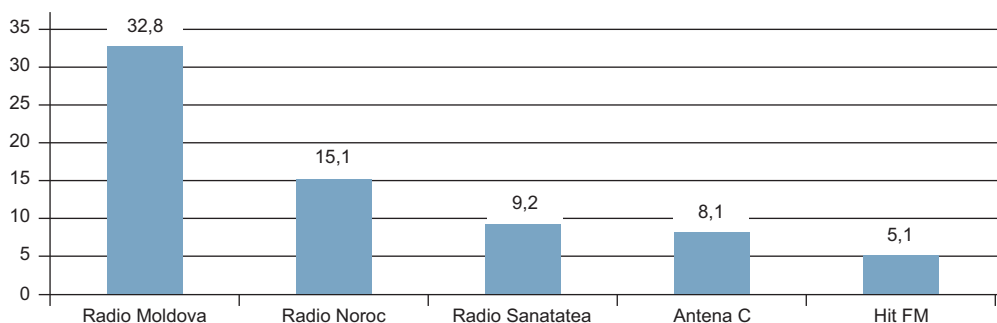
Политическая и социальная тематика преобладают в выпусках новостей, за которыми следуют экономические, спортивные и развлекательные новости и программы. Предрасположенность слушателей к той или иной радиостанции обусловлена их местом жительства. Городские жители предпочитают формат современного хит-радио: Хит-FM, Русское Радио, Retro FM или Kiss FM, вещающих в основном на русском (за исключением Kiss FM). Сельские жители предпочитают разговорные форматы (Radio Moldova, Radio Noroc и Radio Sănătatea, вещающие в основном на румынском). Частота выпусков новостей обычно не превышает 3–4 выпусков в день.

Немногие радиостанции, такие как, например, Radio Moldova или Radio Vocea Basarabiei, выпускают программы на отдельные темы, дебаты или радио ток-шоу. Измерение аудитории радио стало проводиться с 2010 года, позже, чем телеаудитории. Таким образом, хотя мы знаем о снижении популярности радио как новостного источника, рейтинги конкретных радиостанций остаются неизвестными.

Появилась тенденция запуска радиостанций—«филиалов» телеканалов или специализированных изданий (например, Publika FM, Aquarelle FM, Jurnal FM). Так, Publika FM является радио-версией одноимённого телеканала, транслирующей большинство программ Publika TV. Другой пример – Aquarelle FM является радио-версией женского журнала Aquarelle. Радиостанция транслирует программы и ток-шоу с той же тематикой, что и печатное издание. Новости Jurnal FM сводятся к тем же темам, которые освещаются новостями Jurnal TV.

Диаграмма 10.

Общенациональный рейтинг радиостанций среди населения в возрасте 4+, май 2010г.



Источник: Институт общественной политики, *Барометр общественного мнения* (БОМ), май 2010г.

### 1.3.1.4 Онлайн

Рейтинг интернет-сайтов чаще всего измеряется количеством уникальных посетителей, зарегистрированных с помощью внутренних или внешних измерителей, таких как Top20.md, Topsite.com, Metrica.md, Alexa.com. Но не все вебсайты зарегистрированы на одних и тех же измерителях, что снижает точность статистики.

Таблица 6.

Самые посещаемые новостные интернет-сайты по количеству уникальных посетителей, октябрь 2010г.

Имя	Кол-во уникальных посетителей	Продолжительность посещения
Protv.md	458,707	7' 38"
Moldova.org	241,334	0' 56"
Unimedia.md	201,099	9' 40"
Allmoldova.com	169,817	3' 43"
Jurnal.md	150,441	5' 39"
Timpul.md	89,412	5' 13"
StireaZilei.md	40,512	4' 58"

Источник: Metrica.md, Google Analytics, Google Ad Planner; данные по Unimedia с Traffic.ro и Google Ad Planner

Интернет-порталы, такие как YouTube, Google и Yahoo!, имеющие огромную аудиторию во всём мире, также пользуются успехом в Молдове. Самые востребованные посетителями этих порталов услуги – это работа с поисковыми системами, просмотр фильмов и видеороликов, ленты новостей, а также скачивание фильмов и музыки.<sup>29</sup> По данным Google Ad Planner и Metrica.md, самым популярным сайтом в Молдове является Emusic.md, предоставляющий услуги по обмену файлами. Около 55% посетителей сайта – из Российской Федерации.

В ходе интервью для данного исследования эксперты предположили, что онлайн услуги продолжают медленно развиваться оттого, что Молдова слишком мала для использования всех возможностей, предлагаемых интернетом. В связи с отсутствием качественных автоматизированных методов отправки товаров, заказанных в интернете, практически не существует услуг электронной торговли. Это можно объяснить монополией государственного предприятия Posta Moldovei, которое не предоставляет такие услуги.

### 1.3.2 Телевизионные новостные программы

По данным AGB Moldova, самая популярная новостная программа – *Время*, на Prime TV. Информационный выпуск ретранслируется с российского государственного канала ОРТ и освещает ежедневные события в РФ. *Время* лидирует непрерывно с 2008 года, хотя и с чуть меньшей аудиторией, чем в 2009 году, составляющей в то время 13,14%. Вторая по уровню популярности программа (опять же, бессменная с 2008 года) – новости общественного канала Moldova 1 *Mesager* (в 19.00 на русском языке, в 21.00 – на румынском). Менее популярны новости NIT *Curier* (на румынском языке), TV7 *Сегодня в Молдове* (на русском языке) и *Cotidian* (на румынском), *Ştirile ProTV Chisinau* (на румынском) на телеканале ProTV Chisinau и *Obiectiv* (на русском и румынском

29. Alexa.com, *Самые посещаемые сайты в Молдове (Top Sites in Moldova)*, на <http://www.alexa.com/topsites/countries/MD> (проверено 29 апреля 2011г.).

языках) на канале N4. *Curier* находился в рейтинге первых пяти каналов с 2008 года, также как и *Сегодня в Молдове* и *Știrile ProTV Chisinau* с 2009 года, без особых колебаний аудитории. В категории новостных программ лидируют каналы Prime TV, Moldova 1 и NIT, что обусловлено их общенациональным покрытием и свободным доступом к их услугам. В период между 2000 и 2010 годом список самых популярных выпусков новостей практически не менялся.

Таблица 7.

Самые популярные телевизионные выпуски новостей в Молдове, июль–август 2010г.

Выпуск новостей	Язык	Channel	Дата	Рейтинг, в %
Время	русский	Prime TV	23 августа 2010	10,14
Mesager	румынский	Moldova 1	31 августа 2010	8,27
Curier	русский	NIT	7 июля 2010	3,76
Сегодня в Молдове	русский	TV7 NTV	8 июля 2010	2,64
Știrile ProTV Chisinau	румынский	ProTV	9 июля 2010	2,62
Cotidian	румынский	TV7 NTV	16 июля 2010	2,29

Источник: Television MR MLD, AGB Moldova

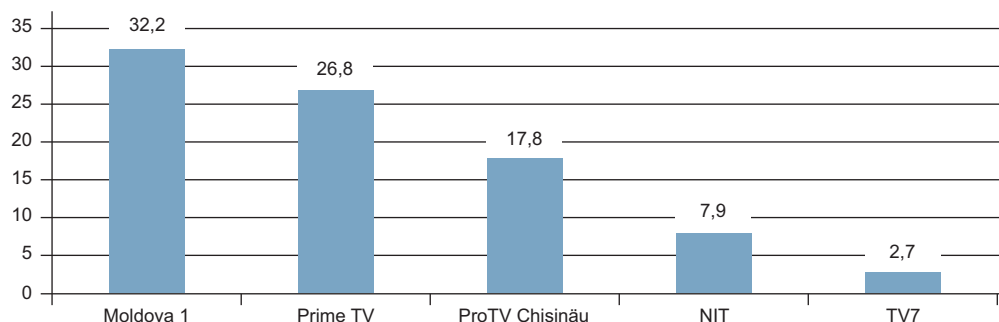
Тем не менее, некоторые исследования показывают иные результаты, чем AGB Moldova, как в плане общего рейтинга каналов, так и для новостных программ. Компания IMAS провела измерения аудитории по запросу ProTV Chisinau. Данные указывают на то, что хоть Prime TV и возглавляет список с долей аудитории в 21,7% , следом за ним идут ProTV Chisinau (9,6%) и Moldova 1 (8,4%).<sup>30</sup> Согласно данным IMAS, самой популярной новостной программой является *Primele știri* (в 21.00 на Prime TV), а на втором и третьем месте находятся *Știrile ProTV Chisinau* (в 20.00 на ProTV Chisinau) и румынский выпуск *Mesager* (в 21.00 на Moldova 1).

Предпочтения варьируются в зависимости от места проживания и бытовых условий телезрителей. В сельской местности отдаётся предпочтение новостям телеканалов с общенациональным покрытием, таким, как Moldova 1, Prime TV и NIT, в то время как городская публика предпочитает местные или региональные каналы (обычно доступные по кабелю), такие как ProTV Chisinau, TV7 или N4. Вероятнее всего, это обосновано тем, что кабельное телевидение обычно доступно лишь в городских местностях.

30. Опрос IMAS проводился в сентябре 2010г. Показательная выборка составила 1,142 человек, а допустимая погрешность – 2,9%. Оценка аудитории производилась по методу «вспоминание вчерашнего дня»: респондентам предлагали вспомнить, какие телеканалы они смотрели накануне.

### Диаграмма 11.

Рейтинг телеканалов по критерию первого источника новостей, в % от общей аудитории, май 2010г.



Источник: Институт общественной политики, *Барометр общественного мнения* (БОМ), май 2010г.

Формат и сюжеты выпусков варьируются от канала к каналу. Преобладают политические темы, коррупция, безработица, качество жизни и экономические сюжеты. Как и в случае с печатными СМИ, чаще всего показывают государственных чиновников и депутатов.<sup>31</sup> Определённое предпочтение политическим темам заметно на телеканалах NIT, N4 и Prime TV. Moldova 1 и TV7 предпочитают освещать больше социальных тем. ProTV Chisinau обычно фокусируется на сенсационных темах (коррупция, преступления, катастрофы), развлечениях и спорте.

Почти все каналы показывают новости на румынском и русском языках, за исключением ProTV Chisinau, который транслирует новости только на румынском.<sup>32</sup>

Родной язык телезрителей и формат телевидения определяют выбор канала. Большинство румыноязычной публики предпочитают ProTV Chisinau и Moldova 1, в то время как публика с русским, украинским или гагаузским родным языком смотрит Prime TV, NIT или TV7. Эта тенденция сохраняется с 2005 года.

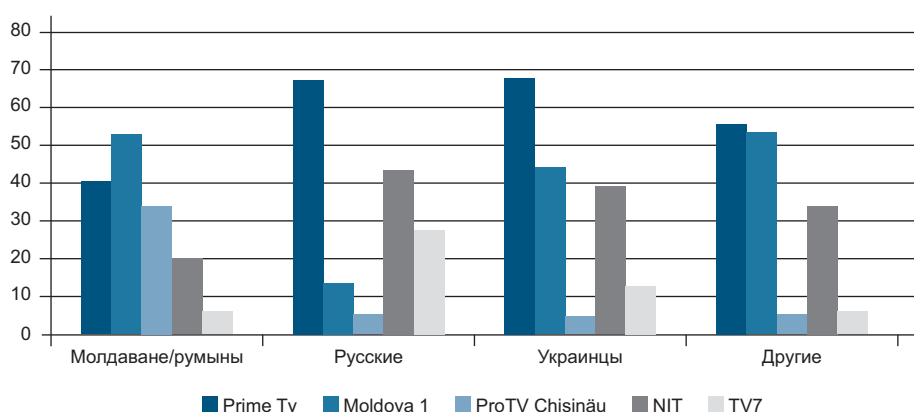
31. Центр независимой журналистики, *Освещение в СМИ вопросов, представляющих общественный интерес (Raport de Reflectarea de către mass-media a subiectelor de interes public)*, июнь 2010г., на румынском и русском на [http://www.ijc.md/index.php?option=com\\_content&task=view&id=566&Itemid=127](http://www.ijc.md/index.php?option=com_content&task=view&id=566&Itemid=127) (проверено 21 апреля 2011г.)

32. До 2005г. телеканал производил новости и на русском языке, однако, по словам Артура Коргенче, директора новостного департамента ProTV Chisinau, «от них пришлось отказаться потому, что аудитория русскоязычного и румынскоязычного выпуска была одной и той же, так что мы заменили его на ток-шоу для женщин, также на русском языке.» Интервью по электронной почте с Артуром Коргенча, 10 декабря 2010г.



Диаграмма 12.

Этнический состав телевизионной аудитории, в % от общей аудитории канала, май 2010г.



Источник: Институт общественной политики, *Барометр общественного мнения* (БОМ), май 2010г.

### 1.3.3 Влияние цифровых СМИ на качество новостей

За последние пять лет самые большие изменения в том, что касается качества новостей, произошли в области интернет-платформ. Новостные сайты стали лучше разрабатывать свой контент, начиная с основного (т.е. текстовые новости) и постепенно продвигаясь к сложным мультимедиа характеристикам, например, видео в реальном времени, прямая трансляция и другим. Большим успехом пользуется «гражданская журналистика», предоставляющая возможность обычным пользователям снимать видео и аудиоролики и выкладывать их в интернет, которые нередко становятся сенсационными материалами для телевизионных, радио и печатных СМИ. В то же время аудиовизуальный контент в интернете заставил многих пересмотреть потенциал блогов как источников новостей.

Кроме того, интернет предоставил печатным СМИ немало возможностей разнообразить свою продукцию и, таким образом, расширить свою деятельность. Они не только публикуют в интернете материалы из печатной версии издания (иногда даже полную версию СМИ), но и создают и распространяют разные видео и аудио сюжеты, презентации и мультимедиа, не говоря уже об опции комментариев на разные темы, что в свою очередь помогает журналистам дополнительно отслеживать развитие событий.

Интернет также позволил радиостанциям привнести разнообразие в свою продукцию, например, путем публикаций расшифровок аудио материалов. Успешнее всего работают с этим вебсайты Радио «Europa Libera» в Молдове (Europalibera.org) и Radio Vocea Basarabiei (Voceabasarabiei.md). Кроме воспроизведения интервью и репортажей в текстовом формате, они размещают блоги известных политических и экономических аналитиков и лидеров общественного мнения в Молдове.

Цифровые СМИ прямым образом содействовали установлению новых стандартов скорости производства новостной продукции. Экстренные выпуски новостей стали незаменимой частью продукции телеканалов и новостных вебсайтов, позволяя публике следить за последними местными и международными событиями.

Телеканалы также используют интернет для расширения своего контента. Практика ProTV.md хорошо иллюстрирует эту тенденцию: телеканал предоставляет не только видео новости, но и полные записи событий, безо всяких комментариев. Таким образом, зритель имеет возможность создать для себя более полную картину событий. Во-вторых, вебсайты телеканалов выходят за рамки обычных телевизионных услуг тем, что позволяют зрителям просматривать либо программу целиком, либо только интересующие их отрывки.

## 1.4 Оценки

Газеты и радио уступили свою роль главного источника информации в молдавском обществе, а также частично утратили доверие своих пользователей. В ходе интервью для данного исследования эксперты предположили, что значительное число читателей перешло к другим ресурсам, особенно к интернету. Один из возможных аргументов данного изменения – растущий доступ к интернету и достаточно низкие затраты связанные с ним.<sup>33</sup> Рост числа персональных компьютеров оказал непосредственное воздействие на распространение интернета и увеличение числа пользователей интернета, являясь, таким образом, главным фактором развития цифровых СМИ за последние пять лет в Молдове.

Телевидение как источник новостей стабильно растёт в предпочтениях публики, всё больше завоевывая её доверие. Одним из самых значимых событий в сфере электронных СМИ стало появление нескольких новых, взаимосвязанных радио и телеканалов.

С другой стороны, интернет предоставил СМИ больше возможностей диверсифицировать собственную платформу. Большинство газет, радио и телеканалов имеют собственные вебсайты, где они могут размещать контент, отличающийся от их обычной продукции. В случае телевидения, это могут быть новости или видео в реальном времени, в случае радио – прямая трансляция, а для газет – это обычно компоненты мультимедиа.

В некотором смысле, оцифровка оказала воздействие на новостную и информационную продукцию в целом, но из-за достаточно низкого темпа перехода к цифровым технологиям, изменения не особенно заметны.

---

33. Интервью по электронной почте с Кориной Чепой, медиа экспертом и директором Высшей школы журналистики в Кишинёве, 10 декабря 2010 (далее, интервью с Кориной Чепой).

Новостные вебсайты получили широкое распространение, и их популярность непрерывно растёт. До недавнего времени их контент сводился к воспроизведению информации из других источников, но постепенно всё больше вебсайтов стали создавать собственный контент, что способствовало росту конкуренции между отдельными вебсайтами и среди СМИ в целом.

Новым возможностям сопутствовали новые проблемы, такие как цифровое неравенство между городским и сельским населением в том, что касается доступа к последним технологиям и новейшим платформам. Кабельное телевидение и высокоскоростной интернет всё ещё малодоступны для сельских жителей. Ещё одно серьёзное препятствие для развития цифровых СМИ – доминирование нескольких крупных участников рынка интернета, таких как Moldtelecom. В результате недостаточная конкуренция замедляет рост качества аудиовизуальных услуг.

## 2. Цифровые медиа и государственные или общественные вещатели

### 2.1 Общественные и государственные институты

#### 2.1.1 Обзор общественных медиа, новостной и информационной продукции

Общественные СМИ в Молдове разделяются на две категории: государственные СМИ старого типа (т.е. государственное информационное агентство MoldPresa) и реформированные общественные СМИ (т.е. национальный общественный вещатель Телерадио–Молдова (ТРМ), общественный вещатель Телерадио Гагаузия, а также несколько печатных СМИ, частично финансируемых из государственных средств). Оба общественных вещателя, ТРМ и Телерадио Гагаузия, руководствуются Кодексом телевидения и радио и собственными уставами.<sup>34</sup> Государственное информационное агентство MoldPresa также имеет собственный устав, согласно которому MoldPresa функционирует на основе самофинансирования (хотя на практике самофинансирование не действует, так как правительство всё ещё предоставляет агентству помещения и субсидирует затраты по распространению).

В настоящее время агентство MoldPresa осуществляет три главных вида деятельности: издаёт *Официальный монитор (Monitorul Oficial)*, выпускает новости и фотохроники. В соответствии с Уставом, агентство MoldPresa должно освещать деятельность правительства, парламента и президента страны, а также предоставлять услуги редактирования, печати и рекламы, вместе с фото и видеопродукцией и маркетингом.<sup>35</sup>

---

34. Глава 7 Кодекса телевидения и радио целиком посвящена деятельности Общественной национальной телерадиокомпания «Телерадио-Молдова». См. на [http://www.apel.md/public/upload/en\\_audiovisual\\_code.pdf](http://www.apel.md/public/upload/en_audiovisual_code.pdf) (проверено 5 июля 2011); уставы общественных вещателей доступны на <http://trm.md/index.php?add=39> (проверено 5 июля 2011)

35. Постановление правительства Республики Молдова об утверждении Устава государственного информационного агентства MoldPresa ГП, Н. 532 от 06 мая 2003г., *Monitorul Oficial* No. 84-86/565, 16 мая 2003г.

Во время правления коммунистов агентство MoldPresa не пользовалось доверием общества и часто становилось объектом критики со стороны СМИ и общественности из-за политической предвзятости. Директор еженедельной газеты *Ziarul de Garda* Алина Раду говорит, что «информация, предоставляемая агентством, прямо указывала на глубокую ангажированность MoldPresa. Со сменой власти, можно сказать, что теперь агентство только наполовину ангажировано».<sup>36</sup>

Бывший директор агентства Валериу Реницэ, возглавлявший агентство в 2004–2009 годах, до своего назначения на должность директора работал советником Владимира Воронина. Традиция назначения политически ангажированных директоров сохранилась и поныне, чем объясняется предвзятость в пользу правящей партии.<sup>37</sup> Нынешний директор, Влад Дарие, является членом ЛДПМ (либерал–демократической партии Молдовы), одной из партий правящей коалиции.

До 2005 года в собственности государства были несколько печатных изданий, а именно, газеты *Moldova Suverana* и *Независимая Молдова*. С 18 июня и, соответственно, с 1 июля 2005 года *Независимая Молдова* и *Moldova Suverana* были денационализированы, и правительство перестало считаться их издателем. Вскоре издания были приватизированы. Процесс денационализации был начат по решению Парламентской ассамблеи Совета Европы (ПАСЕ), которая потребовала от Молдавских властей денационализировать не только государственные печатные издания, но и все СМИ, учредителями которых являлись местные администрации. Однако, несмотря на приватизацию, издательская политика осталась всё той же, и эти издания продолжали пользоваться государственными льготами и субсидиями (см. раздел 7.3).

Существует около сорока СМИ, полностью или частично финансируемых из государственных средств, большинство из них – муниципальные или местные газеты. Процесс денационализации этих изданий был начат только во второй половине 2010 года, одновременно с разработкой законопроекта о разгосударствлении изданий, финансируемых из государственных средств.<sup>38</sup> Семнадцатого сентября 2010 года Парламент принял данный закон, который вступил в действие после его опубликования в *Monitorul Oficial*.<sup>39</sup>

Общественная национальная телерадиоорганизация компания Телерадио–Молдова – это бывший государственный теле и радиовещатель, созданный в 1958 году, ставший впоследствии общественной компанией. Компания вещает по всей территории страны и финансируется главным образом из государственного бюджета, выделяемым Парламентом (см. раздел 6.2.1). В её состав входят телеканалы Moldova 1 и Moldova International, а также радиостанции Radio Moldova и

---

36. Интервью с Алиной Раду, директором *Ziarul de Garda*, Кишинёв, 16 ноября 2010г. (далее, интервью с Алиной Раду).

37. Пункт 15 Устава агентства предусматривает, что «агентство управляется генеральным директором, который назначается и устранивается Учредителем». В данном случае, учредителем является правительство.

38. Закон о разгосударствлении публичных периодических изданий, проект доступен на [http://api.md/files/15-proiect\\_lege\\_deetatizare.pdf](http://api.md/files/15-proiect_lege_deetatizare.pdf) (проверено 5 июля 2011г.).

39. Интервью по электронной почте с Еудженем Урушчуком, главным редактором информационного агентства Monitor Media, 11 ноября 2010г. (далее, интервью с Еудженем Урушчуком).

Radio Moldova International. Кодекс телевидения и радио, принятый Парламентом 27 июля 2006 года,<sup>40</sup> устанавливает, что Общественная национальная компания является общественной службой вещания, обладающей издательской независимостью и свободой, существует на общественные деньги и должна предоставлять услуги всему обществу и транслировать на территории всей страны. Оба национальных вещателя должны производить и транслировать новости и программы на социальные, политические, экономические и международные темы, а также создавать сюжеты о культуре, образовании, спорте, светской жизни. Кодекс телевидения и радио далее определяет, что для общественных вещателей соблюдение равноудалённости и объективности в освещении всех новостей и событий является обязательным. Они также должны продвигать ценности демократии, толерантности, современности и свободы, и удовлетворять потребности всех этнических, социальных и экономических групп населения Молдовы.

Канал Moldova 1 показывает семь выпусков новостей ежедневно: один на русском и шесть на румынском языке. *Messenger* является главным новостным выпуском телеканала, его длительность составляет 40 минут и освещает внутренние и международные события. Общая длительность выпусков новостей на Moldova 1 – около 200 минут, то есть около 13% от всего эфира. Общественный радиовещатель Radio Moldova каждый час транслирует 10-минутные выпуски новостей. Новости и информационные программы составляют около 25% от его общего эфира.

Компания Телерадио Гагаузия является региональным вещателем АТО Гагаузия.<sup>41</sup> Она включает в себя один телеканал и радиостанцию – ТВ Гагаузия и Радио Гагаузия. Деятельность компании контролируется местной властью. При этом Кодекс телевидения и радио содержит условие, которое распространяется и на региональных общественных вещателей: в регионах, населённых преимущественно национальными меньшинствами, каким и является Гагаузия, минимум 20% от общего вещания должно вестись на государственном языке (румынском).<sup>42</sup> ТВ Гагаузия и Радио Гагаузия вещают на гагаузском (50%), русском (30%) и румынском (20%) языках. Радио Гагаузия каждый час транслирует выпуски новостей длительностью от 7 до 10 минут, а ТВ Гагаузия – по 6 выпусков новостей в день.

Национальные телевизионные и радио вещатели покрывают 99% территории страны. Доступ к их службам можно получить путём простого эфирного подключения. Среди всего населения Молдовы, согласно измерениям AGB Moldova, национальная общественная служба Moldova 1 занимает второе место после частного канала Prime TV (см. раздел 1.3.1 и 1.3.2).

---

40. Кодекс телевидения и радио Республики Молдова, н. 260-XVI от 27 июля 2006г., опубликованный в *Monitorul Oficial* No. 131-133/679 от 18 августа 2006г., на румынском языке на [http://ijc.md/Publicatii/mlu/legislatie/codul\\_audiovizialului.pdf](http://ijc.md/Publicatii/mlu/legislatie/codul_audiovizialului.pdf) (проверено 5 июля 2011) (далее, Кодекс телевидения и радио).

41. АТО Гагаузия или Gagauz-Yeri – это один из автономных регионов на юго-западе страны, населённый преимущественно гагаузами (тюркским народом, исповедующим православие). В декабре 1994г. Парламент признал автономию этого региона, а в 1995г. после местного референдума были установлены его границы. Общая площадь Гагаузии – 1,830 км<sup>2</sup>, численность населения – 155,587 жителей.

42. Кодекс телевидения и радио, статья 11.9.

До сих пор отдельные измерения или качественный анализ изменений в новостном вещании национальной общественной службы не проводились. Тем не менее, согласно данным исследований СЛ, во время предвыборной кампании парламентских выборов 28 ноября 2010 года «редакционная политика общественных каналов Moldova 1 и Radio Moldova отличалась от подхода, проявленного ими в избирательной кампании 2009 года. Эти каналы отказались от практики открывать выпуски новостей материалами о центральных органах власти и о правящих партиях. Каналы обеспечили плюрализм мнений в новостях и других иллюстративных материалах, уделяя, вместе с тем много внимания и гражданскому просвещению избирателей. В большинстве случаев сюжеты подавались в нейтральном ключе...»<sup>43</sup>

Корина Чепой, директор Высшей школы журналистики в Кишинёве, придерживается мнения, что изменения в качестве продукции новостей общественного вещателя стали возможными благодаря смене руководителей ТРМ в январе 2010 года. «Редакционная политика общественных вещателей изменилась в лучшую сторону, и это отразилось в разнообразии мнений, присутствующих в новостях Moldova 1 и Radio Moldova, которые на самом деле стали более объективными», – заметила Корина Чепой.

### 2.1.2 Цифровые технологии и общественные службы

Переход ТРМ на цифровые технологии проходит крайне медленно. Вебсайт ТРМ Trm.md устарел и серьёзно уступает в качестве даже средним частным новостным сайтам. По словам Виорелу Роману, эксперта в IT и веб-программировании,<sup>44</sup> «...хотя Trm.md в принципе создан по современным технологиям, они не используются там, где следовало бы. Информация однообразна и представлена хаотично, что очень затрудняет поиск и чтение материалов».

Кроме того, что прогресс идёт медленными темпами, он остаётся привилегией жителей городской местности. В то время как городская публика имеет доступ к разным платформам, включая цифровые, для сельской местности практически недоступны методы распространения продукции общественных служб вещания.

Ни у Moldova 1, ни у Radio Moldova нет собственных вебсайтов, так что продукция обеих служб выкладывается на корпоративном вебсайте компании. Таким образом, на том же сайте размещены новости, видео и аудио репортажи, законодательные акты, касающиеся деятельности вещателя, устав компании и краткие обзоры программ. Кроме того, предоставляются услуги прямой видеотрансляции и потокового радио, а также записанные блоки новостей и передачи. Вебсайт не имеет интерактивных элементов, равно как и возможностей для отзывов публики. Одна из главных при-

---

43. Центр независимой журналистики, *Мониторинг СМИ в избирательной кампании по досрочным парламентским выборам 28 ноября 2010 года*, на [http://www.ijc.md/Publicatii/monitorizare/Raport\\_final\\_maleg\\_ro.pdf](http://www.ijc.md/Publicatii/monitorizare/Raport_final_maleg_ro.pdf) (проверено 5 июля 2011).

44.



чин, препятствующая созданию качественных, интерактивных вебсайтов для каждого вещателя – отсутствие денежных ресурсов, направленных на развитие цифровых технологий (см. раздел 2.1.3).

По данным Metrica.md, в феврале 2011 года Trm.md находился на 26 позиции в списке популярных вебсайтов Молдовы. При 62,000 уникальных посетителей в месяц его рейтинг немного выше – 10-е место среди новостных вебсайтов и СМИ.

За последние несколько лет цифровые технологии не оказали особенного влияния на ситуацию в сфере общественных СМИ. Единственным значимым событием стало открытие канала Moldova 1 International в январе 2007 года, но три года спустя, в январе 2011 года, местные СМИ объявили, что трансляция канала Moldova 1 International приостановлена в связи с отсутствием контракта с компанией, распределяющей сигнал.

### 2.1.3 Государственная поддержка

До сих пор правительство не принимало участие в финансировании цифровизации общественных медиа, хотя и проявило политическую поддержку цифровых проектов.

Еуджен Урушчук, главный редактор информационного агентства Monitor Media, отмечает, что «техническое оснащение общественных вещателей заметно устарело, что является серьёзным препятствием для перехода к цифровому вещанию».<sup>45</sup> Недавно было начато оснащение общественных вещателей новым оборудованием, начиная с выделения государственных средств в этих целях и при поддержке нескольких иностранных правительств. Министерство иностранных дел Словакии подписало меморандум с ТРМ на предоставление финансовой помощи в 100,000 евро.<sup>46</sup> Сумма пошла на переоборудование по современным стандартам с целью повышения качества вещания ТРМ, а также конкурентоспособности национального вещателя.

И всё же финансирование не проводится на постоянной основе и не является достаточным. Думитру Лунгу, исполнительный директор компании Web Consulting, отвечающей за программирование и администрирование вебсайта Trm.md, заявляет, что существует стратегия<sup>47</sup> по созданию отдельных платформ для Moldova 1 и Radio Moldova, которая пока не реализуется. По словам Д. Лунгу, одна из самых сложных проблем – «нехватка денег для данного проекта». На данный момент не существует никаких планов для дальнейшего инвестирования в онлайн услуги ТРМ.<sup>48</sup> Чтобы вебсайт стал на самом деле конкурентоспособным и интересным для публики, по мнению Д. Лунгу, нужны «оборудование для качественного видео в реальном времени и потокового радио,

---

45. Интервью с Еудженом Урушчуком.

46. Доклад Министерства иностранных дел «О реализации министерством и дипломатическими миссиями стратегии по привлечению инвестиций и продвижению экспорта в 2006-2015гг.»

47. Новая концепция Стратегии доступна на румынском языке на [http://trm.md/concept/1\\_Cerintele%20generale.pdf](http://trm.md/concept/1_Cerintele%20generale.pdf) (проверено 5 июля 2011).

48. Интервью с Думитру Лунгу, исполнительным директором компании Web Consulting, 18 марта 2011г.



которые обойдутся, наверное, в 20,000 евро или около того, а также надёжные онлайн услуги, подкасты для пользователей за границей, и т. д. В компании Телерадио–Молдова ничего из этого нет.»

Что касается перехода к цифровому вещанию, общие затраты Молдовы относительно невелики по сравнению с другими странами СНГ. Территория страны небольшая, так что расходы на техническое оборудование для покрытия всей территории будут тоже сравнительно небольшими. По мнению некоторых экспертов, общий бюджет, необходимый для перехода на цифру, составляет около 3 миллионов евро.<sup>49</sup>

В аналоговую эпоху в большинстве случаев поддержка общественного вещателя правительством имела политическую мотивацию, это приводило к необъективному освещению событий. Общественная служба вещания пользовалась привилегированным доступом к политическим событиям, конференциям и другим новостям. Медиа эксперты придерживаются мнения, что подобные привилегии восходят к эпохе Советского Союза, когда пресса выступала исключительно в роли выразителя мнения правительства. Вплоть до нынешнего времени политики склонны отдавать предпочтение общественным СМИ в том, что касается интервью, так как благодаря своему общереспубликанскому покрытию, они могут предоставить лучшее освещение в прессе. Иногда корреспондентов общественных СМИ включают в состав официальных делегаций в различные поездки за границу, а расходы покрываются из государственного бюджета.

#### 2.1.4 Общественные СМИ и цифровое вещание

Переход к цифровому вещанию находится на повестке дня правительства вот уже пять лет. В 2007 году правительство утвердило Концепцию введения наземного цифрового телевидения,<sup>50</sup> тем не менее, концепция до сих пор не реализована, а иных документов в данной области практически не существует. В июне 2010 года Министерство информационных технологий и связи закончило разработку проекта *Стратегии перехода от наземного аналогового телевидения к цифровому наземному телевидению*,<sup>51</sup> утверждение которой, однако, запаздывает. Таким образом, нормативно-правовая база для перехода к цифровому вещанию фактически отсутствует (см. раздел 7.1.1), прогресс в области цифровых технологий идет медленно, а влияние существующих цифровых наземных платформ на общественную службу вещания ещё слишком рано оценивать.

Что можно достоверно утверждать на данный момент – это то, что предприятие Radiocomunicatii, национальный государственный оператор в области трансляции телевидения и радиовещания, будет обслуживать платформу цифрового наземного телевидения (ЦНТ). Первые пробные транс-

---

49. Иван Омелянюк, *Состояние цифрового наземного телевидения (ЦНТ) в республиках бывшего СССР (The Status of Digital Terrestrial Television (DTT) in the Former USSR Republics)*, стр. 11, на <http://www.digitag.org/MembersOnly/Reports/Post-Soviet%20Report%20Version1.2.pdf> (проверено 5 июня 2011г.)

