

Политический медиабарометр BISS: качеством, но не количеством

(июль-сентябрь 2014 г.)

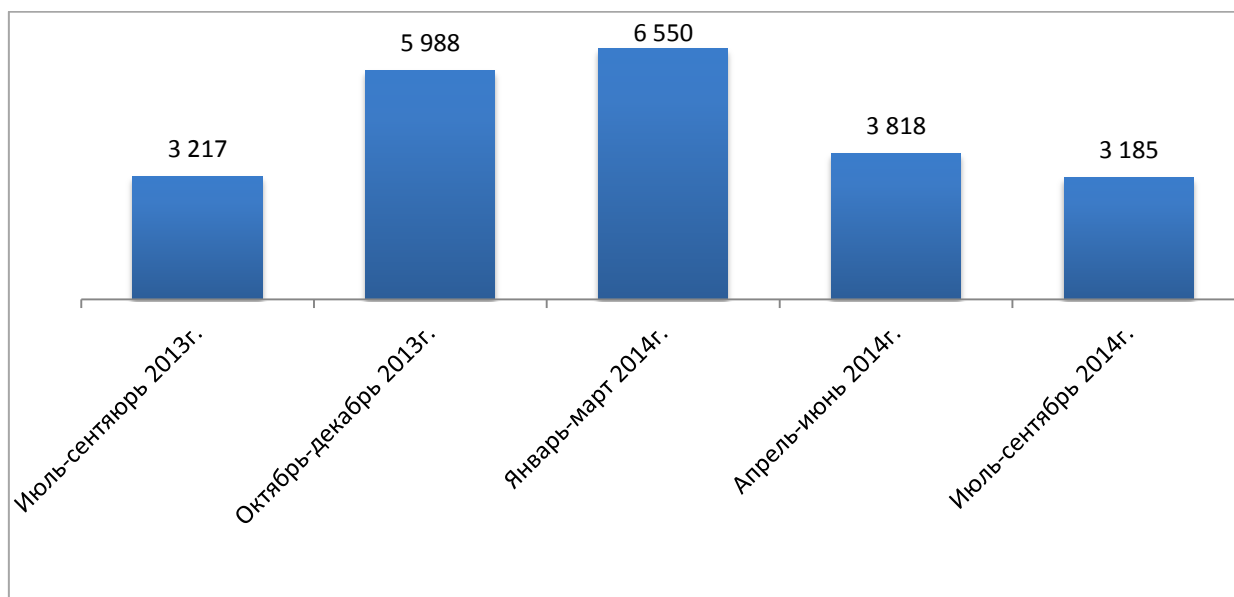
BISS представляет основные результаты исследования «Политический медиабарометр BISS» за июль-сентябрь 2014 г. В нем проанализированы количественные и качественные характеристики «поля коммуникаций» независимых политических сил, а также сделаны выводы о главных факторах, повлиявших на его структуру.

Основные особенности поля политических коммуникаций в третьем квартале:

- Количественные показатели коммуникаций продолжают снижение, опустившись ниже уровня и прошлого периода (апрель-июнь 2014г.), и соответствующего периода 2013 года.
- Качественные характеристики коммуникаций (разнообразие представителей, освещение событий регионального уровня, освещение оффлайн-активностей) политических сил в целом улучшаются во многом благодаря мероприятиям в рамках кампании «Народный референдум».
- Обсуждение единого кандидата на выборах-2015 во многом определяет коммуникационное поле в целом и в равной степени влияет на представленность основных политических сил. В целом рейтинг лидирующих политических сил остается неизменным во многом потому, что на количество упоминаний каждой из них в СМИ практически в равной степени влияет общая дискуссия на важные для всех политических сил темы.

Для политических коммуникаций период с июля по сентябрь традиционно характеризуется низкой активностью. Объемы политических коммуникаций продолжают сокращаться, в результате чего количество проанализированных упоминаний составило 3 185, что оказалось даже ниже объемов коммуникаций в июле-сентябре 2013 г., когда количество упоминаний составило 3 217. На этом фоне становится все более очевидно, что рост объемов коммуникаций в октябре 2013 г. — марте 2014 г. объясняется за счет выборов в местные Советы, которые состоялись в 23 марта 2014 г., а поле политических коммуникаций в целом продолжает повторять динамику электорального цикла. Предстоящие выборы президента в 2015 г. пока не влияют на объемы коммуникаций, хотя тематика сообщений часто определяется предстоящими выборами.

График 1. Общее количество упоминаний политических сил и политиков



Самой важной особенностью количественного индекса политических сил в третьем квартале является то, что структура рейтинга упоминаний сохраняется практически неизменной. Топ-5 политических сил остается на своих позициях.

