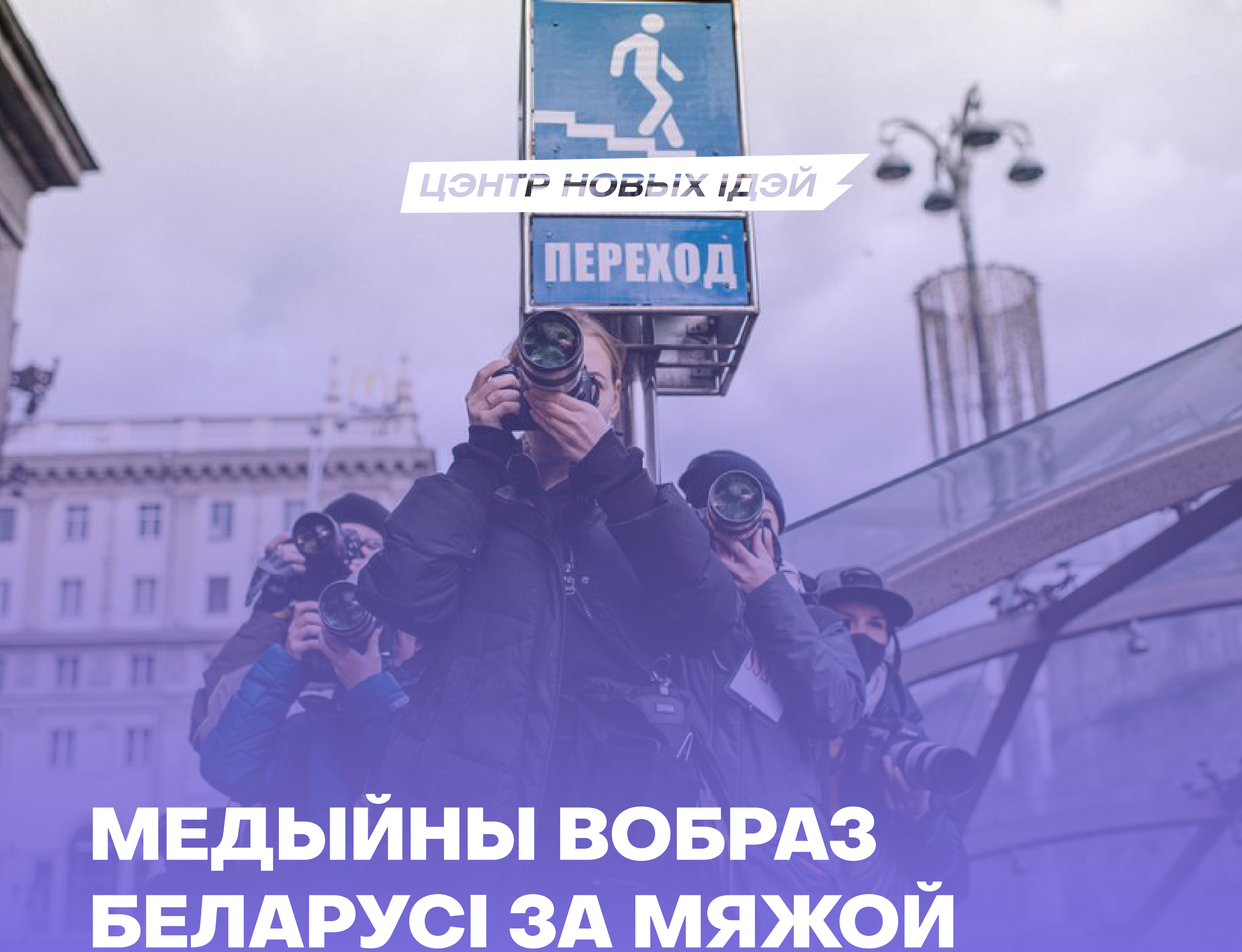
ЦЭНТР НОВЫХ ІДЭЙ



МЕДЫЙНЫ ВОБРАЗ БЕЛАРУСІ ЗА МЯЖОЙ У 2022–2023 гг.: МАНІТОРЫНГ ЗАМЕЖНЫХ СМІ

Леся Руднік

Цэнтр новых ідэй | Люты 2024

УВОДЗІНЫ

Медыі з’яўляюцца моцным актарам у дэмакратычных грамадствах. Праз медыі грамадзяне фармуюць сваё ўяўленне пра падзеі ў свеце, выпрацоўваюць стаўленне да палітыкаў. Разумеючы гэта, у межах маніторынгу вобраза Беларусі ў замежных СМІ, мы імкнёмся акрэсліць, як навакольны свет бачыць Беларусь, беларусаў і падзеі, якія адбываюцца вакол нашай краіны.

Беларусь прыцягнула ўвагу медыяў на кароткі час у 2020-ым годзе, калі актыўная фаза пратэстаў ахапіла краіну. Аднак як гэта часта адбываецца на медыйным рынку, цікавасць да нашай краіны паступова змяншалася. Выбухалі новыя міжнародныя крызісы, пратэсты, канфлікты, нават войны. Беларусь вярнулася ў фокус замежных медыяў у 2022-ім годзе. Аднак гэтым разам у цэнтры ўвагі стала ваенная ўцягнутасць беларускага рэжыму ў агрэсію Расеі супраць Украіны. Міграцыйны крызіс на мяжы з ЕС стаў яшчэ адной тэмай, якая закранался ў дачыненні Беларусі. Гэтыя і іншыя трэнды адлюстраваныя ў маніторынгу замежных медыяў 2021-2022 гг.

