

Палітычны медыябарометр BISS: якасцю, але не колькасцю

(ліпень – верасень 2014 г.)

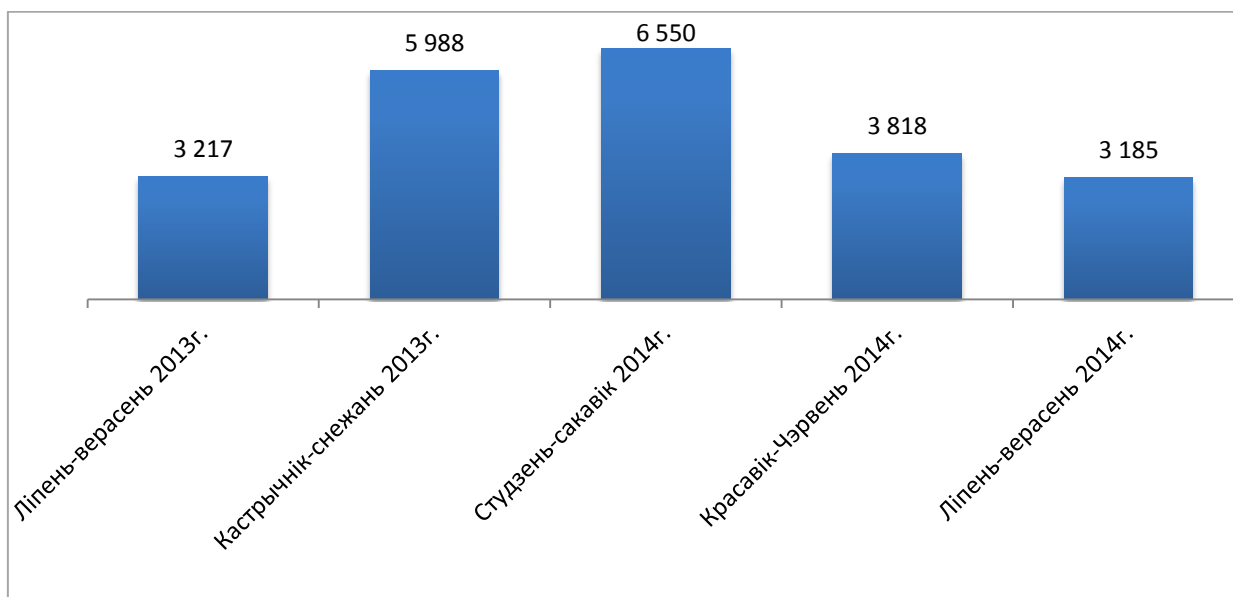
BISS прапаноўвае асноўныя вынікі даследавання “Палітычны медыябарометр BISS” за ліпень – верасень 2014 г. У ім аналізуюцца колькасныя і якасныя характарыстыкі “сферы камунікацыі” незалежных палітычных сіл, а таксама робяцца высновы пра тое, якія асноўныя чыннікі паўплывалі на яго структуру.

Галоўныя асаблівасці сферы палітычнай камунікацыі ў трэцім квартале 2014 г.:

- Колькасныя паказнікі палітычных паведамленняў працягваюць зніжацца – іх агульны лік упаў ніжэй узноўня і папярэдняга квартала (каравік – чэрвень 2014 г.), і адпаведнага перыяду 2013 г.
- Якасныя характарыстыкі палітычных паведамленняў: разнастайнасць прадстаўніцтва, доля асвятлення падзей рэгіянальнага ўзроўню, асвятленне рэальнай практычнай дзейнасці – увогуле паляпшаюцца, шмат у чым дзякуючы мерапрыемствам у рамках кампаніі “Народны рэферэндум”.
- Сфера палітычнай камунікацыі наогул шмат у чым вызначаецца абмеркаваннем вакол вылучэння адзінага кадывата на прэзідэнцкіх выбарах 2015 г. Гэты працэс у роўнай ступені ўплывае на прысутнасць асноўных палітычных сіл у інфармацыйнай прасторы. Рэйтынг палітычных сіл – лідараў увогуле застаецца нязменным у вялікай ступені таму, што на колькасць згадак пра кожную з іх практычна па-роўнаму ўплывае агульная дыскусія на важныя для ўсіх палітычных сіл тэмы.