На фоне общего сокращения поля политических коммуникаций кампания «Народный референдум» демонстрирует существенный рост: количественный индекс увеличивается в полтора раза — с 344 до 512 пунктов. Это сказалось и на коммуникациях сил-участников: например, с 8 на 6 место поднялась Белорусская социал-демократическая партия (Грамада). По объему коммуникаций «Народный референдум» приближается к топ-5 политических сил, что можно считать серьезным успехом для кампании, организованной немногим более года назад.

Также заметно улучшилась позиция Белорусской партии левых «Справедливый мир». Прежде всего, это связано с ролью лидера партии в обсуждении выдвижения единого кандидата от оппозиции, а также с освещением планов по организации Конгресса левых демократических сил.

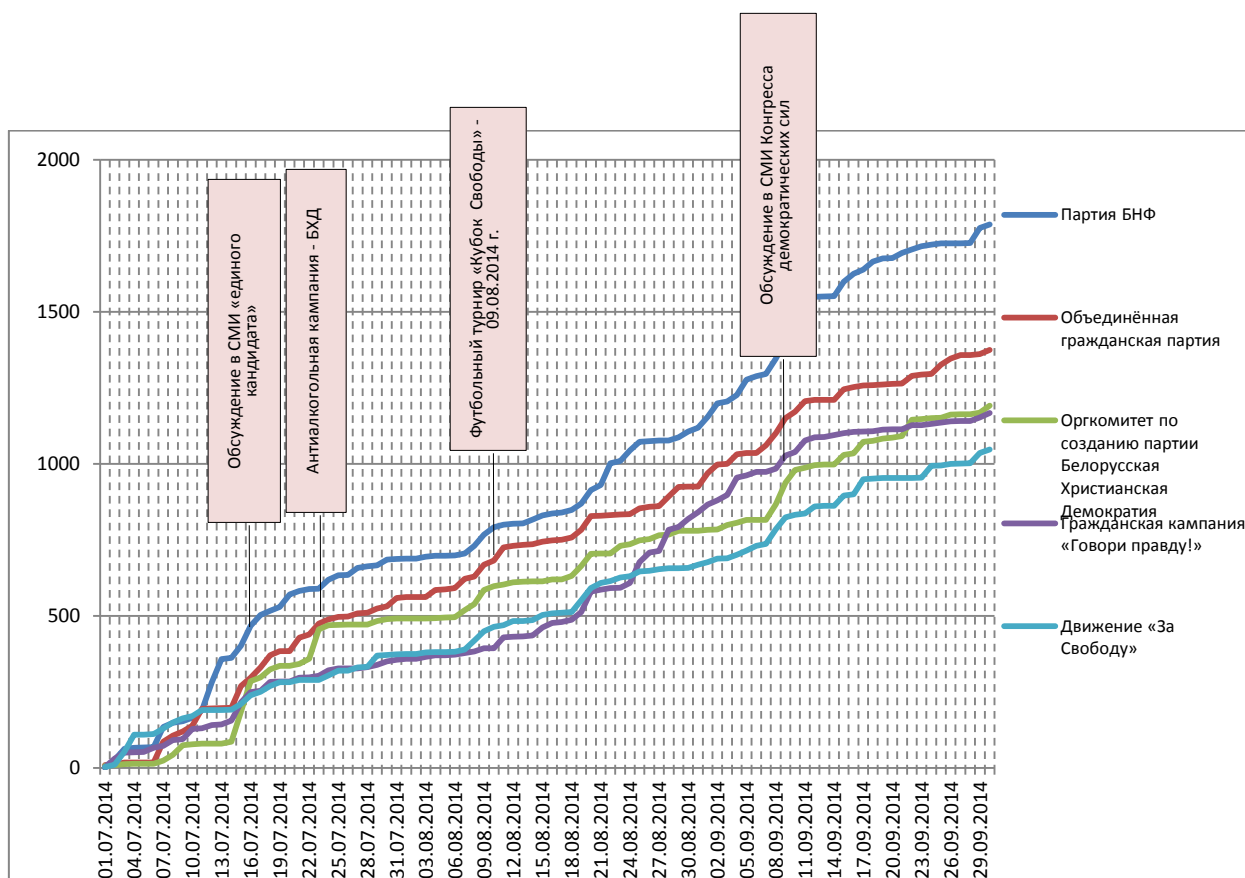
Происходит заметное снижение в рейтинге «Молодого фронта». Нехарактерный рост в предыдущем квартале был связан с тем, что активисты движения подвергались репрессиям, и средства массовой информации активно освещали эти события. Тема репрессий является значимым фактором для привлечения внимания СМИ, однако его действие кратковременно.