У другой палове 2022-га–першай палове 2023-га працягнулася вайна ва Украіне, якая абвастралася праз мяцеж Прыгожына, удзел Лукашэнкі ў вырашэнні лёсу ПВК “Вагнер”, размяшчэнне ў Беларусі ядравай зброі і ўзмацненне вонкавых сувязяў беларускага рэжыму з Расеяй, Кітаем і Іранам. Акрамя таго, беларускі рэжым працягнуў курс на пашырэнне рэпрэсій, русіфікацыю і ідэалагізацыю ўсіх сфераў грамадства. Разам з тым дэмакратычныя сілы выбудоўвалі новыя сувязі з замежнымі партнёрамі, наладжвалі стратэгічны дыялог з ЗША, дамагаліся прыняцця рэзалюцый па Беларусі і развіцця сеткі парламенцкіх групаў у падтрымку Беларусі. На фоне ўскладнення легалізацыі беларусаў у некаторых еўрапейскіх краінах дэмакратычныя сілы анансавалі праект новага пашпарта.

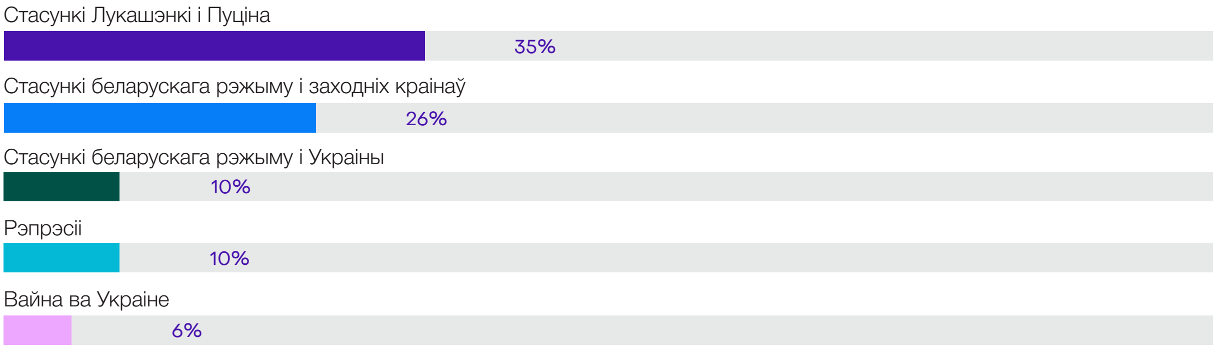
У межах маніторынгу мы прааналізавалі 20 міжнародных медыярэсурсаў і паглядзелі на тое, якія вобразы беларусаў, уладаў, дэмакратычных сілаў і дыяспары транслююць замежныя выданні ў кантэксце сённяшніх унутры- і знешнепалітычных падзеяў (гл. метадалогію маніторынгу на старонцы 11).

ЯК ЗАМЕЖНЫЯ СМІ АСВЯТЛЯЛІ ПАДЗЕІ Ў БЕЛАРУСІ Ў 2022-2023 ГГ.?

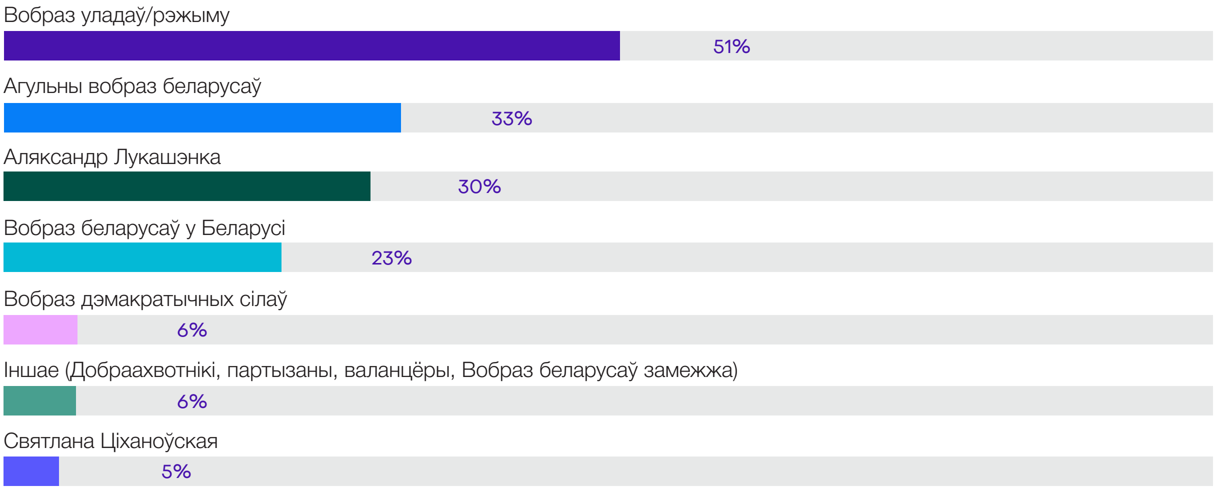
У 2022-2023 гадах Беларусь прываблівала ўвагу міжнародных СМІ праз уцягнутасць рэжыму ў ваенныя дзеі на тэрыторыі Украіны, унутрыпалітычны крызіс і міжнародную актыўнасць дэмакратычных сілаў. У цэнтры ўвагі за прааналізаваны перыяд апынуліся такія падзеі, як мяцеж Прыгожына і роля Лукашэнкі ў далейшым яго развіцці, сустрэчы Пуціна і Лукашэнкі, размяшчэнне ядравай зброі ў Беларусі, міжнародныя візіты Святланы Ціханоўскай. Меншая ўвага за апошні год надавалася пытанню палітвязняў. Аднак міжнародныя СМІ пісалі аб адсутнасці сувязі з вядомымі палітзняволенымі, такімі як Марыя Калеснікава, Мікалай Статкевіч, Віктар Бабарыка, Сяргей Ціханоўскі і Максім Знак.

Найбольш папулярнымі тэмамі ў замежных выданнях у дачыненні Беларусі сталі: асоба Лукашэнкі, вобраз уладаў/рэжыму, а таксама стасункі Лукашэнкі і Пуціна. Найменш заўважныя тэмы: добраахвотнікі, валанцёры, партызаны, вобраз дэмакратычных сілаў і Святлана Ціханоўская. Таксама агулам знізілася глыбіня расповеду пра Беларусь: артыкулы часта падаюць краіну як другаснага актара ў агрэсіі Расеі супраць Украіны, абмінаюцца дэталі і кантэкст падзеяў 2020-га года.