50. Техническое регулирование «Радиосвязь и радиовещание. Эффективное использование радиочастотного спектра и избежание помех», утверждённое Приказом МИР № 52 от 28.04.2007 «об утверждении двух технических регламентов», на [http://www.mtic.gov.md/img/gis/hg/52\\_rou.pdf](http://www.mtic.gov.md/img/gis/hg/52_rou.pdf) (проверено 5 июля 2011).

51. Данный проект Стратегии, а также другие сопутствующие законодательные акты доступны на [http://www.mtic.gov.md/pl\\_remis/162111/](http://www.mtic.gov.md/pl_remis/162111/) (проверено 4 января 2011г.)

ляции ЦНТ с одного передающего устройства были начаты в сентябре 2003 в Кишинёве. Второй передатчик был сдан в эксплуатацию в октябре 2003 года. На данном этапе работает один мультиплекс, который предоставляет доступ к четырём программам телевидения. Ещё одно пробное ЦНТ работает в городе Слобозия.

К концу 2009 года ожидался запуск общенациональной или региональной платформы ЦНТ, однако первые конкретные шаги к этому были предприняты всего лишь в октябре 2010 года, одновременно с установкой национальным оператором Radiocomunicatii нового оборудования для приёма цифрового наземного сигнала. Ожидается, что после окончания оцифровки наземных платформ, около 8 телеканалов смогут вещать через первый мультиплекс, использующий метод сжатия MPEG-4 AVC. Запуск второго мультиплекса должен состояться к 2012 году, что предоставит зрителям доступ к 16 телеканалам.

## 2.2 Обеспечение общественных интересов

### 2.2.1 Восприятие общественных СМИ

Восьмого августа 2004 года компания Телерадио–Молдова сменила статус государственного телевидения на статус общественного телевидения. Тем не менее, до 2010 года повестка дня в выпусках новостей и в информационных программах указывала на то, что Moldova 1 и Radio Moldova не переставали освещать события с точки зрения правящей партии, в ущерб интересам народа. Например, результаты выборов 5 апреля 2009 года показали, что ПКРМ досталось большинство мест в Парламенте, но в то же время отчеты местных и международных организаций отметили множество нарушений, повлекших за собой массовые протесты 6 и 7 апреля 2009 года (см. раздел 3.2.1). Румынские телеканалы TVR 1 и Realitatea TV детально освещали события и вели трансляцию с места событий в центре Кишинёва, в то время как общественные вещатели Moldova 1 и Radio Moldova транслировали спектакли, художественные фильмы и балет, совершенно игнорируя протесты на улицах Кишинёва. ТРМ начало освещать протесты лишь к вечеру 7 апреля 2009г, когда основные действия подходили к концу. Более того, по команде Партии коммунистов общественные вещатели начали масштабную операцию по дезинформации в связи с данной темой, распространяя необоснованные заявления о том, что протесты были организованы оппозицией с помощью румынского государства.

По данным журналистских и международных организаций, редакционная политика ТРМ значительно изменилась после выборов в июле 2009 года, когда коммунисты потеряли власть. Теперь в новостях и репортажах журналисты стараются следовать журналистским стандартам, отсутствовавшим вплоть до начала 2010 года.<sup>52</sup> Лишь с избранием нового руководства в 2010 году, которое

---

52. Ассоциацией электронной прессы в Молдове (APEL) были проведены ряд исследований примеров из практики и мониторинг данной ситуации. С результатами можно ознакомиться на <http://www.apel.md/news.php?l=en&idc=145&c=144>, <http://www.apel.md/lib.php?l=en&idc=159&c=144>, and <http://www.apel.md/news.php?l=en&idc=147&c=144> (проверено 5 июля 2011г.).

приняло стратегию реформирования общественных вещателей, были внесены чёткие внутренние требования к работе корреспондентов и созданию новостей. Перемены в редакционной политике общественных вещателей изменили публичное восприятие их роли.

До недавнего времени TV Moldova 1 и Radio Moldova воспринимались как инструмент массовой информации, который должен служить интересам органов власти и политиков и поддерживать их репутацию в глазах общественности. Это восприятие было особенно заметным в моменты определения бюджета компании. При анализе бюджета за последние несколько лет можно легко заметить, что в предвыборные годы суммы были значительно больше обычного (см. раздел 6.2.1), это даёт возможность предположить, что выделение средств рассматривалось как скрытый метод воздействия на принятие редакционных решений. Между тем коммунистическое руководство неизменно закрывало глаза на нарушения и отклонения в деятельности компании, такие как, например, неоднократные отказы предоставить финансовую информацию.

Эксперты замечают, что за последний год отношение политиков к общественному вещанию начало меняться, приобретая оттенки уважения и сотрудничества и отдаляясь от навязывания отношений подчинения. «Конечно, это не означает, что политикам не жаль терять власть над Общественной компанией, но это всего лишь первый шаг к становлению общественных вещателей как истинно служащих интересам своей аудитории», говорит Василе Ботнару, директор кишинёвского бюро радио «Europa Liberă». <sup>53</sup> Растущее уважительное отношение политиков к ТРМ обусловлено вышеупомянутыми изменениями в редакционной политике, равно как и репутацией новых руководителей – профессиональных журналистов с богатым опытом.

Более уважительное отношение политиков к Общественной вещательной компании (...) легко объяснимо тем, что новое правительство изначально объявило о своих намерениях предельно ясно строить отношения между Телерадио–Молдова и политическим классом. С самого начала всем было понятно, что отношения должны строиться на сотрудничестве, а не на подчинении, а руководство Телерадио–Молдова будет самостоятельно создавать свою редакционную политику и не станет терпеть вмешательства извне. <sup>54</sup>

Тем не менее, «даже теперь можно видеть, что политики считают, что Общественная компания им принадлежит, потому что «это мы выделяем им фонды, так что они могли бы, по крайней мере, много нас показывать в новостях», что на самом деле говорит об истинном менталитете и незрелости политического класса. В таком случае, автономность (...) будет зависеть от силы сопротивления как руководства компании, так и рядовых журналистов, намерениям политиков

---

53. Интервью по электронной почте с Василе Ботнару, директором кишинёвского бюро радио «Свободная Европа» (RFE/RL), 13 ноября 2010г. (RFE/RL – международная радиостанция в США, учреждённая Конгрессом.).

54. Интервью с Еудженом Урушчуком.

приручить Общественные СМИ», говорит Ион Бундуки, исполнительный директор Ассоциации электронной прессы Молдовы (APEL).<sup>55</sup>

Медиа сообщество Молдовы также рассматривало телеканал Moldova 1 и Radio Moldova как обслуживающие власть. Медиа эксперт Еуджен Урушчук считает, что это отношение ещё существует, хотя и в меньшей мере, скорее из-за чувства обиды, чем от непонимания роли общественной службы вещания.

Некоторые журналисты воспринимали с обидой тот факт, что их коллеги из Moldova 1 и Radio Moldova имели преимущества в некоторых ситуациях, связанных с доступом к органам власти, пресс-конференциям, событиям, информации или к должностным лицам как к источнику информации. В то же время в медиа сообществе присутствовало чувство жалости к коллегам из Moldova 1 и Radio Moldova, вечно страдающим из-за хронической нехватки оборудования по сравнению с частными вещателями: камеры были старые, компьютеры – устаревшие и не в достаточном количестве, микрофоны, диктофоны и другая техника – старая, и т.д.<sup>56</sup>

Однако с появлением компетентного, политически независимого руководства и с ощутимыми переменами в программах новостей взгляд журналистских кругов изменился. По словам И. Бундуки, «так же как и общество, журналисты заново открывают для себя новости общественного вещателя и начинают следить за его работой и продукцией, главным образом благодаря новым директорам компании».<sup>57</sup>

Пока не существует измерений общественного мнения, которые показали бы динамику общественного восприятия национального вещателя. В целом уровень медиаграмотности в стране низкий, и И. Бундуки полагает, что аудитория «пока не в состоянии сравнить то, что было до 2009 года с тем, что мы имеем сейчас» и не слишком понимает, в чём разница между государственными СМИ и общественными СМИ, или что значит быть непредвзятым в новостных сообщениях.

## 2.2.2 Обеспечение общественных интересов коммерческими СМИ

Единственный закон, обязательный для всех вещателей – Кодекс телевидения и радио. Вещатели также руководствуются положениями контрактов о предоставлении технической и вещательной лицензии. Вещатели обязаны соблюдать политический и социальный плюрализм, так же как и культурное, языковое и религиозное разнообразие, и должны информировать, воспитывать и развлекать аудиторию в рамках гарантированных законом основных свобод и прав человека.<sup>58</sup> Они

---

55. Интервью по электронной почте с Ионом Бундуки, исполнительным директором Ассоциации электронной прессы в Молдове (APEL), 7 ноября 2010 (далее, интервью с Ионом Бундуки).

56. Интервью с Еудженом Урушчуком.

57. Интервью с Ионом Бундуки.

58. Кодекс Телевидения и Радио, статья 7.1.

должны сохранять нейтральность и не транслировать программы, разжигающие ненависть на основе расовой, религиозной, национальной, половой принадлежности или сексуальной ориентации.

Кроме того, есть некоторые условия в Кодексе телевидения и радио, одинаково обязательные для всех вещателей, касающиеся трансляции информации, важной для общественности в чрезвычайных ситуациях. Статья 17 Кодекса радио и телевидения предусматривает: «(1) В случае возникновения серьезной угрозы национальной безопасности или конституционному порядку вещательные организации обязаны оперативно передавать во всех своих программах за свой счет официальные заявления Парламента, Президента и Правительства. (2) Вещательные организации незамедлительно и за свой счет передают во всех своих программах информацию, поступившую от центральных органов государственного управления, необходимую для защиты жизни, здоровья и безопасности людей, либо для предупреждения причинения ущерба собственности или окружающей среде».<sup>59</sup>

Во всех других случаях вещатели имеют право свободно создавать свои программы вещания и определять редакционную политику в рамках текущего законодательства.

## 2.3 Оценки

Главной переменной в общественном вещании за последние несколько лет стало изменение административной и редакционной политики ТРМ. Новое руководство изначально заявило о своей независимости от вмешательства политиков и политических организаций, а также радикально изменило приоритеты освещения событий в новостях. В то же время переход общественного вещателя к цифровым технологиям проходит очень медленно, не существует законодательных рамок для регламентирования перехода, а бюджет для необходимого технического оборудования и интернет-вещания крайне мал.

Телекоммуникации и сектор IPTV предположительно могут задать импульс процессу перехода к цифровым технологиям. После запуска услуги интернет-телевидения государственным оператором Moldtelecom канал Moldova 1 был включен в пакеты вещательных услуг. В условиях распространения услуг Moldtelecom на всей территории страны, это даст общественному телевидению возможность полного перехода на интернет-вещание.

До сих пор процент населения, имевший возможность воспользоваться услугами цифрового телевидения, незначителен, при этом большинство пользователей цифрового телевидения проживает в городах. К тому же, как Moldova 1, так и Radio Moldova не располагают собственными

---

59. Кодекс Телевидения и Радио, статья 17.

вебсайтами и используют вместо этого хаотично устроенный и загромождённый корпоративный сайт, на котором размещают новости в устаревшем формате, лишённом всякой интерактивности.

Чувствуется потребность в обновлении правовых рамок и в более ясных нормах, регулирующих деятельность государственного агентства MoldPresă, статус которого остаётся довольно неопределённым. С одной стороны, устав MoldPresă предусматривает, что агентство находится на самофинансировании, но с другой стороны, Правительство не только предоставляет им помещения и покрывает административные расходы, но и субсидирует публикацию некоторых изданий. На данном этапе в обществе идёт дискуссия о необходимости разгосударствления *Monitorul Oficial* и о большей прозрачности MoldPresă в целом.

## 3. Цифровые СМИ и общество

### 3.1 Пользовательский контент (UGC)

#### 3.1.1 Обзор пользовательского контента

В августе 2010 года в базе данных государственной компании MoldData были зарегистрированы 16,600 доменов вебсайтов. Из них 10,500 были зарегистрированы местными учредителями, а 6,100 – иностранными гражданами. Тем не менее, составить список популярности вебсайтов и типов пользовательского контента в Молдове оказалось довольно сложно, поскольку методы сбора данных расходятся весьма значительно.<sup>60</sup>

По данным экспертов, опрошенных для данного доклада, а также по данным Alexa.com, самым востребованным местным вебсайтом является Torrentsmd.com,<sup>61</sup> файлообменный сайт и агрегатор новостей с самым большим сообществом на форуме в Молдове. Несмотря на это, в списке популярных веб-ресурсов преобладают иностранные игроки. Alexa.com указывает, что в первой десятке лидируют Google.com, YouTube.com, Google.md, Odnoklassniki.ru, Mail.ru, Facebook.com, Torrentsmd.com, Yandex.ru, Yahoo.com и местный сайт частных объявлений 999.md.<sup>62</sup> Иностранные, особенно русскоязычные социальные сети с UGC, пользуются популярностью: на Odnoklassniki.ru зарегистрированы более миллиона пользователей, а на Facebook.com почти 200,000.<sup>63</sup> (см. раздел 3.1.2).

---

60. Интервью по электронной почте с Михайем Московичем, блоггером и экспертом интернет-СМИ, 2 декабря 2010г.

61. Интервью по электронной почте с Виталием Ешану, профессором информационных технологий Технического Университета Молдовы (UTM), 27 октября 2010г.

62. Alexa.com, *Самые посещаемые сайты в Молдове (Top Sites in Moldova)*, на <http://www.alexa.com/topsites/countries/MD> (проверено 5 мая 2011г.).

63. Socialbakers.com, *Moldova Facebook Statistics (Статистика Facebook в Молдове)*, на <http://www.socialbakers.com/facebook-statistics/moldova> (проверено 5 мая 2011г.).



Таблица 8.

Самые популярные местные интернет-сайты по количеству уникальных посетителей,  
ноябрь 2010г.

Вебсайт	Категория	Кол-во уникальных посетителей (тыс.)	Кол-во просмотров (тыс.)
Emusic.md	Развлекательный	1,30	3,63
Protv.md	Новости, телеканал	0,45	7,93
Unimedia.md*	Исключительно новостной сайт	0,30	н/д
Freetorrentsmd.com	Файлообмен и скачивание	0,27	11,1
Moldova.org	Новости и мультимедиа	0,25	0,5
Mr3md.org	Файлообмен и скачивание	0,20	0,89
Faces.md	Соц. сеть	0,18	19,05
Allmoldova.com	Новости и мультимедиа	0,17	1,32
Jurnal.md	Новости и мультимедиа	0,15	1,95
Jurnaltv.md	Новости, телеканал	0,13	2,05
Terra.md	Новости, каталог вебсайтов	0,12	0,66

Примечание: \* Не зарегистрирован на Metrica.md

Источник: Metrica.md (на основе Google Analytics)

Самым посещаемым новостным вебсайтом является Protv.md, платформа телеканала ProTV (с 450,000 посетителей в месяц), за которым следует Unimedia.md с 300,000 посетителей.<sup>64</sup> Среди изданий с интернет-платформами, самыми популярными считаются *Timpul* (Timpul.md) и *Jurnal* (Jurnal.md) с приблизительно 100,000 посетителей, *VIP Magazin* (Vipmagazin.md) с 45,000 и газета *Flux* (Flux.md) с 40,000 посетителей.<sup>65</sup> На большинстве этих сайтов объем UGC невелик и сводится преимущественно к комментариям читателей. Ни одна из этих платформ не предоставляет пользователям опцию закачивания фото, аудио, видео файлов, т.к. обычно подобные файлы принимаются только через электронную почту редакции.

Несмотря на многочисленные комментарии пользователей, большинство из них анонимны и общий уровень качества дискуссий довольно низок. Ругательства и оскорбления личности являются нормой. В последнее время из-за большого количества оскорбительных высказываний некоторые вебсайты (например, ZdG.md, Europalibera.org и Unimedia.md) начали модерировать онлайн обсуждения.

64. Число посетителей Protv.md доступно на <http://metrica.md/ro/58/www.protv.md>, а число посетителей Unimedia.md – на <http://stat.traffic.ro/stat/unimd> (оба проверены 5 июля 2011г.).

65. Статистика по уникальным посетителям доступна на <http://metrica.md/ro/493/timpul.md> (для Timpul.md); <http://metrica.md/ro/63/www.jurnal.md> (для Jurnal.md); <http://metrica.md/ro/62/www.vipmagazin.md> (для Vipmagazin.md); и <http://metrica.md/ro/294/flux.md> (для Flux.md).



### 3.1.2 Социальные сети

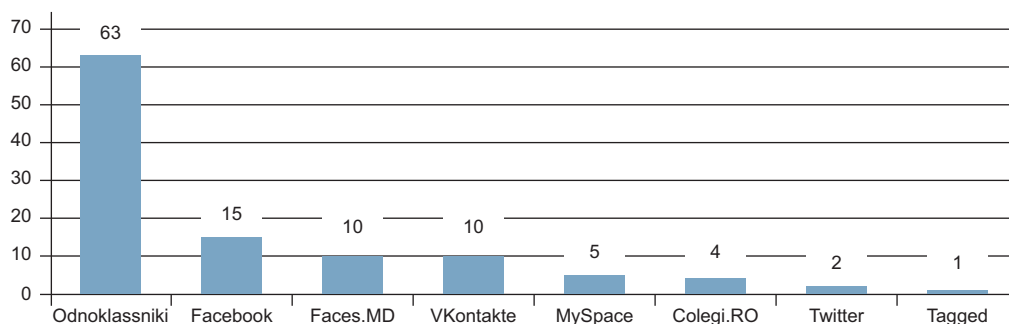
Социальные сети пользуются успехом в Молдове. По данным исследования, проведённым Институтом маркетинга и исследований IMAS-INC (Institutul de Marketing și Sondaje IMAS-INC Chisinau), русскоязычная сеть Odnoklassniki.ru является самой популярной: 2 из 3 пользователей интернета в Молдове имеют аккаунт на этом сайте. За ним следуют Facebook, Faces Moldova и ВКонтакте.<sup>66</sup>

Odnoklassniki.ru насчитывает 17,3 миллиона пользователей ежемесячно в РФ<sup>67</sup> и большое число пользователей в других странах бывшего СССР, а также в странах ЕС с многочисленным сообществом иммигрантов из республик бывшего СССР, таких, как Румыния, Италия и Германия. По данным молдавского филиала Odnoklassniki.ru, в конце 2010 года социальная сеть насчитывала более 960,000 пользователей в Молдове.

Некоторые медиа эксперты считают, что сравнительно небольшое число пользователей Facebook в Молдове можно частично объяснить высокими требованиями к уровню образования и компьютерной грамотности, которые предъявляет данная социальная сеть к своим пользователям.

Диаграмма 13.

Самые популярные сети по числу уникальных посетителей (за месяц в млн. человек) в декабре 2010г.



Источник: Институт маркетинга и исследований IMAS-INC

Стоит заметить, что с недавних пор сеть Facebook переживает стремительный рост и навёрстывает это отставание. В январе 2010 года число пользователей Facebook составляло около 62,000 человек, но к концу марта 2011 года этот показатель почти утроился и достиг 180,120 пользователей.<sup>68</sup>

66. Институт маркетинга и исследований IMAS-INC, *Utilizatorii de site-uri de socializare – Republica Moldova 2010* (Пользователи социальных сетей в Республике Молдова на 2010г.), на [http://ro-ro.facebook.com/note.php?note\\_id=104072202976460](http://ro-ro.facebook.com/note.php?note_id=104072202976460) (проверено 3 мая 2011г.) Опрос IMAS проводился с 15 апреля 2010г. по 3 мая 2010г., опрошены 1,106 человек (с допустимой погрешностью в  $\pm 3.0\%$ ), возраста 15 лет и старше. Респонденты были отобраны в 75 населённых пунктах по всей стране. Опрос является частью обширного исследования, в котором модули вопросов были разработаны исследователями IMAS. Лишь 387 респондентов, заявивших, что пользуются интернетом (35% от общего числа), стали базой для анализа.

67. TNS Web Index, декабрь 2010г.

68. Socialbakers.com, *Moldova Facebook Statistics (Статистика Facebook в Молдове)*, на <http://www.socialbakers.com/facebook-statistics/moldova> (проверено 5 мая 2011г.).

Паул Ходороджеа замечает, что «это сайт больше для молодёжи», и цифры опросов подтверждают его мнение. По данным опроса IMAS, 83% пользователей Facebook находятся в возрасте 15–29 лет, в то время как эта же возрастная категория составляет 67% пользователей Odnoklassniki.ru. Пользователи Facebook имеют более высокие доходы и проживают преимущественно в Кишинёве (58%), тогда как пользователи Odnoklassniki.ru имеют средний доход и 60% из них проживают в других местностях кроме Кишинёва.<sup>69</sup> Почти половина (46%) всех пользователей интернета в Молдове проводят три и более часа ежедневно в социальных сетях.

Социальные сети используются в Молдове в первую очередь для общения с родственниками или друзьями, в качестве источника информации, для поддержания отношений со школьными друзьями или чтобы завести новых друзей, а также, чтобы узнать мнения других. По информации Института маркетинга и исследований IMAS–INC большинство молдавских пользователей (79% респондентов) решили создать аккаунт в социальных сетях в целях «общения с родственниками или друзьями». В то же время «поиск информации» является вторым самым распространённым ответом.

### 3.1.3 Новости в социальных СМИ

Как упоминалось выше, поиск информации является одним из самых распространённых мотивов, по которым молдавские пользователи используют социальные сети. В свою очередь блоги становятся всё более востребованными в качестве источников новостей и предоставляют немало сюжетов для традиционной прессы, которая позже развёртывает их в отдельные новостные сюжеты или использует для цитирования или комментариев.

У большинства СМИ в Молдове есть Facebook аккаунты, где они публикуют свои материалы способом «post» или «share». Таким образом, «Facebook выступает как агрегатор новостей для пользователей этой социальной сети», говорит Василе Галушка, исполнительный директор Interact Media, блоггер и эксперт по интернет-маркетингу. По его словам, если обычный пользователь обладает информацией, которая по его мнению может легко стать источником новостей для всех СМИ, ему легче опубликовать ее на Facebook или в блоге. «Социальные сети «гарантированно» распространяют первыми новость, не говоря уже о том, что через эти сети некоторые новости могут получить большую аудиторию читателей.»<sup>70</sup>

Кроме того, они используются и как платформы для обмена информацией. «Как правило, пользователи Facebook являются также активными потребителями онлайн-новостей и любят делиться информацией с другими», добавляет П. Ходороджеа.<sup>71</sup>

---

69. Институт маркетинга и исследований IMAS–INC, *Utilizatorii de site-uri de socializare – Republica Moldova 2010* (Пользователи социальных сетей в Республике Молдова на 2010г.), на [http://ro-ro.facebook.com/note.php?note\\_id=104072202976460](http://ro-ro.facebook.com/note.php?note_id=104072202976460) (проверено 3 мая 2011г.)

70. Интервью по электронной почте с Василем Галушка, соучредителем Unimedia и исполнительным директором Interact Media, 8 марта 2011г. (далее, интервью с Василем Галушка)

71. Интервью с Паулом Ходороджеа.

В. Галушка подчёркивает, что данных об использовании Twitter в Молдове не существует. По его словам, неофициальные данные из практики указывают на то, что «его используют для ряда целей: обмен новостями, информацией или ссылками, микроблоггинг или публикация личной информации».<sup>72</sup> Опрос, проведённый в 2009 году показал, что почти 45% молдавских блоггеров используют Twitter как платформу для микроблоггинга.<sup>73</sup> Протесты в апреле 2009 года, получившие название «революция Twitter», указывают на возможное использование Twitter как одного из наиболее важных каналов распространения информации и мобилизации людей. Но Петру Негурэ, соавтор книги «Революция Twitter», относится скептически к такому предположению:

Протесты можно было бы запросто переименовать в «революцию Facebook», «онлайн-революцию» или любое другое похожее понятие. Но одно ясно совершенно точно, это то, что именно интернет и онлайн-платформы сыграли решающую роль в мобилизации людей на демонстрациях в апреле 2009 года.<sup>74</sup>

Статистика показывает, что блоги приобретают растущую популярность, в Молдове – это относительно недавнее явление. По данным Alexa.com, самыми используемыми платформами являются Blogger.com, LiveJournal.com и WordPress.com. Данные, предоставленные блог-хостингом Blogosfera.md, показывают, что общее число активных молдавских блоггеров к маю 2011 достигло 1,627 пользователей.<sup>75</sup>

Согласно «*Опросу молдавских блоггеров 2009года.*» наибольшей популярностью пользуются личные блоги (74%), блоги о СМИ (27%) и блоги об информационных технологиях (23%). Тот же самый опрос показал, что половина респондентов считает блоги такими же заслуживающими доверия источниками информации, как и пресса (50%) или даже более надёжными, чем пресса (38%).<sup>76</sup> Румынский язык преобладает в написании и администрировании блогов (около 70%), за которым следуют английский (15%) и русский (10%). Что касается главного источника информации записей в блогах, большинство авторов ссылаются на свои личные знания (83%), другие вебсайты (56%), опросы и исследования (45%) и СМИ (39%).<sup>77</sup>

Постепенно блоги становятся неотъемлемой частью традиционных СМИ. Самыми значимыми СМИ с блог-хостинговой платформой считаются RFE/RL (Europaliberă.org) и Unimedia.md. Большинство авторов на этих платформах являются выдающимися журналистами. Темы варьируются от комментариев на политические и социальные вопросы до книжных рецензий. Список

---

72. Интервью с Василем Галушка.

73. Михай Москович, *Опрос молдавских блоггеров 2009г. (Moldova Blogger Survey 2009)*, на <http://sondaj.blogosfera.md/2009/> (проверено 3 мая 2011г.) (далее, Михай Москович, *Moldova Blogger Survey 2009*).

74. Интервью с Петром Негурэ, социологом и лектором Государственного педагогического Университета имени Иона Крянгэ и Государственного Университета Молдовы, Кишинёв, 15 апреля 2011г.

75. Блог-хостиговая платформа Blogosfera, на <http://blogosfera.md/> (проверено 8 марта 2011г.)

76. Михай Москович, *Moldova Blogger Survey 2009*

77. Михай Москович, *Moldova Blogger Survey 2009*.

блоггеров Unimedia намного шире и включает не только журналистов, но и известных активистов и политиков. Их блоги затрагивают политические и общественные темы, а с недавних пор также и уклонение от налогов.

Иногда пользовательский контент порождает новости в традиционных СМИ. Например, судья Экономической апелляционной палаты Борис Быркэ был снят на скрытую камеру в начале января 2011 года в момент получения взятки. Видеофайл был предоставлен позже неизвестным автором порталу Unimedia.md, который и опубликовал его. Впоследствии съёмка была транслирована и на телевидении.<sup>78</sup> Двумя днями позже, 6 января 2011 года, Генеральная прокуратура сообщила, что съёмка была проанализирована и предстоит расследование предполагаемого случая коррупции.

## **3.2 Общественно-политическая активность в цифровой среде**

### **3.2.1 Цифровые платформы и гражданская активность**

За последние несколько лет гражданская активность в Молдове усилилась, и в преддверии последних трёх парламентских выборов цифровая мобилизация проявлялась весьма чётко. Самый значительный пример мобилизации через социальные сети – это, так называемая, «революция Twitter».

---

78. Unimedia, “Mită pentru un judecător al Curtii de Apel Economice” («Скрытая камера: судья Экономической апелляционной палаты берёт взятку»), 4 января 2011г., на <http://unimedia.md/?mod=news&id=28158> (проверено 3 мая 2011г.).

## «Революция Twitter»

События произошли после парламентских выборов 5 апреля 2009 года, которые были раскритикованы международными наблюдателями за нарушения норм и фальсификации. Партия коммунистов объявила о своей победе, но Лига защиты прав человека в Молдове, Восточно-европейский фонд (правопреемник Фонда «Евразия»),<sup>79</sup> ОБСЕ и другие местные и международные организации, наблюдавшие за выборами, усомнились в результатах и сообщили о многочисленных проблемах. Среди прочих было замечено, так называемое, «голосование мёртвых душ».<sup>80</sup> На следующий день (6 апреля 2009) несколько активистов использовали интернет, в частности, Facebook, Twitter и другие социальные сети, а также смс-сообщения на мобильные телефоны для вызова граждан на мирный протест под названием «День траура в Молдове». На акцию протеста в центре Кишинёва собрались более 20,000 людей. Количество протестующих и реакция молодёжи застали врасплох как власть, так и оппозицию.

Утром 7 апреля 2009 года мирные протесты переросли в массовые беспорядки, а к вечеру того же дня десятки людей (в основном полицейские, но и некоторые демонстранты) были госпитализированы с различными травмами; здание Администрации Президента было разгромлено, а в здании Парламента вспыхнул пожар. Оппозиция отказалась голосовать за нового президента, что привело к досрочным выборам 29 июля 2009 года. На этот раз за выборами внимательно следил ЕС, они были выиграны демократической оппозицией, которая впоследствии сформировала правительственную коалицию – Альянс «За европейскую интеграцию» (АЕИ).

Очередная успешная кампания гражданской мобилизации через цифровые платформы – «Yes la vot pe 28» («Я пойду на выборы 28-го»)<sup>81</sup> Кампания была инициирована в преддверии парламентских выборов 28 ноября 2010 года молодыми блоггерами и активистами Артуром Бынзару, Тудором Дарие и Павлом Новаком. Повторные выборы состоялись в результате создания парламентскими партиями политических блоков после выборов в июле 2009 года, в результате которой Парламенту не удалось выбрать президента.<sup>82</sup> Целью кампании, собравшей более 30,000 подписей в поддержку участия в выборах на Facebook и Odnoklassniki.ru, стала мобилизация людей для

79. Восточно-европейский фонд (ВЕФ) – правопреемник Фонда «Евразия». ВЕФ был зарегистрирован 3 ноября 2009 и начал официально действовать с 1 июня 2010г.

80. “La 5 aprilie au votat si mortii” (5 апреля голосовали даже «мёртвые души»), *Timputul*, 11 апреля 2009г., на <http://www.timputul.md/articol/la-5-aprilie-au-votat-si-mortii-1544.html> (проверено 3 мая 2011).

81. Игра слов: английское «yes» созвучно румынскому слову «ies» (я выхожу, иду). Для пользователей Facebook сайт доступен на <http://www.facebook.com/#!/event.php?eid=169280396422044> (проверено 3 мая 2011), а для пользователей Odnoklassniki.ru на <http://www.odnoklassniki.ru/#st.cmd=altGroupMain&st.groupId=ojiflfgfewibfqldi0rboatewzbnjkwoccdqg> (проверено 30 ноября 2010).

82. Согласно статье 85 Конституции Республики Молдова: «(3) В течение одного года Парламент может быть распущен один раз.» Поэтому повторные парламентские выборы состоялись только в 2010г., так как до этого Парламент был распущен 15 июня 2009г.

участия в выборах. Выборы показали рекордную явку молодых избирателей и молдаван, проживающих за границей. Можно с уверенностью сказать, что постоянный рост явки молодёжи совпал с растущей активностью молодых в социальных сетях. По словам Юрия Чокана, председателя Центральной Избирательной Комиссии (ЦИК), на трех последних выборах явка постоянно росла. В ноябре 2010 года она превысила 63%, увеличившись на 6% по сравнению с июлем 2009 года.<sup>83</sup>

Гражданские активисты всё больше полагаются на онлайн-инструменты для взаимодействия с разными сообществами и для реализации общественных проектов. Одной из этих инициатив стала и кампания по сбору средств для жертв наводнения: летом 2010 года небольшая группа людей с помощью Facebook и Twitter начала собирать пожертвования для жителей затопленных сёл Немчень, Обилень и Котул Морий. Акция заключалась в распределении небольших групп молодых людей в самые крупные продуктовые магазины Кишинёва, где они собирали пожертвования от покупателей: еду, продукты гигиены, одежду, игрушки и другие вещи.<sup>84</sup>

Facebook также был ключевым инструментом в кампании по освобождению журналиста Эрнеста Варданяна (“*Serem eliberarea jurnalistului Ernest Vardanean*”). Журналист был арестован милицией приднестровского сепаратистского региона 7 апреля 2010 года по обвинению в «шпионаже в пользу Молдовы». Э. Варданян работал внештатным корреспондентом российского информационного агентства «Новый Регион». Кампания содействовала привлечению общественного внимания к этому случаю не только в Молдове, но и на международном уровне. Международные организации, такие как ОБСЕ, Европарламент и Amnesty International осудили его арест и потребовали немедленного освобождения. Шестнадцатого декабря 2010 года Э. Варданян был признан виновным в государственной измене и был приговорён к 15 годам тюрьмы. Наконец, 5 мая 2011 года, лидер Приднестровья Игорь Смирнов помиловал Варданяна.<sup>85</sup>

Другие онлайн-инициативы стали уже традиционными, например, рождественская кампания «Suflet 2 Suflet» (Душа к душе), которая проводится на Torrentsmd.com. Кампания очень популярна среди пользователей вебсайта, они жертвуют деньги, еду, одежду и игрушки детям, страдающими раковыми заболеваниями и детям из детдомов.

### 3.2.2 Значение цифровой мобилизации

В настоящее время около 30% от всего населения Молдовы используют интернет, но лишь небольшая доля пользователей увлечена гражданской активностью. Таким образом, даже если в некоторых случаях цифровая мобилизация приносит явные результаты, это касается лишь огра-

---

83. Интервью по телефону с Юрием Чоканом, председателем Центральной Избирательной Комиссии (*Comisia Electorală Centrală*, СЕС) 21 марта 2011г.

84. Интервью по электронной почте с Петром Куляком, кандидатом наук Венской школы управления (*Vienna School of Governance*), Австрия, 29 ноября 2010г.

