



## Промежуточный отчет мониторинга СМИ и интернет-изданий во время выборов президента КР 2021 года

Общественный Фонд «Центр Медиа Развития» подготовил предварительный отчет по итогам мониторинга работы СМИ и интернет-изданий во время предвыборной кампании президентских выборов 2021 года. Эти мероприятия проведены в рамках проекта Программного офиса ОБСЕ в Бишкеке «Поддержка усиления инклюзивности избирательных процессов на выборах 2020 года».

### Политический контекст

Досрочные президентские выборы в Кыргызстане были назначены на фоне политического кризиса, возникшего в стране после парламентских выборов. Публикация предварительных результатов голосования, свидетельствующих о том, что в новом парламенте будут доминировать пропрезидентские партии, вызвала протесты. В результате Центральная комиссия по выборам и проведению референдумов КР (ЦИК) 6 октября 2020 года объявила результаты парламентских выборов недействительными. Страну потряс политический кризис, который привел к нестабильной ситуации и проходил в условиях борьбы за власть между широким спектром сил.

Стоит отметить, что пост-выборная ситуация 2020 года в Кыргызстане отличается от событий 2005 и 2010 годов. Борьба за власть проходила в очень жесткой борьбе с использованием неправовых методов. При этом все государственные институты не предпринимали никаких действий, что привело к абсолютной безвластии.

Власть фактически перешла в руки протестующих, однако оппозиция не смогла договориться мирным и правовым путем, и борьба продолжилась с использованием физической силы и угроз. Оппозиция разделилась на две основные группы, одна из которых предлагала выдвинуть на пост премьер-министра С.Жапарова (бывший член парламента), а другая О.Бабанова (премьер-министр в 2011-2012 гг.). 9 октября на площади Ала-Тоо произошло столкновение сторонников С.Жапарова и А.Атамбаева и О.Бабанова. С.Жапаров выиграл в этой борьбе и занял пост премьер-министра.



10 октября на внеочередном заседании парламента была принята программа и состав правительства С.Жапарова. Сторонники С.Жапарова продолжали требовать отставки президента, 15 октября президент С.Жээнбеков подал в отставку. Полномочия президента перешли к премьер-министру С.Жапарову. Далее начались кадровые перестановки, практически весь кабмин был заменен и сменены главы правоохранительных органов. Также С.Жапаров заявил о необходимости переноса парламентских выборов на более поздний срок, а приоритетом выставил проведение президентских выборов и конституционной реформы с целью перехода к президентской форме правления. В частности, гражданам на референдуме будет предложено определить форму правления - президентскую или парламентскую - или выбрать третий вариант «против всех».

Данное заявление вызвало неоднозначную реакцию со стороны общественности, многие эксперты и юридическое сообщество выступили с критикой и заявили о ряде нарушений конституционных норм в принимаемых решениях со

стороны власти. 10 декабря, депутаты Жогорку Кенеша Кыргызской Республики приняли во втором и третьем чтениях законопроект о проведении референдума по государственному устройству. Безусловно, принятие такого важного законопроекта в сжатых сроках не могло не вызвать волну критики со стороны профессионального сообщества. Тем не менее, досрочные президентские выборы и проведение референдума были назначены на 10 января 2021 года, и Садыр Жапаров подал в отставку 14 ноября, чтобы иметь возможность баллотироваться на пост президента на этих выборах.

В преддверии выборов в избирательном законодательстве были внесены изменения, которые бурно обсуждались во время парламентских выборов, и по мнению парламентариев, которые непосредственно влияют на весь выборный процесс. Изменения в избирательном законодательстве Кыргызстане коснулись отмены голосования по форме № 2 (изменение избирательного адреса, то есть на голосование не по месту жительства), также был снижен избирательный порог — с семи до трех процентов, и избирательного залога — с пяти до одного миллиона сомов.

Регистрация кандидатов на пост президента закончилась 14 декабря 2020 года. Центральной комиссии по выборам и проведению референдумов зарегистрированы

18 кандидатов на должность президента Кыргызстана<sup>1</sup>. Предвыборная агитация началась 15 декабря 2020 года и закончится в 8.00 утра 9 января 2021 года. Президент избирается на один шестилетний срок прямым всеобщим голосованием. Если ни один из кандидатов не наберет более половины голосов в первом туре, в течение 20 дней будет проведен второй тур между двумя кандидатами, набравшими наибольшее количество голосов.

