

# Мониторинги российских медиа в информационном пространстве Республики Беларусь: интерпретация в целях пропаганды

## Russian media monitoring in the information space of the Republic of Belarus: interpretation for propaganda purposes

УДК 32.019.5

Получено: 03.08.2019

Одобрено: 10.09.2019

Опубликовано: 25.09.2019

### Потребин А.В.

канд. филол. наук, доцент, Белорусский государственный университет  
e-mail: Potrebin@bsu.by

### Potrebin A.V.

Candidate of Philological Sciences, Associate Professor, Medialogy Department, Belarusian State University  
e-mail: Potrebin@bsu.by

### Аннотация

Целью работы является изучение результатов мониторингов российских медиа в информационном пространстве Республики Беларусь и их интерпретаций в различных политических целях с точки зрения использования в качестве материала для ведения пропаганды. Сравнительный анализ, синтез и кейс-стади, применяемые в сочетании с системным подходом к изучению информационного пространства, стали методологической основой работы. С учетом тенденций в медиаповедении белорусской аудитории были проанализированы данные социологических исследований, проведенных как государственным научно-аналитическим институтом (Информационно-аналитический центр при администрации президента), так и негосударственной организацией, оппозиционно настроенной по отношению к действующей власти («Беларуская асацыяцыя журналістаў»). Исходное предположение автора состояло в том, что одни и те же данные о присутствии российского контента и российских медиа получают диаметрально противоположные оценки и используются в политической полемике.

Исследование подтвердило нехватку белорусского контента, признаваемую и на официальном уровне, а также необъективность оценок контента из РФ лишь как пропагандистского. Сделан вывод о том, что белорусское государство самостоятельно, исходя из своих позиций, формирует свою повестку дня и оценки, доводя их через контент государственного ТВ. Совпадение с позицией РФ не означает «пророссийскую» позицию. Скорее, это наследие советской общности, сохранение парадигмы, в рамках которой рассматривают мир многие государственные медиа в Беларуси. В то же время интерпретация мониторинга БАЖ стала аргументом в политическом дискурсе и материалом для политического PR.

**Ключевые слова:** информационное пространство, контент, телеканалы, пресса, мониторинг, объективность.

### **Abstract**

The purpose of this work is to study the results of monitorings the Russian media in the information space of the Republic of Belarus and their interpretations for various political purposes as the material of propaganda. Comparative analysis, synthesis and case studies, used in combination with a systematic approach to the study of information space, have become the methodological basis of the work. Taking into account the trends in the media behavior of the Belarusian audience, we analyzed data from sociological studies conducted by the state research analytical institute (Information and Analytical Center under the presidential administration) and a non-governmental organization that is opposed to the current government ("Belarus Association of Journalists"). The author's initial assumption was that the same data on the presence of Russian content and Russian media receive diametrically opposite estimates and are used in political debate.

The study confirmed the lack of Belarusian content, recognized at the official level, as well as the incredibility in assessing content from the Russian Federation as propaganda only. It is concluded that the Belarusian state forms its agenda, bringing it through the content of state TV independently, based on its positions. Coincidence with the position of the Russian Federation does not mean a "pro-Russian". Rather, it is the preservation of the Soviet paradigm. At the same time, the interpretation of BAJ monitoring has become an argument in political discourse and material for political PR.

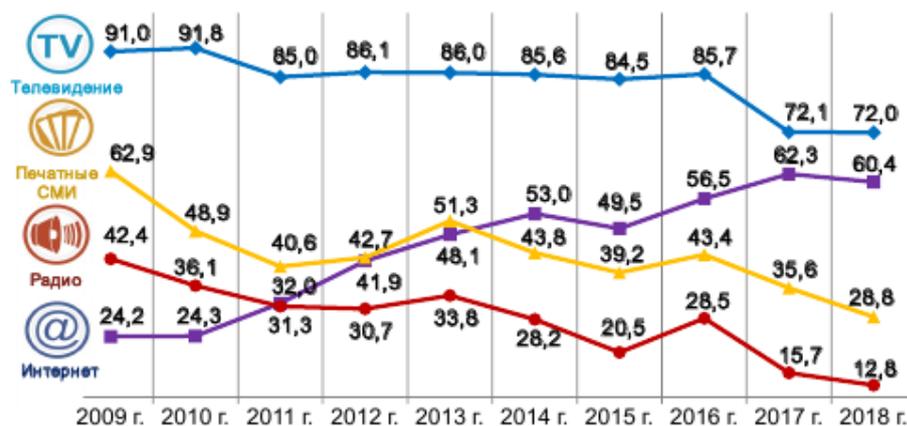
**Keywords:** media information space, content, press, TV-channels, monitoring, credibility.