Таблица 1. Общая представленность политических сил в информационном пространстве

Политическая сила	Индекс общего присутствия	Позиция в рейтинге	Позиция в рейтинге в апреле-июне 2014 г.
Партия БНФ	1788	1	=(1)
Объединенная гражданская партия	1375	2	=(2)
Оргкомитет по созданию партии Белорусская Христианская Демократия	1192	3	=(3)
Гражданская кампания «Говори правду!»	1168	4	=(4)
Движение «За Свободу»	1047	5	=(5)
Белорусская социал-демократическая партия (Грамада)	513	6	↑(8)
Белорусская партия левых «Справедливый мир»	426	7	↑(10)
Либерально-демократическая партия	413	8	↑(9)
«Молодой фронт»	409	9	↓(6)
Гражданская кампания «Европейская Беларусь»	346	10	↓(7)
Консервативно-христианская партия БНФ	119	11	=(11)
Гражданская кампания «Наш дом»	70	12	=(12)
Общественное объединение «За справедливые выборы»	10	13	=(13)
Кампания «Народный референдум»	512	(344 в апреле-июне 2014 г.)	
Гражданский альянс за справедливые и честные выборы для лучшей жизни «Талака»	26	(109 в апреле-июне 2014 г.)	

Причина устойчивой структуры топа рейтинга становится понятной, если сравнить динамику накопления количественного индекса коммуникаций политических сил-лидеров. С приближением выборов-2015 возобновляются дискуссии относительно выдвижения единого кандидата от оппозиции с участием основных политических сил. Таким образом, обсуждение этой темы влияет на представленность в СМИ всех участников дискуссии в равной степени в одни и те же периоды. Первая фаза активного обсуждения приходится на вторую половину июля 2014 г., вторая фаза относится к первой половине сентября, когда в СМИ началось обсуждение Конгресса демократических сил. На эти два периода приходятся наиболее активные фазы накопления количественного индекса у партий БНФ, ОГП и БХД. Кроме обсуждения темы единого кандидата, общим для этих политических сил стало освещение футбольного турнира памяти Геннадия Карпенко, прошедшего 9 августа 2014 г.

График 2. Накопление индекса общей представленности (политические силы)



Рейтинг индивидуальных политиков, в отличие от рейтинга политических организаций, претерпел значительные изменения. В целом он является значительно менее стабильным, чем рейтинг политических сил. Это может свидетельствовать о наличии различных коммуникационных политик у политических организаций и их лидеров.

