

ГА “Беларуская асацыяцыя журналістаў”

**Маніторынг**

**“Асвятлення парламенцкіх выбараў 2019 г. у беларускіх СМІ”**

Бюлетэнь № 1

# *(16 верасня — 18 кастрычніка 2019 г.)*

# Уводзіны

# Маніторынг, які ладзіць ГА “Беларуская асацыяцыя журналістаў” (ГА “БАЖ”), мае на мэце:

# - спрыяць фармаванню прафесійнай мадэлі асвятлення выбарчых кампаній у беларускіх СМІ;

# - звярнуць увагу калег на абавязак неперадузята і поўна інфармаваць выбаршчыкаў пра электаральны працэс, праграмы кандыдатаў, а таксама пра меркаванні іх прыхільнікаў і апанентаў;

# - вызначыць адпаведнасць апублікаваных матэрыялаў міжнародна прызнаным прынцыпам і стандартам асвятлення выбарчых кампаній, нормам журналісцкай этыкі[[1]](#footnote-1);

# - базуючыся на аналізе якасных і колькасных паказчыкаў[[2]](#footnote-2), выявіць агульны характар асвятлення выбарчай кампаніі і ацаніць ролю ў ёй дзяржаўных і недзяржаўных СМІ.

# Аб’ектамі маніторынгу з’яўляюцца 14 беларускіх медыя, дзяржаўных і недзяржаўных, электронных і друкаваных, агульнанацыянальных і рэгіянальных[[3]](#footnote-3).

# Падчас пазначанага перыяду адбывалася фармаванне выбарчых камісій, рэгістрацыя ініцыятыўных груп, вылучэнне і рэгістрацыя кандыдатаў.

1. **Падсумаванне вынікаў**
2. У аналізаваных дзяржаўных медыя дамінавала тэхнічная інфармацыя пра арганізацыю выбарчай кампаніі (пасяджэнні ЦВК, фармаванне выбарчых камісій, ініцыятыўных груп па збору подпісаў, інфармацыя пра прыезд назіральнікаў і да т. п.). Звычайна фігуравалі лічбы, а не прозвішчы ці канкрэтныя выпадкі парушэння правілаў збору подпісаў.
3. Галоўнымі суб’ектамі выбарчага працэсу былі Прэзідэнт краіны і ЦВК у асобе яе старшыні сп-ні Ярмошынай, якія сваімі выказваннямі вызначалі, як, з іхняга гледзішча, маюць прайсці выбары і якім павінен быць будучы склад парламента.
4. Пераважная большасьць іншых удзельнікаў (палітычныя партыі, прэтэндэнты на кандыдатаў, іхнія ініцыятыўныя групы, НДА) былі рэпрезентаваныя ананімна альбо ніяк не рэпрезентаваныя. Выключэнне, аднак, склалі назіральнікі ад СНД, БДІПЧ АБСЕ і некаторыя праўрадавыя арганізацыі.
5. Падаваныя матэрыялы не сведчылі, што выбары — гэта, перадусім, канкурэнцыя палітычных ідэй і поглядаў, спаборніцтва розных палітычных партый, платформ і праграм. Затое даволі часта дзяржаўныя СМІ выкарыстоўвалі савецкую рыторыку пра выбары як пра свята і пачэсны абавязак грамадзяніна.
6. Недзяржаўныя медыя, якія аналізаваліся падчас маніторынгу, былі даволі стрыманымі ў падачы матэрыялаў, прысвечаных выбарчай тэматыцы. Адводзілі нязначную плошчу тэхнічнай інфармацыі. Трымаліся пераважна нейтральнай манеры асвятлення выбарчага працэсу.

Гэтыя ды іншыя абагульненні абапіраюцца на канкрэтныя колькасныя і якасныя дадзеныя, што падаюцца ніжэй.

**3. Колькасныя і якасныя паказчыкі**

*3.1 Дзяржаўныя медыя*

Агульнанацыянальная навінавая праграма *“Панарама”* *(“Беларусь 1”)* у якасці галоўных актараў выбарчага працэсу падавала Прэзідэнта краіны (амаль 16 % часу параўнальна з іншымі суб’ектамі маніторынгу) і ЦВК (амаль 13 %), якія рэпрезентаваліся пазітыўна. Іншыя суб’екты моцна саступалі ім, за выключэннем апазіцыі (амаль 6 % часу), якая, аднак, падавалася імперсаніфікавана і адмоўна. Пазнавальнымі былі толькі некаторыя праўладныя арганізацыі (“Белая Русь”, БРСМ, Беларускі саюз жанчын і да т.п.).

Тэме выбараў праграма прысвяціла крыху менш за 3 % эфірнага часу; прагноз надвор’я заняў 7 % , а спорт — 10 % часу.

Другая агульнанацыянальная навінавая праграма *“Наши новости” (ОНТ)* адвяла Прэзідэнту крыху больш за 25 % часу параўнальна з астатнімі суб’ектамі выбарчага працэсу.

