



ПРАВААБАРОНЦЫ ЗА СВАБОДНЫЯ ВЫБАРЫ

Выбары Прэзідэнта Рэспублікі Беларусь

Аналітычная справаздача па выніках назірання за перадвыбарчай агітацыяй

Назіранне за выбарамі Прэзідэнта Рэспублікі Беларусь ажыццяўляецца РППА “Беларускі Хельсінкскі камітэт” і ПЦ “Вясна” ў рамках кампаніі “Праваабаронцы за свабодныя выбары”

Высновы

- Агітацыйная кампанія істотна адрознівалася ад папярэдніх выбараў шырокай актыўнасцю пратэстнага электарату як у Мінску, так і ў невялікіх беларускіх гарадах.
- Магчымасці атрымліваць інфармацыю аб кандыдатах у Прэзідэнты былі сур’ёзна абмежаваныя мясцовымі выканкамамі, якія рэзка скарацілі колькасць месцаў для перадвыбарчай агітацыі. У многіх выпадках гэтыя месцы былі непрыдатныя для мэтай агітацыі (маланаведвальныя, у дрэннай транспартнай даступнасці і інш.).
- Праявы актыўнасці ўдзельнікаў кампаніі і саміх выбаршчыкаў па-за вылучанымі месцамі кваліфікаваліся як парушэнні заканадаўства аб масавых мерапрыемствах, а грамадзяне прыцягваліся да адміністрацыйнай адказнасці ў выглядзе штрафаў і арыштаў.
- Перадвыбарчая агітацыя праходзіла ў няроўных умовах: адмовіўшыся ад афіцыйнай агітацыі, дзеючы Прэзідэнт максімальна скарыстаў адміністрацыйны і прапагандысцкі рэсурс вертыкалі ўлады, праўладных грамадскіх арганізацый і СМІ. Перанесенае з красавіка на 4 жніўня штогадовае пасланне Прэзідэнта беларускаму народу і Нацыянальнаму сходу шырока тыражавалася ў СМІ, што служыла агітацыяй за кіраўніка дзяржавы як аднаго з кандыдатаў.
- У рэгіёнах інтэнсіўна арганізоўваліся сустрэчы давераных асоб дзеючага Прэзідэнта і прадстаўнікоў улады розных узроўняў з працоўнымі калектывамі. Яны ішлі ў працоўны час, на працоўных месцах і не заўсёды анансаваліся, на некаторыя такія сустрэчы не пускалі журналістаў ці забаранялі падчас іх фатаграфаваньня.
- Прынятыя па ініцыятыве дзеючага кіраўніка дзяржавы і кандыдата ў Прэзідэнты А. Лукашэнкі меры заахвочвання ў выглядзе павышэння

пенсій, пераноса на больш ранні тэрмін іх выплаты, з'яўляюцца фактычна подкупам выбаршчыкаў і праявай выкарыстання адміністрацыйнага рэсурса.

- Найбольш актыўнай і заўважнай у грамадстве стала кампанія Святланы Ціханоўскай разам з прадстаўніцамі аб'яднанага штабу. Мітынгі ў яе падтрымку наведалі дзясяткі тысяч людзей у розных гарадах краіны.
- Штабы альтэрнатыўных кандыдатаў у Прэзідэнты актыўна выкарыстоўвалі інтэрнэт і сацыяльныя сеткі для агітацыі на карысць сваіх кандыдатаў, а таксама відэасэрвіс YouTube.
- Дзяржаўныя СМІ агітацыю на карысць дзеючага Прэзідэнта спалучалі з шырокай кампаніяй дыскрэдытацыі найбольш актыўных кандыдатаў. У эфіры праграм беларускага тэлебачання рэгулярна выкарыстоўваліся факты крымінальнага пераследу ўдзельнікаў выбарчай кампаніі і матэрыялы крымінальных спраў, што парушае прэзумпцыю невінаватасці.
- Для прасоўвання негатыўнага вобразу альтэрнатыўных кандыдатаў і іх праграм, а таксама для іх дыскрэдытацыі ўпершыню актыўна выкарыстоўваліся Telegram-каналы.