Графік 1а: Пра што найчасцей пісалі замежныя СМІ ў дачыненні Беларусі? *



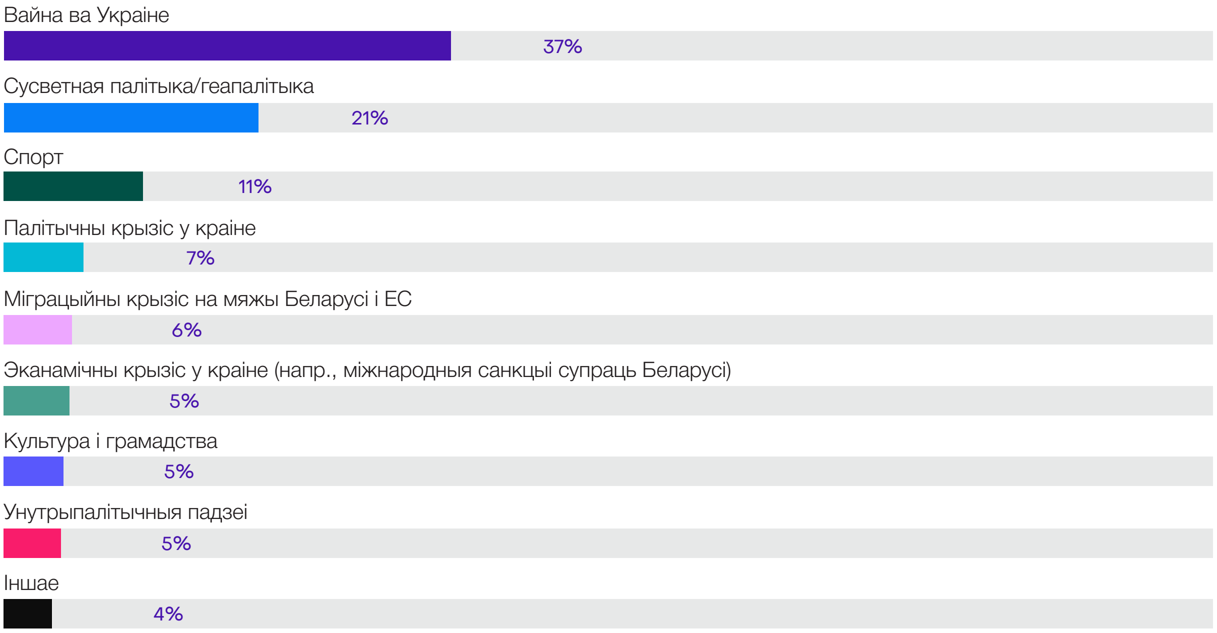
Графік 1б: Пра каго найчасцей пісалі замежныя СМІ ў дачыненні Беларусі?



* Лічбы ў гэтым і наступных графіках акругленыя да цэлых.

Маніторынг замежных медыяў адлюстраваў, што большасць артыкулаў асвятлялі падзеі ў Беларусі праз прызму вайны ва Украіне, а таксама праз геапалітычны кантэкст. Палітычны крызіс у краіне і ўнутрыпалітычныя падзеі цікавілі замежных журналістаў нашмат радзей (гл. графік 2). Акрамя таго, Беларусь згадвалася ў кантэксце спартыўных падзеяў, напрыклад падчас абмеркавання ўдзелу беларускіх спартоўцаў у Алімпіядзе-2024.

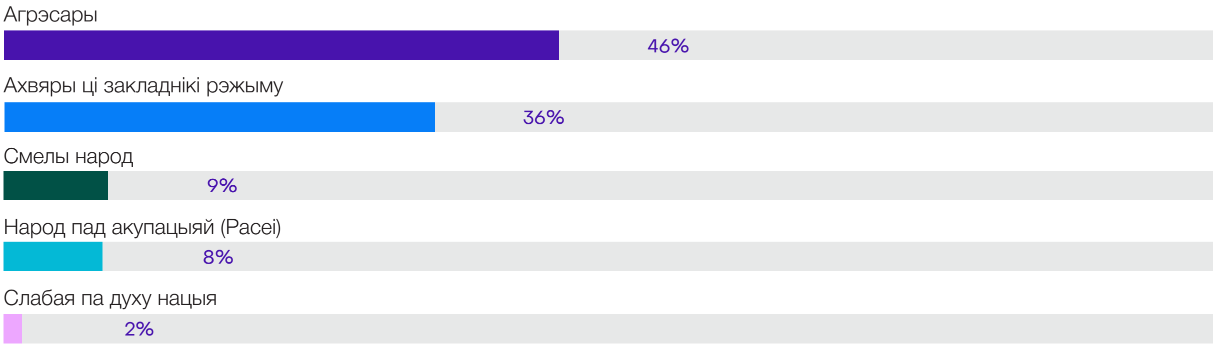
Графік 2: Тэмы, у кантэксце якіх згадвалася Беларусь у замежных СМІ



