

# ГА “Беларуская асацыяцыя журналістаў”

**Асвятленне парламенцкіх выбараў 2019 года ў беларускіх СМІ**

**Выніковы даклад**

# *(16 верасня — 26 лістапада 2019 г.)*

Даклад падсумоўвае вынікі маніторынгу асвятлення парламенцкіх выбараў 2019 г. у беларускіх СМІ.

Змест

1. **Уводзіны**
2. **Падсумаванне вынікаў**
3. **Асноўныя факты і лічбы**
   1. *Дзяржаўныя медыя*
   2. *Прамы доступ*
   3. *Недзяржаўныя медыя*
4. **Ацэнкі кампаніі**
5. **Высновы**
6. **ДАДАТАК 1 (Графікі)**
7. **ДАДАТАК 2 (Метадалогія)**
8. **Уводзіны**

Маніторынг меў на мэце:

- звярнуць увагу калег на абавязак бесстаронна 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 былі 14 беларускіх медыя, дзяржаўных і недзяржаўных, электронных і друкаваных, агульнанацыянальных і рэгіянальных[[3]](#footnote-3).

Ладзіла маніторынг ГА “Беларуская асацыяцыя журналістаў” (ГА “БАЖ”).

1. **Падсумаванне вынікаў**

Цягам усёй кампаніі ўвага дзяржаўных СМІ была сканцэнтравана галоўным чынам на дзейнасці ЦВК, іншых выбарчых камісій, арганізацыі выбарчага працэсу, прыездзе назіральнікаў, на меркаваннях кіраўніка краіны, што да будучага складу парламента і ролі ў гэтай кампаніі выканаўчай улады. А ў апошні тыдзень названыя медыя актыўна падавалі інфармацыю пра магчымасць датэрміновага галасавання.

Скіраванасць медыя на асвятленне арганізацыйных і, фактычна, другасных, задач парламенцкай кампаніі, перашкаджала выбаршчыкам скласці ўяўленне пра найбольш істотныя праблемы беларускага грамадства, расклад палітычных сіл у краіне, а таксама пра тое, як гэтыя сілы бачаць і плануюць вырашаць згаданыя праблемы.

У дзяржаўных медыя адсутнічаў плюралізм думак і меркаванняў, а інфармацыя падавалася аднабакова. Журналісты агучвалі толькі адну, афіцыйную, пазіцыю і салідарызаваліся з ёю. Запрошаныя эксперты ў сваіх выказваннях ігнаравалі крытычныя і альтэрнатыўныя погляды выбаршчыкаў і апанентаў улады.

Фармальна кандыдаты атрымалі роўныя магчымасці доступу да медыя. Аднак іх звароты аніяк не анансаваліся. З праграм тэле- і радыёперадач выбаршчыкі не маглі даведацца пра канкрэтны дзень і час выступу сваіх кандыдатаў.

Тэлеканал *“Беларусь 3”* (беларускі варыянт канала пра культуру з аўдыторыяй, нескіраванай на палітыку), на якім быў зарэзерваваны час для выступу большасці прэтэндэнтаў, не належыць да самага рэйтынгавага. А трансляцыі радыёзваротаў адбываліся ў нязручны час (з 7.00 да 7.30), калі большасць людзей збіраецца альбо рушыць да месца працы.

Агулам кажучы, відавочнай была тендэнцыя да маргіналізацыі галоўных удзельнікаў парламенцкай кампаніі — палітычных партый і кандыдатаў. А акцэнтаванне ўвагі на другасных, тэхнічных, баках кампаніі аніяк не спрыяла электаральнай актыўнасці.

Нягледзячы на тое, што недзяржаўныя медыя публікавалі значна больш разнастайную інфармацыю, а на апошняй стадыі зрабілі больш пазнавальнымі шэраг кандыдатаў, у асвятленні выбарчай кампаніі яны, аднак, не складалі рэальную канкурэнцыю дзяржаўным СМІ.

Ацэнкі мінулай кампаніі, якія пасля дня галасавання падавалі дзяржаўныя і недзяржаўныя медыя, істотна розніліся.

1. **Асноўныя** **факты і лічбы**

***3.1 Дзяржаўныя медыя***

Цягам усёй кампаніі тэма выбараў не была прыярытэтнай. У электронных дзяржаўных медыя, за выключэннем апошняга тыдня перад асноўным днём галасавання *(17.11.2019),* яна істотна саступала спартыўнай тэматыцы і прагнозу надвор’я.