Интерес к оценке присутствия российских медиа в информационном пространстве Республики Беларусь проявляется неизменно на протяжении всех лет постсоветского развития наших стран. В Беларуси он становился не раз предметом социологических исследований и мониторингов как со стороны государственных аналитических и научных институтов (Институт социологии Национальной академии наук, Информационно-аналитический центр при администрации президента), так и со стороны негосударственных организаций, оппозиционно настроенных по отношению к действующей власти (ОО «Беларуская асацыяцыя журналістаў»). При этом одни и те же данные, скажем, о присутствии российского контента в эфире белорусских телеканалов, получают диаметрально противоположные оценки и активно используются в политической полемике. Видимый водораздел формально проходит по критерию отношения к действующей президентской власти. Но, на наш взгляд, это скорее полемика между сторонниками интеграции с Россией и приверженцами сближения с Евросоюзом.

Не стали исключением и обнародованные в начале 2019 г. отчеты Информационно-аналитического центра при администрации президента и ОО «Беларуская асацыяцыя журналістаў». Они и послужили материалом для нашего сравнительного исследования.

### **Источники информации для белорусов: интернет догоняет ТВ**

По данным ИАЦ, главным средством информирования жителей Беларуси о ситуации в стране и за рубежом, как и в предыдущие годы, является телевидение (72%). Вторую по значимости позицию занимает интернет (60,4%). Доля граждан, предпочитающих телевизионные СМИ, стабилизировалась после заметного снижения в 2017 г. (на 13,6 процентного пункта), а глобальная сеть впервые с 2015 г. не показала прироста. Ярко проявляется тенденция постепенного «старения» аудитории телевидения: основу ее составляют зрители от 50 лет и старше, а доля молодежи по-прежнему снижается [7, с. 133–134].



**Диаграмма 1.** Из каких источников Вы обычно получаете необходимую информацию о жизни в Беларуси и за рубежом? (в % от числа опрошенных)

В диаграмме 1 сумма ответов составляет более 100%, поскольку можно было выбрать несколько вариантов [6, с. 133].

Еще не так давно (в 2009–2010 гг.) исследования показывали, что с помощью Всемирной паутины информацию о жизни в Беларуси и за рубежом получала лишь четверть жителей страны. Доминирующие позиции занимали телевидение, печать и радио. После 2013 г. ситуация стала радикально изменяться. Согласно исследованию независимой консалтинговой компании «BDRС Continental», Республика Беларусь занимает высокое седьмое место в мире по дешевизне широкополосного интернета [3]. Заслуживает внимания и рост сегмента интернет-рекламы: по данным Ассоциации интерактивной рекламы IAB за 2017 г., Беларусь на первой строчке рейтинга европейских стран по темпам развития онлайн-медиа рынка [2].

В Беларуси присутствует резкий отрыв Сети как информационного источника от радио и печатных СМИ и сравнимость его с телевидением. При этом большинство традиционных медиа слабо используют возможности интернета и теряют аудиторию.

Наиболее посещаемые интернет-ресурсы и социальные медиа – зарубежные: в десятке самых популярных, которую возглавляют [odnoklassniki.ru](http://odnoklassniki.ru), – [vk.com](http://vk.com); [google.com](http://google.com); [mail.ru](http://mail.ru) и [yandex.ru](http://yandex.ru) (by), из белорусских ресурсов закрепились только частные [tut.by](http://tut.by) и [onliner.by](http://onliner.by). Сайтов, контролируемых государством, либо отражающих позицию власти, там нет вообще. Около 20% аудитории вообще не посещает белорусские сайты, предпочитая им зарубежные. Тенденция 2018–2019 гг. – активная миграция аудитории на телеграмм-каналы с политизированным контентом, которые по числу подписчиков уже обошли большинство издаваемых в стране газет. Впрочем, это требует отдельного изучения.

Частный сектор преобладает по количеству зарегистрированных СМИ, но уступает по объемам выпуска: по тиражам печатных СМИ, по объемам вещания и аудитории ТВ и радио, по объемам выпуска информации информагентствами. Тенденцией стал также динамичный рост частных региональных медиа, развитие медиа (газет, интернет-порталов), охватывающих несколько районов («Региональная газета», «Интекс-пресс», [kraj.by](http://kraj.by) и др.).

Реальный перевес частного и некоммерческого негосударственного секторов наблюдается в издательском бизнесе и интернет-СМИ.

Вывод: «контролируя сегменты традиционных медиа, государство не имеет решающих инструментов влияния и проведения своей информполитики в интернете» (Марат Марков (ЗАО «Второй нац. телеканал», ОНТ) в беседе с Дмитрием Жуком, изд. дом «Беларусь Сегодня», программа ОНТ «Ничего личного», 13.12.2018) [5].

### **Открытость медиапространства Беларуси**

Ранее в рамках междисциплинарного исследования нами совместно с соавторами-экономистами факультета международных отношений БГУ и факультета маркетинга БНТУ

были уточнены понятия и даны системные характеристики единого информационного пространства (ЕИП).

«Единое информационное пространство – виртуальная или материальная локация, обладающая внутренней идентичностью, общими целями и задачами и доступная для всех участников этого пространства с целью получения, обмена и использования информационных ресурсов» [4, с. 72].