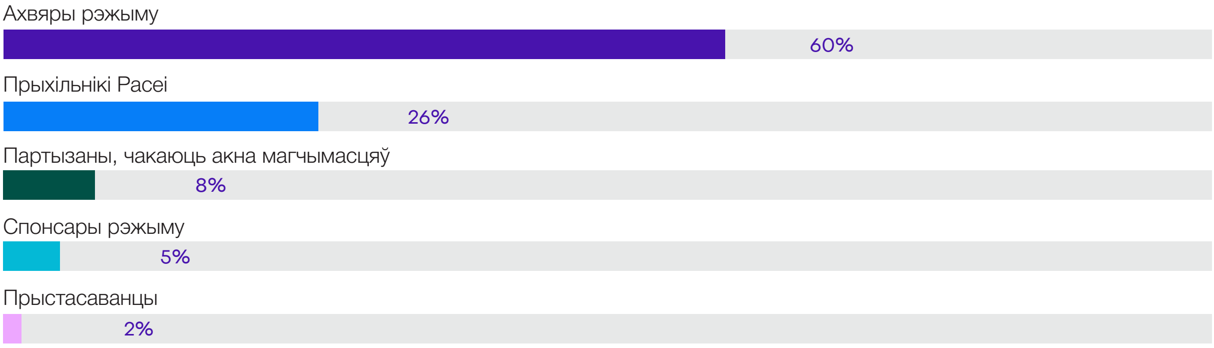
ВОБРАЗ БЕЛАРУСАЎ У ЗАМЕЖНЫХ ВЫДАННЯХ

Агульны вобраз беларусаў даволі моцна змяніўся ў параўнанні з вынікамі мінулага маніторынгу. У 46% прааналізаваных выпадкаў беларусаў агулам называюць агрэсарамі (гл. графік 3). Найбольш гэта характэрна для польскіх і ўкраінскіх выданняў, найменш – для брытанскіх. Аднак калі гаворка ідзе пра беларусаў унутры краіны, часцей за ўсё выкарыстоўваецца вобраз ахвяраў рэжыму. У параўнанні з мінулым выданнем маніторынгу нязначна вырасла колькасць артыкулаў, дзе беларусаў у Беларусі называюць прыхільнікамі Расеі. Найбольш часта такое меркаванне сустракаецца ў польскіх і ўкраінскіх, а таксама японскіх СМІ.

Графік 3: Вобраз беларусаў агулам

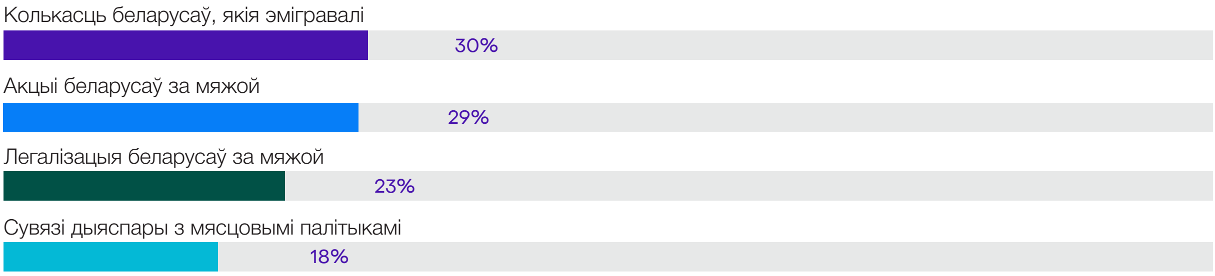


Графік 4: Вобраз беларусаў у Беларусі



Беларусы замежжа сталі героямі 3% прааналізаваных артыкулаў. Найчасцей дыяспара згадвалася ў кантэксце палітычных акцый за мяжой і пытанняў легалізацыі беларусаў. Акцыі беларусаў часцей за ўсё цікавілі журналістаў амерыканскіх выданняў, а пытанні легалізацыі больш фігуравалі ва ўкраінскіх і польскіх выданнях. Акрамя таго, замежныя журналісты згадвалі дыяспару ў агульным кантэксце, прыводзячы лічбы беларусаў, якія выехалі з краіны праз палітычны крызіс.

Графік 5: Беларусы ў эміграцыі



БЕЛАРУСЬ VS “БЕЛАЯ РАСЕЯ”?

Калі ў першай рэдакцыі маніторынгу выданні на іспанскай, партугальскай, шведскай, нямецкай мовах дастаткова часта выкарыстоўвалі назву-адпаведнік “Белая Расея”, то ў другой моўныя адпаведнікі “Белай Расеі” былі амаль незаўважныя. У выбарку гэтага маніторынгу не трапілі медыі на іспанскай, партугальскай і скандынаўскіх мовах (апошнія і раней выкарыстоўвалі назву Belarus), таму зрабіць статыстычна значнае параўнанне мы не можам.

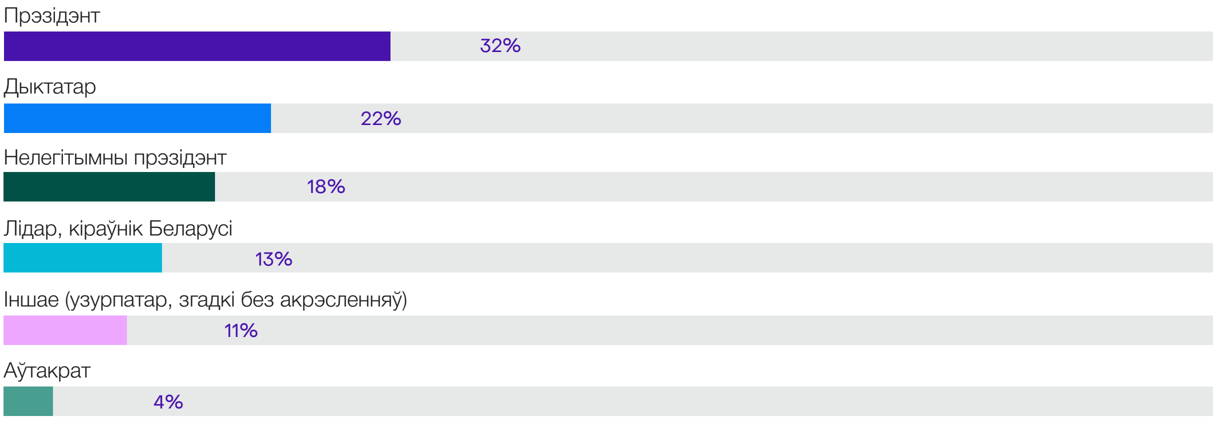
Аднак калі звярнуцца да асобных прыкладаў, можна заўважыць, што ў германскіх мовах выкарыстанне адпаведнікаў “Белай Расеі” змяншаецца, а ў раманскіх – захоўваецца. Так, у прааналізаваных нямецкіх выданнях (якія трапляли ў выбарку кожны год) колькасць выпадкаў выкарыстання Weissrussland у межах аднаго артыкула зменшылася з 7% у маніторынгу 2020/21 гг. да 2% у 2022/23. Зусім не карыстаюцца старой назвай Vitryssland і шведскія выданні, да якіх не так даўно часткова далучыліся дацкія медыі. Тым не менш адпаведнікі выразу “Белая Расея” дамінуюць у нарвежскіх буйных выданнях. Таксама і медыі на раманскіх мовах, якія мы аналізавалі ў мінулай рэдакцыі (El Mundo, Folha de S.Paulo), разам з іншымі папулярнымі іспана- і партугаламоўнымі выданнямі працягваюць выкарыстоўваць назвы-адпаведнікі “Белая Расея” альбо “Беларусія” ў абсалютнай большасці выпадкаў.