## Методология

Цель мониторинга и подготовки отчета – информировать общественность о деятельности СМИ при освещении избирательного процесса и определить насколько анализируемые СМИ вели объективное и сбалансированное освещение участников избирательной кампании и их политических платформ.

Период проведения всего мониторинга: 15 декабря 2020 года — 10 января 2021 года. Мониторинг охватывает 11 электронных СМИ страны, 7 информационных интернет-изданий, а также 25 кыргызскоязычных газет (из них 13 региональных), 7 русскоязычных изданий (из них 3 региональных) и 2 узбекоязычные газеты (все они региональные). Сюда вошли как государственные, так и негосударственные и СМИ.

Методика мониторинга основывается на анализе количественных и качественных показателей содержания теле-радио-передач, печатных материалов, материалов на сайтах интернет-изданий, выходящих с 15 декабря 2020 года — 10 января 2021 года. Записывался и просматривался эфир телеканалов, радио в – с 07:00 до 10:00 и с 17:00 до 24:00. Прочитывались публикации в печатных СМИ, выходящие из типографий в указанный период. Мониторинг содержания интернет-изданий проводился ежедневно. Мониторинг проводился по методике, где качественные и количественные данные четко разделены на субъекты и объекты, причастные к выборам.

Количественные показатели отражаются: для электронных СМИ в секундах, для печатных изданий в кв.см и интернет-изданий – в пикселях.

Качественные показатели устанавливаются по тону (нейтральный, позитивный, негативный), высказанному в теле-радио-эфире и напечатанному на страницах печатных и в материалах интернет-изданий.

<sup>1</sup> [https://kaktus.media/doc/427848\\_cik\\_zaregistroval\\_18\\_kandidatov\\_na\\_doljnost\\_prezidenta.html](https://kaktus.media/doc/427848_cik_zaregistroval_18_kandidatov_na_doljnost_prezidenta.html)



Материалы наблюдений вводились в отформатированные эксель таблицы. В процессе ведения мониторинга обеспечивалась постоянная юридическая экспертиза результатов наблюдений.

В данном отчете представлены предварительные результаты мониторинга избирательной кампании во время президентских выборов 2021 года.

### Электронные СМИ

Мониторингом были охвачены следующие электронные СМИ:

1. КТРК (Бишкек)
2. Ала-Тоо24 (информационный канал КТРК, Бишкек)
3. 1-радио (относится к КТРК, Бишкек)
4. ЭлТР (госканал, Бишкек)
5. НТС (частный канал, Бишкек)
6. Марал ФМ (частное радио, Бишкек)
7. 7-канал (частный канал, Джалал-Абад)
8. Ош ТВ (частный канал, Ош)
9. Нур ТВ (частный канал, Ош)
10. Ынтымак ТВ (региональный госканал, Ош)
11. Радио Ынтымак (региональное госрадио, Ош)

Предвыборная кампания президентских выборов 2021 года совпала с агитационной кампанией референдума по определению формы правления в Кыргызстане. Это наложило определенный отпечаток на работу СМИ, особенно общественных и государственных. Так как Конституционный закон КР «О референдуме» не содержит перечня признаков агитации по вопросам референдума, при информационном обеспечении референдума возникали сложности при разграничении информирования от агитации. Некоторые СМИ пользовались неясностями закона и откровенно агитационные материалы представляли в качестве информационных. В частности, такие электронные СМИ как Ала-Тоо24 и КТРК выпускали множество различных материалов, готовили программы с привлечением экспертов, которые фактически агитировали за президентскую форму правления и критиковали парламентскую.

Все электронные СМИ в своих новостных программах практически ничего не сообщали о предвыборных мероприятиях кандидатов, участвующих в выборах. Больше говорилось о ходе избирательной кампании и деятельности избирательных

комиссий, избирательных участков, порядке формирования и изменения списка избирателей, участия в голосовании и т.д.

