



# Мониторинг освещения выборов в белорусских медиа

МЕТОДОЛОГИЯ 2025



# Содержание

---

|    |                                                                 |          |
|----|-----------------------------------------------------------------|----------|
| 1. | <b>О Белорусской ассоциации журналистов .....</b>               | <b>1</b> |
| 2. | <b>Опыт БАЖ по проведению мониторингов.....</b>                 | <b>3</b> |
| 3. | <b>Международные стандарты освещения выборов в СМИ .....</b>    | <b>4</b> |
|    | Основные международные стандарты освещения выборов в СМИ.....   | 6        |
|    | Этические стандарты для СМИ и журналистов в период выборов..... | 8        |
| 4. | <b>Методология мониторинга.....</b>                             | <b>9</b> |

# 1. О Белорусской ассоциации журналистов

---

Белорусская ассоциация журналистов (БАЖ) — неправительственная некоммерческая организация, продвигающая свободу выражения мнений и идеи независимой журналистики.

БАЖ была основана в 1995 году, через год после прихода к власти в Беларуси Александра Лукашенко. Создание организации было обусловлено необходимостью защиты профессиональных прав журналистов и конституционного права общества на получение объективной и достоверной информации.

Организация является членом Международной федерации журналистов (IFJ), Европейской федерации журналистов EFJ, Международной ассоциации по защите свободы слова (IFEX), входит в сеть «Репортеры без границ» (RSF).

В 2016 году группа компаний «САТИО» по заказу Центра европейских исследований провела опрос о том, что знают граждане Беларуси о деятельности НКО. Наиболее известной организацией гражданского общества в стране респонденты назвали Белорусскую ассоциацию журналистов.

Деятельность БАЖ получила и международное признание (это долгое время удерживало белорусские власти от репрессий в отношении организации). Так, в 2003 году Всемирная газетная ассоциация (WAN) наградила БАЖ «Золотым пером свободы».

**В декабре 2004 года Европарламент присудил Белорусской ассоциации журналистов премию Сахарова за свободу мысли.**

В 2011 году БАЖ получила премию Freedom Award от Atlantic Council (США), в 2020 году — награду от правительств Канады и Великобритании — первую британскую и канадскую премию за свободу СМИ.

После подавления поствыборных протестов — 2020, вызванных как очевидной фальсификацией итогов президентских выборов, так и беспрецедентным насилием в отношении оппонентов режима, репрессии против СМИ и гражданского общества резко усилились.

16 февраля 2021 года силовики ворвались в дома руководителей Белорусской ассоциации журналистов (БАЖ) и в офис организации, где были проведены обыски и изъято имущество и оборудование. В Следственном комитете заявили, что процедура инициирована «для установления обстоятельств финансирования акций протеста». 14 июля в офисе БАЖ был проведен повторный обыск, офис опечатан, сотрудники под угрозой уголовного преследования были вынуждены покинуть страну.

В августе 2021 года БАЖ, после почти 26 лет работы, по решению Верховного суда Республики Беларусь была ликвидирована. На момент лишения БАЖ официального статуса в Беларуси членами организации были более 1300 человек. Решение о принудительной ликвидации БАЖ было обжаловано в Комитет ООН по правам человека. Жалоба принята к рассмотрению.

БАЖ продолжила свою деятельность в изгнании. В феврале 2023 года КГБ Беларуси признал БАЖ «экстремистским формированием». В июне 2023 г. сайт, соцсети, телеграм-канал БАЖ и даже логотип организации были названы властями Беларуси экстремистскими материалами.

Эти решения белорусских властей были резко осуждены ОБСЕ, организацией «Репортеры без границ», Европейской федерацией журналистов и многими другими международными организациями и структурами. Признание БАЖ и ее правосубъектности международным сообществом подтверждается наградами, полученными организацией уже в изгнании:

- Free Media Awards-2021 (премия имени Герда Буцериуса «Свободная пресса Восточной Европы»),
- премия шведского отделения организации «Репортеры без границ» «Свобода прессы 2022»,
- почетное звание «День отличия за свободу слова» Брюссельского университетского альянса («The Difference Day Honorary Title for Freedom of Expression»).

