

Палітычны медыябарометр BISS: выбары ўплываюць на структуру палітычных паведамленняў, але іх лік не расце

(студзень – сакавік 2015 г.)

BISS прапаноўвае асноўныя вынікі даследавання “Палітычны медыябарометр BISS” за студзень – сакавік 2015 г. У ім аналізуюцца колькасныя і якасныя характарыстыкі сферы палітычнай камунікацыі незалежных палітычных сіл, а таксама робяцца высновы пра тое, якія галоўныя чыннікі паўплывалі на структуру палітычных паведамленняў.

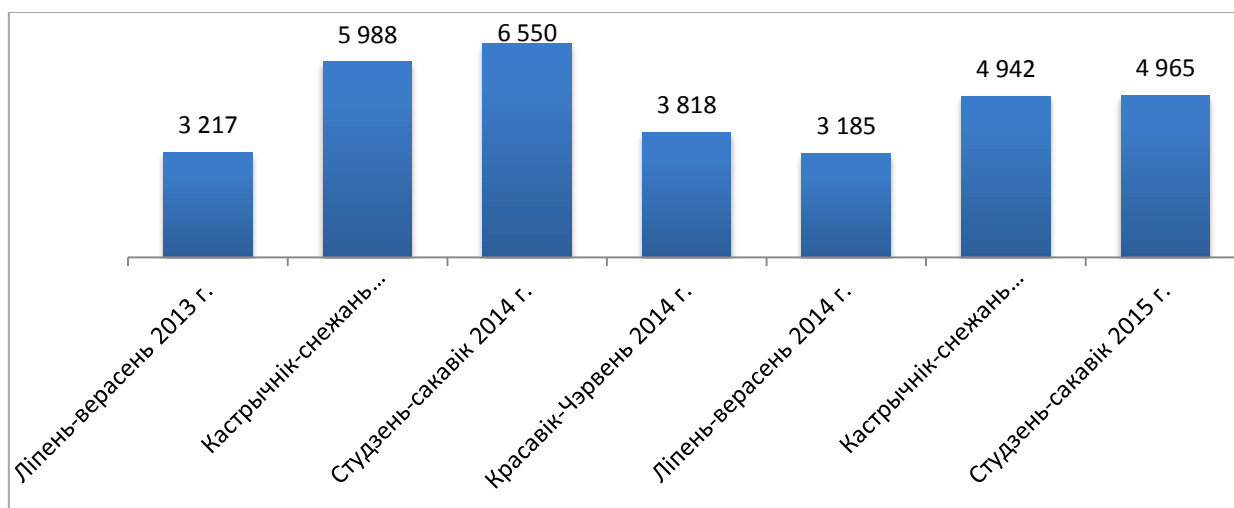
У першым квартале 2015 г. сфера палітычнай камунікацыі вызначаецца наступнымі асновапалеглымі асаблівасцямі:

- Пра старт перадвыбарчай кампаніі сведчыць не колькасць палітычных паведамленняў, а іх структура: змены ў рэйтыngu палітыкаў і палітычных сіл вызначаюцца іх планами ўдзелу ў выбарах; расце доля асвятлення кантактаў беларускіх палітыкаў з замежнымі.

- Якасныя характарыстыкі паведамленняў: іх “ініцыятыўнасць”, узровень асвятлення практычнай дзейнасці, збалансаванасць ўзроўню асвятляных падзей – зніжаюцца, хоць лік паведамленняў не павялічваецца.

У папярэднім выпуску “Палітычнага медыябарометра BISS” (кастрычнік – снежань 2014 г.) мы прыйшлі да высновы, што набліжэнне выбараў пачало ўплываць на палітычную камунікацыю. Гэта выявілася перадусім у рэзкім павелічэнні колькасці паведамленняў і ў змяненні іх тэматычнай структуры. Хоць аналіз палітычных паведамленняў напрыканцы 2014 г. засведчыў пачатак перадвыбарчага перыяду, у першым квартале 2015 г. не назіраецца заўважнага росту ліку палітычных паведамленняў. У студзені – сакавіку 2015 г. прааналізавана 4 965 згадак – усяго на 23 больш, чым у папярэднім квартале.