85. Unimedia.md, “Ernest Vardanean a fost grațiat de Igor Smimov” (Эрнест Варданян был помилован Игорем Смирновым), на румынском на <http://unimedia.md/?mod=news&id=33444> (проверено 5 июля 2011г.)

ниченного круга людей. Самое известное исключение – революция Twitter, массовая мобилизация зародилась в сетях Facebook и Twitter и приобрела известность и всенародное признание благодаря традиционным СМИ, даже среди населения, не имеющего доступа к новым технологиям.

Другой пример успеха цифровой гражданской мобилизации в Молдове – охват большого числа избирателей, включая традиционно пассивных, при помощи онлайн-кампаний. Мобилизация через цифровые платформы способствовала рекордной явке избирателей на ноябрьских выборах 2010 года. (63,37%). Уровень явки был втрое выше по сравнению с конституционным референдумом, проведённым двумя месяцами раньше,<sup>86</sup> который слабо освещался СМИ, как традиционными, так и цифровыми.

### 3.3 Оценки

В Молдове, где часты случаи вмешательства в деятельность прессы со стороны государства цифровые СМИ дают возможность избежать подобного контроля. Эта особенность ярко проявилась в «революции Twitter». Цифровые платформы также способствовали увеличению разнообразия новостей, а некоторые события и инициативы благодаря им стали предметом общественного обсуждения, получив известность через блоги, Facebook или Twitter. Среди молдавских журналистов бытует шутка о том, что модно больше не обращаться к новостным агентствам, потому что «для этого есть Facebook и Twitter».<sup>87</sup> Тем не менее, традиционные СМИ предпочитают выбирать из подобного контента и подробно освещать только те сюжеты, которые считают наиболее важными или интересными (обычно это случаи коррупции, нарушений или преступлений).

В последнее время всё больше журналистов и общественных лидеров открывают собственные блоги и начинают пользоваться социальными сетями, публикуя множество статей, аналитических материалов и комментариев.

Как правило, потребители новостей цифровых СМИ – люди с доступом к интернету. Для остальной части населения данный контент остаётся недоступным (за исключения случаев, когда традиционные СМИ используют сюжет, предоставленный цифровыми платформами). Недостаточное число компьютеров, низкий уровень компьютерной грамотности и низкий уровень интернет-доступа тоже этому способствуют. Другими словами, существует воздействие цифровых СМИ на общую картину новостей, но их влияние ограничено.

---

86. Конституционный референдум о порядке избрания президента страны был проведён 5 сентября 2010. Из-за низкой явки избирателей (30,29%) результаты референдума были признаны недействительными.

87. Интервью по электронной почте с Думитру Чоричем, соучредителем *Unimedia* и медиа экспертом, 16 ноября 2010г.



Народное недоверие к политике, политическим деятелям и слабая надежда на лучшее будущее, в совокупности низким уровнем интернет-доступа и компьютеризации вместе с высоким уровнем миграции, приводят к тому, что лишь немногие могут использовать возможности гражданской активности, предоставляемые цифровыми медиа или же приобщаться к онлайн-инициативам.

Несмотря на растущую популярность интернета и онлайн-платформ, политики, основная масса населения и в определенной степени общесмтвенные деятели до сих пор отдают предпочтение традиционным СМИ. Причиной этому является сравнительно низкий уровень интернет-проникновения и незаинтересованность политической элиты в молодых избирателях. Пользователи с доступом к множеству разных платформ часто не умеют ими пользоваться, предпочитая прямое общение по телефону или по электронной почте.<sup>88</sup> Как правило, доступ к интернету остаётся привилегией городских жителей, а большинство пользователей интернета – молодые люди. Всё же можно ожидать перемены и сдвига интереса населения в сторону новых медиа технологий и цифровых платформ, так как, благодаря «революции Twitter». Политическое влияние молодых граждан, пользователей интернета, растёт.

---

88. Интервью по электронной почте с Олегом Брега, журналистом Jurnal TV, общественным и политическим активистом организации Hyde Park, 24 ноября 2010г.



## 4. Цифровые СМИ и журналистика

### 4.1 Влияние на журналистов и новостные редакции

#### 4.1.1 Журналисты

Изначально в журналистских кругах к интернету относились с пренебрежением. Вот что вспоминает об этом Петру Маковей, директор Ассоциации независимой прессы, АНП (Asociatia Presei Independente, API):

При растущей популярности новых медиа технологий среди потребителей СМИ и рекламы, традиционные СМИ предпочитали игнорировать их. Известные редакторы говорили, что у онлайн-журналистики нет шансов стать «серьёзной журналистикой».<sup>89</sup>

К тому же молдавские журналисты и руководители СМИ не обладали навыками работы на компьютере и не были знакомы со спецификой применения компьютерных методов в журналистике. Чтобы исправить это, СЛ в сотрудничестве с аналогичными организациями из ЕС и США организовал ряд семинаров для специалистов СМИ. Семинары проводятся на протяжении вот уже десяти лет и нацелены на такие темы, как язык HTML, использование программ Adobe Photoshop и Dreamweaver, использование интернета в качестве источника информации и архива данных, специфика написания новостей для онлайн-изданий, создание порталов новостей.<sup>90</sup>

Взлёт онлайн-журналистики (см. раздел 1.2) породил новые рабочие места на сравнительно небольшом молдавском рынке СМИ. Вырос спрос на репортёров с различными новыми навыками: написание новостей для онлайн-изданий, фото и видео монтаж. «Работа журналиста изме-

---

89. Интервью с Петром Маковей, директором Ассоциации независимой прессы, АНП (далее, интервью с Петром Маковей).

90. Центр независимой журналистики, *Годовые доклады за 2003, 2004, 2005 гг.* на [http://www.ijc.md/eng/index.php?option=com\\_content&task=view&id=14&Itemid=28](http://www.ijc.md/eng/index.php?option=com_content&task=view&id=14&Itemid=28) (проверено 24 мая 2011г.).

нилась, потому что в онлайн-журналистике необходимо использовать пересекающиеся методы и жанры», говорит Корина Чепой, директор Высшей школы журналистики в Кишинёве.<sup>91</sup>

Электронная почта, Skype и социальные сети становятся главными инструментами для поиска информации и проведения интервью, что значительно уменьшает физические усилия, затрачиваемые на поиск информации. Более того, появление новых телеканалов, ведущих трансляции с места событий (Publika TV, Jurnal TV), а также видео в реальном времени (Privesc.eu) способствовали тому, что репортёры скорее полагаются на удалённый доступ к событиям, нежели парить в них участие и описать глазами очевидца. Новости записываются с бегущей строки на экране телевизора или с трансляции в режиме онлайн. Поэтому в них часто отсутствуют детали, комментарии очевидцев, нет ощущения присутствия. По мнению экспертов, опрошенных для настоящего доклада, всё чаще встречается поверхностная, «второсортная» журналистика. Директор еженедельной газеты *Ziarul de Garda* Алина Раду, разъясняет:

Теперь журналистика стала более динамичной, но в то же время более поверхностной. На сегодняшний день журналист не станет добиваться разнообразия источников, что требует времени, потому что к тому моменту, когда статья будет готова, никто уже не захочет её читать, получив информацию в режиме онлайн. Журналистика с помощью телефона и интернета – это суррогат, второсортный продукт. Нельзя поощрять второсортную журналистику, но в то же время мы не можем игнорировать потребность пользователей СМИ в быстром информировании.<sup>92</sup>

Растущий упор на скорость сообщения новостей вызвал изменения в режиме работы отделов новостей. «Появление вебсайта вынудило нас внести ряд изменений в структуре и работе нашего отдела новостей», отмечает Артур Коргенча, директор новостного департамента ProTV Chisinau. Отдел новостей телеканала работает по двум графикам: онлайн, который действует по принципу «моментальное вещание», и обычный график, в котором крайний срок сдачи материалов – вечерний выпуск новостей. «На телевидении у нас есть время для проверки информации и для творческого подхода, а на вебсайте всё делается в максимально короткие сроки, потому что цель вебсайта – быть как можно более динамичным, разнообразным и оперативным», добавляет Коргенча.<sup>93</sup>

#### 4.1.2 Этические принципы

На рынке отсутствуют механизмы обеспечения соблюдения его игроками положений действующего Кодекса принципов профессиональной этики (Codul Principiilor de Etică Profesională, далее Кодекс), принятого Союзом журналистов Молдовы (Uniunea Jurnalistilor din Moldova) в мае 1999 года, в большей степени является объектом дискуссии в академических кругах, чем практическим инструментом в руках журналиста. К тому же он не может быть применен к онлайн-СМИ.

---

91. Интервью с Коринной Чепой.

92. Интервью с Алиной Раду.

93. Интервью с Артуром Коргенча, генеральным продюсером ProTV Chisinau, 6 января 2011 г. (далее, интервью с Артуром Коргенча).

Контроль профессионального поведения СМИ в Молдове чаще всего осуществляется в ходе предвыборных кампаний или при реализации проектов, финансируемых иностранными донорами, следящими за освещением проблемных вопросов (как, например, права человека, права детей, торговля людьми). Национальная комиссия по профессиональной этике Журналистов (Comisia Nationala de Etica Profesionala a Jurnalistilor), созданная Союзом журналистов, вслед за принятием Кодекса, не сумела стать эффективной регулирующей организацией. Совет прессы (Consiliul de Presa), независимое учреждение, основанное в октябре 2009 года шестью неправительственными медийными организациями с целью улучшения подотчётности СМИ, должен ещё показать себя как организация, умеющая разрешать этические проблемы.<sup>94</sup> Так как ни одно учреждение не преследует нарушения Кодекса, онлайн-журналистика превращается в благоприятную почву для этических экспериментов.

Эксперты подтверждают, что в условиях онлайн активности, когда каждая секунда и каждый щелчок мышки важны, точностью приходится жертвовать весьма часто. «Желание привлечь на сайт как можно больше посетителей подталкивает журналистов к шокирующим и сенсационным сюжетам. Они должны создавать репортажи, которые произведут впечатление на читателей», говорит Петру Маковой, директор Ассоциации независимой прессы.<sup>95</sup>

Разнообразие мнений и презумпция невиновности тоже страдают. «Пытаясь доставить информацию как можно быстрее, журналисты нарушают презумпцию невиновности или не представляют мнения всех сторон конфликта. Реплики заинтересованных лиц редко публикуются, и это бывает на вебсайтах, журналисты которых знакомы с этическими нормами».<sup>96</sup> По статистике судебных инстанций, в период с 2005 по 2009 год были рассмотрены 165 дел о защите чести, достоинства и деловой репутации различных учреждений, и в 17 случаях СМИ были признаны виновными.<sup>97</sup> Статистика не указывает, сколько из них являются онлайн-изданиями, но, несмотря на это, большинство статей, вызвавших обвинение, были также опубликованы на вебсайтах данных СМИ.

Борьба за первенство также чревата нарушениями прав на интеллектуальную собственность. А.Коргенча придерживается мнения, что такого рода нарушения являются более проблематичными для молдавских онлайн-СМИ, чем нарушения этических норм. Так, например, ProTV Chisinau стал жертвой нарушения авторских прав: «Ряд СМИ пользовались нашей быстротой подачи новостей, и брали их, не цитируя источник или цитируя непрямо».<sup>98</sup> Прямые переговоры с этими сайтами в некоторой мере исправили ситуацию. Мы договорились с владельцами этих вебсайтов, и теперь они работают более аккуратно.»<sup>99</sup>

---

94. Официальный вебсайт Совета Прессы – <http://consiliuldepresa.md> (проверено 10 февраля 2011г.)

95. Интервью с Петром Маковой.

96. Интервью с Петром Маковой.

97. Д. Костин, «Статистика судебных исков о защите чести, достоинства и деловой репутации, предъявленных к СМИ Республики Молдова в период 2005–2009 гг.», *Массмедиа в Молдове*, декабрь 2009г., стр. 6.

98. Интервью с Артуром Коргенча.

99. Интервью с Артуром Коргенча.

Валериу Василикэ, директор информационного агентства Info–Prim Neo, считает, что правовая база на самом деле способствует «краже новостей». Он указывает на несколько положений, вводящих в заблуждение. Например, Закон об авторском праве и смежных правах,<sup>100</sup> принятый в 1994 году, указывает что «(2) Настоящий закон регулирует отношения, связанные с созданием и использованием произведений литературы, искусства и науки (авторское право), исполнений, фонограмм и теле- и радиопередач (смежные права)». Тем не менее, статья 7 того же закона называет «новости дня и факты, имеющие характер простой информации», результатом творческого труда, не являющимся объектом авторского права».<sup>101</sup> Так как закон не запрещает прямо кражу новостей, нарушения авторского права случаются часто и больше всего от этого страдают информационные агентства. Это явление существовало до эпохи современных технологий, но эксперты единогласны во мнении, что цифровые инструменты значительно усугубили его.

В ноябре 2010 года Совет прессы при поддержке Совета Европы и ЕС начал консультации по изменению Кодекса. Международные эксперты, приглашённые для консультаций, отметили, что Кодекс не соответствует текущим реалиям рынка СМИ. «Новый Кодекс должен будет ясно указывать, на кого можно и на кого нельзя подать в суд. Документ должен быть обязательным к соблюдению только для подписавших его СМИ, а не для всех практикующих журналистов, как теперь. К тому же необходимо прояснить, к кому применим статус журналиста, так как данное определение включает в себе ловушку», отмечает румынский медиа эксперт Иоана Авэдани.<sup>102</sup> Цифровые технологии способствовали появлению целого ряда производителей контента, которые действуют вне традиционной системы контроля и противовесов в журналистике. Тем более, что даже устоявшиеся СМИ не всегда уверены в том, что весь контент их вебсайтов можно назвать журналистским. На фоне этого термин «журналист» становится трудно определяемым. «Если мы сами не сумеем выяснить, кто наши коллеги, будет крайне трудно использовать Кодекс этики», дополняет И. Авэдани.

## 4.2 Журналистские расследования

### 4.2.1 Возможности

До 2004 года журналистских расследований было мало, но с появлением еженедельной газеты *Ziarul de Garda* и Центра журналистских расследований, ЦЖР (Centrul de Investigatii Jurnalistice), возникла солидная база для этого. Благодаря усилиям обоих СМИ, за последние шесть лет расследования случаев коррупции, организованной преступности, контрабанды и торговли людьми были опубликованы во множестве изданий (расследования ЦЖР публикуются в 16 региональных

---

100. Закон «Об авторском праве и смежных правах» № 293 от 24 ноября 1994, опубликованный в *Monitorul Oficial* № 13/124/, 2 марта 1995г., на румынском языке на [http://ijc.md/Publicatii/mlu/legislatie/legea\\_autor\\_copexeh.pdf](http://ijc.md/Publicatii/mlu/legislatie/legea_autor_copexeh.pdf) (проверено 5 июля 2011г.).

101. В. Василикэ, «Плагиат в прессе – воровство «в законе»? Приглашение к дискуссии», *Массмедиа в Молдове*, ЦНЖ, июнь 2008г., стр. 2.

102. По информации Info-Prim Neo, «Codul deontologic al jurnaliștilor va fi modificat» (Профессиональный кодекс журналистов подлжит изменению), 3 января 2011г. на <http://api.md/news/11700/index.html> (проверено 24 мая 2011г.).

газетах). Журналистские расследования составляют сравнительно небольшой, но динамичный сегмент рынка, который извлёк непосредственную пользу из цифровых технологий.

Алина Раду, известный журналист - исследователь и директор *Ziarul de Garda*, подчёркивает, что сегодня репортёры не смогли бы представить себе работу без интернета. «Если по каким-либо техническим причинам связь с интернетом прервана, журналисты не могут работать. В любую минуту им может понадобиться проверить что-то в интернете, пересмотреть, уточнить информацию».<sup>103</sup>

И всё же это не означает, что журналистские расследования в цифровую эпоху превратились в обзор. Журналисты-расследователи должны представлять полностью проверенную информацию, намного более подробную, чем та, что может получить обычный пользователь. Таким образом, собственноручно снятые фотографии, видео и аудио материалы журналиста, как и его личные комментарии, приобретают особую важность. В этом плане цифровые технологии способствуют повышению продуктивности журналистских расследований. Они играют немаловажную роль и в распространении расследований: все материалы, собранные журналистами - исследователями, доступны на вебсайте *Ziarul de Garda*, который благодаря этому становится более динамичным и насыщенным источником информации. Есть еще четыре серьезных издания, которые проводят журналистские расследования, и у каждого из них есть собственный вебсайт: *Adevarul*, *Timpul de Dimineata*, *Jurnal de Chişinău* и *Cuvantul*.<sup>104</sup>

По мнению Корнелии Козонак, директора ЦЖР, «с появлением интернета качество журналистских расследований в Молдове претерпело существенные изменения в лучшую сторону».<sup>105</sup> СЛ был основан в 2003 году группой следственных репортёров и медийных организаций, и заботится первым делом о разнообразии источников и скорости распространения информации и диссеминации.

По мнению экспертов, опрошенных для настоящего доклада, главные преимущества интернета – в упрощении процессов поиска сюжета и источников, проверки фактов и сравнения данных из разных источников. Процесс сбора информации также ускоряется. Так, например, до мая 2009 года для запросов в Государственный Регистр предприятий (*Registrul Companiilor*, *Camera Înregistrării de Stat*) или в Государственный Регистр акционеров (*Registrul de Stat al Acţionarilor*) нужно было написать письмо с запросом и ждать ответа в течение 15 рабочих дней. Теперь за информацией можно обратиться по электронной почте – ответ направляется таким же образом. В 2010 году Правительство в сотрудничестве с Всемирным банком запустило проект e-government (электронное правительство). Стела Мокан, исполнительный директор Центра электронного

---

103. Интервью с Алиной Раду.

104. Вебсайты: *Zdg.md*, *Timpul.md*, *Adevarul.md*, *Ziar.jurnal.md* и *Cuvantul.md*

105. Интервью с Корнелией Козонак, директором ЦЖР, Кишинёв, 6 января 2011г. (далее, интервью с Корнелией Козонак)

Правительства, объясняет, что система будет предоставлять принятые законы, законопроекты и информацию общественного интереса, позволяющие журналисту «проводить расследования, не боясь быть стеснённым чиновниками».<sup>106</sup>

### 4.2.2 Риски

С другой стороны, в обилии информации, которую могут использовать журналисты в своих расследованиях, есть свои минусы: эксперты отмечают, что репортёрам часто не хватает терпения и навыков работы с данными; умения сравнивать и анализировать статистические данные, выявлять сомнительные методы подачи информации, которые иногда скрыто употребляются. Тем более, что в огромной массе доступной информации часто встречаются неполные данные, которые тем или иным образом вводят в заблуждение.

В интернете содержится огромное количество информационного «балласта», будь то неверные данные или ошибочные толкования, которые могут дезинформировать недостаточно внимательных репортёров. Случается, что иногда даже вебсайты официальных учреждений публикуют неточные или неполные данные только ради создания видимости прозрачности деятельности органа власти. В таких случаях, журналисты настаивают на получении полноценных данных.<sup>107</sup>

Молдавские власти также попытались контролировать поток цифровой информации путём предоставления частичных или ошибочных данных или блокируя доступ к базам данных Правительства. Например, после первых двух недель свободного доступа к базе данных Государственного Регистра, учреждение, администрирующее базу данных, заблокировало журналистам доступ в течение целого месяца. Причиной тому стало расследование, опубликованное в июне 2009 года, использующее данные из Регистра, которое раскрыло, что министр регионального развития и строительства являлся главным акционером в двух предприятиях, выигравших тендер на реконструкцию зданий Парламента и администрации Президента, повреждённых во время апрельских событий в 2009 году).<sup>108</sup> Молдавские власти также активно цензурировали журналистские расследования, о чем пойдет речь в следующем разделе.

### 4.2.3 Новые платформы

Самыми значительными онлайн-платформами, которые регулярно публикуют журналистские расследования, остаются сайты вышеназванных изданий: *Ziarul de Garda* (Zdg.md) и Центр журналистских расследований (Investigatii.md) Помимо них есть несколько недавно созданных онлайн-платформ, которые тоже иногда публикуют расследования. Всё же нужно заметить, что

---

106. Интервью со Стелой Мокану, исполнительным директором Центра электронного Правительства, Кишинёв, 9 января 2011г. (далее, интервью со Стелой Мокану).

107. Интервью со Стелой Мокану.

108. Иоана Авэдани, «Средства массовой информации: стоп и с самого начала», *Массмедиа в Молдове*, декабрь 2009г., стр. 20.



некоторые из них политически ангажированы – их активность приходится на политические кампании.<sup>109</sup> Например, шеф-редактор сайта Omg.md является членом Партии коммунистов и депутатом Парламента.

К. Козонак, директор СЛ, полагает, что репутация этих сайтов скомпрометирована из-за публикации неподтверждённой информации, дискредитирующих статей и поддержки лиц, подозреваемых в экономических преступлениях. «Кроме нарушения этических принципов, (их) онлайн-расследования содержат профессиональные погрешности. Зачастую, информация загружена в спешке, с обещанием обновления, но обычно этого не происходит – так что качество таких расследований весьма сомнительно».<sup>110</sup>

#### 4.2.4 Распространение и влияние

Цифровые технологии увеличили число СМИ, публикующих журналистские расследования: статьи СЛ публикуются национальной и местной прессой, членами Ассоциации независимой прессы, а также на вебсайтах данных изданий. Удвоение числа СМИ также увеличивает число читателей; таким образом, авторы имеют возможность привлечь внимание молодой публики, самых активных пользователей интернета в Молдове (о статистике по интернету, см. раздел 1.2.1). Благодаря интернету, результаты расследований доступны и за пределами Молдовы, для полумиллиона граждан, работающих за границей (в основном в странах ЕС и Российской Федерации) (о статистике по миграции, см. раздел 1.1.1).

До сих пор Twitter не использовался для распространения журналистских расследований, потому что лишь немногие журналисты зарегистрированы в Twitter. В этом смысле Facebook намного популярнее среди журналистов: публикуя или транслируя свои материалы, они ставят ссылку на Facebook к своим репортажам и вызывают тем самым дискуссии среди читателей.

Нужно подчеркнуть, что несмотря на существенный прогресс в популярности данного жанра журналистики, цензура власти остаётся значительным препятствием как в режиме онлайн, так и за его пределами. Особенно заметной она становится в период нестабильности и волнений, как в случае апрельских событий в 2009 году. В время протестов власти блокировали в течение трех дней доступ к ряду новостных сайтов, среди которых Unimedia.md, Azi.md, Zdg.md и Jurnal.md (см. раздел 7.3.3).

---

109. Omg.md связан с Партией Коммунистов, Arena.md и Evenimentul.md связаны с Демократической партией.

110. Интервью с Корнелией Козонак.

## Акция «Узнай кандидата!»

Власти Молдовы пытаются остановить распространение информации, которую сочли ошибочной. Последний такой случай имел место во время предвыборной кампании в ноябре 2010 года, когда суд вынёс решение о приостановлении распространения брошюр «Узнай кандидата!», выпущенных Гражданской инициативой «За чистый парламент», в состав которой вошли 7 неправительственных организаций. В брошюре содержались результаты журналистских расследований, в ходе которых были проанализированы сведения о депутатах по следующим критериям: использование административного ресурса в личных или партийных интересах; злоупотребление служебным положением в личных и семейных интересах; протекционизм; плохое управление; невыплаченные налоги/штрафные взыскания; и т. д. Выводом было, что ряд кандидатов не соответствуют нравственным критериям и в силу этого, недостойны занять депутатское кресло.

В суд подали две партии – Партия коммунистов и Демократическая партия – и один кандидат от Альянса «Наша Молдова» (Alianța Moldova Noastră). Готовые брошюры были изъяты, и сканированная копия решения суда заменила электронную версию брошюры на сайте Гражданской инициативы «За чистый парламент».<sup>111</sup> Более 150 пользователей вебсайта прокомментировали событие, большинство из них обратили внимание на то, что были лишены своего права быть информированными о кандидатах которые баллотируются в депутаты. «По-моему, это атака на свободу слова, что лишний раз доказывает, что в Молдове, юстиция лишена политической независимости»,<sup>112</sup> написал один из пользователей. Несмотря на изъятие документа с вебсайта, отрывки его не переставали циркулировать в виде электронных писем и сообщений в личных блогах.

Вышеизложенный случай публикации брошюры «Узнай кандидата!» как нельзя лучше иллюстрирует возможности интернета в распространении журналистских расследований: работа целой команды журналистов, запрещённая к тиражированию печатным способом, распространилась через интернет. Без интернета усилия журналистов, доводящих до избирателей сведения о коррупции кандидатов от разных партий, остались бы без результатов.

---

111. См. <http://www.moldovacurata.md/index.php?mod=page&id=1&page=16#comments> (проверено 10 января 2012г.).

112. См. <http://www.moldovacurata.md/index.php?mod=page&id=1&page=16#comments> (проверено 10 января 2012г.).



## 4.3 Социальное и культурное многообразие

### 4.3.1 Болезненные вопросы

В Молдове есть лишь несколько болезненных вопросов, в большинстве случаев связанные с отдельными сообществами: сексуальные меньшинства, бездомные, ВИЧ-инфицированные, бывшие заключённые, цыгане. Ряд вопросов, касающихся этнической и национальной принадлежности, которые стали актуальными накануне провозглашения независимости Республики Молдовы, остаются актуальными и по сей день, в частности, наименование государственного языка (румынский или молдавский), разделение населения на этнических молдаван и румын, статус русского языка, и т.д. (см. Диаграмму 1). Нерешенный приднестровский конфликт также числится в списке проблемных тем.

### 4.3.2 Освещение болезненных вопросов

Освещение проблем меньшинств регламентируется двумя законами: Закон о печати регламентирует в общих чертах деятельность СМИ, гарантирует свободу самовыражения и запрещает цензуру.<sup>113</sup> Кодекс радио и телевидения<sup>114</sup> содержит более детальные предписания касательно освещения проблем меньшинств. Например, документ запрещает вещание программ, содержащих в любой форме призывы к розни по признаку расы, религии, национальности, пола.

Некоторые меньшинства систематически показываются в негативном ключе. Выбор тех или иных кадров и музыки в материале, чрезмерно подчёркнутые заголовки в печати и сама формулировка вопроса – лишь некоторые из часто употребляемых методов игнорирования меньшинств. Чаще всего от этого страдают сексуальные меньшинства. Например, во время дебатов по проблеме принятия законопроекта о дискриминации в марте 2011 года несколько СМИ, как традиционных, так и онлайн-изданий, осветили сюжет лишь с одной стороны, особо выделяя сторону, осуждающую положения о защите сексуальных меньшинств как представляющих «угрозу для моральных ценностей», и в результате не сумели обеспечить сбалансированное представление вопроса. Как следствие, законопроект был снят с повестки дня на неопределённое время.

В последней переписи населения в 2004 году 75,8% населения назвали себя молдаванами, 8,4% – украинцами, 5,9% – русскими, 2,2% – румынами, 1,9% – болгарам и менее 1% – цыганами.<sup>115</sup> Однако, это многообразие не отражается в прессе: этнические меньшинства обычно объединяются в понятие «русскоязычное население», а цыганское меньшинство и вовсе редко упоминается.<sup>116</sup> Не только национальные меньшинства «невидимы» в прессе, но и сексуальные меньшинства, а также ВИЧ-инфицированные.

---

113. Закон о печати № 243-XIII от 26 октября 1994г., опубликованный в *Monitorul Oficial* 26 октября 1994г.

114. Кодекс радио и телевидения.

115. Результаты переписи населения 2004г., Национальное бюро статистики, на <http://www.statistica.md/newsview.php?!=ro&idc=168&id=2358> (проверено 27 мая 2011г.).

116. Институт общественной политики, *Барометр общественного мнения* (БОМ), май 2010г./Gunivas, *Этнобарометр Республики Молдова*, Кишинёв, 2006г., стр. 81–112.

Освещение болезненных тем также существенно зависит от языка издания. Основная часть СМИ, как традиционных, так и онлайн-изданий, разделены на румыноязычные и русскоязычные. Язык СМИ определяет его отношение к этническому разнообразию. В то время как большинство румыноязычных сайтов разделяют мнение, что этнические меньшинства должны интегрироваться в общепринятые политические, социальные и культурные рамки, русскоязычные вебсайты тяготеют к российскому культурному пространству. Даже с учётом того, что данное разделение не является доминирующим, оно периодически «всплывает», как правило вследствие публикации неоднозначного официального документа на национальную тему, или к годовщине какого-либо исторического события, которое по разному расценивается разными группами населения. Одним из них является дата 28 июня 1940 года – для части населения (в основном, румын) это дата оккупации Молдовы Советской Армией, а для другой части (в основном, русских) это дата освобождения от «румынской буржуазии».

Румыно-русское разделение проявляется и в том, что касается приднестровского конфликта. Когда Республика Молдова провозгласила свою независимость 27 августа 1991 года на юге и на востоке страны возникли сепаратистские движения. Конфликт на юге был решён путём признания автономности гагаузского меньшинства (АТО Гагаузия), но на левом берегу Днестра конфликт остался неразрешённым, т.к. непризнанная Молдавская Приднестровская республика объявила свою независимость. В обоих регионах основным языком является русский, и социальные и культурные вопросы рассматриваются с российской точки зрения. Все онлайн-издания в обоих регионах используют русский язык и предпочитают домены.ru вместо.md.<sup>117</sup>

Исследования СЛ в этих регионах показали, что журналисты избегают освещения этнических вопросов, например, касающихся гагаузского языка или самобытности этой этнической группы, зато сосредотачивают своё внимание на межрегиональных вопросах (отношения между Гагузией, Приднестровьем и Республикой Молдова).<sup>118</sup>

В течение последних нескольких лет, опросы зафиксировали слабеющий интерес к реинтеграции сепаратистских территорий. Согласно данным *Барометра общественного мнения*, опубликованным в ноябре 2010 года, только один из десяти молдавских жителей считает «приднестровский вопрос» важным. Более актуальные темы связаны с безработицей, нищетой и коррупцией.<sup>119</sup> Увядаящий интерес к этой проблеме отражается и в прессе. Однако с приходом нового лидера в лице Евгения Шевчука, Приднестровье снова попало в центр внимания. В декабре 2011 года Шевчук был избран президентом сепаратистского региона, он имеет репутацию политика более открытого к диалогу, чем его предшественник Игорь Смирнов.

---

117. В Приднестровье – Tiras.ru and Bes-arab.ru; в Гагаузии – Aiin-aciic.ucoz.ru, Info.gagauzia.ru и Gagauzsaytlar.ucoz.ru.

118. Центр независимой журналистики, *Мониторинг разнообразия в СМИ*, на [http://www.ijc.md/index.php?option=com\\_content&task=view&id=24&Itemid=45](http://www.ijc.md/index.php?option=com_content&task=view&id=24&Itemid=45) (проверено 23 декабря 2010г.)

119. Институт общественной политики, *Барометр общественного мнения* (БОМ), ноябрь 2010г., стр. 18.

### 4.3.3 Пространство для общественного самовыражения

По сравнению с традиционными СМИ, которые выборочно освещают деликатные вопросы, молдавская онлайн-журналистика предлагает больше сюжетов и больше точек зрения. Помимо новостных вебсайтов, существуют сотни блогов<sup>120</sup>, которые способствуют созданию обширного пространства для публичного самовыражения, доступного, в том числе, для ранее «молчащих» меньшинств. Так, например, организация геев и лесбиянок была среди первых неправительственных организации, открывших свой блог в 2001 году.<sup>121</sup> В 2010 году молдавский гомосексуалист создал блог<sup>122</sup>, в котором он пишет на разные темы. Он стал первым открыто признавшимся гомосексуальным блоггером в Молдове.

Что касается вероисповедания, православная церковь доминирует в религиозном обществе в Молдове. Поначалу православная церковь неохотно соглашалась с появлением новых СМИ и новых технологий. Однако недавно администрация православной церкви Молдовы открыла вебсайт Mitropolia.md. Вскоре после этого группы радикальных православных тоже запустили собственные сайты.<sup>123</sup>

Интернет также предоставил условия для выражения радикальных убеждений. Например, Железная гвардия, ультраправое румынское движение времён межвоенного периода, снова появилась благодаря интернету, равно как и некоторые большевистские и расистские группировки.<sup>124</sup>

## 4.4 Политическое разнообразие

### 4.4.1 Выборы и отражение в СМИ политических проблем

За период с 2009 по 2010 год в Молдове три раза проводились парламентские выборы (см. Контекст для более подробной информации), они совпали с быстрым ростом новых медиаплатформ. Несмотря на это, по мнению СЛ, появление таких популярных ресурсов не решило проблему качества освещения выборов. В докладе по мониторингу последней предвыборной кампании в октябре–ноябре 2010 года, куда впервые вошли два онлайн-издания (Unimedia.md and Omg.md),<sup>125</sup> СЛ отмечает, что «за некоторыми исключениями, пресса освещала предвыборную кампанию с точки зрения конкурентов на выборах, которым они симпатизируют или от которых зависят их патроны/учредители. Таким образом, плюрализм мнений не был обеспечен, а право на ответы

---

120. По данным Blogosfera.md, на 20 января 2011г. в Молдове были зарегистрированы 1,413 блогов.

121. Вебсайт GenderDoc-M (<http://www.lgbt.md>) доступен на трёх языках.

122. См. [Suntgayinmoldova.blogspot.com](http://Suntgayinmoldova.blogspot.com).

123. См. [Moldovacrestina.info](http://Moldovacrestina.info), [Salvareafamiliiilor.com](http://Salvareafamiliiilor.com), [Ortodoxia.md](http://Ortodoxia.md) и [Tinertulortodox.md](http://Tinertulortodox.md).

124. См. [Nouadreapta.md](http://Nouadreapta.md), [Grenada.md](http://Grenada.md) и [Puls.md](http://Puls.md).

125. См. [Unimedia.md](http://Unimedia.md) и [Omg.md](http://Omg.md).

