

ОПИСАНИЕ МЕТОДОЛОГИИ

Политический медиабарометр BISS (июль-сентябрь 2014 г.)

1. Политические силы и политики, включенные в анализ

Политическая сила	Представители	Коалиции
Гражданская кампания «Говори правду!» (ГП)	1. В. Некляев 2. А. Дмитриев	Кампания «Народный референдум», Наблюдательная коалиция «За справедливые выборы»
Объединенная гражданская партия (ОГП)	3. А. Лебедько 4. Л. Марголин	Гражданский альянс за справедливые и честные выборы для лучшей жизни «Талака»
Партия БНФ	5. А. Янукевич 6. Г. Костусев	Кампания «Народный референдум», Наблюдательная коалиция «За справедливые выборы»
Движение «За Свободу»	7. А. Милинкевич 8. Ю. Губаревич	Кампания «Народный референдум», Наблюдательная коалиция «За справедливые выборы»
Оргкомитет по созданию партии Белорусская Христианская Демократия (БХД)	9. В. Рымашевский 10. П. Северинец	Наблюдательная коалиция «За справедливые выборы»
Гражданская кампания «Европейская Беларусь»	11. А. Санников	
Белорусская социал-демократическая партия (Грамада)	12. И. Вештард 13. И. Масловский	Кампания «Народный референдум», Наблюдательная коалиция «За справедливые выборы»
Либерально-демократическая партия	14. С. Гайдукевич 15. О. Гайдукевич	
Белорусская партия левых «Справедливый мир»	16. С. Калякин	Гражданский альянс за справедливые и честные выборы для лучшей жизни «Талака»
«Молодой фронт» (МФ)	17. Д. Дашкевич	
Консервативно-христианская партия БНФ (КХП-БНФ)	18. З. Позняк	
Гражданская кампания	19. О. Карач	
Общественное объединение «За справедливые выборы»	20. В. Корнеев	Гражданский альянс за справедливые и честные выборы для лучшей жизни «Талака»
Упоминания политических сил не отслеживаются	21. С. Шушкевич 22. Н. Статкевич ¹	

¹ В списке индивидуальных политиков вместо Марины Адамович анализируются коммуникации Николая Статкевича.

Кроме того, все организации были разделены на две группы. Группа организаций внутри страны включает политические силы, лидеры которых находятся и работают в Беларуси. «Молодой фронт», находившийся ранее в группе сил «вне страны» был перенесен в группу «внутри страны» благодаря активизации деятельности на территории Беларуси. Группа вне страны включает политические организации, зарегистрированные за рубежом, или те, лидеры которых действуют из-за рубежа («Европейская Беларусь», Консервативно-христианская партия БНФ).

2. Выборка

В качестве источников для оценки представления в СМИ используются следующие виды СМИ (**см. Приложение 1**):

1. Независимые белорусские онлайн-СМИ;
2. Независимая белорусская пресса;
3. Национальная государственная пресса;
4. Информационные порталы партий;
5. Учетные записи политических сил в Facebook;
6. Учетные записи политиков в Facebook (только те, которые используются для коммуникаций на актуальные темы).

Все новости, даже повторяемые различными источниками, попали в общую выборку, поскольку являются точками контакта с аудиторией, и были просуммированы для получения общего количества рейтинговых баллов. Этот принцип не применялся для ссылок на другие ресурсы или видео.

3. Методика расчетов индексов

Количественный индекс рассчитывается для каждой политической силы и отдельного политика в зависимости от размера аудитории ресурса (**см. Приложение 1**) и количества упоминаний в статьях данного ресурса (одна статья с любым количеством упоминаний имени считается как одно упоминание). Индекс состоит из трех компонентов:

1. Освещение в СМИ (онлайн-СМИ и пресса);
2. Собственные коммуникации (информационные порталы партий, учетные записи в Facebook);
3. Общее присутствие.

Охват аудитории измеряется как универсальный охват (согласно www.audience.by).

Возможное пересечение аудиторий каждого политика во внимание не принималось. Индекс сформирован в результате накопленных рейтинговых баллов в СМИ. Данный результат коррелирует с количеством контактов с аудиторией. Эти контакты могут относиться к разным людям (в случае не пересекающихся аудиторий) и отражать широту воздействия, а могут относиться к одним и тем же людям (в случае пересекающихся аудиторий) и отражать интенсивность воздействия (повторное сообщение обеспечивает лучшую запоминаемость, усиливая эффект присутствия).