Перыяду ад ліпеня да верасня традыцыйна ўласцівая нізкая актыўнасць у сферы палітычнай камунікацыі. Лік палітычных паведамленняў працягвае скарачацца. У выніку колькасць прааналізаваных згадак пра палітычныя сілы і асобных палітыкаў склала 3.185. Гэта нават ніжэй за колькасць палітычных паведамленняў у ліпені – верасні 2013 г., калі названы паказнік склаў 3.217 згадак. На гэтым фоне робіцца ўсё больш відавочна, што рост ліку палітычных паведамленняў у кастрычніку 2013 г. – сакавіку 2014 г. тлумачыўся правядзеннем выбараў у мясцовыя саветы 23 сакавіка 2014 г., а сфера палітычнай камунікацыі ўвогуле паўтарае дынаміку электаральнага цыкла. Прэзідэнцкія выбары, якія маюць адбыцца ў 2015 г., пакуль не ўплываюць на аб’ём палітычных паведамленняў, аднак іх тэматыка часта вызначаецца будучымі выбарамі.

Графік 1. Агульная колькасць згадак пра палітычныя сілы і палітыкаў



Найважнейшая асаблівасць колькаснага рэйтынгу палітычных сіл у трэцім квартале 2014 г. у тым, што яка структура засталася практычна нязменнай. Усе палітычныя сілы з "топ-5" захавалі свае пазіцыі.

На фоне агульнага скарачэння ліку палітычных паведамленняў істотны рост дэманструе кампанія "Народны рэферэндум": яе колькасць індэкс узрастае ў паўтара разу – ад 344-х да 512-ці пунктаў. Гэта адбілася і на колькасці паведамленняў пра сілы ў складзе "Народнага рэферэндуму": напрыклад, Беларуская сацыял-дэмакратычная партыя (Грамада) паднялася з 8-га на 6-е месца ў колькасным рэйтынгу. Паводле ліку паведамленняў "Народны рэферэндум" набліжаецца да "топ-5" палітычных сіл, што можа лічыцца сур'ёзным поспехам створанай трохі больш за год таму кампаніі.

Таксама заўважна палепшылася становішча Беларускай партыі левых "Справядлівы свет". Гэта перадусім звязана з роляй лідара партыі ў абмеркаванні вылучэння адзінага кандыдата ад апазіцыі, а таксама з асвятленнем планаў арганізаваць Кангрэс левых дэмакратычных сіл.

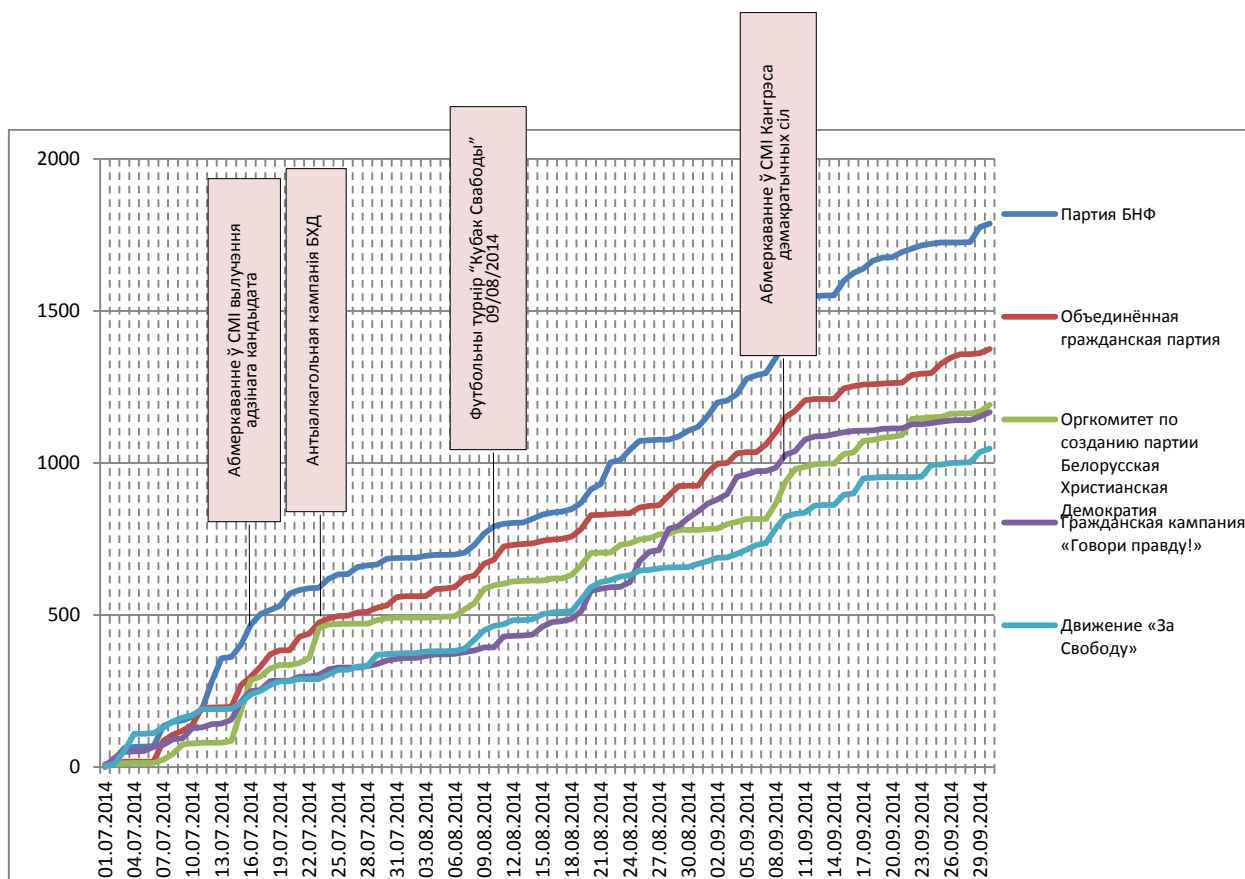
Рэйтынг "Маладога фронту" заўважна знізіўся. Яго нехарактэрны рост у папярэднім квартале тлумачыўся тым, што супраць актывістаў руху ўжываліся рэпрэсіі і СМІ актыўна асвятлялі гэтыя падзеі. Тэма рэпрэсій – гэта значны чынік, каб прыцягнуць увагу СМІ, аднак ён дзейнічае толькі на кароткі час.

