СПЕЦИФИКАЦИЯ ИССЛЕДОВАНИЯ
ПО ИЗУЧЕНИЮ АУДИТОРИИ ТЕЛЕПРОГРАММ
В РЕСПУБЛИКЕ БЕЛАРУСЬ

с 1 января 2026 г.

ОГЛАВЛЕНИЕ

1. ОБЩАЯ ИНФОРМАЦИЯ О ПРОЕКТЕ 4

2. УСТАНОВОЧНОЕ ИССЛЕДОВАНИЕ 6

2.1 Дизайн выборки Установочного Исследования 7

2.2 Форма отчета по результатам проведения Установочного Исследования 8

2.3 Контрольные параметры и панельная матрица 8

3. ПАНЕЛЬНОЕ ИССЛЕДОВАНИЕ 10

3.1 Выборочная совокупность 10

4. ТЕХНОЛОГИЯ ИЗМЕРЕНИЯ ТЕЛЕСМОТРЕНИЯ 11

4.1 Технологическое описание *PeopleMeter 5000* 11

4.2 Технология аудиоматчинга 12

5. СБОР, ОБРАБОТКА И КОНТРОЛЬ КАЧЕСТВА ДАННЫХ 13

5.1 Сбор данных 14

5.2 Контроль качества данных о телепросмотре 15

5.3 Агрегирование данных 22

5.4 Взвешивание данных 22

5.5 Ежемесячная отчетность по работе системы измерения 24

6. МЕТОДИКА ОТБОРА ТЕЛЕПРОГРАММ ДЛЯ ИЗУЧЕНИЯ 24

6.1 Алгоритм отбора телепрограмм для изучения аудитории 24

6.2 Перечень и категории изучаемых телепрограмм в расширенной системе. Расчет доли телепрограммы 24

6.3 Периодичность корректировки телепрограмм 25

6.4 Исключение телепрограмм из исследования 25

7. МОНИТОРИНГ ТЕЛЕВИЗИОННЫХ ПРОГРАММ 25

7.1 Уровень эфирного события 26

7.2 Телепередачи 27

7.2.1 Название телепередачи 27

Язык названия телепередачи 28

Пунктуация в названиях телепередач 29

Название кинофильмов 29

Название телевизионных сериалов и многосерийных фильмов 30

Название мультипликационных фильмов и сериалов 31

Название новостных и утренних передач 31

Документальные фильмы и сериалы 32

Название спортивных трансляций 33

Название концертов, фестивалей и других культурно-зрелищных передач 34

Название передач других жанров 35

Передачи с одинаковым названием 36
7.2.2 Жанр и категория телепередачи 36
7.2.3 Язык трансляции телепередачи 37
7.2.4 Возрастные ограничения 37
7.2.5 Страна производства 37
7.3 Анонс 38
7.4 Заставка 38
7.5 Межпрограммный ролик 38
7.6 Служебное событие 38
7.7 Рекламный ролик 39
7.8 Графическое изображение рекламного характера 41
7.9 Расчет стоимости рекламы 41
8. ФОРМА И СРОКИ ПРЕДОСТАВЛЕНИЯ ИНФОРМАЦИИ 42

1. ОБЩАЯ ИНФОРМАЦИЯ О ПРОЕКТЕ

Основной целью проекта является создание системы измерения аудитории телевидения, соответствующей международным стандартам, для регулярного (ежедневного) получения информации об аудитории телепрограмм **среди городского населения Республики Беларусь.**

Основное назначение системы измерения аудитории заключается в предоставлении информации необходимой:

Вещателям

для повышения эффективности расходования средств на формирование программных сеток и привлечение аудитории;

для анализа и построения программных сеток, включая анализ программных сеток конкурентов;

для построения эффективной системы продаж рекламного времени/аудитории телепрограмм.

Рекламодателям и рекламным агентствам

для повышения эффективности расходования средств на приобретение рекламного времени/размещения рекламы;

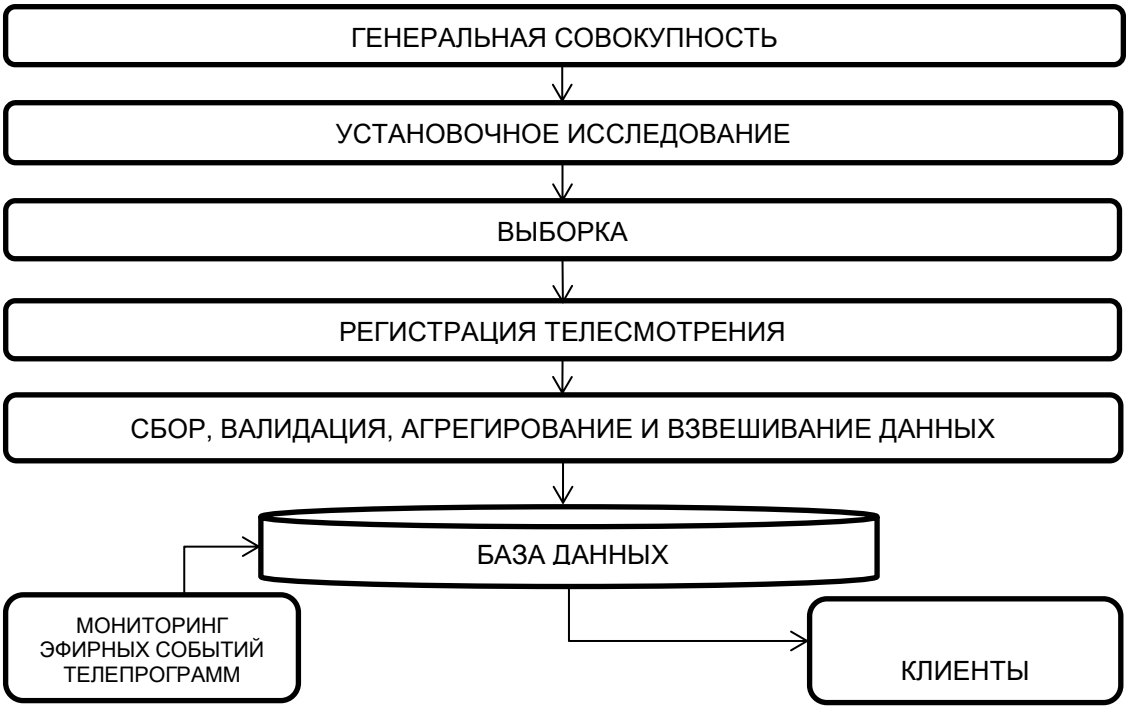
для стандартизации планирования и распределения бюджетов между телепрограммами.

Государственным органам

для оценки эффективности затрат на развитие и поддержку телепрограмм;

для оценки эффективности государственной информационной политики.

Этапы реализации проекта структурно отражены на следующей схеме:



Генеральной совокупностью измерительной системы является городское население, постоянно проживающее на территории Республики Беларусь, в возрасте от 4 лет и старше.

Согласно данным Национального статистического комитета Республики Беларусь на 01.01.2025 г.

общая численность городского населения составляет 7 182,7 тысячи человек;

общая численность городского населения в возрасте от 4-х лет и старше составляет 6 965,7 тысяча человек;

общее количество городов и городских поселков составляет 200.

Для получения отсутствующей в официальных источниках статистической информации о распределении в Генеральной совокупности характеристик, необходимых для определения контрольных параметров и формирования панельной матрицы, проводятся Установочные Исследования.

Информация о телесмотрении собирается измерительной системой с помощью специальных приборов – пиплметров модели PeopleMeter 5000, которые устанавливаются в домохозяйствах панельной выборки на каждый используемый телевизор. С помощью пиплметра регистрируется просмотр телеканалов и другого контента на телевизоре с точностью до секунды (просмотр интернет-вещания и другое). Кроме телепросмотра, прибор позволяет регистрировать использование видеоплееров / DVD, игровых приставок и других устройств, подключенных к телевизору. Регистрация игровых приставок производится для полного корректного сбора информации, однако в выходные данные не попадает.

Используемое оборудование также позволяет фиксировать отложенное телесмотрение с выделением его в отдельную категорию.

Типы измеряемого просмотра ТВ

Линейный просмотр (Live) – просмотр эфирного события в момент его выхода в телевизионный эфир на телеканале в режиме реального времени.

Отложенный просмотр (Playback) – это просмотр контента телеканала, происходящий со сдвигом во времени относительно его оригинальной трансляции на телеканале.

В рамках исследования измеряется только **отложенный просмотр в рамках одних эфирных суток** – просмотр контента телеканала после его первоначальной трансляции, но в течение тех же эфирных суток.

Линейный+Отложенный просмотр (Live+Playback) – объединение данных линейного и отложенного просмотра в рамках одних эфирных суток.

Под **эфирными сутками** понимаются сутки, в рамках которых вещают телеканалы и осуществляется мониторинг телеэфира. В исследовании телеаудитории, проводимом ЗАО «МедиаИзмеритель», эфирные сутки начинаются в 05:00 утра текущего дня и заканчиваются в 05:00 утра следующего дня (обозначаются как «05:00-29:00»).

В итоговые данные исследования включаются:

- линейный просмотр измеряемых телеканалов (с разделением на каждый отдельный телеканал);

- отложенный просмотр измеряемых телеканалов (с разделением на каждый отдельный телеканал в рамках одних эфирных суток);

- консолидированные данные линейного и отложенного просмотра телеканалов (с разделением на каждый отдельный телеканал);

- агрегированные данные линейного просмотра по другим измеряемым телеканалам («Другое измеряемое ТВ»);

- агрегированные данные отложенного просмотра по другим измеряемым телеканалам в рамках одних эфирных суток («Другое измеряемое ТВ»);

- консолидированные данные линейного и отложенного просмотра в рамках одних эфирных суток по другим измеряемым телеканалам («Другое измеряемое ТВ»);

- в категорию «Другое» входят: отложенный просмотр измеряемых телеканалов и других измеряемых телеканалов со вторых и далее эфирных суток; просмотр не измеряемых телеканалов; просмотр контента в сети Интернет на ТВ-приемнике.

Под **домохозяйством** понимается группа лиц, которые совместно проживают в жилом помещении и обеспечивают себя всем необходимым для жизни, ведут общее хозяйство, полностью или частично объединяя и расходуя свои средства. Домохозяйство может состоять из одного человека, который живет самостоятельно и обеспечивает себя всем необходимым для жизни. В одном жилом помещении может проживать более одного домохозяйства.

Пиплметр устанавливается только в том случае, если телевизор исправен и используется для просмотра телепередач в прямом эфире или в отложенном просмотре.

Размер панельной выборки[1] составит 550 домохозяйств, включая домохозяйства в активной выборке и находящиеся в технических статусах.

Репрезентативность панельной выборки обеспечивается при рекрутировании участников и ротации панели и поддерживается путем контроля соответствия выборки набору характеристик, определяющих зрительское поведение. Эти характеристики называются «контрольными параметрами» панели.

