

**ГА “Беларуская асацыяцыя журналістаў”**

**Маніторынг: “Асвятленне прэзідэнцкай кампаніі 2020 года ў беларускіх медыя”**

*Бюлетэнь № 1 (25.05— 04.07)*

1. **Уводзіны**

Бюлетэнь падсумоўвае вынікі першага этапу маніторынгу, атрыманыя цягам месяца ў перыяд з 25 траўня па 4 ліпеня 2020 года. Маніторынг мае на мэце спрыяць прафесійнаму і аб’ектыўнаму асвятленню выбарчай кампаніі.

А таксамазвярнуць увагу калег на тое, што поўнае і неперадузятае інфармаванне выбаршчыкаў пра электаральны працэс, праграмы кандыдатаў, меркаванні іх прыхільнікаў і апанентаў — прафесійны абавязак журналістаў і медыя.

Грамадскае аб’яднанне “Беларуская асацыяцыя журналістаў”, якое ладзіць гэты маніторынг, асабліва падкрэслівае, што публікацыя неправеранай інфармацыі, тэндэнцыйных матэрыялаў, у якіх дыскрэдытуюцца прэтэндэнты альбо, наадварот, ухваляецца толькі адзін з іх, уводзіць у зман выбаршчыкаў і пазбаўляе іх магчымасці зрабіць узважаны і кампетэнтны выбар падчас галасавання. Разам з тым такія матэрыялы наносяць шкоду журналісцкай прафесіі.

Маніторынг[[1]](#footnote-2) базуецца на якасным і колькасным аналізе[[2]](#footnote-3) публікацый выбарчай тэматыкі ў дзяржаўных і недзяржаўных СМІ[[3]](#footnote-4). І дазваляе выявіць агульны характар асвятлення кампаніі, фіксаваць выпадкі аднабаковага альбо скажонага асвятлення, адхіленні ад прафесійных стандартаў, парушэнні норм журналісцкай этыкі.

Згодна з каляндарным планам Цэнтральнай выбарчай камісіі (ЦВК) Рэспублікі Беларусь, адзначаны перыяд ахоплівае этап збору подпісаў за патэнцыйных кандыдатаў, здачу падпісных лістоў, стварэнне выбарчых камісій, праверку сапраўднасці подпісаў ды некаторыя іншыя працэдуры.