Графік 1. Дынаміка ліку паведамленняў (колькасці згадак пра палітыкаў і палітычныя сілы)



Хоць заўважнага росту колькасці згадак не адбываецца, рэйтынг палітычных сіл паводле колькаснага індэкса прысутнасці ў інфармацыйнай прасторы фармуецца пад уздзеяннем выбараў. Такім чынам, гэты фактар вызначае структуру сферы палітычнай камунікацыі. Паводле колькаснага індэкса палітычныя сілы можна падзяліць на тры групы.

Першая — партыя БНФ і Аб'яднаная грамадзянская партыя. Яны маюць заўважна вышэйшы індэкс за найбліжэйшых суседзяў у рэйтынг. Пры гэтым цягам усяго квартала лідарства захоўвала АГП, партыя БНФ апырэдзіла яе толькі ў апошняй дэкадзе сакавіка дзякуючы актыўнаму ўдзелу ў арганізацыі Дня Волі. АГП паднялася з 4-га месца ў папярэднім квартале на 2-е. Прычынай была актыўная дыскусія вакол вылучэння Міколы Статкевіча «сімвалічным» кандыдатам у прэзідэнты, а таксама тое, што АГП падтрымала і вылучэнне свайго лідара Анатоля Лябедзькі.

Другая група – БХД, рух «За Свабоду» і кампанія «Гавары праўду!». У першым квартале 2015 г. БХД менш актыўна ўдзельнічала ў абмеркаванні выбараў, таму і саступіла 3-е месца руху «За Свабоду!». Абмеркаванні вылучэння кандыдата ад кааліцыі «Народны рэферэндум» дазволіла партыі БНФ захаваць 1-е месца, а руху «За Свабоду» – узняцца на 3-е. Пры гэтым незалежна ад пазіцыі палітычных сіл датычна канкрэтных кандыдатаў, калі згадваецца кааліцыя, часта пералічваецца ўсе яе ўдзельнікі, што падвышае іх колькасны рэйтынг. Нягледзячы на ажыўленыя дэбаты вакол вылучэння Таццяны Караткевіч, кампанія «Гавары праўду!» не здолела захаваць свае пазіцыі ў рэйтынг, бо знізілася актыўнасць Уладзіміра Някляева.

Да трэцяй групы належаць усе астатнія палітычныя сілы, якія традыцыйна не займаюць пазіцыі лідараў і не выкарыстоўваюць перадвыбарчую рыторыку, каб папулярываць сябе ў СМІ.

Што да руху «За Свабоду», варта таксама адзначыць, што заўважная частка яго паведамленняў прысвячалася ўдзелу Аляксандра Мілінкевіча ў конкурсе на пасаду рэктара ЕГУ. Гэтая тэма прынесла руху 14 згадак і 55 пунктаў індэкса, аднак гэта не мела вырашальнага ўплыву на яго 3-е месца ў рэйтынг. Гэта можа зрабіць медыйны партрэт руху «За Свабоду» больш распулістым, менш засяроджаным на палітычным жыцці краіны і інтарэсах грамадства.