Для Республики Беларусь такие системные характеристики информационного пространства как открытость и включенность в интеграционные процессы имеют принципиальное значение в силу открытости экономики и специфики внешней политики.

Республика Беларусь – небольшая европейская страна с экономикой и информационным пространством, очень открытыми для внешних влияний.

Очень популярна до сих пор выдвинутая в 90-е годы метафора «Мост "Восток - Запад"». Однако это пограничное положение рискует обратиться в периферию развития. Чтобы этого не произошло, в Беларуси есть общественный консенсус по поводу соблюдения национальных интересов в экономике: закрепление своей ниши в глобальной экономике, в том числе за счет цифровой экономики и транзитных коммуникаций, устойчивое развитие, благосостояние на основе конкурентоспособности. Способствует этому и многовекторность внешней политики. Она включает: активное участие в процессе интеграции в ЕАЭС; стремление поддерживать взаимовыгодные отношения с Евросоюзом (программа «Восточное партнерство»); стратегическое партнерство с Китаем (проекты в рамках нового Шелкового пути).

#### **Присутствие зарубежных медиа: рейтинги и степень доверия**

Белорусский Закон о СМИ запрещает прямое финансовое участие и учреждение медиа иностранным компаниям, организациям и гражданам. Учредить СМИ в Беларуси может компания, где не более 20% акций (долей) принадлежит иностранным инвесторам. Иностранные СМИ получают в МИД аккредитацию для работы и лицензию на распространение. В сетях белорусских кабельных операторов (их около 130), ретранслируется по разным данным 150-180 зарубежных телеканалов. Рынок СМИ в Республике Беларусь характеризуется не просто открытостью, но высокой насыщенностью и конкурентностью, что обуславливает необходимость эффективного развития национальных медиа [9, с. 2].

Открытость для российских СМИ обусловлена не только политической, но и языковой и культурной ситуацией. По данным опроса ИАЦ за 2017 г., в повседневной жизни в зависимости от ситуации русский язык используют от 49% до 78% населения. При этом подавляющее большинство жителей страны (83,5%) назвали себя белорусами, к русским отнесли себя 11%, 5,5% – к другим этническим группам [7, с. 46, 51].

Ведущие российские медиа получают возможности для распространения контента и для работы в Беларуси за счет создания предприятий – резидентов Республики Беларусь: ЗАО «БелКП пресс» – учредитель газеты «Комсомольская правда в Беларуси» (тираж 180 тыс. экз.), «Аргументы и факты в Беларуси» (тираж 110 тыс. экз.), газета «Антенна» (тираж 85 тыс. экз.), информационное агентство «SputnikBelarus Беларусь». В случае с телеканалами действует договорная система в режиме франчайзинга: белорусский канал становится соучредителем и получает права на трансляцию контента российских телеканалов с использованием их бренда (РТР-Беларусь, НТВ-Беларусь), либо без этого бренда (ОНТ передает контент Первого канала, СТВ – РенТВ, «Белбизнесчелленджер» – «РБК»).

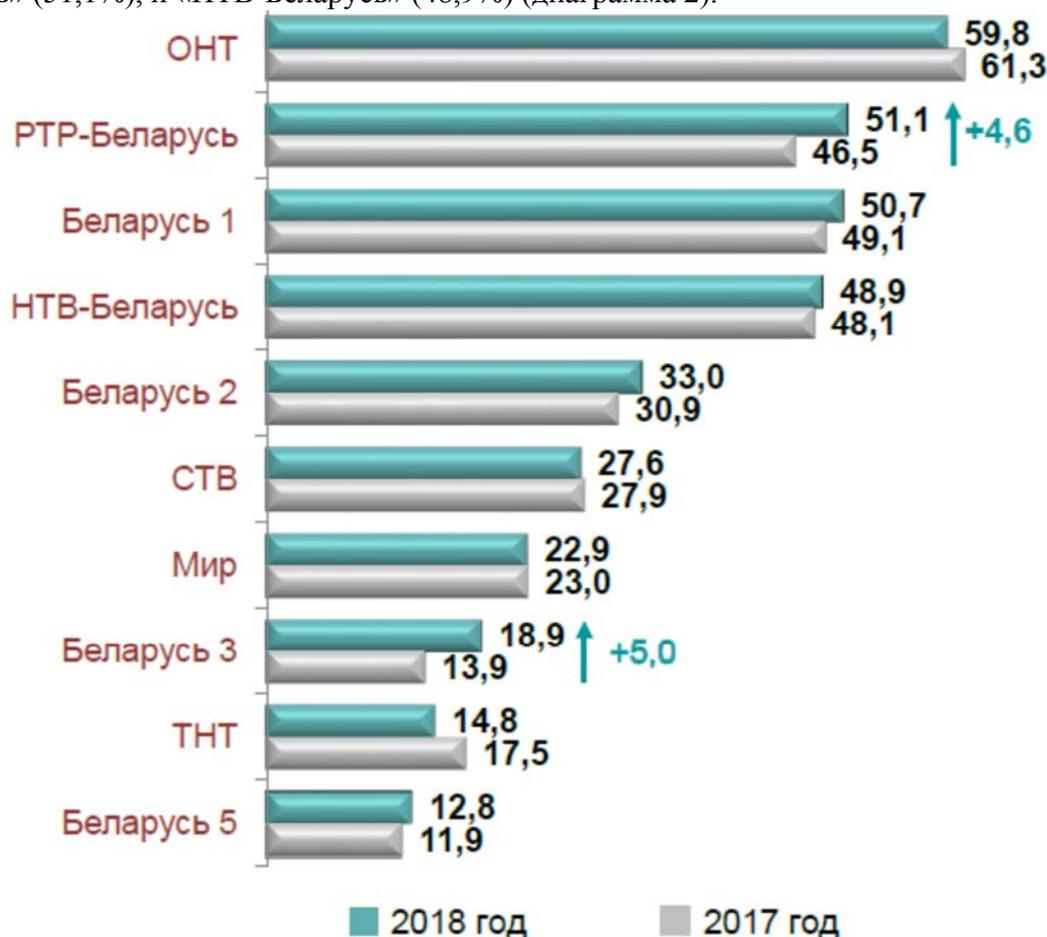
На 1 апреля 2019 г. в Беларуси действовали 100 телевизионных СМИ (44 государственных и 56 частных). В их числе – 9 государственных общенациональных телепрограмм: «Беларусь 1», «Беларусь 2», «Беларусь 3», «Беларусь 5», «Беларусь 24» и «НТВ-Беларусь» (учредитель – Белтелерадиокомпания); «ОНТ» (учредитель – ЗАО «Второй национальный телеканал»); «СТВ» и «Россия-Беларусь» (учредитель – ЗАО «Столичное телевидение»). Директоров компаний ОНТ и СТВ, Белтелерадиокомпания и ее каналов Беларусь 1, 2, 3, 5, 24 – назначает Президент страны.