КАГО ЗАМЕЖНЫЯ СМІ НАЗЫВАЮЦЬ ПРЭЗІДЭНТАМ БЕЛАРУСІ?

Лукашэнка згадваецца ў 30% прааналізаваных артыкулаў, і як бачна з графіка 6, часцей за ўсё замежныя СМІ называюць яго прэзідэнтам ці дыктатарам. Прэзідэнтам Лукашэнку найчасцей называлі ў выданнях з Японіі (93%), Францыі (69%), ЗША (63,5%) і Вялікабрытаніі (52%)[1]. Як нелегітымнага прэзідэнта Лукашэнку абазначалі ў палове ўкраінскіх артыкулаў. Эпітэты “дыктатар” і “аўтакрат” часцей за ўсё таксама выкарыстоўваліся ва украінскіх, а яшчэ і ў польскіх выданнях. Нарэшце, у Германіі журналісты найчасцей абіралі словы “лідар” ці “кіраўнік Беларусі” (60% ад агульнай колькасці нямецкіх артыкулаў пра Лукашэнку).

У адрозненні ад Лукашэнкі Ціханоўская займала нашмат менш месца ў медыйнай прасторы замежжа. Яе асобу згадвалі ў 4,6% прааналізаваных артыкулаў. Ціханоўскую часцей за ўсё (75%) называюць лідаркай дэмакратычных сілаў і радзей прэзідэнт-электам (4%). Прэзідэнткай Беларусі Ціханоўскую называлі толькі ў польскіх выданнях, а вось у нямецкіх выданнях Ціханоўскую зрэдку апісвалі як праваабарончую актывістку (аднак такія артыкулы складаюць толькі 0,3% выбаркі).

Графік 6. Аляксандр Лукашэнка



Графік 7. Святлана Ціханоўская

1 Адсотак ад усіх праналізаваных па краіне артыкулаў, дзе згадваецца Лукашэнка. Напрыклад, у 52% такіх матэрыялаў з брытанскіх выданняў выкарыстоўваўся назоўнік “прэзідэнт”.

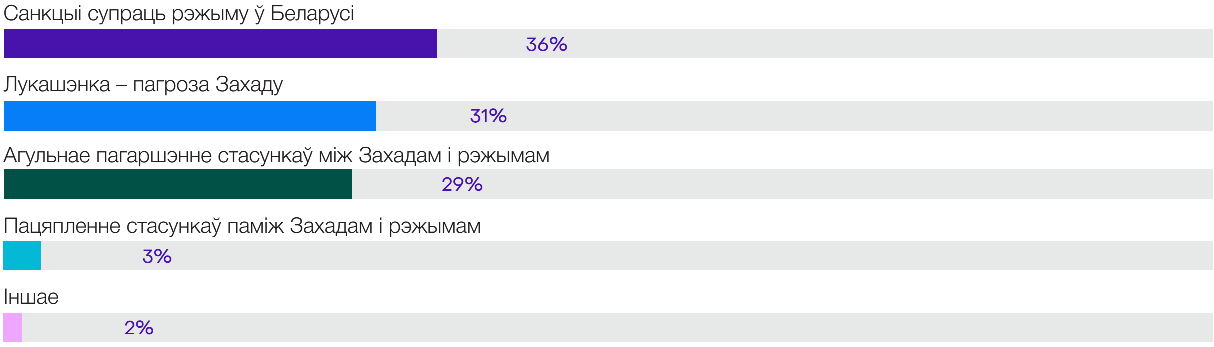
ВОБРАЗ УЛАДАЎ БЕЛАРУСІ І ДЭМАКРАТЫЧНЫХ СІЛАЎ

Дэмакратычныя сілы агулам згадваліся ў 6% прааналізаваных матэрыялаў, што трапілі ў выбарку, і ў большасці з іх захоўваецца вобраз “апазіцыі ў выгнанні з моцнымі міжнароднымі сувязямі”. Выбіваецца вобраз беларускіх дэмакратычных сілаў толькі ва ўкраінскіх медыях, якія часцяком апісваюць іх як раз’яднаныя структуры са слабым уплывам на сітуацыю ў Беларусі. Найбольш пазітыўны вобраз дэмакратычных сілаў адлюстраваны ў польскіх артыкулах, якія ў пяць разоў больш за іншыя матэрыялы характарызуюць дэмакратычныя сілы як моцныя і аб’яднаныя.

Графік 8. Вобраз дэмакратычных сілаў

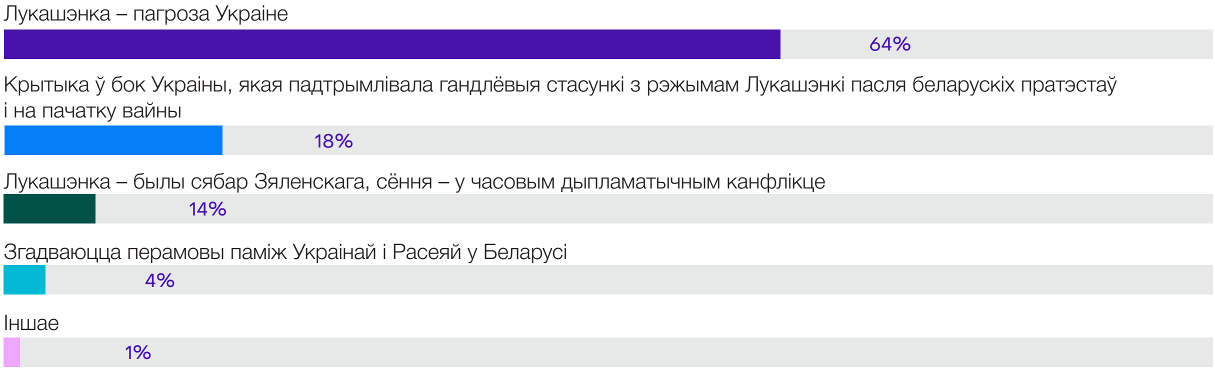
Калі гаворка ідзе пра ўлады Беларусі, замежныя медыі часта малююць вобраз агрэсараў, асобаў і ўстаноў, якія нясуць пагрозу суседзям і жорстка кантралююць беларускае грамадства. Нейтральны вобраз уладаў Беларусі быў адзначаны толькі ў 7% артыкулаў. Аспекты, якія закранаюць міжнародныя выданні, гаворачы пра ўлады Беларусі, тычацца ў асноўным санкцый супраць рэжыму Аляксандра Лукашэнкі, а таксама пагаршэння стасункаў паміж рэжымам у Беларусі і Захадам.