1. **Падсумаванне вынікаў**

* Ахоплены маніторынгам перыяд адрозніваўся высокай актыўнасцю выбаршчыкаў, пра што сведчыць вялікая колькасць подпісаў, сабраных за вылучэнне некаторых апанентаў дзеючага Прэзідэнта.
* Збор подпісаў суправаджаўся, аднак, шматлікімі затрыманнямі і арыштамі сябраў ініцыятыўных груп, грамадскіх актывістаў і апазіцыйных палітыкаў. Нарэшце, быў арыштаваны і самы папулярны прэтэндэнт на пасаду Прэзідэнта Віктар Бабарыка, а таксама яго сын Эдуард — кіраўнік ініцыятыўнай групы. Крымінальная справа была заведзеная і ў дачыненні яшчэ аднаго прэтэндэнта Валерыя Цапкалы. У дзяржаўных і недзяржаўных медыя гэтыя экстраардынарныя падзеі сталіся прадметам котраверсійных інтэрпрэтацый і ацэнак.
* Нягледзячы на вялікую цікавасць грамадства да сёлетняй кампаніі дзяржаўныя медыя падавалі выбарчую тэматыку ў “запакаваным выглядзе”, то бок спецыяльна не акцэнтуючы на ёй ўвагі. Да прыкладу, навінавыя праграмы беларускага ТБ і радыё толькі зрэдчас анансавалі сюжэты, датычныя выбарчай тэматыкі. А калі пра выбары і ішла гаворка, то найчасцей — у кантэксце выказванняў дзеючага Прэзідэнта альбо ўскосна.
* Паводле эфірнага часу, які навінавыя праграмы дзяржаўнага тэлебачання і радыё адводзілі кампаніі і яе ўдзельнікам, тэма выбараў не была прыярытэтная. Самымі топавымі і працяглымі былі сюжэты, звязаныя з паездкамі дзеючага Прэзідэнта па краіне, яго сустрэчы з працаўнікамі прадпрыемстваў і прадстаўнікамі сілавых структур, выступы перад рэгіянальнымі адміністрацыямі і г. д.
* У асвятленні кампаніі дзяржаўнымі медыя дамінавала некалькі выразных пасылаў: апаненты дзеючага Прэзідэнта — дэструктыўная сіла; у краіне ідзе добра арганізаваная кампанія па дыскрэдытацыі ўлады з мэтай *“разгайдаць грамадства”*; Беларусь апынулася перад пагрозай падзелу і страты дзяржаўнага суверэнітэту.
* Даволі частымі былі канспіралагічныя алюзіі. Апаненты рэжыму трактаваліся як змоўшчыкі і марыянеткі, дзеяннямі якіх кіруюць *“лялькаводы”* з Усходу і Захаду праз папулярныя ў краіне блогі і стрымы Радыё “Свабода”.
* Некаторых прэтэндэнтаў на пасаду Прэзідэнта тыя ж медыя партрэтавалі ў негатыўным святле з выкарыстаннем абразлівых выразаў.
* А выбаршчыкаў застрашвалі замежным умяшальніцтвам, стратай суверэнітэту і падзелам краіны.
* Калі папярэднія выбары (якія звычайна характарызавалі як “ціхія”) недзяржаўныя медыя асвятлялі ў мінімалісцкім ключы, то цяпер іхняя ўвага заўважна ўзрасла.
* Што да характару асвятлення, то, параўнальна з дзяржаўнымі СМІ, ён розніцца. Недзяржаўныя медыя асвятлялі кампанію як у інфармацыйным, так і аналітычным ключы, канцэнтруючы ўвагу на непасрэдных яе ўдзельніках: дзеючым Прэзідэнце, яго апанентах і актыўнасці выбаршчыкаў.

Надалей будуць выкладзеныя колькасныя паказчыкі і канкрэтныя факты, на падставе якіх можна меркаваць пра асаблівасці і тэндэнцыі асвятлення прэзідэнцкай кампаніі, а таксама пабачыць, як розныя медыя рэпрэзентавалі яе галоўных удзельнікаў (актараў).

Напрыканцы тэксту — кароткі аналіз выпадкаў парушэння прафесійнай этыкі (Эфекты медыя).

1. **Асноўныя** **вынікі**

Няма сумневу, што некаторыя важныя факты і падзеі паспрыялі цікавасці да сёлетняй кампаніі. А менавіта, гаворка пра з’яўленне прэтэндэнтаў на пасаду, якія не належаць да традыцыйнай апазіцыі, імклівы рост папулярнасці некаторых з іх, нечаканая палітызацыя часткі гарадскога насельніцтва, якія ніколі раней не бралі ўдзел у палітыцы, змены ў сродках і спосабах атрымання інфармацыі, нарэшце, драматычныя падзеі, звязаныя з арыштамі сябраў ініцыятыўных груп, узбуджэнне крымінальных спраў супраць двух найбольш папулярных альтэрнатыўных прэтэндэнтаў, арышт самага папулярнага з іх — сп. Бабарыкі, а таксама некаторых вядомых блогераў, грамадскіх актывістаў і палітыкаў.

***3.1* *Дзяржаўныя медыя***

Варта адзначыць, што, калі падчас папярэдніх кампаній галоўнай медыйнай персонай была старшыня ЦВК Лідзія Ярмошына, то падчас гэтай яна заставалася ў ценю. А аўтарам найбольш яркіх выказванняў быў кіраўнік краіны, сп. Лукашэнка.