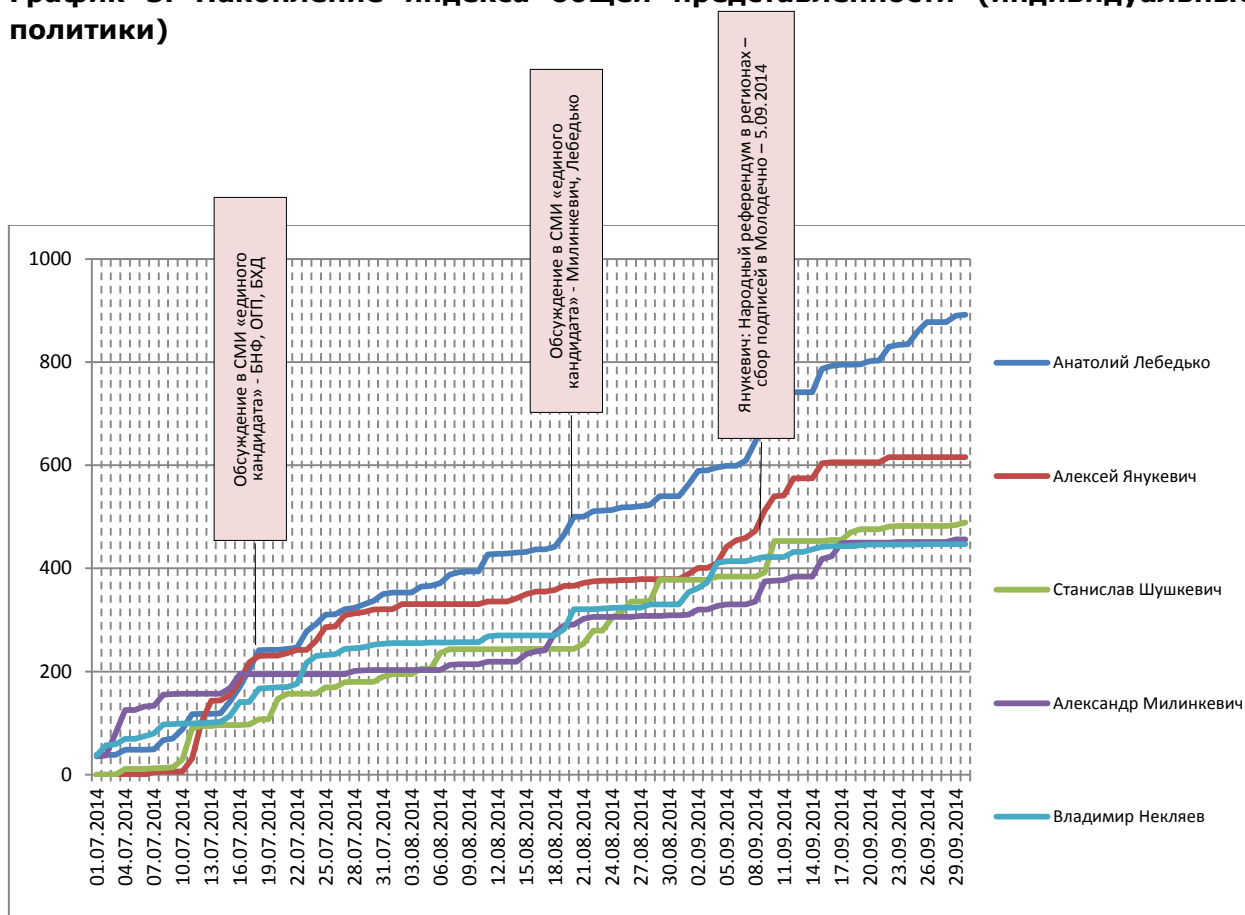
По сравнению с предыдущим кварталом, значительно снизилась позиция Дмитрия Дашкевича — он переместился с 1-го на 6-е место. Его лидерство в прошлом квартале определялось в основном преследованиями активистов «Молодого фронта», что также отразилось на рейтинге организации, однако в меньшей степени.

Значимой тенденцией для рассматриваемого периода является то, что среди политиков-лидеров рейтинга фигурируют те, кто активно не участвует в оппозиционной деятельности. Станислав Шушкевич продолжает продвижение вверх и в третьем квартале 2014 г. поднялся с 6-й позиции на 3-ю. В первую очередь это связано с упоминаниями о нем и комментариями относительно 20-летия правления А. Лукашенко и 23-летия независимости Беларуси. Николай Статкевич поднимается с 9-й позиции на 6-ю, такой этот рост обеспечивается за счет активного обсуждения его фигуры как единого кандидата на выборах. Этим объясняется также и рост позиции Александра Милинкевича (с 8-й на 4-ю).

Таблица 2. Общая представленность индивидуальных политиков в информационном пространстве

Политик	Количество упоминаний	Позиция в рейтинге	Позиция в рейтинге в апреле-июне 2014 г.
Анатолий Лебедько	247	1	↑(2)
Алексей Янукевич	141	2	↑(4)
Станислав Шушкевич	71	3	↑(6)
Александр Милинкевич	109	4	↑(8)
Владимир Некляев	114	5	↓(3)
Николай Статкевич	127	6	↑(9)
Павел Северинец	95	7	↓(5)
Андрей Дмитриев	111	8	↓(7)
Зенон Позняк	83	9	↑(10)
Дмитрий Дашкевич	52	10	↓(1)
Сергей Калякин	50	11	↑(18)
Андрей Санников	37	12	↑(13)
Юрий Губаревич	90	13	↑(14)
Григорий Костусев	54	14	↑(15)
Сергей Гайдукевич	31	15	↑(17)
Олег Гайдукевич	31	16	=(16)
Лев Марголин	63	17	↓(12)
Виталий Рымашевский	22	18	↓(11)
Виктор Корнеенко	26	19	↑(21)
Ирина Вештард	18	20	=(20)
Ольга Карач	20	21	↓(19)

График 3. Накопление индекса общей представленности (индивидуальные политики)