в дискуссии не предоставлялось вопреки нормам профессиональной этики.»<sup>126</sup> В частности, Omg.md проявил политическую ангажированность в пользу ПКРМ, а Unimedia.md представлял ПКРМ в неблагоприятном общем контексте, соотношение между положительными и отрицательными материалами, в которых речь шла о ЛДПМ и ЛП, указывало на определенные симпатии портала к одному из конкурентов.

Незадолго до выборов в июле 2009 года Парламент изменил Кодекс о выборах.<sup>127</sup> Новые положения Кодекса призваны обеспечить более сбалансированное освещение предвыборных кампаний. В кодексе указаны различия между предвыборной агитацией и освещением избирательной кампании, перечислены принципы поведения СМИ во время предвыборных кампаний, гарантируется равный доступ к СМИ для всех кандидатов, а также определяются критерии для оценки издательской независимости. Кодекс не содержит особых примечаний для освещения предвыборных кампаний в интернете, включая этот аспект в общие нормы поведения СМИ.

Помимо Кодекса о выборах, положения о поведении СМИ в течение предвыборных кампаний также имеются в Конституции, в Кодексе радио и телевидения, в Законе о печати и в Законе о равенстве полов.<sup>128</sup> В целях согласования этих положений, Кодекс о выборах предоставляет Центральной избирательной комиссии подготавливать и утверждать к каждому выбору отдельные «Положения об освещении избирательной кампании в средствах массовой информации».<sup>129</sup> Целью Положений является обеспечение политического плюрализма и непредвзятого освещения избирательных кампаний, а также принятие чётких норм поведения, как для СМИ, так и для кандидатов. Например, Положения должны определять допустимые способы оглашения результатов опросов избирателей: до закрытия избирательных участков запрещается оглашение во всех СМИ (в том числе в интернете) материалов, включая интервью с избирателями, о количестве набранных конкурентами на выборах в течение дня голосов и об их шансах, в том числе результатов экзит-поллов.

#### 4.4.2 Цифровые коммуникации в политической сфере

Интернет открыл новые возможности для политической коммуникации в Молдове, даже в политически нестабильных 2009–2010 годах, заметно возросли интенсивность и разнообразие виртуальной коммуникации.

Некоторые из них были заброшены вскоре после их создания, другие обновляются более или менее систематично. Некоторые политические деятели уделяют существенную долю своего времени своему присутствию в виртуальном пространстве. Одним из таких примеров является Виталия Павличенко, председатель Национально-либеральной партии (на последних двух выбо-

---

126. Центр независимой журналистики, *Мониторинг СМИ в избирательной кампании по досрочным парламентским выборам 28 ноября 2010 года*, стр. 6.

127. Кодекс о выборах №1381-XIII от 21 ноября 1997г., опубликованный в *Monitorul Oficial* №. 81/667 8 декабря 1997г.

128. Закон о половом равноправии №5-XVI от 9 февраля 2006г., опубликованный в *Monitorul Oficial* № 047 24 марта 2006г.

129. Кодекс о выборах, статья 64(1).

рах, партия набрала менее 1% голосов). Хотя она не участвует в большой политике, бывший депутат остаётся очень активным политическим комментатором. Она обсуждает в блоге актуальные вопросы и ежедневно его обновляет.<sup>130</sup>

И другие политики из непарламентских партий следуют примеру В. Павличенко: Вячеслав Унтилэ, председатель Движения «Европейского действия» (МАЕ), Серджиу Мокану, председатель партии «За народ и страну» и Влад Кубряков, вице-председатель Христианско-демократической народной партии. Молодые, стремящиеся к власти политики, тоже активно пользуются блогами.

Но с приходом в правящие круги, многие из них оставляют вебсайты, которые способствовали их политическому восхождению. «Мне жаль, что в последнее время я ничего не публиковал, но из-за рабочего графика мне некогда писать здесь»,<sup>131</sup> отметил советник президента по иностранным делам и в прошлом активный блоггер Влад Лупан 16 сентября 2010 года после первого месяца в новой должности. На данный момент это последний текст в его блоге.

Во время кампаний 2009 и 2010 годов политические партии использовали много разных онлайн-инструментов для привлечения избирателей – видео файлы, фотогалереи, форумы и даже игры. Самым популярным из всех онлайн-инструментов стала игра *Serafică fără frică* (Серафикэ фэрэ фрике), разработанная АМН. Главным героем игры является лидер партии АМН Серафим Урекян, цель которого – сразить героев игры - политических оппонентов, главным образом из Партии коммунистов. Игра была представлена впервые в избирательных кампаниях 2009 года и обновлена для кампании 2010 года.

Несколько высокопоставленных чиновников также открыли собственные страницы, но их обновлением занимаются сотрудники пресс-служб, а не чиновники лично. Частично в связи с этим их сайты редко предоставляют оригинальную информацию, например, содержание блога премьер-министра Влада Филата идентично официальному сайту Правительства.<sup>132</sup> Официальный блог спикера парламента Мариана Лупу, исполняющего обязанности президента страны, администрирует пресс-служба Демократической партии. До мая 2010 года Лупу писал в блоге о молдавской политике от своего имени.<sup>133</sup>

Представители оппозиции чаще всего обновляют блоги без содействия пресс-служб. Например, депутат от Партии коммунистов Игорь Додон является одним из самых активных блоггеров в стране. Он обновляет блог на двух языках по несколько раз в неделю и получает множество комментариев от читателей.<sup>134</sup>

---

130. Блог Виталии Павличенко на <http://www.pavlicenco.md>.

131. Блог Влада Лупана <http://vlad-lupan.blogspot.com/2010/09/audio-vlad-lupan-ei-sa-puna-virgula-iar.html> (проверено 29 мая 2011г.)

132. Блог премьер-министра <http://gov.md/lib.php?l=ro&idc=436> (проверено 30 мая 2011г.)

133. Блог исполняющего обязанности президента <http://marianlupumd.livejournal.com/> (проверено 30 мая 2011г.)

134. Личный блог Игоря Додона <http://dodon.md/> (проверено 30 мая 2011г.)

По данным молдавского каталога вебсайтов Blogosfera.md, около 10% от 1,500 существующих блогов – о политике.

Присутствие в виртуальном пространстве политиков и политических обозревателей вызвало бурную дискуссию в Молдове. В начале 2011 года Константин Тэнасе, директор ежедневной газеты *Timputul*, опубликовал передовую статью, в которой осуждал «упорство и агрессивную настойчивость» политических блоггеров. Критика относилась особенно к Игорю Додону. «Всё это лишь логорея, полная глупостей и банальностей. Главным достоинством этих блоггеров является то, что все они, без исключения – графоманы, отвергнутые в «нормальной» прессе».<sup>135</sup> Статья вызвало бурную реакцию со стороны блоггеров, в том числе блоггеров-журналистов. Один из блоггеров высказался о статье как о классическом конфликте между поколениями: «Если суммировать общее число ежедневных уникальных посетителей блогов 10–15 блоггеров в Молдове, полученная цифра превысит число читателей *Timputul*».<sup>136</sup> В ответ, журналист пообещал открыть блог, в то же время предостерегая о том, что «виртуальное информационное пространство становится жертвой политических пиратов, а блоги (или их часть) превращаются в инструменты партийной пропаганды».<sup>137</sup> (До сих пор Тэнасе ещё не открыл собственный блог.)

Журналист радио «Еуропа Liberă» Радуня Бенеа считает, что вебсайты политических лидеров и партий упрощают работу во время предвыборных кампаний.<sup>138</sup> Игорь Волницкий, пресс-секретарь главы правительства и в прошлом известный политический журналист, согласен: «Два–три года назад журналистам приходилось расшифровывать «стерильные» пресс-релизы политических партий, больше порождающих сомнения, чем разъясняющих их. Теперь журналистам нужно лишь отбирать нужную информацию из множества прямых источников доступных в интернете».<sup>139</sup> Политикам также удалось извлечь пользу из цифровых технологий, считает И. Волницкий.

На сегодняшний день не только журналисты присматриваются к политикам, но и политики заинтересованы в журналистике. Правящие и оппозиционные политики начали понимать, что они зависят от СМИ. До недавних пор члены оппозиционных партий появлялись в прессе всего несколько раз за год, а теперь о них упоминается по несколько раз в день в новых СМИ, которые чувствуют необходимость в частом обновлении контента и предоставлении множества разных мнений.<sup>140</sup>

---

135. К. Тэнасе, «Valorile și principiile bloggerului Igor Dodon» (Ценности и принципы блоггера Игоря Додона), *Timputul*, 3 января 2011г.

136. См. <http://cojocari.ro/2011/01/constantin-tanase-este-ion-muruianu-pentru-foarte-multi-bloggeri/> (проверено 30 мая 2011г.)

137. К. Тэнасе, «Eu, Muruianu, blogosfera și arhaismele» (Я, Муруяну, блогосфера и архаизмы), *Timputul*, 7 января 2011г.

138. Интервью с Радуней Бенеа, журналистом радио «Еуропа Liberă», Кишинёв, 9 января 2011г.

139. Интервью с Игорем Волницким, пресс-секретарём премьер-министра Республики Молдовы, Кишинёв, 5 января 2011г. (далее, интервью с Игорем Волницким).

140. Интервью с Игорем Волницким.



## 4.5 Оценки

Благодаря цифровым технологиям, к общей картине молдавских СМИ прибавилась масса новых различных изданий и точек зрения, а официальные учреждения стали более прозрачными. Все эти составляющие влияют на качество и точность журналистики. Так, стало легче находить сюжеты для освещения, работать быстро и использовать разнообразные источники. Появилось больше возможностей распространять продукцию СМИ и новые возможности получения отзывов от публики. В то же время, наблюдатели отмечают, что более высокие скорости сопряжены с более поверхностным освещением новостей. В частности, новые СМИ создают жёсткую конкуренцию за право первым подать новость, что влечёт за собой ошибки и нарушения этических норм.

В то же время изменилась специфика ежедневной работы журналистов: их присутствие на освещаемых событиях становится всё чаще виртуальным, а информацию они предпочитают добывать по цифровым каналам. Таким образом, расцвела «второсортная журналистика» и журналистика «Google».

По сравнению с предыдущими избирательными кампаниями, освещение в СМИ последних парламентских выборов 28 ноября 2010 года отличалось качественно и количественно, в основном благодаря вебсайтам политических деятелей и партий, которые «засыпали» СМИ разного рода информацией.

Онлайн-журналистика предлагает больше сюжетов и точек зрения, чем традиционные медиа, благодаря множественным платформам для коммуникации. Изолированные группы населения и даже те, которых ранее считали не существующими в молдавском обществе, стали заметны благодаря онлайн-платформам. С другой стороны, в онлайн-журналистике присутствует то же разделение, как и в традиционных молдавских СМИ: румыноязычные издания в сопоставлении с русскоязычными изданиями. Язык СМИ определяет его отношение к вопросам этнического многообразия и к другим социальным и культурным проблемам. Несмотря на позитивное влияние интернета на публичные дебаты, они не всегда приводят к согласию или социальной сплочённости, и общественное пространство в Молдове остаётся всё таким же сегментированным.

Цифровые технологии повысили качество журналистских расследований. Интернет позволяет журналистам-расследователям легче находить сюжеты для расследований, находить и проверять источники, сравнивать данные из разных источников. Тем не менее, существующая в интернете информация может ввести в заблуждение репортёров из-за сомнительных, неверно истолкованных или несущественных данных.

# 5. Цифровые СМИ и технологии

## 5.1 Частотный вещательный спектр

### 5.1.1 Политика в области распределения частотного спектра

Исходя из Национальной таблицы распределения полос частот (Tabelul National de Atribuire a Benzilor de Frecvente, TNABF), 4% диапазона частот выделено для государственных целей (национальная безопасность и оборона, гражданская оборона, полиция), 40% – для неправительственного использования, а остальные 56% – для совместного использования обоими секторами. Радиочастоты для неправительственного использования, включая частоты для сетей и услуг электронной связи, выделяются ANRCETI и управляются Министерством информационных технологий и связи. Закон об электронных коммуникациях<sup>141</sup> даёт определение радиочастотного спектра как участка электромагнитного спектра, включающего радиоволны с частотами от 9 кГц до 3000 ГГц. Выделение спектра для вещания является исключительным правом Правительства.

Система определения, расчёта и выдачи частот в Молдове весьма сложная и осуществляется при помощи нескольких учреждений. Государственная комиссия по радиочастотам (Comisia de Stat pentru Frecvente Radio, CSFR) утверждает TNABF. Первая версия TNABF была принята в 1997 году и с тех пор претерпела некоторые изменения и дополнения. Авторами TNABF и последующих поправок являются эксперты Национального радиочастотного центра Министерства информационных технологий и связи,<sup>142</sup> отвечающего за расчёт, определение, утверждение и надзор над радиочастотами, а также заведующего Государственным регистром радиочастот и радиостанций. Последние поправки были приняты в мае 2010 года в соответствии с рядом документов, принятых Всемирной радио конференцией в 2007 году<sup>143</sup> Вещательные радиочастоты, распределённые таким образом CNFR, передаются в Координационный совет по телерадиовещанию (ССА), который объявляет публичный тендер для данных частот. После этого ANRCETI выдаёт технические лицензии кандидатам выигравшим тендер, оснащение кандидатов должно соответствовать техническим стандартам и нормам вещания на выделенных частотах.

141. Закон об электронных коммуникациях № 241 от 15 ноября 2007г., опубликованный в *Monitorul Oficial* 14 марта 2008г.

142. Официальный вебсайт Национального радиочастотного центра <http://www.cnfr.md/index.php?pag=sec&id=142&l=en>

143. Национальная таблица распределения полос частот, на [://en.anrceti.md/files/filefield/TNABF\\_en.pdf](://en.anrceti.md/files/filefield/TNABF_en.pdf) (проверено 29 мая 2011г.).



CNFR также отвечает за составление национального регламента распределения радиочастот. Главными документами, регламентирующими процесс выдачи частот, являются следующие:

- Закон об электронных коммуникациях
- Кодекс радио и телевидения
- Решения CSFR
- TNABF<sup>144</sup>

Однако, существующая правовая база не указывает конкретный процент частот, распределяемых для цифрового вещания.

На данный момент в Молдове преобладает аналоговое вещание. Для перехода к цифровому вещанию необходимо совершить конверсию спектра радиочастот. Данный процесс зафиксирован в Концепции введения наземного цифрового телевидения в Республике Молдова, которая в 2011 году находилась всё ещё на уровне законопроекта. Согласно рекомендациям Региональной конференции по радиосвязи в Женеве (RRC-2006),<sup>145</sup> Молдова должна прекратить аналоговое наземное вещание и перейти к цифровому вещанию в июне 2015 года. Тем не менее, по словам Виктора Пулбере, главы управления экспертизы и лицензирования ССА, страна ещё не готова к переменам.

Вопреки рекомендациям Женевской конференции 2006 года, рынок цифрового вещания находится на начальном этапе. До сих пор только две–три телевизионных компании вещают в цифровом формате, а из радиостанций – ни одна, это говорит о довольно медленном темпе эволюции в этом направлении, и в создании документов и стратегий, и в развитии стандартов технического оснащения.<sup>146</sup>

Так как в Молдове пока не существует правовых рамок для перехода к цифровому вещанию, ещё рано оценивать распределение цифровых квот и «свободных мест», т.е. нераспределённых радиочастот.

### 5.1.2 Транспарентность

Несмотря на то, что законный механизм распределения спектра достаточно ясен, эксперты склонны думать, что сама процедура распределения недостаточно прозрачна. Бывший сотрудник ANRCETI Ион Кошуляну отмечает, что «с экономической и технической точки зрения, не в

---

144. Документы доступны на румынском языке на [http://www.mtic.gov.md/legislation\\_en/](http://www.mtic.gov.md/legislation_en/) (проверено 5 июля 2011г.).

145. Международный союз электросвязи (МСЭ), Заключительные акты региональной конференции радиосвязи по планированию цифровой наземной радиовещательной службы в частях Района 1 и 3, в полосах частот 174-230 МГц и 470-862 МГц (RRC-06), доступно на <http://www.itu.int/publ/R-ACT-RRC.14-2006/en>, и на румынском языке на [http://www.mtic.gov.md/img/gis/rp06\\_27\\_03\\_2007\\_md.pdf](http://www.mtic.gov.md/img/gis/rp06_27_03_2007_md.pdf) и [http://www.mtic.gov.md/img/gis/st61\\_revision%20\\_md.pdf](http://www.mtic.gov.md/img/gis/st61_revision%20_md.pdf) (все проверены 30 мая 2011г.).

146. Интервью с Виктором Пулбере, главой управления экспертизы и лицензирования ССА, Кишинёв, 24 ноября 2010г. (далее, интервью с Виктором Пулбере).

интересах CNFR умалчивать о координированных частотах или держать их в резерве, потому что частота приносит прибыль (и для эксплуатирующей компании, и для государства) только тогда, когда частоту используют, оплачиваются налоги на экономическую деятельность».<sup>147</sup> Всё-таки ряд «неопределенных факторов» в процессе выдачи лицензий уменьшают прозрачность. Множество учреждений, вовлечённых в процесс, обостряют ситуацию, и, по мнению И. Кошуляну, увеличивают риск коррупции.<sup>148</sup>

Из общего числа учреждений, вовлечённых в процесс лицензирования, главная роль приходится на ССА, выдающую лицензии. СJI убеждён в том, что ССА злоупотребило своей ролью, отдавая предпочтение одним вещателям и ставя в невыгодное положение других.<sup>149</sup> Одним из примеров послужил канал N4, который в 2007 году обладал всего тремя частотами, а в декабре 2010 года – уже девятью. В то же время другим телеканалам систематически отказывали в дополнительных частотах (например, ProTV подал заявку на 8 частот в 2008 году и получил отказ). Самые известные случаи подобной практики были зарегистрированы с каналами NIT и EuroTV. NIT получил 12 частот в течение всего двух лет (с 2007 по 2009 год), а EuroTV развернул вещание с одной лишь частоты в 2007 году до девяти в 2009 году, преимущественно покрывая город Кишинёв. Согласно данным мониторингов СJI, все эти телеканалы открыто поддерживали правящие партии: N4 и NIT TV поддерживали Партию коммунистов, а EuroTV в то время был частью холдинга Flux, по сообщениям СМИ принадлежавшему Юрию Рошка, бывшему лидеру Христианско-демократической народной партии. ХДНП была неформальным партнёром коалиции Партии коммунистов (политические связи владельцев СМИ рассматриваются подробно в разделах 6.1.2 и 6.1.3).<sup>150</sup>

Непрозрачность решений ССА зафиксирована в последнем Докладе о ситуации в СМИ Республики Молдова за 2010 год, опубликованном СJI:

Что касается противодействия, оказываемого КСТР любому политическому или экономическому влиянию, регулирующий орган не смог проявить свою независимость, в частности, в рамках конкурса радиочастот в октябре 2010 года. 19 октября десять из одиннадцати представленных на конкурс частот выиграл один вещательный оператор – VDT, практически неизвестный на рынке электронных СМИ Республики Молдова, в ущерб двум крупным операторам – Jurnal TV и Publika TV. Позднее VDT отказался от 8 выигранных частот. На том же заседании КСТР выделил четыре из семи представленных на конкурс частот одной радиостанции

---

147. Интервью с Ионом Кошуляну, бывшим заместителем директора ANRCETI, Кишинёв, 16 марта 2011г. (далее, интервью с Ионом Кошуляну).

148. Интервью с Ионом Кошуляну.

149. Центр независимой журналистики, *Raport asupra situatiei presei în Republica Moldova în anul 2009* (Доклад о ситуации в СМИ Республики Молдова в 2009г.), доступно на румынском и на русском языках на [http://ijc.md/Publicatii/mlu/raport\\_FOP\\_2009.pdf](http://ijc.md/Publicatii/mlu/raport_FOP_2009.pdf) и [http://ijc.md/Publicatii/mlu/raport\\_FOP\\_2009\\_rus.pdf](http://ijc.md/Publicatii/mlu/raport_FOP_2009_rus.pdf) (оба проверены 1 июня 2011г.).

150. Ассоциация независимой прессы, *Memoriu privind libertatea presei în Republica Moldova* (Меморандум о свободе прессы в Республике Молдова), доступен на румынском языке на <http://www.api.md/events/4847/index.html> (проверено 1 июня 2011г.).

– Maestro FM.<sup>151</sup> Тот факт, что все телевизионные частоты были получены одним вещательным оператором, вызывает сомнения в беспристрастности решения КСТР и независимости этого органа от политического и экономического влияния.<sup>152</sup>

### 5.1.3 Конкуренция за частоты

На данный момент в Молдове преобладает аналоговое наземное и кабельное вещание. Более 60% из 150 операторов предоставляют услуги главным образом в Кишинёве и в других городах, таких как Бэлць и Кахул. По словам Аллы Байдауз, главы Управления технического регламентирования и стандартизации ANRCETI, «периферийный рынок практически не затронут».<sup>153</sup>

Процесс распределения спектра частот для цифрового вещания находится на начальном этапе, и пока нет никаких положений запрещающих попытки операторов уменьшения спектра частот, доступных остальным. Также не было принято никаких попыток ввести подобные положения.

## 5.2 Доступ к цифровым платформам

### 5.2.1 Технические стандарты

Несмотря на множество общественных дискуссий на тему прозрачности и реформирования ССА, а также лоббирование этой темы такими организациями, как СЛ, дебаты ведутся больше вокруг политики и законодательных рамок, чем вокруг технических стандартов, за которые ответственны Министерство информационных технологий и связи и ANRCETI.<sup>154</sup> Технические стандарты для цифрового вещания в настоящее время не включены в Кодекс радио и телевидения. Новый Кодекс, проект которого ещё разрабатывается, должен их включить, но до сих пор никакие технические положения не были оглашены. Ни общественность, ни профессиональные ассоциации не участвовали в обсуждении стандартов и не показывают заинтересованности в активном участии в вышеупомянутом процессе.

### 5.2.2 Контролеры доступа к цифровым платформам

Принимая во внимание, что формально и фактически процесс перехода к цифровому вещанию только начался, анализировать вопрос надзора пока рано. Вышеупомянутые поправки к Кодексу радио и телевидения предоставят нормативную базу для цифрового перехода: с момента их принятия, ССА разработает рекомендации для перехода вещателей с аналогового на цифровой формат.

---

151. По данным докладов молдавских СМИ, владельцем Maestro FM является Владимир Плахотнюк, вице-спикер Парламента, член Демократической Партии. В его собственности находятся ещё несколько СМИ (см. раздел 6).

152. Центр независимой журналистики, *Raport asupra situației presei în Republica Moldova în anul 2010* (Доклад о ситуации в СМИ Республики Молдова в 2010г.), доступно на румынском на [http://www.ijc.md/Publicatii/mlu/Raport\\_FOP\\_ro.pdf](http://www.ijc.md/Publicatii/mlu/Raport_FOP_ro.pdf) (проверено 3 июня 2011г.).

153. Интервью с Аллой Байдауз, главой Управления технического регламентирования и стандартизации ANRCETI, 11 декабря 2010г.

154. Институт Развития и Социальных Инициатив Viitorul, «Дискуссионный клуб: Реформирование радио и телевизионного вещания: задачи, ограничения и решения», 2 июля 2010, на <http://www.viitorul.org/newsview.php?id=2896&l=en&idc=132> (проверено 3 июня 2011г.).

Согласно Концепции введения наземного цифрового телевидения, мультиплексы должны быть построены к концу 2012 года.

### 5.2.3 Передающие сети

Единственным оператором сетей связи в Молдове является государственное предприятие Radiocomunicatii, основанное Министерством информационных технологий и связи. Radiocomunicatii предоставляет услуги радио и телевизионного вещания, а также обслуживает три общественных сетевых телеканала и две радиостанции с национальным покрытием. На данный момент предприятие оснащено ТВ-передатчиками высокой, средней и низкой мощности (около 96 единиц).

Передача радиопрограмм осуществляется через 35 радиопередатчиков в диапазоне 66–73 МГц, 87,5–108 МГц и на полосах средних частот. Деятельность Radiocomunicatii заключается в трансляции телевизионных и радиопрограмм, передаче телевизионных и радиопрограмм через релейные линии, предоставления услуг проводного радиовещания в Кишинёве (наследство времён Советского Союза, когда радиоточки, играющие роль средства информации и гражданской обороны, устанавливались практически в каждом доме) и по всей стране, а также ретрансляции иностранных вещателей. Помимо традиционных услуг, Radiocomunicatii предоставляет и услуги передачи данных.<sup>155</sup>

До сих пор не поступало никаких жалоб или отзывов о привилегиях для тех или иных компаний или операторов. Всё же сотрудник ССА Виктор Пулбере считает, что «при отсутствии конкуренции в этой области, можно предположить, что существует некоторая заинтересованность в назначении государственного оператора Radiocomunicatii, так как именно этому предприятию поручено построить два национальных мультиплекса».<sup>156</sup> Согласно Концепции введения наземного цифрового телевидения, в итоге государственное предприятие Radiocomunicatii должно построить шесть мультиплексов, с общим доступом к 48 телеканалам.

## 5.3 Телекоммуникации

### 5.3.1 Телекоммуникации и новости

В конце 2009 года в Молдове действовали около 400 поставщиков услуг сетевого доступа и электронной связи. При этом около 90% рынка разделяют между собой четыре самых крупных оператора: государственная компания Moldtelecom, корпорации Orange Moldova и Moldcell, а также StarNET, сравнительно новый игрок на рынке. Остальные операторы более мелкие и работают в

---

155. См. официальный сайт Radiocomunicatii на <http://www.radiocom.md/eng/main>.

156. Интервью с Виктором Пулбере.

основном на местном уровне или предоставляют ограниченные услуги. Структура рынка находится в постоянном изменении.

За последние несколько лет часть секторов рынка претерпели значительные колебания уровня продаж (доля стационарной телефонной связи сократилась на 10% в 2007–2009 годах). В настоящее время на мобильную связь приходится 55% продаж, за которой следует стационарная связь (31%), интернет и передача данных (8%) и услуги вещания (6%).<sup>157</sup> Ожидается рост доли интернета, передачи данных и услуг вещания, за счёт снижения доли стационарной связи.

Спад основных показателей (продажи, абоненты, степень проникновения) рынка услуг вещания и ретрансляции был вызван экономическим кризисом 2008 года. ANRCETI прогнозировало восстановление рынка в 2010–2011 годах, главным образом за счёт продвижения услуг многоканального вещания, таких как кабельное телевидение, интернет-телевидение (IPTV) и спутниковое телевидение (DTH). Действительно появление услуг IPTV, развитие и расширение спектра услуг кабельного и цифрового многоканального многоточечного (MMDS) телевидения увеличили число абонентов многоканального телевидения. В 2009 году их число выросло на 1,6%, составив 230,000 подписчиков, а в 2010 году рост стал ещё заметнее. Число абонентов услуг цифрового многоканального телевидения (IPTV, DTH и кабельного телевидения) возросло в 2009 году на 181%, достигнув 55,600 подписчиков. Большинство пользуются услугами кабельного цифрового и интернет-телевидения. Таким образом, доля пользователей цифровых услуг в структуре рынка многоканального телевидения выросло почти втрое: от 8,8% в 2009 году до 24,2% в 2010 году.

IPTV было официально запущено в конце 2009 года. На данный момент эту технологию используют два оператора – Moldtelecom и StarNET. Интернет-телевидение от Moldtelecom включает 30 цифровых каналов и ряд дополнительных опций (видео по запросу, просмотр со сдвигом во времени) и предоставлялось бесплатно абонентам, которые заключали контракты сроком от двух лет.<sup>158</sup> Седьмого декабря 2010 года. Moldtelecom запустил пакет интернет-телевидения высокого разрешения, изначально включающий 5 каналов.<sup>159</sup>

В 2009 году абсолютное большинство абонентов многоканального телевидения (97,6%) являлись пользователями кабельного телевидения, а 2,4% – пользователями кодированного телевидения. Больше половины пакетов услуг многоканального телевидения предлагают свыше 50 каналов. Большинство из них – иностранные каналы, в основном российские и в меньшей степени румынские. Существующее законодательство не содержит никаких требований к кабельным операторам

---

157. Business Intelligence Services Group (BSI), *Aspecte ale evoluției pieței comunicațiilor electronice în Republica Moldova în 2008*, (Аспекты эволюции рынка электронной связи в Республике Молдова в 2008г.), на румынском языке на [http://www.bis.md/pdf/Analiza\\_pieteii\\_comunicatiilor\\_electronice\\_2008.pdf](http://www.bis.md/pdf/Analiza_pieteii_comunicatiilor_electronice_2008.pdf) (проверено 6 июня 2011г.).

158. К. Дзиадул, *Moldova launches IPTV platform* (Молдова запускает платформу IPTV), Новостное агентство Broadband TV News, 23 февраля 2010г., на <http://www.broadbandtvnews.com/2010/02/23/moldova-launches-iptv-platform/> (проверено 7 июня 2011г.).

159. «Молдтелеком вводит HD TV в Молдове», Новостное агентство Moldova Azi, 8 декабря 2010г., на <http://www.azi.md/en/story/15236> (проверено 6 июня 2011г.).

относительно обязательных передач. Тем не менее, большая часть новостной продукции ограничивается семью телеканалами общего профиля (Moldova 1, NIT TV, Pro TV, TV7, Prime TV, N4 и EuroTV) и с некоторых пор, двумя новыми телеканалами Publika TV и Jurnal TV. По этой причине кабельные операторы являются ключевыми поставщиками новостей в Молдове, хотя и только в городских местностях. В сельских местностях новостное покрытие обеспечивает аналоговое вещание общественного телеканала Moldova 1 (с национальным покрытием в 99%) и частных телеканалов Prime TV (покрытие 95%) и NIT TV (60%).

### 5.3.2 Давление операторов на поставщиков новостей

До сих пор в Молдове о случаях давления на поставщиков новостей со стороны операторов кабельных сетей или других операторов не сообщалось. Также не было выявлено ни одного случая влияния со стороны операторов кабельных сетей, направленного на ограничение доступа новых СМИ к рынку телевидения через их кабельные пакеты.

## 5.4 Оценки

Независимость двух ключевых учреждений – Координационного совета по телерадиовещанию (ССА) и ANRCETI гарантируется законом. К тому же закон об учреждении ANCRETI прямо гласит, что миссия агентства – служить общественным интересам. Внутренний регламент ССА и Кодекс радио и телевидения содержат похожие положения для ССА. Тем не менее существует ряд примеров того, что процессы выдачи лицензий на вещание в ССА и технических лицензий в ANRCETI не лишены политической мотивации. В обоих случаях процесс принятия решения непрозрачен.

Спектр радиочастот и политика распределения частот не обсуждались и не обсуждаются в обществе. Причиной этого может служить непрозрачность процесса распределения частот. ССА распределяет частоты и выдаёт вещательные лицензии через открытые тендеры, но исследования серьёзных неправительственных организации отмечают, что решения ССА кажутся основанными скорее на политических соображениях, чем на общественных интересах.

И ANRCETI склонно пренебрегать общественными интересами. Агентство сосредотачивает внимание на столице и игнорирует местных операторов.

Ни выделение цифровых квот и нераспределённых радиочастот, ни регламентирование процесса пока не начато, так как Молдове ещё предстоит перейти на цифровое вещание.<sup>160</sup> Концепция перехода предусматривает объявление открытых тендеров для предоставления всем желающим возможности участвовать. Согласно Концепции, тендеры будут сопровождаться общественными информационными кампаниями. До сих пор кампании, информирующие о переходе к цифровому вещанию были адресованы заинтересованным экспертам, не затрагивая широкую общественность.

---

160. Интервью с Виктором Пулбере.

## 6. Медиабизнес в цифровую эпоху

### 6.1 Собственность

#### 6.1.1 Развитие правовой базы в области владения СМИ

Главным законом, регулирующим собственность, статус владельца и финансирование СМИ является Кодекс радио и телевидения.<sup>161</sup> Из-за отсутствия чёткости закон неоднократно подвергался критике со стороны экспертов СЛ. В частности, вызывают сомнения положения двух статей – 28 и 66. Первая содержит требования возможности получения информации о владельце: «(5) Для получения разрешения на ретрансляцию программных комплексов в Координационный совет по телерадиовещанию необходимо подать заявление, которое должно содержать фамилию, имя, гражданство (наименование фирмы – в случае юридического лица) и адрес заявителя, а также информацию о том, является ли заявитель учредителем (акционером) других средств массовой информации.»<sup>162</sup> Другая статья устанавливает запрет на право собственности СМИ для некоторых категорий организаций: «(2) Учредителями частных вещательных организаций не могут быть органы власти любого уровня, государственные агентства, финансируемые из государственного бюджета партии и политические формирования, предприятия и учреждения, специализирующиеся в области телекоммуникаций».<sup>163</sup>

Дойна Костин, координатор отдела политики и законодательства СЛ, считает эти положения «вводящими в заблуждение»: «Статьи 28 и 66 Кодекса используют термин «учредитель» вместо «владельца». Термин «учредителя» [...] довольно неясный, так как обычно учредителями СМИ указываются юридические лица и компании, а не конкретные физические лица. В этом случае трудно догадаться, кто стоит за тем или иным СМИ».<sup>164</sup> Думитру Цыра, исполнительный директор

---

161. Кодекс радио и телевидения.

162. Кодекс радио и телевидения.

163. Кодекс радио и телевидения.

164. Интервью с Дойной Костин, координатором отдела политики и законодательства СЛ, Кишинёв, 15 января 2011 г. (далее, интервью с Дойной Костин).



PublikaTV, согласен с данным определением: «Закон не предусматривает разделение между учредителем и собственником, которые на самом деле могут быть разными (лицами).»<sup>165</sup>

Медиа эксперты надеются, что новые законопроекты разрабатываемые Ассоциацией электронной прессы (APEL) исправят ситуацию. По словам Д. Костин, «проект нового Кодекса устранил все эти недостатки и, в дополнение к более чётким требованиям к владению СМИ, установит механизм мониторинга ситуации на рынке, во избежание образования монополий».<sup>166</sup> Среди соавторов нового закона есть известные молдавские медиа эксперты Еуджен Рыбка, Ион Бундуки, Василе Стате. Основа проекта была заложена в 2010 году, в настоящее время закон разрабатывается, но конечная версия ещё не готова.