Вось адно з такіх выказванняў: *“Представители ряда инициативных групп злоупотребляют правом на проведение пикетов для раскачивания ситуации и дестабилизации общественно-политической обстановки, потом они сформируют команды и группы боевиков, которые, не исключено, захотят организовать побоище на площади” (“Панорама”*, *“Беларусь 1”, 09.06.20).*

Такое пазіцыянаванне апанентаў улады выклікала надзвычай моцную рэакцыю. І ў адным з выпускаў навінавай праграмы *“Панорама”* Прэзідэнт заяўляў: *“В нужное время в нужном месте мы приведём всех в чувство! Переворота в стране не будет, Майдана тем более!” (“Панорама”*, *“Беларусь 1”, 10.06.20).*

Час ад часу дзяржаўныя медыя акцэнтавалі ўвагу на тым, што некаторыя прэтэндэнты на вышэйшую пасаду дзейнічаюць паводле ўказанняў замежных цэнтраў. Напрыканцы перыяду збору подпісаў, калі адзін з прэтэндэнтаў ужо быў у турме, інфармацыйнае агенцтва БелТА цытавала дзеючага Прэзідэнта: *"Маски сорваны с определенных не только кукол, которые у нас здесь были, но и кукловодов, которые сидят за пределами Беларуси”.* <https://www.belta.by/president/view/net-bolshej-tsennosti-chem-suverennaja-i-nezavisimaja-belarus-lukashenko-niko>

Варта адзначыць і агульны эмацыйны тон выказванняў, які часам выглядаў на апакаліптычны. *“Нынешнее лето — важный экзамен для власти… На кону — мир, суверенитет, будущее”,* казаў на пачатку аднаго з выпускаў праграмы *“Контуры”* яе вядоўца *(“Контуры”, АНТ, 07.06.2020).*

Парадаксальна, але нягледзячы на даволі высокую эмацыйную напружанасць кампаніі ўвага да выбарчай тэматыкі спецыяльна не падкрэслівалася: анонсы ў выпусках навін на радыё і ТБ, як правіла, адсутнічалі. Друкаваныя выданні не мелі адпаведных рубрык, матэрыялы публікаваліся спарадычна. Што да падзей выбарчай кампаніі, то гаворка пра іх даволі часта ішла ў кантэксце выказванняў Прэзідэнта альбо ўскосна.

Звернемся да лічбаў.

Колькасць часу і плошчы, адведзеных у электронных і друкаваных медыя асвятленню выбарчай кампаніі, паказвае, што тэма не была прыярытэтнай.

У навінавай праграме *“Панорама”* *(“Беларусь 1”)* суадносіны часу былі наступныя: спорт — амаль 10 %, надвор’е — амаль 7 % і выбарчая тэматыка — 4 %.

Час, адведзены ў праграме *“Радыёфакт” (Першы нацыянальны канал Беларускага радыё)* выбарам (6 %), быў таксама меншы за адведзены надвор’ю (7 %) і спорту (8 %).

А калі параўнаць увагу да выбарчай тэматыкі ў друкаваных медыя, то ў пераліку на адзін нумар дзяржаўная газета *“СБ. Беларусь сегодня”* адвяла ёй плошчы прыкладна ў два разы меней за недзяржаўную *“Народную волю”.*

Не акцэнтуючы ўвагі на самой кампаніі, дзяржаўныя СМІ скіроўвалі яе на асобу дзеючага Прэзідэнта, сп. Лукашэнку.

Вечаровыя навінавыя тэлевізійныя праграмы *“Наши новости”* і *“Панорама”* прысвяцілі яму *больш за 80 %* эфірнага часу параўнальна з іншымі суб’ектамі кампаніі*.* А ранішняя праграма *“Радыёфакт” — 70 %.*

Дастаткова вялікай была прысутнасць Прэзідэнта і ў нядзельных праграмах *“Главный эфир” (“Беларусь 1”)* і *“Контуры” (АНТ)*: па *58 %* часу параўнальна з іншымі суб’ектамі выбарчага працэсу.

А ў друкаваных медыя ўвага да Прэзідэнта вагалася ад *90 да 75 %* плошчы параўнальна з астатнімі суб’ектамі маніторынгу. (Ваганне залежыць ад статусу газеты, з’яўляецца тая агульнанацыянальнай альбо рэгіянальнай).

Манера рэпрэзентацыі Прэзідэнта была станоўчая альбо надзвычай станоўчая ва ўсіх названых медыя.