Каналы **ОНТ** и **СТВ** были созданы на базе российских «Первый канал. Всемирная сеть» и «РенТВ» в Беларуси. Акционеры управляющих ими ЗАО: Министерство информации, государственные компании и органы власти.

В общедоступный (социальный) пакет входит также телеканал стран СНГ «**Мир**» (учредитель – Межгосударственная телерадиокомпания «Мир»).

Следует отметить канал «**БелРос**» – продукт телерадиовещательной организации Союзного государства Беларуси и России. И единственный в Беларуси общенациональный частный телеканал – «**8 Восьмой**». Однако они не включены в социальный пакет, а доступны в кабельных сетях и пакетах провайдеров интернет-телевидения.

Согласно результатам исследования, белорусы больше просматривают национальные телеканалы. Помимо «ОНТ» (59,8%) и «Беларусь 1» (50,7%), ИАЦ относит к ним «Россия-Беларусь» (51,1%), и «НТВ-Беларусь» (48,9%) (диаграмма 2).



**Диаграмма 2.** Рейтинги телесмотрения в 2018 г. (данные ИАЦ [7]). Десятка телеканалов, наиболее популярных у белорусских зрителей (смотрели в течение месяца перед опросом) (в % от числа опрошенных)

В диаграмме сумма ответов составляет более 100%, поскольку можно было выбрать несколько вариантов [7, с.138].

Российский контент на лидирующих позициях в списках наиболее популярных телепередач даже полностью национальных телеканалов. Так, в топ-5 канала Беларусь 2 – программа «Битва экстрасенсов», в пятерке лидеров на канале ОНТ – ток-шоу «Пусть говорят» и шоу «Поле чудес». Выбирая развлекательный контент, белорусский зритель в 2018 г. отвернулся от таких политизированных ток-шоу как «Время покажет». На канале НТВ-Беларусь лидирует белорусская версия программы-обзора «Чрезвычайное происшествие», ЧП.by., в пятерку входят шоу Суд присяжных, Жди меня и ДНК. На РТР-

Беларусь бесспорное преимущество за программой «Андрей Малахов. Прямой эфир», в пятерке также «Судьба человека с Борисом Корчевниковым», и, чего нет на иных каналах, общественно-политическая программа, «Вечер с Владимиром Соловьевым».

Таким образом, на белорусском телевидении граждане стали проявлять больше интереса к новостным выпускам и телесериалам. Но среди популярных телепроектов лидирует в основном российская продукция (ток-шоу, аналитические и развлекательные программы) [7, с. 143–146].

Среди популярнейших печатных СМИ по показателю месячного охвата на первом месте «Беларусь сегодня» (до ноября 2018 г. – «Советская Белоруссия») – 17,3%. А вот на 2-м и 3-м местах из года в год стабильно «Комсомольская правда в Белоруссии» и «АиФ в Беларуси» (в 2018 г. – 16,8 и 14,6%). Их суммарный рейтинг выше, чем у прочих общенациональных СМИ.

Далее, с более скромными показателями разместились «Друг пенсионера» (5%), «Антенна-Телесемь», «Из рук в руки», «Семь дней», «Рэспубліка», «Знамя юности» (отметили по 2,6% респондентов). Закрыла топ-10 «Звезда», наиболее популярная белорусскоязычная газета (2%).

