

УДК 32.019.51

Курилкин А. В.

Московский государственный университет имени М. В. Ломоносова
119234, г. Москва, ГСП-1, Ломоносовский пр-т, д. 27, корп. 4, Российская Федерация

ЭФФЕКТИВНОСТЬ ГОСУДАРСТВЕННЫХ И ЗАРУБЕЖНЫХ СМИ В ИНТЕРНЕТ-ПРОСТРАНСТВЕ БЕЛОРУССИИ: СРАВНИТЕЛЬНЫЙ АНАЛИЗ

АННОТАЦИЯ

Цель. Анализ эффективности работы национальных и зарубежных средств массовой информации в интернет-пространстве Белоруссии.

Процедура и методы. Анализируются количественные показатели посещаемости сайтов медиа (на основе статистики SimilarWeb), размер аудитории в пяти основных социальных сетях, количество подписчиков на каналы на видеохостинге Youtube, размер и активность аудитории в мессенджере Telegram.

Результаты. На основе проведённого анализа сделан вывод, что самыми популярными у белорусов являются западные средства массовой информации и частные онлайн-СМИ, государственные медиа уступают им по популярности по ряду показателей в десятки раз.

Теоретическая и/или практическая значимость заключается в выявлении особенностей медиаландшафта Белоруссии и раскрытии возможностей зарубежных стран влиять на повестку дня в стране.

КЛЮЧЕВЫЕ СЛОВА

информационная война, Белоруссия, СМИ, Sputnik, Радио Свобода, Telegram

СТРУКТУРА

[Введение](#)

[Методология исследования](#)

[Сравнительный анализ аудитории сайтов](#)

[Сравнительный анализ аудитории в социальных сетях](#)

[Сравнительный анализ аудитории в Telegram](#)

[Заключение](#)

A. Kurilkin

Lomonosov Moscow State University
27 korp. 4, Lomonosovsky prospekt, Moscow 119234, Russian Federation

EFFICIENCY OF STATE AND FOREIGN MEDIA IN THE INTERNET SPACE OF BELARUS: A COMPARATIVE ANALYSIS

ABSTRACT

Aim. To analyze the effectiveness of the national and foreign media work in the Internet space of Belarus.

Methodology. The study analyzes the quantitative indicators of traffic on media sites (based on statistics from SimilarWeb), the size of the audience in the five main social networks, the number of subscribers to channels on the video hosting Youtube, the size and activity of the audience in the Telegram messenger (based on tgstat statistics). The author also analyzes the popularity of media in the Telegram messenger according to the size and activity of the audience.

Results. The results of the analysis show that Western mass media and private online media remain the most popular among Belarusians; while the state media are inferior by a number of indicators.

Research implications. The study identifies Belarus cyberspace characteristics and shows the possibilities of foreign countries to influence the agenda in the country.

KEYWORDS

information warfare, Belarus, mass media, Sputnik, Radio Free Europe/Radio Liberty, Telegram

ВВЕДЕНИЕ

Ставшая возможной благодаря повсеместному распространению интернета экстерриториальность работы средств массовой информации окончательно завершила формирование предсказанной выдающимся канадским философом, представителем Торонтской школы коммуникативистики М. Маклюэнном [22] «глобальной деревни»; скорость и качество передачи информации, как отмечал Ж. Бодрийяр [3; 4], привели к тому, что сегодня люди зачастую формируют представление о событиях благодаря их отражению в СМИ, что позволяет даже создать образ, или симулякр, события, которого не было в реальности. Развитие информационно-коммуникационных технологий сократило сегодня получение информации человеком и, более того, создало информационную перегрузку, которая уже не позволяет критически осмысливать получаемые данные. Благодаря этому онлайн-СМИ стали сегодня одним из самых эффективных инструментов информационно-психологических операций (ИПО), что признаётся и российскими [1; 6; 7; 9; 10; 11; 12; 14; 15], и зарубежными учёными [16; 19; 20; 21]. В очередной раз свою эффективность онлайн-СМИ подтвердили в ходе начавшихся после выборов президента рекордных по числу участников и продолжительности в современной истории Белоруссии акций протеста. Значительную роль в «раскачке настроений» и даже их координации сыграли телеграм-каналы и онлайн-СМИ.