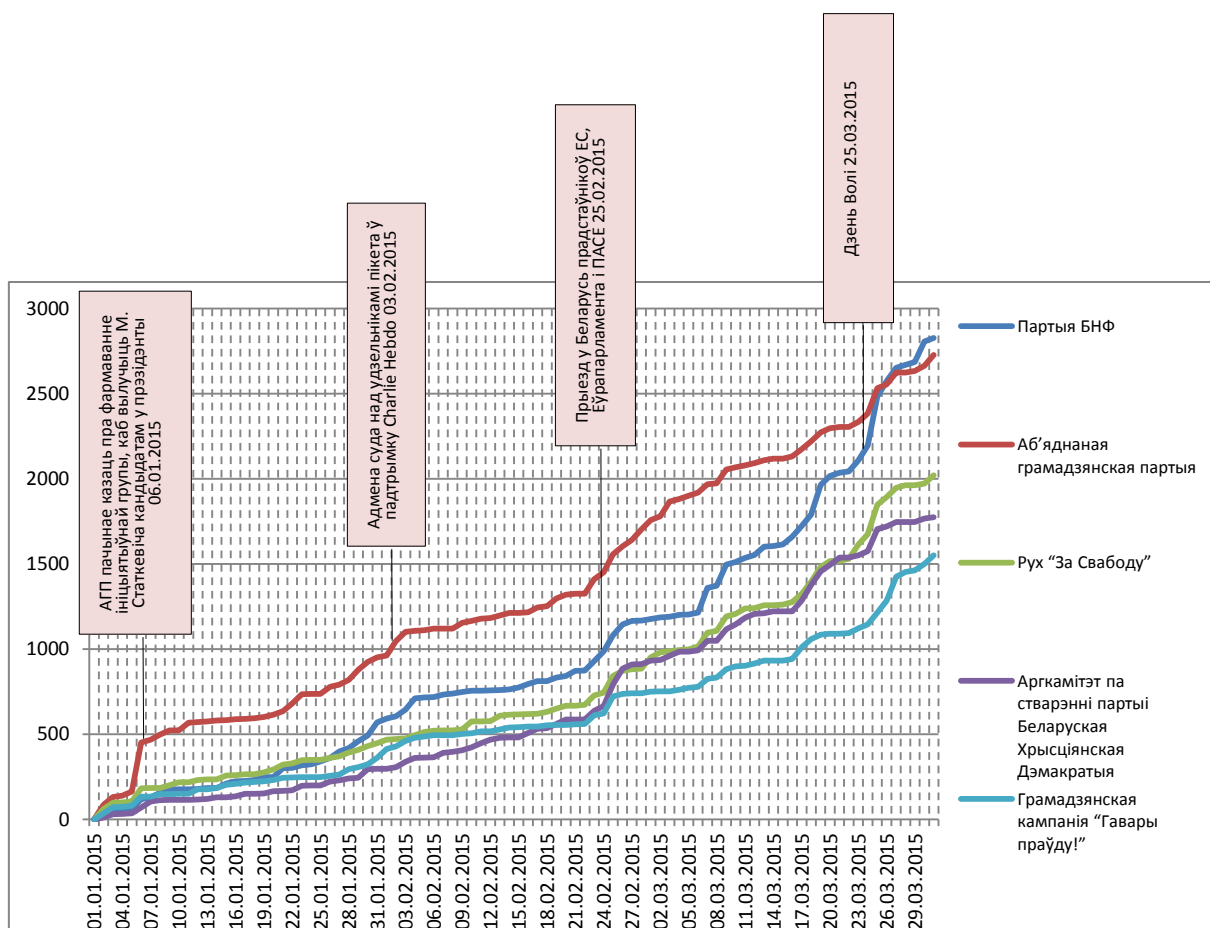
Табліца 1. Агульная прысутнасць палітычных сіл у інфармацыйнай прасторы