Да прыкладу, канчатковыя лічбы маніторынгу паказваюць, што навінавая праграма *“Панарама”* тэлеканала “*Беларусь 1”* адвялавыбарам4% часу, надвор’ю — 7%, спорту — 11%; адпаведныя лічбы праграмы *“Наши новости” ОНТ* — *4%, 7%* і *7%.* У праграме *“Радыёфакт” (Першы нацыянальны канал Беларускага радыё)* тыя ж суадносіны: выбарчы працэс — 5%, надвор’е — 6%, а спорт — 8,5%.

Нягледзячы на тое, што цягам апошняга тыдня ўвага рэзка павялічылася (напрыклад, у названай радыёпраграме час, прысвечаны кампаніі, вырас да *13%*), суадносіны часу на карысць выбараў не змяніліся.

Заўважнае павелічэнне аб’ёмаў інфармацыі можна патлумачыць пачаткам датэрміновага галасавання, падчас якога дзяржаўныя медыя актыўна заклікалі выбаршчыкаў да галасавання. Прыкладам для пераймання былі вядомыя беларускія спартсмены і артысты, што прагаласавалі датэрмінова.

Час, прысвечаны парламенцкай кампаніі ў гэтай фазе, не тычыўся палітычных партый, кандыдатаў і іх зваротаў да выбаршчыкаў. Галоўнымі суб’ектамі былі электарат, выбарчыя камісіі, мясцовыя ўлады і праўрадавыя арганізацыі, таксама ФПБ і БРСМ, якія мелі сваіх кандыдатаў і бралі ўдзел у назіранні.

Важна адзначыць, што ў большасці выпадкаў гаворка ішла пра неперсаніфікаваны суб’ект “электарат”. Гэта значыць, у электронных медыя пераважалі не наўпростыя выказванні, а пра выбаршчыкаў распавядалі журналісты. Да прыкладу, у рэгіянальнай тэлевізійнай праграме *ТРК “Магілёў”/”Навіны регіёна”* жывы голас выбаршчыкаў гучаў усяго *43 сек.,* а агулам пра іх казалі на працягу *6 мін. і 45 сек.*

Калі звярнуцца да абагульненых дадзеных маніторынгу, то ананімная і дэперсаніфікаваная рэпрэзентацыя выбаршчыкаў у розных электронных медыя звычайна ў 2-3 разы і болей перавышала гучанне “жывых” галасоў.

Што да перыядычных папяровых выданняў, то яны даволі шырока цытавалі выбаршчыкаў, але збольшага гэта былі патрыятычныя выказванні без “палітыкі”.

Тое, што парламенцкія выбары не ўяўлялі з сябе палітычную кампанію, вынікала і з інтэрв’ю з выбаршчыкамі. Вось, да прыкладу, адказ адной з апытаных асобаў: “*Я голосовала за человека, который на мой взгляд кажется очень положительным. Нравится его профессия, возраст” (“Панарама”,* “*Беларусь 1”, 15.11.2019).* Пра палітычны выбар гаворка, вядома, не ішла.

Цікава, што дзяржаўныя медыя напярэдадні датэрміновага галасавання досыць актыўна абмяркоўвалі партрэт будучага дэпутата.

Праграма *“Радыёфакт” (06.11.2019)* анансавала: *“Саюз моладзі запрашае выбаршчыкаў выказацца пра галоўныя ўласцівасці народнага абранніка”.* Сярод якасцяў будучага дэпутата якраз і называліся тыя, пра якія казала выбаршчыца ў пададзенай вышэй цытаце.

А 23 кастрычніка вядоўца праекта *“ОбъективНо”* (*ОНТ)* пытаўся ў гледачоў: *“Кстати, а вы уже определились, что должно быть в кандидате, чтобы ему можно было доверить ваш голос?”.*

Як можна бачыць, пытанне скіроўвае ўвагу не на вартасць палітычных праграм ці ідэй, а на характарыстыку асобы.

Дадзеныя маніторынгу паказваюць, што дзяржаўныя электронныя і друкаваныя СМІ трымаліся традыцыйнай мадэлі асвятлення выбарчых кампаній. А менавіта, гаворка ідзе пра дэпалітызацыю электаральнага працэсу, маргіналізацыю яго галоўных актараў, адсутнасць у медыя хоць якой канкурэнтнай барацьбы палітычных ідэй і альтэрнатыўных поглядаў, ананімную рэпрэзентацыю палітычных удзельнікаў, аднабаковае асвятленне выбарчай кампаніі на карысць праўрадавых арганізацый (БРСМ, ФПБ, “Белай Русі”) і іх кандыдатаў.