Для расчета индекса используется регрессивно пропорциональное значение для охвата аудитории, когда минимальный охват принимается за 1%, а максимальный – за 40%. Принцип регрессивной пропорциональности используется из-за низкого проникновения независимых медиа. Использование в индексе прямой пропорции приведет к незначительным показателям и будет угрозой получения результатов, близких к нулю. Принцип сглаживания различий между охватами аудитории позволит получать сопоставимые индексы. Охват аудитории индивидуальных ресурсов также принимается за 1%. Общий индекс представленности в медиа включает представленность в СМИ (онлайн-медиа и пресса) и собственные

коммуникации (сайты политических партий, аффилированные информационные порталы, учетные записи в Facebook с публикациями на релевантные темы).

Таким образом, количественный индекс дополняется контент-анализом СМИ, упоминающими каждого политика и/или политическую силу. Благодаря этому анализируются темы, жанры и типы представления.

Для сравнения политиков по типу упоминания и диапазону обсуждаемых тем используется сравнительный **качественный индекс**. Качественный индекс состоит из трех дополнительных индексов:

- *Экспертиза* (включает упоминания в СМИ в качестве эксперта, комментатора или автора аналитических материалов);
- *Инициатива* (включает упоминания в СМИ, где политики представляют новые программы, проекты или тактику/стратегию деятельности);
- *Действие* (на основе деятельности, представленной в СМИ в течение оцениваемого периода).

Качественный индекс показывает долю упоминаний определенного политика во всем объеме новостей по каждому из трех направлений (опыт, политический процесс, политическая / активистская инициатива, политическое действие) и баланс упоминаемых тем. Требование по сбалансированности тем актуально для Беларуси, поскольку отсутствие инициатив и проектов по направлениям, актуальным для интересов электората, является слабым местом политических сил. Каждая тема имеет одинаковый вес для значений дополнительных индексов.

4. Таблица контент-анализа

	Категория	Значение
1	Дата	
2	Тип источника	1. Независимые белорусские онлайн-СМИ 2. Независимая белорусская пресса 3. Национальная государственная пресса 4. Информационные порталы партий 5. Учетные записи политических сил в Facebook 6. Учетные записи политиков в Facebook
3	Название источника	
4	Охват аудитории	
5	Связь	
6	Политик	
7	Пол	1. мужской 2. женский
8	Тип представительства политической силы	1. Лидер 2. Один из лидеров / член руководства 3. Региональный лидер 4. Обычный участник 5. Обычный участник на уровне региона 6. Не представитель 7. Другое
7	Представленная политическая сила	
8	Тип политической силы	1. Политическая партия 2. Движение 3. Коалиция 4. Партия как член коалиции 5. Другое
9	Жанр	
10	Язык ²	
11	Роль политика	1. Главный персонаж 2. Один из главных персонажей 3. Рядовой персонаж 4. Основной эксперт, комментатор 5. Один из экспертов, комментаторов

²Язык статей при двуязычной поддержке определяется как язык сайта, используемый по умолчанию.

		6. Другое
12	Оценка политика	1. Позитивная 2. Негативная 3. Нейтральная 4. Нет оценки (в случае, если политик сам является автором материала)
13	Оценка политической силы	1. Позитивная 2. Негативная 3. Нейтральная 4. Нет оценки (в случае, если политик не представляет данную политическую силу)
14	Тип упоминания	1. Участник событий 2. Комментатор событий 3. Экспертная оценка 4. Общие рассуждения 5. Новый проект, инициатива 6. Новая стратегия 7. Простое упоминание 8. Другое
15	Активность	1. Проактивная 2. Реактивная 3. Пассивная
16	Уровень событий	1. Международный 2. Национальный 3. Региональный 4. Персональный
17	Тема	
18	Корреляция с офлайн-деятельностью	
20	Конкретное событие	
19	Тип офлайн-деятельности	1. Встреча с электоратом 2. Круглый стол, обсуждение с другими представителями оппозиции 3. Партийное собрание 4. Пресс-конференция 5. Поездка за рубеж 6. Встреча с иностранными политиками 7. Заявление 8. Обращение 9. Публичное мероприятие 10. Реализация политики 11. Другое
20	Направление деятельности	1. Выборы 2. Внутренняя 3. Внешняя 4. СМИ 5. Собственные коммуникации 6. Нет деятельности

Проактивная форма коммуникации в СМИ предполагает то, что политики сами выступают с информационным поводом, являются инициаторами сообщения. **Реактивная форма** указывает на то, что политики упоминаются в связи с событиями, происходящими не по их инициативе, реагируют на события. **Пассивная форма** – политики освещаются СМИ по инициативе СМИ, медиа определяют информационный повод самостоятельно.