Палітычныя сілы	Індэкс агульнай прысутнасці	Пазіцыя ў рэйтынгу	Пазіцыя ў рэйтынгу ў кастрычніку – снежні 2014 г.
Партыя БНФ	2828	1	= (1)
Аб'яднаная грамадзянская партыя	2728	2	↑(4)
Рух "За Свабоду"	2022	3	↑(5)
Аргкамітэт па стварэнні партыі Беларуская Хрысціянская Дэмакратыя	1775	4	↓ (3)
Грамадзянская кампанія "Гавары праўду!"	1551	5	↓(2)
Беларуская сацыял-дэмакратычная партыя (Грамада)	1127	6	=(6)
Беларуская партыя левых "Справядлівы свет"	448	7	=(7)
Грамадзянская кампанія "Еўрапейская Беларусь"	390	8	↑(10)
Ліберальна-дэмакратычная партыя	303	9	↑(11)
Кансерватыўна-хрысціянская партыя БНФ	294	10	=(8)
Грамадзянская кампанія "Наш дом"	233	11	↑(12)
"Малады фронт"	160	12	↓(9)
Грамадскае аб'яднанне "За справядлівыя выбары"	45	13	=(13)
Кампанія "Народны рэферэндум"	1156	(652 у кастрычніку – снежні 2014 г.)	
Грамадзянскі альянс за справядлівыя і сумленныя выбары дзеля лепшага жыцця "Талака"	180	(142 у кастрычніку – снежні 2014 г.)	

На дынаміцы набірвання колькаснага індэкса АГП перадусім моцна адбілася распачатае 6 студзеня абмеркаванне стварэння ініцыятыўнай групы, каб вылучыць Міколу Статкевіча "сімвалічным" кандыдатам на пасаду прэзідэнта. Другі чыннік, які істотна паўплываў на дынаміку індэкса АГП, – гэта выклік Анатоля Лябедзькі ў суд за ўдзел у пікеце ў падтрымку Charlie Hebdo.

Для ўсіх палітычных сіл – лідараў рэйтыngu значнай падзеяй з гледзішча набірвання колькаснага індэкса стаўся прыезд у Беларусь 25 лютага прадстаўнікоў ЕС, Еўрапарламента і ПАСЕ. Таксама на колькасныя паказнікі шмат якіх палітычных сіл, і перадусім партыі БНФ, традыцыйна паўплывала правядзеньне Дня Волі – да 25 сакавіка назіраўся "скачок" у набірванні індэкса.

Графік 1. Набірванне індэкса агульнай прысутнасці (палітычныя сілы)