**В мае 2022 г. Белорусская ассоциация журналистов удостоена Всемирной премии ЮНЕСКО/Гильермо Кано за свободу печати.**

В ноябре 2023 года Белорусская ассоциация журналистов была объявлена лауреатом премии Форума гражданского общества Восточного партнерства.

В 2025 г. БАЖ получил Премию Гюнтера Вольфрама за свободу прессы и права человека.

## 2. Опыт БАЖ по проведению мониторингов

---

С 1998 г. БАЖ осуществляет мониторинг нарушений свободы высказывания в Беларуси и является уникальным источником информации о ситуации в сфере СМИ в стране.

Кроме того, БАЖ проводит мониторинги распространения пропаганды белорусскими государственными медиа и мониторинги освещения средствами массовой информации избирательных кампаний, в том числе в совместных проектах с участием таких организаций как «МЕМО-98» (Словакия), Internews-Украина, в рамках Форума Гражданского общества стран Восточного партнерства и др.

Мониторинг освещения выборов белорусскими СМИ БАЖ осуществляла в 2004, 2006, 2007, 2010, 2012, 2015, 2016, 2019 и 2020 годах. Исследователи проводили количественный и качественный анализ публикаций и программ в государственных и негосударственных СМИ (как национальных, так и местных). Измерялось и сравнивалось время, выделенное различным темам и акторам избирательного процесса, а также отмечалась манера их репрезентации различными медиа. Аналитические заключения с обработанными данными мониторинга [представлялись](#) по завершении каждого из этапов избирательного процесса и по его окончании.

В период проведения т.н. выборов депутатов Палаты представителей и местных Советов в 2024 г. и т.н. президентских выборов — 2025 г. БАЖ также [проводила](#) мониторинг медиа. Однако в связи с жестким подавлением «инакомыслия» в стране, вытеснением независимых медиа за рубеж, отсутствием политического выбора и политической конкуренции в Беларуси мониторинг освещения именно электоральной кампании не имел смысла. И БАЖ, в отличие от предыдущих избирательных кампаний, не измеряла предоставление различными медиа времени и площади

политическим силам, манеру их репрезентации и т.д., а сосредоточилась на пропагандистских месседжах государственного телевидения и на анализе того, какую информационную политику проводили в этот «горячий» период ведущие белорусские государственные телеканалы и какова была степень пророссийской, антиукраинской и антизападной пропаганды во время избирательных кампаний.

Мониторинг освещения выборов в СМИ вновь обретет значимость после изменения политической и правовой ситуации в Беларуси и появления реальной конкуренции различных политических сил. При его проведении может быть использована предлагаемая методология, основанная на опыте БАЖ.

Методология основана на «полевой» работе исследователей, но допускает и использование при проведении мониторинга искусственного интеллекта (ИИ): для помощи в сборе и анализе информации, ее визуальном представлении и т.п.

### 3. Международные стандарты освещения выборов в СМИ

---

Роль СМИ во время выборов в основном определяется двумя правами человека:

1. Правом на свободу выражения мнений;
2. Правом на политическое участие.

Право на свободу выражения мнений защищено, в частности, следующими основополагающими международными документами:

- Статьей 19 Всеобщей декларации прав человека (ВДПЧ)<sup>1</sup>;

---

<sup>1</sup> Резолюция Генеральной Ассамблеи ООН 217 А(Ш), 10 декабря 1948 г. Как Резолюция Генеральной Ассамблеи ООН, ВДПЧ не накладывает прямых обязательств на государства. В то же время некоторые ее разделы, включая статью 19, с момента принятия Резолюции в 1948 г. повсеместно воспринимаются как получившие юридическую силу в качестве обычного международного закона.



- Статьей 19 Международного пакта о гражданских и политических правах (МПГПП)<sup>2</sup>, ратифицированной Беларусью в 1973 г. и накладывающей обязательства на ее правительство (в 2022 году власти Беларуси денонсировали Факультативный протокол к этому пакту, что означает, что граждане Беларуси больше не могут обращаться с индивидуальными жалобами в Комитет ООН по правам человека по вопросам, касающимся нарушений, произошедших в стране, но рассмотрение Комитетом ООН ранее поданных обращений продолжается).
- Статьей 10 Европейской конвенции прав человека (ЕКПЧ), не ратифицированной Беларусью.