Как показывает ряд исследований [8; 9; 17; 18], пространство интернета стремительно политизируется, что, в свою очередь, меняет модели массовой коммуникации. Группы в социальных сетях становятся инструментами информационно-психологического влияния, в том числе зарубежного, – как показано на примере событий в Гонконге в исследовании Н. С. Барабаша и Д. С. Жукова [2]. Сетевые коммуникации, как отмечается в монографии И. А. Быкова [5], стали на сегодняшний день одним из самых перспективных направлений развития политической коммуникации, а ряд западных стран, как отмечает С. Н. Федорченко [17], активно развивает «коммуникационное изобилие» для конструирования контролируемых сетевых общностей (в том числе в иностранных государствах). Например, в Белоруссии работают финансируемые Польшей и США телеканал «БелСат» и «Радио Свобода», а редакция крупнейшего белорусского телеграм-канала NEXTA размещается в Варшаве.

Исследованию белорусской медиа-среды посвящена работа А. Потребина [13]. К сожалению, в данном исследовании упор сделан на изучении телевидения и присутствия на нём российского контента, не затрагивается тема зарубежного телевидения в Белоруссии (например, канала БелСат) и обходится вопрос цензурирования контента в белорусских СМИ в целом и на телевидении в частности.

Гораздо больший интерес представляет многолетний проект российских учёных «Глобальное исследование политизации социальных сетей» под руководством С. Н. Федорченко [18]. Крайне любопытны результаты «III волны» данного проекта относительно Белоруссии – отмечается, что в 2018 г. в белорусском сегменте интернета резко изменился баланс сил: «В соцсетях Белоруссии процентное соотношение политических сил в Интернете в 2018 г. следующее: провластные – 14%, умеренно-оппозиционные – 37%, радикальные – 49% (в 2017 г.: 47% – провластные, 22% – умеренно-оппозиционные и 31% – радикальные)», – отмечается в статье о результатах третьего этапа исследования [18, с. 106].

В связи с этим актуальной прикладной исследовательской задачей становится изучение возможностей зарубежных (западных и российских) и белорусских государственных и негосударственных СМИ по влиянию на настроение и установки населения и элит Белоруссии.

Целью данного исследования является анализ эффективности работы вышеуказанных СМИ. Ключевыми задачами исследования являются: выявление и анализ работы крупнейших зарубежных, государственных и негосударственных белорусских СМИ; определение критериев их эффективности в онлайн-пространстве; сравнительный анализ по ряду факторов их эффективности и возможностей.

МЕТОДОЛОГИЯ ИССЛЕДОВАНИЯ

Ключевым фактором эффективности СМИ в контексте информационно-психологического воздействия в рамках ИПО является охват ими ключевой аудитории, в данном случае – жителей Белоруссии. Для большинства онлайн-СМИ основной платформой является собственный сайт в интернете; в то же время важным средством продвижения материалов являются группы в социальных сетях, каналы на видеохостингах (в случае производства видеоконтента) и группы (каналы) в мессенджерах. С учётом популярности различных социальных площадок в интернете автором были выделены в качестве показателей следующие платформы: ВКонтакте, Facebook, Одноклассники, Twitter, Youtube, Instagram, Telegram.