Панель отражает распределение характеристик, определяющих зрительское поведение в Генеральной совокупности по контрольным параметрам. Информация о контрольных параметрах может быть получена из двух источников:

(1) Национальный статистический комитет Республики Беларусь и

(2) Установочное Исследование.

2. УСТАНОВОЧНОЕ ИССЛЕДОВАНИЕ

Основными целями Установочного Исследования являются:

1 «Панельной выборкой» или «панелью» принято называть выборку, в которую респонденты отбираются для продолжительного участия в исследовании, при условии, что они будут соответствовать требованиям, предъявляемым к панели.

сбор данных о Генеральной совокупности, которые необходимы для определения контрольных параметров и формирования панельной выборки;

уточнение распределения Генеральной совокупности по контрольным параметрам панельной матрицы и параметрам взвешивания.

Дизайн Установочного Исследования обеспечивает выполнение им следующих основных функций:

регулярный сбор тех данных о Генеральной совокупности, которые необходимы для построения и эксплуатации системы, но отсутствуют в официальных данных Национального статистического комитета Республики Беларусь;

формирование базы адресов оптимального размера для реализации случайной выборки и рекрута домохозяйств в панель из числа респондентов Установочного Исследования, давших согласие на дальнейшее сотрудничество.

Установочное Исследование в 2026 году планируется с размером выборки в 3 800 респондентов для репрезентативности всего населения Республики Беларусь и отдельно городского населения Республики Беларусь. Установочное Исследование будет проводиться в два этапа: март-апрель и сентябрь-октябрь. Размер выборочной совокупности по каждому месяцу будет составлять 950 респондентов с учетом сельского населения. Дизайн выборки волн совпадает. Отчет по результатам Установочного Исследования предоставляется до 1 декабря 2026 года.

Установочное Исследование проводится методом личного интервью на дому у респондента с использованием планшетов/смартфонов (CAPI).

2.1 Дизайн выборки Установочного Исследования

Для проведения Установочного Исследования методом личных интервью используется четырехступенчатая пропорциональная вероятностная кластерная выборка:

0 – разделение Генеральной совокупности на страты согласно региональному делению Республики Беларусь и размеру городских населенных пунктов;

1 – вероятностный отбор населенных пунктов внутри кластеров методом PPS (probability proportionate to size sampling) с пропорциональным распределением точек выборки между ними;

2 – случайный отбор избирательных участков внутри каждого населенного пункта выборки (SRS), либо выбор начальной точки маршрута при отсутствии информации об избирательных участках;

3 – простой вероятностный отбор домохозяйств из списка адресов на выбранном участке (опция SRS) или отбор домохозяйств методом маршрутной выборки со случайным определением стартовой точки маршрута внутри каждого участка;

4 – вероятностный отбор одного из всех взрослых (от 16 лет и старше) членов домохозяйства производится интервьюером среди тех, кто обладает достаточными знаниями для ответов на вопросы интервью.

Текущие данные основаны на результатах Установочного Исследования 2025, которые уточнены согласно данным Национального статистического комитета Республики Беларусь на начало 2025 года. Для проведения Установочного Исследования 2026 года будут использоваться данные Национального статистического комитета Республики Беларусь на начало 2026 года.

Для устранения возможных диспропорций, возникающих при проведении Установочного Исследования, используется процедура взвешивания результатов Установочного Исследования по данным Национального статистического комитета Республики Беларусь по следующим параметрам:

размер и тип населенного пункта;

пол-возраст;

размер домохозяйства.

Из обследуемой совокупности исключаются гостиницы, дома престарелых, университетские общежития, тюрьмы и другие общественные заведения.

2.2 Форма отчета по результатам проведения Установочного Исследования

Результаты Установочного Исследования предоставляются в виде отчета в формате презентации (pdf), содержащего в себе следующую информацию:

задачи и параметры исследования;

ключевые вопросы\параметры, исследуемые в рамках Установочного Исследования;

взвешивание данных Установочного Исследования;

время просмотра ТВ (будни, выходные, в среднем за день);

оценка активности просмотра ТВ по времени суток (будни, выходные);

активность зрителей в различных половозрастных группах;

тип подключения к ТВ сигналу и осведомленность о приеме телепрограмм;

количество работающих телевизоров в домохозяйстве;

наличие техники, подключенной к ТВ, устройств для воспроизведения видео;

наличие в домохозяйстве телевизора(-ов) с функцией Smart TV;

пользование интернетом, тип подключения интернета в домохозяйстве;

осведомленность о приеме телепрограмм в домохозяйствах и частота просмотра телепрограмм;

уровень образования и занятость;

семейное положение и количество детей;

уровень обеспеченности;

наличие дачи или дома в деревне;

наличие и использование функции отложенного просмотра;

ключевые параметры для формирования и контроля измерительной панели.

2.3 Контрольные параметры и панельная матрица

Целью Установочного Исследования является выбор индивидуальных и

семейных характеристик, которые влияют на предпочтения телезрителей. Выделенные параметры ложатся в основу построения панельной выборки.

По контролируемым параметрам панель репрезентирует Генеральную совокупность. Таким образом, учитываются все типы телезрителей и, соответственно, отражается реальное поведение телезрителей в Генеральной совокупности.

Для выделения контрольных параметров и построения панельной матрицы на основе результатов Установочного Исследования проводится комплексный статистический анализ.

Построение панельной матрицы разбивается на ряд логически следующих друг за другом этапов:

построение обобщенных характеристик индивидуального телесмотрения на основе ответов на вопросы анкеты Установочного Исследования;

выбор контрольных параметров по результатам анализа зависимости характеристик индивидуального телесмотрения от характеристик домохозяйства;

построение панельной матрицы путем рациональной группировки домохозяйств по комбинации выбранных контрольных параметров с контролем наполненности ячеек.

При анализе контрольных параметров используются следующие методы:

метод главных компонент;

кластерный анализ;

анализ качественных признаков.

По результатам Установочного Исследования 2025 года были сформированы следующие параметры для контроля в панельной матрице:

Контрольный параметр	% домохозяйств
ДХ в Минске с людьми 55+, есть Smart TV	7,38
ДХ в Минске с людьми 55+, нет Smart TV	7,78
ДХ в Минске без людей 55+	13,58
Нестоличные ДХ с людьми 55+, есть Smart TV	18,97
Нестоличные ДХ с людьми 55+, нет Smart TV	16,07
Нестоличные ДХ без людей 55+, есть Smart TV	30,07
Нестоличные ДХ без людей 55+, нет Smart TV	6,15
Всего	100,0

Дополнительно к параметрам панельной матрицы были определены контрольные параметры, используемые в системе взвешивания данных:

тип и размер населенного пункта;

пол-возраст;

образование;

занятость;

размер домохозяйства.

Сформированные контрольные параметры будут использованы для панели и системы взвешивания в 2026 году, в дальнейшем возможны изменения как в списке контрольных параметров, так и в процентном распределении, согласно результатам Установочного Исследования и данным Национального

статистического комитета Республики Беларусь, которые согласуются с Заказчиком.

По ответам респондентов относительно их покупательной способности и затрат на питание, опрошенные были сгруппированы в условные классы по уровню обеспеченности. Где А – выше среднего, В – средний и С – ниже среднего.

Оценка экономического положения ДХ	**Оценка затрат на продукты питания**			
	Меньше 25% семейного дохода	**25%-50% семейного дохода**	**50%-70% семейного дохода**	**Больше 75% семейного дохода**
Полный достаток, не ограничены в средствах	A	A	B	B
Мы можем покупать дорогие вещи, но не можем покупать все, что захотим	B	B	B	C
Нам хватает денег на еду и одежду, но мы не можем покупать дорогие вещи	B	C	C	C
Хватает на еду, но покупать одежду мы не можем	C	C	C	C
Нам не хватает денег даже на еду	C	C	C	C

3. ПАНЕЛЬНОЕ ИССЛЕДОВАНИЕ

«Панельной выборкой» или «панелью» принято называть такую выборку, в которую респонденты отбираются для продолжительного участия в исследовании.

Существенной особенностью панельных измерений телеаудитории, как показывает международный опыт, является необходимость стратификации не только городов на первой ступени выборки, но и домохозяйств на второй ступени.

3.1 Выборочная совокупность

Для построения панельной выборки используется непропорциональная двухступенчатая вероятностная выборка со стратификацией:

первичными выборочными единицами (ПВЕ), то есть единицами выборки на первой ступени, являются города, стратифицируемые по административно-территориальным признакам;

элементами выборки на второй ступени являются домохозяйства, стратифицируемые по ячейкам панельной матрицы, определяемой по результатам Установочного Исследования.

Под выборочной совокупностью понимают набор домохозяйств,

отобранных для длительного участия в исследовании.

Отбор участников в исследование проводится:

из базы адресов домохозяйств, сформированной при проведении Установочного Исследования, которые предварительно согласились на участие и дали согласие на обработку персональных данных;

из базы адресов домохозяйств, сформированной при проведении дополнительного рекрута методом CATI на основе случайной выборки;

из базы адресов домохозяйств, сформированной при проведении дополнительного рекрута методом F2F на основе случайной выборки.

Во время приглашения принять участие в исследовании домохозяйству предоставляется полная информация о компании, исследовании и правилах участия в исследовании, а также о его целях.

При включении домохозяйства в исследование с ним заключается стандартное Соглашение.

Уровень активной выборки составляет не менее 85% от общего количества домохозяйств в измерительной панели, в летнее время уровень активной выборки составляет не менее 75% от общего количества домохозяйств в измерительной панели.

Максимальный уровень годовой ротации по сроку участия домохозяйств в панели составляет 25%. В период инсталляции и расширения измерительной панели допустимо превышение максимального уровня ротации панели.

4. ТЕХНОЛОГИЯ ИЗМЕРЕНИЯ ТЕЛЕСМОТРЕНИЯ

4.1 Технологическое описание *PeopleMeter 5000*

В каждом домохозяйстве панели устанавливается измерительное оборудование – стационарные пиплметры модели PeopleMeter 5000, с помощью которых регистрируются все случаи просмотра телевизора.

Распознавание просмотра телепрограмм производится с помощью технологии аудиоматчинга (AMS). Использование пиплметров PeopleMeter 5000 позволяет регистрировать просмотр телепрограмм с точностью до одной секунды с последующей агрегацией данных до минутных интервалов.

Основными характеристиками данного оборудования являются:

беспроводная передача данных (GPRS);

измерение гостевого смотрения;

измерение отложенного смотрения;

современный дизайн;

поддержка различных языков.

Пиплметр использует GPRS-подключение для передачи данных на систему сбора данных. Система (серверы) сбора данных подключены к сети Интернет для обеспечения возможности приема входящих GPRS-соединений. Защита GPRS-подключений настроена совместно с провайдером GSM-услуг. При передаче данных производится циклическая проверка на избыточность и

целостность данных с повторной передачей данных при необходимости.

В рамках данного исследования под телесмотрением понимается нахождение респондента в комнате с включенным телевизором. При этом фиксируется просмотр только на домашних телевизорах.