Традыцыйна апаненты ўлады альбо ігнараваліся, альбо іхняя прысутнасць была мінімальная. Што да электронных медыя, то ў названых тыднёвых праграмах *“Главный эфир”* і *“Контуры*” самы папулярны альтэрнатыўны прэтэндэнт сп. Бабарыка меў прыкладна па *5 %* часу. У праграме *“Радыёфакт”* — *1 %* часупараўнальна з астатнімі суб’ектамі. А яго асоба ў самых розных дзяржаўных электронных і друкаваных СМІ ацэньвалася негатыўна альбо надзвычай негатыўна.

Ладная частка зместу дзяржаўных медыя прысвячалася поспехам краіны. Ад канца траўня доля падобнага кантэнту заўважна павялічвалася ( дзякуючы, напрыклад, серыялу *«Мы это сделали»* (праграма *“Главный эфир”, “Беларусь 1”) і* сумеснаму праекту дзяржаўных тэлеканалаў *“Сделано”)*.

Дасягнутыя поспехі журналісты і іх суразмоўцы звязвалі з ініцыятывамі кіраўніка краіны, яго ўказамі і патрабаваннямі, своечасовым кантролем і клопатам пра людзей. Колькі прыкладаў.

Адна з пацыентак, якая пасля захворвання на каранавірус знаходзілася на рэабілітацыі: *“Нашему президенту Александру Лукашенко спасибо большое, что он открыл эти санатории”*(*“Главный эфир”, “Беларусь 1”,* 07.06.2020).

Журналіст праграмы *“Наши новости. Субботний выпуск” (АНТ, 13.06.2020)* у сюжэце пра наведванне Прэзідэнтам манастыра ў Полацку: “*Здесь и мощи святой, которой Александр Лукашенко поклонился. Именно при поддержке Президента эта серебряная гробница была воссоздана».*

Вядоўца праграмы *“Панорама” (“Беларусь 1*”, 15.06.2020): *“Во время традиционных еженедельных поездок по регионам Александр Лукашенко лично с воздуха оценивает ситуацию на полях. И тут уж ничего не спрячешь и ничем не оправдаешься”.*

Аляксей Шапецька (Алексей Шапетько), дырэктар санаторыя “Приозёрный”: *“В 2006 году было принято судьбоносное решение главы государства и все санотории начали работать в неких рыночных условиях”**(“Главный эфир”, “Беларусь 1”, 28.06.2020).*

Заўважнай была і тэндэнцыя крыміналізацыі апанентаў рэжыму. Да прыкладу, праграма *“Главный эфир” (“Беларусь 1”, 31.05.2020)*, інтэрв’ю з першым намеснікам міністра ўнутраных спраў краіны, сп. Г. Казакевічам: *«…В последнее время стали поступать угрозы в отношении председателей избирательных комиссий, которые проводили выборы в парламент. Т. е. сами комиссии еще не сформированы на нынешние выборы, а угрозы людям и членам их семей уже поступают».*

Двума тыднямі пазней праграма *“Наши новости. Субботний выпуск”, (АНТ, 13.06.2020)* паведаміла пра пагрозы жонцы аднаго з міліцыянтаў, які ўдзельнічаў у затрыманні кіраўніка ініцыятыўнай групы сп-ні Ціханоўскай. Міністр унутраных спраў сп. Караеў казаў:  *“Другое дело, что супруге пошли угрозы, что она супруга милиционера этого. Ну мы их, естественно, установим”.*

“*Есть и другие примеры. Уголовщина, не иначе”,* — пракаментавала словы міністра журналістка.

Бадай упершыню дзяржаўныя СМІ пачалі казаць пра пагрозу стабільнасці грамадству з боку недзяржаўных медыя якія, на іх думку, выкарыстоўваюць стрымы і новыя тэхналогіі для каардынацыі пратэстных дзеянняў. У прыватнасці, гаворка ішла пра Telegram каналы, а таксама Радыё “Свабода”.