Информационных материалов о кандидатах практически не было, преобладали агитационные ролики и сюжеты. При этом, проплаченные кандидатами сюжеты часто вставлялись в новостные программы без четкого визуального отделения их от новостного блока. На многих каналах, в частности, Ала-Тоо24, КТРК, ЭлТР, 7 канал, агитационные сюжеты вставлялись в середину новостной программы. На всех каналах агитационные блоки вели те же дикторы, что читали новости. Из-за этого зрителям было очень сложно определять, где новостные, а где агитационные материалы.

Конституционный закон о выборах требует, чтобы информационные материалы, содержащие сведения о зарегистрированных кандидатах, политических партиях, сообщения о проведении предвыборных мероприятий кандидатами, политическими партиями, давались отдельным информационным блоком, без комментариев.

Но в законе нет положения, согласно которому агитационные материалы не должны вставляться в новостные блоки. Есть лишь требование к обязательному опубликованию реквизитов агитационных материалов: наименование и адрес организации (фамилия, имя, отчество и адрес места жительства лица), изготовившей агитационные материалы, фамилию, имя, отчество лица (наименование организации, индивидуального предпринимателя), заказавшего изготовление агитационных материалов, информацию о тираже и дате их выпуска, сведения об оплате их изготовления из средств соответствующего избирательного фонда, а также фамилию, имя, отчество кандидата, уполномоченного представителя кандидата, оплатившего заказ.

Однако, СМИ и журналисты в своей деятельности руководствуются не только законами, но и этическими нормами. Так, статья 7 Этического кодекса журналиста КР гласит: *“Журналист должен воздержаться от создания или участия в создании рекламных материалов. В противном случае он должен сделать все, чтобы рекламные материалы были четко отделены от информационных и аналитических соответствующей рубрикацией или дополнительными указателями (символами), шрифтом и любым иным способом, чтобы коммерческий характер этих материалов сразу стал ясным для читателя, слушателя, зрителя”*. Данная норма Этического кодекса нарушалась практически всеми электронными СМИ.



Согласно части 2 статьи 9 Закона КР «Об Общественной телерадиовещательной корпорации Кыргызской Республики», *“в рекламных объявлениях нельзя использовать образы, визуальные или речевые, лиц, регулярно ведущих программы новостей и текущих событий”*. Несмотря на это, на КТРК и Ала-Тоо 24 ведущие информационных передач сами зачитывали агитационные материалы кандидатов.

Стоит отметить, что радио Марал ФМ для лучшего ознакомления населения с программами кандидатов организовали передачи, каждый выпуск которой был посвящен какому-либо кандидату, при этом материалы были подготовлены журналистами. Такие же информационные материалы на радио были подготовлены и по вопросам референдума (по формам правления).

Согласно изменениям в Конституционный закон о выборах 2019 года, *«в информационных теле- и радиопрограммах, публикациях в периодических печатных изданиях (независимо от форм собственности) сведения о зарегистрированных кандидатах, политических партиях, сообщения о проведении предвыборных мероприятий кандидатами, политическими партиями должны даваться отдельным информационным блоком, без комментариев. Такие информационные блоки не оплачиваются кандидатами, уполномоченными представителями по финансовым вопросам, политическими партиями. В них не должно отдаваться предпочтение какому-либо кандидату или политической партии, не должна допускаться дискриминация какого-либо кандидата или политической партии, в том числе по времени освещения их предвыборной деятельности, объему эфирного времени или печатной площади, отведенной для таких сообщений»*<sup>2</sup>.