Тэндэнцыя да адсоўвання на задні план галоўных актараў кампаніі і яе дэпалітызацыя былі добра заўважныя і падчас самай актыўнай фазы — медыязваротаў кандыдатаў.

***3.2 Прамы доступ***

Няма сумневу, што выступы і медыядэбаты кандыдатаў — найбольш істотная частка выбарчай кампаніі. Абавязак забяспечыць роўны доступ быў ускладзены на шэраг дзяржаўных СМІ[[4]](#footnote-4).

Працягласць выступаў складала 5 хвілін. Па тэлебачанні яны трансляваліся ў вечаровы прайм-тайм: з 19.00 да 20.40 за выключэннем двух дзён (22 і 29 кастрычніка), калі эфірны час на “Беларусь 3”, адведзены для выступаў кандыдатаў, доўжыўся паўгадзіны — з 19.00 да 19.30). На тым жа канале ў пазначаны час адбываліся і тэледэбаты. Да таго ж кандыдаты маглі надрукаваць свае перадвыбарчыя праграмы ў дзяржаўных газетах[[5]](#footnote-5).

Фармальна дзяржаўныя медыя спрычыніліся да разгортвання агітацыйнай кампаніі.

Разам з тым яны практычна ніколі не акцэнтавалі ўвагу на канкурэнцыі ідэй, не імкнуліся пашыраць інфармацыю пра праграмы кандыдатаў ці палітычных партый, што ўдзельнічаюць у выбарах. Больш за тое, выконвалі ролю стрымлівання ці нават блакавання палітычнай актыўнасці. Такое сцверджанне вынікае з наступнага:

- Выступы кандыдатаў на ТБ і па радыё не дубляваліся на сайтах адпаведных тэлекампаній і радыёканалаў ці на YouТube, хоць шмат якія іншыя матэрыялы туды патраплялі.

- З праграм перадач немагчыма было даведацца, хто і калі будзе звяртацца да сваіх выбаршчыкаў. Праграма перадач тэлеканала *“Беларусь 3”* адно пазначала: *“Парламенцкія выбары – 2019”.* І аніякай інфармацыі больш. Тое ж самае тычыцца і дэбатаў. У праграме перадач *СТВ* былопазначана *“Парламенцкія выбары – 2019. Дэбаты”.*

- Выступы кандыдатаў трансляваліся не на самых рэйтынгавых тэле- і радыёканалах. А друкавалі іх не самыя тыражныя агульнанацыянальныя газеты.

- Пра дзень і час выступу канкрэтнага кандыдата было практычна немагчыма даведацца і з сайтаў беларускіх дзяржаўных СМІ.

- І, нарэшце, само права роўнага доступу не было забяспечана. Агулам зафіксавана дзесяць выпадкаў адмовы трансляцыі (публікацыі) зваротаў кандыдатаў.

**3.3 *Недзяржаўныя медыя***

Няма сумневу, што мадэль асвятлення выбарчай кампаніі ў недзяржаўных медыя мела шэраг істотных адрозненняў.

Па-першае, яны пазбягалі ананімнай рэпрэзентацыі ўдзельнікаў выбарчага працэсу. І не канцэнтравалі сваю ўвагу на тэхнічных баках арганізацыі кампаніі.

Па-другое, галоўныя актары выбарчай кампаніі (як апазіцыйныя, так і неапазіцыйныя кандыдаты і палітыкі) маглі ў іх выказвацца.

Па-трэцяе, бліжэй да завяршэння кампаніі недзяржаўныя медыязаўважна павялічылі аб’ём матэрыялаў, адведзены выбарчай тэматыцы, і менавіта што тычыцца яе галоўных актараў — кандыдатаў.

Па-чацвёртае, яны імкнуліся падаваць розныя погляды і ацэнкі выбарчай кампаніі.

Па-пятае, у іх прысутнічала палітычная аналітыка і крытычныя меркаванні наконт дзейнасці ўладаў, ЦВК, арганізацыі выбарчай кампаніі.

Па-шостае, яны выказвалі той спектр меркаванняў і палітычных ацэнак выбаршчыкаў, якія немагчыма было знайсці ў дзяржаўных СМІ.

*Некалькі лічбаў і фактаў*

За ўвесь час маніторынгу інфармацыйны партал *TUT.BY* прэзентаваў 90 кандыдатаў, называючы іх прозвішчы! Хаця ў першы перыяд *(16.09. – 18.10.2019)* іх было ўсяго 7. Істотна павялічыўся аб’ём канкрэтнай інфармацыі, скіраванай на выбаршчыкаў. На сайце прысутнічала адпаведная аналітыка. З’яўляліся відэа, прысвечаныя тэме выбараў.