Прававая база

Парадак вядзення перадвыбарчай агітацыі рэгулюецца Выбарчым кодэксам і пастановамі ЦВК¹. Мясцовыя выканкамы вызначаюць месцы для правядзення масавых мерапрыемстваў, памяшканні для правядзення сустрэч кандыдатаў у дэпутаты з выбаршчыкамі, месцы для перадвыбарчых сходаў, якія арганізуюцца выбаршчыкамі. У такім жа парадку вызначаюцца месцы для размяшчэння друкаваных агітацыйных матэрыялаў. Памяшканні для правядзення сустрэч з выбаршчыкамі, перадвыбарчых сходаў прадстаўляюцца бясплатна ў парадку чарговасці паступлення заяў. Кандыдаты ў дэпутаты маюць права за кошт сродкаў выбарчага фонду арэндаваць для гэтых мэтай будынкі і памяшканні, якія прадстаўляюцца кандыдатам на роўных умовах.

Для арганізацыі масавых мерапрыемстваў кандыдаты ў дэпутаты і давераныя асобы кандыдатаў накіроўваюць апавяшчэнне ў мясцовы выканаўчы і распарадчы орган не пазней, чым за два дні да запланаванай даты правядзення мерапрыемства. Згодна з арт. 46 ВК, кандыдаты ў дэпутаты з часу іх рэгістрацыі на роўных правах карыстаюцца дзяржаўнымі СМІ, якія, у сваю чаргу,

¹ Забараняецца агітацыя, пры правядзенні якой ажыццяўляецца прапаганда вайны, утрымліваюцца заклікі да гвалтоўнай змены канстытуцыйнага ладу, абразы і паклёп у дачыненні да службовых асобаў Рэспублікі Беларусь, кандыдатаў у дэпутаты, а таксама заклікі, якія падахвочваюць або маюць сваёй мэтай падахвочванне да зрыву, або адмены, або пераносу тэрміну выбараў, назначаных у адпаведнасці з заканадаўчымі актамі Рэспублікі Беларусь і інш (арт. 48 ВК).

абавязаны забяспечваць роўныя магчымасці для перадвыбарчых выступаў кандыдатаў, апублікавання праграм кандыдатаў і агітацыі.

Умовы агітацыі

Адпаведна Каляндарнаму плану, мясцовыя выканкамы прынялі рашэнні аб месцах для ажыццяўлення перадвыбарчай агітацыі. Яны паказваюць рэзкае скарачэнне месцаў для агітацыі ў параўнанні з мінулымі выбарчымі кампаніямі, што сур'ёзна абмяжоўвала не толькі правы патэнцыйных кандыдатаў у Прэзідэнты, але і правы выбаршчыкаў атрымліваць інфармацыю аб кандыдатах у Прэзідэнты.

Колькасць месцаў для правядзення масавых мерапрыемстваў (сходаў па-за памяшканнямі, мітынгаў, пікетаў), якія арганізуюцца кандыдатамі ў Прэзідэнты, у большасці рэгіёнаў, дзе ажыццяўляецца назіранне, знізілася ў некалькі разоў у параўнанні з мінулымі выбарчымі кампаніямі. Так, у Мазырскім раёне на выбарах Прэзідэнта 2015 года былі вызначаны 14 месцаў для правядзення агітацыйных масавых мерапрыемстваў, а сёлета – толькі адно. У Гродна на выбарах 2015 года было вызначана 19 месцаў, у гэтым годзе толькі 2. І гэта маланаведвальныя паркі далёка ад цэнтра (па аднаму месцу на раён). У Верхнядзвінскім раёне Віцебскай вобласці: 16 месцаў у 2015 годзе і адно цяпер. Аналагічная сітуацыя назіраецца ў Светлагорскім раёне (колькасць месцаў скарацілася ў 26 разоў), у Магілёўскім раёне (зніжэнне ў 15 разоў), у Калінкавіцкім – колькасць месцаў скарацілася з 22 у 2015 годзе да аднаго ў 2020 і інш.