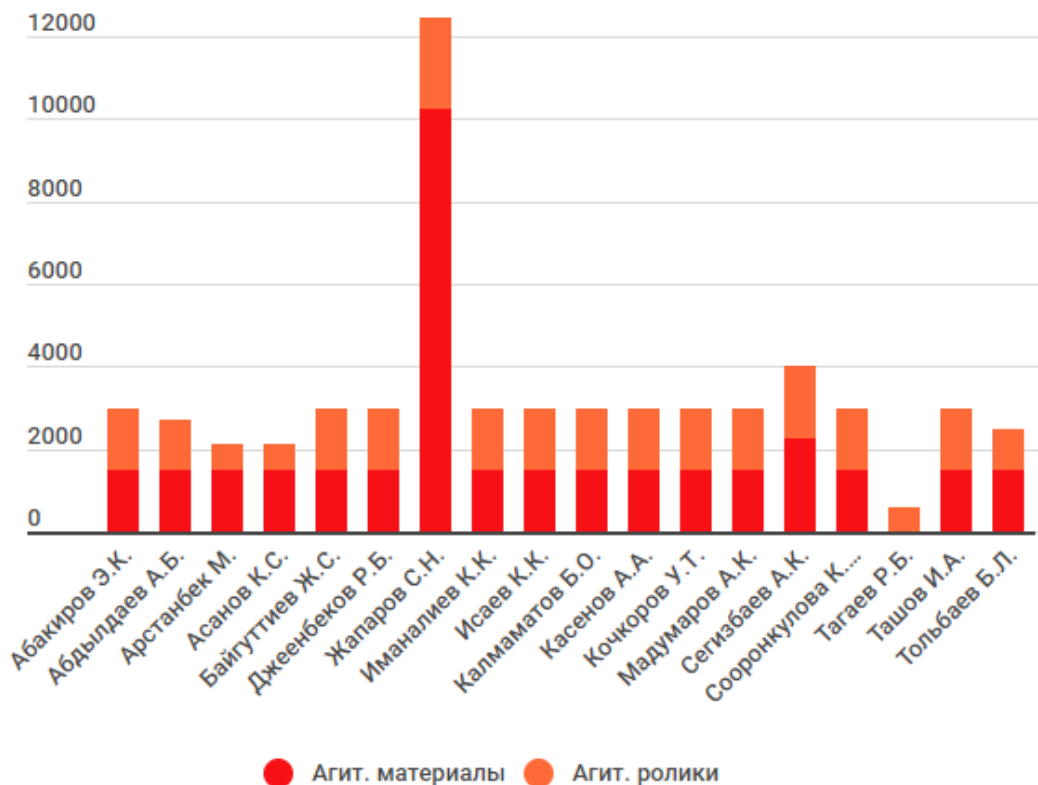
Данная поправка таит в себе определенные угрозы для СМИ и интернет-изданий, выпускающих информационный материал о нескольких кандидатах, а именно требование, что не должна допускаться дискриминация по **времени освещения предвыборной деятельности кандидатов, объему эфирного времени или печатной площади, отведенной для таких сообщений**. Однако, эту норму практически нереально соблюсти, так как СМИ должны предоставить информацию обо всех 17 кандидатах, причем в равном объеме в одном информационном блоке. Возможно, именно это требование привело к тому, что многие СМИ не размещали информационные материалы о кандидатах, так как у них не было данных по всем 17 кандидатам.

<sup>2</sup> П.3 ст.22 Конституционного закона КР «О выборах»