У тыднёвай праграме *“Клуб редакторов” (“Беларусь 1”)* кіраўнік Белтэлерадыёкампаніі сп. Эйсмант адзначыў: *“Калі ўважліва паглядзець гэтыя дзівосныя стрымы Радыё “Свабода” з усіх гэтых пікетаў, якія ператвараліся ў масавыя мерапрыемствы, што пацверджана загалоўкамі ў незалежных СМІ, канешне, там абсалютна праглядаецца тэхналогія. «Чаго вы прыйшлі?» — «Я незадаволены». «За каго будзеце галасаваць?» — «Я буду галасаваць супраць». «А хто пераможа?» — «Пераможам, бадай што, не мы». «А што вы будзеце рабіць 9 жніўня?..»* <https://www.svaboda.org/a/30692928.html>

* 1. ***Недзяржаўныя медыя***

Нагадаю, што аб’ектамі маніторынгу былі інтэрнэт-газета [*www.naviny.by*](http://www.naviny.by)і друкаваныя выданні *“Народная воля” і “Комсомольская правда” в Белоруссии”.*

Матэрыялы інтэрнэт-газеты [*www.naviny.by*](http://www.naviny.by), датычная кампаніі, уваходзілі ў топ самых важных. І публікаваліся ў адпаведнай рубрыцы. Кампанія асвятлялася як ў інфармацыйным, так і аналітычным ключы. Інтэрнэт-выданне ладзіла таксама дэбаты некаторых прэтэндэнтаў на прэзідэнцкую пасаду.

Матэрыялы газеты былі збалансаваныя, што бачна з ацэнак суб’ектаў і ўвагі, якая размяркоўвалася паміж імі. А кола ўдзельнікаў выбарчай кампаніі было шырэйшым чым у дзяржаўных СМІ. Фокус увагі пры гэтым быў скіраваны на прэтэндэнтаў, і прапорцыі яе размеркавання былі зусім іншыя параўнальна з дзяржаўнымі медыя.

Газета *“Народная воля”* сканцэнтравала сваю ўвагу перадусім на альтэрнатыўных прэтэндэнтах. І мела крытычны погляд на дзеючага Прэзідэнта, ЦВК і ўлады на розных яе ўзроўнях.

*“Комсамольская правда” в Белоруссии”,* гэтак жа сама як і *“Народная воля”,* у шэрагу выпадкаў ставілася да дзеючага Прэзідэнта, ЦВК, улады крытычна. Пазітыўна ацэньвала дзейнасць альтэрнатыўных прэтэндэнтаў сп. Бабарыкі і сп-ні Ціханоўскай.

Адрозна ад дзяржаўных медыя названыя выданні імкнуліся пазбягаць ананімнасці актараў кампаніі, а таксама падавалі афіцыйныя назвы грамадскіх арганізацый, рухаў і палітычных партый.

**4. Эфекты медыя**

Гэтым тэрмінам пазначаюцца выпадкі аднабаковага ці тэндэнцыйнага асвятлення, неабгрунтаваных інтэрпрэтацый, наўмыснага альбо ненаўмыснага скажэння інфармацыі, селектыўнага ці фрагментарнага адлюстравання рэчаіснасці, а таксама замоўчванне падзей і фактаў, што змяняюць альбо могуць змяніць грамадскую думку альбо візію сітуацыі. Такія выпадкі былі зафіксаваныя.

Адным з яскравых прыкладаў з’яўляецца асвятленне інцыдэнту ў Гродне, дзе падчас збору подпісаў быў затрыманы вядомы блогер і кіраўнік ініцыятыўнай групы Святланы Ціханоўскай, яе муж Сяргей Ціханоўскі.

31.05.2020 тыднёвая праграма *“Главный эфир” (“Беларусь 1”)* вуснамі вядоўцы распавяла пра прыезд ініцыятыўнай групы так: *”Тихим майским вечером пятницы в Гродно на джипах заехала небольшая делегация, чтобы провести политическу акцию по сбору подписей». «Кстати, «активисты» — это ещё мягко сказано. На вид вся компания скорее похожа на паханов, которые якобы приехали рубить правду-матку, на самом деле — ещё и «капусту»».*

Заўважым, што на абразлівым блатняцкім жаргоне гаворка ідзе пра зарэгістраваную ініцыятыўную групу, а таксама абсалютна легальны збор подпісаў.