Мала дзе колькасць месцаў для агітацыйных масавых мерапрыемстваў не змянілася ў параўнанні з выбарамі 2015 года: у Баранавіцкім раёне – засталася 2, Бабруйскім раёне – засталася 6. У Валожынскім раёне, напрыклад, для агітацыйных масавых мерапрыемстваў вылучылі ўсяго адно месца непасрэдна ў Валожыне. Такім чынам, грамадзяне населеных пунктаў Івянец і Ракаў былі пазбаўлены магчымасці сустрэч з кандыдатамі ці іх даверанымі асобамі. Пры гэтым масавыя акцыі, арганізаваныя БРСМ, тут праводзіліся.

У двухмільённым Мінску для правядзення агітацыйных масавых мерапрыемстваў вызначаны 6 месцаў на 9 раёнаў. Такім чынам, у Мінску на адно месца, вызначанае для агітацыйных сходаў, прыходзіцца каля 213.000 выбаршчыкаў. Напрыклад, у Гродна на адно месца прыходзіцца каля 114 тысяч выбаршчыкаў, у Віцебску – каля 107 тысяч, у Магілёве – каля 130, у Гомелі – каля 135, у Брэсце – каля 101 тысяч.

Адметна, што ў 2015 годзе ў Мінску для перадвыбарчай агітацыі былі вызначаны любыя прыдатныя для гэтых мэтаў месцы на тэрыторыі горада, за выключэннем 4 плошчаў у цэнтрах Мінска і плошчы Дзяржаўнага сцяга. Аналагічныя падыходы былі абраны і ў іншых рэгіёнах.

Такім чынам, калі на выбарах 2015 года масавыя мерапрыемствы для мэтай перадвыбарчай агітацыі было дазволена праводзіць усюды, дзе гэта не забаронена, то зараз забаронена праводзіць паўсюль, акрамя аднаго ці двух месцаў. Адзначым, што сёлетнія рашэнні аб месцах правядзення агітацыйных масавых мерапрыемстваў былі прынятыя мясцовымі выканкамамі насуперак рэкамендацыям ЦВК².

Палова назіральнікаў кампаніі паказала, што, акрамя малой колькасці, у многіх выпадках месцы для агітацыйных масавых мерапрыемстваў яшчэ і не прыдатныя для такіх мэтай або маланаведвальныя, некаторыя з іх знаходзяцца ў дрэннай транспартнай даступнасці. Напрыклад, у Ленінскім раёне Брэста для сустрэч з выбаршчыкамі быў вызначаны Клуб Чыгуначнікаў у прамзоне на тэрыторыі чыгункі, праход да якога ідзе паміж рэйкамі Варшаўскага і Маскоўскага бакоў вакзала Брэст-Цэнтральны.

Заўважым, што згодна з Кіруючымі прынцыпамі АБСЕ па свабодзе мірных сходаў варта забяспечваць правядзенне сходаў у зоне бачнасці і чутнасці іх мэтавай аўдыторыі³. Абмежаванні, якія не маюць разумнага абгрунтавання, з'яўляюцца адвольнымі і супярэчаць міжнародным стандартам у галіне правоў чалавека.

Скарацілася і колькасць памяшканняў для правядзення сустрэч кандыдатаў і іх давераных асоб з выбаршчыкамі, а таксама для перадвыбарчых сходаў, якія арганізуюцца выбаршчыкамі. Так, у Мазырскім раёне колькасць памяшканняў для сустрэч з выбаршчыкамі скарацілася з 16 у 2015 годзе да 7 у 2020, у Светлагорскім – з 22 да 7, у Добрушскім – з 5 да 1, у Магілёўскім раёне – з 46 да 7, у Фрунзенскім раёне г. Мінска – з 54 да 8, у Барысаўскім раёне – з 200 да 11, у Рэчыцкім – з 23 да 7 і г. д. Аднак амаль не змянілася колькасць памяшканняў для сустрэч з выбаршчыкамі ў Бабруйскім раёне: 7 – у 2015 годзе, 6 – сёлета, у самім Бабруйску – засталася 9 памяшканняў, аналагічная сітуацыя і ў Баранавіцкім раёне.