Свобода выражения мнений рассматривается этими основополагающими документами как одно из основных прав человека. Она является фундаментом демократии. В контексте политического процесса (такого, как выборы), свобода выражения мнений должна быть защищена особым образом.

Во время выборов свобода выражения своих мнений необходима, чтобы обеспечивать:

- право СМИ свободно освещать выборы;
- право всех кандидатов и/или партий донести свои послания до избирателей;
- право избирателей получать информацию о кандидатах и партиях, а также об избирательном процессе.

При особых, четко оговоренных обстоятельствах международно-правовые стандарты допускают определенные ограничения права на свободу выражения своих мнений. Такие ограничения должны:

1. быть предписаны законом;
2. преследовать одну из допустимых целей;
3. быть необходимыми в демократическом обществе.

---

<sup>2</sup> Резолюция Генеральной Ассамблеи ООН 2200А (XXI), 16 декабря 1966 г., вступила в силу 23 марта 1976 г.

МПГПП перечисляет следующие допустимые цели:

- охрана государственной безопасности;
- охрана общественного порядка;
- защита здоровья или нравственности населения;
- защита прав и репутации других граждан.

Самое основное: ограничения права на выражение мнения должны быть необходимыми в демократическом государстве и не отменять суть самого права.

Право на политическое участие гарантировано несколькими международными документами, например, статьей 25 МПГПП, которая предусматривает, что «каждый гражданин должен иметь право и возможность принимать участие в ведении государственных дел как непосредственно, так и через посредство свободно выбранных представителей; голосовать и быть избранным на подлинных периодических выборах, производимых на основе всеобщего равного избирательного права при тайном голосовании и обеспечивающих свободное волеизъявление избирателей».

Люди могут делать выбор осознанно, только если они получают точную и взвешенную информацию, а также возможность ознакомиться с разнообразными точками зрения, которые позволят им сформировать собственное мнение относительно каждого кандидата и партии.

### **Основные международные стандарты освещения выборов в СМИ**

В соответствии с международными стандартами все СМИ должны обладать свободой передавать и комментировать новости, имеющие отношение к избирательному процессу; государство не должно цензурировать программы и статьи, которые имеют отношение к выборам. (Однако политические передачи или сообщения после публикации могут стать субъектом санкций — например, если они оказались клеветническими или содержали возможный призыв к насилию. Тем не менее, любые подобные меры должны вступать в силу в ходе обычной юридической процедуры, в соответствии с международными стандартами прав человека).



Государственные (общественные) СМИ должны предоставлять общественности правдивые и взвешенные сообщения, чтобы позволить ей сделать осознанный и необусловленный выбор в отношении избираемых представителей. Все СМИ, находящиеся в собственности и под контролем государства, должны честно, взвешенно и беспристрастно сообщать о ходе кампании.

СМИ, принадлежащие государству, должны образовывать избирателя. Это означает, что избиратели должны быть хорошо информированы о регистрационном и избирательном процессах.

Частные вещательные СМИ также могут быть обязаны законодательством следовать некоторым основным принципам честности, взвешенности и беспристрастности. Однако, согласно рекомендациям Совета Европы, такие правила должны применяться с должным уважением к редакторской независимости издателей.

Частная печать и СМИ, расположенные в Интернет, должны иметь свободу выражать политическое предпочтение тому или иному кандидату.

В то время как государство не должно устанавливать предписаний по поводу содержания частных СМИ, всем частным СМИ настоятельно рекомендуется развивать добровольно принятые основные положения, способствующие честной репортерской деятельности, и следовать им. Это помогает соблюдать принципы журналистской этики и способствовать свободе выражения мнений.

Распространенной практикой является предоставление некоторого количества свободного эфирного времени кандидатам/партиям (часто, но не всегда — на общественном телевидении), чтобы они могли донести свои послания до публики. Это свободное эфирное время должно быть предоставлено честным, открытым образом, без каких-либо предпочтений для кого-либо.