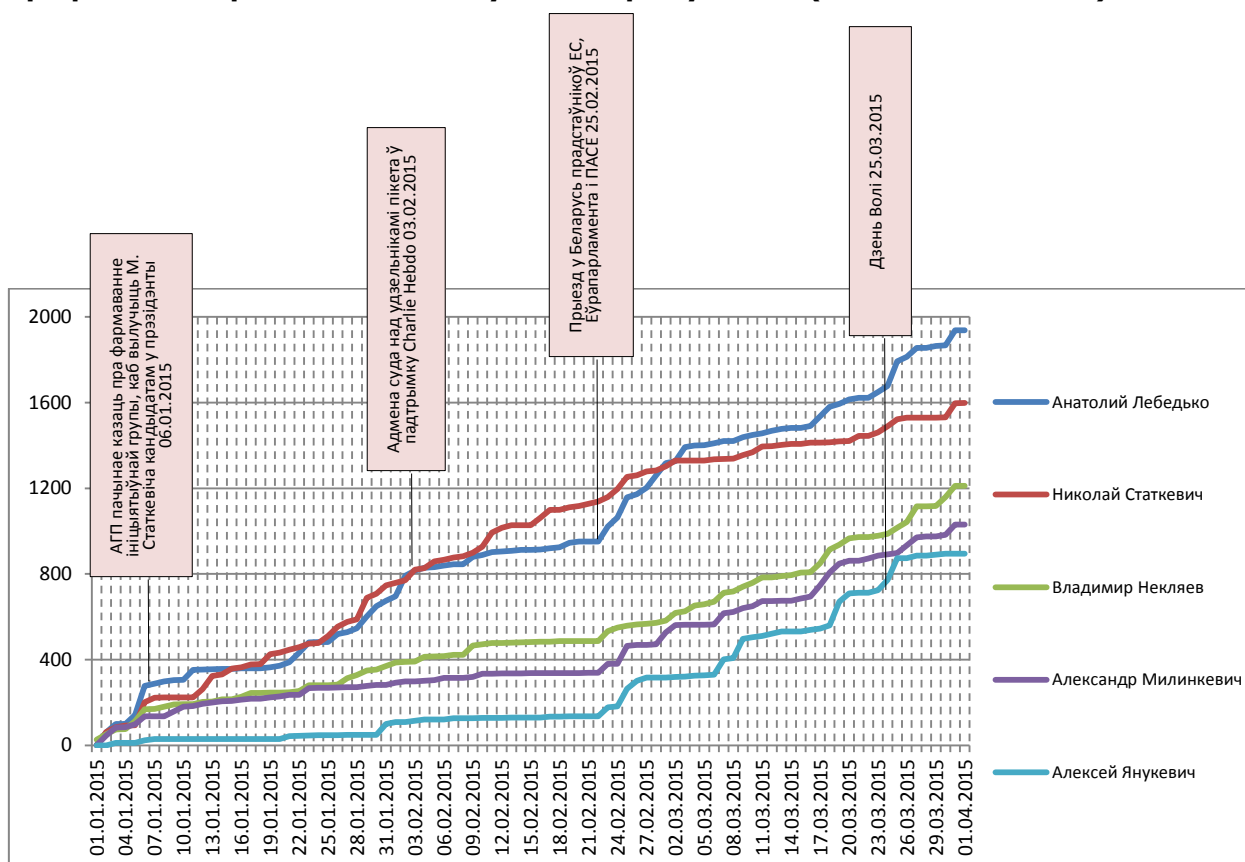
Абмеркаванне тэмы выбараў шмат у чым вызначыла структуру сферы палітычнай камунікацыі, таму ў першым квартале 2015 г. рэйтынг асобных палітыкаў падпарадкоўваўся тым самым заканамернасцям, што і рэйтынг палітычных сіл. Да пачатку перадвыбарчага перыяду рэйтынг асобных палітыкаў залежаў ад сітуацыйных чыннікаў і быў значна менш устойлівы за рэйтынг палітычных сіл. У рэйтыngu асобных палітыкаў можна вылучыць дзве групы, якія выразна адрозніваюцца паводле колькасных паказнікаў. Першая – гэта лідары, А. Лябедзька і М. Станкевіч, якія абодва разглядаюцца як прэтэндэнты на прэзідэнцкі пост. Далей ідуць палітыкі – прадстаўнікі палітычных сіл у складзе кааліцыі "Народны рэфэрэндум": Уладзімір Някляеў, Аляксандр Мілінкевіч і Аляксей Янукевіч. Што да Аляксандра Мілінкевіча, на ягоны колькасны індэкс, адрозна ад індэкса руху "За Свабоду", істотна паўплывала вылучэнне на пасаду рэктара ЕГУ. Выбары рэктара дадалі яму 46 згадак і 230 пунктаў індэкса. Калі выключыць гэты складнік, Аляксандр Мілінкевіч саступіў бы Аляксею Янукевічу і заняў бы 5-е месца.

Табліца 2. Агульная прысутнасць асобных палітыкаў у інфармацыйнай прасторы

Палітыкі	Агульны індэкс	Пазіцыя ў рэйтынгу	Пазіцыя ў рэйтынгу ў кастрычніку – снежні 2014 г.
Анатоль Лябедзька	1938	1	↑ (2)
Мікола Статкевіч	1598	2	↑ (3)
Уладзімір Някляеў	1212	3	↓ (1)
Аляксандр Мілінкевіч	1030	4	↑(6)
Аляксей Янукевіч	894	5	=(5)
Павал Севярынец	556	6	↓(4)
Рыгор Кастусёў	520	7	↑(14)
Леў Марголін	464	8	↑(16)
Станіслаў Шушкевіч	414	9	↑ (11)
Андрэй Дзмітрыеў	384	10	↑ (9)
Віталь Рымашэўскі	382	11	↑ (13)
Сяргей Калякін	354	12	↓ (10)
Ірына Вештард	332	13	↑ (17)
Юрась Губарэвіч	330	14	↓ (7)
Андрэй Саннікаў	307	15	↓(12)
Зянон Пазыняк	269	16	↓ (15)
Зміцер Дашкевіч	269	17	↓ (8)
Ігар Маслоўскі	225	19	= (19)
Сяргей Гайдукевіч	213	20	↓ (18)
Вольга Карач	172	21	↓ (20)
Віктар Карняенка	154	22	↓ (21)
Алег Гайдукевіч	114	23	↓ (22)