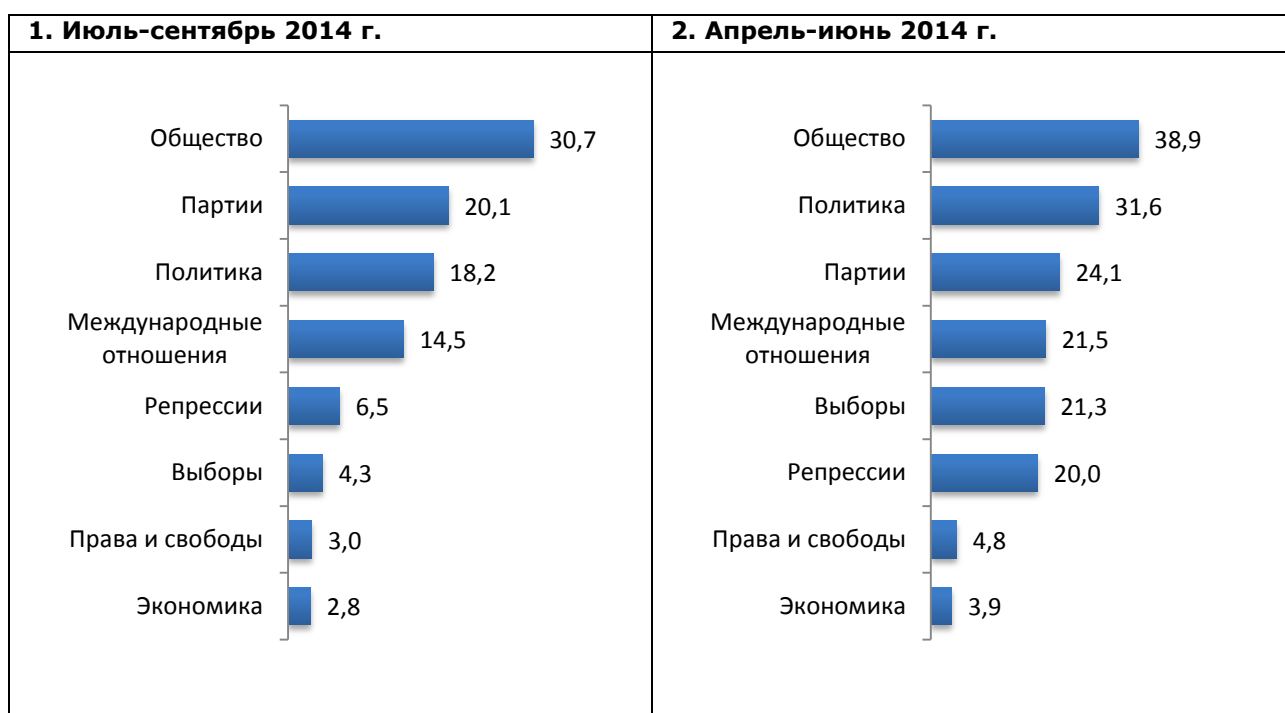


Важно отметить, что объемы публикаций с упоминанием той или иной политической силы во многом зависят от редакционных политик СМИ и степени сотрудничества между конкретными СМИ и политическими силами. Анализ структуры освещения политических сил основными медиа позволяет выделить эти закономерности и взаимосвязи. Результаты этого анализа для периода после выборов (апрель-сентябрь 2014 г.) будут представлены в полном тексте «Политического медиабарометра BISS», и далее такой анализ станет регулярным разделом в отчете.

В целом распределение тематики высказываний остается прежним. Лидируют темы, связанные с обществом, далее следует обсуждение внутривнутриполитического процесса и политических партий. По сравнению с предыдущим кварталом, сократилось упоминание репрессий. Однако еще реже упоминалась экономика, ее представленность сократилась с 3,9% до 2,8%.

Детализация тем высказываний показывает, что по-прежнему в топе находится обсуждение единого кандидата. Значительно чаще стал упоминаться «Народный референдум» — среди отдельных тем он вышел на третью позицию, увеличив свое присутствие с 5% до 12%. Благодаря работе в рамках кампании «Народный референдум» среди тем-лидеров появилась тема образования, заняв 5 место с 7% упоминаний.

График 3. Темы коммуникаций



Активность в рамках кампании «Народный референдум» во многом положительно сказалась на качественных характеристиках коммуникаций. Так, за счет «вкладов» участников кампании и БХД увеличилась доля представления офлайн-активностей политических сил в целом — в сентябре впервые за 2014 г. она достигла 34%. Вместе с этим с 24% до 35% выросла доля проактивных коммуникаций. Кроме того, увеличилось разнообразие представителей политических сил: доля региональных представителей выросла с 8% до 13%. Также возросла доля упоминания региональных событий с 10% до 18%. Улучшение качественных характеристик также стало возможно благодаря антиалкогольной кампании БХД, общественным слушаниям и сбору подписей в рамках кампании «Народный Референдум».

График 4. Корреляция между практической деятельностью и политическими коммуникациями