Газета *“Народная воля”* размаўляла з некалькімі апазіцыйнымі кандыдатамі, падавала інфармацыю пра канкрэтныя праблемы выбарчай кампаніі і крытыкавала ўладу.

Хоць недзяржаўная інтэрнэт-газета *Naviny.by* гэтым разам і не была аб’ектам маніторынгу, аднак, нельга не адзначыць яе бліскучы праект *“Дэбаты – 2019” (https://naviny.by/plot/debaty-2019),* у якім бралі ўдзел самыя розныя кандыдаты — партыйныя і непартыйныя, праўладныя і апазіцыйныя.

1. **Ацэнкі кампаніі**

Што да актыўнасці выбаршчыкаў, працэдуры галасавання, падліку галасоў, вынікаў галасавання і самой выбарчай кампаніі, ацэнкі, якія падаваліся ў дзяржаўных і недзяржаўных медыя істотна, а часам і каардынальна, розніліся.

Дзяржаўныя медыя, абапіраючыся на меркаванні назіральнікаў краін СНД і місіі ШАС у Мінску, падавалі выключна станоўчыя ацэнкі. Так, сайт БелТА цытаваў выказванне старшыні гэтай місіі Сяргея Лебедзева, выбары *“прошли на конкурентной основе, открыто и гласно, были свободными, прозрачными" (<https://www.belta.by/politics/view/vybory-v-belarusi-proshli-na-konkurentnoj-osnove-otkryto-i-glasno-missija-sng-369623-2019/>).*

Гэткае ж меркаванне выказаў і старшыня місіі ШАС сп. Се Сяоюн: *“Миссия признает прошедшие выборы прозрачными, достоверными и демократичными" (<https://www.belta.by/politics/view/missija-shos-priznaet-parlamentskie-vybory-v-belarusi-prozrachnymi-i-demokratichnymi-369627-2019/> ).*

Недзяржаўныя медыя, у сваю чаргу, падавалі як цытаваныя вышэй, так і адрозныя меркаванні. І перадусім гаворка пра ацэнкі місіі АБСЕ. **Партал** *Tut.by,* у **прыватнасці,** пісаў: *“Специальный координатор ОБСЕ Маргарета Седэрфельт заявила, что выборы прошли в спокойной обстановке, но не соответствовали важным международным стандартам демократических выборов.*

*— Мы отметили общее пренебрежение основополагающими свободами самовыражения, собраний и ассоциаций. Кроме того, мы отметили, что большое число кандидатов подали заявки на участие в выборах, но их участие ограничили. Эти выборы продемонстрировали полное отсутствие соблюдения демократических обязательств” (<https://news.tut.by/economics/661709.html>).*

У сваіх ацэнках недзяржаўныя медыя абапіраліся і на сведчанні нацыянальных назіральнікаў.

Партал *Tut.by* пісаў: *“****По данным наблюдателей кампании «Право выбора», на пяти из девяти округов, где работали наблюдатели, выборы не состоялись. Самое большое расхождение по официальной явке и той, что зафиксировали наблюдатели, — 35% — отмечено в Могилевском-Ленинском округе № 84*”(**[*https://news.tut.by/economics/661680.html*](https://news.tut.by/economics/661680.html)***).***

Дзяржаўныя СМІ падобных ацэнак не падавалі, аднак скрытыкавалі і высновы місіі АБСЕ, і сведчанні незалежных беларускіх назіральнікаў. Вось колькі такіх крытычных меркаванняў.

Дзяржаўнае інфармацыйнае агенства БелТА распаўсюдзіла рэакцыю МЗС, з якой вынікае, што ў аснове ацэнак АБСЕ ляжыць заангажаваны і суб’ектыўны падыход. Што *“можно ожидать от руководителей наблюдательных миссий, которые еще до приезда в страну негативно высказываются о Беларуси и публикуют оскорбительные статьи о стране?”,* — адзначылі у МЗС. *(<https://www.belta.by/politics/view/mid-belarusi-sozhaleem-chto-missii-obse-ne-udalos-polnostjju-otojti-ot-politizirovannyh-otsenok-369778-2019/> ).*

Спаслалася БелТА і на меркаванне сп. Рапоты, дзяржаўнага сакратара Саюзнай дзяржавы: *“Наблюдатели от ОБСЕ дают оценки выборам исходя из своего мироощущения” (*<https://www.belta.by/politics/view/rapota-nabljudateli-ot-obse-dajut-otsenki-vyboram-ishodja-iz-svoego-mirooschuschenija-369994-2019/>).