Члены семьи и их гости регистрируют свое телесмотрение с помощью кнопок на пульте дистанционного управления пиплметра. За каждым постоянным членом семьи закрепляется своя постоянная кнопка. Каждый из них, входя в комнату, где включен телевизор, нажимает свою кнопку пульта, регистрируя начало своего смотрения.

При выходе из комнаты зритель повторно нажимает ту же кнопку и тем самым регистрирует окончание смотрения. При выключении телевизора автоматически прекращается регистрация всех зрителей.

Для обеспечения полного объема регистрации просмотра используются как аппаратные методы (сигнал, подаваемый пиплметром при отсутствии регистрации просмотра в течении 1 минуты), так и программный поведенческий контроль данных с последующим контактом с домохозяйствами для проверки и разъяснений правил участия в исследовании.

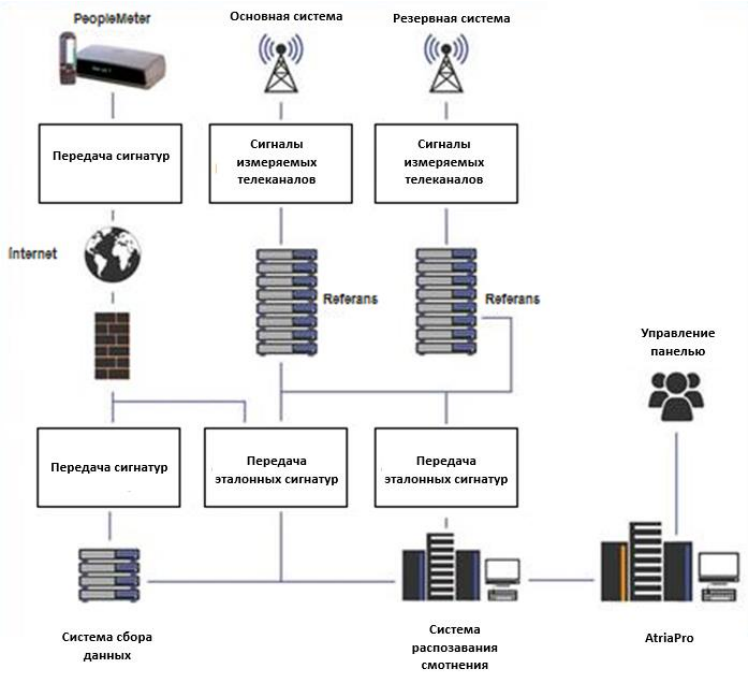
Все пиплметры содержат точные кварцевые часы. Время на внутренних часах пиплметра сверяется при каждом сеансе ночной связи с сервером сбора данных и корректируются по мере необходимости. Серверы сбора данных синхронизируют свое время по национальным или международным стандартам времени через Интернет незадолго до того, как пиплметры начинают отправку данных.

4.2 Технология аудиоматчинга

Аудиоматчинг – технология, основанная на сравнении аудиосигнатур аудиосигнала, который сопровождает трансляцию программ на телевизионных приемниках с эталонными сигнатурами, сформированными в системе формирования эталонных сигнатур (Reference-site).

Сравнение сигнатур позволяет определить просматриваемую телепрограмму с учетом времени просмотра и членов домохозяйств, которые находились около телевизора и зарегистрировали свой просмотр. Факт присутствия зрителя определяется при помощи регистрации просмотра с использованием пульта дистанционного управления пиплметра.

Общая схема работы системы аудиоматчинга



Основные компоненты системы:

система сбора данных;

система, непрерывно формирующая эталонные сигнатуры для всех измеряемых телепрограмм;

система сравнения сигнатур, получаемых с измерительных приборов, с эталонными сигнатурами;

система управления панелью и производства данных AtriaPro.

5. СБОР, ОБРАБОТКА И КОНТРОЛЬ КАЧЕСТВА ДАННЫХ

Для сбора, обработки, хранения данных об участниках исследования и контроля качества данных используется программный комплекс AtriaPro - интегрированная система, поддерживающая все этапы обработки данных и используемая для управления панелями от настройки системы обработки данных и контроля качества до взвешивания данных и производства пакетов обновления для клиентского программного обеспечения.

Основное предназначение системы сбора и обработки данных:

хранение и управление данными об участниках исследования (контакты, демография);

сбор данных с измерительных приборов;

ежедневная обработка собранных данных;

ежедневный контроль качества;

взвешивание данных;

формирование пакетов обновления для клиентского программного обеспечения.

Программный комплекс AtriaPro используется для обработки результатов работы систем измерения аудитории телепрограмм и является «бэк-офисом» для службы измерения аудитории. Программный комплекс состоит из двух основных частей:

управление системой измерения аудитории;

ежедневная обработка данных и формирование пакетов обновления для клиентского программного обеспечения.

В рамках системы поддержки работы системы измерения используется ряд программных и формальных процедур безопасности, включая (но не ограничиваясь):

разграничения уровня доступа к персональной информации в AtriaPro;

соглашения о конфиденциальности со всеми сотрудниками компании, а также подрядчиками, имеющими доступ к персональной информации;

соглашения с участниками исследования, включающие ограничения разглашения факта участия в исследовании;

комплекс программных и аппаратных средств, ограничивающих и контролирующих доступ к системе измерения аудитории.

5.1 Сбор данных

Пиплметр ежедневно отправляет данные в систему сбора данных, подключаясь к Интернету через GPRS-соединение и передавая зашифрованные пакеты данных. Окно сбора данных обычно устанавливается с 05:00 до 07:00. Каждый пиплметр запрограммирован на повторные соединения с серверами сбора данных, пока не будет завершена успешная отправка данных. После полного получения данных с пиплметров данные отправляются для дальнейшей обработки в систему AtriaPro.

Все данные, собранные пиплметром, хранятся в энергонезависимой памяти в ожидании последующей передачи.

Данные поступают на основной сервер компании Data Collection Service (далее – DCS), которые в свою очередь передаются на сервисы сравнения звука Audio Matching System (далее – AMS), а в случае отсутствия связи с ним передаются на резервный сервер, настройки доступа к которому хранятся на пиплметре.

Одновременно с этим проводится непрерывная запись звука в режиме реального времени со всех имеющихся источников измеряемых телепрограмм. Полученная информация преобразуется в цифровую сигнатуру.

Собранная серверами CS информация также передается на сервис AMS.

Получив данные с серверов DCS и CS сервис AMS проводит сравнение цифровых сигнатур на предмет совпадения цифровых сигнатур. При совпадении сервис выдает гарантированный результат, что сигнатура X соответствует телепрограмме Y, которую в определенный системой период времени просмотрел телезритель Z.

Основные этапы обработки данных:

определение эфирных суток: с 5:00 утра до 04:59 утра следующего дня;

сбор данных: с 5:00 до 7:00;

распознавание телесмотрения: с 8:00 до 10:00;

обработка AtriaPro: с 10:00 до 11:00;

проверка качества данных и мониторинг ТВ: с 8:00 до 16:00 в случае обработки и поставки пакетов данных за два дня; до 15:00 в случае обработки и

поставки пакетов данных за один день.

5.2 Контроль качества данных о телепросмотре

В процессе сбора и обработки все данные проходят ряд процедур валидации. По результатам валидации часть данных исключается автоматически из отчетной выборки при превышении соответствующих пороговых значений, а часть домохозяйств ставится на контроль. Контроль осуществляется по факту обнаружения технической или поведенческой проблемы для последующего исправления технической неисправности оборудования/программного обеспечения или инструктажа участника исследования в случае несоблюдения правил участия. Контроль осуществляется администраторами панели. Контроль телевизионной панели выполняются по телефону.

Собранные и обработанные данные проходят два уровня контроля:

1. Техническая проверка и первичная отбраковка по критериям технической валидации. На данном этапе проверяется техническое состояние оборудования и учитывается статус домохозяйства. Выявленные несоответствия могут говорить как о технической неисправности оборудования, так и о несоблюдении правил поведения респондентов.

2. Поведенческая проверка и вторичная отбраковка по критериям поведенческой валидации. На данном этапе формируется статистика по возможным нарушениям правил поведения участников панели, и в случае превышения пороговых значений происходит отбраковка домохозяйства.

5.2.1 Техническая проверка

Параметры технической проверки:

	Контролируемый параметр	Описание	Условия для контроля	Действия администратора панели	Условия для удаления из отчетной выборки
1	**Отсутствие сбора данных (не дозвон)**	Данные с оборудования не пришли (хотя бы с 1 ПМ в ДХ).	ДХ ставится на контроль, если отсутствует сбор данных в течение 4-х дней из 7-ми.	Производится звонок в ДХ для уточнения причин отключения ПМ. При наличии технических проблем направляется заявка технику. По результатам выезда техника на следующий день осуществляется контроль домохозяйства. В случаях отключения ПМ членами ДХ проводится инструктаж и напоминание правил участия. После трех контрольных звонков в течение тридцати календарных дней с момента выявления нарушения правил участия ДХ ставится в очередь на ротацию.	ДХ полностью исключается из отчетной выборки за отчетный день.
2	**Ошибка синхронизации времени**	Превышение расхождения разницы времени ПМ и сервера более чем на 30 сек.	ДХ ставится на контроль, если зарегистрирован разрыв соединения в течение 1 дня из 1.	Направляется заявка технику для проверки подключения, либо замены комплектующих. Контроль на следующий день после выезда техника.	ДХ полностью исключается из отчетной выборки за отчетный день.
3	**Нарушение целостности данных**	Данные собраны не полностью, либо нарушена целостность данных.	ДХ ставится на контроль, если зарегистрировано нарушение целостности данных.	Направляется заявка технику для проверки подключения либо замены комплектующих. Контроль на следующий день после выезда техника.	ДХ полностью исключается из отчетной выборки за отчетный день.
4	**Отключение от измерительного оборудования дополнительных**	Зарегистрирован сигнал об отключении какого-либо из компонентов	ДХ ставится на контроль, если зарегистрирована ошибка в течение 1 дня из 1.	Направляется заявка технику для проверки подключения либо замены комплектующих. Контроль на следующий день после выезда техника.	ДХ полностью исключается из отчетной выборки за отчетный день.

	Контролируемый параметр	Описание	Условия для контроля	Действия администратора панели	Условия для удаления из отчетной выборки
	устройств, либо составляющих частей измерительного оборудования	измерительного оборудования.			
5	**Просмотр нераспознанных сигнатур**	Наличие в данных сигнатур, не принадлежащих измеряемым телеканалам.	Длительность просмотра нераспознанных сигнатур превысила: 3 часа либо 70% и более от общего времени просмотра в течение 7 дней из 9; 20 часов от общего времени просмотра в течение 1 дня из 1; 10 часов от общего времени просмотра в течение 3 дней из 5; длительность просмотра нераспознанных сигнатур превысила 23,99 часов или 99% общего времени просмотра в течение 2 дней из 2.	Производится звонок в ДХ для контроля корректности распознавания каналов. При подтверждении просмотра измеряемых каналов направляется заявка технику. По результатам выезда техника на следующий день осуществляется контроль домохозяйства.	Не исключается из выборки. ДХ полностью исключается из отчетной выборки за отчетный день. Не исключается из выборки. Не исключается из выборки.