Дынаміка набірання колькаснага індэкса таксама дазваляе заўважыць, што на паведамленні асобных палітыкаў уплываюць тыя ж самыя падзеі, што і на паведамленні палітычных сіл. У выпадку Анатоля Лебедзькі гэта вылучэнне Міколы Статкевіча і пікет у падтрымку Charlie Hebdo, а для ўсіх астатніх палітыкаў – лідараў рэйтыngu, апроч Міколы Статкевіча, – прыезд еўрапейскіх палітыкаў і правядзенне Дня Волі.

Графік 2. Набіранне індэкса агульнай прысутнасці (асобныя палітыкі)



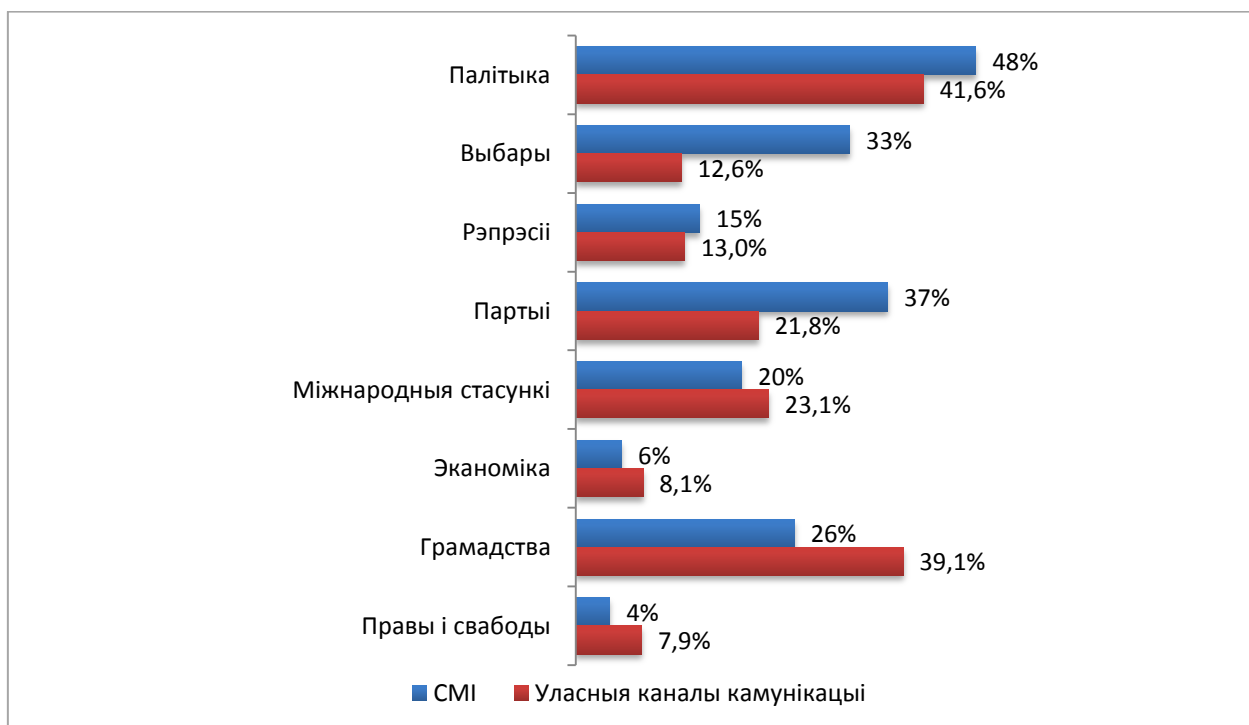
Захоўваецца структура тэм паведамленняў, сфармаваная пачаткам выбарчага цыклу напрыканцы 2014 г. Па-ранейшаму першыя месцы займаюць тэмы, датычныя палітыкі, дзейнасці палітычных партый, жыцця грамадства і выбараў. Значнае адрозненне ў тым, што міжнародныя дачыненні згадваюцца ў 21% выпадкаў, між тым як у папярэднім квартале – толькі ў 12%. Актывізацыя сувязяў беларускіх палітыкаў з замежнымі палітыкамі і інстытутамі таксама ўскосна сведчыць пра разгортванне выбарчай кампаніі. Паступова расце доля паведамленняў на эканамічныя тэмы. Гэта станоўчая тэндэнцыя, бо названая праблематыка можа мець найбольшую цікавасць для аўдыторыі.