В случае, если разрешена платная политическая реклама, она должна быть доступной всем соперничающим партиям без исключения. Это правило применимо как к общественным, так и к частным СМИ.

## Этические стандарты для СМИ и журналистов в период выборов

Важнейшими причинами, по которым серьезные СМИ должны устанавливать принципы профессиональной этики и придерживаться их, являются следующие:

- СМИ обладают огромной властью над обществом благодаря своей способности формировать общественное мнение. СМИ должны использовать это право с ответственностью.
- Введение своих собственных этических норм и процедур их соблюдения означает реализацию свободы выражения убеждений на практике как свободы принимать собственные решения в данной сфере. Это может защитить СМИ от наложенных сверху ограничений и поможет уберечься от неправомерных обвинений и нападок.

Принципы освещения выборов должны основываться на общих этических принципах журналистики, как они сформулированы во многочисленных кодексах профессиональной этики журналистов по всему миру. Одним из наиболее авторитетных кодексов является Глобальная хартия этики журналистов МФЖ (принята 12 июня 2019 года в дополнение к Декларации принципов поведения журналистов (1954 г.))

Большинство этических кодексов обязывают журналистов:

- уважать правду и распространять точную информацию;
- воздерживаться от фальсификации информации;
- использовать честные методы добывания информации;
- уважать конфиденциальность источников;
- избегать дискриминации;
- избегать злоумышленного представления каких-либо лиц и объединений в негативном свете, клеветы и взяточничества.

## Ключевые источники

- ❗ [Всеобщая декларация прав человека;](#)
- ❗ [Конвенция по защите прав и основных свобод человека;](#)
- ❗ [Международный пакт о гражданских и политических правах;](#)
- ❗ [Рекомендация R \(99\) 15 Комитета министров государствам-членам относительно мер, связанных с освещением СМИ избирательных кампаний;](#)
- ❗ [Глобальная хартия этики журналистов МФЖ.](#)

## 4. Методология мониторинга

---

### Введение

Ключевыми понятиями методологии являются субъекты избирательного процесса и рубрики, на которых базируется мониторинг медиаконтента. Медиаконтент, связанный с вопросами выборов, измеряется по площади, времени или количеству символов в зависимости от средства массовой информации. Качественный анализ проводится на основе соответствия материалов СМИ профессиональным стандартам и принципам журналистской этики.

### Календарь избирательной кампании

При проведении мониторинга важно учитывать различные этапы избирательной кампании. В Беларуси их определяет Центральная избирательная комиссия Республики Беларусь (ЦИК Республики Беларусь).

### Субъекты избирательного процесса (мониторинг)

Субъектами избирательного процесса являются важнейшие структуры, их представители или отдельные лица (всех их будем называть акторами),

которые непосредственно участвуют в избирательном процессе, обеспечивают его или влияют на его ход и результаты.

## **Объект мониторинга**

Объектами мониторинга являются электронные (телерадиовещательные), цифровые и печатные СМИ. При отборе учитываются следующие основные критерии: 1) наиболее влиятельные СМИ, как общенациональные, так и местные; 2) государственные средства массовой информации, на которые ЦИК Республики Беларусь возложит обязанность предоставлять кандидатам бесплатное печатное время и печатную площадь; 3) государственные и негосударственные СМИ.

Происходящие и грядущие изменения структуры медиа и медиапотребления могут быть учтены при определении объектов мониторинга. К ним могут быть отнесены также социальные сети, мессенджеры и пр. Это потребует серьезной технологической базы, разработки новых программ (в том числе ИИ) или адаптации уже существующих.

Мониторинги с использованием ИИ уже проводятся, однако пока их результаты вызывают вопросы к точности интерпретации и обоснованности выводов, если роль ИИ при проведении мониторинга оказывается значимой. Тем не менее, не вызывает сомнения, что использование ИИ при проведении подобного рода исследований будет только возрастать.

## **Рубрикация теле- и радиопрограмм**

Для оценки важности («весомости») предоставленной информации вводится рубрикация материалов. Это означает, что содержание теле- и радиопрограмм классифицируется по различным рубрикам (темам). Измеряется время, отведенное конкретной рубрике. Таким образом, сравнивая время, выделенное определённой рубрике, с временем, отведённым на освещение темы выборов, можно определить, насколько последняя является важной для тех или иных СМИ.