Назіральнікі паведамляюць, што давераныя асобы Прэзідэнта і прадстаўнікі ўлады для сустрэч з выбаршчыкамі выкарыстоўвалі самыя розныя памяшканні на прадпрыемствах і ў арганізацыях, іншыя кандыдаты і іх давераныя асобы такой магчымасці не мелі.

Сітуацыя з месцамі для ўстаноўкі інфармацыйных стэндаў з мэтай размяшчэння на іх агітацыйных друкаваных матэрыялаў кандыдатаў у Прэзідэнты моцна не змянілася ў параўнанні з выбарамі Прэзідэнта 2015 года. Але і тут заўважана пагаршэнне: напрыклад, у Фрунзенскім раёне г. Мінска пералік месцаў для ўстаноўкі інфармацыйных стэндаў скараціўся амаль у 3 разы.

² Гл. Дапаможнік для ТВК, зацверджаны пастановай ЦВК ад 20.04.2020 № 7, с. 50:

http://www.rec.gov.by/sites/default/files/pdf/2020/ter_pos.pdf

³ Кіруючыя прынцыпы па свабодзе мірных сходаў БДПЧ АБСЕ:

<https://www.osce.org/files/f/documents/d/6/83237.pdf>, п. 3.5, стар. 18

Выбарчыя фонды

У адпаведнасці з ч. 3 арт. 48-1 ВК максімальная сума ўсіх выдаткаў са сродкаў выбарчага фонду кандыдата ў Прэзідэнты Рэспублікі Беларусь не можа перавышаць 9 000 базавых велічынь (243 000 рублёў).

Паводле дадзеных ЦВК, па стане на 5 жніўня⁴, больш за ўсё сродкаў паступіла ў выбарчы фонд Святланы Ціханоўскай – 271 953 рублёў, выкарыстана – каля 181 258 рублёў (каля 66% ад агульнай колькасці паступленняў⁵). Такім чынам, упершыню на выбарах Прэзідэнта з моманта ўвядзення ў 2013 годзе ў Выбарчы кодэкс інстытута выбарчага фонду, на рахунак альтэрнатыўнага кандыдата паступіла больш грашовых сродкаў, чым на рахунак дзеючага кіраўніка краіны.

У выбарчы фонд Аляксандра Лукашэнкі залічана 257 362 рублі, выкарыстана 157 440 рублёў, ці 61%. На рахункі іншых кандыдатаў паступіла значна менш сродкаў: у выбарчы фонд Андрэя Дзмітрыева – 4 467 рублёў (выкарыстана 97%), у выбарчы фонд Ганны Канапацкай – 4 207 рублёў (выкарыстана амаль 99%), у выбарчы фонд Сяргея Чэрэчня – 3 300 рублёў (выкарыстана 95%).

Як і падчас папярэдняй выбарчай кампаніі, на сёлетніх выбарах Прэзідэнта назіральнікі і журналісты не мелі магчымасці праверкі крыніцаў ахвяраванняў у выбарчыя фонды кандыдатаў у Прэзідэнты і выдаткавання сродкаў. Законнасць фарміравання і выдаткавання выбарчага фонду ацэньваюць толькі фінансавыя органы і ЦВК.

Агітацыйныя масавыя мерапрыемствы

Паводле дадзеных ЦВК⁶, па стане на 3 жніўня, кандыдаты ў Прэзідэнты падалі 326 паведамленняў аб правядзенні 3 739 масавых мерапрыемстваў у заяўляльным парадку. Больш за ўсё мерапрыемстваў заявіла каманда Святланы Ціханоўскай – 1 998 (больш за палову ад агульнай колькасці заяўленых мерапрыемстваў усімі кандыдатамі ў Прэзідэнты). У падтрымку дзеючага кіраўніка краіны заяўлена 1 241 масавае мерапрыемства (ці каля 33% ад агульнай колькасці заяўленых кандыдатамі). Каманда кандыдата Андрэя Дзмітрыева заявіла 360 масавых мерапрыемстваў (каля 10% ад усіх), а каманда Сяргея Чэрэчня – 140 (каля 4%).