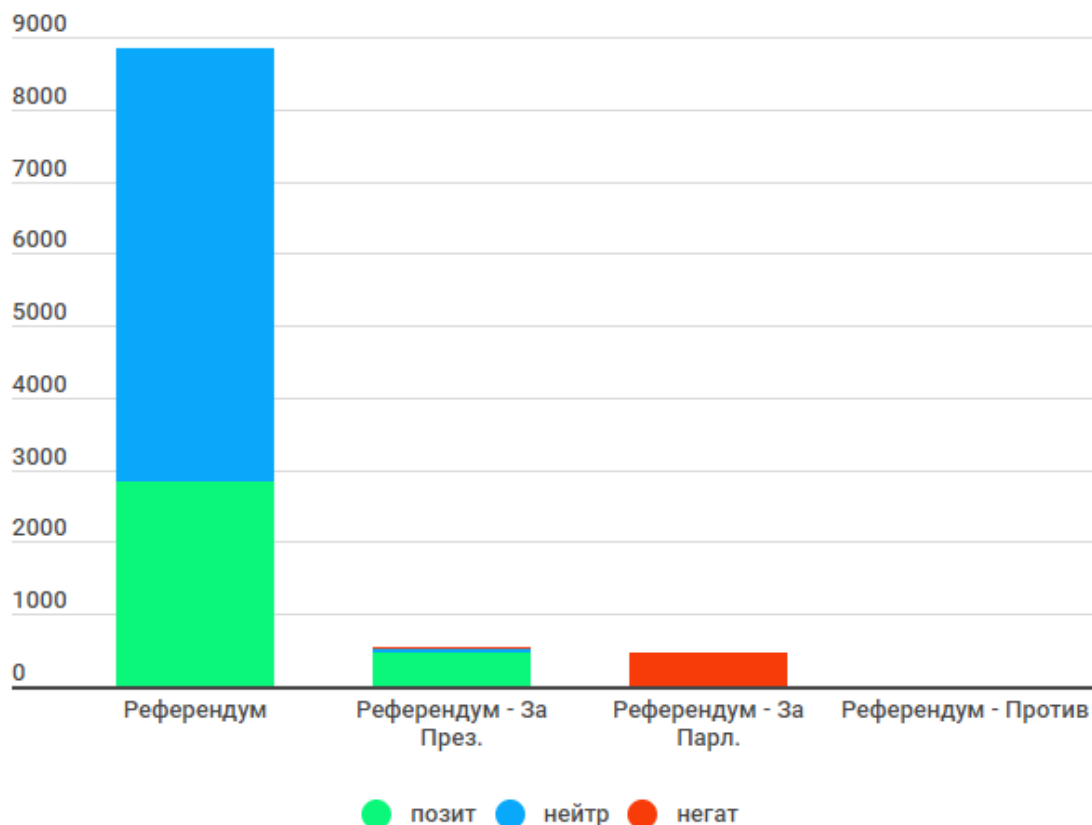
Работа госканалов заметно отличалась от работы частных СМИ. В эфире КТРК, Ала-Тоо24, ЭлТР, Ынтымак ТВ и 1-радио преобладала информация о кандидате С. Жапарове, - в основном из-за большого количества агитационных роликов и сюжетов (ниже приведен график количества агитационных материалов кандидатов в КТРК за период с 15 по 31 декабря 2020 года).

### Количество агитационных материалов кандидатов (в сек.) в ОТРК за 15-31.12.2020 г.



На государственных каналах было размещено большое количество материалов позитивно оценивающих президентскую форму правления. При этом о парламентской форме правления в основном подавалась негативная информация.