5.2.2 Поведенческая проверка

Для того чтобы определить, правильно ли участники исследования регистрируют просмотр телепередач, ежедневно проводится проверка корректности данных, которые поступают от ПМ.

Параметры поведенческой проверки:

	Контролируемый параметр	Описание	Условия для контроля	Действия администратора панели	Условия для удаления из отчетной выборки
1.1	**Нерегистрируемый просмотр**	Отсутствие регистрации просмотра зрителем при включенном ТВ.	Длительность отсутствия регистрации просмотра в домохозяйстве за день превысила 6 часов либо 99% и более в течение 1 дня из 1.	Производится звонок в ДХ для уточнения причин отсутствия регистрации просмотра ТВ. В случае технической неполадки направляется заявка технику. В иных случаях производится инструктаж и напоминание правил участия. На следующий день осуществляется контроль домохозяйства. После трех контрольных звонков в течение тридцати календарных дней с момента выявления нарушения правил участия ДХ ставится в очередь на ротацию.	ДХ полностью исключается из отчетной выборки за отчетный день.
1.2	**Нерегистрируемый просмотр**	Отсутствие регистрации просмотра зрителем при включенном ТВ.	Длительность отсутствия регистрации просмотра в домохозяйстве за день превысила 3 часа либо 95% и более в течение 4 дней из 6.	Производится звонок в ДХ для уточнения причин отсутствия регистрации просмотра ТВ. В случае технической неполадки направляется заявка технику. В иных случаях производится инструктаж и напоминание правил участия. На следующий день осуществляется контроль домохозяйства. После трех контрольных звонков в течение тридцати календарных дней с момента выявления нарушения правил участия ДХ	ДХ не исключается из выборки, при этом все сессии нерегистрируемого просмотра в отчетные данные не включаются.

	Контролируемый параметр	Описание	Условия для контроля	Действия администратора панели	Условия для удаления из отчетной выборки
				ставится в очередь на ротацию.	
1.3	**Нерегистрируемый просмотр**	Отсутствие регистрации просмотра зрителем при включенном ТВ.	Длительность отсутствия регистрации просмотра на ПМ 1 час от общего либо 99% времени просмотра в течение 4 дней из 6.	Производится звонок в ДХ для уточнения причин отсутствия регистрации просмотра ТВ. В случае технической неполадки направляется заявка технику. В других случаях производится инструктаж и напоминание правил участия. Контроль на следующий день. После трех контрольных звонков в течение тридцати календарных дней с момента выявления нарушения правил участия ДХ ставится в очередь на ротацию.	ДХ не исключается из выборки, при этом все сессии нерегистрируемого просмотра в отчетные данные не включаются.
2	**Отсутствие просмотра в ДХ**	Отсутствие регистрации включения ТВ.	Отсутствие просмотра в течение 7 дней из 7.	Производится звонок в ДХ для подтверждения факта отсутствия просмотра ТВ. Если ДХ подтверждает факт просмотра, то направляется заявка технику. На следующий день осуществляется контроль домохозяйства.	Не исключается из выборки.
3	**Отсутствие просмотра респондентом**	Отсутствие регистрации просмотра ТВ респондентом.	Отсутствие регистрации просмотра респондентом в течение 10 дней из 10.	Производится звонок в ДХ для уточнения, действительно ли респондентом не осуществляется просмотр ТВ. Если респондент забывает регистрировать просмотр, напоминаются правила участия. После трех контрольных звонков в течение тридцати календарных дней с момента выявления нарушения правил участия ДХ ставится в очередь на ротацию.	Не исключается из выборки.

	Контролируемый параметр	Описание	Условия для контроля	Действия администратора панели	Условия для удаления из отчетной выборки
4	**Аномально длинные сеансы просмотра**	Просмотр респондентом ТВ 1236 минут и более в будни и 1308 минут и более в выходные в течение 1 дня.	Наличие суммарного времени просмотра в течение 1 дня из 1.	Производится звонок в ДХ для уточнения факта смотрения ТВ в таком объеме. В случае опровержения направляется заявка технику для выявление технической неисправности.	ДХ целиком исключается из выборки.
5	**Длинные сессии просмотра**	Просмотр респондентом одного телеканала 8 часов и более.	Наличие аномальной сессии в течение 1 дня из 1.	Производится звонок в ДХ для уточнения факта длительного смотрения одного канала. В случае опровержения направляется заявка технику для выявления технической неисправности.	Данные из выборки не исключаются.

Домохозяйства, попавшие под контроль, в трехдневный срок обзваниваются администраторами для выяснения причин возникновения описанных выше ситуаций.

Если проблема появилась в результате технических сбоев (поломка ПМ или пульта к нему и т.д.), администратор панели направляет заявку техникам для устранения технической неисправности.

Все действия, связанные с контролем домохозяйств и заданиями техникам, фиксируются в системе управления панелью.

В ситуации, когда респондент нажимает на пульте присвоенную ему кнопку на одном ПМ, а затем переходит в другую комнату и регистрирует себя на другом ПМ, не закончив сеанс регистрации, то на первом ПМ сеанс регистрации респондента автоматически прекращается. Таким образом, возможный двойной просмотр автоматически исключается.

5.2.3 Технический статус

Технический статус – специальный статус для определения технических и поведенческих аномалий, в котором ДХ не выводится из панели, но исключается их отчетной выборки, также система получает отчеты о видах ошибок. В технический статус заводятся новые ДХ (7-дневный срок), ДХ имеющие технические и поведенческие ошибки до момента их устранения либо ротации.

Пиплметры в новых домохозяйствах проходят процедуру тестового звонка с обязательным распознаванием находящихся в системе измерения телепередач, а сами домохозяйства находятся в 7-дневном техническом статусе с момента установки в панель. В этот период проводятся технические и поведенческие проверки. При необходимости технический статус продлевается.

В технический статус также переводятся домохозяйства, в которых в течение 21 дня отсутствует телесмотрение.

Кроме того, из активной выборки временно исключаются домохозяйства, сообщившие об отъезде в отпуск, а также исключаются данные, полученные с игровых приставок (DVD, Blu Ray-проигрывателей) и гостевой просмотр.

5.2.4 Coincidental Study

Для повышения точности и надежности измерения введен еще один уровень контроля качества регистрации респондентов – применяемая во многих странах методика “Coincidental Study”, или «проверка соответствия». Его задачами являются:

выяснить, насколько правильно регистрируют свой просмотр участники телевизионной панели;

провести дополнительный инструктаж по правилам регистрации в домохозяйствах, где будут замечены нарушения;

выявить технические неисправности, которые могут влиять на качество регистрации;

выявить изменения в количестве телевизоров в семье, а также в социально-демографических характеристиках членов домохозяйства.

Для реализации такой проверки проводятся телефонные интервью в

домохозяйствах панели. Одного из членов домохозяйства просят ответить, какие телевизоры и каналы включены в данный момент, и сколько человек смотрит каждый из них. Затем полученные данные сравниваются с данными, полученными в тот же день и в то же время с ПМ, и выясняется, в каких ДХ имеются проблемы с регистрацией.

Опрос проводится два раза в год, срок проведения первого этапа – март-апрель, второго этапа – октябрь-ноябрь 2026 года. Отчет о проведенном исследовании предоставляется до 1 декабря 2026 г.

5.3 Агрегирование данных

Системой производится округление телесмотрения до одной минуты. Пиплметр регистрирует каждое изменение состояния просмотра от секунды к секунде, с точностью до одной секунды. В дальнейшем в качестве единицы отчетности используется минутный интервал. Минута присваивается телепрограмме с наибольшим сеансом просмотра внутри одной минуты, либо, при равной продолжительности сеансов – первой телепрограмме внутри одной минуты.

5.4 Взвешивание данных

После того как данные с пиплметров собраны и подвергнуты контролю и валидации, они проходят процедуру взвешивания, целями которой являются:

корректировка ежедневных смещений панельной выборки, возникающих в результате ротации панели, и исключения части домохозяйств из отчетной выборки в результате процедур контроля и валидации;

обеспечение ежедневного соответствия отчетной выборки численности населения Генеральной совокупности с целью получения не только относительных (процентных), но и абсолютных (в тысячах человек) аудиторных статистик.

В результате ротации панели, контроля качества и валидации отчетная выборка может меняться ежедневно. Поэтому собранные данные ежедневно проходят стандартную процедуру RIM (Random Iterative Method)-взвешивания.

Данная процедура корректирует выборку таким образом, чтобы она соответствовала по выбранным контрольным параметрам профилю населения Генеральной совокупности, известным либо из официальных данных Национального статистического комитета Республики Беларусь, либо из результатов анализа Установочного Исследования.

Ежедневно по завершении процедуры взвешивания формируется отчет и проводится проверка полученных весов респондентов – анализируются максимальные, минимальные значения и эффективность работы системы взвешивания.

Рекомендуемое значение эффективности работы системы взвешивания данных (Effective Sample) для сбалансированной выборки составляет 80% и выше. При снижении уровня эффективности работы системы взвешивания производится выявление и устранение причин, вызвавших снижение

эффективности работы системы взвешивания данных.

Характеристики и параметры, используемые для взвешивания данных, формируются на основе анализа результатов Установочного Исследования.

Процедура взвешивания данных производится автоматически и является частью системы управления панелью AtriaPro.

Контрольные параметры, используемые для RIM-взвешивания, выбираются по следующим критериям:

параметры, которые статистически значимо связаны с показателями телесмотрения (общей продолжительностью и главными факторами, характеризующими ее распределение по времени и по телепрограммам);

параметры, определяющие важные отчетные категории населения (например, группы населения по возрасту и полу);

параметры, необходимые для исправления плановой непропорциональности выборки.