Віну за інцыдэнт вядоўца ўсклаў на сп. Ціханоўскага: *«Так один сборщик подписей, который и претендентом в кандидаты не является, дособирался до драки средь бела дня».* І спаслаўся на свае адчуванні: *«Есть стойкое ощущение, что провокации хотели сами. Получили».*

Слова “правакацыя” тут не выпадковае. На відэа, якое дэманструе праграма, ясна бачна, што інцыдэнт быў справакаваны агрэсіўнымі дзеяннямі адной з жанчын. А таксама відавочна, што блогер сваімі паводзінамі паказвае яўнае нежаданне ўступаць з ёй у канфлікт.

У выпуску праграмы быў агучаны і канспіралагічны матыў: *“Ведь связь Тихоновскаго с Россией называют очевидной. Именно там он и выколачивал свой капитал, пока не решил стать блогером и клянчить деньги у белорусов”.*

У дзень і час выхаду праграмы ніякага афіцыйнага абвінавачвання арыштаванаму кіраўніку ініцыятыўнай групы патэнцыйнай кандыдаткі сп-ні Святланы Ціханоўскай не было высунута.

У выкрывальніцкай манеры дзяржаўныя медыя асвятлялі арышт і самага папулярнага прэтэндэнта на пасаду Прэзідэнта Віктара Бабарыкі. Навінавая праграма *“Панорама” (“Беларусь 1”, 18.06.2020),* да прыкладу, каментавала затрыманнетак: *“Компетентные органы Кипра дали подробную информацию о схемах, суммах и конечных выгодополучателях. Именно после этого организатор схемы и его подельники засобирались в политику. То есть сначала трест лопнул и только потом фигуранты схемы стали искать спасения через выборы».*

І далей, паводле слоў журналіста, фігуранты справы *«заявляют, что именно Виктор Бабарико в ста процентах случаев был организатором преступных схем и крупнейшим её бенифициаром».*

Відавочна, што цытаваныя сцвярджэнні маюць характар крымінальных абвінавачванняў і парушаюць прэзумпцыю невінаватасці. Вінаватасць асобы, як вядома, можа быць даказаная ў судзе.

А журналісцкая этыка прадпісвае ўстрымлівацца ад хоць якіх публічных абвінавачванняў адносна меркаваных дзеянняў асобы да судовых рашэнняў. Гэта значыць, да моманту прыняцця пад увагу ўсіх сведчанняў фігурантаў справы, а таксама аргументаў абароны падсудных.

Паказальна, што рэпартаж, з якога пададзеныя цытаты, досыць аб’ёмны. Малаверагодна, што ён быў падрыхтаваны цягам таго ж дня, калі быў арыштаваны сп. Бабарыка. Між тым, названы выпуск праграмы *“Панорама”* не паведаміў, што днём раней, 17 чэрвеня, быў арыштаваны выбарчы фонд сп. Бабарыкі, існаванне якога прадугледжанае беларускім заканадаўствам.

1. Гл.: Метадалогія маніторынгу. [↑](#footnote-ref-2)
2. Якасны аналіз абапіраецца на [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).

   А колькасны — на падлік часу (плошчы), адведзеных выбарчаму працэсу і яго галоўным дзеючым асобам. Дадаткам да гэтага Бюлетэню з’яўляюцца абагульняючыя графікі, з якіх можна счытаць інфармацыю датычна колькасных паказчыкаў маніторынгу і манеры рэпрэзентацыі розных суб’ектаў выбарчай кампаніі. [↑](#footnote-ref-3)
3. Гэта ***навінавая праграма “Панорама” (“Беларусь 1”); праграма “Наши новости” (АНТ);* *штотыднёвая праграма “Главный эфир” (“Беларусь 1”); штотыднёвая праграма “Контуры” (АНТ); праграма ”Радыёфакт” (Першы нацыянальны канал Беларускага радыё); праграма “Навіны-рэгіён” (ТРК “Магілёў”); інтэрнэт-рэсурсы*** [**www.naviny.by**](http://www.naviny.by) **і** [**www.belta.by**](http://www.belta.by)**; *друкаваныя СМІ “Беларусь сегодня”, “Народная воля”,”Звязда”, “Комсомольская правда” в Белоруссии”, “Мінская праўда”, “Могилёвская правда”.*** [↑](#footnote-ref-4)