Тэме выбараў яна прысвяціла крыху больш за 3 % часу. І прыкладна 14 % — спорту і прагнозу надвор’я (звярну ўвагу чытача, што на графіках візуалізаваныя і добра чытаюцца гэтыя ды іншыя лічбы, а таксама бачна як рэпрезентаваныя суб’екты выбарчага працэсу).

Праграма *“Радыёфакт” (Першы нацыянальны канал Беларускага радыё)* падала пераважна дэперсаніфікаваную карціну выбарчага працэсу. Выключэнне складалі кіраўнік краіны, прадстаўнікі ўлады, выбарчых камісій і назіральнікі ад СНД. Іншыя ўдзельнікі не мелі голасу ў эфіры. Альбо не ўзгадваліся.

*“Радыёфакт”* прысвяціў выбарам каля 5 % часу. Спорту — амаль 9 %, а прагнозу надвор’я — крыху больш за 6 % ад агульнага часу.

У падачы выбарчай тэматыкі інтэрнет-партал БелТА нічым істотным (за выключэннем аператыўнасці) не адрозніваўся ад іншых дзяржаўных медыя. У тым жа рэчышчы асвятлялі яе і дзяржаўныя газеты.

Варта звярнуць увагу на змест выказванняў і меркаванняў, якія тыражавалі электронныя і друкаваныя СМІ.

Яны шырока распаўсюджвалі меркаванні Прэзідэнта краіны, што да выбарчага працэсу і будучага складу парламента. У прыватнасці, навінавая праграма *“Панарама”* *(“Беларусь 1”) ад 16.09.19* цытавала*:*

*“Парламент должен представлять все слои нашего общества. От зелёных ещё, только что пришедших в жизнь, взрослую жизнь, людей, до стариков. Там должны быть представлены все. Во-вторых, я бы очень хотел, чтобы активно действующие общественные организации, партии, если они настоящие партии — по закону — представляли и защищали своих кандидатов. Начиная от профсоюзов, мы уже с Ордой об этом говорили, и они выдвигают много своих кандидатов. Начиная от Белорусского Республиканского Союза молодёжи, я его называю «молодёжной партией». Женщины, женская партия. Военные, офицерский состав. Компартия. Если у нас существуют настоящие оппозиционные партии, и они должны представлять своих кандидатов, выдвигать своих кандидатов, и защищать их в ходе предвыборной кампании”.*

Колькімі днямі пазней агульнанацыянальная навінавая праграма *“Наши новости” (ОНТ) ад 20.09.19,* асвятляючы паездку Прэзідэнта ў Карэлічы, цытавала: “*Мы кампанию избирательную проведем, как всегда, спокойно, тихо”.*

А тыднёвая праграма *“Контуры” (ОНТ) ад 22.09.19* цытавала: “*Я ж никогда не скрывал: есть люди, которых власть поддерживает. Президент хочет видеть вот такой парламент”.*

У тых жа медыя час ад часу параўноўваліся розныя выбарчыя кампаніі. Паводле меркавання калег з дзяржаўных СМІ, выбары, што праводзяцца ў іншых краінах моцна прайграюць беларускім. Да прыкладу, праграма *“Радыёфакт” ад 19.09.19* у сюжэце пра Еўрапарламент і *“перазагрузку ўлады ва Украіне”* казала пра спыненне дзейнасці ЦВК Украіны, паведамляючы, што ён абвінавачваецца ў неаб’ектыўнасці і палітычнай заангажаванасці. А ў публіцыстычным сюжэце на *ОНТ ад 21.09.19* прагучала: *“Белорусы привыкли выбирать по старинке и рассудительно. Это объясняет спокойное течение электоральных кампаний в нашей стране. В США или у наших соседей (в России и Украине) выборы являются, скорее, большой игрой. Там все средства хороши…”.*

У ацэнцы выбарчай кампаніі некаторыя медыя спасылаліся на меркаванне прадстаўніка Выканкама СНД сп. Хутарана: *“По моим наблюдениям, уже два раза я был, выборы в Беларуси проходят как праздник”* (*“Панарама”* *(“Беларусь 1”) ад 4.10.19).* А кіраўнік місіі назіральнікаў ад СНД сп. Лебедзеў казаў: *“Нас, честно говоря, радует вот этот спокойный, планомерный ход подготовки к выборам” (“Панарама”* *(“Беларусь 1”) ад 16.10.19).*

Такім чынам, паводле ацэнак, падаваных дзяржаўнымі медыя, выбары ў краіне — добра арганізаваныя, маюць спакойны характар і з’яўляюцца радаснай падзеяй для выбаршчыкаў. Цікава адзначыць, што меркаванні журналістаў ніколі не разыходзіліся з афіцыйнай пазіцыяй, якую ў тых жа медыя агучвалі прадстаўнікі беларускай улады.