Табліца 1. Агульная прысутнасць палітычных сіл у інфармацыйнай прасторы

Палітычныя сілы	Індэкс агульнай прысутнасці	Пазіцыя ў рэйтынгу	Пазіцыя ў рэйтынгу ў красавіку - чэрвені 2014 г.
Партыя БНФ	1788	1	=(1)
Аб'яднаная грамадзянская партыя	1375	2	=(2)
Аргкамітэт па стварэнні партыі Беларуская Хрысціянская Дэмакратыя	1192	3	=(3)
Грамадзянская кампанія "Гавары праўду!"	1168	4	=(4)
Рух "За Свабоду"	1047	5	=(5)
Беларуская сацыял-дэмакратычная партыя (Грамада)	513	6	↑(8)
Беларуская партыя левых "Справядлівы свет"	426	7	↑(10)
Ліберальна-дэмакратычная партыя	413	8	↑(9)
"Малады фронт"	409	9	↓(6)
Грамадзянская кампанія "Еўрапейская Беларусь"	346	10	↓(7)
Кансерватыўна-хрысціянская партыя БНФ	119	11	=(11)
Грамадзянская кампанія "Наш дом"	70	12	=(12)
Грамадскае аб'яднанне "За справядлівыя выбары"	10	13	=(13)
Кампанія "Народны рэферэндум"	512	(344 у красавіку - чэрвені 2014 г.)	
Грамадзянскі альянс за справядлівыя і сумленныя выбары дзеля лепшага жыцця "Талака"	26	(109 у красавіку - чэрвені 2014 г.)	

Прычына ўстойлівасці верхняй часткі рэйтынгу робіцца зразумелай, калі параўнаць дынаміку набірання колькаснага індэкса палітычнымі сіламі-лідарамі. З набліжэннем выбараў-2015 узаўяўляюцца дыскусіі з удзелам асноўных палітычных сіл вакол вылучэння адзінага кандыдата ад апазіцыі. Такім чынам, абмеркаванне гэтай тэмы ў роўнай ступені і ў тыя самыя прамежкі часу ўплывае на прысутнасць у СМІ ўсіх уждзельнікаў дыскусіі. Першая фаза актыўнага абмеркавання вылучэння адзінага кандыдата прыпадае на другую палову ліпеня 2014 г., другая – на першую палову верасня, калі ў СМІ пачалося абмеркаванне Кангрэса дэмакратычных сіл. На гэтыя два перыяды прыпадаюць этапы найбольш актыўнага набірання колькаснага індэкса ў партыі БНФ, у АГП і БХД. Апроч абмеркавання тэмы адзінага кандыдата, агульным для гэтых палітычных сіл сталася асвятленне футбольнага турніра памяці Генадзя Карпенкі, які адбыўся 9 жніўня 2014 г.