### Тон упоминания форм правления в информационно-аналитических материалах (в сек.) в ОТРК за 15-31.12.2020 г.



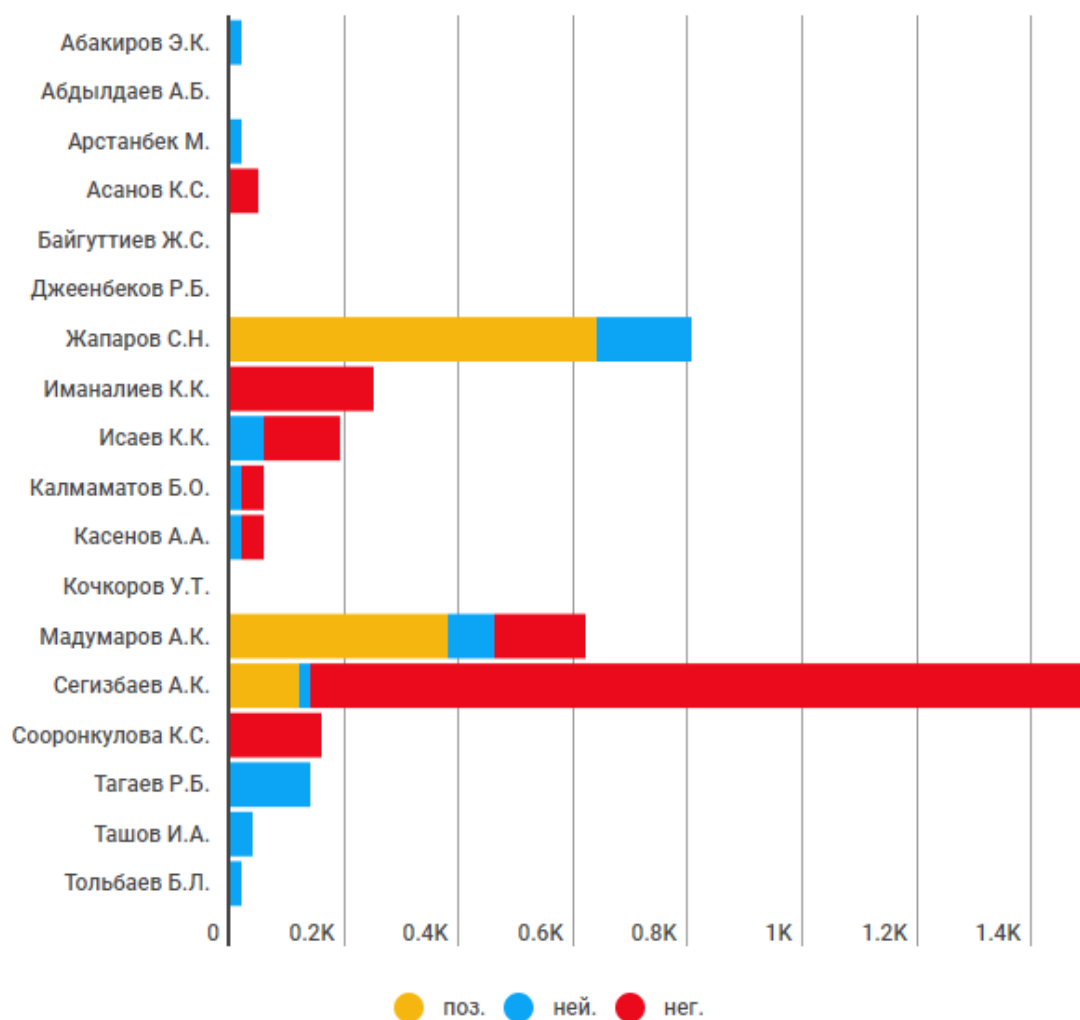
Предвзятое отношение госканалов к определенным кандидатам и форме правления стало заметно и во время после новогодних дебатов кандидатов. Вопросы ведущих были ангажированными, они формулировались таким образом, чтобы показать парламентскую форму правления и кандидатов в невыгодном свете.



И на частных радио и телеканалах преобладали агитационные материалы С. Жапарова. Надо отметить, что в таких телеканалах, как “7 канал”, “Нур ТВ”, “Ош ТВ” и “Ынтымак ТВ” 31 декабря ближе к полуночи был размещен проплаченный агитационный материал кандидата С.Жапарова - новогоднее обращение к народу Кыргызстана. Отметим, что по традиции новогоднее обращение в 12 часов ночи делает глава государства.

На 7 канале было заметно предвзятое отношение к определенным кандидатам. О кандидате С. Жапарове все информационные материалы носили позитивный характер. Некоторые из них содержали скрытую агитацию за С. Жапарова. О кандидате А.Сегизбаеве канал наиболее часто давал негативные материалы, часть из них была взята из интернет-сайтов (в передаче “Сайтка саякат”). При этом ведущие читали тексты как собственные, не ссылаясь на источник информации.