Значения контрольных параметров системы взвешивания на 2026 год:

Наименование контрольного параметра *(источник значения)*	**Значение (%)**
Численность населения *(Национальный статистический комитет Республики Беларусь на 01.01.2025)*	
Г. Минск	27,9
Города 100 000+ без учета города Минск	39,9
Города 100 000-	32,2
Пол/Возраст *(Национальный статистический комитет Республики Беларусь на 01.01.2025*	
Мужчины (4-17 лет)	8,9
Женщины (4-17 лет)	8,5
Мужчины (18-24 лет)	4,0
Женщины (18-24 лет)	3,9
Мужчины (25-34 лет)	6,2
Женщины (25-34 лет)	6,3
Мужчины (35-44 лет)	8,7
Женщины (35-44 лет)	9,3
Мужчины (45-54 лет)	6,5
Женщины (45-54 лет)	7,6
Мужчины (55-64)	5,5
Женщины (55-64)	7,5
Мужчины (65+)	5,7
Женщины (65+)	11,4
Занятость *(Установочное Исследование)*	
Работает	53,4
Не работает	31,7
Не работает (4-15 лет)	14,9
Образование *(Установочное Исследование)*	
Нет высшего образования	49,7
Высшее образование	30,4
Нет высшего (4-19 лет)	19,9
Размер домохозяйства *(Установочное Исследование)*	
1-2 чел.	45,7
3 и более человек	54,3
Панельная матрица *(Установочное Исследование)*	
Респонденты в Минске с людьми 55+, есть Smart TV	7,2

Наименование контрольного параметра *(источник значения)*	**Значение (%)**
Респонденты в Минске с людьми 55+, нет Smart TV	5,1
Респонденты в Минске без людей 55+	15,6
Нестоличные респонденты с людьми 55+, есть Smart TV	18,1
Нестоличные респонденты с людьми 55+, нет Smart TV	12,4
Нестоличные респонденты без людей 55+, есть Smart TV	35,8
Нестоличные респонденты без людей 55+, нет Smart TV	5,8

5.5 Ежемесячная отчетность по работе системы измерения

Заказчику на ежемесячной основе предоставляется отчет о работе системы измерения.

6. МЕТОДИКА ОТБОРА ТЕЛЕПРОГРАММ ДЛЯ ИЗУЧЕНИЯ

В перечень телепрограмм, в отношении которых производится изучение аудитории, включаются:

телепрограммы, участвующие в софинансировании исследований;

телевизионные средства массовой информации Союзного государства и республиканские СМИ, не участвующие в софинансировании исследований;

телевизионные средства массовой информации, отобранные согласно результатам измерений, произведенных ЗАО «МедиаИзмеритель».

6.1 Алгоритм отбора телепрограмм для изучения аудитории

В тестовую систему измерений включаются все телепрограммы РУП «Белтелеком» и СООО «Космос ТВ», доступные для поставки на момент проведения отбора.

Изучение аудитории телепрограмм проводится на протяжении 14 календарных дней, по результатам которого осуществляется отбор телепрограмм с наибольшим накопленным непрерывным охватом 3 минуты.

6.2 Перечень и категории изучаемых телепрограмм в расширенной системе. Расчет доли телепрограммы

В перечень телепрограмм, в отношении которых производится изучение аудитории, включаются:

телепрограммы, участвующие в софинансировании исследований;

телепрограммы Союзного государства и республиканские СМИ, не участвующие в софинансировании исследований;

телепрограммы, отобранные согласно результатам измерений, произведенных ЗАО «МедиаИзмеритель».

В системе формируется список 60 телепрограмм с разбивкой по следующим категориям:

измеряемые телепрограммы (медиа показатели предоставляются по каждой телепрограмме);

другие измеряемые телепрограммы (медиа показатели предоставляются

как для одной телепрограммы);

другое (любой другой не распознанный контент).

Расчет доли (Share WithOutGrey) телепрограммы осуществляется от общего телесмотрения измеряемых телепрограмм и других измеряемых телепрограмм, совокупный объем телесмотрения которых принимается за 100%.

6.3 Периодичность корректировки телепрограмм

Данное исследование телепрограмм будет проводиться в марте 2026 года. Исходя из полученных результатов список измеряемых телепрограмм будет скорректирован с 1 апреля 2026 года.

6.4 Исключение телепрограмм из исследования

Поводом для исключения телепрограмм из исследования является исключение телепрограммы из списка разрешенных для вещания на территории Республики Беларусь.

В этом случае вместо исключенной телепрограммы в исследование включается телепрограмма, следующая далее по списку телеканалов, отобранных согласно описанной методике.

7. МОНИТОРИНГ ТЕЛЕВИЗИОННЫХ ПРОГРАММ

Мониторинг эфира осуществляется по эфирным суткам. Эфирные сутки начинаются в 05:00 утра текущего дня и заканчиваются в 05:00 утра следующего дня.

Рекламные ролики при переходе на новые сутки не разбиваются. Если ролик попадает на границу суток, то он регистрируется в новых сутках. Ему назначается время начала 05:00, а время окончания вычисляется путем прибавления фактической длительности ролика. Все последующие ролики в текущем блоке рекламы будут иметь время начала и окончания больше, чем действительное, за счет разницы между фактическим временем начала ролика, попавшего на переход через сутки, и введенного в протокол.

Запись телеэфира со звуком хранится в цифровом формате технического качества не менее 60 календарных дней. Для повышения надежности данных предусмотрены две независимые друг от друга и территориально разнесенные системы записи.

В рамках мониторинга телевизионного эфира фиксируются следующие типы эфирных событий:

телепередача (отмечается как передача);

рекламный блок;

рекламный баннер;

анонс;

заставка;

межпрограммный ролик;

служебное событие.

Правила обработки телевизионного эфира и оформления атрибутов по телепередачам и рекламным событиям распространяются на все каналы, участвующие в мониторинге.

При мониторинге телеэфира начало и окончание эфирного события выставляются относительно открывающей и закрывающей заставки (кадра). Время окончания эфирного события будет определяться временем появления на экране последнего кадра. В качестве времени следующего эфирного события принимается время окончания предыдущего события с точностью до 1/100 секунды.

7.1 Уровень эфирного события

Уровень эфирного события (Level) – автоматически присваиваемый программой мониторинга атрибут, который показывает, прерывалось ли то или иное телевизионное событие другим.

Основным является Level 1. Здесь могут располагаться телепередачи, рекламные ролики, принадлежащие внешним рекламным блокам, анонсы, межпрограммные ролики, заставки и служебные события, выходившие одни за другими без пересечения по времени. На Level 2 и ниже перемещаются события, выходившие внутри другого события: рекламные блоки, анонсы, межпрограммные ролики, заставки, другие короткие телепередачи. Рекламный баннер не может выходить на Level 1.

Новостные программы и прогнозы погоды (за исключением коротких заставок с изображением прогноза погоды) выделяются в отдельные эфирные события на Level 1. Если после новостей следует продолжение передачи, которая была прервана этими эфирными событиями, то в мониторинге эта часть не должна быть сгруппирована с предшествующей частью программы. Для заставок прогноза погоды это требование не применяется. При осуществлении группировки частей эфирного события прогноз погоды в результатах мониторинга будет перемещен на Level 2 или на Level 3.

Рекламный блок, вышедший между передачами, будет являться внешним, и в графе “Broadcast title” в ПО Instar Analytics отображается нижестоящая телепередача. Рекламный блок, вышедший в рамках телепередачи, будет являться внутренним, а в графе “Broadcast title” отображается телепередача, которая находится на Level 1.

Если телепередача разбивается какими-либо отдельными короткими передачами, имеющими свое собственное название, но не являющимися частью основной телепередачи, то эти передачи фиксируются. Группировка эфирных событий будет осуществляться аналогично примерам ниже.

Например:

	Временная сетка		
Level 2	-	-	-
Level 1	Сериал	Рекламный блок	Другая телепередача
Тип блока рекламы		Внешний	

	Временная сетка		
Level 2	-	Рекламный блок	-
Level 1	Сериал		Продолжение сериала
Тип блока рекламы		Внутренний	

	Временная сетка				
Level 2	-	-	-	-	-
Level 1	Сериал	Новости	Прогноз погоды	Рекламный блок	Продолжение сериала
Тип блока рекламы				Внешний	

	Временная сетка					
Level 2			Прогноз погоды	Рекламный блок		
Level 1	Сериал	Новости			Закрывающая заставка новостей	Продолжение сериала
Тип блока рекламы				Внутренний		

	Временная сетка				
Level 3	-	-	Прогноз погоды	-	-
Level 2		Спорт-центр		Рекламный блок	
Level 1	Спортивная телепередача				Спортивная телепередача
Тип блока рекламы				Внутренний	

7.2 Телепередачи

Телепередача – эфирное событие, имеющее тематическую направленность (фильмы, новостные программы, программы о спорте, игровые программы, шоу и т.д.).

Для телепередачи в ходе мониторинга фиксируются следующие параметры: Название (Title), Жанр (Genre), Категория (Speciality). Для трансляций спортивных событий в поле “Subspeciality” указывается вид спорта. Также указываются язык передачи, страна производства, возрастные ограничения. Обязательным к заполнению является поле Live (прямой эфир) для трансляций спортивных мероприятий.

При мониторинге телеэфира начало и окончание телепередачи выставляется относительно открывающей и закрывающей заставки. Телепередачи не могут накладываться в эфире одна на другую в рамках одного уровня (Level), однако могут прерываться внутренними событиями.

7.2.1 Название телепередачи

У каждой телепередачи есть свое уникальное название. Основным источником названия служит эфир. При необходимости для уточнения названия телепередачи используется программа телепередач, опубликованная в сети Интернет.

Название телепередачи фиксируется преимущественно на русском языке.

В качестве дополнительных источников информации о названии

документальных, кино- и мультипликационных проектов, количестве серий и стране производства специалисты по мониторингу используют наиболее популярные по поисковым запросам интернет-ресурсы.

Разбивка телесериалов на серии осуществляется только в том случае, когда в видеоряде есть четкое разделение серий: в начале отображается название сериала или номер серии, а в конце отображаются титры. В иных случаях оператор мониторинга производит разделение на серии на свое усмотрение, ориентируясь на примерную длительность серий данного сериала.

При наименовании циклических и многосерийных проектов (документальные и художественные) используются поля “Title” и “Description”. В поле “Title” указывается общее название проекта, а в поле “Description” указывается поясняющее название серии/выпуска.

Язык названия телепередачи

Название телепередачи фиксируется преимущественно на русском языке.

Если телепередача в эфире имеет название и на русском, и иностранном языке, то в поле “Title” регистрации подлежит название на русском языке, публикуемое в СМИ.

Если название передачи и в видеоряде, и в программе передач публикуется на английском языке, то сохраняется оригинальное название.

Например:

COMEDY CLUB, STAND UP, COMEDY WOMAN.

Если название телепередачи состоит одновременно из символов латинского и русского алфавита, то сохраняется эфирное название.

Например:

EVGENIЧ, COMEDY БАТТЛ

Если телепередача в эфире имеет два разных названия на русском языке, то есть название в видеоряде отличается от названия, произнесенного диктором, то регистрации подлежит название по видеоряду.

Если кинофильмы или телесериалы в эфире имеют иностранное название без перевода на русский язык, то фиксируется официальный перевод на русский язык, публикуемый в популярных интернет-источниках.

Названия передач на белорусском языке переводятся на русский язык в случае близких по написанию и звучанию слов. Белорусскоязычное написание названия с использованием букв русского алфавита (і заменяется на и, ў на у) применяется в случаях, когда телеканал письменно уведомил ЗАО «МедиаИзмеритель» о целесообразности фиксации в системе мониторинга белорусскоязычного варианта наименования, или когда название на белорусском языке и его перевод на русский имеют значительные фонетические различия.