Графік 2. Набіранне індэкса агульнай прысутнасці ў інфармацыйнай прасторы (палітычныя сілы)



Адрозна ад рэйтынгу палітычных арганізацый, у рэйтынгу асобных палітыкаў адбыліся значныя змены. Увогуле ён значна менш стабільны за рэйтынг палітычных сіл. Гэта можа сведчыць пра адрозную камунікацыйную палітыку палітычных арганізацый, з аднаго боку, і іх лідараў, з другога.

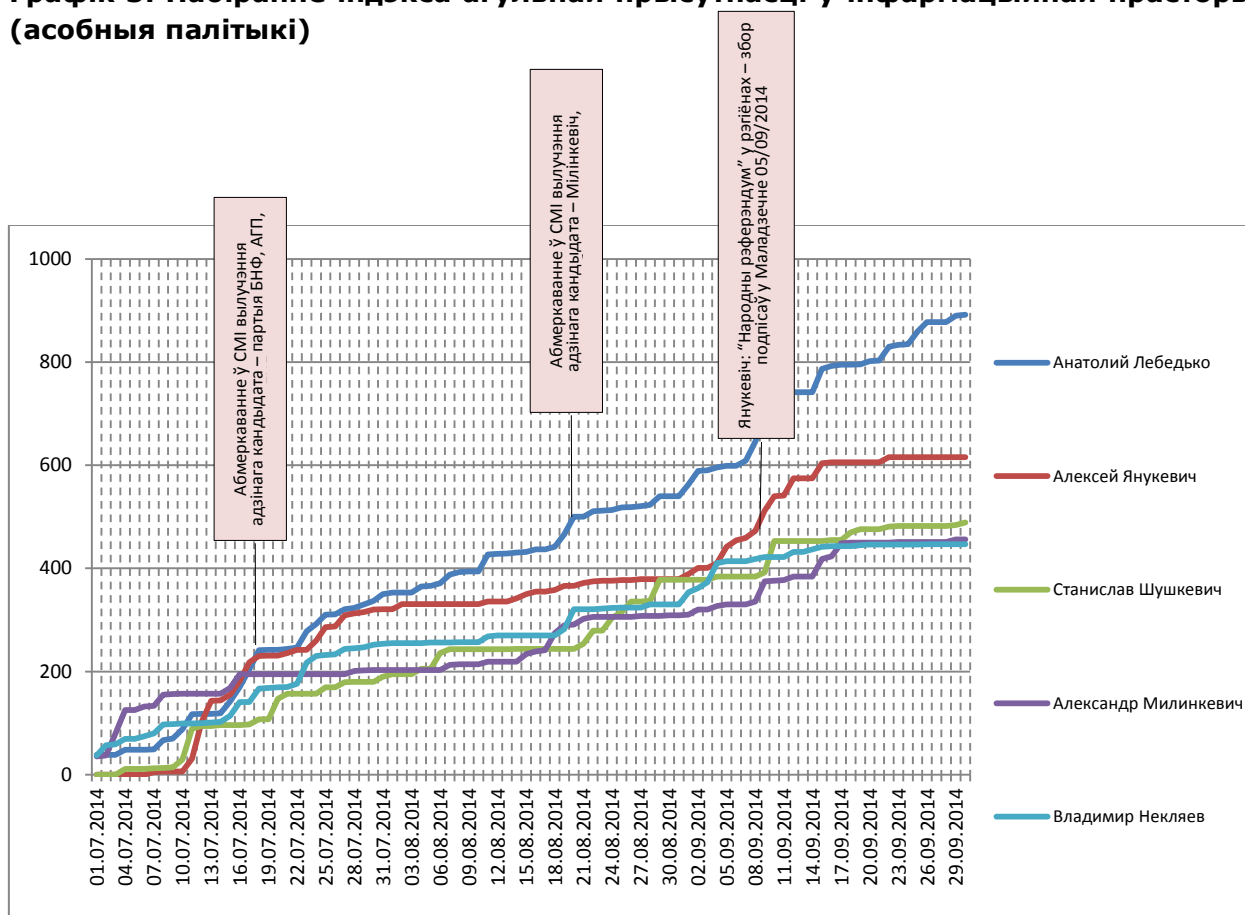
У параўнанні з папярэднім кварталам, значна знізіў свае пазіцыі Зміцер Дашкевіч – ён перасунуўся з 1-га месца на 6-е. Ягонае лідарства ў красавіку – чэрвені 2014 г. збольшага вызначалася пераследам актывістаў “Маладога фронту” (гэта адбілася і на рэйтынгу арганізацыі, але ў меншай ступені).