Што да незалежных беларускіх назіральнікаў, то крытыка на іх адрас была больш жорсткая: Газета Адміністрацыі прэзідэнта пісала: *“Еще на этапе досрочного голосования ряд интернет-ресурсов с подачи «наблюдателя», нарушившего все и вся, устроили травлю молодой брестской избирательницы. Только за то, что она пришла проголосовать…” (Николай Осипов, “Все оттенки черного”, “Беларусь сегодня“, 20.11.2019).* (Гаворка тут пра інцындэнт са спробай магчымага ўкідвання бюлетэней, зафіксаванага назіральнікам).

А ў тэлевізійнай праграме *“ОбъективНо” ОНТ(23.10. 2019)* адзін з суразмоўцаў ахарактарызаваў незалежных беларускіх назіральнікаў як людзей, *“которые вели себя, мягко говоря, неадекватно”.*

1. **Высновы**

У асвятленні выбарчай кампаніі дзяржаўнымі медыя адсутнічалі: выразная драматургія, барацьба пазіцый, канкурэнцыя палітычных ідэй і платформ. А сама тэма выбараў не з’яўлялася прыярытэтнай.

Галоўныя актары (палітычныя партыі і большасць кандыдатаў) не былі бачныя выбаршчыкам.

Пазнавальнымі ў дзяржаўных СМІ заставаліся адно колькі праўладных арганізацый. Што да апанентаў улады, іх пазіцыі ў апублікаваных дзяржаўнымі СМІ матэрыялах не былі пазначаныя. Калі ж пра іх і вялася гаворка, дык толькі ў негатыўным ключы і не называючы прозвішчаў.

Названыя медыя фактычна і не імкнуліся заангажаваць выбаршчыкаў у працэс палітычнага выбару будучых парламентароў.

Недзяржаўныя медыя, знаёмячы выбаршчыкаў з рознымі кандыдатамі, іх поглядамі і палітычнымі партыямі, што ўдельнічалі ў выбарах, спрыялі іх усвядомленаму выбару. Аднак уплыў гэтых медыя на электаральны працэс не з’яўляўся і не мог быць вырашальным, паколькі фармаванне інфармацыйна-палітычнага парадку дня ў краіне належыць не ім, а дзяржаўным электронным і друкаваным СМІ.

Ацэнкі, якія падаваліся дзяржаўнымі і недзяржаўнымі медыя, не супадалі і нават часта былі супрацьлеглымі. Як і разуменне імі стандартаў працы журналістаў падчас выбарчых кампаній.

1. Дакументамі, на падставе якіх робіцца якасны аналіз, з’яўляюцца [Кодэкс журналісцкай этыкі (прыняты ў 2006 годзе на з'ездзе 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 2). [↑](#footnote-ref-2)
3. Адзначым, што ў сьпісе пераважаюць дзяржаўныя медыя, якія займаюць дамінантнае становішча ў інфармацыйнай прасторы краіны. І якія фактычна з’яўляюцца часткай ідэалагічнай вертыкалі дзеючай улады*: электронныя СМІ — праграма навінаў “Панарама” (“Беларусь 1”); праграма навінаў “Наши новости” (ОНТ);* *штотыднёвая праграма “Главный эфир” (“Беларусь 1”); штотыднёвая праграма “Контуры”; праграма ”Радыёфакт” (Першы нацыянальны канал Беларускага радыё), праграма “Навіны рэгіёна” (ТРК “Магілёў”);**інтэрнэт-рэсурсы* ***—*** [www.tut.by](http://www.tut.by) і [www.belta.by](http://www.belta.by); *друкаваныя СМІ* ***— “****Беларусь сегодня”, “Народная воля”, "Комсомольская правда" в Белоруссии", “Звязда”, “Мінская праўда”, “Могилёвская правда”.* [↑](#footnote-ref-3)
4. Афіцыйная інфармацыя пра медыя, якія абраныя для выступаў кандыдатаў, у наступных крыніцах:   
   <https://minsknews.by/kto-voshel-v-sostav-nablyudatelnogo-soveta-po-kontrolyu-za-predvybornoj-agitacziej-v-smi/>   
   http://rec.gov.by/sites/default/files/pdf/2019/pred\_prog.pdf [↑](#footnote-ref-4)
5. Звароты кандыдатаў у электронных і друкаваных медыя не былі аб’ектам маніторынгу. [↑](#footnote-ref-5)