Некоторые положения Кодекса радио и телевидения были изменены до того, как в APEL начали работу над проектом. В июле 2010 года был изменён пункт 3 статьи 66. До этого статья включала ограничения на концентрацию собственности до двух вещательных лицензий на одно физическое или юридическое лицо в любой административной зоне. Теперь статья гласит: «(3) Физическое или юридическое лицо может обладать не более чем пятью лицензиями на вещание в одной административно-территориальной единице или зоне, не обладая при этом исключительными правами.»<sup>167</sup> Изменение было раскритиковано общественными организациями. По мнению СЛ, таким образом создаётся ситуация благоприятная для «появления монополии на рынке вещания, ставящая под угрозу разнообразие продукции СМИ, препятствующая конкуренции и приводящая к «берлусконизированной», т.е. однообразной прессе».<sup>168</sup>

Возможные негативные последствия этих изменений усугубляет непрозрачность собственности в СМИ. Медиа эксперт Еуджениу Рыбка заявляет, что «поправка была преждевременной» и подчёркивает, что при непрозрачной собственности СМИ, последствия будет трудно оценить.<sup>169</sup> Другие медиа эксперты также раскритиковали повышение числа максимально дозволенных лицензий, признав, что собственность в области СМИ лишена прозрачности.

Кроме Кодекса радио и телевидения, несколько положений, косвенно затрагивающие интересы владельцев СМИ, содержатся в Кодексе о выборах. Согласно последним поправкам, если вещатель намеревается освещать избирательную кампанию и передавать политическую рекламу, статья 64 пункт 2 Кодекса о выборах обязывает его объявлять личность владельца. Положение было добавлено путём принятия Закона №119 от 18 июня 2010 года и вошло в силу 29 июня

---

165. Интервью с Думитру Цыра, исполнительным директором PublikaTV, 23 января 2011г. (далее, интервью с Думитру Цыра).

166. Интервью с Дойной Костин.

167. Кодекс радио и телевидения.

168. Центр независимой журналистики, *Opinie privind inițiativa legislativă de modificare a art. 66 alin. 3 din Codul audiovizualului al R. Moldova* (Мнение о законопроекте по изменению статьи 66, п. 3 Кодекса радио и телевидения Р. Молдовы), на румынском на [http://www.ijc.md/Publicatii/Declaratii/2010/Declaratie\\_ONGmedia.pdf](http://www.ijc.md/Publicatii/Declaratii/2010/Declaratie_ONGmedia.pdf) (проверено 5 июля 2011г.).

169. Интервью с Еудженом Рыбка, экспертом в медиа законодательстве, членом рабочей группы, разрабатывающей новый Кодекс радио и телевидения, 12 апреля 2011г. (далее, интервью с Еудженом Рыбка).



2010 года.<sup>170</sup> Закон предусматривает, что «(2) В первые семь дней после утверждения Положения об освещении избирательной кампании в средствах массовой информации каждая вещательная организация подает Координационному совету по телерадиовещанию декларацию о своей издательской политике на период избирательной кампании с указанием собственника/собственников организации. Декларации размещаются на сайте Координационного совета по телерадиовещанию. Контроль за соблюдением этой обязанности осуществляется Координационным советом по телерадиовещанию по собственной инициативе в соответствии с положениями Кодекса телевидения и радио Республики Молдова».<sup>171</sup>

Однако, это положение практически не выполняется. «Как правило, декларации, поданные в ЦИК, всё ещё указывают учредителя вместо собственника, вопреки требованиям закона», говорит юридический советник СJI Дойна Костин.<sup>172</sup>

В Молдове на некоторые типы СМИ существуют ограничения на право владения для иностранных собственников. Для вещателей одни и те же положения распространяются на местных и иностранных инвесторов: Юридическое лицо не может обладать контрольным пакетом более, чем в двух вещателях, независимо от их типа.<sup>173</sup> В случае печатных изданий, статья 5 пункт 3 Закона о печати гласит: «(3) Иностранные физические и юридические лица вправе быть только соучредителями периодических изданий и агентств печати, им может принадлежать не более 49 процентов уставного капитала.» Другими словами, иностранные граждане не могут быть единственными учредителями печатных изданий в Республике Молдова.

### 6.1.2 Новые СМИ на новостном рынке

В 2007 году Муниципальный совет Кишинёва большинством голосов от Партии коммунистов и ХДНП, принял решение о приватизации двух муниципальных вещателей – радиостанции Antena C и телеканала EuroTV. В результате Antena C была приобретена 27 января 2007 года гражданином Думитру Лютиковым за сумму в 1,5 миллиона лей (120,000 долларов), а EuroTV было продано за 2 миллиона лей (150,000 долларов) другому гражданину, Игорю Болдуряну, бывшему однокласснику Юрия Рошки, в то время занимающего должность вице-спикера Парламента и лидера ХДНП. В 2008 году И. Болдуряну, занимавший тогда должность генерального директора EuroTV, был заменён Якобом Рошка, двоюродным братом Юрия Рошки. В опубликованных позднее докладах СJI и APREL сообщалось о политической ангажированности Antena C, открыто поддерживающей Партию коммунистов в новостях и программах, в то время как EuroTV, переименованная новыми владельцами в EuTV, оказывала значительную поддержку ХДНП. Медиа доклады

---

170. Закон №119 от 18 июня 2010г., вошедший в силу 29 июня 2010г., «О внесении изменений и дополнений в Кодекс о выборах», на <http://lex.justice.md/index.php?action=view&view=doc&lang=1&id=335036> (проверено 5 июля 2011г.)

171. Кодекс о выборах №1381-ХП от 21 ноября 1997г., на <http://www.e-democracy.md/files/elections/electoral-code-%28referendum-excerpts%29-18-06-2010-ro.pdf> (проверено 5 июля 2011г.)

172. Интервью с Дойной Костин.

173. Кодекс радио и телевидения.

указывали на то, что за лицами, заключившими сделки, стояла медиагруппа Flux, по сообщениям СМИ принадлежавшая Юрию Рохке. Этот же холдинг издаёт одноименную газету *Flux*.<sup>174</sup>

В 2009 году у EuTV возникли финансовые сложности, в том числе и с зарплатами сотрудников. В результате ряд новостных и других программ были закрыты, и канал перешёл к трансляции фильмов с дублированием на русский язык и румынскими субтитрами. По информации, содержащейся в медиа докладах, в начале 2011 года телеканал был куплен неким молдавским нефтяным предпринимателем.<sup>175</sup> EuTV был перезапущен 8 марта 2011 года.

Первого марта 2006 года молдавская компания Analytic Media Group (AMG) запустила телеканал TV7. Главным образом канал ретранслирует российские НТВ и НТВ МИР, а также производит собственные новости и аналитические программы. Телеканал доступен во всех кабельных сетях столицы.

Одним из главных игроков на рынке, появившимся после смены власти в 2009 году, стал местный инвестор Prime TV, владеющий телеканалом Prime TV и радиостанцией Prime FM. Prime FM был запущен 10 сентября 2010 года на основе бывшей муниципальной радиостанции Antena C. Prime TV начал вещать в 2007 году и транслирует в основном программы российского подконтрольного Кремлю Первого канала. С сентября 2010 года Prime TV стал производить собственные новостные программы, а также несколько ток-шоу и развлекательных программ. Согласно документации, предъявленной ССА, директором компании является Петру Желиховски, но СМИ приписывают собственность компании Владимиру Плахотнюку, вице-спикеру Парламента и члену Демократической партии. Плахотнюк также является предполагаемым владельцем иностранного инвестора Telefe M International, который в свою очередь владеет телеканалом 2 Plus и радиостанцией Maestro FM.<sup>176</sup>

В марте 2010 года на молдавском рынке СМИ появился новый телеканал Jurnal TV. Телевидение является частью холдинга Jurnal Trust Media наряду с радиостанцией Jurnal FM (запущена в 2010 году), ежедневником *Jurnal de Chişinău*, жёлтой газетой *Apropo*, экономической газетой *ECONOMIST*, развлекательным вебсайтом *Jurnal Live*, новостным вебсайтом Jurnal.md и рекламным агентством Reforma Advertising. По данным документации, предъявленной ССА, компанией Jurnal Trust Media владеет Jurnal de Chisinau Plus, директором которой является Вал Бутнару, жур-

---

174. Т. Карауш, *Media Ownership and its Impact on Media Independence and Pluralism in Moldova* (Собственность СМИ и ее влияние на независимость и плюрализм в Молдове), Юго-восточная сеть по профессионализации СМИ (SEENPM), Институт мира, Любляна, Словения, 2004г., стр. 335.

175. Unimedia, «Euro TV s-a relansat pe 8 martie» (Euro TV был перезапущен 8 марта), на <http://unimedia.md/index.php?mod=news&id=31205> (проверено 5 июля 2011г.).

176. См. «Плахотнюк и СМИ», на <http://antimafie.jurnal.md/?p=344>; «Prime Плахотнюка ретранслирует незаконно?», на <http://www.jurnal.md/ro/news/prime-ul-lui-plahotniuc-retransmisie-ilegala-192756/> (проверено 5 июля 2011г.) (далее, «Плахотнюк и СМИ»); Анджела Арамэ, «Codul Audiovizualului și frecvențele lui Plahotniuc» (Кодекс радио и телевидения и частоты Плахотнюка), на <http://aagama.blogspot.com/2010/10/concursul-cca-pentru-atribuirea.html> (проверено 5 июля 2011г.) (далее, Анджела Арамэ, «Кодекс радио и телевидения и частоты Плахотнюка»).

налист. Другие источники указывают, что предприниматель Виорел Цопа является владельцем холдинга.<sup>177</sup>

В том же году был запущен телеканал Publika TV. Телеканал является инвестицией влиятельного румынского медиахолдинга Realitatea–Catavescu, компании предпринимателя Сорина Овидиу Вынту. По некоторым оценкам, инвестиции в Publika TV составили около 4,8 миллиона евро.<sup>178</sup> Кроме того, медиагруппа запустила (также в 2010 году) радиостанцию Publika FM и веб-сайт Publika.md. По данным документации, предъявленной ССА, этими СМИ владеет Stiri Media Group (часть румынского холдинга Realitatea–Catavescu).

Рынок радио тоже значительно расширился за последние несколько лет за счёт «свежих поступлений» – Radio Noroc, Aquarelle FM и Radio Sport. Последняя из них вещает в Кишинёве и является единственной в стране радиостанцией, полностью посвящённой спорту. Aquarelle FM нацелена на женскую аудиторию и является собственностью Анжелы Сырбу, также владеющей женским ежемесячным журналом *Aquarelle* и журналом о бизнесе *Business Class*.

2010 год также ознаменовался появлением нескольких новых печатных изданий: *Gazeta de Sud*, *Adevărul* и *Evenimentul Zilei* (на румынском языке), и *Новости Дня* (на русском). Еженедельники *Evenimentul Zilei* и *Новости Дня* начали издаваться одновременно и рекламировались в совместной маркетинговой кампании, несмотря на то, что официально владельцы, издательская политика и коллективы редакций газет были разными. *Evenimentul Zilei* находится в собственности общества с ограниченной ответственностью Evenimentul Zilei SRL, отрицающей любые связи с политическими организациями в стране. По данным докладов молдавских СМИ, владельцем Maestro FM является Владимир Плахотнюк,<sup>179</sup> вице-спикер Парламента и член Демократической партии (ДПМ). Мониторинги ЦНЖ в период предвыборной кампании в ноябре 2010 года выявили, что «издательская политика *Evenimentul Zilei* поддерживала ДПМ».<sup>180</sup> Газета *Новости Дня* находится в собственности компании *Новости Дня*, но не предоставляет никакой информации об учредителях или владельцах компании.<sup>181</sup> Обе газеты приостановили издание в марте 2011 года, не объясняя причин этого решения.<sup>182</sup> Между тем сайт *Evenimentul.md* продолжает обновляться.

---

177. Статья о Jurnal Trust Media в Wikipedia, на [http://ro.wikipedia.org/wiki/Jurnal\\_Trust\\_Media](http://ro.wikipedia.org/wiki/Jurnal_Trust_Media). Кроме того, Unimedia.MD упоминало о Виореле Цопа как о владельце и инвесторе Jurnal Trust Media. См. Unimedia, *Angajat Jurnal Trust Media: 1/3 din angajații instituției media sunt puși pe liber! Gătu: Este o chestie internă!* (Анонимный сотрудник холдинга Jurnal: Треть сотрудников Jurnal Trust Media ждёт увольнение! Гыту: это внутренние дела компании!) на <http://unimedia.md/index.php/design/calendar/banner/?mod=news&id=19113> (проверено 5 июля 2011г.).

178. Asinfo, “Vintu vinde televiziunea unui oligarh basarabean?” (Вынту продаёт телевидение молдавскому олигарху?) на <http://www.asinfo.ro/index.php?module=Pagesetter&func=viewpub&tid=5&pid=5545> (проверено 5 июля 2011г.).

179. Unimedia.MD, *Pauză în știrile OMEGA, dar și la ziarul Evenimentul Zilei* (Пауза в новостях Omega и Evenimentul Zilei), на <http://unimedia.md/?mod=news&id=29041>.

180. Центр независимой журналистики, *Мониторинг СМИ в избирательной кампании по досрочным парламентским выборам 28 ноября 2010 г.*, на [http://www.ijc.md/Publicatii/monitorizare/Raport\\_final\\_maleg\\_ro.pdf](http://www.ijc.md/Publicatii/monitorizare/Raport_final_maleg_ro.pdf) (проверено 5 июля 2011г.).

181. Центр независимой журналистики, «Был опубликован меморандум о свободе прессы в Молдове», на [http://www.ijc.md/eng/index2.php?option=com\\_content&do\\_pdf=1&id=310](http://www.ijc.md/eng/index2.php?option=com_content&do_pdf=1&id=310) (проверено 5 мая 2011г.).

182. Azi.md, “Evenimentul zilei și Novosti dnya și-au sistat activitatea” (Evenimentul zilei Новости Дня прервали свою деятельность), на <http://www.azi.md/ro/story/16326>.

Сайт администрирует группа молодых журналистов волонтеров, они публикуют новости, комментарии, статьи, репортажи на политические, экономические и социальные темы в Молдове.<sup>183</sup>

*Adevărul* начала издаваться в декабре 2010 года и входит в состав румынского медиахолдинга Adevărul Holding, принадлежащего румынскому медиа магнату Дину Патричиу. Газета провозгласила свою издательскую независимость от редакционной политики одноименного румынского ежедневника. В коллектив редакции *Adevărul Moldova* входят 14 молдавских журналистов и один румынский журналист. В 2010 году Дину Патричиу объявил о своём намерении запустить в Молдове жёлтую газету *Click* (в Румынии *Click* стал самой продаваемой газетой тиражом свыше 200,000 экземпляров во второй четверти 2010 года), а также русскоязычную версию *Blik*.<sup>184</sup>

Молдавский рынок СМИ пережил значительный рост онлайн-СМИ, в большинстве случаев принадлежащих лицам неизвестным публике. Одним из главных игроков является New Media Group. В 2005 году компания открыла румыноязычный онлайн-портал новостей Unimedia.md, в настоящее время – это один из ведущих вебсайтов Молдовы. В 2008 году New Media Group создала русскоязычный новостной вебсайт Vesti.md, женский онлайн-журнал Ladyclub.md и платформу для пресс-релизов Icomunicat.md. В 2009 году New Media Group продала долю в 25% во всех порталах компании Stiri Media Group, владеющей телеканалом Publika TV и радиостанцией Publika FM. С тех пор собственник Publika не менялся.

### 6.1.3 Консолидация собственности

Существует два фактора, туманные юридические определения и непрозрачность собственности СМИ, затрудняющих анализ консолидации собственности в Молдове. Помимо того, что молдавские правовые нормы употребляют термин «учредитель» и «соучредитель» (см. раздел 6.1.1) вместо «владельца», в них также отсутствуют какие-либо упоминания о собственности СМИ и о концентрации собственности. Закон не предусматривает требования к обнародованию владельцев или спонсоров СМИ, а данные о собственниках не доступны для общественности. «Главной проблемой в идентификации медиагрупп, зарождающихся на молдавском рынке, стала непрозрачная собственность СМИ», – считает Раиса Лозински, бывший редактор газеты *Jurnal de Chişinău*, член Наблюдательного совета ТРМ.

Несмотря на это, некоторые направления в редакционной политике СМИ позволяют предположить, что консолидация всё-таки имеет место. По словам Р. Лозински, до 2009 года большинство СМИ были связаны с ПКРМ, находившейся у власти с 2001 по 2009 год. Глава партии и бывший президент Владимир Воронин заявил на конгрессе ПКРМ 15 марта 2008 года, что «у

---

183. См. <http://www.evenimentul.md> (проверено 25 марта 2011г.).

184. Центр независимой журналистики, *Raport asupra situației presei în Republica Moldova în anul 2010* (Доклад о ситуации в СМИ Республики Молдова в 2010г.), доступно на румынском на [http://www.ijc.md/Publicatii/mlu/Raport\\_FOP\\_ro.pdf](http://www.ijc.md/Publicatii/mlu/Raport_FOP_ro.pdf) (проверено 5 июня 2011г.)

коммунистов есть четыре газеты и всего один телеканал»,<sup>185</sup> однако медиа эксперты оспаривают это заявление. Р. Лозински, исследуя концентрацию молдавских СМИ, пришла к выводу, что «на самом деле коммунистический «трест» значительно более внушительен.. Возможно патронами остальных газет и телеканалов являются другие люди, точнее – подставные лица, но все они как один верны политическому курсу нынешнего руководства. Их эфирное время или газетная площадь, как и интернет-сайты, изобилуют сообщениями о мнимых достижениях власти.»<sup>186</sup> На основе анализа редакционной политики, ПКРМ открыто или негласно поддерживали телеканалы NIT и N4, радиостанции Antena C и Серебряный дождь, газеты *Moldova Suverană*, *Comunistul*, *Независимая Молдова*, *Puls*, а также информационные агентства Новости-Молдова и Basa-press.<sup>187</sup> Мониторинги СЛ, АРЕЛ и АРІ во время предвыборных кампаний 2009 и 2010 года также выявили политическую ангажированность этих СМИ и их открытую лояльность коммунистам.<sup>188</sup>

Другим примером концентрации собственности может служить, так называемый, «холдинг Рошка»,<sup>189</sup> группа СМИ, связанных с бывшим лидером ХДНП Юрием Рошка. Согласно декларации по проверке имущества высокопоставленных лиц, предъявленной Центральной комиссией (*Comisia Centrală de Control*, CCC), до 2005 года Рошка владел акциями в газетах *Flux* и *Țara*, в информационном агентстве Flux и в типографии Prag 3. Доклады медиа организаций указывают на то, что он продолжает владеть газетой *Flux* и типографией Prag 3, к которым добавился недавно приватизированный телеканал EuroTV.

Prime TV, компания с растущим влиянием на молдавском рынке СМИ, предположительно принадлежит бизнесмену и депутату Владимиру Плахотнюку.<sup>190</sup> По сообщениям докладов о СМИ, он также владеет телеканалом 2 Plus и радиостанциями Maestro FM и Megapolis FM.<sup>191</sup> Нынешнее влияние его медиа империи достигнуто при явном содействии ССА: две радиочастоты, ранее принадлежавшие AMG и Antena C, достались В. Плахотнюку.<sup>192</sup> По подсчётам Серджиу Мокану,

---

185. Monitor Media Press, *Jurnal de Chisinau scrie ca Vladimir Voronin nu e sincer cand afirma ca comunistii au doar patru ziare si o televiziune* (Jurnal de Chisinau пишет, что Владимир Воронин не искренен, когда заявляет, что ПКРМ владеет четырьмя газетами и одним телеканалом), на [http://www.deca.md/?cat=art\\_com&id=1691](http://www.deca.md/?cat=art_com&id=1691) (проверено 5 июля 2011г.).

186. Р. Лозински, «Концентрация СМИ в Республике Молдова».

187. Р. Лозински, «Концентрация СМИ в Республике Молдова».

188. Центр независимой журналистики, *Monitorizarea mass-media în campania electorală pentru alegerile parlamentare 2009*е. (Мониторинг СМИ в избирательной кампании по парламентским выборам 2009 года), на [http://www.ijc.md/Publicatii/monitorizare/monitorizare\\_raport\\_general.pdf](http://www.ijc.md/Publicatii/monitorizare/monitorizare_raport_general.pdf); Ассоциация электронной прессы (АРЕЛ), *Raport final de monitorizarea prezenței actorilor politici/electorali în programele posturilor de televiziune în perioada electorală a alegerilor parlamentare 2009* (Итоговый доклад о мониторинге трансляций программ с участием политических деятелей и конкурентов в программах телеканалов во время предвыборной кампании 2009г.), на [http://www.apel.md/public/upload/md\\_6\\_RAPORT\\_FINAL\\_Monitor\\_ELECTORAL\\_05\\_rom.pdf](http://www.apel.md/public/upload/md_6_RAPORT_FINAL_Monitor_ELECTORAL_05_rom.pdf) (оба проверены 5 июля 2011г.).

189. Р. Лозински, «Концентрация СМИ в Республике Молдова», стр. 10.

190. См. «Плахотнюк и СМИ» и Андже́ла Арамэ, «Codul Audiovizualului și frecvențele lui Plahotniuc» (Кодекс радио и телевидения и частоты, принадлежащие Плахотнюку).

191. См. Андже́ла Арамэ, «Codul Audiovizualului și frecvențele lui Plahotniuc» (Кодекс радио и телевидения и частоты Плахотнюка), на <http://aarama.blogspot.com/2010/10/concursul-cca-pentru-atribuirea.html> и Azi.md, «Din 10 noiembrie, postul 2 Plus transmite emisiunile TVR1» (С 10 ноября 2 Plus ретранслирует передачи TVR1, на <http://www.azi.md/ro/print-story/14616> (проверено 5 июля 2011г.).

192. См. Azi.md, «Licența TVR1 a fost retrasă de către Vlad Plahotniuc, ex-directorul TV 2 Plus» (Экс-директор TV 2 Plus: лицензия TVR1 была отнята Владимиром Плахотнюком), на <http://www.azi.md/ro/story/13260> (проверено 5 июля 2011г.).



лидера движения «Антимафия» и председателя партии «За народ и страну», общая аудитория телеканалов В. Плахотнюка охватывает около 60% румыноязычного населения.<sup>193</sup>

Ещё один пример консолидации СМИ – инвестиции и приобретения румынского холдинга Realitatea–Catavescu в Молдове. В 2009 году румынский предприниматель Сорин Овидиу Вынту приобрёл музыкальный телеканал Muz TV, а вслед за этим запустил канал Publika TV и радиостанцию Publika FM. Также в 2010 году Stiri Media Group как составная часть холдинга Realitatea–Catavescu приобрела долю в 25% онлайн-платформ Unimedia.md, Vesti.md, Ladyclub.md и Icomunicat.md.<sup>194</sup>

В большинстве случаев концентрация СМИ призвана служить политическим целям – именно политическая ангажированность владельцев СМИ привела к уменьшению разнообразия, а не сам процесс консолидации. Доклады мониторингов во время предвыборных кампаний 2009 и 2010 года (трое парламентских выборов и один конституционный референдум), составленные СЛ, АРЕЛ и АРІ, подтверждают, что вышеупомянутые СМИ поддерживали те партии или организации, чьи сотрудники владели СМИ. Например, «частные телеканалы с национальным покрытием Prime TV и 2 Plus, а также радиостанция Prime FM освещали избирательную кампанию чаще всего в новостях. Исходя из частоты цитирования и контекста, Prime TV поддерживал Демократическую партию. То же самое можно сказать и о 2 Plus и Prime FM.»<sup>195</sup> Подобная поддержка обусловлена тем фактом, что в списке кандидатов от Демократической партии находился и В. Плахотнюк, предполагаемый владелец этих СМИ.

Сходным примером может послужить Jurnal TV. Согласно тому же докладу, изданному СЛ, «Jurnal TV поддерживал партию «За народ и страну», так как её кандидатам уделялось значительно больше эфирного времени в новостях и программах. Причиной ангажированности в пользу политического деятеля послужил тот факт, что на ноябрьских парламентских выборах 2010 года Виорел Цопа (по информации СМИ, один из владельцев Jurnal TV) состоял в списке партии «За народ и страну».<sup>196</sup>

#### **6.1.4 Сфера телекоммуникаций и СМИ**

Операторы телекоммуникаций всё больше вовлечены в деятельность сектора СМИ через услуги интернет-телевидения, но пока не являются владельцами СМИ. Ключевым моментом в этом смысле стал запуск в феврале 2010 года услуги IPTV национального оператора Moldtelecom. Год спустя StarNet последовал его примеру и запустил собственную услугу IPTV.

---

193. См. Jurnal.md, «Плахотнюк и СМИ», на <http://antimafie.jurnal.md/?p=344> (проверено 5 июля 2011г.).

194. Интервью по электронной почте с Василе Галушка, соучредителем и совладельцем Interakt Media, 11 марта 2011г.

195. Центр независимой журналистики, *Мониторинг СМИ в избирательной кампании по досрочным парламентским выборам 28 ноября 2010 года*, на [http://www.ijc.md/Publicatii/monitorizare/Raport\\_final\\_maleg\\_ro.pdf](http://www.ijc.md/Publicatii/monitorizare/Raport_final_maleg_ro.pdf) (проверено 5 июля 2011)

196. Список кандидатов от ДПМ на <http://www.e-democracy.md/elections/parliamentary/2010/opponents/pdm/list/> и от ПНС на <http://www.e-democracy.md/elections/parliamentary/2010/opponents/ppnt/list/> (оба проверены 5 июля 2011г.).

### 6.1.5 Прозрачность собственности СМИ

Отсутствие прозрачности собственности СМИ вот уже несколько лет является главной проблемой молдавского рынка СМИ. Предпосылки этой ситуации кроются в неточной формулировке законодательства о собственности СМИ, постсоветских методах приватизации и нежелании властей внести больше ясности и прозрачности.

В начале 1990-х годов государственные СМИ советских времён были приватизированы непрозрачным образом и, во многих случаях, подставными фирмами. Александру Бурдейный, главный редактор информационного агентства InfoMarket, объясняет, что «после провозглашения независимости Молдовы в 1991 году, большинство печатных изданий, радиостанций и телеканалов стали переходить в частную собственность. Газеты и журналы могли быть приобретены их сотрудниками, потому что в этом случае процесс приватизации был проще, а стоимость – меньше, а для вещательных компаний процесс был более сложным и дорогостоящим». <sup>197</sup> В результате многие вещатели достались «скрытым хозяевам». По словам Людмилы Андроник, на сегодняшний день «более 50% радиостанций и телеканалов записаны на имя третьих лиц». <sup>198</sup>

Закон не предусматривает для СМИ каких-либо обязательств по объявлению истинных владельцев, хотя заинтересованные лица могут сделать официальный запрос о формальном владельце СМИ в Государственную регистрационную палату (Camera Înregistrării de Stat din Moldova), учреждение ответственное за регистрацию всех юридических лиц, независимо от их формы собственности. «Всё-таки, в большинстве случаев, они не являются их фактическими владельцами», – говорит А. Бурдейный. <sup>199</sup>

Медиа эксперт Еуджениу Рыбка считает, что непрозрачность обусловлена «отсутствием воли» в этой области. Таким образом, «благодаря ‘целенаправленным усилиям’ ССА, мы понимаем, что владельцем телеканала А является компания Б. Даже если бы Кодекс радио и телевидения использовал термин «владелец» вместо «учредителя», благодаря тем же ‘целенаправленным усилиям’ ССА, его истолковали бы так, чтобы получить в итоге ту же компанию Б. По моему мнению, здесь идёт речь об отсутствии воли членов Координационного совета обнародовать эту информацию для публики». <sup>200</sup>

---

197. Интервью с Александром Бурдейным, главным редактором информационного агентства InfoMarket, Кишинёв, 11 февраля 2011г. (далее, интервью с Александром Бурдейным).

198. Интервью с Людмилой Андроник.

199. Интервью с Александром Бурдейным.

200. Интервью с Еудженом Рыбка.

## 6.2 Финансирование СМИ

### 6.2.1 Государственное и частное финансирование

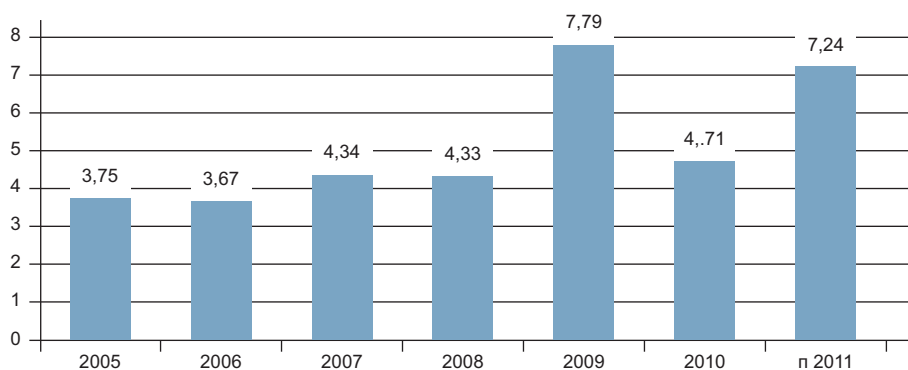
Единственным учреждением, финансируемым из бюджетных средств, является общественный вещатель Телерадио-Молдова. Согласно статье 64 Кодекса радио и телевидения, ТРМ финансируется из следующих источников:

- а) субсидии из государственного бюджета,
- б) пожертвования и спонсорские поступления на специальные проекты;
- в) средства, полученные от предоставления собственности в аренду и продажи оригинальных телепрограмм
- г) прибыль, полученная от организации публичных мероприятий в соответствии с предметом деятельности компании;
- д) доходы от рекламы;
- е) другие финансовые источники, законность которых не вступает в противоречие с положениями настоящего кодекса и других законов.

Все остальные телеканалы, радиостанции, печатные и онлайн-издания находятся в частной собственности. Они финансируются главным образом из доходов от рекламы или инвестиций владельцев.

Диаграмма 14.

Суммы, выделенные общественной службе вещания из государственного бюджета, в млн. долларов США



Примечание: п: прогноз

Источник: Министерство финансов Республики Молдова, Законы о государственном бюджете с 2005 по 2010гг.



Система прямого финансирования ТРМ из государственного бюджета (суммы определяются ежегодно Министерством финансов и утверждаются Парламентом) вызывает критику большинства медиа экспертов и журналистов, опрошенных для данного доклада, а также некоторых международных экспертов. Они считают, что государство не должно предоставлять финансовую поддержку одной компании за счёт других СМИ, так как это может порождать неравную конкуренцию. «Действенным и разумным решением было бы перевести общественного вещателя на самофинансирование, так как иначе получается ситуация, в которой государство поддерживает некоторые СМИ в ущерб другим», – говорит Л. Андроник.<sup>201</sup> Абонентская плата, разработка и продажа собственных программ и продуктов может стать нужной моделью финансирования, которая «обеспечит независимость от политических факторов», – добавляет Д. Костин.<sup>202</sup>

В своих комментариях к законопроекту Кодекса радио и телевидения эксперт ОБСЕ Катрин Ниман-Меткалф также советует ввести абонентскую плату. «Несмотря на то, что европейские страны могут сами принимать решения о модели финансирования общественного вещателя, его независимость и рентабельность легче всего достигается внесением абонентской платы. Финансирование главным образом из государственного бюджета не рекомендуется, поскольку это уменьшает независимость организации», – пишет она.<sup>203</sup> Размер государственных субсидий ТРМ варьируется ежегодно, но доля государственных средств, предусмотренная годовым бюджетом, остаётся стабильно высокой – около 90%.<sup>204</sup> Несмотря на это, тогдашнее руководство ТРМ выразило несогласие с этой точкой зрения, утверждая, что в Молдове нельзя ввести абонентскую плату из-за бедности большинства населения.

Четыре года должны были пройти в постоянных переговорах, чтобы мнения международных экспертов были включены в документ под названием «Стратегические направления развития общественной вещательной компании Телерадио-Молдова в период с 2010 по 2015 год», разработанный совместно с Европейским союзом вещателей (European Broadcasting Union, EBU). В частности, документ предусматривает, что текущие расходы и затраты на модернизацию общественного вещателя будет нести общество в целом через прямое (абонентская плата) и не прямое (бюджет) финансирование: «Таким образом, образуется необходимая прямая и интерактивная связь между пользователем и общественной службой вещания, что положительно повлияет на качество общественного вещания».<sup>205</sup>

---

201. Интервью с Людмилой Андроник.

202. Интервью с Дойной Костин.

203. К. Ниман-Меткалф, *Comments on the Draft Audiovisual Code of the Republic of Moldova*, (Комментарии к законопроекту Кодекса радио и телевидения), Организация за безопасность и сотрудничество в Европе (ОБСЕ), 7 апреля 2006г., на <http://www.osce.org/fom/18830> (проверено 5 июля 2011г.).

204. Абонентская плата была также предложена в июне 2006г. экспертами от Совета Европы Кристиан Ниссен и Борисом Бергант на семинаре «Общественная служба вещания: обеспечение независимой редакционной политики и автономности организации» в Молдове, 19–21 июня 2006г.

205. Info-Prim Neo, “Taxa de abonament pentru serviciile de radioteleviziune publice este văzută în mod diferit de experți europeni și conducerea TRM” (Абонентская плата для общественного вещания по-разному воспринимается европейскими экспертами и руководством ТРМ), на <http://www.info-prim.md/?a=10&nD=2006/06/21&ay=2403> (проверено 5 июля 2011г.).