Як паведамляюць назіральнікі, агітацыйныя мітынгі Святланы Ціханоўскай у гарадах Бяроза, Рэчыца, Глубокае, Слуцк, Орша, Ліда, Баранавічы, Бабруйск, Гродна, Віцебск, Магілёў, Мінск і інш. сталі самымі маштабнымі грамадска-палітычнымі мерапрыемствамі за апошнія дзесяцігоддзі. Перадвыбарчая агітацыя Святланы Ціханоўскай узняла ў грамадстве хвалю энтузіязму і здолела кансалідаваць пэўнае электаральнае поле.

⁴ Даступна тут: http://rec.gov.by/sites/default/files/pdf/2020/summ_k05.pdf

⁵ На момант апублікавання дадзенай справаздачы

⁶ Даступна тут: <http://rec.gov.by/sites/default/files/pdf/2020/stat17.pdf>

Менш актыўна кандыдаты ў Прэзідэнты і іх давераныя асобы выкарыстоўвалі магчымасці сустрэч з выбаршчыкамі ў памяшканнях. Інфармацыя ЦВК па стане на 3 жніўня паказвае⁷, што пададзена 268 заяў аб правядзенні 475 сустрэч з выбаршчыкамі. Больш за ўсё сустрэч з выбаршчыкамі ў памяшканнях заяўлена ў падтрымку А. Лукашэнкі – 437 сустрэч (92% ад агульнай колькасці заяўленых сустрэч з выбаршчыкамі ў памяшканнях). Каманда Святланы Ціханоўскай заявіла 25 сустрэч, каманда Андрэя Дзмітрыева – 9 сустрэч, Ганна Канапацкая заявіла дзве сустрэчы. Сяргей Чэрачэнь не скарыстаўся сваім правам сустрэцца з выбаршчыкамі ў вызначаных выканкамамі памяшканнях і не падаў ніводнага паведамлення.

Перашкоды ў правядзенні масавых мерапрыемстваў

У пачатку агітацыйнай кампаніі масавыя мерапрыемствы ў падтрымку кандыдатаў у Прэзідэнты адбываліся без значных перашкод з боку мясцовых уладаў. Але ў апошнія 2 тыдні агітацыйнага перыяду пачалі з’яўляцца звесткі аб перашкодах у правядзенні масавых мерапрыемстваў у падтрымку кандыдата ў Прэзідэнты Святланы Ціханоўскай. 30 ліпеня прадстаўніца яе штаба паведаміла, што гарадская адміністрацыя Пінска не ўзгадняе правядзенне ў горадзе мітыngu з удзелам самога кандыдата. Давераная асоба Аляксандра Лукашэнкі заявіла, што яны займаюць усе пляцоўкі (летняя эстрада парка культуры і зала гарадскога Дома культуры) на ўвесь час.

1 жніўня ў г. Крычаве адбыўся пікет ў падтрымку Святланы Ціханоўскай. Месца правядзення было папярэдне ачэплены супрацоўнікамі міліцыі, побач назіралі прадстаўнікі мясцовай улады і кіраўнікі прадпрыемстваў. Гэта адштурхнула некаторых грамадзян ад непасрэднага ўдзелу ў мерапрыемстве, хаця і колькасць рэальных удзельнікаў – 300 чалавек сведчыць пра значную для гэтага населенага пункта грамадскую актыўнасць.

У апошні тыдзень у некаторых гарадах былі адмененыя мітынгі ў падтрымку Святланы Ціханоўскай. Фармальнай падставай для скасавання загадзя заяўленых масавых мерапрыемстваў называліся рамонтныя работы, “тэхнічныя прычыны”, выставы тэхнікі, святочна-забаўляльныя мерапрыемствы (3 жніўня адмена мітынга ў Стоўбцах і Слуцку, 4 жніўня – у Салігорску, Вілейцы і інш.). Пасля таго, як на 6 жніўня быў анансаваны вялікі мітынг аб’яднанага штабу ў сталічным парку Дружбы народаў, Адміністрацыя Савецкага раёна заявіла пра правядзенне на гэтых пляцоўках музычных вечароў⁸, а непасрэдна на 6 жніўня анансавала святочнае мерапрыемства, прысвечанае Дню чыгуначных войскаў.