Например:

АГМЕНЬ (бел.)/ОЧАГ (рус.) – используется белорусское название;

ДАВЕКУ (бел.)/ДО ГЛУБОКОЙ СТАРОСТИ, НАВСЕГДА (рус.). Аналога на русском языке нет – используется белорусское названия;

МЯЖА (бел.)/ГРАНИЦА, РУБЕЖ, ПРЕДЕЛ, МЕЖА (рус.) – используется белорусское название.

Пунктуация в названиях телепередач

Название телепередачи фиксируется без использования кавычек.

В случаях, когда наименование части указано через «:» или «-», то двоеточие или дефис заменяются на точку. В конце названия телепередачи не ставятся знаки препинания (точка, восклицательный и вопросительный знаки, многоточие и др.). Запятые, соответствующие правилам русского языка, сохраняются.

Вместо буквы «ё» используется «е».

Например:

ОТСТАВНИК. ПОЗЫВНОЙ БРОДЯГА

ХРОНИКИ НАРНИИ. ПРИНЦ КАСПИАН

Исключения составляют передачи, которые при замене знака препинания или его опущения теряют узнаваемость.

Например:

НУ, ПОГОДИ!

ЧТО? ГДЕ? КОГДА?

Тире сохраняется в тех случаях, когда при его замене на точку теряется смысл названия.

Например:

ВЕРНЕШЬСЯ – ПОГОВОРИМ

ВСЯ МОЯ ЖИЗНЬ – СПЛОШНАЯ ОШИБКА

В многосерийных проектах номер сезона или части (за исключением первого) указывается в конце поля “Title” (ПО Instar Analytics). Для указания порядкового номера используются пробел и цифра.

Например:

ПЕС

ПЕС 6

СВАТЫ 3

ПОЛИЦЕЙСКИЙ С РУБЛЕВКИ. НОВОГОДНИЙ БЕСПРЕДЕЛ 2

ЧЕРНОБЫЛЬ. ЗОНА ОТЧУЖДЕНИЯ 2

Название кинофильмов

Название кинофильма современного и советского производства формируется преимущественно по отображенному названию в эфире.

Например:

ГУСАРСКАЯ БАЛЛАДА

АФЕРА ПО-ГОЛЛИВУДСКИ

Кинофильмы современного производства могут выпускаться в нескольких частях, в форме сиквел, приквел, триквел и др.

Если каждая последующая часть кинофильма имеет порядковый номер, то оформление подлежит только в поле “Title”:

Title	Description
БАБУШКА ЛЕГКОГО ПОВЕДЕНИЯ	

БАБУШКА ЛЕГКОГО ПОВЕДЕНИЯ 2	

Каждая из частей может не иметь порядкового номера, а заменяться названием. В таком случае название оформляется только в поле “Title”:

Title	Description
АНГЕЛЫ ЧАРЛИ	
АНГЕЛЫ ЧАРЛИ. ТОЛЬКО ВПЕРЕД	

Если название кинофильма современного производства содержит и номер, и наименование части, то в поле “Title” указывается преимущественно название фильма и его порядковый номер, а альтернативное наименование части указывается в поле “Description”.

Например:

Title	Description
АСТРАЛ	
АСТРАЛ 2	*ГЛАВА 2*
АСТРАЛ 3	
АСТРАЛ 4	*ПОСЛЕДНИЙ КЛЮЧ*

Title	Description
ТЕРМИНАТОР	
ТЕРМИНАТОР 2	*СУДНЫЙ ДЕНЬ*

но:

Title	Description
ТЕРМИНАТОР. ДА ПРИДЕТ СПАСИТЕЛЬ	

Для фильмов, которые имеют часть выхода с названием и поделены на два фильма, название оформляется в поле “Title” через точку:

Title	Description
ГОЛОДНЫЕ ИГРЫ. СОЙКА-ПЕРЕСМЕШНИЦА. ЧАСТЬ 1	

Название телевизионных сериалов и многосерийных фильмов

Номера сезонов указываются для телесериалов. В случае, если сезон отображен по эфиру как название, то указывается в поле “Title” через точку:

Например:
ОТЕЛЬ ФЕНИКС 2
ТАЙНЫ СЛЕДСТВИЯ 20
ОПТИМИСТЫ. КАРИБСКИЙ СЕЗОН

Если в эфире отсутствуют какие-либо указания на номер или название сезона телесериала, то нумерация либо название сезона не указывается:
ОТЕЛЬ ЭЛЕОН
САШАТАНЯ

Название серий может указываться в поле “Description” только при отображении его в эфире на сериалах от 3-х до 16-ти серий.

Многосерийная кинопродукция советского производства, имеющая форму кинотрилогии или цикла, сохраняет свой жанр как многосерийный фильм, поэтому в поле “Title” указывается название цикла или кинотрилогии, в поле “Description” название фильма из цикла или серии:

Title	Description
ПРИКЛЮЧЕНИЯ ШЕРЛОКА ХОЛМСА И ДОКТОРА ВАТСОНА	*ЗНАКОМСТВО*
ПРИКЛЮЧЕНИЯ ШЕРЛОКА ХОЛМСА И ДОКТОРА ВАТСОНА	*КРОВАВАЯ НАДПИСЬ*
ПРИКЛЮЧЕНИЯ ШЕРЛОКА ХОЛМСА И ДОКТОРА ВАТСОНА	*СОКРОВИЩА АГРЫ*
ДУМА О КОВПАКЕ	*НАБАТ*
ДУМА О КОВПАКЕ	*КАРПАТЫ, КАРПАТЫ*

Название мультипликационных фильмов и сериалов

Мультипликационные фильмы советского и современного производства оформляются по правилам кинофильма.

Например:

БРЕМЕНСКИЕ МУЗЫКАНТЫ

АСТЕРИКС И ТАЙНОЕ ЗЕЛЬЕ

МОНСТРЫ НА КАНИКУЛАХ 2

Многосерийные мультипликационные фильмы советского производства, которые имеют небольшое количество серий, формируют свое название в соответствии с наименованием серии в поле “Title” без использования поля “Description”:

Например:

ПРИКЛЮЧЕНИЯ ПОРОСЕНКА ФУНТИКА

Title	Description
НЕУЛОВИМЫЙ ФУНТИК	
ФУНТИК В ЦИРКЕ	

Мультипликационные сериалы современного производства оформляются по аналогии с телевизионными сериалами.

Например:

МАША И МЕДВЕДЬ

УТИНЫЕ ИСТОРИИ

Название новостных и утренних передач

Для новостных и утренних телепередач, имеющих одинаковое название, но разное время выхода в течение суток, отдельно в круглых скобках фиксируется время.

Например:

НОВОСТИ (07:00)

ВЕСТИ (20:30)
ВКЛЮЧАЙСЯ (08:00)
ДОБРОЕ УТРО, БЕЛАРУСЬ (06:00)

Время новостей указывается в соответствии с программой телепередач, размещенной в общедоступных источниках информации, с точностью до 5 минут, либо указывается иное значение, согласованное с представителями соответствующих телеканалов.

Если по тем или иным причинам новостной блок был смещен, то указывается обычное время в соответствии с сеткой вещания телеканала (новое название эфирного события не заводится).

Для экстренных выпусков новостей время в скобках не указывается, вместо этого в названии указывается “СПЕЦВЫПУСК”.

Например:
ВЕСТИ. СПЕЦВЫПУСК;
НАШИ НОВОСТИ. СПЕЦВЫПУСК.

Для ночных выпусков новостных и других информационных передач, не имеющих постоянного времени выхода в эфир и смещаемых по сетке вещания в зависимости от времени окончания предыдущей телепередачи, указывается время (23+ или 24+ в зависимости от наиболее частого времени выхода в эфир).

Праздничный утренний эфир, посвященный государственному празднику, оформляется следующим образом:
НАШЕ УТРО. СПЕЦВЫПУСК
ДОБРОЕ УТРО, БЕЛАРУСЬ. СПЕЦВЫПУСК

Документальные фильмы и сериалы

Документальные фильмы, имеющие одну или две серии, оформляются следующим образом:

БЕГУЩИЕ ОТ ВОЙНЫ. БЕЛОРУССКАЯ ТРАГЕДИЯ
АЛЕКСАНДР РОЗЕНБАУМ. МОЙ УДИВИТЕЛЬНЫЙ СОН
АЛЕКСАНДР РОЗЕНБАУМ. СНЫ У РОЗОВОГО ДЕРЕВА

Для документальных фильмов, имеющих три и более серий, используется оформление в полях “Title” и “Description”.

Title	Description
АПОКАЛИПСИС	*КЛИМАТИЧЕСКИЙ КОЛЛАПС*

Документальные фильмы отмечаются как цикловые проекты с использованием описания при условии наличия соответствующей информации в открытом доступе. Если информация о количестве серий отсутствует, тогда оформление идет как документальный фильм.

Для документальной передачи, которая имеет цикл в цикл, в поле “Title” указывается название двух циклов, а тема выпуска указывается в “Description”. Если наименование выпуска не указано, тогда поле “Description” остается незаполненным:

Title	Description
НАШЕ КИНО. ИСТОРИЯ БОЛЬШОЙ ЛЮБВИ	*СЕРДЦА ТРЕХ*
НАШЕ КИНО. НЕУВЯДАЮЩИЕ	

Название спортивных трансляций

Название спортивных трансляций регистрируется по следующей схеме:<Вид спорта>. <Название спортивного мероприятия>. <Год проведения мероприятия>. <Дополнительная особенность соревнования>. <Пол>. <Возрастная группа>.

Название спортивного мероприятия указывается без указания места проведения.

Год проведения указывается только для крупных командных спортивных мероприятий, таких как Кубок УЕФА, Чемпионат Мира, Чемпионат Европы, Олимпиада, а также чемпионатов Беларуси.

Пол регистрируется только для женских и парных/смешанных соревнований.

Возрастная группа (юниоры) указывается в случае, если в названии спортивного события отсутствует дополнительная информация о возрастном ограничении (Чемпионат мира по футболу среди молодежных команд – FIFA U-20, Кубок IBU среди юниоров).

Например:

ФУТБОЛ. ЛИГА КОНФЕРЕНЦИЙ УЕФА. 2023-2024

БИАТЛОН. КУБОК СОДРУЖЕСТВА. 2022-2023. СУПЕРСПРИНТ. ЖЕНЩИНЫ

ФУТБОЛ. ЧЕМПИОНАТ БЕЛАРУСИ. ПРЕМЬЕР-ЛИГА. 2020. ЖЕНЩИНЫ

Исключением являются Олимпийские игры, у которых в начале названия указывается порядковый номер, при этом год проведения не указывается.

Например:

XXIV ЗИМНИЕ ОЛИМПИЙСКИЕ ИГРЫ. БИАТЛОН. ЭСТАФЕТА. СМЕШАННАЯ

При регистрации трансляций командных видов спорта в поле “Description” вносятся сведения об играющих командах.

Название команд участниц регистрируются по шаблону:

<Команда хозяев (Город или страна) – Команда гостей (Город или страна)>.

Для внутренних чемпионатов фиксируется город команды.