Графік 3. Тэмы паведамленняў



Паведамленні сродкаў масавай інфармацыі ў большай ступені датычаць выбараў і ўзаемадзеяння палітычных партый. Паведамленні на ўласных каналах палітычных сіл больш звязаныя з тэмамі, цікавымі для насельніцтва, як, напрыклад, грамадства і эканоміка. Каб забяспечыць сабе шырэйшую падтрымку электарату, палітычныя сілы мусяць больш засяроджвацца на яго інтарэсах і менш – на ўзаемадачыненнях палітычных сіл і на працэдурі вылучэння кандыдатаў.

Графік 4. Тэмы паведамленняў паводле тыпу каналаў камунікацыі



Адна з заканамернасцяў сферы палітычнай камунікацыі палягае ў тым, што яе якасныя характарыстыкі зніжаюцца пры павелічэнні колькасці згадак. Прычына ў тым, што рост ліку палітычных паведамленняў найчасцей выклікаецца падвышанай цікавасцю СМІ да той ці іншай праблемы. У выніку ўзрастае колькасць каментарыяў і агульных разваг, зніжаецца разнастайнасць падзей і прадстаўніцтва палітычных сіл. У першым квартале 2015 г. назіраецца зніжэнне якасных характарыстык паведамленняў, нягледзячы нават на тое, што іх колькасць практычна не расце. Пагаршэнне якасці перадусім выяўляецца у скарачэнні долі асвятлення практычнай дзейнасці. У папярэднім квартале яна вагалася паміж 36% і 29%, а ў студзені – сакавіку 2015 г. не перавысіла 26%. З тыпаў практычнай дзейнасці расце доля сустрэч з замежнымі палітыкамі – ад 12% да 22%. Рост долі публічных акцый ад 9% да 20% звязаны з правядзеннем традыцыйнага Дня Волі 25 сакавіка. Аднак доля рэалізацыі палітыкі – аkurat тое, што магло б прывабіць электарат, – скарачаецца з 13% да 8%. У дадатак да зніжэння долі асвятлення практычнай дзейнасці характар саміх паведамленняў робіцца менш “ініцыятыўным” – доля “ініцыятыўных” паведамленняў скарачаецца з 33% да 24%.

Як традыцыйна бывае падчас прэзідэнцкіх выбараў, менш збалансаваным робіцца і ўзровень асвятлення падзей: доля рэгіянальных паведамленняў скарачаецца ад 15% да 10%. Між тым ад 6% да 10% расце доля падзей міжнароднага ўзроўню ў звязку ў тым, што перад выбарамі актывізуецца кантакты з замежнымі палітыкамі.

Графік 5. Суаднесенасць паміж практычнай дзейнасцю і палітычнай камунікацыяй