⁷ Даступна тут: <http://rec.gov.by/sites/default/files/pdf/2020/stat18.pdf>

⁸ Крыніца: <https://sov.minsk.gov.by/glavnye-novosti/6609-20200803-muzykalnye-vechera-v-park-druzhby-narodov>

Агітацыя ў СМІ

Пастановай ЦВК ад 4 чэрвеня 2020 г. № 86 зацверджана «Палажэнне аб парадку выкарыстання сродкаў масавай інфармацыі кандыдатамі пры падрыхтоўцы і правядзенні выбараў Прэзідэнта Рэспублікі Беларусь у 2020 годзе». У адпаведнасці з ім, кандыдат у Прэзідэнты мае права бясплатна апублікаваць сваю перадвыбарчую праграму ў друкаваных сродках масавай інфармацыі – газетах «Рэспубліка» і «Звязда». На выбарах 2015 года кандыдаты у Прэзідэнты маглі бясплатна апублікаваць сваю праграму ў большай колькасці газет (4 рэспубліканскія і 7 абласных: «Савецкая Беларусь», «Рэспубліка», «Народная газета», «Звязда», «Мінскі кур'ер», «Зара», «Віцебскія весткі», «Гомельская праўда», «Гродзенская праўда», «Мінская праўда», «Магілёўскія ведамасці»). Такім чынам, колькасць друкаваных СМІ, якія прадстаўляюць перадвыбарчыя праграмы кандыдатаў, скарацілася ў параўнанні з выбарамі Прэзідэнта 2015 года ў 5 разоў (з 11 да 2).

Перадвыбарчыя праграмы кандыдатаў у Прэзідэнты сёлета былі апублікаваны толькі 4 жніўня, менш чым за тыдзень да выбараў. Напрыклад, падчас выбараў 2015 года яны выйшлі прыкладна за 3 тыдні да выбараў. Такія кардынальна розныя падыходы пры адных і тых жа нормах супярэчыць прынцыпу аднастайнага прымянення выбарчага заканадаўства.

Згодна з пастановай № 86 кандыдат у Прэзідэнты мае права на бясплатныя выступы.⁹ 21 і 28 ліпеня былі паказаны выступы кандыдатаў у Прэзідэнты на тэлеканале “Беларусь 1”. У перыяд з 20 па 29 ліпеня прагучалі іх выступы ў эфіры Першага нацыянальнага канала Беларускага радыё. Як адзначае Беларуская асацыяцыя журналістаў, перадвыбарчыя звароты кандыдатаў трансляваліся ў нярэўны час. А іх прыхільнікі і апаненты не мелі магчымасці абмеркаваць іх змест па дзяржаўным тэлебачанні ці радыё. Выступы кандыдатаў не анансаваліся. Іх прозвішчы ў праграмах перадач не падаваліся. Інфармацыя пра чарговасць і час выступу кожнага з іх адсутнічала, у праграме перадач было толькі пазначана: “Выступлення кандыдатаў у Прэзідэнты Рэспублікі Беларусь”¹⁰.

30 ліпеня тэлеканал “Беларусь 1” трансляваў у запісу дэбаты, у якіх бралі ўдзел кандыдаты Андрэй Дзмітрыеў і Сяргей Чэрачэнь, а таксама давераная асоба Аляксандра Лукашэнкі – Алег Гайдукевіч. Ганна Канапацкая і Святлана Ціханоўская адмовіліся ад удзелу ў тэледабатах. Канапацкая патлумачыла, што “як вопытны палітык не мае ні права, ні жадання спаборнічаць з загадзя больш

⁹ Гэта два бясплатныя выступы ў эфіры тэлеканала “Беларусь-1” і два бясплатныя выступы ў эфіры радыёпраграмы “Першы нацыянальны канал Беларускага радыё” працягласцю не больш за 30 хвілін кожны. Акрамя таго, магчыма правядзенне тэледабатаў працягласцю да 60 хвілін (да 90 – пры колькасці ўдзельнікаў больш за 5). Перадвыбарчыя выступы кандыдатаў у Прэзідэнты і тэледабаты павінны ісці у прамым эфіры, калі кандыдат у прэзідэнты не жадае, каб яго перадвыбарчы выступ трансляваўся ў запісе. У выступах кандыдатаў не дапускаецца выкарыстанне аўдыё- і відэамаатэрыялаў.