Тип **офлайн-деятельности** включает типы деятельности, инициированной политиками (не включает деятельности, инициированной СМИ – например, интервью, комментарии, участие в теле- и радиопрограммах в качестве эксперта и пр.)

5. Использование интернета (городское население, 18-64 года)

Как часто вы пользуетесь интернетом? (Источник информации – результаты омнибуса МАСМИ, 2012 г.)	Количество	%
Я не пользуюсь интернетом, и у меня нет подключения	251	25,10%
Я не пользуюсь интернетом, но у меня есть подключение	117	11,70%
Каждый день	446	44,60%
3-5 раз в неделю	69	6,90%
1-2 раза в неделю	82	8,20%
1-3 раза в месяц	25	2,50%
Менее одного раза в месяц	10	1,00%
Всего	1000	100,00%

6. Охват аудитории

	Аудитория	Коэффициент
Независимые белорусские онлайн-СМИ (охват аудитории в процентах: источник информации – исследование gemiusAudience 10-12/2013)		
belaruspartisan.org	-	5
charter97.org	6,8%	10
ej.by	1,9%	5
euroradio.fm	2,2%	5
gazetaby.com	0,9%	1
naviny.by	5,0%	10
news.tut.by	19,9%	25
svaboda.org	-	5
nn.by	2,0%	5
zautra.by	-	1
Независимая белорусская пресса (тираж)		
«Наша ніва»	7000	1
«Белгазета»	20500	1
«Народная воля»	27700	1
«Белорусы и рынок»	14000	1
Национальная государственная пресса (тираж)		
«Беларусь сегодня»	400100	1
«Республика»	40000	1
«Звезда»	34200	1
«Народная газета»	30000	1
Информационные порталы партий		
ucrb.org	-	1
camarade.biz	-	1
narodny.org	-	1
bchd.info	-	1
zapraudu.info	-	1
europeanbelarus.org	-	1
statkevich.org	-	1

mfront.net	-	1
bsdп.org	-	1
narodnaja-partyja.org	-	1
рyх.by	-	1
ldpb.net	-	1
nash-dom.info	-	1
referendumby.org		
Учетные записи политических сил в Facebook (количество подписчиков)		
ОГП facebook.com/unitedcivilparty	832	1
«Справедливый мир» facebook.com/groups/ck.smir/	619	1
Партия БНФ facebook.com/ Partyja.BNF	874	1
«Говори правду!» facebook.com/Pravdaby	1 208	1
«Молодой фронт» facebook.com/mfront.net	656	1
Белорусская социал-демократическая партия (Грамада): facebook.com/groups/188572061239525	2022	1
Движение «За Свободу» facebook.com/groups/ruch.za.svabodu/	860	1
Народный референдум facebook.com/NarodnyReferendum	578	1
Гражданская кампания «Наш дом» facebook.com/Nash.Dom.Belarus	402	1
Оргкомитет по созданию партии Белорусская Христианская Демократия (БХД) facebook.com/groups/bchd.info	694	1
Учетные записи политиков в Facebook (количество подписчиков)		
Дмитриев facebook.com/Belarusian	4 357	1
Некляев facebook.com/uladzimir.niakliaeu	2 320	
Рымашевский facebook.com/rymasheuski		1
Лебедько facebook.com/profile.php?id=100001776806548	3 556	1
Калякин facebook.com/kaseiv.smir	-	1
Янукевич facebook.com/alaksej.janukevich	1 031	1
Костусев facebook.com/rkastusiou	2 096	1
Губаревич facebook.com/yury.hubarevich	1 723	1
Санников facebook.com/andrei.sannikov.1	3 343	1
Адамович: facebook.com/marina.adamovich.3	1 329	1
Дашкевич (Положанко) facebook.com/nasta.dashkevich	4 064	1

Позняк facebook.com/ZyanonPaznyak	454	1
Карач facebook.com/olga.karatch	4 997	1