Что касается частных вещателей, статья 66 Кодекса радио и телевидения предусматривает, что «источниками финансирования являются доходы, полученные от коммерческой деятельности, оказания услуг, и спонсорских поступлений».<sup>206</sup> Главным источником финансирования частных вещателей остаётся реклама. В печатных изданиях, особенно в региональных и местных, реклама составляет от 10 до 20% от всех доходов. Остальные суммы поступают от розничной продажи.<sup>207</sup>

По данным рекламного агентства ZenithOptimedia, молдавский рынок рекламы стремительно развивается. По их утверждению, быстрый рост связан с тем фактом, что Молдова является в первую очередь новым рынком для рекламы, где рекламные затраты начали расти с крайне низкой базы. Самый большой рост был зарегистрирован в 2006–2008 годах, когда расходы на рекламу утроились, достигнув 33,7 миллиона долларов США. Большая часть денег пришлось на телевидение (см. Диаграмму 15).

Начиная с 2009 года, розничная продажа и подписка на печатные издания начали падать, подталкиваемые изменением привычек населения касательно потребления СМИ, а также финансовым кризисом. Это изменение можно заметить и в опросах мнений: согласно данным *Барометра общественного мнения*, в апреле 2008 года 13,1% респондентов ответили, что читают газеты ежедневно, а в мае 2010 года их число сократилось до 9,7%.<sup>208</sup>

В 2009 году рекламный рынок упал практически во всех сегментах, особенно для местных изданий. По данным доклада, составленным Ионом Бундуки по заказу института «Открытое Общество», «рынок рекламы, и прежде не отличавшийся справедливым распределением, теперь (в январе 2010 года) сталкивается с серьёзными трудностями. По словам представителей рекламных агентств, их бюджеты сократились на 65% в январе 2010 года по сравнению с тем же периодом прошлого года».<sup>209</sup> Исследование, проведённое API, показало, что «после появления первых признаков экономического кризиса в 2008 году, восемь из 20 местных изданий потеряли до 30% своих лояльных клиентов рекламодателей. Другие клиенты не отказались от рекламных услуг газет, но уменьшили объёмы рекламы. В некоторых случаях объём рекламы уменьшилась до половины прежних размеров».<sup>210</sup>

---

206. Кодекс телевидения и радио Республики Молдова, №260-XVI от 27 июля 2006г., опубликованный в *Monitorul Oficial* №131-133/679 18 августа 2006г., на румынском языке на [http://www.apel.md/public/upload/en\\_audiovisual\\_code.pdf](http://www.apel.md/public/upload/en_audiovisual_code.pdf) (проверено 5 июля 2011г.).

207. И. Бундуки, *Footprint of Financial Crisis in the Media*, (Влияние экономического кризиса на СМИ, доклад по Республике Молдова), по заказу института «Открытое Общество» (Open Society Institute), декабрь 2009г., на [http://www.soros.org/initiatives/media/articles\\_publications/publications/financial-crisis-media-20091201/moldova-20091201.pdf](http://www.soros.org/initiatives/media/articles_publications/publications/financial-crisis-media-20091201/moldova-20091201.pdf) (проверено 5 июля 2011г.) (далее, И. Бундуки, *Footprint of Financial Crisis in the Media*).

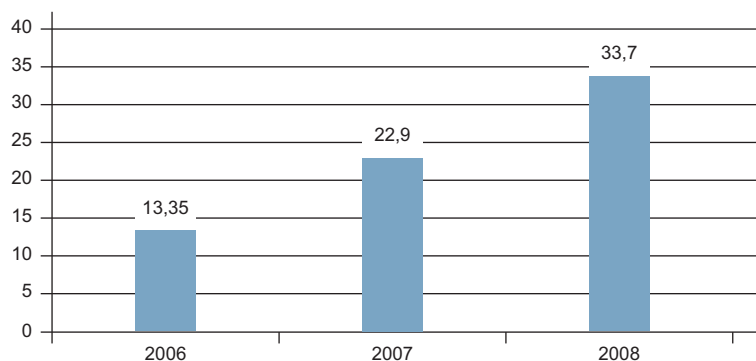
208. Институт общественной политики, *Барометр общественного мнения* (БОМ), апрель 2008г. и май 2010г.

209. И. Бундуки, *Footprint of Financial Crisis in the Media*, сmp. 7

210. Ассоциация независимой прессы (API), *Evoluția presei locale în perioada 1990–2010* (Эволюция местной прессы в период 1990–2010гг.), стр. 22, доступно на румынском на <http://api.md/files/evolutie.pdf> (проверено 5 июля 2011г.).

Диаграмма 15.

Динамика рекламного рынка в Молдове, в млн. долларов США, 2006–2008гг.

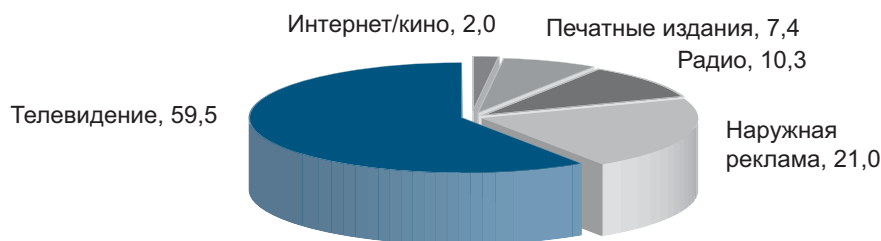


Источник: Ассоциация рекламных агентств Молдовы (*Asociația Agențiilor de Publicitate din Moldova*, ААРМ)

Единственным сегментом, демонстрирующим положительную тенденцию в отношении рекламных затрат во время финансового кризиса, был онлайн. По словам Л. Андроник, кризис не затронул рынок онлайн-рекламы, который «продолжает расти в том же темпе», скорее всего подстегиваемый ежедневным увеличением числа пользователей интернета.<sup>211</sup> В 2008 году затраты на онлайн-рекламу составили 700,000 долларов и по некоторым оценкам удвоились в 2009 году.<sup>212</sup>

Диаграмма 16.

Структура расходы на рекламу по видам, в 2008г. в % от общей суммы



Источник: ААРМ

Самая большая проблема молдавского рынка рекламы состоит в том, что несколько компаний образовали монополию в этом секторе. Этот факт негативно сказывается на финансовой независимости СМИ и подрывает их жизнеспособность, так как подавляющее большинство владельцев рекламных агентств также являются владельцами СМИ, направляя рекламу в свои собственные издания или к вещателям. Л. Андроник замечает, что «согласно последним данным, предоставлен-

211. Интервью с Людмилой Андроник.

212. См. “Privire de ansamblu asupra pietii de publicitate online în Moldova” (Обзор рынка онлайн-рекламы в Молдове), на <http://totul.md/ro/expertitem/592.html> (проверено 5 июля 2011г.).

ным Национальным агентством по защите конкуренции, самые значительные доходы от рекламы отмечены у СМИ, находящихся в ведении агентства Casa Media, особенно у телеканалов Prime TV и 2 Plus. Доля рынка Casa Media составляет свыше 50%, от 60 до 70% которой приходится на Prime TV.<sup>213</sup> Casa Media предположительно принадлежит политику Владимиру Плахотнюку, он же является предполагаемым владельцем Prime TV и 2 Plus. Серджиу Мокану, бывший советник президента Владимира Воронина и в данное время председатель партии «За народ и страну» (Partidul pentru Neam și Țară), считает, что доля рекламы, приходящаяся на холдинг Casa Media может достигать даже 80%.<sup>214</sup>

Экономические эксперты также отмечают вероятность существования монополии нескольких компаний на рынке рекламы. Осенью 2010 года экономист Вячеслав Ионицэ, ныне председатель Парламентской комиссии по экономике, бюджету и финансам, объявил в одной из передач на телеканале Jurnal TV, что «рекламный рынок Молдовы имеет потенциал, но на данном этапе находится в стадии становления. Главная проблема в том, что рынок с самого начала был монополизирован несколькими компаниями».

Очередная типичная проблема для молдавских СМИ, в частности печатных изданий, заключается в том, что во многих СМИ нет отдела маркетинга. Большинство из них признают, что им не хватает денежных средств для найма специалиста по маркетингу.<sup>215</sup>

Максим Калмыков, шеф-редактор издания *Gazeta.md*, утверждает, что без маркетинговой стратегии, невозможно профессионально распространять газету. «Чтобы быть конкурентоспособным, нужно анализировать рынок. Только тогда можно строить планы для дальнейшего развития издания», – говорит М. Калмыков.<sup>216</sup>

## 6.2.2 Другие источники финансирования

Для частных вещательных организаций других источников финансирования, кроме прописанных законодательством (т.е. реклама, пожертвования и поступления от учредителя/владельца), не существует. Они не получают средства из государственного бюджета.

С печатными изданиями дело обстоит несколько иначе. Статья 12 Закона о печати оговаривает ряд ситуаций, в которых допускается прямое финансирование изданий из государственного бюджета: «Периодические издания, предназначенные для детей дошкольного и школьного возраста,

---

213. Интервью с Людмилой Андроник.

214. Jurnal.md, “Plahotniuc si mass-media”(Плахотнюк и СМИ), на <http://antimafie.jurnal.md/?p=344> (проверено 5 июля 2011г.).

215. В. Готишан, “Tirajul presei scrise din Republica Moldova.Mecanisme de reglementare și monitorizare” (Тираж печатных СМИ Республики Молдова) Mass Media in Moldova, декабрь 2008г., стр. 3 (далее, В. Готишан, «Тираж печатных СМИ Республики Молдова»).

216. В. Готишан, «Тираж печатных СМИ Республики Молдова».

финансируются государством; в этом случае соответствующие министерства (департаменты) становятся их учредителями (соучредителями).<sup>217</sup> Эксперт IDIS Viitorul Серджиу Русановски придерживается мнения, что «на первый взгляд, эта статья принята с благими намерениями; однако в этих случаях эти самые министерства и отделы становятся учредителями (соучредителями) изданий, и могут воспользоваться для продвижения тех или иных политических точек зрения. Соответственно, сфера образования, нуждающаяся больше чем любая другая в защите от политического вмешательства, становится инструментом политических интересов».<sup>218</sup>

Схожим образом «периодические издания и агентства печати, учрежденные публичными властями, финансируются за счет соответствующего бюджета».<sup>219</sup> В этом случае акцент делается на изданиях, учрежденных государством, с негативными последствиями для развития частных изданий, которые должны выживать в сложных экономических условиях с помощью собственных ресурсов.

Закон допускает и пожертвования для печатных изданий и информационных агентств со стороны местных и иностранных физических и юридических лиц. Издания, получающие подобную поддержку, обязаны два раза в год публиковать информацию об источниках и размерах пожертвований.<sup>220</sup> Чаще всего среди донорских организаций встречаются международные организации, такие как Американский совет по международным исследованиям и обменам (IREX), Фонд Сороса (в составе Фонда «Открытое Общество», OSF), Агентство международного развития США (USAID) и Академия общеобразовательной подготовки в Молдове (AED). В докладе API отмечается, что поддержка иностранных доноров играет важную роль на рынке СМИ, покрывая от 30 до 50 процентов издательских расходов ежегодно.<sup>221</sup>

В отличие от международного финансирования, прямая поддержка изданий правительствами зарубежных государств запрещена, за исключением случаев, предусмотренных двусторонними межгосударственными соглашениями.<sup>222</sup>

По словам Думитру Цыра, «в настоящее время для частных молдавских СМИ существует четыре источника финансирования: спонсорство учредителей, реклама, специальные проекты, реали-

---

217. Закон о печати № 243-XIII от 26 октября 1994г., опубликованный в *Monitorul Oficial* №2/12 12 января 1995г., на румынском языке на [http://ijc.md/Publicatii/mlu/legislatie/legea\\_presei.pdf](http://ijc.md/Publicatii/mlu/legislatie/legea_presei.pdf) (проверено 5 июля 2011г.) (далее, Закон о печати № 243-XIII от 26 октября 1994г.).

218. С. Русановски, *Aspecte instituționale și de reglementare a finanțării Mass-media în Republica Moldova. Focus pe Teleradio-moldova* (Организационные и нормативные аспекты финансирования массмедиа. В объективе Телерадио-Молдова), Институт Развития и Социальных Инициатив IDIS Viitorul, 2010, стр. 22, на [http://www.viitorul.org/public/3129/en/STUDIU\\_TRANSPARENTA\\_ENG.pdf](http://www.viitorul.org/public/3129/en/STUDIU_TRANSPARENTA_ENG.pdf) (проверено 5 июля 2011г.)

219. Закон о печати № 243-XIII от 26 октября 1994.

220. Закон о печати № 243-XIII от 26 октября 1994.

221. Ассоциация независимой прессы (API), *Evoluția presei locale în perioada 1990–2010* (Эволюция местной прессы в периоде 1990–2010гг.), стр. 21, доступно на румынском на <http://api.md/files/evolutie.pdf> (проверено 5 июля 2011г.).

222. Закон о печати № 243-XIII от 26 октября 1994.

зованные совместно с международным сообществом (дипломатические миссии, иностранные доноры, представленные в Молдове) и средства от политической рекламы»<sup>223</sup>

## 6.3 Бизнес-модели в сфере СМИ

### 6.3.1 Изменения бизнес-моделей для СМИ

Медиа руководители склонны полагать, что в итоге, с экономической точки зрения переход к цифровым технологиям окажет положительное влияние на СМИ. По мнению одного из руководителей телевизионной компании, цифровые технологии принесут огромные выгоды рынку СМИ, особенно телевизионному, так как это поставит все телеканалы в равные условия, что предполагает равномерность распространения их продукции. Легче всего перейдут, по словам того же источника, компании, недавно появившиеся на рынке, такие как, Publika TV или Jurnal TV, так как их техническое оснащение соответствует всем требованиям цифрового вещания.<sup>224</sup>

А. Бурдейный полагает, что переход к цифровым технологиям откроет новые возможности для появления других моделей финансирования, в которых интернет-операторы и платформы мобильной связи могут предоставить модель для тестирования и введения абонентской платы на онлайн-версии печатных изданий.<sup>225</sup>

## 6.4 Оценки

С 2005 года рынок СМИ начал всё больше концентрироваться вокруг нескольких медиагрупп. Четыре таких медиагруппы поделили между собой почти весь рынок: СМИ, контролируемые Партией коммунистов, – Jurnal Trust Media; СМИ, контролируемые, по имеющимся сведениям, политиком Владимиром Плахотнюком; СМИ в составе медиагруппа Realitatea–Catavencu, принадлежащего румынскому предпринимателю Сорину Овидиу Вынту. Почти половина этих медиагрупп связаны с политическими партиями и организациями, как отмечается в докладах неправительственных организаций СJI и APEL о поведении СМИ во время предвыборных кампаний.

Концентрация медиагрупп в общем выгодна тем СМИ, которые являются частью этих групп, тогда как небольшие СМИ пытаются выжить в текущих рыночных условиях. Некоторые независимые издания сильно зависят от поддержки, предоставленной международными донорскими организациями (Фонд Сороса, IREX или USAID), а другие закрываются. В то же время всё больше изданий появляются в интернете, диверсифицируя рынок новостей.

---

223. Интервью с Думитру Цыра.

224. Интервью с Думитру Цыра.

225. Интервью с Александром Бурдейным.



За последние пять лет прозрачности в собственности СМИ не добавилось. Законы и регламенты по-прежнему неясные, в них отсутствует требование об указании истинных владельцев и не существует различия между понятием учредителя и понятием владельца. Личность истинных владельцев остаётся неизвестной для большинства аудитории. Тем не менее, законопроект нового Кодекса радио и телевидения, разработка которого ещё продолжается, предусматривает детальные требования к прозрачности собственности во избежание неверных толкований.<sup>226</sup>

Что касается монополизации рынка СМИ, недавно было принято спорное положение, изменяющее статью 66 Кодекса радио и телевидения. Теперь вещатель может иметь до пяти лицензий на вещание одновременно в одной территориально-административной единице. Проистекающий из этого риск возникновения монополии был отмечен медиа организациями, но ССА и Парламент не приняли во внимание их доводы.

Ещё рано оценивать влияние цифровых технологий на собственность СМИ в Молдове, так как процесс находится на раннем этапе. Аналогично обстоят дела с финансированием и бизнес-моделями. Всё же несколько уроков из аналоговой эры могут пригодиться при оценке независимости и финансовой жизнеспособности молдавских СМИ.

В Молдове самые «безопасные» источники средств, или иными словами, не предполагающие никаких политических обязательств – это реклама и средства от международных организаций. Только эти ресурсы обеспечивают издательскую независимость СМИ. Все остальные источники, включая прямое субсидирование из государственного бюджета или со стороны политически заинтересованных владельцев, являются ущербными, ограничивая возможность редакции принимать решения самостоятельно.

Существующие бизнес-модели с трудом можно назвать самодостаточными. Рынок рекламы монополизирован несколькими компаниями и агентствами, которые направляют рекламу в свои собственные СМИ. Хотя рынок рекламы развивается по-прежнему динамично и быстрыми темпами, экономический кризис затронул и этот сектор, который теперь нуждается в восстановлении.

Общественным вещателям – Moldova и Radio Moldova – также предстоит решить серьёзные вопросы самодостаточности. Большая часть средств поступает из государственного бюджета, что делает вещателей уязвимыми для политического давления. Новые модели финансирования, представленные международными и местными медиа экспертами (в том числе введение абонентской платы) могут обеспечить издательскую независимость общественной вещательной службы. Несмотря на это, на данный момент предложения не нашли необходимой поддержки у политической власти.

Существует вероятность того, что в следующие несколько лет часть печатных изданий откажутся от печатных версий и продолжат свою деятельность только в сегменте онлайн. Это заложит основы для появления новых бизнес-моделей и новых принципов работы традиционных печатных СМИ.

---

226. Интервью с Еудженом Рыбка.



# 7. Стратегии, законодательство и регулирующие органы

## 7.1 Стратегии и законодательство

### 7.1.1 Переход наземного вещания к цифровым технологиям

#### 7.1.1.1 Доступ и доступность

В марте 2008 года Республика Молдова ратифицировала Региональное соглашение о планировании цифровой наземной радиовещательной службы в Районе 1.<sup>227</sup> Республика Молдова обязалась совершить полный переход к цифровому вещанию к указанному крайнему сроку – 16 июня 2015 года. Согласно одобренному в Женеве плану, в Молдове будут действовать шесть национальных мультиплексов (36 телеканалов) и два региональных мультиплекса (26 телеканалов).

В июне 2010 года Министерство информационных технологий и связи закончило разработку проекта Стратегии перехода от наземного аналогового телевидения к цифровому наземному телевидению<sup>228</sup> (далее, Стратегия) и направила его вещателям для публичного обсуждения. После проведения дебатов с отраслевыми учреждениями, Стратегия была выложена в интернет для публичных дискуссий (см. раздел 7.1.1.4). Конечная форма законопроекта была представлена на рассмотрение Правительства в феврале 2011 года и осенью того же года была подготовлена для прохождения всех необходимых этапов принятия законов. Тем не менее, на момент написания данного доклада закон всё ещё пребывает в стадии проекта.

---

227. Закон о ратификации регионального соглашения, касающегося планирования цифровой наземной радиовещательной службы в Районе 1 (частях Района 1, расположенных к западу от меридиана 170 градусов в.д. и к северу от параллели 40 градусов ю.ш., за исключением территории Монголии) и в Исламской Республике Иран в полосах частот 174–230 МГц и 470–862 МГц», № 69-XVI от 27 марта 2008г., опубликованный в *Monitorul Oficial* № 74–75/247 11 апреля 2008г.

228. Проект Стратегии, а также другие сопутствующие законодательные акты доступны на вебсайте министерства [http://www.mtic.gov.md/pl\\_remis/162111/](http://www.mtic.gov.md/pl_remis/162111/) (проверено 4 января 2011г.).

Законодательные проекты демонстрируют намерения властей сделать услуги по цифровому вещанию доступными в техническом и финансовом плане для всего населения: «платформа DVB-T предоставит населению возможность приёма как свободных программ (с целью обеспечения бесплатного доступа к ресурсам массовой информации), так и программ с условным доступом, независимо от местонахождения».<sup>229</sup>

### 7.1.1.2 Субсидии для технического оснащения

Проект Стратегии предусматривает обязательство предоставить декодеры цифрового телевидения малоимущим слоям населения и разработать необходимые для этого критерии.

### 7.1.1.3 Правовое регулирование общественных интересов

Нормативно-правовая база не предусматривает гарантий того, что переход к цифровому вещанию будет реализован в общественных интересах. Всё же проект Стратегии указывает на определённые позитивные намерения в этом отношении. К примеру, глава VII определяет условия лицензирования цифровых мультиплексов, которые должны будут предоставлять первоочередное право вещателям, транслирующим программы, представляющие общественный интерес. Также отмечается, что доступ конечным пользователям (телезрителям) к программам общественного интереса будет свободным.<sup>230</sup>

### 7.1.1.4 Общественное обсуждение

В 2008 году в результате кампании, проведённой неправительственной организацией Access-info, был принят Закон о прозрачности принятия решений<sup>231</sup>. С тех пор власти должны консультироваться со всеми заинтересованными сторонами в процессе принятия решений. В связи с этим в адрес Министерства информационных технологий, отвечающего за разработку Стратегии, не поступало никаких жалоб. Эксперты и вещатели едины во мнении, что требования вышеназванного закона были соблюдены. В июне 2010 года Министерство направило сообщение по электронной почте молдавским вещателям с просьбой высказать мнение в отношении поддержки выдвинутых законопроектов, а также Стратегии перехода к цифровому вещанию.<sup>232</sup> До сих пор не наблюдается никакого прогресса в продвижении законодательных инициатив – некоторые

---

229. Пояснительное примечание к законопроекту «О принятии стратегии перехода от наземного аналогового телевидения к цифровому наземному телевидению», стр. 2, доступно на <http://www.mtic.gov.md/img/law/2010/proiect/05-30a/nota.pdf> (проверено 4 января 2011г.).

230. Проект «Стратегии перехода от наземного аналогового телевидения к цифровому наземному телевидению», стр. 13, статья 7.4, доступно на [http://www.mtic.gov.md/img/law/2010/proiect/05-30a/proiect\\_legii\\_strat.pdf](http://www.mtic.gov.md/img/law/2010/proiect/05-30a/proiect_legii_strat.pdf) (проверено 28 февраля 2011г.).

231. Закон О прозрачности принятия решений № 239 от 13 ноября 2008, опубликованный в *Monitorul Oficial* № 215–217/798 от 5 декабря 2008г.

232. Письмо Министра информационных технологий Республики Молдова № 01/1268 от 16 июня 2010г., содержащее проект Стратегии с двумя приложениями и поясняющим примечанием, а также законопроекты, были высланы по электронной почте телевизионным вещателям, для получения их мнения (электронное письмо, отправленное с адреса [andrei.nemtanu@mtic.gov.md](mailto:andrei.nemtanu@mtic.gov.md) 21 июня 2010г. было получено специально для данного доклада от Андрея Баргана, директора и владельца местного телеканала Media TV района Чимишлия).

эксперты считают, что задержка обусловлена избирательными кампаниями, которые проводились три раза в течение последних двух лет.<sup>233</sup> Законодательная деятельность продолжается и во время предвыборного периода, но из-за внутренних проблем рассматриваются только срочные законопроекты, а проекты, вызывающие споры, оставляются на послевыборный период.

Однако главная проблема заключается не столько в задержках во время избирательных кампаний, сколько в сложности вопроса и уникальности специалистов, которые бы понимали в полной мере охват предстоящих перемен и смогли бы обеспечить полноценную поддержку в этом смысле. Для облегчения понимания вопроса вещательными организациями, несколько неправительственных организаций и публичных учреждений (Фонд Сороса в Молдове, ССА и Министерство информационных технологий) организовали семинары и круглые столы, собравшие вместе вещателей, соответствующие ведомства и экспертов по цифровым технологиям. После этого вещатели, включая местные каналы, подтвердили, что были введены в курс дела по вопросам оцифровки и связанных с ней документов.<sup>234</sup> Общественные организации, включая APEL, также принимали участие в процессе.

## 7.1.2 Интернет

### 7.1.2.1 Регулирование новостей в интернете

В Молдове интернет и мобильные платформы становятся субъектом регулирования только в общих положениях, применимых ко всем категориям новостей/контента. Уголовный кодекс, Гражданский кодекс, Закон о свободе самовыражения, Закон о защите персональных данных и специальные законы о защите от экстремизма и терроризма не делают различий между средствами распространения информации.

Статья 20, пункт 3 Закона об электронных коммуникациях требует от владельцев сайтов предоставлять адреса IP пользователей по запросу правоохранительных органов (закон не указывает конкретных органов). Данное положение позволяет властям находить и арестовывать любого пользователя, опубликовавшего комментарии, расцененные как противозаконные (например, враждебные высказывания, подстрекательство к насилию) (см. раздел 7.1.2.2).

Закон о свободе самовыражения содержит положения, в равной мере применимые ко всем видам коммуникации, будь то электронные, аналоговые или цифровые.<sup>235</sup> Закон о свободе самовыражения согласован с законодательством ЕС; цель закона – способствовать применению самых лучших стандартов свободы самовыражения в Молдове. В частности, он касается диффамации и

---

233. Интервью с Ионом Бундуки и Андреем Немцану, главным консультантом Управления по развитию информационного общества, Кишинёв, 15 марта 2011г.

234. Интервью с Ионом Бундуки и Андреем Барганом, директором и владельцем местного телеканала Media TV района Чимишлия, 8 декабря 2010г.

235. Закон о свободе самовыражения № 64 от 23 апреля 2010г., опубликованный в *Monitorul Oficial* № 117–118/355 9 июля 2010г.

защиты личной жизни. Статья 16 Гражданского кодекса<sup>236</sup> (право на честь, достоинство и деловую репутацию) остаётся в силе, но её применение стало теперь более специфичным, соответствующим нормам, принятым юриспруденцией Европейского суда по правам человека и наилучшему опыту в этой сфере.<sup>237</sup>

Что касается Уголовного кодекса,<sup>238</sup> большинство статей об уголовных правонарушениях, применимые ко всем СМИ, также применимы к цифровым средствам коммуникации без конкретного упоминания интернета. Несколько примеров правонарушений, которые могут быть совершены в интернете, описаны в статьях 140 (Пропаганда войны), 177 (Нарушение неприкосновенности частной жизни), 185/1 (Нарушение авторского права и смежных прав), 279/2 (Подстрекательство в террористических целях или публичное оправдание терроризма), 341 (Призывы к свержению или насильственному изменению конституционного строя Республики Молдова), 346 (Умышленные действия, направленные на разжигание национальной, расовой или религиозной вражды или розни).

### 7.1.2.2 Правовая ответственность за контент в интернете

Учитывая, что большинство законов, регламентирующих свободу выражения, являются нормами общего характера и применимы к любым средствам коммуникации, ответственность за контент в интернете определяется как и для любых других типов СМИ (печатных, радио или телевизионных). К примеру, статья 7 Закона о свободе самовыражения (защита чести, достоинства и деловой репутации) определяет ответственность в случаях диффамации независимо от средства коммуникации:

Всякое лицо имеет право на защиту своей чести, достоинства и деловой репутации, ущемленных распространением ложных утверждений о фактах, оценочных суждений, не имеющих под собой достаточной фактической основы, или оскорблением. ... Никто не может быть привлечен к ответственности за юмор и сатиру при условии, что посредством их общественность не вводится в заблуждение относительно фактов.<sup>239</sup>

Традиционно в Молдове любой, кто участвовал в распространении дискредитирующей информации, может быть привлечён к ответственности – всё зависит от судьи, который должен установить вину в каждом отдельном случае в зависимости от обстоятельств. Таким образом, в случае

---

236. Гражданский кодекс № 1107 от 6 июня 2002г., опубликованный в *Monitorul Oficial* №. 82-86/661 22 июня 2002г.

237. О. Пырцак, «Закон о свободе самовыражения: предпосылки появления и возможные последствия», опубликованный в *Massmedia в Молдове*, стр. 7, июнь 2010г., на румынском, русском и английском на <http://ijc.md/bulmm/2010iunie/iunie2010eng.pdf> (проверено 10 ноября 2011г.)

238. Уголовный кодекс № 985 от 18 апреля 2002г., опубликованный в *Monitorul Oficial* №. 72-74/195 14 апреля 2002г. (повторная публикация).

239. Закон о свободе самовыражения № 64 от 23 апреля 2010г., опубликованный в *Monitorul Oficial* № 117–118/355 9 июля 2010г.

газетных публикаций, и автор, и редакция могут привлекаться к ответственности за диффамацию, а в случае интернета – автор и сайт. Гражданское право не использует такие понятия, как «автор, сайт, сервер», предпочитая скорее «распространитель/распространение», так что дело истца и ответчика – доказать, кто является ответчиком по факту распространения информации и кто должен нести ответственность.

Что касается уголовных нарушений, конкретное лицо, высказавшее чёткое намерение нарушить закон, должно нести ответственность. Не известно ни одного случая уголовного дела, открытого против вебсайта или сервера.

Тем не менее, есть несколько правовых норм, касающихся в частности и интернета. Самая спорная из них – положение из Регламента предоставления имён из высшего домена .md:

Запрещена поддержка либо администрирование имен субдоменов, в том числе ссылок на другие сайты с информацией и изображениями непристойного или оскорбительного характера, очерняющие Республику Молдова или другие государства, призывающие к насилию либо способные нанести ущерб образу Республики Молдова на международном уровне, а также их использование в целях и в деятельности, запрещенной законодательством Республики Молдова и международными соглашениями.<sup>240</sup>

Статья 3.8 того же Регламента предусматривает, что при нарушении условий п. 5.5, регистрация соответствующего субдомена ликвидируется без права на его восстановление. Согласно вышеупомянутому Регламенту и стандартному контракту с государственным предприятием MoldData, которое администрирует домен .md, пользователь субдомена отвечает за весь контент существующий на сайте. Если контент противоречит законодательству Республики Молдова или является непристойным, MoldData может закрыть сайт. Данные положения не указывают конкретно, может ли MoldData закрыть сайт самостоятельно или же должен действовать на основании судебного постановления.

До сих пор несколько раз случалось, что MoldData<sup>241</sup> приостанавливало деятельность вебсайтов на основании нарушения положений статьи 5.5 вышеуказанного Регламента. Самый громкий случай связан с популярной социальной сетью Faces.md, которая была заблокирована впервые из-за эротического изображения, найденного на сайте (30 июня 2009 года), а во второй раз – из-за эротического клипа (в январе 2010 года).<sup>242</sup> Похожий случай произошёл в 2009 году с новостным

---

240. Регламент о предоставлении имён из высшего домена .md, от 28 августа 2000, опубликованный в Monitorul Oficial № 25–26/75 1 марта 2001г.

241. Официальный вебсайт MoldData на <http://www.molddata.md> (проверено 4 января 2011г.).

242. Unimedia.md, “Faces.md va fi deblocat la ora 14:00, declară directorul MoldData” (Директор MoldData уверяет, что Faces.md будет разблокирован в 14:00), 18 января 2010г., на <http://unimedia.md/?mod=news&id=15978> (проверено 4 января 2011г.).

порталом *Unimedia*, который чуть было не потерял имя домена в связи с заявлением Генерального прокурора о том, что сайт публиковал комментарии, угрожающие суверенитету Республики Молдова. Тудор Дарие, один из основателей *Unimedia* и советник премьер-министра по вопросам молодёжи в 2010–2011 годах, попытался мобилизовать пользователей интернета на участие в кампании, требующей пересмотра положений об администрировании имён домена .md, а также типового контракта, заключаемого MoldData с пользователями субдоменов.<sup>243</sup> Вот что писал в своём блоге Тудор Дарие:

В качестве советника премьер-министра, я получил согласие премьер-министра В. Филата и позже также согласие руководства Министерства информационных технологий и связи (министра Александру Олейника и вице-министра Дорин Реччан) на изменение Регламента MoldData. С помощью других пользователей интернета мы также сможем улучшить контракт MoldData с владельцами сайтов.<sup>244</sup>

Т. Дарие установил конкретный срок для подачи предложений по изменению данных актов, и пользователям интернета предлагалось высказать свои идеи в режиме онлайн в качестве комментариев к статье в блоге. В интервью для данного доклада, Т. Дарие заявил, что он попытался сыграть роль звена между пользователями, недовольными Регламентом MoldData, и ведомством, которое могло изменить его. Тем не менее, никаких конкретных предложений по нужным статьям не поступило, так что Т. Дарие отказался от инициативы.<sup>245</sup>

Эксперты ИТК считают, что новый Закон об авторском праве и смежных правах<sup>246</sup> также содержит спорное положение о свободе распространения информации через интернет: статья 66 Закона об авторском праве и смежных правах, в принципе защищающая авторское право, расценивается экспертами как допускающая иные толкования и злоупотребления ею.<sup>247</sup>

Пункт первый статьи 66 данного закона допускает закрытие веб-хостинговых компаний, включая операторов услуг интернета (ISP).<sup>248</sup>

---

243. Т. Дарие, “Scrie aici propunerile de modificare a Regulamentului si contractului MoldData” (Напиши свои предложения по изменению Регламента и контракта с MoldData), 30 сентября 2010г., на <http://tudordarie.md/2010/09/30/scrive-aici-propunerile-de-modificare-a-regulamentului-%c8%99i-contractului-molddata/> (проверено 28 февраля 2011г.) (далее, Т. Дарие, «Напиши свои предложения по изменению Регламента и контракта с MoldData»)

244. Т. Дарие, «Напиши свои предложения по изменению Регламента и контракта с MoldData».

245. Интервью с Тудором Дарие, советником премьер-министра по вопросам молодёжи, Кишинёв, 7 марта 2011г. (далее, интервью с Тудором Дарие).

246. Закон об авторском праве и смежных правах № 139 от 2 июля 2010г., опубликованный в *Monitorul Oficial* № 191–193/630 1 октября 2010г., вошедший в силу 1 января 2011г.