Іншая значная тэндэнцыя аналізаванага перыяду ў тым, што сярод палітыкаў – лідараў рэйтынгу фігуруюць асобы, якія актыўна не ўдзельнічаюць у апазіцыйнай дзейнасці. Напрыклад, Станіслаў Шушкевіч працягвае ўзыходжанне і ў трэцім квартале 2014 г. уздымаецца з 6-й пазіцыі на 3-ю. Гэта перадусім звязана са згадкамі пра яго і каментарыямі з нагоды 20-годдзя кіравання А. Лукашэнкі і 23-годдзя незалежнасці Беларусі. Мікола Статкевіч падняўся з 9-га месца на 6-е – гэты рост забяспечыла актыўнае абмеркаванне ягонай фігуры як магчымага адзінага кандыдата на прэзідэнцкіх выбарах. Тым самым чыннікам тлумачыцца і падвышэнне рэйтынгу Аляксандра Мілінкевіча, які перасунуўся з 8-й пазіцыі на 4-ю.

Табліца 2. Агульная прысутнасць асобных палітыкаў у інфармацыйнай прасторы

Палітыкі	Колькасць згадак	Пазіцыя ў рэйтыngu	Пазіцыя ў рэйтыngu ў красавіку – чэрвені 2014 г.
Анатолий Лебедзька	247	1	↑(2)
Аляксей Янукевіч	141	2	↑(4)
Станіслаў Шушкевіч	71	3	↑(6)
Аляксандр Мілінкевіч	109	4	↑(8)
Уладзімір Някляеў	114	5	↓(3)
Мікола Статкевіч	127	6	↑(9)
Павал Севярынец	95	7	↓(5)
Андрэй Дзмітрыеў	111	8	↓(7)
Зянон Пазыняк	83	9	↑(10)
Зміцер Дашкевіч	52	10	↓(1)
Сяргей Калякін	50	11	↑(18)
Андрэй Саннікаў	37	12	↑(13)
Юрась Губарэвіч	90	13	↑(14)
Рыгор Кастусёў	54	14	↑(15)
Сяргей Гайдукевіч	31	15	↑(17)
Алег Гайдукевіч	31	16	=(16)
Леў Марголін	63	17	↓(12)
Віталь Рымашэўскі	22	18	↓(11)
Віктар Карняенка	26	19	↑(21)
Ірына Вештард	18	20	=(20)
Вольга Карач	20	21	↓(19)

Графік 3. Набіранне індэкса агульнай прысутнасці ў інфармацыйнай прасторы (асобныя палітыкі)