35,7% опрошенных, на 8,8 п.п. больше, чем в 2014 г., заявили, что вообще не читают газет. Причем не обращаются к печатным СМИ 58,7% опрошенных моложе 30 лет.

Следует отметить, что высокая степень доверия к российским СМИ сохраняется годами.

**2014 г.** – телеканалы РТР-Беларусь (доверяют 82,6% населения), НТВ-Беларусь (79,9%), газеты «Аргументы и факты в Беларуси» (88,3%), «Комсомольская правда в Белоруссии» (84,6%) [6, с. 29. с. 54].

**2018 г.** – уровень доверия к лидерам телевидения неизменный – Россия-Беларусь 83%, НТВ-Беларусь – 80,2%, при этом собственно белорусские ОНТ – 81,8%, Беларусь 1 – 80,8%. Доверие к газете «КП в Белоруссии» несколько снизилось, но все равно это 82,1%, а «АиФ в Беларуси» с 85,2% стала лидером по степени доверия к печатным изданиям.

Оригинальные версии «Первого канала», РТР, и НТВ, доступные в кабельных сетях и в пакетах провайдеров IPTV, имеют уровень доверия около 67%. 72% доверяют каналу СНГ «Мир».

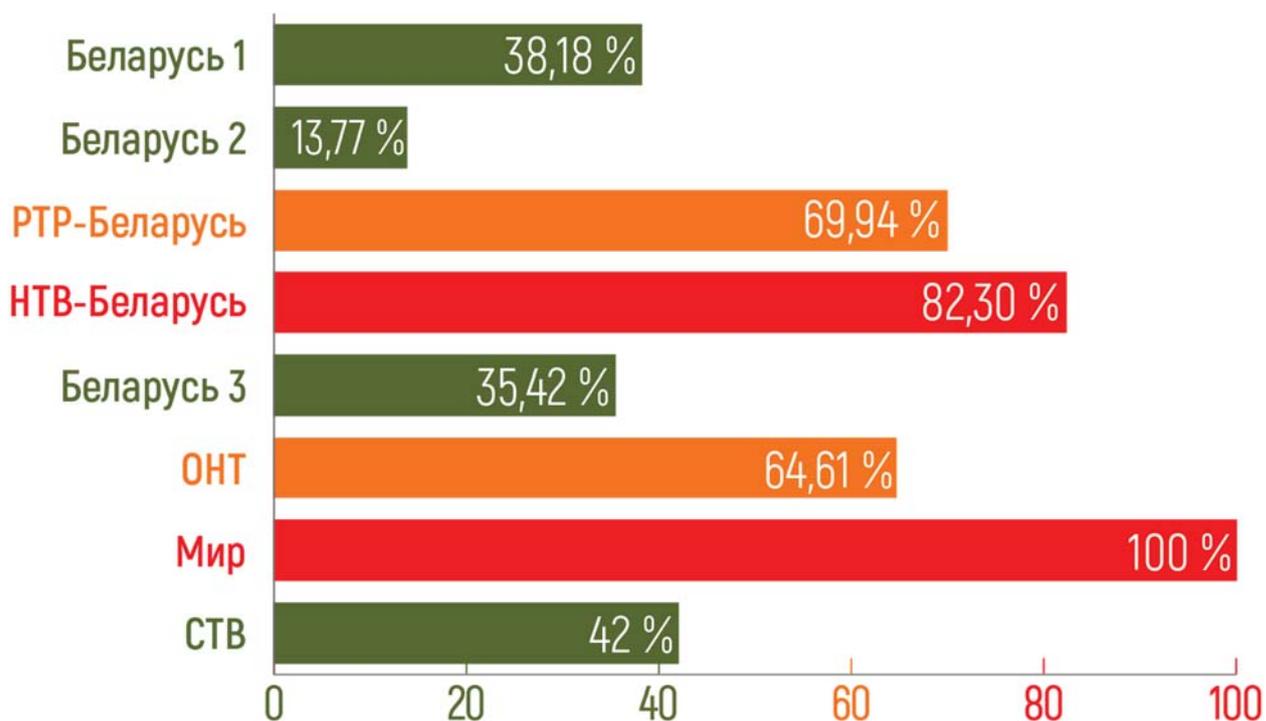
Основные европейские новостные каналы Евроньюс и ВВС имеют доверие на уровне 46%. Доверяют польскому телеканалу для Беларуси «Белсат» – 39,7%, а в целом зарубежному ТВ – 27,9%.