Например:

ДИНАМО-МИНСК (МИНСК) – ШАХТЕР (СОЛИГОРСК),

а **для международных матчей** – страна.

Например:

ДИНАМО-МИНСК (БЕЛАРУСЬ) – МИЛАН (ИТАЛИЯ)

Для матчей внутренних зарубежных чемпионатов фиксируется город.

Например:

ЮВЕНТУС (ТУРИН) – ЛИВОРНО (ЛИВОРНО)

Команда хозяев в названии должна быть **первой**.

Если есть разночтение в написание города команды (город или область), то название берется с официального сайта мероприятия.

Уточняющие словосочетания в названиях команд (хоккейный клуб, футбольный клуб и т.п.) заменяются аббревиатурой.

Например:

ХК ЛИПЕЦК (ЛИПЕЦК)

БК МИНСК (МИНСК)

ГК ГОМЕЛЬ (ГОМЕЛЬ)

Если название команды совпадает с названием города, то название города все равно фиксируется в круглых скобках.

Во время трансляции международных турниров, проходящих в какой-либо стране, где понятие «хозяева/гости» условно, то командой-хозяйкой матча считается та команда, которая в титрах матча стоит первой (при прочтении слева-направо) или верхней (при прочтении сверху-вниз).

Фиксация факта прямых трансляций спортивных событий в поле “Live” обязательна. Факт прямой трансляции фиксируется по наличию отметки о прямом эфире в видеоряде, либо после письменного уведомления от клиентов.

Название концертов, фестивалей и других культурно-зрелищных передач

Наименование концертов записывается по следующей схеме:

Концерт <Исполнитель>. <Наименование шоу или название концерта (если оно есть)>.

Если концерт организован в честь юбилея исполнителя, то перед названием добавляется слово **«Юбилейный»**.

Например:

КОНЦЕРТ ФИЛИППА КИРКОРОВА

КОНЦЕРТ К 60-ЛЕТИЮ ИГОРЯ БУТМАНА

КОНЦЕРТ АНИ ЛОРАК. DIVA

ЮБИЛЕЙНЫЙ КОНЦЕРТ АНСАМБЛЯ АРИЭЛЬ

ЮБИЛЕЙНЫЙ КОНЦЕРТ ДИМЫ БИЛАНА

Для трансляций спектаклей, балетов, опер и оперетт, ледовых шоу вместо слова «КОНЦЕРТ» используется название соответствующего жанра.

Например:

ОПЕРЕТТА СИЛЬВА

БАЛЕТ АННА КАРЕНИНА

СПЕКТАКЛЬ ПАВЛИНКА

ЛЕДОВОЕ ШОУ ИСТОРИЯ ЛЮБВИ ШАХЕРЕЗАДЫ

Названия фестивалей могут иметь сокращенное название, но должны отражать вид фестиваля (международный, национальный, региональный) и его название. Название концерта в рамках фестиваля и год его проведения (в случае отображения по эфиру) указываются в поле “Description”, где год выносится в

начало описания.

Например:

Title	Description
НАЦИОНАЛЬНЫЙ ФЕСТИВАЛЬ В МОЛОДЕЧНО	*2023. ГАЛА-КОНЦЕРТ ЛЮБИМЫЕ ПЕСНИ ПОЕМ ВМЕСТЕ*
ФЕСТИВАЛЬ АВТОРАДИО	*ДИСКОТЕКА 80-Х*
XXVIII МЕЖДУНАРОДНЫЙ ФЕСТИВАЛЬ СЛАВЯНСКИЙ БАЗАР В ВИТЕБСКЕ	*ДЕНИС МАЙДАНОВ. НИЧЕГО НЕ ЖАЛЬ*
XXVIII МЕЖДУНАРОДНЫЙ ФЕСТИВАЛЬ СЛАВЯНСКИЙ БАЗАР В ВИТЕБСКЕ	*ТОРЖЕСТВЕННАЯ ЦЕРЕМОНИЯ ОТКРЫТИЯ*

Если фестиваль или концерт являются ежегодными и название по эфиру имеет отличительные дополнения от существующего в базе данного мероприятия, то новая передача не заводится, в описании указывается дополнительная информация.

Например:

Title	Description
КОНЦЕРТ АЛЕКСАНДРИЯ СОБИРАЕТ ДРУЗЕЙ	
КОНЦЕРТ АЛЕКСАНДРИЯ СОБИРАЕТ ДРУЗЕЙ	*ПРАЗДНИК КУПАЛЬЕ-2023*

Названия некоторых фестивалей или других концертов могут превышать допустимое количество символов. В этом случае допускаются сокращения и упрощения: слова «приуроченный», «посвященный» могут заменяться предлогами «к» или «ко», могут опускаться дополняющее ее название эфирного события, либо фиксироваться только одно из нескольких.

Например:

КОНЦЕРТ К 70-ЛЕТИЮ ДЕПАРТАМЕНТА ОХРАНЫ МИНИСТЕРСТВА ВНУТРЕННИХ ДЕЛ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ (название концерта не указывалось)

Для больших цикловых проектов допускается использование поля “Description” для указания названия концерта в цикле при отображении в эфире:

Title	Description
КОНЦЕРТ ВЕЧЕРА С СИМФОНИЧЕСКИМ ОРКЕСТРОМ	*КОМПОЗИТОРЫ ШУТЯТ*
КОНЦЕРТ ВЕЧЕРА С СИМФОНИЧЕСКИМ ОРКЕСТРОМ	*МУЗЫКА КИНО*
КОНЦЕРТ ВЕЧЕРА С СИМФОНИЧЕСКИМ ОРКЕСТРОМ	*ЧЕТЫРЕ СТОЛЕТИЯ*

Название передач других жанров

Название передач других жанров формируется по эфиру. Описание к названию передачи допускается только в цикловых проектах, где название темы

выпуска отображено в эфире:

Title	Description
МИР НАИЗНАНКУ	*КИТАЙ*
МИР НАИЗНАНКУ	*ПАКИСТАН*

Для реалити-шоу номера сезонов не указываются.

Например:

ПАЦАНКИ (6 сезонов идут под одним названием).

Передачи с одинаковым названием

Если у телепередач с разными жанрами совпадают названия, то к названию второй (и последующей) телепередаче добавляется название жанра в скобках.

Например:

ЛЕДНИКОВЫЙ ПЕРИОД (МУЛЬТФИЛЬМ) – мультфильм;

ЛЕДНИКОВЫЙ ПЕРИОД – талант-шоу;

ГАДАЛКА – докудрама;

ГАДАЛКА (ТЕЛЕСЕРИАЛ) – телесериал;

БАРЫШНЯ-КРЕСТЬЯНКА (КИНОФИЛЬМ) – кинофильм;

БАРЫШНЯ-КРЕСТЬЯНКА – реалити-шоу.

Если у телепередач, относящихся к одному жанру, названия совпадают, то в скобках указываются страна производства и год выпуска.

Например:

БЕГЛЕЦЫ (ФРАНЦИЯ, 1986) и БЕГЛЕЦЫ (РОССИЯ, 2014).

Если телепередачи имеют одинаковое название, жанр, язык и страну производства, то в базе остается одно название для разных передач.

Например:

ГОРОДА БЕЛАРУСИ

Для сокращения количества символов в названиях передач с длинными жанрами допускается сокращенная форма в скобках:

СПЕЦИАЛЬНЫЙ РЕПОРТАЖ (ДР. ПОЗНАВАТ.)

7.2.2 Жанр и категория телепередачи

Жанр и Категория телепередачи (Genre, Speciality) – это классификация телепередачи в зависимости от ее формата и тематики.

Телепередачи на всех каналах должны иметь одинаковую логику жанровой классификации. Если на одном канале передача классифицируется в определенном жанре, и на другом канале выходит однотипная передача, то их жанры должны совпадать.

Современные передачи могут иметь разные признаки того или иного жанра. Телепередача, в первую очередь, рассматривается по характеру общего жанра (развлекательная, информационная и т.д.), после чего в выбранном жанре подбирается наиболее подходящая категория.

Кинофильмы, сериалы и документальные фильмы подразделяются на следующие категории (Speciality):

Документальные фильмы:
1 или 2 серии – документальный фильм;
3 и более серий – документальный сериал.
Кинофильмы и сериалы современного производства:
1 или 2 серии – кинофильм;
3 или 4 серии – мини-сериал;
5 и более серий – телесериал.
Кинопродукция советского производства:
1 или 2 серии – кинофильм;
3 и более серий – многосерийный фильм.

7.2.3 Язык трансляции телепередачи

Язык передачи (Language) – фиксируется преимущественный язык, на котором идет аудиоряд передачи.

Если передача идет на двух языках (белорусский и русский), то указывается язык, который отмечен в названии передачи, титрах и других текстовых сообщениях во время эфира.

В случае спорных моментов при определении языка передачи основной информацией служит язык, на котором разговаривает ведущий.

7.2.4 Возрастные ограничения

Возрастные ограничения (Target) – указывает на возрастные и иные ограничения, которые установлены для передачи и отображаются в видеоряде.

Для телепередач, у которых в видеоряде отсутствует указание на возрастные ограничения, информация берется из Государственного регистра, размещенного на официальном сайте Министерства культуры Республики Беларусь.

В случае, если по эфиру и в открытых источниках информации отсутствуют указания на возрастные ограничения, специалист по мониторингу выставляет возрастные ограничения «Семейное».

7.2.5 Страна производства

Страна производства (Country) – указывается страна производства телепередачи. Информация берется из открытых источников информации.

В графе «Страна производства» может быть указано не более 3-х стран. Если эфирное событие было создано более, чем 3-мя странами, то указываются первые три.

Например:

КАНАДА/ВЕЛИКОБРИТАНИЯ/США.

При этом последовательность стран производства не всегда может соответствовать степени вклада в производство данной телепередачи.

7.3 Анонс

Анонс – эфирное событие, содержащее информацию о планируемых к выходу в эфир каких-либо телевизионных и иных событий (концертов, цирковых представлений, выходов фильмов или мультфильмов в кинопрокат и т.п.) и не содержащее информации о рекламодателе/спонсоре или о продаже и стоимости билетов для посещения события. Поле “Description” не заполняется. В графе «Возрастные ограничения» (Target) указывается «Семейное».

7.4 Заставка

Заставка – эфирное событие, отделяющее одно эфирное событие от другого. Зачастую отображает логотип телеканала, информацию о начале/окончании рекламы и т.п. Также может содержать дополнительную информацию: телефон рекламной службы и т.п. В графе «Возрастные ограничения» (Target) указывается «Другое».

7.5 Межпрограммный ролик

Межпрограммный ролик – эфирное событие, содержащее информацию социальной, идеологической и культурно-просветительской направленности, не имеющее признаков телепередачи и не носящее коммерческий характер. Описание/название ролика осуществляется в поле “Description”, но заполняется по усмотрению оператора мониторинга с целью автоматизации процесса мониторинга. В графе «Возрастные ограничения» (Target) указывается «Другое».

