

https://meduza.io	Meduza			
https://www.adme.ru	AdMe			
https://www.the-village.ru	The Village			
https://www.wonderzine.com	Wonderzine			
https://www.popmech.ru	«Популярная механика»			
https://vc.ru	VC			
https://tjournal.ru	TJ			
https://www.cosmo.ru	Cosmopolitan			
http://www.spletnik.ru	«Сплетник»			
https://snob.ru/	«Сноб»			
https://knife.media	«Нож»			
https://nplus1.ru	N + 1			
https://mel.fm	«Мел»			
https://kanobu.ru	«Канобу»			
https://sports.ru	Sports			
https://esquire.ru	Esquire			
https://dtf.ru	DTF			
https://incruussia.ru	Inc.			
https://lifehacker.ru	«Лайфхакер»			
https://pikabu.ru	«Пикабу»			
https://afisha.ru	«Афиша»			
https://salt.zone/	Salt Zone			
https://zvzda.ru/	«Звезда»			
https://bigvill.ru	«Большая деревня»			
https://inde.io	«Инде»			
https://7x7-journal.ru	«7 x 7»			
https://paperpaper.ru	«Бумага»			

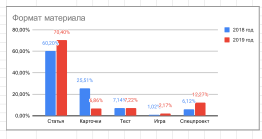
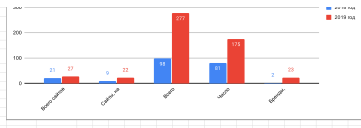
Процесс сбора данных:
1. Выбрать издание. 2. Проверить на главной странице все материалы, которые вышли за 24 часа. 3. Выбрать публикации с пометками «Партнёрский», «Спонсорский», «Реклама», «Спецпроект» и аналогичными. 4. Исследовать материалы. 5. Данные внести в сводную таблицу.
— порядковый номер материала
Дата № 1 — дата первичного замера
Дата № 2 — через неделю от даты № 1 (заполняется сразу)
Дата № 3 — через две недели от даты № 1 (заполняется сразу)
Издание — выбрать из списка необходимое
Ссылка — ссылка на материал
Заголовок публикации — заголовок публикации
Кол-во просмотров № 1 — дата первичного замера (если невозможно, ставить «нет»)
Сумма соц. действий № 1 — сумма шервов, лайков, репостов и комментариев во всех соцсетях / дата первичного замера (если невозможно, ставить «нет»).
Формула подсчёта: Соцсеть А (кол-во лайков под постом анонса + кол-во шервов + кол-во комментариев) + Соцсеть В (аналогично) + Соцсеть N + ... = Сумма социальных действий
Кол-во просмотров № 2 — через неделю от даты первичного замера (если невозможно, ставить «нет»)
Сумма соц. действий № 2 — аналогично (если невозможно, ставить «нет»)
Кол-во просмотров № 3 — через две недели от даты первичного замера (если невозможно, ставить «нет»)
Сумма соц. действий № 3 — аналогично (если невозможно, ставить «нет»)
Отметка — формулировка отметки о рекламе (партнёрский, спецпроект, промо и так далее)
Бренд — наименование бренда

Шкала исследований

№	Дескриптор
Товарная категория бренда (отмечается один вариант символом 1)	
1	Алкогольные напитки
2	Аудио, видео, кино и фототехника
3	Аудио, видеопродукция, игры
4	Безалкогольные напитки
5	Бытовая техника
6	Бытовая химия
7	Галантерея и текстиль
8	Компьютерная техника и ПО
9	Кондитерские изделия
10	Кухонные и хозяйственные принадлежности
11	Лекарственные препараты и биоактивные добавки
12	Массовые мероприятия
13	Мебель и предметы интерьера
14	Медицинское оборудование и материалы
15	Общественно-спортивные организации
16	Общественные организации
17	Одежда и обувь
18	Оргтехника и канцелярские товары
19	Отопительное и водонагревательное оборудование
20	Парфюмерия
21	Политические организации
22	Продукты питания
23	Промышленное оборудование
24	Промышленные материалы
25	Растения, товары для сада и огорода
26	Реклама торговой марки
27	Социальная реклама (разное)
28	Социальная реклама: здоровый образ жизни
29	Социальная реклама: отношения между людьми
30	Социальная реклама: экология
31	Спортивные товары
32	Средства массовой информации
33	Средства охраны и личной безопасности
34	Средства связи и оборудование
35	Строительные, отделочные материалы и сантехника
36	Строительство и ремонт