На сегодняшний день в Белоруссии самыми популярными национальными СМИ являются негосударственные сайты tut.by и onliner¹, критически относящиеся к действующим властям Белоруссии и зачастую продвигающие оппозиционную повестку. В сегменте госСМИ наиболее крупными являются сайты государственного информационного агентства БелТА, телеканалов ОНТ и АТН, газеты «СБ. Беларусь Сегодня». Иностранные информационные агентства и СМИ представлены белорусской версией «Радио Свобода» («Радыё Свабода»), польскими «БелСАТ» и «Европейское радио для Беларуси» (Еврорадио), российским Sputnik. В выборку не были включены издающиеся в Белоруссии под российскими брендами «Interfax Запад», «Аргументы и Факты Беларусь» и «Комсомольская правда. Беларусь» по той причине, что данные издания выходят по франшизе и фактически не контролируются из-за рубежа. В исследование были включены также самый популярный белорусский (и в целом самый крупный в русскоязычном сегменте Telegram) канал Nexta Live и его «головной проект» канал Nexta.

Важным аспектом анализа охвата СМИ является общее количество пользователей интернета в стране. По данным национального статистического комитета², на 100 жителей Белоруссии зарегистрировано 126 пользователей интернета. Таким образом, по официальной статистике в стране насчитывается почти 12 млн пользователей, такой результат объясняется учётом подключённых к сети юридических лиц, наличием у значительного числа жителей страны домашнего и мобильного интернета. По оценкам же частных компаний, в Белоруссии выход в интернет имеют порядка 61% населения, или же 5,8 млн. человек³.

¹ Александров А., Бастунец А. Медиа в Беларуси 2020. Рынок, законы и информационная безопасность: аналитический доклад [Электронный ресурс]. [2020]. URL: https://baj.by/sites/default/files/event/files/2020/report_media2020_rus.pdf (дата обращения: 23.11.2020).

² Информационное общество в Республике Беларусь: статистический сборник. Минск: Национальный статистический комитет, 2019. 101 с.

³ Digital 2019: тренды использования интернета, соцсетей, мобильных платформ, электронной торговли по Беларуси [Электронный ресурс]. URL: <https://dev.by/news/digital-2019-belarus> (дата обращения: 30.09.2020).

Для анализа охвата сайтов СМИ был использован сервис SimilarWeb. Количество посещений и подписчиков страниц замерялось 25 августа 2020 г. Учитывались три показателя: количество и география посещений (оба показателя брались по данным сервиса SimilarWeb), третий же параметр, количество пользователей из Белоруссии, высчитывался автором.

Для всех социальных сетей был выбран базовый показатель – число подписчиков на группы / каналы (замерялось 25 августа 2020 г.). С учётом особенностей мессенджера Telegram также учитывался показатель уровня вовлечённости (ERR) по данным крупнейшего сервиса статистики telegram tgstat.

СРАВНИТЕЛЬНЫЙ АНАЛИЗ АУДИТОРИИ САЙТОВ

Среди вышеперечисленных СМИ собственные полноценные сайты есть у всех, за исключением проекта NEXTA (имеется сайт-визитка) и телеканала АТН (имеется лишь информационная страница на сайте ГТРК «Беларусь»).

Для удобства работы автор разбил выборку СМИ на две части: собственно белорусские средства массовой информации (табл. 1) и проекты зарубежных СМИ, ориентированных на Белоруссию (табл. 2). В таблицах указано три параметра: посещаемость сайта, процент посетителей из Белоруссии (оба параметра по данным Similar Web) и рассчитанное автором число пользователей из Белоруссии.

Таблица 1 / Table 1
Посещаемость сайтов белорусских СМИ / Attendance of
Belarusian mass media sites

СМИ	БелТА	СБ	ОНТ	Tut.by	Onliner
Посещаемость (млн.)	5,47	5,4	1,93	92,22	34,62
% белорусской аудитории	41,21	69,9	31,72	82,64	82,11
Посещаемость (Белоруссия) (млн.)	2,25	3,77	0,61	76,21	28,43

Как видно из таблицы 1, среди белорусских СМИ безусловными лидерами являются негосударственные медиа – их аудитория в несколько десятков раз превышает аналогичные параметры государственных средств массовой информации.