**Необходимо учесть, что не менее 15% аудитории вообще не смотрят телевидение** [7, с. 137–138].

#### **Мониторинг независимых журналистов: объективность и пропаганда**

Отчет о мониторинге присутствия российского контента на белорусском медиaproстранстве, представленный Белорусской ассоциацией журналистов, содержит эмпирический материал, на котором основаны следующие суждения о фактах и тенденциях, в целом, скорее объективные (см. диаграмму 3):

- безусловное преобладание передач российского производства на телеканалах, включенных в обязательный общедоступный пакет вещания. Около 49% передач, показанных ими в прайм-тайм, – российского производства;
- четыре телеканала, включая РТР-Беларусь, НТВ-Беларусь и ОНТ, демонстрировали в прайм-тайм более 60% продукции российского производства;
- суммарное время ее присутствия оказывается значительно больше за счет показа фильмов и сериалов, и на телеканале Беларусь 1 достигает 57% эфирного времени;
- общее количество общественно-политических передач и ток-шоу в прайм-тайм за время мониторинга составило 363. Из них почти треть – российского производства [8].



**Диаграмма 3.** Процент передач российского производства на телеканалах, включенных в обязательный общедоступный пакет, в прайм-тайм ([8] данные мониторинга БАЗ за период 16.11 по 16.12.2018 г., обнародованы в феврале 2019 г.)

Определялась доля телевизионной продукции, произведенной в России или с ее участием, в вещании телеканалов, входящих в обязательный общедоступный пакет телепрограмм, утвержденный правительством Республики Беларусь, кроме спортивного телеканала «Беларусь 5». Как правило, сопоставлялось общее количество передач в прайм-тайм (с 19 до 24 часов) по каждому из каналов и доля передач российского производства. Учитывались все передачи (новости, фильмы, ток-шоу, спорт, концерты), включая те, которые частично попадали на период прайм-тайма. Отдельно отслеживались передачи информационно-публицистического жанра (включая политические ток-шоу) [8].

Опираясь на полученные данные, авторы мониторинга сделали выводы, которые сами по себе могут быть истолкованы как пропаганда или контрпропаганда, проводимая в интересах оппонентов действующей власти, которые занимают позицию сближения с Евросоюзом вместо интеграции с Россией и развития ЕАЭС:

- усилия белорусских властей для защиты информационного пространства страны представляются неадекватными реальным угрозам;
- налицо «доминирование пророссийской пропаганды» на белорусском ТВ, несмотря на заявленное властями стремление к увеличению белорусского контента;
- «Белорусская аудитория системно и регулярно получает преимущественно российскую медийную повестку дня и взгляд на основные события в мире (в том числе от государственных СМИ, финансируемых из бюджета)» [8].

Если с первым выводом можно согласиться, то два последних утверждения некорректны. Авторы отчета часто объявляют пропагандистскими и пророссийскими месседжи, которые таковыми не являются («Общая память и история СССР», «Общая победа в Великой Отечественной войне», «Мы – братья, но дружить надо получше», «Евросоюзу угрожает распад из-за наплыва беженцев»).

На наш взгляд, белорусское государство самостоятельно, исходя из своих позиций, формирует свою повестку дня и свои оценки, что как раз и доводится через контент государственного ТВ. Совпадение с позицией РФ не означает в данном случае

«пророссийскую» позицию. Скорее, это наследие советской общности, сохранение традиционной советской парадигмы, в рамках которой рассматривают мир многие государственные медиа в Беларуси. Что касается мониторинга БАЖ, то можно сделать вывод о том, что его интерпретация стала аргументом в политическом дискурсе и удобным материалом для политического PR. Это подтверждает активное распространение отчета и его компиляций по различным каналам, в большей степени в онлайн-СМИ и в социальных сетях, а также в ходе семинаров, проводимых этим НГО и его партнерами для независимых журналистов и гражданских активистов.

#### **Позиция власти: необходимо больше своего контента**

Тем не менее, налицо явные проблемы белорусского медиапространства. Среди них: большая зависимость от иностранного, прежде всего российского и европейского медийного влияния; недостаточный уровень информационной безопасности; «осколки и рикошеты» контента информационных войн, которые попадают в Беларусь от соседей.

**Справка:** По данным Министерства информации Республики Беларусь, по состоянию на декабрь 2018 г. объем национального контента от общего объема вещания в эфире ведущих республиканских телеканалов составлял: «Беларусь 1» – 43%, «Беларусь 2» – 21%, «Беларусь 3» – 44%, «Беларусь 24» – 81%, «НТВ-Беларусь» – 9%, «Беларусь 5» – 95%, «ОНТ» – 29%, «СТВ» – 24%, «Россия – Беларусь» – 6% [9, с. 66].

Между тем, «белорусские каналы должны вещать на собственной, а не зарубежной платформе». Об этом президент Беларуси Александр Лукашенко заявил 10 апреля 2018 г. на встрече с руководителями и коллективами крупнейших государственных СМИ: «Платформы эти должны быть белорусскими. Это должно быть наше». Также президент полагает, что телеканалы и режиссеры в Беларуси в силах сами снимать хорошие телесериалы и ставить их в эфир вместо российских. Но не все так просто. По словам руководителя ЗАО «Второй национальный канал» Марата Маркова, ОНТ в своем эфире использует 46% отечественного контента, остальная часть – российская. «Увеличение собственного контента всего лишь на 1% в течение года потребует от канала примерно 130 тыс. долларов дополнительных средств», – констатировал он [1].