### **Рубрики:**

1. Избирательный процесс (ИП);
2. Спорт;

3. Погода;
4. Прочее.

**Примечание:** время, отведённое в программе на «прочее», рассчитывается следующим образом: от общего времени программы (передачи) отнимается время трёх предыдущих рубрик.

### Количественный и качественный подходы

Использование количественных и качественных подходов позволяет максимально объективно оценить освещение выборов в СМИ. При этом в основе мониторинга лежат три основных параметра:

- время (в электронных медиа) и площадь (в печатных медиа), отведённые в СМИ различным субъектам, их представителям или акторам избирательного процесса (эти параметры учитываются и при мониторинге цифровых медиа в зависимости от их вида);
- манера репрезентации различных субъектов, их представителей или акторов избирательного процесса;
- случаи непрофессионального, несбалансированного освещения избирательного процесса, искажения информации, выявления недостоверной информации или клеветы в отношении кандидатов, их программ, поведения и т.д.

Первый (количественный) параметр предполагает подсчёт времени и площади, отведённых различным субъектам избирательного процесса. Второй (качественный) параметр мониторинга фиксирует манеру репрезентации субъектов избирательного процесса. Он предусматривает оценку сюжетов (в электронных и цифровых медиа), материалов (в печатных и цифровых медиа) на основе манеры подачи каждого конкретного субъекта избирательного процесса, о котором идёт речь в материале.

Наконец, третий параметр (также качественный) основан на выявлении соответствия сюжетов/материалов профессиональным стандартам журналистики (отделение информации от комментария, полнота изложения, всесторонний подход, неангажированность журналиста и т.д.), а также принципам журналистской этики (равные возможности для оппонентов,

право на ответ в том же издании, где произошло искажение информации, нанесён ущерб имиджу кандидата и т.д.). Очевидно, что количественный подход имеет свои особенности в зависимости от того, проводится ли мониторинг электронных или печатных СМИ, интернет-изданий, социальных сетей и т.д. Качественный же подход во всех случаях одинаков.

## **Мониторинг теле- и радиопрограмм**

Мониторинг телевизионных программ осуществляется на основе изображения и звуковой информации, а радиопрограмм — звуковой информации. В фокусе мониторинга находятся тема мониторинга («Выборы»), субъекты избирательного процесса и манера их репрезентации. Все другие сюжеты и проблемы, в которых не затрагиваются тема выборов или субъекты избирательного процесса, опускаются.

Первой задачей мониторинга является отбор телевизионных и радиосюжетов, в которых освещается или затрагивается тема выборов. Затем осуществляется подсчёт их времени.

## **Подсчёт времени**

Подсчитывается время, отведённое в сюжете каждому из актёров / субъектов избирательного процесса. Подсчёт времени фиксируется в секундах. Все выбранные сюжеты подлежат мониторингу; каждый сюжет оценивается отдельно.

Подсчёт времени по каждому субъекту/актёру производится в следующих случаях:

- если действующее лицо (актёр) находится в кадре;
- если оно говорит непосредственно с экрана или в микрофон (на радио);
- если о нём рассказывает журналист. На радио это может быть цитирование высказываний актёра. На телевидении — ситуация, когда актёр находится в кадре, а закадровый голос принадлежит журналисту;
- если о нём говорит постороннее лицо (другой политик, гражданин и т.д.).



Если же о лице только упоминается и эта ссылка не поддаётся измерению во времени, она фиксируется как «упоминание». Каждое упоминание в анкете мониторинга приравнивается к 1 секунде.

## Мониторинг печатных СМИ

Мониторинг печатных СМИ проводится на основе текстовой информации и изображений (фотографии, карикатуры, логотипы, партийные флаги и т.д.) каждого отдельного номера газеты. Как и при мониторинге теле- и радио-программ, в центре внимания находятся тема («Выборы»), субъекты избирательного процесса и манера репрезентации.

Как и в электронных СМИ, первой задачей является отбор соответствующих материалов.