7.6 Служебное событие

«Таблица регулировки» – отображаемые на экране вертикальные цветные полосы, свидетельствующее об отсутствии трансляции и наличии передаваемого сигнала;

«Нет трансляции» – выводимое на экран изображение об окончании трансляции, временном перерыве в вещании, таблица регулировки в эфирное время. При этом оператор однозначно может судить о том, что эфир записывается;

«Нет записи» – отметка об отсутствии записи сигнала, вызванной техническим сбоем системы мониторинга.

«Брак трансляции» – прерывание эфира трансляцией в ненадлежащем качестве: зависание кадра, отсутствие изображения, но присутствие названия телепередачи и других признаков сбоев в вещании.

В графе «Возрастные ограничения» (Target) указывается «Другое».

«Блок рекламы» – служебная отметка, отображаемая в ПО Instar Analytics в разделе программ, замещающая перерывы, на протяжении которых выходили

рекламные ролики.

7.7 Рекламный ролик

Рекламный ролик – рекламное сообщение, содержащие информацию о продаже того или иного товара или оказании услуг.

Ролики отличаются сюжетом, длительностью, наличием или отсутствием адреса, телефона, сайта в Интернете, титров о сертификации, регистрации и лицензии и т.д.

Для каждого рекламного сообщения формируется текстовое название в поле “Campaign”, которое содержит: название бренда (фиксируется оригинальное название бренда – на русском или иностранном языке) и краткое описание (наименование товара, линия товаров, название акции, торговая сеть и т.п.). Также может быть указано название подбренда (модель), если в рекламном ролике рекламируется конкретный продукт (модель) из линейки товаров. Каждый из элементов названия разделяется знаком: “/”.

Например:

BELOR DESIGN/ПУДРА ДЛЯ ЛИЦА

ЕВРООПТ/ТОРГОВАЯ СЕТЬ

BMW/X5/АВТОМОБИЛЬ

Значения полей “Brand” и “Model” по умолчанию формируются автоматически исходя из поля “Campaign”. Допускается их редактирование по запросам клиентов с целью уточнения.

Рекламному сообщению автоматически присваивается “Spot ID”. Для одного рекламного сообщения может существовать несколько роликов, отличающихся содержимым (сюжет, длительность, дополнительные надписи и т.п.). Каждому рекламному ролику автоматически присваивается свой номер (Creativity code).

Для каждого ролика формируется текстовое название (Creativity Description), которое является уникальным. Оно должно содержать: оригинальное название бренда, тип рекламы (кросс-реклама, партнер показа, телемагазин), краткое описание видимого содержимого ролика, отображаемую стоимость, даты проведения акций, длительность ролика (в формате 000 секунд).

Одному Creativity Description должно соответствовать одно сочетание Spot ID+Creativity code и наоборот – на одно сочетание Spot ID+Creativity code может приходиться одно Creativity Description (правило действует на все типы рекламных сообщений).

Тип рекламы «Кросс-реклама» указывается в случае, когда в рекламе торговой сети присутствует упоминание о продаваемой в ней продукции с отображением ее бренда и/или модели.

Например:

FIX PRICE_ШОКОЛАДНЫЕ КОНФЕТЫ 2_005

A1_КРОСС-РЕКЛАМА_ПАРЕНЬ В КАФЕ, СОБАКА, ДЕВУШКА, СКИДКА, XIAOMI POCO M3 100_030;

JARDIN_ПАРТНЕР ПОКАЗА_МУЖЧИНА ГОТОВИТ КОФЕ, КАФЕ,

ДЕВУШКА, 2 ПАЧКИ_075.

Каждый товар классифицируется по 3 уровням: Sector, Group, Product (расположены в порядке иерархии). Один и тот же товар не может быть одновременно отнесен к различным товарным категориям. **Продукция телемагазина не классифицируется,** и во всех уровнях товарного классификатора указывается **«Телемагазин».**

Отдельные типы рекламных сообщений выделяются в дополнительные категории:

Партнер показа – используется для отметки роликов, транслируемых в рамках спонсорского пакета;

Телемагазин – используется для отметки роликов о продаже продукции телемагазина;

Для роликов категории «Телемагазин» в описании добавляется слово «ТЕЛЕМАГАЗИН», которое выносится в начало описания. Элементы описания разделяются знаком: «_».

Например:

ТЕЛЕМАГАЗИН_АВТОЧЕХЛЫ НОВАЯ ЖИЗНЬ, 69.90, 348 99 00_045.

Социальный ролик – рекламное сообщение, имеющее социальную направленность.

Для обозначения рекламных роликов, выходящих на канале-платформе, предназначенных для выхода на иностранном рынке и не замещенных локальными рекламными блоками, используется отметка «***Иностранный рекламный ролик***» (отображается в “Spot type”) (правило действует с 13 августа 2021 г.). К данному типу рекламных сообщений также будут отнесены партнерские ролики, ролики телемагазинов и кросс-реклама, предназначенные для показа за пределами Республики Беларусь. Тарификация таких выходов рекламных сообщений не осуществляется. Дополнительно указанные ролики в поле “Creativity Description” будут отмечены приставкой “RUS_”.

Рекламные ролики, которые по визуальной картинке идентичны как для местного, так и для иностранного рынка, такой приставки иметь не будут. Атрибут “Spot type” будет изменяться оператором вручную в зависимости от целевого рынка. Если ролик ранее выходил на иностранном рынке и в описании имел приставку “RUS_”, то после выхода на локальном рынке будет создан новый ролик с новым идентификатором, и в описании приставка “RUS_” будет отсутствовать.

В случае выхода в эфир ролика, имеющего по тем или иным причинам брак по картинке (обрезанного по длительности или с превышением стандартной длительности из-за зависших кадров, бегущая строка или программные анонсы, баннеры, черные кадры, увеличенная картинка и др.), создается новая запись в базе с новым “Creativity code” в рамках существующего “Campaign”.

В описании указывается «БРАК_», торговая марка, идентификатор ролика, который должен был выйти в эфир (определяется оператором самостоятельно исходя из схожести ролика), фактическая длительность ролика.

Например:

БРАК_PEPSI_478-11_009

БРАК_RUS_PEPSI_478-15_027

Если ролик вышел в эфир в ненадлежащем качестве, и на него еще не было создано эталонного ролика, то в таком случае ролик заводится как обычный, а в описании помечается наличие брака.

Например:

БРАК_TINKI_ СЕМЬЯ ЗА СТОЛОМ_015

7.8 Графическое изображение рекламного характера

Графическое изображение рекламного характера – тип рекламного сообщения, транслируемого в эфире, не прерывающего контент и занимающего только часть экрана. Графическое изображение рекламного характера подразделяется на рекламный баннер и логотип спонсора.

Рекламный баннер включает статичные или движущиеся элементы: видео/аудиоряд, изображения реальных людей, логотип, товары, титры и т.д. Рекламному баннеру присваиваются атрибуты аналогичные рекламному ролику. Для обычных рекламных баннеров в конце текстового названия в поле “Campaign” указывается «/ОВЕРПРИНТ». Логотип спонсора – это графическое изображение, на котором присутствует логотип компании без какой-либо дополнительной информации, в конце текстового названия в поле “Campaign” указывается «/ЛОГО».

Например:

DESIGN&DECOR/ШКОЛА/ОВЕРПРИНТ;

АЭРТАЛ/КРЕМ/ЛОГО;

Рекламному баннеру и логотипу спонсора автоматически присваиваются “Spot ID” и “Creativity code”.

Для каждого баннера формируется уникальное текстовое название (Creativity Description). Оно должно содержать: оригинальное название бренда, тип рекламного сообщения (оверпринт, лого), краткое описание видимого содержимого рекламного сообщения, длительность (в формате 000 секунд). Описание логотипа спонсора может иметь отличие только в длительности.

Например:

ОСТРОВ ЧИСТОТЫ И ВКУСА_ЛОГО_005

АЭРТАЛ_ЛОГО_СЛЕВА ВНИЗУ_020

АЭРТАЛ_ЛОГО_СЛЕВА ВНИЗУ_005

КОРОНА_ОВЕРПРИНТ_МАРАФОН СКИДОК, 12-14.09.23_006

Время начала/окончания соответствует фактическому времени выхода в телеэфире.

Новостная бегущая строка, а также сообщения, содержащие прогноз погоды или информацию с анонсом какого-либо эфирного события, в мониторинге не фиксируются.

7.9 Расчет стоимости рекламы

В программе мониторинга реализована возможность расчета стоимости ролика по минутному (Spot cost) и GRP тарифам (Spot cost by GRP).

Расчет стоимости рекламы осуществляется на основании официальных прайс-листов, предоставляемых телеканалами или медиаселлерами. Стоимость рекламы выставляется в рублях (BYN) с учетом НДС.

Оценка по минутным прайс-листам осуществляется в зависимости от времени суток с дифференциацией в одну минуту из расчета стоимости одной минуты рекламного времени.

Стоимость выхода рекламного ролика по минутному тарифу указывается с учетом хронометража рекламного ролика (в ПО Instar Analytics).

Минутной оценке подлежат все каналы, у которых существует официальный прайс-лист. В противном случае рекламным бюджетам присваивается стоимость равная нулю.

Для не расцененных телепередач применяется тариф предыдущей телепередачи.

Стоимость по GRP тарифу выставляется на основании официальных тарифов CPP для базовой аудитории при плавающем размещении для ролика длительностью 30 секунд с учетом хронометража рекламного ролика (в ПО Instar Analytics).

Оценка стоимости рекламных роликов по GRP осуществляется в зависимости от времени суток. Данные для расчета по GRP тарифу вносятся с интервалом один час, что позволяет рассчитывать стоимость с учетом коэффициента за размещение в прайм-тайм.

В расчетах стоимости по минутным тарифам и по GRP **учитываются:**

- сезонный коэффициент;
- коэффициент за прайм-тайм (**GRP тариф**).

При оценке **не учитываются** такие позиции из прайс-листов как:

- объемные скидки;
- другие надбавки/скидки.

Оценка стоимости **рекламных баннеров, логотипов спонсоров, телемагазина** осуществляется по принципам и тарифам оценки стоимости рекламных роликов.

8. ФОРМА И СРОКИ ПРЕДОСТАВЛЕНИЯ ИНФОРМАЦИИ

Сроки поставки данных:

данные поставляются в рабочие дни по следующему графику:

День недели, когда поставляются данные	**День недели, за который поставляются данные**
Понедельник, 17:00	Пятница предыдущей недели
	Суббота предыдущей недели
Вторник, 17:00	Воскресенье предыдущей недели

	Понедельник текущей недели
Среда, 16:00	Вторник текущей недели
Четверг, 16:00	Среда текущей недели
Пятница, 16:00	Четверг текущей недели

В дни государственных праздников и переносов рабочих дней график поставки может быть изменен, о чем пользователи будут уведомлены заблаговременно письмом на бумажном носителе или в электронном виде.

Форма поставки данных:

данные поставляются файлами, пригодными для загрузки в программное обеспечение *Instar Analytics*.