## Тон упоминания кандидатов в информационно-аналитических материалах (в сек.) на 7 канале





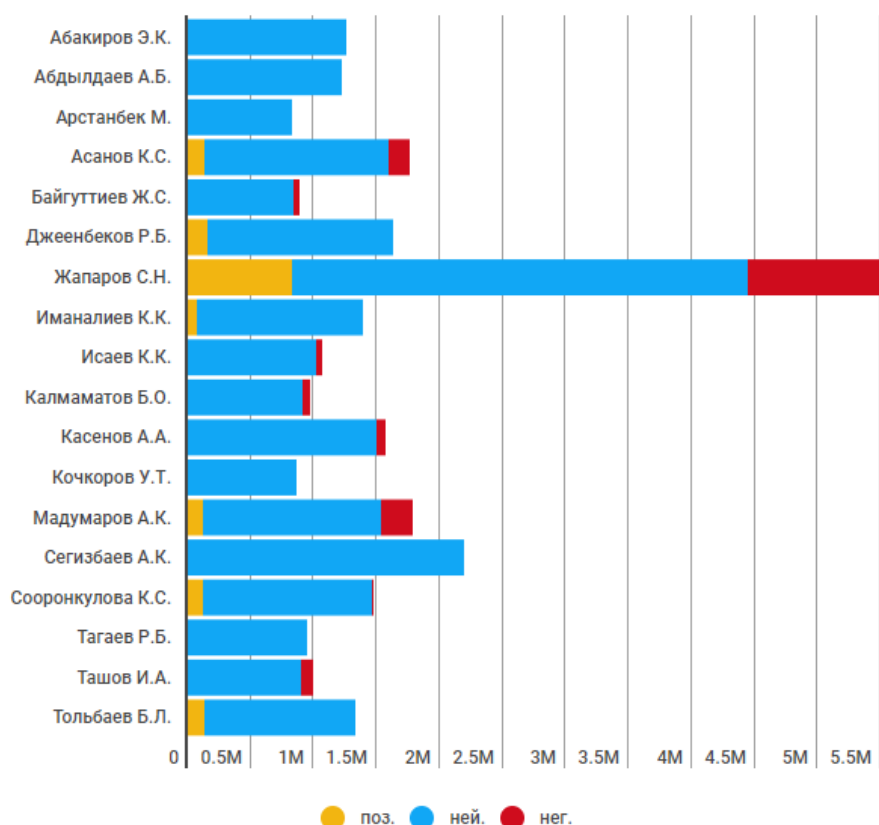
## Интернет сайты

Объектом мониторинга были самые посещаемые и популярные информационные интернет-ресурсы страны:

1. 24.kg
2. kaktus.media
3. super.kg
4. aki.kg
5. argument.kg
6. knews.kg
7. kabar.kg

Большинство сайтов старались соблюдать все требования конституционного закона о выборах, освещать тему выборов сбалансировано, объективно. Тон в основном был нейтральным, хотя в некоторых случаях было заметно предвзятое отношение интернет-издания к определенным кандидатам, чаще всего негативное.

Стоит отметить, что сайты на этих выборах, в отличие от предыдущих старались давать подробный анализ каждого кандидата. В качестве примера приводим упоминание кандидатов в информационных материалах на сайте kaktus.media:



Все агитационные материалы имели выходные данные, агитационные материалы, на всех сайтах кроме argument.kg четко отделялись от основной информационной ленты.

Работа сайта argument.kg резко выделялась среди других сайтов. В освещении выборов он отличался своей несбалансированностью и резкой субъективностью. Многие материалы этого сайта, чаще всего негативного тона, можно было отнести к скрытой агитации, т.к. в них имеются явные признаки агитации, но нигде не упомянуто, что они оплачены из избирательного фонда какого-либо кандидата.

## Газеты

Как и на всех предыдущих избирательных кампаниях прессу страны по характеру освещения выборов можно было разделить на три группы:

1. Республиканские и областные государственные издания;
2. Республиканские и столичные частные издания;