Графік 9: Улады Беларусі – Захад

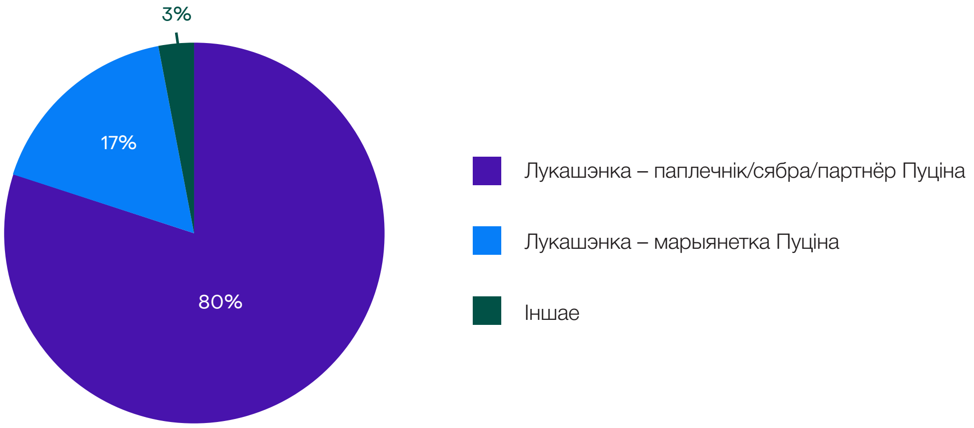


У кантэксце адносін з Украінай Лукашэнка часцей за ўсё апісваецца як пагроза. Акрамя таго, аўтары артыкулаў у польскіх, брытанскіх і ўкраінскіх выданнях у чвэрці выпадкаў крытычна звяртаюць увагу на тое, што Украіна падтрымлівала гандлёвыя стасункі з рэжымам Лукашэнкі на пачатку вайны. Апісваючы стасункі Лукашэнкі і Пуціна, большасць медыяў/журналістаў акрэсліваюць іх як сяброўскія (80%). Таксама ў матэрыялах з ЗША, Польшчы і Францыі часта сустракаецца метафара “Лукашэнка – марыянетка Пуціна”.

Графік 10: Улады Беларусі – Украіна



Графік 11: Лукашэнка – Пуцін



ВАЙНА ЯК ГАЛОЎНАЯ ПРЫЗМА МЕДЫЙНАЙ УВАГІ ДА БЕЛАРУСІ

У адрозненне ад мінулага маніторынгу, у 2022-2023 гг. замежныя СМІ пісалі пра рэпрэсіі ў Беларусі абагульняльна. Найчасцей згадваліся палітычныя рэпрэсіі як працяглы феномен, унутрыпалітычны кантэкст. Замежныя СМІ пісалі і пра рэпрэсіі супраць беларускіх журналістаў. Таксама пад увагу трапілі затрыманні і прысуды рэйкавым партызанам. У параўнанні з леташнім маніторынгам у прааналізаваных медыях амаль не пісалі пра рэпрэсіі супраць беларускага бізнес-сектара.

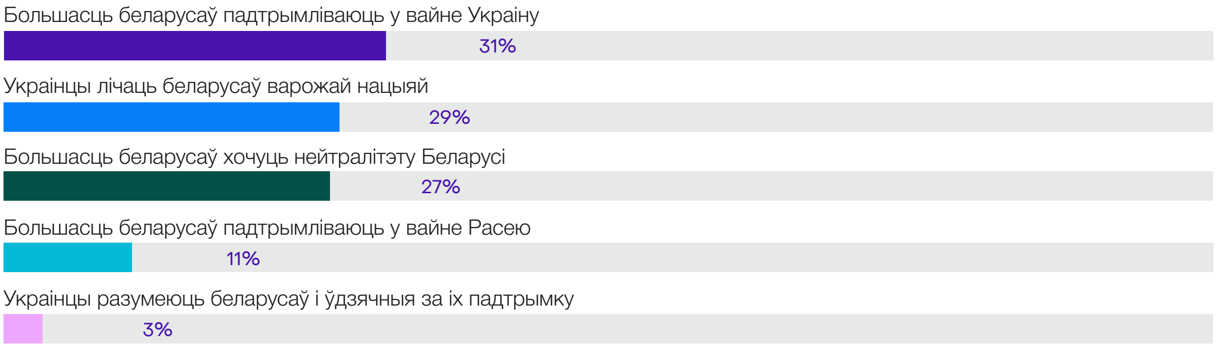
У 2022-2023 гадах замежныя медыі радзей распавядалі пра дзеянні рэйкавых партызан, а таксама пра беларускіх добраахвотнікаў, якія ваююць на баку Украіны (2,6% ад агульнай колькасці матэрыялаў). Артыкулы нагадвалі пра дзеянні беларускіх рэйкавых партызан, а таксама расказвалі гісторыі пра добраахвотнікаў з Беларусі ў складзе ўкраінскай арміі. Журналісты надавалі ўвагу затрыманням рэйкавых партызан, крымінальным справам супраць байцоў палка Каліноўскага.