С 1 декабря 2018 г. вступили в силу поправки к Закону Республики Беларусь «О средствах массовой информации», в соответствии с ними объем телепередач, аудиовизуальных произведений, иных сообщений и (или) материалов белорусского (национального) производства должен составлять не менее 30 процентов всего объема вещания. Таким образом, одним из приоритетных направлений деятельности телекомпаний становится увеличение доли программ собственного производства. В соответствии с новой редакцией Закона перед телекомпаниями поставлена задача повсеместно обеспечить в сетке вещания к 2020 г. 30% белорусского (национального) контента [9, с. 47].

**А 31 января 2019 г. у президента Беларуси состоялось совещание по информационной безопасности. Что необычно, инициированное руководством трех общенациональных телеканалов. Были рассмотрены:**

- эффективность контроля национального информационного пространства;
- создание специализированной государственной структуры по медиаметрии и научно-аналитической государственной структуры;
- активность государственных медиа в Интернете и соцсетях – защита официальной позиции и принципов, продвижение имиджа страны;
- отдельно – состояние рекламного рынка.

Возможные последствия совещания (по мнениям как провластных, так и оппозиционных медиаэкспертов): ускорение трансформации медиасистемы (быстрая коммерциализация, рост активности государственных СМИ в Интернете); попытки усилить контроль информационного пространства и повысить эффективность пропаганды и контрпропаганды в интересах белорусского государства; передел рекламного рынка.

В итоге указом президента был создан Белорусский институт стратегических исследований; он основан на базе ликвидированного Информационно-аналитического центра и сосредоточится на анализе и подготовке решений в информационной сфере. В последнее время также обсуждается идея разгосударствления телеканалов по примеру Казахстана. Для российских медиа на рынке Беларуси это вряд ли будет означать вытеснение, скорее будут предприняты действия по ужесточению конкуренции через усиление белорусских СМИ. Также не стоит ожидать резкой «белорусизации», поскольку большинство собственного контента белорусские каналы производят на русском языке, ориентируясь на реальную языковую ситуацию в стране.

Выводы:

1. Присутствие российских медиа в информационном пространстве Республики Беларусь выражается не только в широких возможностях их распространения, но и в наличии значимой доли российского контента в белорусских медиа, в том числе государственных.

2. Сравнение интерпретаций социологических исследований указывает на необъективность оценки контента из РФ лишь как пропагандистского. Такая интерпретация мониторинга БАЖ стала аргументом в политическом дискурсе и материалом для политического PR. Белорусское государство самостоятельно, исходя из своих позиций, формирует свои повестку дня и оценки, доводя их через контент государственного ТВ. Совпадение с позицией РФ не означает «пророссийскую» позицию. Скорее, это наследие советской общности.

3. Нехватка белорусского контента признается на официальном уровне, принимаются меры по контролю информационного пространства и повышению эффективности пропаганды и контрпропаганды в интересах белорусского государства. При этом большинство собственного контента белорусские каналы производят на русском языке.

## Литература

1. А.Г. Лукашенко: «Белорусские телеканалы должны вещать на собственной платформе» [Электронный ресурс] // [www.belta.by](http://www.belta.by/president/view/lukashenko-belorusskie-kanaly-dolzheny-veschat-na-sobstvennoj-platforme-298038-2018/): [сайт]. [10.04.2018]. URL: <http://www.belta.by/president/view/lukashenko-belorusskie-kanaly-dolzheny-veschat-na-sobstvennoj-platforme-298038-2018/> (дата обращения: 26.02.2019).
2. Беларусь вышла на первое место по росту рынка интернет-рекламы в Центральной и Восточной Европе [Электронный ресурс]. // [www.tvnews.by](https://tvnews.by/analytics/12882-belarus-vyshla-na-pervoe-mesto-po-rostu-rynka-internet-reklamy-v-centralnoy-i-vostochnoy-evrope.html): [сайт]. [24.05.2018]. URL: <https://tvnews.by/analytics/12882-belarus-vyshla-na-pervoe-mesto-po-rostu-rynka-internet-reklamy-v-centralnoy-i-vostochnoy-evrope.html> (дата обращения: 26.02.2019).
3. Беларусь занимает седьмое место в мире по дешевизне широкополосного Интернета [Электронный ресурс] // Портал [www.tut.by](http://www.tut.by): [сайт]. [27.11.2018]. URL: <https://42.tut.by/570531> (дата обращения: 26.02.2019).
4. Данильченко А.В., Якушенко К.В., Потребин А.В. Информационный рынок и единое информационное пространство: мировой контекст и белорусский опыт= Information market and a common information space: the global context and belarusian experience. Монография. – Минск: БГУ, 2015. 343 с.
5. Марков. Ничего личного. Дмитрий Жук. Программа ОНТ от 13.12.2018 [Электронный ресурс] // [www.Youtube.com](http://www.Youtube.com): [сайт]. [13.12.2018]. URL: [https://youtu.be/IEvLvQXS\\_KQ](https://youtu.be/IEvLvQXS_KQ) (дата обращения: 22.02.2019).
6. Медиафера Беларуси: социологический аспект / Под общ. ред. В. Дашкевича. – Минск: Информационно-аналитический центр при Администрации Президента Республики Беларусь, 2014. 98 с.
7. Медийный ландшафт Беларуси: социологический обзор // Республика Беларусь в зеркале социологии: сборник материалов социологических исследований. Выпуск 10. – Минск: Информационно-аналитический центр при Администрации Президента Республики Беларусь, 2018. 180 с.; с. 132-162.