*3.2 Недзяржаўныя медыя*

Інтэрнет-партал [*www.tut.by*](http://www.tut.by)не абмяжоўваўся адно афіцыйнай ці тэхнічнай інфармацыяй. Пазбягаў неперсаніфікаванай карціны выбарчага працэсу. Падаваў даволі вялікую колькасць прозвішчаў патэнцыйных кандыдатаў і кароткія матэрыялы пра некаторых з іх. А напрыканцы гэтага этапу маніторынгу адзначаў некаторых зарэгістравананых кандыдатаў.

Разам з тым, у агульнай карціне выбарчай кампаніі адсутнічаў шэраг палітычных суб’ектаў, што бяруць у ёй удзел. А некаторыя патэнцыйныя кандыдаты (напрыклад, “Міс Беларусь”) і арганізацыі (напрыклад, БРСМ) былі значна больш пазнавальныя за іншых удзельнікаў кампаніі.

Газета *“Народная воля”* пісала пра ЦВК, асноўныя палітычныя партыі і некаторыя НДА, прадстаўнікі якіх бяруць удзел у выбарах. Згаданых суб’ектаў яна партрэтавала нейтральна. Дзейнасць мясцовых уладаў характарызавала адмоўна. А пра ЦВК і апазіцыйную Аб’яднаную грамадзянскую партыю (АГП) выказвалася нейтральна альбо негатыўна.

*“Комсомольская правда”* некалькі разоў інфармавала пра выбары і коратка пісала пра ўдзел у іх трох апазіцыйных палітычных партый.

**Папярэднія высновы**

Калі бягучую выбарчую кампанію параўноўваць з папярэдняй, то мадэль яе асвятлення ў дзяржаўных медыя ні ў чым істотна не змянілася[[4]](#endnote-1).

Асноўныя “элементы” гэтай мадэлі наступныя: селектыўны падыход да асвятлення выбарчага працэсу і, перадусім, яго ўдзельнікаў; дамінацыя тэхнічнай інфармацыі; дэперсаніфікаваная рэпрезентацыя апанентаў і проста актыўных удзельнікаў; прамоцыя праўладных арганізацый і іх кандыдатаў; скіраванасць на забеспячэнне “спакойнай” і “ціхай” выбарчай кампаніі. Маргіналізацыя выбарчай тэматыкі — яшчэ адна асаблівасць гэтай мадэлі.

Недзяржаўныя медыя прытрымліваліся стрыманай манеры асвятлення выбарчага працэсу. Аднак пры гэтым прысутнічала выразная тэндэнцыя да мінімізацыі тэхнічнай інфармацыі, персаніфікацыі ўдзельнікаў кампаніі, рэпрезентацыі галоўных палітычных актараў і проста апанентаў дзеючай улады. Маніторынгаваныя недзяржаўныя медыя карысталіся і больш шырокай шкалой ацэнак удзельнікаў парламенцкай кампаніі.

ДАДАТАК Метадалогія маніторынгу

*Абагульняючыя графікі даступныя на сайце ГА “БАЖ” BAJ.BY*

1. Дакументамі, на падставе якіх робіцца якасны аналіз, з’яўляюцца [Кодэкс журналісцкай этыкі (прыняты ў 2006 годзе на з'ездзе ГА “БАЖ”)](http://baj.by/be/node/132); [Дэкларацыя прынцыпаў прафесійнай этыкі журналіста](http://baj.by/be/node/133); [Освещение выборов в СМИ (Беларусь). Редакция 2016 г.](http://baj.by/be/node/29387); [Международные стандарты освещения выборов в СМИ](http://baj.by/be/node/29454) (Юридические и этические стандарты, рекомендации СМИ и отдельным журналистам). [↑](#footnote-ref-1)
2. Гл.: “Метадалогія маніторынгу” (Дадатак 1). [↑](#footnote-ref-2)
3. Адзначым, што ў спісе пераважаюць дзяржаўныя медыя, якія займаюць дамінантнае становішча ў інфармацыйнай прасторы краіны. І якія фактычна з’яўляюцца часткай ідэалагічнай вертыкалі дзеючай улады*: электронныя СМІ: навінавая праграма “Панарама” (“Беларусь 1”), навінавая праграма “Наши новости” (ОНТ),* *штотыднёвая праграма “Главный эфир” (“Беларусь 1”), штотыднёвая праграма “Контуры”, праграма ”Радыёфакт” (Першы нацыянальны канал Беларускага радыё), праграма “Навіны-рэгіён” (ТРК “Магілёў”);**інтэрнэт-рэсурсы:*[www.tut.by](http://www.tut.by) і [www.belta.by](http://www.belta.by); *друкаваныя СМІ:* ***“****СБ.Беларусь сегодня”, “Народная воля”, “Комсомольская правда” в Белоруссии”, “Звязда”, “Мінская праўда”, “Могилёвская правда”.* [↑](#footnote-ref-3)
4. У 2016 г. ГА “БАЖ” ладзіла маніторынг тагачасных парламенцкіх выбараў. [↑](#endnote-ref-1)