247. Т. Дарие, “Momente principale pentru o nouă redactie a art. 66 din legea cu privire la drepturile de autor si conexe” (Принципиальные моменты новой редакции статьи 66 Закона об авторском праве и смежных правах), 19 февраля 2011г., на <http://tudordarie.md/2011/02/19/momente-principiale-pentru-o-noua-redac%c8%9bie-a-art-66-din-legea-cu-privire-la-drepturile-de-autor-%c8%99i-conexe//> (проверено 1 марта 2011г.).

248. Статья 66, Закон об авторском праве и смежных правах № 139 от 2 июля 2010г., опубликованный в *Monitorul Oficial* № 191–193/630 1 октября 2010г., вошедший в силу 1 января 2011г.



В настоящем, Национальная ассоциация частных компаний в сфере ИКТ (АГИС) работает над новой редакцией этой статьи, которая будет обсуждена с Государственным агентством по интеллектуальной собственности (AGEPI), для внесения предложений по изменению Закона об авторском праве и смежных правах.<sup>249</sup>

Хотя ранее отмеченные события не оказали существенного влияния на СМИ и их деятельность, благодаря действиям гражданского общества, которое способствовало разблокированию веб-сайтов за довольно короткие промежутки времени, всё же они выявили слабости законодательства, из-за которых онлайн-издания и другие типы интернет контента становятся уязвимыми. Вышеуказанные случаи говорят о том, что в Молдове, популярные сайты с десятками тысячами пользователей могут быть закрыты из-за нескольких пользователей, подозреваемых в правонарушениях. Эксперты считают подобный подход неправомерным.<sup>250</sup>

## 7.2 Регулирующие органы

### 7.2.1 Изменения в регулировании контента

В Молдове только телевизионные и радио вещатели контролируются органами регулирования. Для печатных и онлайн-изданий не существует органов регулирования, за исключением случаев, рассмотренных в разделе 7.1.2.2 и MoldData, администратор домена, устанавливающий определённые запреты на распространение незаконного контента. Развитие интернета и предстоящий переход к цифровому наземному вещанию пока не вызвали особых изменений общего законодательства в этой сфере. Существуют и некоторые передовые мнения, но в основном это единичные высказывания. Одно из них – это то, что с развитием новых технологий, стоит пересмотреть роль ССА и её обязанности.<sup>251</sup>

Молдавские власти, равно как и сообщество неправительственных организаций, отлично понимают, что с переходом к цифровому вещанию Кодекс радио и телевидения будет нуждаться в поправках или же его будет необходимо заменить новым законом. Тем не менее, никакой работы в этом направлении не ведётся. Ассоциация электронной прессы начала разрабатывать новый проект Кодекса, в котором целая глава будет посвящена цифровому вещанию. В то же время сначала необходимо внести поправки в общее законодательство, нормирующее технические аспекты

---

249. Интервью с Тудором Дарие.

250. См. мнение Тудора Дарие в статье “Likbez: Nu sustin pirateria. TorrentsMD înseamnă mai mult decât un fisier piratat. Serverele vor fi întoarse proprietarilor”(Я не поддерживаю пиратство. TorrentsMD – больше, чем пиратские файлы. Серверы будут возвращены владельцам) 15 октября 2010г., на <http://tudordarie.md/2010/10/15/likbez-nu-sus%99bin-pirateria-torrentsmd-inseamna-mai-mult-decat-un-fi%99ier-piratat-serverele-vor-fi-intoarse-proprietarilor/> (проверено 1 марта 2011г.); мнение Василе Галушки в “În toată povestea cu #tmd”(Вся история #tmd), 14 октября 2010г., на <http://galusca.com/972/in-toata-povestea-cu-tmd/> (проверено 4 января 2011г.) и мнение Виталия Ешану в “Juristi, e timpul să absolviti o a doua facultate, cea de IT”(Юристам пора закончить второе образование – факультет IT), 15 октября 2010г., <http://www.esanu.name/vitalie/?p=384/> (проверено 4 января 2011г.).

251. Е. Рыбка, «Совет прессы: возможности и риски», опубликовано в *Массмедиа в Молдове*, стр. 4, июнь 2010г., на румынском, русском и английском на <http://ijc.md/bulmm/2010iunie/iunie2010eng.pdf> (проверено 4 января 2011г.)



перехода к цифровому вещанию, чтобы авторы проекта Кодекса могли ссылаться на них. Но так как подобная законодательная база пока не принята, эксперты, работающие над проектом нового Кодекса, не могут разработать окончательную формулировку статей этой главы.<sup>252</sup>

Общие рамки законодательства в Молдове, как в любом молодом демократическом государстве, достаточно подвижные; так что в стране часто принимаются новые законы. Медиа законодательство не является исключением. Существует ряд сильных неправительственных медиа организаций, регулярно продвигающих поправки к нормативно-законодательной базе, разрабатываемые ими с целью улучшения медиа законодательства.

Что касается регулирования контента, то общественные организации были менее успешными в продвижении изменений: хотя законопроекты, разработанные Ассоциацией электронной прессы, были оценены на высшем уровне в кругах неправительственных медиа организаций, Парламент не принял их во внимание и в 2006 году принял собственную версию Кодекса радио и телевидения.

В 2007 году был принят Закон о защите персональных данных, а в 2010 году – новый Закон об авторском праве и смежных правах. Кроме того, в последние годы принимался ряд поправок к существующему законодательству. Так, например, с момента исключения статей 170 и 304 из Уголовного кодекса, диффамация была исключена из ряда уголовно наказуемых правонарушений.

Десятого мая 2007 года ССА<sup>253</sup> приняло Стратегию покрытия национальной территории аудиовизуальными программными комплексами на 2007–2010 годы,<sup>254</sup> которая создала благоприятные условия для реформы вещания. Всё же для достижения нужных результатов, необходимы были постоянные усилия и последовательность как со стороны ССА и гражданского общества, так и со стороны Правительства.

Вышеуказанные законы были приняты с целью улучшения существующей нормативно-правовых рамок, а не из-за появления новых видов СМИ. Как правило, этого даже не требуется, так как самые важные законы содержат общие формулировки, в равной мере применимые ко всем видам средств коммуникации. Тем не менее, иногда встречаются и особые ситуации, как в случае с Кодексом о выборах,<sup>255</sup> который был изменён летом 2010 года, так что теперь статья 64/1 пункт 8 предусматривает, что «предвыборная реклама в интернете и через мобильную телефонную связь приравнивается к предвыборной рекламе в печати». И в новом Законе об авторском праве и смежных правах отмечается стремление к более точным требованиям к интернет-сайтам – одно из по-

---

252. Интервью с Ионом Бундуки.

253. Официальный вебсайт Координационного совета по телерадиовещанию (ССА) на <http://www.cca.md> (проверено 4 января 2011г.).

254. Решение ССА № 59 от 10 мая 2007 о принятии Стратегии покрытия национальной территории аудиовизуальными программными комплексами (2007-2010), опубликованное в *Monitorul Oficial* № 5–7/9 11 января 2008г.

255. Кодекс о выборах №1381-XIII от 21 ноября 1997г., опубликованный в *Monitorul Oficial* в №. 81/667 8 декабря 1997г.

ложений закона запрещает сайтам публиковать ссылки и адреса, ведущие на сайты с возможными нарушениями авторского права (см. раздел 7.1.2.2).<sup>256</sup>

## 7.2.2 Независимость регулирующих органов

Координационный совет по телерадиовещанию (ССА) является публичным учреждением ответственным за регулирование вещания; в его состав входят девять членов. До принятия Кодекса радио и телевидения в 2006 году, заменяющего Закон о вещании 1995 года, три члена Совета утверждались Президентом, три – Парламентом, и три – Правительством. Местные эксперты отмечали, что система утверждения равного числа членов тремя ветвями власти, установленная законом 1995 года, была ущербной из-за «чрезмерного контроля власти над ССА».<sup>257</sup> В попытке избежать риска политической мотивации голосования, Кодекс радио и телевидения утвердил другую формулу: все девять кандидатов выдвигаются гражданским обществом и утверждаются Парламентом. Мандат выдаётся на 6 лет, за исключением кандидатов, утверждённых непосредственно после принятия Кодекса в 2006 году: тогда для обеспечения регулярной сменяемости три члена получили мандаты на шесть лет, три – на четыре года и еще три члена – на два года.

Несмотря на изменения в процедуре, ССА продолжает восприниматься как политизированное учреждение, лояльное власти, его члены всё ещё выдвигаются политическими партиями и утверждаются парламентской комиссией, а другие кандидатуры, кроме выбранных комиссией, в Парламенте не обсуждаются.<sup>258</sup> Парламент продолжает голосовать за тех или иных членов ССА без всякой публичной дискуссии, без участия общественности и не представляя никаких аргументов, оправдывающих их решение в пользу определённых кандидатов. Очередным мотивом для публичного недоверия к ССА стал факт обвинения в 2009 году Центром по борьбе с экономическими преступлениями и коррупцией нескольких членов ССА в вымогательстве и взяточничестве. Позже ряд обвинений были сняты. В 2010 году один член Совета был осуждён за коррупцию судом последней инстанции.

Согласно закону, ССА получает гарантированное финансирование от Правительства, которое должно покрывать «затраты на всю осуществляемую им работу так, чтобы он мог действенно, эффективно и в полной мере осуществлять возложенные на него задачи».<sup>259</sup> Бюджет ССА состоит из следующих источников:

---

256. Статья 66, пункт 1 (d) Закона об авторском праве и смежных правах № 139 от 2 июля 2010г., опубликованный в *Monitorul Oficial* в № 191–193/630 1 октября 2010г., вошедший в силу 1 января 2011г.

257. О. Пырцак, И. Бундуки, К. Марин, А. Дороган, В. Василикэ и Е. Рыбка, «Комментарии к Кодексу радио и телевидения Республики Молдова», Кишинёв, 2008г., на румынском, русском и английском языках, стр. 12 (далее, Пырцак с соавт., «Комментарии к Кодексу радио и телевидения Республики Молдова»).

258. О. Пырцак, «Кодекс телевидения и радиовещания: куда идём?», в *MassMedia*, декабрь 2006, стр. 6, на румынском, русском и английском языках, на <http://www.ijc.md/Publicatii/eng/bmm/december2006eng.pdf> (проверено 5 января 2011г.)

259. Кодекс радио и телевидения, статья 47(1).

- государственные субсидии;
- доходы от платы за предоставление лицензий;
- доходы от ежегодных сборов на покрытие расходов на регулирование, уплачиваемых вещательными организациями в размере 1 процента годового оборота;
- гранты.

Несмотря на разнообразие источников, формула финансирования не обеспечивает независимость и самодостаточность ССА. Главным источником финансирования остаются государственные субсидии, выделяемые ежегодно Парламентом. Несмотря на то, что Парламент не использовал свою прерогативу выделения бюджетных средств в целях оказания давления, эксперты уверены, что необходимы определённые защитные меры, так как Кодекс не исключает возможность оказания финансового давления на ССА. Риск увеличивается из-за отсутствия прозрачного механизма определения бюджета, который покрывал бы все расходы, необходимые для эффективного осуществления задач ССА. Эксперты считают, что хорошей альтернативой для обеспечения свободы ССА было бы утверждение бюджета на несколько лет вперёд или выделение средств через независимое агентство.<sup>260</sup>

---

260. Пырцак с соавторами *«Комментарии к Кодексу радио и телевидения Республики Молдова»*, стр. 215.

## Ситуация с выдачей лицензии ProTV Chisinau

В декабре 2009 года бывший председатель ССА Георге Горинчой заявил на пресс-конференции об отказе ССА в продлении лицензии ProTV Chisinau,<sup>261</sup> одному из самых объективных и непредвзятых телеканалов в Молдове, и объявил о намерении назначить тендер на лицензию телеканала. ССА обвинил ProTV в ряде нарушений, в числе которых отсутствие выпусков новостей для слабослышащих зрителей, и «слишком большой» объём рекламы. ProTV ответил, что аргументы ССА не могут служить законным обоснованием для отказа в продлении лицензии.<sup>262</sup> Заявление ССА было воспринято экспертами СJI как последовательное выполнение высказывания Юрия Рошки, в то время вице-спикера Парламента. В своей речи в Парламенте 29 ноября 2008 года он открыто угрожал закрыть канал ProTV Chisinau.<sup>263</sup>

ProTV Chisinau опротестовало решение ССА в Высшей судебной палате, и сообщество журналистов проинформировало публику о неправомочности решений ССА. СJI заявил, что «действия ССА являются частью растущего стремления властей Молдовы запугать независимую прессу и монополизировать главные источники СМИ, лишая граждан альтернативных источников информации в преддверии выборов».<sup>264</sup> Осенью 2009 года после победы сил демократической оппозиции на июльских выборах Высшая судебная палата вынесла решение в пользу ProTV Chisinau. Вслед за этим, 29 ноября 2009 года, лицензия телеканала ProTV Chisinau была продлена на 7 лет единогласным решением ССА.<sup>265</sup>

*Источник: ANRCETI.*

Очередной причиной для публичного недоверия к ССА стал факт обвинения Центром по борьбе с экономическими преступлениями и коррупцией в 2009 году нескольких членов ССА в вымогательстве и взяточничестве. Позже ряд обвинений были сняты. В 2010 году один член Совета был осуждён за коррупцию судом последней инстанции.

---

261. Частный телеканал ProTV Chisinau был запущен в 1999 году. На данный момент канал имеет эфирное вещание в Кишинёве, Бэлць, Кахул, Варница, Анений-Ной и их окрестностях, а также через кабельные сети по всей стране. Владельцем является компания Central European Media Enterprises, американский медиахолдинг, принадлежащий американскому миллионеру Рональду С. Лаудеру и компании Time Warner. По данным опроса IMAS, в 2010 году ProTV Chisinau с рейтингом 9,6 % являлось вторым телеканалом по популярности после Prime TV – 21,7 %

262. ProTV.md, “ССА nu prelungeste Licența Pro TV, Comunicat”, (ССА отказывается продлить лицензию ProTV Chisinau, официальное заявление), на <http://www.protv.md/stiri/social/cca-nu-prelungeste-licenta-pro-tv-comunicat.html> (проверено 5 июля 2011г.).

263. Центр независимой журналистики, “Declarația organizațiilor mass-media privind refuzul Consiliului Coordonator al Audiovizualului de a prelungi de drept licența Pro TV Chișinău” (Заявление медиа организаций в связи с отказом ССА формально продлить лицензию ProTV Chisinau), на [http://www.ijc.md/Publicatii/Declaratii/2008/Declaratie\\_ProTV\\_licenta\\_CCA.pdf](http://www.ijc.md/Publicatii/Declaratii/2008/Declaratie_ProTV_licenta_CCA.pdf) (проверено 1 июня 2011г.).

264. Центр независимой журналистики, “Declarația organizațiilor mass-media privind decizia Consiliului Coordonator al Audiovizualului de a scoate la concurs frecvențele pe care emite Pro TV Chișinău” (Заявление медиа организаций в связи с решением ССА объявить тендер на лицензию ProTV Chisinau), на [http://www.ijc.md/Publicatii/Declaratii/2009/PROtv\\_frecve\\_CCA.pdf](http://www.ijc.md/Publicatii/Declaratii/2009/PROtv_frecve_CCA.pdf) (проверено 1 июня 2011г.).

265. ProTV Chisinau, ССА a prelungit licența de emisie pentru Pro TV (ССА продлил лицензию на вещание ProTV), на <http://www.protv.md/sport/social/cca-a-prelungit-licenta-de-emisie-pentru-pro-tv.html> (проверено 3 июня 2011г.).

ССА выдаёт лицензии на теле и радиовещание, как в аналоговом формате, так и в цифровом («лицензии на вещание»). В то же время технические лицензии на использование конкретных радиочастот и параметров выдаются ANRCETI,<sup>266</sup> которое также выдает другие виды лицензий компаниям в области ИТ и коммуникаций, включая операторов связи и интернет-операторов. По закону и ССА, и ANRCETI являются независимыми органами общественного управления, которые не входят в состав Правительства. ANRCETI было создано в 2008 году на основании Закона об электронных коммуникациях. Оно заменило ранее существовавшее ANRTI, одно из первых агентств по регулированию в области телекоммуникаций в постсоветском пространстве, созданное в 2000 году. В отличие от ССА, чья политическая независимость вызывает постоянные сомнения в СМИ, в связи с ANRCETI подобные вопросы и жалобы не возникали, несмотря на то, что его директора и заместители директоров были всегда назначаемы Правительством, и до сих пор постоянно имеют политические связи с ним. Отсутствие коррупционных скандалов и довольно незначительная, техническая роль агентства позволяли ANRCETI избегать общественного внимания. Но поскольку закон не предусматривает мер, ограничивающих вмешательство в деятельность агентства, возможность сомнительных сделок не исключается.

### 7.2.3 Лицензирование цифрового вещания

Главной обязанностью ССА является процесс лицензирования: предоставления права вещания, используя в этих целях технические средства телекоммуникации и/или одну или несколько радиочастот. Кодекс радио и телевидения делает различие между предоставлением лицензии на вещание через наземные радиоэлектронные средства и предоставлением лицензии на вещание, отличным от вещания посредством наземных радиоэлектронных средств, способом. Согласно статье 23 Кодекса радио и телевидения, лицензии на наземное радиочастотное вещание выдаются Координационным советом по телерадиовещанию на конкурсной основе, а для второй категории (кабельное или спутниковое вещание) лицензии выдаются по решению Совета без проведения конкурса. ССА также осуществляет надзор за корректностью содержания программ и применяет санкции в случае правонарушений или нарушения условий, на основании которых вещательная организация получила лицензию на вещание.

Кодекс радио и телевидения предусматривает семилетний срок действия лицензий на вещание радио и/или телевизионных программ и шестилетний срок действия лицензий на услуги кабельного вещания. Двумя важнейшими требованиями для выдачи лицензии на вещание являются: соблюдение принципа обеспечения плюрализма в области телевидения и радио и «реальная финансовая жизнеспособность заявителя».<sup>267</sup>

---

266 Национальное агентство по регулированию в области электронных коммуникаций и информационных технологий (Agenția Națională pentru Reglementare în Comunicații Electronice și Tehnologia Informației, ANRCETI), на <http://www.anrceti.md> (проверено 5 января 2011г.).

267. Кодекс радио и телевидения, статья 23(3) (с).

Пункт 3 статьи 23 Кодекса радио и телевидения гласит, что при выдаче лицензий преимуществом пользуются заявители, предоставляющие молдавские и европейские программы. Статья не определяет конкретный порядок выбора победителя конкурса в случае двух и более кандидатов с предложениями сходного качества.

Даже с учётом множества положений Кодекса, сформулированных для стимулирования принятия Советом более прозрачных решений, отсутствие чётких критериев отбора допускает возможность потенциального политического или экономического вмешательства. Процесс выдачи лицензий выглядит в глазах многих вещателей и неправительственных организаций несправедливым. Среди критиков находится также ассоциация APEL, эксперты которой осуждают ССА за отсутствие ясных критериев проведения конкурса и слабое обоснование решений. Тот факт, что членов Совета нельзя отстранить, может стать защитой против давления извне только если у членов Совета есть воля противостоять любому вмешательству, что пока трудно представить в Молдове.

Согласно статье 24 Кодекса радио и телевидения, лицензия на вещание продлевается по запросу вещателя. Если все требования выполнены, лицензия продлевается на очередной семилетний срок. Новый порядок менее сложен, чем предыдущий, и более благоприятный для вещателей. Тем не менее, на упрощённый порядок выдачи лицензий негативно влияет требование статьи 24, пункт 3, ограничивающее число продлений лицензии до двух, после которых, вещатель должен принять участие в открытом конкурсе на ту же лицензию. «Остаётся вопрос: зачем вещателю, добросовестно работающему в течение 21 года, принимать участие в конкурсе?», – спрашивает один из экспертов в комментарии к Кодексу.<sup>268</sup>

Молдова всё ещё живёт большей частью в аналоговой эре, и поэтому процесс выдачи лицензии не претерпел особых изменений: лицензии на вещание выдаются в ССА, а технические лицензии – в ANRCETI. Операторы, ретранслирующие разные программы посредством кабельной сети, спутника, IPTV или мобильной связи, используя аналоговые или цифровые технологии, должны получить соответствующее разрешение на ретрансляцию у ССА. Большинство разрешений получаются вне конкурса, за исключением разрешений для MMDS, так как данная технология подразумевает использование наземных цифровых радиочастот.<sup>269</sup> На данный момент компании, создающие новые телеканалы или радиостанции, даже если они вещают исключительно через кабельные сети или спутник, и поэтому не используют ограниченный частотный ресурс, должны соблюдать строгие требования к, так называемой, «собственной продукции».

В настоящее время ни одно из вышеупомянутых правил не распространяется на интернет-вещателей: они не обязаны получать лицензию и не должны выполнять требования, применяемые к вещателям, деятельность которых лицензируется ССА. Несмотря на это, эксперты, разрабатывающие проект нового Кодекса, рассматривают идею применения различных требований к

---

268. Пырцак с соавторами, «Комментарии к Кодексу радио и телевидения Республики Молдова», стр. 220.

269. Список компаний, ретранслирующих через кабельные сети, систему MMDS, GSM и спутник, доступен в режиме онлайн на [http://ssa.md/sites/default/files/Registru\\_Cablu\\_Etlon\\_0.pdf](http://ssa.md/sites/default/files/Registru_Cablu_Etlon_0.pdf) (проверено 5 января 2011г.)



тем, кто использует ограниченные частоты, и к тем, кто их не использует, а также утверждение порядка лицензирования интернет-вещателей, использующих линейную передачу информации. Нелинейное вещание через интернет вероятнее всего останется нелегализованной деятельностью.<sup>270</sup> Ожидается, что это условие материализуется в тексте нового Кодекса, но к моменту написания данного доклада, проект Кодекса не был доступен для публичных дискуссий.

#### 7.2.4 Роль механизмов саморегулирования

Единственный инструмент саморегулирования в Молдове, Кодекс принципов профессиональной этики, появился в 1999 году, за 5 лет до принятия Закона о печати.<sup>271</sup> Некоторые СМИ обладают собственными правилами внутреннего распорядка: в ТРМ существует Кодекс принципов, правил и рекомендаций для национального общественного вещателя Телерадио–Молдова,<sup>272</sup> Профессиональные правила и принципы журналистской этики в программах Телерадио–Молдова,<sup>273</sup> и *Регламент комиссии по этике* Телерадио–Молдова.<sup>274</sup> В начале 2010 года Наблюдательный совет решил внести в индивидуальные трудовые договоры, заключаемые с каждым сотрудником ТРМ, требование к соблюдению правил Кодекса этики.<sup>275</sup> Некоторые медиа организации включили этические нормы в свои внутренние регламенты, которые теперь устанавливают также этические принципы.<sup>276</sup>

Во второй половине 2009 года была заложена база нового органа саморегулирования печатных СМИ и онлайн-изданий – Совет прессы.<sup>277</sup> Совет сосуществует с другим органом саморегулирования, Национальной комиссией по этике (CNE). CNE была создана 10 годами раньше с целью улучшения применения Кодекса принципов профессиональной этики, вошедшего в силу со дня его подписания 26 мая 1999 года директорами одиннадцати молдавских СМИ.<sup>278</sup> Тем не менее,

---

270. Интервью с Еудженем Рыбка.

271. Закон о печати № 243-XIII от 26 октября 1994, опубликованный в *Monitorul Oficial* № 2/12 от 12 января 1995г.

272. Кодекс принципов, правил и рекомендаций для национального общественного вещателя Телерадио–Молдова, принятый решением Наблюдательного совета № 1/35 (3) от 7 ноября 2007г., на <http://trm.md/userfiles/File/Codul%20de%20principii,%20standarde%20si%20recomandari%20al%20productatorilor%20IPNA.doc> (проверено 5 января 2011г.).

273. Профессиональные правила и принципы журналистской этики в программах Телерадио–Молдова, принятые решением Наблюдательного совета № 1/35 (2) от 7 ноября 2007г., на <http://trm.md/userfiles/File/Standarde%20profesionale%20principiile%20eticii%20jurnalistiche.doc> (проверено 5 января 2011г.).

274. Регламент Комиссии по этике Телерадио–Молдова, принятый решением Наблюдательного совета № 1/35 (5) от 7 ноября 2007г., на <http://trm.md/userfiles/File/Regulamentul%20Comisiei%20de%20Etica.doc> (проверено 5 января 2011г.).

275. Решение № 134 от 20 февраля 2010г. о применении Кодекса принципов, правил и рекомендаций для национального общественного вещателя Телерадио–Молдова, на <http://trm.md/userfiles/File/H134.20.02.2010.doc> (проверено 5 января 2011г.).

276. Ассоциация независимой прессы (API) выпустила Руководство по стилю с этическими нормами, доступное на [http://api.md/files/ghid\\_final.pdf](http://api.md/files/ghid_final.pdf). Ассоциация телерадиовещателей Сети AICI также приняла Руководство по стилю, доступное на <http://www.irex.md/index.php/en/aici-network/style-book> (проверено 5 января 2011г.).

277. Официальный вебсайт Совета прессы – на румынском, русском и английском языках на <http://consiliuldepresa.md> (проверено 5 января 2011г.).

278. Кодекс принципов профессиональной этики был подписан: Союзом журналистов Молдовы, Ассоциацией независимой прессы, Факультетом журналистики, Центром независимой журналистики, Ассоциацией экономических журналистов, Гильдией аграрных журналистов, Ассоциацией спортивных журналистов, Комитетом свободы прессы, Ассоциацией независимых тележурналистов, Национальной студией независимого телевидения, Ассоциацией экологических журналистов и Клубом женщин–журналисток «10+».



пока что комиссия проявила активность всего в нескольких случаях и не внесла особого вклада в изменение и развитие молдавской журналистики.<sup>279</sup> Это стало одной из причин, по которой Ассоциация независимой прессы (API) при помощи иностранных профильных организаций приступила к обновлению органа саморегулирования, который не отличался особенной активностью в журналистских кругах и оставался малоизвестным широкой публике. Инициаторы всего процесса решили создать новый орган саморегулирования.

Появление Совета прессы оценивается его основателями не столько как результат новых цифровых технологий или прорывов в деятельности СМИ, сколько как решение проблемы устойчивого механизма саморегулирования. За первый год своего существования Совет прессы провёл 5 собраний и одну информативную кампанию, сообщающую публике о своем существовании и возможностях обращения с жалобой на СМИ.<sup>280</sup> К декабрю 2010 года Совет прессы рассмотрел девять жалоб, но ни одна из них не имела отношения к цифровым СМИ.<sup>281</sup>

Положение о деятельности Совета прессы даёт следующее определение этой организации:

(Совет Прессы является) организацией, независимой от органов государственной власти, политической среды, деловой среды, других заинтересованных кругов, и способствует повышению ответственности СМИ перед потребителями путём разрешения споров между изданиями и читателями, а также продвижению качественной журналистики и стимулированию уважения принципов журналистской этики печатными изданиями, информационными агентствами и новостными веб-сайтами.<sup>282</sup>

Механизм саморегулирования требует, чтобы орган саморегулирования рассматривал претензии к печатным изданиям и онлайн-СМИ, но не к радио и телеканалам. На самом же деле, практика показывает, что Совет рассматривает и жалобы против вещателей. Совет прессы играет скорее роль посредника, нежели контрольного органа, выпуская пресс-релизы и рекомендации, без полномочий в области обеспечения их исполнения. Тем не менее, орган действует более успешно, чем предыдущий – привлекает финансирование со стороны международных доноров для покрытия своих расходов, что способствует улучшению его репутации и повышению значимости организации.

---

279. См. оценку деятельности CNE в докладе о Молдове (автор Оливия Пырцак) из книги *«Нормы саморегулирования СМИ и декриминализация клеветы в странах Юго-Восточной Европы»*, София, 2006г., на <http://www.seenpm.org/archive/index.php?nav=ut.php&r=9/> (проверено 5 января 2011г.).

280. Интервью с Петром Маковой, директором Ассоциации независимой прессы (далее, интервью с Петром Маковой).

281. Интервью с Петром Маковой. Часть жалоб доступны на румынском языке на вебсайте Совета прессы [http://consiliuldepresa.md/cazuri/plangeri-depuse\\_17.html](http://consiliuldepresa.md/cazuri/plangeri-depuse_17.html) (проверено 5 января 2011г.).

282. Положение о деятельности Совета прессы, доступное на румынском на [http://consiliuldepresa.md/fileadmin/fisiere/documente/REGULAMENT\\_ACTIVITATE\\_CONSILIUL\\_DE\\_PRESA.pdf](http://consiliuldepresa.md/fileadmin/fisiere/documente/REGULAMENT_ACTIVITATE_CONSILIUL_DE_PRESA.pdf) (проверено 5 января 2011г.).

Наряду с существующими учреждениями, существуют внесистемные механизмы саморегулирования в виде мониторингов неправительственных организаций и исследований медиа экспертов, публикующиеся в газетах и профильных печатных и онлайн-изданиях. Несмотря на это, не существует единой площадки для обсуждения вопросов этики, будь то в реальном времени или на интернет-форуме. Ни в одной медиа организации в Молдове пока не существует должности пресс-омбудсмана.

## 7.3 Вмешательство Правительства

### 7.3.1 Рынок

Правительство предоставляет субсидии некоторым периодическим изданиям, иными словами, государство обладает собственными СМИ. Эта практика существовала ещё с 1990-х годов, однако количество спонсируемых изданий варьировалось в зависимости от конкретных финансовых возможностей Правительства на тот или иной момент. В 2005 году общее недовольство этими изданиями выражали и частные издания, и неправительственные организации, и оппозиционные партии, что привело к переходу государственных изданий в частные руки. Все журналисты были официально уволены, хотя на практике газеты продолжали издаваться новыми владельцами под теми же названиями, в тех же служебных помещениях, теми же журналистами, которые, однако, заявляли, что издания стали независимыми. Ни общественности, ни неправительственным организациям не удалось выяснить, каким образом и почему новоиспечённые ООО получили право издавать газеты под прежними названиями.

По информации Центра независимой журналистики, «в 2007 году Правительство продолжало оказывать прямую и косвенную поддержку изданиям *Moldova Suverană* и *Независимая Молдова*. Издания, претендующие на независимость, продолжали освещать главным образом деятельность высших органов власти в выгодном для них свете».<sup>283</sup> Например, 13 июня 2007 года Правительство выделило 84,000 лей для подписки на издания *Moldova Suverană* и *Независимая Молдова*. В декабре предыдущего года Правительство выделило 276,800 лей изданию *Moldova Suverană* и 81,300 лей – изданию *Независимая Молдова* в качестве «единовременной финансовой помощи».<sup>284</sup> Субсидирования были раскритикованы профильными неправительственными организациями за нарушение принципа конкуренции. К тому же субсидии противоречили Плану действий Молдова–ЕС, согласно которому «финансовая помощь СМИ должна строго соответствовать объективным критериям, в равной мере применимым ко всем СМИ».<sup>285</sup>

---

283. Центр независимой журналистики, *Годовой доклад за 2007г.: Свобода выражения и информации в Республике Молдова*, стр. 9, на [http://ijc.md/Publicatii/mlu/raport\\_07\\_en.pdf](http://ijc.md/Publicatii/mlu/raport_07_en.pdf) (проверено 5 января 2011г.).

284. Постановление Правительства № 1499 от 28 декабря 2006г., опубликованное в *Monitorul Oficial* №. 1-2/5 от 5 января 2007г.

285. План действий Республика Молдова – Европейский Союз, подписанный 22 февраля 2005г. в Брюсселе, стр. 8, доступный на [http://ec.europa.eu/world/enp/pdf/action\\_plans/moldova\\_enp\\_ap\\_final\\_en.pdf](http://ec.europa.eu/world/enp/pdf/action_plans/moldova_enp_ap_final_en.pdf) (проверено 5 января 2011г.).

С правовой точки зрения, процесс ликвидации изданий *Moldova Suverană* и *Независимая Молдова* не был завершён, и поэтому в 2010 году, новое правительство решило аннулировать процесс из-за нарушений, допущенных прошлым Правительством в ходе приватизации.<sup>286</sup> Действующее Правительство пообещало приватизировать *Moldova Suverană* и *Независимую Молдову* на прозрачной конкурсной основе.<sup>287</sup>

Вдобавок к прямым субсидиям Правительство использовало свой статус рекламодателя для поддержания этих изданий. Исследование отношений между СМИ и государством в Молдове, опубликованное Центром независимой журналистики, показало, что в годы правления коммунистов, эти приёмы были широко распространены, особенно в регионах:

Государственные органы власти создавали преференциальные условия для этих бывших официальных изданий, финансируемых из государственных средств, предпочитая их для тех или иных объявлений, таким образом, игнорируя объективные и законные критерии размещения рекламы от имени государственных органов. Дискриминация частных изданий в пользу общественных ещё более очевидна в регионах. Кроме того, румыноязычные издания получили вдвое меньше рекламы от государственных органов, чем русскоязычные. Это поведение подходит под определение дискриминационной, непрозрачной и нечестной поддержки СМИ государством. ... Данные мониторинга указывают на то, что государственные учреждения отдают предпочтение бывшим государственным СМИ, которым достаётся большее количество рекламы, даже несмотря на то, что их тираж меньше тиража некоторых частных изданий, включённых в исследование. По всем признакам тираж не учитывается государственными органами и учреждениями при размещении рекламы в газетах.<sup>288</sup>

Например, исследование показало, что ежедневная газета *Timpu*, издаваемая пять раз в неделю, общим недельным тиражом в 46,000 экземпляров, получила намного меньшее количество рекламы и аналогичных материалов от различных ведомств, органов местной администрации и государственных и муниципальных предприятий, чем *Moldova Suverană*, издаваемая четыре раза в неделю, общим недельным тиражом в 20,000 экземпляров. В апреле 2008 года разница составляла примерно пять раз, а в мае 2008 – почти три раза. В среднем *Moldova Suverană* получила в четыре раза больше рекламы от государства, чем *Timpu*.<sup>289</sup>

---

286. Постановление Правительства № 137 от 24 февраля 2010г., опубликованное в *Monitorul Oficial* №. 32/190 от 2 марта 2010г.