Графік 12: Рэпрэсіі ў Беларусі

Вайна стала адной з найбольш цэнтральных падзеяў, праз якія асвятлялася Беларусь у міжнародных СМІ. У адрозненне ад мінулага года, аднак, міжнародныя СМІ факусаваліся не столькі на саўдзеле рэжыму Беларусі ў расейскай ваеннай агрэсіі супраць Украіны, колькі на больш канкрэтных падзеях і навінах. Напрыклад, вялікую ўвагу замежныя выданні надавалі мяцяжу Прыгожына, уключанасці Лукашэнкі ў гэтыя падзеі, размяшчэнню войскаў ПВК “Вагнер” на тэрыторыі Беларусі. Акрамя таго, СМІ абмяркоўвалі тэму пастаўкі ядравай зброі ў Беларусь.

Як і ў мінулым маніторынгу мы звярнулі ўвагу на тое, як асвятлялася стаўленне ўкраінцаў да беларусаў у кантэксце вайны. Так, у траціне артыкулаў агучваўся тэзіс аб тым, што большасць беларусаў падтрымліваюць у вайне Украіну. Адметна, што за год на 10% павялічылася доля артыкулаў, якія сцвярджаюць, што большасць беларусаў падтрымліваюць Расею. У мінулым маніторынгу гэтая лічба была меней за 1%, у гэтым – 11%. Акрамя таго, на 11% павялічылася доля матэрыялаў, якія адзначаюць, што ўкраінцы лічаць беларусаў варожай нацыяй. Часцей за ўсё гэтае меркаванне выказвалася ў польскіх і ўкраінскіх выданнях. Цікава, што ва ўкраінскіх СМІ ў параўнанні з мінулым годам больш заўважная ідэя аб тым, што ўкраінцы ўдзячныя за падтрымку тых беларусаў, якія дапамагаюць Украіне.

Графік 13: Вайна



ВЫСНОВЫ

Маніторынг медыйнага вобраза Беларусі ў замежных СМІ дазваляе нам зрабіць некалькі высноваў, звязаных са зменай асвятлення Беларусі.

- Па-першае, увага да Беларусі працягвае змяншацца. Гэта адлюстроўваецца як у зніжэнні колькасці артыкулаў пра Беларусь, так і ў больш павярхоўным асвятленні падзеяў (гэта вынікае з якаснай ацэнкі нашай даследчай каманды). У некаторых выданнях, што траплялі ў наш маніторынг цягам апошніх трох год, колькасць артыкулаў пра Беларус знізілася ў 5 разоў. Гэта тычыцца перадусім заходнееўрапейскіх і амерыканскіх СМІ. Акрамя таго, рыхтуючы матэрыялы пра ўцягнутасць Беларусі ў падтрымку вайны на баку Расеі, журналісты замежных выданняў абмінаюць унутрыпалітычны кантэкст у краіне пасля 2020-га года, не згадваюць супраціў дэмакратычных сілаў і беларускага грамадства.

- Штораз меншую ўвагу да Беларусі ў замежных СМІ можна патлумачыць большай колькасцю “гарачых” падзеяў у свеце, што прыводзіць да скарачэння медыйнага жыцця навінаў агулам.

- Жыццё беларускага грамадства цікавіць замежныя медыі нашмат менш, чым дзеянні рэжыму, наступствы якіх могуць уплываць і на развіццё падзеяў у рэгіёне. Увага да беларускай сітуацыі, хутчэй за ўсё, будзе падаць яшчэ больш на фоне блізкіх выбараў у Расеі, у ЗША, ЕС.

- Па-другое, нягледзячы на тое, што ў 2023-ім годзе палітыкі Польшчы і Швецыі назвалі Святлану Ціханоўскую прэзідэнткай-электам, большасць медыяў апісваюць яе як актывістку ці лідарку беларускіх дэмакратычных сілаў. Аднак так Ціханоўскую міжнародныя СМІ называлі і раней, што нельга сказаць пра Лукашэнку. У гэтым выданні маніторынгу мы бачым трэнд на павышэнне колькасці артыкулаў, якія называюць Лукашэнку прэзідэнтам Беларусі. Пры гэтым частка выданняў дадае слова “нелегітымны” ці называе Лукашэнку “дыктатарам”. Калі б нашае даследаванне ахоплівала большую колькасць замежных медыяў , чым у актуальнай версіі, то доля артыкулаў, якія называюць Лукашэнку прэзідэнтам, верагодна была б большай. Трэба зазначыць, што ў папярэдніх выпусках маніторынгу мы праводзілі інтэрв’ю з прадстаўнікамі дэмакратычных сілаў і з журналістамі, якія пацвярджалі наяўнасць моцных і ўстойлівых кантактаў адно з адным. Гэтыя сувязі могуць выкарыстоўвацца для заклiку да больш якаснага, дакладнага і глыбокага асвятлення палітычных падзеяў у Беларусі.

- Па-трэцяе, у прааналізаваных медыях заўважны рост матэрыялаў, якія называюць беларусаў прыхільнікамі Расеі. Хоць гэта часткова суадносіцца з вынікамі сацыялагічных апытанняў, такі вобраз не грае на руку беларусам. Моцны ўплыў вобраза агрэсараў і прыхільнікаў Крамля ўжо меў пазамедыйны эфект. Напрыклад, у Літве разгарэўся скандал праз спрэчку ў бары, пра што напісалі мясцовыя СМІ, а пазней гэта стала прадметам высокаўзроўневых палітычных дэбатаў. Улічваючы існыя сувязі беларусаў замежжа з журналістамі краін, у якіх яны пражываюць, падкрэсленне альтэрнатыўнага вобраза беларусаў як прыхільнікаў незалежнасці і еўрапейскіх каштоўнасцяў, можа стрымліваць непрыязныя для беларусаў палітычныя рашэнні.