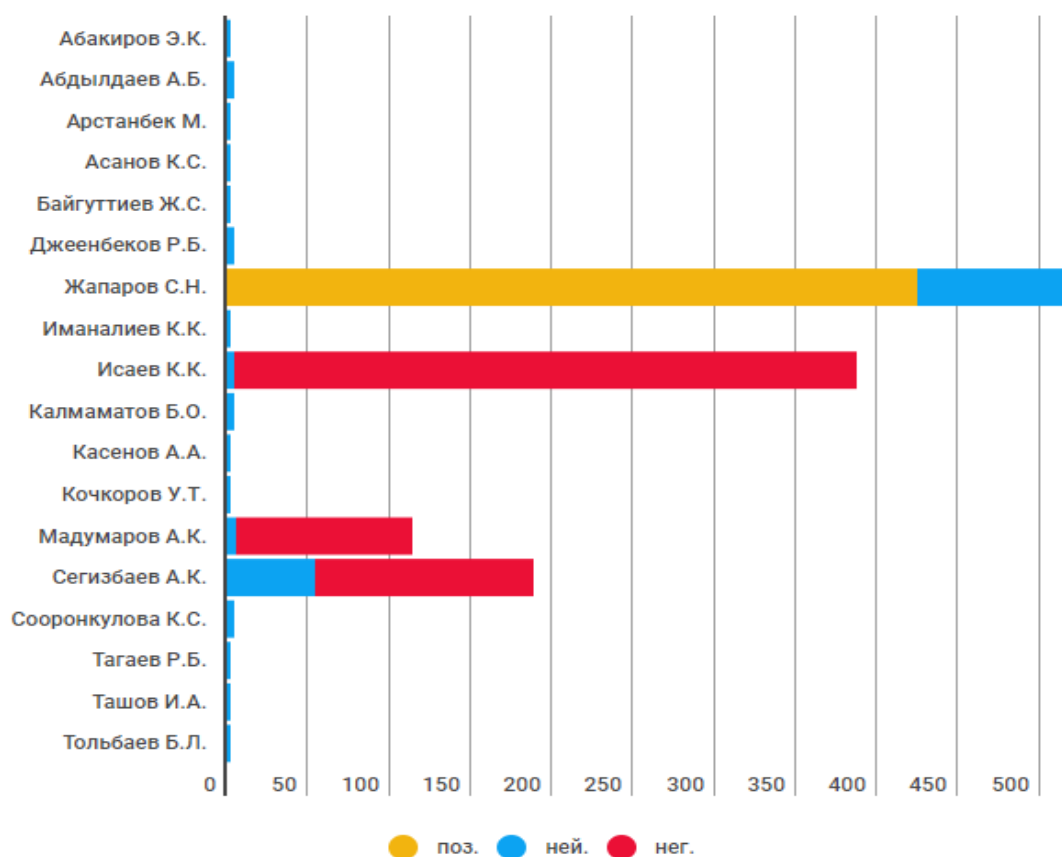
### 3. Региональные издания.

**Республиканские и областные газеты государственные издания** помимо сообщений ЦИК готовили и собственные материалы, в целом нейтральные и не отдающие предпочтение какому-либо кандидату. Но в некоторых материалах прослеживается предпочтение к президентской форме правления. Однако такие информационно-аналитических материалы на тему выборов и референдума были малочисленны.

В государственных республиканских изданиях публиковались бесплатные агитационные материалы кандидатов в рамках требования законодательства. Других агитационных материалов практически не было.

**Большая часть республиканских и столичных частных изданий** практически не освещали президентскую кампанию и вопросы, вынесенные на референдум. Однако ряд изданий активно публиковали материалы, касательно кандидатов, которые часто носили ярко субъективный характер. При этом в одном номере издания можно было встретить материалы прямо противоположного характера: в одном материале могли ругать одного кандидата, в другом восхвалять его. Из всех кандидатов больше всего писали о С.Жапарове и чаще в позитивном тоне. Большинство этих материалов были отнесены к скрытой агитации: в материалах была заметна явная предвзятость журналистов (использование оценочных суждений, материалы, основанные на домыслах и слухах, не сохранен баланс, навешиваются ярлыки). К таким изданиям относятся Майдан.кг, Жаны ордо, Факт.кг и ряд других изданий.

### Тон упоминания кандидатов в президенты в информационно-аналитических материалах (в кв. см) в газете Факт.KG



Агитационных материалов в этих изданиях было мало.

**В региональные изданиях** было очень мало материалов про президентские выборы и референдум. Если и были, то чаще всего это были официальные сообщения ЦИК или местных властей по подготовке к выборам.

Агитационных материалов кандидатов в этих изданиях практически не было.

**ОБСЕ** Организация по безопасности и сотрудничеству в Европе  
Программный офис в Бишкеке



Norwegian Ministry  
of Foreign Affairs



Общественный Фонд «Центр Медиа  
Развития»,  
Кыргызская Республика, 720040,  
Бишкек, бульвар Эркиндик 35-9. Тел.:  
(996312) 663006, 663009, 663012, Факс:  
(996312) 663006