287. Агентство Monitor Media № 0103(14), “*Ziarele Moldova Suverana si Nezaivismaya Moldova vor fi supuse unei noi proceduri de deestatizare*” (В отношении Moldova Suverana и Независимая Молдова будет проведён новый процесс денационализации), 11 марта 2010г.

288. Центр независимой журналистики, *Relațiile dintre mass-media și autoritățile de stat – spre transparență și responsabilitate, noiembrie 2007–septembrie 2008* (Отношения между СМИ и государством – путь к прозрачности и ответственности, ноябрь 2007 – сентябрь 2008гг.), итоговый доклад, стр. 3, 6, доступно на румынском на [http://ijc.md/Publicatii/presa\\_stat\\_raport\\_final.pdf](http://ijc.md/Publicatii/presa_stat_raport_final.pdf) (проверено 5 января 2011г.) (далее, Центр независимой журналистики, «*Отношения между СМИ и государством*»).

289. Центр независимой журналистики, «*Отношения между СМИ и государством*», стр. 19–20.

### 7.3.2 Регулирующий орган

Порядок избрания членов ССА, дающий возможность политического влияния на них, скандалы, связанные с коррупцией в ССА, понизили доверие к этому органу и позволили сделать вывод, что Совет работает не ради общественного блага, а для исполнения интересов определённых лиц, желающих контролировать сферу вещания. В частности, вещатели обеспокоены тем, что ССА может быть необъективным в процессе рассмотрения запросов о продлении лицензий. Решения о выдаче и изъятии лицензий на вещание были также расценены общественным мнением и международными организациями как попытки ограничения плюрализма мнений и критики.<sup>290</sup>

Было зафиксировано несколько громких случаев с использованием ССА своих полномочий на изъятие лицензий на вещание без предъявления аргументов, связанных с общественными интересами, что вызвало подозрения о политической мотивации решений. Например, 13 февраля 2007 года ССА отказал в продлении лицензии на вещание радиостанции 103.5 FM из Бэлць под предлогом несоблюдения программы вещания. К такому выводу Совет пришёл после всего двенадцати часов наблюдения. Радиостанция вещала в течение десяти лет и не была ни разу наказана до того момента. Изъятая лицензия этой радиостанции была выдана другой компании, и 16 февраля 2007 года радиостанция 103.5 FM прекратила своё вещание. Решение ССА, принятое столь непрозрачным образом, вызвала критику общественности. Ряд медийных организаций заявили, что сотрудники ССА приняли необъективное решение, не считаясь с общественными интересами.<sup>291</sup>

### 7.3.3 Другие виды вмешательства Other Forms of Interference

В основном молдавские власти оказывали давление на СМИ в мягкой форме: применяя законодательство весьма специфичным образом, затрудняя установление неправомочности действий Правительства. Тем не менее, в апреле 2009 года, во время «революции Twitter»,<sup>292</sup> некоторые действия Правительства содержали в себе элементы незаконного давления. Центр независимой журналистики отмечал в своём докладе, что в первой половине 2009 года – последние несколько месяцев правления коммунистов – ситуация значительно ухудшилась и нападения на журналистов стали случаться повсеместно:

Более 60 журналистов из Молдовы и других стран пострадали в результате противоправных действий или невежества представителей органов власти. Восемь медиа организаций подвергались постоянному запугиванию, угрозам и дискрими-

---

290. Центр независимой журналистики, Годовой доклад за 2007г.: *Свобода выражения и информации в Республике Молдова*, стр. 3, на [http://ijc.md/Publicatii/mlu/raport\\_07\\_en.pdf](http://ijc.md/Publicatii/mlu/raport_07_en.pdf) (проверено 5 января 2011г.) (далее, Центр независимой журналистики, Годовой доклад за 2007г.).

291. Центр независимой журналистики, *Годовой доклад за 2007г.*, стр. 7; Moldova.org, “*FM 103.5 Radio is a victim of harassment before elections, Media NGOs say*” (Медийные организации считают, что радиостанция 103.5FM является жертвой предвыборных преследований), на <http://politicom.moldova.org/news/fm-1035-radio-is-a-victim-of-harassment-before-elections-media-ngos-say-31451-eng.html> (проверено 8 июля 2011г.).

292. Е. Барри, “*Protests in Moldova Explode, With Help of Twitter*” (Взрыв протестов в Молдове с помощью Твиттера), в *New York Times*, 7 апреля 2009г., доступно на [http://www.nytimes.com/2009/04/08/world/europe/08moldova.html?pagewanted=1&\\_r=1](http://www.nytimes.com/2009/04/08/world/europe/08moldova.html?pagewanted=1&_r=1) (проверено 4 января 2011г.).

национному отношению, 33 журналиста были задержаны, допрошены, высланы из страны или лишены права въезда в Республику Молдова. В 2009 году журналисты работали в трудных и опасных для жизни условиях, унижительных с точки зрения их роли в обществе, нередко они становились мишенью для разного рода нападков. ... Тем не менее, в последние месяцы 2009 года медиарынок Республики Молдова вступил в естественный этап демократизации, происходят важнейшие реформы, зарождается здоровая конкуренция между СМИ, создается благоприятный климат для медиабизнеса.<sup>293</sup>

Вышеуказанный доклад сообщает о частых случаях нарушения свободы прессы. Всё-таки стоит отметить, что большинство этих нарушений имели место в течение одного месяца (в апреле 2009 года), когда начались массовые протесты молодых избирателей после выборов 5 апреля, оставивших коммунистов у власти. Следующий неполный список примеров незаконного давления дает общее представление о состоянии свободы прессы за последние несколько лет.

В апреле 2009 года активные действия Правительства, носящие видимый политический характер, были направлены против румынских журналистов из-за давней враждебности Партии коммунистов ко всему, что связано с Румынией. Коммунисты заявили, что организаторы протестов приехали из Румынии; впрочем, утверждение не было подтверждено никакими официальными расследованиями событий.

Седьмого апреля, по крайней мере, 19 румынским журналистам, – сотрудникам разных международных и румынских медиа организаций – был запрещён въезд в страну без каких-либо оснований. На следующий день, 8 апреля, два журналиста румынского телеканала Antena 3 были задержаны и удерживались на протяжении целой ночи в аэропорту Кишинёва и были вынуждены вернуться в Румынию. Подобное произошло и с Драгошом Боца из ежедневной газеты *Gândul* и ещё несколькими его коллегами из Румынии. Опять же без объявления причины.

В то же время многие журналисты подвергались преследованиям, запугиваниям и грубому обращению. Одно из самых серьёзных нарушений было допущено в отношении тогдашнего репортёра *Journal TV* Олега Брега. Восьмого апреля Брега был избит полицейскими за зданием Правительства, а две его видеокамеры были конфискованы. На следующий день силовые структуры ворвались в его квартиру и обыскали все помещения, забрав ряд вещей. Сотрудники органов не предъявили ни удостоверения, ни ордер на обыск.

Очередным инструментом незаконного давления, оказываемого во время правления коммунистов, служило так называемое «телефонное право», когда от государственных чиновников посту-

---

293. Центр независимой журналистики, *Доклад о ситуации в СМИ Республики Молдова в 2009 году*, стр. 25, на [http://ijc.md/Publicatii/mlu/raport\\_FOP\\_2009\\_en.pdf](http://ijc.md/Publicatii/mlu/raport_FOP_2009_en.pdf) (проверено 5 января 2011г.).

пали неофициальные телефонные звонки. В течение целого дня 7 апреля 2009 года (во время самых важных событий «революции Twitter») пользователи интернета не имели доступа к ряду новостных сайтов и социальных сетей. Общество так и не узнало причины данного факта и по сей день, ответственное за это государственное лицо не было выявлено.<sup>294</sup> Тудор Дарие, подавший несколько запросов на установление личности виновного, считает, что было применено «телефонное право». По его мнению, государственный чиновник позвонил по отдельности каждому оператору интернета и потребовал закрытия доступа к определённым сайтам.<sup>295</sup>

Состояние свободы прессы несколько улучшилось после выборов 29 июля 2009 года, положивших конец правлению Партии коммунистов.

## 7.4 Оценки

В Молдове существует немало законов, регламентирующих сферу СМИ, включая несколько норм, соответствующих самым высоким требованиям свободы высказываний (например, Закон о свободе самовыражения, принятый молдавским Парламентом в 2010 году).

Вопреки присутствию темы перехода к цифровому вещанию на повестке дня властей с 2006 года по сей день фактически не существует правовой базы для обеспечения перехода. Проект Концепции перехода к цифровому вещанию был подготовлен в 2007 году,<sup>296</sup> однако он всё ещё остаётся на стадии проекта. Некоторые эксперты полагают, что продолжавшийся с 2009 по 2010 год кризис в Молдове способствовал откладыванию его принятия. До 2009 года существовала вероятность сознательного затягивания процесса – Правительство коммунистов откладывало принятие законодательства с целью сохранения контроля над сферой вещания, опасаясь того, что один национальный мультиплекс предоставит бы общенациональное покрытие восьми телеканалов. Финансовый фактор стал дополнительной причиной: возможно новое Правительство, образованное Альянсом «За европейскую интеграцию», запаздывало с принятием Стратегии из-за финансовых обязательств, которые документ накладывал на государство, и инвестиций, на которые не предвиделись бюджетные средства.

Тем не менее, недостатки зафиксированы только в сфере перехода к цифровому наземному вещанию. Интернет развивается без особых препятствий, а недавно несколько интернет-операторов запустили IPTV, в том числе с выким разрешением.<sup>297</sup>

---

294. Т. Дарие, “Nagacevschi nu ne-a explicat cine a blocat Internetul la 7 aprilie. AIE, cer să știm adevărul” (Нагачевски не объяснил, кто ограничил доступ к интернету 7 апреля. АЕИ: мы хотим знать правду), 7 мая 2010г., на <http://tudordarie.md/category/new-media/page/2/> (проверено 4 января 2011г.).

295. Интервью с Тудором Дарие.

296. Интервью с Виктором Бэдулеску, техническим директором Radio Moldova, в 2007г. занимавшим должность директора гос. компании *Radiocomunicatii*, ответственной за разработку Концепции, 10 декабря 2010г.

297. Агентство Monitor Media № 0469(07), “Moldtelecom a lansat televiziunea digitala HD” (Moldtelecom запустил цифровое телевидение с высоким разрешением), 7 декабря 2010г.



Выдача лицензий на ограниченные наземные частоты вызывало постоянную критику из-за нечестного и непрозрачного процесса. В то же время не нуждающиеся в лицензиях средства распространения информации (интернет, кабельное и спутниковое вещание), для которых разрешение выдаётся на безконкурсной основе, предоставляют широкие возможности для открытия медиабизнеса и распространения новостей.

Во время десятилетнего правления коммунистов государство постоянно вмешивалось в деятельность СМИ, критикующих Правительство. Главной целью была сфера вещания, но и печатные издания подвергались преследованиям. С появлением первых интернет-изданий, положение в области плюрализма заметно улучшилось. Так как эти издания появились в интернете, не нуждаясь в каких-либо лицензиях, власти оказались бессильны и не смогли принять меры против них. Новые формы вмешательства начали применяться по отношению к интернету, главным образом через государственное предприятие MoldData, администрирующее домен .md и наделённое правом закрытия вебсайтов и расторжения контрактов с пользователями веб-адресов. Однако смена власти в 2009 году привела к значительному уменьшению государственного вмешательства в область СМИ, в том числе в интернете.

За последние годы улучшилась ситуация в области общественного обсуждения принимаемых решений, благодаря принятию Закона о прозрачности принятия решений, предусматривающего информирование и консультации с общественностью в ходе принятия важных решений.

Нормативно-правовая база для перехода к цифровому вещанию пока не принята. Все последние изменения в области цифровых технологий не требовали специального законодательства, имея отношение только к техническим аспектам перехода. Несмотря на отсутствие конкретной стратегии, развитие цифрового формата прямым образом способствовало росту плюрализма и разнообразия в вещании. В 2008–2009 годах появилось первое интернет-телевидение *Jurnal TV* (в то время вещавшее исключительно в интернете), а в 2010 году сектор интернет-телевидения заметно вырос, в том числе за счёт компаний, обладающих лицензиями на наземное вещание. Интернет-телевидение начало поставлять и программы по запросу, и видео в реальном времени. На данном этапе молдавское законодательство не обязывает владельцев вебсайтов иметь специальную лицензию на интернет-вещание.

В 2010 году несколько интернет-операторов, включая государственное предприятие *Moldtelecom*, оснащённое технически для покрытия всей страны, запустили собственные проекты IPTV, предоставляющие широкий выбор телеканалов. Государственное предприятие *Radiocomunicatii* также предоставляет услуги цифрового наземного вещания в Кишинёве, большей частью используемые компаниями без наземного покрытия в Кишинёве, с целью включения в пакеты услуг кабельных операторов. Таким образом, цифровое вещание развивается даже в отсутствие специальных стратегий, принося обществу пользу в разных формах. Это привело к повышению конкуренции между телеканалами и интернет-операторами, а также к росту разнообразия выбора СМИ для публики.



# 8. Выводы

## 8.1 Медиа сегодня

### 8.1.1 Положительные перемены

Стремительный рост количества персональных компьютеров и интернет-проникновения в Молдове за последние 5 лет подтолкнули традиционные СМИ к использованию новых платформ, современных инструментов и большему разнообразию в списке предоставляемых услуг. Развитие интернета и онлайн-платформ, в частности, позволили аудитории использовать большее число источников новостей, а также способствовало активизации взаимодействия между производителями и потребителями СМИ. Благодаря интернету новости стали более доступными и оперативными, доступ к ним больше не является исключительной прерогативой профессиональных журналистов.

Повышение уровня проникновения мобильной связи (81% всего населения страны в 2010 году) обеспечило доступ к цифровым коммуникациям слоям населения, не имевшим ранее такого доступа. Несмотря на то, что преимущества мобильной связи ещё не используются в полной мере, ожидается, что эта форма связи станет одной из самых привлекательных для развития СМИ.

Новые медиа предоставили передовые медиаплатформы для общественных дискуссий, усилили голос гражданского общества и обеспечив более эффективные способы его мобилизации вокруг социальных, политических или культурных проблем (самый наглядный пример – «Революция Twitter»).

Цифровые технологии развивают многообразие СМИ, плюрализм мнений и прозрачность государственных учреждений, облегчая журналистам поиск сюжетов и повышая оперативность подачи информации разными способами.

За последние пять лет вмешательство государства и присутствие политического фактора в СМИ уменьшилось, особенно для общественных вещателей. Положительные перемены стали возможны благодаря выборам в июле 2009 года, после которых Партия коммунистов уступила власть демократическим партиям, сформировавшим правящую коалицию (Альянс «За европейскую

интеграцию», АЕИ). В результате СМИ стали более свободными и независимыми, уменьшилось количество случаев преследования журналистов и СМИ. Такая оценка подтверждается докладами международных организаций Freedom House, IREX и Reporters Without Borders.

### 8.1.2 Отрицательные переменны

Согласно Рекомендациям региональной конференции радиосвязи в Женеве (RRC-2006), Молдова должна прекратить аналоговое наземное вещание и перейти к цифровому вещанию в июне 2015 года. Тем не менее, нормативно-правовая база для перехода к цифровому вещанию пока не принята. В национальном законодательстве не существует положений, ясно предусматривающих, какие требования должны быть соблюдены для технического доступа и финансовой доступности услуги до отключения аналогового сигнала. Вдобавок, никаких информационных кампаний не проводилось для объяснения широкой публике значения и последствий перехода к цифровому вещанию. В результате потребитель практически ничего не знает о грядущих переменных в вещании.

Неоднозначным обстоятельством является также отсутствие независимости ведомств, отвечающих за переход к цифровому вещанию (среди которых ССА, ANRCETI и Radiocomunicatii). Учреждения остаются, в большинстве случаев, уязвимыми для политического и финансового влияния, нарушающего нормальный процесс принятия решений.

За четыре года до совершения перехода большинство хозяйственных единиц в Молдове не обладают необходимым техническим оснащением, открывающим им доступ к цифровым СМИ. Частично причиной этого является низкий уровень доходов населения. К тому же, несмотря на последние достижения в области распространения интернета, доступ к нему остаётся преимуществом жителей более крупных, преимущественно городских населенных пунктов. Тот факт, что пользователями интернета являются представители населения в возрасте от 14 до 35 лет, означает, что люди старше этого возраста остаются неохваченными цифровыми технологиями и теми возможностями, которые они предоставляют.

Вместе со всеми преимуществами цифровых технологий для журналистики появились и некоторые издержки. Более высокие скорости сопряжены с более поверхностным освещением сюжетов, меньшим числом источников в новостях и отсутствием подробного анализа. К тому же интернет привел к росту числа случаев публикации непроверенной информации и нарушения авторского права.

Структура собственности СМИ в Молдове остаётся непрозрачной, что частично объяснимо неясностью в формулировках законодательства. Вопреки неоднократным поправкам, внесённым в Кодекс радио и телевидения и Закон о печати, ни одна из поправок не изменяет требований к собственности и финансированию СМИ. В результате настоящие владельцы определённых СМИ остаются скрытыми. Это обстоятельство способствует появлению «скрытых» медиагрупп.

## 8.2 Медиа завтра

В сфере, постоянно меняющей свой облик, делать прогнозы непросто, но кое-какие тенденции всё-таки можно проследить. С определённой долей уверенности можно сказать, что в следующие несколько лет, молдавский медиа ландшафт наверстает те перемены, связанные с переходом к цифровому вещанию, через которые прошли остальные европейские страны. Молдавские СМИ войдут в цифровую эру, как с технической, так и с правовой точки зрения.

Курс на европейскую интеграцию, принятый действующим Правительством, приведёт к согласованию молдавского законодательства с европейским. Главной ответственностью власти в следующие годы будет принятие нового правового законодательства в области СМИ. Новый Кодекс радио и телевидения должен привести ясность в некоторые положения законодательства, такие как право собственности и финансирование печатных изданий и вещателей. Тем не менее, этого будет недостаточно, необходимо будет внести конкретные положения о цифровых технологиях, подстраивая нормативно-правовую базу под новые реалии цифровой эпохи.

Цифровые технологии продолжают оказывать влияние на молдавские СМИ, вынуждая их разносторонне развиваться, совмещать разные платформы и улучшать интерактивность. Из-за растущего распространения мобильной связи, велика вероятность изменения модели потребления (например, публика может всё чаще просматривать газеты или телепрограммы на мобильных устройствах).

Под влиянием «Революции Twitter» и других подобных ей удачных кампаний гражданской мобилизации, общественность станет обращаться всё чаще к интерактивным инструментам для организации общественных кампаний.

Доступ к интернету и число пользователей увеличатся в следующие пять лет. Рост будет поддерживаться коммерческим интересом операторов, снижающейся стоимостью услуг доступа к интернету, к которым прибавятся растущие доходы населения и ожидаемое распространение интернета в сельских местностях. В ближайшие пять лет можно ожидать перемещение интернета с 4-ой позиции среди предпочитаемых источников новостей (после телевидения, радио и печати) на вторую позицию, вслед за телевидением. Печатные издания, по всей видимости, продолжат сдавать позиции в пользу телевидения и интернета, о чём свидетельствуют опросы общественного мнения. Можно также ожидать, что некоторые издания свернут печатные версии и продолжат свою деятельность только в режиме онлайн. Этот момент ознаменует появление новых бизнес-моделей для традиционных печатных изданий.

Пожалуй, самым знаменательным событием, связанным с цифровыми технологиями, станет введение цифрового вещания. На данный момент маловероятно, что к 2015 году всё население страны будет подключено к цифровому вещанию. Отсутствие ясной стратегии, законодательства и информационных кампаний для публики увеличивают риск того, что подключение к цифровому вещанию будет осуществлено в более длительные сроки.

## 9. Рекомендации

### 9.1 Стратегии

#### 9.1.1 Стратегии в области СМИ

##### 9.1.1.1 Регулирование перехода к цифровому вещанию

###### *Проблема*

Правительство намеревалось начать переход к цифровому вещанию в 2011 году и завершить его к июню 2015 года, но необходимое для этого законодательство ещё не принято. Отсутствие законных положений, правил конкуренции и технических стандартов для цифрового вещания подрывают способность страны реализовать планируемый переход в установленный срок и не позволяют вещательным компаниям разрабатывать для себя жизнеспособные стратегические планы. В то же время «правовой вакуум» поддерживает монополию действующего государственного оператора связи Radiocomunicații в секторе радиопередачи.

###### *Рекомендация*

Министерство информационных технологий и связи и Парламент должны разработать в приоритетном порядке нормативно-правовую базу для перехода к цифровому вещанию. Парламент должен принять подготовленную Стратегию перехода от наземного аналогового телевидения к цифровому наземному телевидению в кратчайшие сроки. В дополнение к этому должны быть срочно разработаны правила честной и прозрачной конкуренции за лицензии на цифровое вещание и радиочастоты в мультимплексах, порядок обязательной передачи частот и технические условия.

##### 9.1.1.2 Кампания по информированию общества о переходе к цифровым технологиям

###### *Проблема*

Срок отключения аналогового вещания истекает через четыре года, но до сих пор не были организованы ни публичные дискуссии, ни кампании для осведомления общественности о процессе перехода. Публика недостаточно осведомлена и зачастую не понимает, какова сущность, цель и последствия грядущей перемены.

### ***Рекомендация***

Министерство информационных технологий и связи и регламентирующий орган, ANRCETI, должны разработать и привести в исполнение кампании, информирующие о цели и общих преимуществах перехода к цифровому вещанию, а также предоставить потребителям практические пособия к использованию цифрового телевидения.

## **9.2 Законодательство и регулирование СМИ**

### **9.2.1 Собственность СМИ**

#### **9.2.1.1 Прозрачность собственности СМИ**

##### ***Проблема***

Закон не предусматривает обязательного разглашения конечного бенефициарного владельца СМИ. В результате личность истинных владельцев остаётся неизвестной для публики.

##### ***Рекомендация***

Парламент должен принять новый Кодекс радио и телевидения, разрабатываемый в настоящее время APEL, без промедления, как только он будет предъявлен. Так как Кодекс радио и телевидения применяется только в отношении вещателей, представители гражданского общества должны разработать и представить предложения о поправках к действующему законодательству, распространяя требование о прозрачности собственности на все остальные виды СМИ, в том числе онлайн-издания.

### **9.2.2 Регулирование СМИ**

#### **9.2.2.1 Реформа регулирующего органа вещания**

##### ***Проблема***

Несмотря на недавние попытки реформировать Координационный совет по телерадиовещанию (ССА), данный орган всё ещё воспринимается СМИ и широкой публикой как коррумпированный и необъективный. Несмотря на формальное изменение порядка избрания его членов, политические связи кандидатов продолжают играть значительную роль в их избрании. Вдобавок, решения Совета принимаются непрозрачным образом.

##### ***Рекомендация***

Новый Кодекс радио и телевидения должен предусматривать:

- чёткие защитные меры, обеспечивающие независимость Совета;
- положения, гарантирующие подотчётность Совета обществу (например, полное обнародование решений, с обоснованием и описанием голосования).

## 9.3 Служба общественного вещания

### 9.3.1 Реформирование финансирования службы общественного вещания

#### *Проблема*

Прямое финансирование общественных вещателей из государственного бюджета негативно сказывается на издательской и финансовой независимости этих организаций. Действительно финансирование постоянно использовалось в качестве механизма влияния в 2001–2009 годах во время правления Партии коммунистов.

#### *Рекомендация*

Телеканал Moldova 1 и радиостанция Radio Moldova при содействии представителей гражданского общества должны провести исследование в этой сфере и разработать концепцию альтернативных методов финансирования общественных вещателей, которая должна быть представлена к общественному обсуждению.

## 9.4 Журналистика

### 9.4.1 Пересмотр защиты авторского права

#### *Проблема*

«Кража новостей» весьма распространена в молдавских СМИ. Неэтичному поведению способствуют пробелы в законодательстве, так как в рамках законодательства не предусмотрены чёткие положения для защиты авторского права журналистов, равно как и других смежных прав журналистов и медиа учреждений.

#### *Рекомендация*

Парламент должен внести поправки в Кодекс радио и телевидения и Закон о печати, с целью точного определения плагиата в области СМИ. Закон об авторском праве должен быть изменён в соответствии с реалиями цифровой эпохи и европейскими нормами. В то же время Совет прессы должен разработать и провести общественную кампанию, разъясняющую положения Закона об авторском праве и роль Совета прессы в качестве регулирующего учреждения, содействующего этичному поведению и подотчётности СМИ.

### 9.4.2 Повышение доступа к информации

#### *Проблема*

При содействии Всемирного банка Правительство запустило проект е-правительства, для облегчения доступа к документам Кабинета министров. Всё же имеющиеся данные не всегда бывают опубликованы с учётом общественного интереса и не удобны в использовании. Неясные положения закона облегчают сокрытие информации о государственных закупках.

### ***Рекомендация***

Правительство, Налоговая инспекция, Торговая палата и Государственная регистрационная палата должны не препятствовать доступу к имеющимся у них данным, в том числе о затратах и закупках, включая создание онлайн-баз данных. Общественные организации должны взять на себя инициативу по разработке и продвижению нужных поправок.

## **9.5 Цифровая медиаграмотность**

### **9.5.1 Семинары по цифровым правам и инструментам**

#### ***Проблема***

Цифровые технологии предоставили молдаванам новые возможности производства и потребления информации. Однако пользователи интернета, в том числе журналисты, не информированы о том, как именно используется право на свободу самовыражения и права на интеллектуальную собственность в цифровой среде. К тому же они не знают, как лучше использовать новые возможности, предоставляемые цифровой средой.

#### ***Рекомендация***

Медиа структуры и молодёжные организации должны организовать ряд семинаров и практических курсов среди молодых представителей СМИ и общественности по вопросам конфиденциальности, свободы самовыражения, авторского права и подотчётности СМИ в цифровой среде. Для решения вопросов цифровой грамотности в журналистских кругах, необходимы практические курсы для журналистов на тему использования цифровых баз данных, определения достоверности онлайн-источников, применения лучших интерактивных инструментов и методов поиска информации, а также об использовании международных сетей журналистских расследований.



# Перечень сокращений, диаграмм, таблиц и компаний

## Сокращения

3G	Технологии мобильной связи третьего поколения
AAPM	Ассоциация рекламных агентств Молдовы
ADSL	Ассиметричная цифровая абонентская линия
AED	Академия общеобразовательной подготовки Молдовы
AGEPI	Государственное агентство по интеллектуальной собственности
ANRCETI	Национальное агентство по регулированию в области электронных коммуникаций и информационных технологий
APEL	Ассоциация электронной прессы
API	Ассоциация независимой прессы
ATIC	Национальная ассоциация частных компаний в сфере ИКТ
BNS	Национальное бюро статистики
CCA	Координационный совет по телерадиовещанию
CCC	Центральная комиссия по проверке имущества высокопоставленных лиц
CNFR	Национальный радиочастотный центр
CSFR	Государственная комиссия по радиочастотам
EBU	Европейский союз вещателей
MOM	Международная организация по миграции
ИОП	Институт общественной политики
IREX	Американский совет по международным исследованиям и обменам
CNE	Национальная комиссия по этике
RFE/RL	Радио «Свободная Европа»
TNABF	Национальная таблица распределения полос частот
TRM	Телерадио–Молдова
UGC	Пользовательский контент
USAID	Агентство международного развития США

УТМ	Технический университет Молдовы
АЕИ	Альянс «За европейскую интеграцию»
БАТИ	Бюро аудита тиражей и интернета
ЛДПМ	Либерально-демократическая партия Молдовы
МСЭ	Международный союз электросвязи
ОБСЕ	Организация по безопасности и сотрудничеству в Европе
ПАСЕ	Парламентская ассамблея Совета Европы
ПКРМ	Партия коммунистов Республики Молдова
ПНС	Движение «Антимафия» и партия «За народ и страну»
СНГ	Соружество независимых государств
ХДНП	Христианско-демократическая народная партия
ЦЖР	Центр журналистских расследований
ЦИК	Центральная избирательная комиссия
ЦНЖ	Центр независимой журналистики
ЦНТ	Цифровое наземное телевидение

## Диаграммы

Диаграмма 1.	Городское – сельское население (в % от общей численности жителей)	13
Диаграмма 2.	Этнический состав (в % от общей численности населения).....	13
Диаграмма 3.	Языковой состав населения (в % от общей численности).....	14
Диаграмма 4.	Вероисповедание (в процентах от общей численности жителей) .....	14
Диаграмма 5.	Миграционный отток в 2008г. по возрастным категориям .....	18
Диаграмма 6.	Основные источники новостей в Молдове, в % от общей ежедневной аудитории, в 2005–2010гг. ....	23
Диаграмма 7.	Ведущие газеты в Молдове, еженедельный тираж, май 2010г. ....	26
Диаграмма 8.	Динамика доли аудитории самых популярных телеканалов среди населения в возрасте 4+, 2008–2011 годы, в % .....	27
Диаграмма 9.	Общенациональный рейтинг телеканалов среди населения в возрасте 4+, 2010г .....	27
Диаграмма 10.	Общенациональный рейтинг радиостанций среди населения в возрасте 4+, 2010г .....	28
Диаграмма 11.	Рейтинг телеканалов по критерию первого источника новостей, в % от общей аудитории, май 2010г. ....	31
Диаграмма 12.	Этнический состав телевизионной аудитории, в % от общей аудитории канала, май 2010г. ....	32
Диаграмма 13.	Самые популярные сети по числу уникальных посетителей (за месяц в млн. человек) в декабре 2010г. ....	48
Диаграмма 14.	Суммы, выделенные общественной службе вещания из государственного бюджета, в млн. долларов США .....	87

Диаграмма 15.	Динамика рекламного рынка в Молдове, в млн. долларов США, 2006–2008гг.....	90
Диаграмма 16.	Структура расходы на рекламу по видам, в 2008г. в % от общей суммы. ....	90

## Таблицы

Таблица 1.	Основные экономические показатели.....	15
Таблица 2.	Оснащение домохозяйств некоторыми видами приемников в 2005–2010гг.....	16
Таблица 3.	Основные телевизионные и цифровые платформы 2005–2010гг.....	19
Таблица 4.	Проникновение интернета и мобильной телефонии (в процентах от всего населения).....	21
Таблица 5.	Пользователи интернет услуг в Молдове, 2005–2010г.....	21
Таблица 6.	Самые посещаемые новостные интернет-сайты по количеству уникальных посетителей, октябрь 2010г.....	29
Таблица 7.	Самые популярные телевизионные выпуски новостей в Молдове, июль–август 2010г.....	30
Таблица 8.	Самые популярные местные интернет-сайты по количеству уникальных посетителей, ноябрь 2010г.....	47

## Компании

Adevărul Holding	Moldcell
AGB Moldova	Moldtelecom
AMT	Orange Moldova
Analytic Media Group	Prime TV
Arax–Impex	Realitatea–Catavencu
Casa Media	Reforma Advertising
IDC	Rheinstein Media Management
IMAS–INC	StarNet
Evenimentul Zilei	Stiri Media Group
Flux Media Group	Sun Communications
Jurnal de Chisinau Plus	Telefe M International
Jurnal Trust Media	ZenithOptimedia
New Media Group	Web Consulting Agency
Novosti Dnya	

## Карта цифровых медиа – опубликованные доклады

1. Румыния
2. Тайланд
3. Мексика
4. Марокко
5. Великобритания
6. Швеция
7. Россия
8. Литва
9. Италия
10. Германия
11. США
12. Латвия
13. Сербия
14. Нидерланды
15. Албания

**Mapping Digital Media** – проект **Медиа Программы (Open Society Media Program)** и **Информационной Программы (Open Society Information Program)** фонда «Открытое общество».

### Медиа Программа фонда «Открытое общество» (Open Society Media Program)

Медиа Программа является всемирной программой поддержки независимых профессиональных средств массовой информации как важнейших средств, дающих населению доступ к информации и обсуждению проблем общества. В рамках Программы осуществляется поддержка деятельности и развития независимых СМИ и их сетей по всему миру, разрабатываются предложения по улучшению политики в области медиа и осуществляются мероприятия по повышению качества законодательства в сфере СМИ с целью создания законодательных условий, способствующих расцвету качественной, смелой и коммерчески успешной журналистики.

В целях пропаганды принципов прозрачности и подотчетности власти обществу, поддержки активного обращения журналистов к проблемам организованной преступности и коррупции в рамках Программы осуществляется также поддержка журналистики расследований

### Информационная Программа фонда «Открытое общество» (Open Society Information Program)

В рамках Программы оказывается содействие расширению общественного доступа к знаниям, общественным коммуникациям, а также защите гражданских прав и свободы общения «цифровую эпоху». При этом особое внимание уделяется информационным потребностям социально ущемленных групп и отдельных граждан в развивающихся странах. В рамках Программы новые технологии и техника используются для поддержки усилий групп гражданских активистов в их борьбе за открытое общество на международном, национальном и местном уровне.

### Фонд «Открытое общество» (Open Society Foundations)

Фонд «Открытое общество» способствует возникновению в разных странах демократических режимов, ярких, ненасильственных и подотчетных гражданам. Сотрудничая с общественностью в более чем 70 странах, фонд «Открытое общество» поддерживает законность и права человека, свободу самовыражения и доступа населения к медицине и образованию.

Дальнейшая информация:

Open Society Media Program

Open Society Foundations

4th Floor Cambridge House, 100 Cambridge Grove  
London W6 0LE, United Kingdom

[mappingdigitalmedia@osf-eu.org](mailto:mappingdigitalmedia@osf-eu.org)

[www.mappingdigitalmedia.org](http://www.mappingdigitalmedia.org)

[www.soros.org/initiatives/media](http://www.soros.org/initiatives/media)

Дизайн обложки: Ahlgrim Design Group

Верстка и выпуск: Judit Kovács | Createch Ltd.



**OPEN SOCIETY**  
FOUNDATIONS