¹⁰ Вынікі маніторынгу асвятлення выбараў у СМІ. Дзяржаўныя і недзяржаўныя. Этап агітацыі. Даступна тут: <https://baj.by/be/analytics/vyniki-manitoryngu-asvyatlennya-vybarau-u-smi-dzyarzhhaunyya-i-nedzyarzhhaunyya-etap>.

слабымі апанентамі”¹¹. Ціханоўская патлумачыла адмову ад дэбатаў тым, што яны з’яўляюцца фарсам¹². Адначасова яна выклікала на дэбаты дзеючага кіраўніка дзяржавы Аляксандра Лукашэнку, які праігнараваў прапанову.

Пры асвятленні падзей перыяду агітацыі дзяржаўныя СМІ разгарнулі шырокую кампанію дыскрэдытацыі апанентаў улады. Заявы, якія парушаюць прэзумпцыю невінаватасці, і рознага роду абвінавачванні неаднаразова гучалі ў эфіры праграм беларускага тэлебачання. Падобныя “экспертныя думкі” пра апазіцыю выказваліся заўсёды завочна, без магчымасці даць адказ, тлумачэнне ці выказаць альтэрнатыўны пункт гледжання. Мясцовыя ўлады пільна адсочвалі кантэнт СМІ. Так, 18 ліпеня чыноўнік Бабруйскага гарвыканкама Таццяна Гарбачова запатрабавала ад рэдакцыі “Бабруйскага кур’ера” выдаліць з сайта відэаролікі з экспрэс-інтэрв’ю на тэму перадвыбарчай кампаніі.

28 ліпеня сайт тэлеканала АНТ апублікаваў вынікі другога сацыялагічнага апытання Аналітычнага цэнтра Есоом¹³ ТАА «Медиафакт-Эко», праведзенага 23–27 ліпеня метадам тэлефоннага апытання. Паводле дадзеных Есоом, узровень даверу да дзеючага Прэзідэнта складае 78,1%. Вынікі апытання шырока трансляваліся мясцовымі сродкамі масавай інфармацыі, якія належаць мясцовым органам улады. У гэтых СМІ таксама публікавалася шмат артыкулаў пра дасягненні дзеючай улады, пра неабходнасць захаваць стабільнасць у краіне, а таксама артыкулы з крытыкай альтэрнатыўных кандыдатаў.

Паводле маніторынгу асвятлення прэзідэнцкай кампаніі 2020 года ў беларускіх медыя, падрыхтаванага БАЗ, “у змесце дзяржаўных медыя выразна адсутнічалі хоць якія альтэрнатыўныя пункты гледжання. Журналісты і запрошаныя эксперты выказвалі і адстойвалі толькі адну пазіцыю, праўладную. Ім жа належала і выключнае права інтэрпрэтаваць погляды і меркаванні апанентаў, якія, аднак, самі ніколі не мелі магчымасці іх агучыць. Адной з вядучых крыніц інфармацыі пра падзеі агітацыйнага перыяду заставаліся папулярныя Telegram-каналы. Недзяржаўныя медыя акцэнтавалі ўвагу на непасрэдных удзельніках кампаніі. Важнымі тэмамі былі выбарчыя пікеты, грамадскія ініцыятывы, звязаныя з назіраннем і падлікам галасоў, затрыманні ўдзельнікаў мірных акцый і незалежных журналістаў”¹⁴.

Выкарыстанне адміністрацыйнага рэсурсу

Сёлета штогадовае пасланне Прэзідэнта беларускаму народу і Нацыянальнаму сходу было перанесена з красавіка і прагучала 4 жніўня, за пяць дзён да выбараў. Шырокая публікацыя матэрыялаў паслання ў СМІ стала

¹¹ https://web.facebook.com/1095034703878964/posts/3082478365134578/?_rdc=1&_rdr

¹² <https://youtu.be/7aXPPtbatIM>

¹³ Есоом ўзначальвае член грамадска-кансультацыйнага савета пры Міністэрстве адукацыі Сяргей Мусіенка.