## Подсчёт площади

Вторая задача — подсчёт площади, отведённой каждому субъекту (актору) избирательного процесса. Площадь измеряется в квадратных сантиметрах. Каждый материал анализируется отдельно. Результаты фиксируются в отдельной анкете, указываются страницы издания. Особое внимание уделяется первой полосе, так как это самая читаемая страница издания. Часто статья с первой полосы продолжается на других страницах. В таких случаях анализируется вся статья с указанием страниц продолжения и общей площади статьи, а также площади каждой ее части на конкретной странице.

При подсчёте площади статьи важно определить, кто является её главным актором/действующим лицом, а кто — нет. Если в статье представлена информация об одном действующем лице, вся площадь приписывается ему. Если упоминаются иные действующие лица, они фиксируются как упоминания, и каждому из них приписывается площадь, равная 1 см<sup>2</sup>.

Если в статье участвуют два или более актора (например, сравниваются программы двух или трех кандидатов и в этом сравнении выраженного предпочтения не отдается ни одному из них), тогда текст делится между ними поровну, и каждому из акторов приписывается равная площадь.

Если же статья содержит нейтральную информацию и несколько равнозначных акторов, все они отмечаются как упоминания и получают нейтральную оценку.

## Мониторинг интернет-ресурсов

Мониторинг интернет-ресурсов осуществляется в зависимости от их вида. При мониторинге текстовых материалов общая площадь материала и площадь, отведённая каждому субъекту на сайтах, измеряется в знаках (включая пробелы). Упоминание приравнивается к 20 знакам. Мониторинг вещательных интернет-СМИ проводится по правилам мониторинга электронных СМИ.

Мониторинг социальных сетей и т.п. проводится по иным методологиям.

## Оценка манеры репрезентации

Подход к оценке манеры репрезентации одинаков для электронных, печатных и интернет-медиа. Критерии оценки базируются на профессиональных стандартах и принципах журналистской этики, таких как: объективность, сбалансированность, честность, отсутствие предвзятости и др. Отклонения от этих принципов в отношении конкретного субъекта избирательного процесса получают положительную, отрицательную или нейтральную оценку.

Оценка манеры репрезентации фиксируется в диапазоне **от 1 до 5 баллов**.

|                        |               |             |               |                        |
|------------------------|---------------|-------------|---------------|------------------------|
| 1=(+)                  | 2=(+)         | 3=(0)       | 4=(-)         | 5=(-)                  |
| Очень<br>положительная | Положительная | Нейтральная | Отрицательная | Очень<br>отрицательная |

Шкала оценки манеры репрезентации (от 1 до 5):

- 1 = (+) Очень положительная
- 2 = (+) Положительная
- 3 = (0) Нейтральная
- 4 = (-) Отрицательная
- 5 = (-) Очень отрицательная

**Оценка 1** (очень положительная) указывает на крайне высокую оценку актора, связанную с реальными или воображаемыми достижениями.

**Оценка 2** (положительная) означает, что информация благоприятна для актора.

**Оценка 4** (отрицательная) указывает на то, что актер представлен в непривлекательном свете.

**Оценка 5** (очень отрицательная) указывает на крайне отрицательное и даже враждебное отношение к актору. Довольно часто этот эффект усиливается систематическим позитивным представлением одного субъекта на фоне негативного представления других.

На телевидении манера подачи информации определяется с учетом таких параметров, как визуальное фоновое изображение, звуковые эффекты, интонация ведущего, стилистика текста.

В печатных СМИ манера репрезентации дополнительно определяется прямыми или неявными оценками действующего лица, ссылками на другие положительные или отрицательные контексты, исторические личности, стилистические особенности материала и т.д.

### «Медиаэффекты»

«Медиаэффекты» — случаи серьезных отклонений от профессиональных стандартов и принципов журналистской этики при освещении общественно значимых вопросов, тем или персон. Количество таких случаев свидетельствует о степени вовлеченности или невовлеченности СМИ в процесс манипулирования общественным мнением, которое может быть в пользу правительства, конкретного политического блока, партии или отдельного кандидата. Это также показатель независимости СМИ и степени свободы выражения мнений.