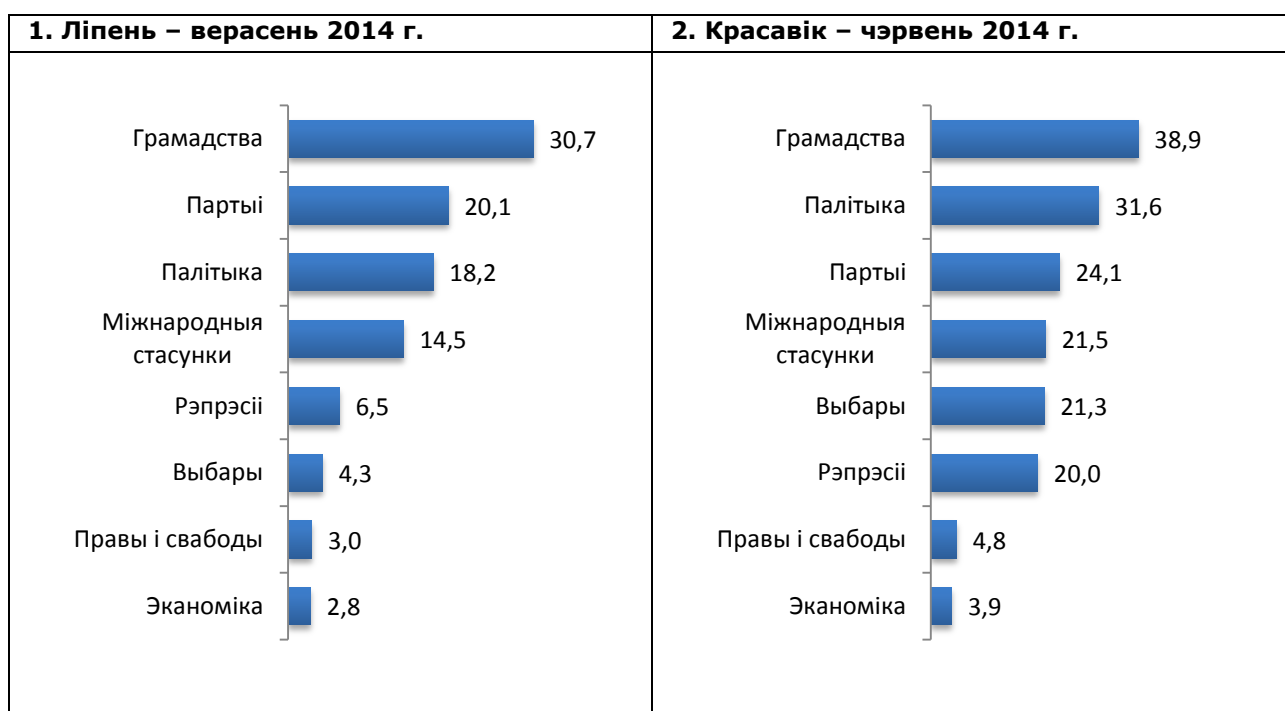


Істотна адзначыць, што аб'ёмы публікацый са згадкамі пра тую ці іншую палітычную сілу шмат у чым залежаць ад рэдакцыйнай палітыкі СМІ і ступені супрацы паміж канкрэтнымі выданнямі і палітычнымі сіламі. Аналіз структуры асвятлення палітычных сіл у асноўных СМІ дазваляе вылучыць гэтыя заканамернасці і ўзаемасувязі. Вынікі гэтага аналіза за паслявыбарчы перыяд (красавік – верасень 2014 г.) будуць прапанаваныя ў поўным тэксце “Палітычнага медыябарометра BISS”; надалей гэткаму аналізу будзе рэгулярна прысвячацца асобны раздзел даклада.

Увогуле размеркаванне тэматыкі палітычных паведамленняў застаецца ранейшым. Лідарства трымаюць тэмы, звязаныя з грамадствам; далей ідуць унутрыпалітычныя працэсы і палітычныя партыі. У параўнанні з папярэднім кварталам, скараціўся лік згадак пра рэпрэсіі. Аднак яшчэ радзей згадвалася эканоміка – прысутнасць гэтай тэмы скарацілася ад 3,9% у другім квартале 2014 г. да 2,8% у трэцім.

Падрабязны аналіз тэматыкі выказванняў сведчыць, што абмеркаванне вылучэння адзінага кандыдата – па-ранейшаму ў спісе найбольш папулярных тэм. Значна часцей пачала згадвацца кампанія “Народны рэферэндум” – сярод асобных тэм яна выйшла на трэцюю пазіцыю, павялічыўшы сваю медыяпрысутнасць ад 5% да 12%. Дзякуючы працы ў рамках кампаніі “Народны рэферэндум” сярод тэм-лідараў з’явілася адукацыя, заняўшы 5-е месца пры 7% згадак.

Графік 3. Тэмы паведамленняў



Дзейнасць у межах кампаніі “Народны рэферэндум” шмат у чым станоўча адбілася на якасных характарыстыках палітычных паведамленняў. Напрыклад, дзякуючы “ўнёскам” удзельнікаў кампаніі і БХД павялічылася доля асвятлення практычнай дзейнасці палітычных сіл увогуле – у верасні яна ўпершыню ў 2014 г. дасягнула 34%. Адначасова вырасла ад 24% да 35% доля “ініцыятыўных” паведамленняў. Апроч таго, павялічылася разнастайнасць прадстаўніцтва палітычных сіл – доля рэгіянальных прадстаўнікоў узрасла ад 8% да 13%. Таксама павялічылася доля згадак пра рэгіянальныя падзеі – ад 10% да 18%. Да паляпшэння якасных характарыстык палітычных паведамленняў таксама спрычыніліся антыалкагольная кампанія БХД, грамадскія слуханні і збор подпісаў у межах кампаніі “Народны рэферэндум”.

Графік 4. Суаднесенасць паміж практычнай дзейнасцю і палітычнай камунікацыяй