¹⁴ Вынікі маніторынгу асвятлення выбараў у СМІ. Дзяржаўныя і недзяржаўныя. Этап агітацыі. Даступна тут: <https://baj.by/be/analytics/vyniki-manitoryngu-asvyatlennya-vybarau-u-smi-dzyarzhauunyya-i-nedzyarzhauunyya-etap>.

выкарыстаннем адміністрацыйнага рэсурсу на карысць кіраўніка дзяржавы як аднаго з кандыдатаў.

Перадвыбарчая агітацыя праходзіла ў няроўных умовах: у падтрымку Аляксандра Лукашэнкі быў задзейнічаны адміністрацыйны і прапагандысцкі рэсурс вертыкалі ўлады, праўладных грамадскіх арганізацый і СМІ. Гэта адбывалася, у тым ліку, з парушэннямі нормаў ВК.

Напрыклад, у Гродзенскай вобласці за дзеючага Прэзідэнта вялі агітацыю грамадскія прыёмныя РГА «Белая Русь», якіх налічваецца 18. З 15 ліпеня яны павялічылі час дзённай працы, прыём вялі не толькі давераныя асобы кандыдата Аляксандра Лукашэнкі, але і чыноўнікі Гродзенскага аблвыканкама ў працоўны час. Абласная «Гродзенская праўда» і раённыя газеты рэгулярна публікавалі выступленні давераных асоб і вядомых людзей з заклікамі галасаваць за аднаго кандыдата – Аляксандра Лукашэнку. Інфармацыі пра актыўнасць іншых кандыдатаў рэгіянальныя СМІ не давалі.

У краіне інтэнсіўна арганізаваліся сустрэчы давераных асоб дзеючага Прэзідэнта, прадстаўнікоў улады розных узроўняў з працоўнымі калектывамі. Такія сустрэчы пераважна не аансаваліся на адпаведных пляцоўках, інфармацыя пра іх не давалася ў выбарчыя камісіі і ў адкрыты доступ. На некаторыя сустрэчы давераных асоб Аляксандра Лукашэнкі з выбаршчыкамі ў працоўных калектывах не пускалі журналістаў, забаранялі там фатаграфаванне.

29 ліпеня стала вядома, што выплата пенсій у жніўні будзе ажыццяўляцца датэрмінова. У Міністэрстве працы і сацыяльнай абароны насельніцтва паведамлілі, што гэта зроблена для «стварэння пенсіянерам зручных умоў атрымання пенсій: мінімізацыі паездак, скарачэння сацыяльных кантактаў»¹⁵. Згодна з заканадаўствам пенсіі выплачваюцца ў перыяд з 5 па 25 чысло на падставе графікаў выплат праз банкі, паштовыя аддзяленні, прадпрыемствы па дастаўцы пенсій. У жніўні пенсіі, якія згодна з графікам выплат прыпадаюць на 10 чысло і пазней, з 3 жніўня сталі даступны да выплаты на пошце, а з 5 жніўня – праз банкі. Адзначаецца, што чалавек сам можа выбіраць, ці скарыстацца правам датэрміновага атрымання пенсіі, ці зрабіць гэта ў звычайны тэрмін. Раней стала вядома, што у адпаведнасці з указам Прэзідэнта № 232 «Аб павышэнні пенсій» з 1 ліпеня ў Беларусі адбыўся перапазіцыя ўсіх пенсій з павышэннем яе велічыні на 6 адсоткаў¹⁶.

Такія меры заахвочвання, прынятыя па ініцыятыве дзеючага кіраўніка дзяржавы і кандыдата ў Прэзідэнты, трэба разглядаць як выкарыстанне адміністрацыйнага рэсурса і падкуп выбаршчыкаў.

¹⁵ http://mintrud.gov.by/ru/news_ru/view/o-dosrochnoj-vyplate-pensij-v-avgustenbsp_3621/

¹⁶ <http://www.mintrud.gov.by/system/extensions/spaw/uploads/files/Ukaz-232.pdf>