8. Мониторинг пророссийской пропаганды в медиа Беларуси ООО «Беларуская асацыяцыя журналістаў» [Электронный ресурс] / baj.by [сайт]. [21.02.2019]. URL:[https://baj.by/sites/default/files/analytics/files/monitoring\\_propagandy\\_red.docx](https://baj.by/sites/default/files/analytics/files/monitoring_propagandy_red.docx) (дата обращения: 22.02.2019).
9. Справочно-аналитическая информация о работе отрасли информации и печати в 2018 г. Министерство информации Республики Беларусь. Минск, 2019. 155 с.

## References

1. «A.G. Lukashenko: Belorusskie telekanaly dolzhny veshchat' na sobstvennoy platforme» [Belarusian TV channels must have their own]. [10.04.2018]. Available at:<http://www.belta.by/president/view/lukashenko-belorusskie-kanaly-dolzhny-veschat-na-sobstvennoj-platforme-298038-2018/> (Accessed: 26.02.2019).
2. *Belarus' vyshla na pervoe mesto po rostu rynka internet-reklamy v Tsentral'noy i Vostochnoy Evrope* [Belarus placed 1<sup>st</sup> in Central and Eastern Europe for web advertisement market development]. [24.05.2018]. Available at: [/http://tvnews.by/analytics/12882-belarus-vyshla-na-pervoe-mesto-po-rostu-rynka-internet-reklamy-v-centralnoy-i-vostochnoy-evrope.html](http://tvnews.by/analytics/12882-belarus-vyshla-na-pervoe-mesto-po-rostu-rynka-internet-reklamy-v-centralnoy-i-vostochnoy-evrope.html) (Accessed: 26.02.2019).
3. *Belarus' zanimaet sed'moe mesto v mire po deshevizne shirokopolosnogo Interneta* [Belarus has the 7<sup>th</sup> cheapest broadband internet access worldwide] [27.11.2017]. Available at: [/https://42.tut.by/570531](https://42.tut.by/570531) (Accessed: 26.02.2019).
4. Danil'chenko A.V., Yakushenko K.V., Potrebin A.V. *Informatsionnyy rynek i edinoe informatsionnoe prostranstvo: mirovoy kontekst i belorusskiy opyt* [Information market and a common information space: the global context and Belarusian experience]. Minsk, BGU Publ., 2015, 343 p.
5. Markov. Nichego lichnogo. Dmitriy Zhuk. Programma ONT ot 13.12.2018. [Markov. Nothing personal. Dmitriy Zhuk. ONT Programm 13.12.2018]. [13.12.2018]. Available at: [https://youtu.be/IEvLvQXS\\_KQ](https://youtu.be/IEvLvQXS_KQ) (Accessed: 26.02.2019).
6. *Mediasfera Belarusi: sociologicheskij aspekt*. Pod obshh. red. V.Dashkevicha. [Belarusian mediasphere: sociological aspect / Ed. ed. V. Dashkevich]. Minsk, Informacionno-analiticheskij centr pri Administracii Prezidenta Respubliki Belarus' Publ. 2014, 98 p.
7. *Medijnyj landshaft Belarusi: sociologicheskij obzor*. Respublika Belarus' v zerkale sociologii: sbornik materialov sociologicheskikh issledovanij. Informacionno-analiticheskij centr pri Administracii Prezidenta Respubliki Belarus'. Vypusk 10. [Media environment of Belarus: societal overview. Information and Analytical Center under the presidential administration. Issue 10.]. Minsk, Informacionno-analiticheskij centr pri Administracii Prezidenta Respubliki Belarus' Publ., 2018, 180 p., pp. 132-162.
8. *Monitoring prorossijskoj propagandy v media Belarusi*, ООО «Беларуская асацыяцыя журналістаў», 21.02.2019 [Monitoring of pro-russian propaganda in Belarusian media, NGO Belarus Association of Journalists, 21.02.2019]. Available at: [https://baj.by/sites/default/files/analytics/files/monitoring\\_propagandy\\_red.docx](https://baj.by/sites/default/files/analytics/files/monitoring_propagandy_red.docx). (Accessed: 26.02.2019).
9. *Spravochno-analiticheskaja informacija o rabote otrasli informacii i pechati v 2018 g.* [Analytical inquiry about informational and publishing industry of 2018.]. Minsk, Ministerstvo informacii Respubliki Belarus' Publ., 2019, 155 p.