МЕТАДАЛОГІЯ МАНІТОРЫНГУ

У кантэксце якіх падзеяў Беларусь згадваецца ў першую чаргу? Чым адрозніваецца асвятленне Беларусі ў розных краінах? Для адказу на гэтыя пытанні мы зладзілі якасны кантэнт-аналіз 20 выданняў з 8 краінаў.

Краіна	*Прааналізаваныя выданні і колькасць артыкулаў*	*Колькасць артыкулаў (усяго: 7505)*
Агульнаеўрапейскае выданне (галоўны офіс знаходзіцца ў Бельгіі)	Euronews	236
Вялікабрытанія	BBC UK The Guardian The Independent	39 245 262
Германія	Die Zeit Deutsche Welle	333 40
ЗША	Washington Post The Hill NPR CBS News New York Times CNN	66 152 134 70 325 35
Літва	Delfi LT	16
Польшча	Rzeczpospolita Wyborcza	1024 997
Францыя	Le Monde Figaro	227 586
Украіна	Українська правда УНІАН	763 1680
Японія	NHK	275

Для маніторынгу вобраза Беларусі ў замежных СМІ мы выкарысталі якасны кантэнт-аналіз, які праводзіўся згодна з працэдурамі метаду паводле Маргрыт Шраер (2012). Метад якаснага кантэнт-аналізу дазваляе эфектыўна і сістэматычна апісаць масіў другасных дадзеных. Пры гэтым стварэнне кодавай сеткі, з дапамогай якой сістэматызуюцца дадзеныя, патрабуе глыбокага папярэдняга вывучэння матэрыялу і якаснага падыходу да групавання і называння дадзеных. Аналіз пачаўся з дэталёвага вывучэння аднаго з выданняў, на падставе чаго былі сфармаваныя першасныя катэгорыі і падкатэгорыі. Пасля гэтага было праведзена пілотнае кадаванне некалькіх дзясяткаў артыкулаў з розных выданняў, што стала асновай для валідацыі і перагляду кодавай сеткі. У выніку мы спыніліся на тэматычных катэгорыях, якія адпавядаюць крытэрам кодавай сеткі паводле метаду (аднамернасць, узаемная выключнасць і насычанасць), а таксама шырока і вычарпальна характарызуюць збор артыкулаў для аналізу (Шраер, 2012, раздзел 4). У аналізе медыявыданняў, які праводзіўся цягам двух месяцаў, удзельнічалі 12 даследчых асістэнтаў. Усе з іх прайшлі папярэднюю метадалагічную падрыхтоўку, валодаюць адной з моваў аналізу на свабодным узроўні. Пасля завяршэння сістэматызацыі артыкулаў мы правялі аналіз дадзеных з дапамогай SPSS.

Як і ў мінулым даследаванні фокусам медыяаналізу застаюцца галоўныя заходнія СМІ. Пры гэтым, дзеля выяўлення магчымых адхіленняў і будучага вывучэння медыявобраза Беларусі ў іншых краінах і культурах, сёлета мы ўключылі ў аналіз папулярныя выданні Японіі і Украіны. У краінах з буйнымі медыявыданнямі, якія шмат пішуць пра Беларусь (да прыкладу, Польшча, ЗША, Германія ці Вялікабрытанія), мы аналізавалі некалькі медыяў. У будучыні мы будзем імкнуцца пашырыць выбарку для якаснага медыяаналізу, каб ахапіць большую колькасць медыявыданняў і краінаў. Пры гэтым асноўным прынцыпам працы застаецца якасць. Для аналізу большасці СМІ мы набывалі прэміум-падпіску, каб ахапіць усе даступныя артыкулы за патрэбны перыяд. Перыяд аналізу (14-га ліпеня 2022 – 13-га ліпеня 2023) абгрунтаваны храналагічнай працягласцю аналізу мінулага года (леташні аналіз ахопліваў перыяд 14-га ліпеня 2021 – 13-га ліпеня 2022. У выбарку траплялі артыкулы, якія згадвалі Беларусь (а таксама аднакарэнныя словы на мовах артыкулаў) як у загалоўку, так і ў асноўным тэксце артыкула. У выніку ў нашу выбарку за абраны перыяд з 20 абраных выданняў трапілі 7505 артыкулаў (амаль на 2 000 менш, чым за аналагічны перыяд у мінулым годзе).

Важна адзначыць, што нашае даследаванне дазваляе акрэсліць пэўныя трэнды ў асвятленні Беларусі, яе палітычных актараў і грамадзян замежнымі СМІ. Пры гэтым выбарка не з’яўляецца выпадковай ці цалкам рэпрэзентатыўнай. Дзеля рэпрэзентатыўнага колькаснага даследавання медыявобраза Беларусі патрабуецца выкарыстанне аўтаматычнага збору і аўтаматычнай апрацоўкі вялікай колькасці звестак. Метад дадзенага аналізу факусуецца на якасным аналізе і выяўленні трэндаў. З гэтай нагоды графікі ў даследаванні варта хутчэй успрымаць як ілюстрацыю трэндаў у асвятленні Беларусі, чым як рэпрэзентатыўныя колькасныя паказнікі.

ПРА АЎТАРКУ

Леся Руднік – дырэктарка Цэнтра новых ідэй, паліталагіня, дактарантка Karlstad University ў галіне палітычных навук.

https://newideas.center/authors/alesia-rudnik-by/

Аўтарка даследавання выказвае падзяку даследчым асістэнтам: Вользе Стасевіч, Ганне Маргуновай, Ганне-Марыі Лебядзеўскай, Алесі Кананчук, Аляксею Пятрэнку, Герману Забаронку, Уладзіміру Мазуру, Мікіту Чайкоўскаму, Дзянісу Рабчуку.

ЦЭНТР НОВЫХ ІДЭЙ

Цэнтр новых ідэй – аналітычны цэнтр, дзейнасць якога прысвечаная магчымасцям развіцця і адказам на выклікі, якія стаяць перад Беларуссю ў XXI стагоддзі. Нашая місія ў тым, каб дапамагчы палітычным і грамадскім арганізацыям пабудаваць больш адкрытую, заможную і ўстойлівую Беларусь.

https://newideas.center

Фота: Павел Крычко