37	Табак и курительные принадлежности
38	Товары для детей
39	Товары для животных
40	Товары для красоты и здоровья
41	Товары для организации праздников
42	Транспорт и сопутствующие товары
43	Услуги бытовые и сервис
44	Услуги в области интернета
45	Услуги в области рекламы и маркетинга
46	Услуги в области торговли
47	Услуги в системе образования и трудоустройства
48	Услуги индустрии развлечений
49	Услуги медицинские
50	Услуги общественного питания
51	Услуги по операциям с недвижимостью
52	Услуги по охране и безопасности
53	Услуги по туризму, спорту и отдыху
54	Услуги производственного характера
55	Услуги связи
56	Услуги страховые
57	Услуги транспортные
58	Услуги финансовые
59	Услуги юридические, аудиторские и консалтинговые
60	Часы, ювелирные изделия
Формат материала (отмечается один вариант символом 1)	
61	Статья
62	Карточки
63	Тест
64	Игра
65	Видео
66	Спецпроект (промостраницы, сложные сочетания, посадочные страницы, хабы)
Формат интеграции бренда (отмечается один вариант символом 1)	
67	Обзор
68	Мифы и факты
69	История
70	Разбор
71	Фан (развлекательный проект)
72	Подборка с частичным присутствием бренда
73	Подборка с полным присутствием бренда
74	Решение проблемы с частичным присутствием бренда
75	Решение проблемы с полным присутствием бренда
76	Другое
Объём внимания к бренду в публикации (отмечается один вариант символом 1)	
77	Простое упоминание
78	Упоминание не менее абзаца
79	Весь текст
Количество клиентских ссылок внутри публикации (отмечается один вариант символом 1)	
80	Одна
81	Две
82	Три
83	Четыре
84	Пять и более
Брендинг публикации (отмечается один вариант символом 1)	
85	В стандартной вёрстке издания
86	Брендированная вёрстка / кастомная вёрстка
Присутствие бренда по типологии «Медиатора» (отмечается один вариант символом 1)	
87	In article
88	Complex
89	Max

Всего сайтов — участники исследования	21	27	6	28,57%
Сайты, на которых структура которой была обнаружена некорректной рекламой или спонсорства	0	22	12	100,00%
Всего рекламных объявлений	98	277	179	182,65%
Число брендов в публикации	81	175	94	116,05%
Бренды, рекламный контент которых в данный адресат	2	23	21	1000,00%
Формат материала				
Служба	63,29%	70,40%	17%	
Картинка	22,51%	8,80%	-73%	
Текст	7,14%	7,25%	1%	
Фильм	1,02%	2,17%	112%	
Смешанный	6,12%	12,27%	101%	
Видео	0,90%	0,80%	0	
Объем внимания к бренду в публикации				
Просто упомянули	19%	25,96%	37%	
Упомянули на своем сайте	20%	46,31%	4%	
Весь текст	31%	25,96%	-16%	
Количество клиентских ссылок внутри публикации				
Нет клиентских ссылок	12,00%	16,80%	-16%	
Один	18,00%	23,10%	31%	
Два	20,00%	23,10%	6%	
Три	14,00%	18,87%	25%	
Четыре	12,00%	8,80%	-41%	
Пять и более	32,00%	27,58%	-15%	



Региональные издания

У региональных изданий основной формат материала - статья. Тесты увидели у "Большой деревни" и "Бумаги", карточки за время проведения исследования были только у "Большой деревни".

"Бумага" разместила 14 статей в 10 товарных категориях, "Большая деревня" - 12 статей в 10 товарных категориях. У "Звезда" было 2 публикации одного бренда, у "Инде" одна.

Рассматривая все региональные издания, видим больше всего размещений в категориях "Услуги в области интернета", "Услуги связи" и "Услуги финансовые".

В 11 материалах из 29 две ссылки, в 12 материалах - четыре и более. Встречающийся в федеральных изданиях формат размещения без ссылок на сайт клиента не увидели ни в одном региональном издании.

Издание	Всего публикаций	Статьи	Карточки	Тесты	Игры	Видео	Спецпроекты	Товарная категория бренда																Количество клиентских ссылок внутри публикации						
								1	12	14	15	23	36	43	44	46	49	50	51	52	55	57	58	0	Одна	Две	Три	Четыре	Пять и более	
«Бумага»	14	13	0	1	0	0	0	1	1	1															0	2	6	1	3	2
«Большая деревня»	12	8	1	3	0	0	0	1																	0	3	3	0	3	3
«Звезда»	2	2	0	0	0	0	0																		0	0	2	0	0	0
«Инде»	1	1	0	0	0	0	0				1														0	0	0	0	0	1
																									0	17,24%	37,93%	3,45%	20,69%	20,69%

Товарная категория бренда	«Бумага»	«Большая деревня»	«Звезда»	«Инде»	Всего
Алкогольные напитки		1			1
Массовые мероприятия	1				1
Медицинское оборудование и материалы	1				1
Общественно-спортивные организации				1	1
Промышленное оборудование	1				1
Строительство и ремонт	2				2
Услуги бытовые и сервис	1				1
Услуги в области интернета	2	2			4
Услуги в области торговли		1			1
Услуги медицинские	1	1			2
Услуги общественного питания		1			1
Услуги по операциям с недвижимостью		1			1
Услуги по охране и безопасности	1				1
Услуги связи	2	2			4
Услуги транспортные		1			1
Услуги финансовые	2	2	2		6
Число товарных категорий	10	9	1	1	16