Таблица 2 / Table 2

Посещаемость сайтов зарубежных СМИ в Белоруссии /
Attendance of foreign media websites in Belarus

СМИ	Sputnik	Еврорадио	БелСАТ	Радыё Свабода
Посещаемость (млн.)	10,93	1,3	2,77	1,72
% белорусской аудитории	29,8	80,47	74,97	82,45
Посещаемость (Белоруссия) (млн.)	3,26	1,05	2,08	1,42

При первоначальном рассмотрении российский проект Sputnik в несколько раз опережает аналогичные проекты западных СМИ. Однако, как следует из анализа географии посещений сайта, на Белоруссию приходится чуть менее 30% аудитории сайта, а более 60% – на Россию. Тем не менее российский сайт всё равно в несколько раз опережает западные СМИ по популярности в Белоруссии, хотя география заходов не позволяет однозначно трактовать его популярность.

В целом же сайты зарубежных СМИ Sputnik и БелСАТ обладают примерно одинаковой по размерам аудиторией с государственными медиа. Меньшая популярность «Радыё Свабода» объясняется, по мнению автора, тем фактом, что СМИ вещает полностью на белорусском языке и не готовит материалы на другом, более популярном государственном языке, русском.

СРАВНИТЕЛЬНЫЙ АНАЛИЗ АУДИТОРИИ В СОЦИАЛЬНЫХ СЕТЯХ

На видеохостинге Youtube представлены все СМИ из выборки, за исключением «Еврорадио» и Nexta Live. Необходимо отметить, что для телеканалов АТН, ОНТ и БелСАТ Youtube является наиболее удобной площадкой в силу специфики основного формата контента (табл. 3).

Таблица 3 / Table 3

Число подписчиков Youtube-каналов белорусских СМИ /
The number of subscribers of YouTube channels of the Belarusian media

СМИ	БелТА	СБ	АТН	ОНТ	Tut.by	Onliner
Число подп. (тыс.)	84,8	381	129	51,6	1090	1050

Стоит отметить тот факт, что негосударственные СМИ снова, как и в случае с посещаемостью сайтов, значительно опережают государственные медиа. Однако следует учитывать и то, что Tut.by и Onliner сосредоточены в основном на производстве развлекательных видео и редко размещают политический и новостной контент.

Таблица 4 / Table 4

Число подписчиков Youtube-каналов зарубежных СМИ в Белоруссии / The number of subscribers of YouTube channels of foreign media in Belarus

СМИ	Sputnik	БелСАР	Радыё Свабода	NEXTA
Число подп. (тыс.)	7,58	372	205	494

Из таблицы 4 следует, что российский Sputnik на Youtube практически не представлен и уступает в десятки раз по популярности западным медиа. Стоит отметить особенность работы редакции «Радыё Свабода» – журналисты данного СМИ регулярно ведут прямые трансляции с акций протеста и зачастую становятся источником новостей для других медиа. Западные зарубежные СМИ превосходят в несколько раз по числу подписчиков все государственные медиа на платформе Youtube.

Таблица 5 / Table 5

Число подписчиков белорусских СМИ в социальных сетях / The number of subscribers of Belarusian media in social networks

СМИ	БелТА	СБ	ОНТ	АТН	Tut.by	Onliner
Подписчиков «ВКонтакте» (тыс.)	42	61,9	51,7	8,3	285	250
Подписчиков Facebook (тыс.)	58	22,7	10,6	55,1	189,5	48,6
Подписчиков «Одноклассники» (тыс.)	28	21,1	7,4	2,6	61,2	0
Подписчиков Twitter (тыс.)	35	6,3	7,3	0	299,4	273,6
Подписчиков Instagram (тыс.)	22,2	23,4	24,7	0	726	0

По данным таблицы 5, государственные СМИ уступают негосударственным в сегменте социальных сетей за редчайшим исключением (например, аудитории АТН и Onliner на Facebook сопоставимы). Причём в социальных сетях Twitter и Instagram негосударственные медиа обходят госСМИ в десятки раз.

Таблица 6 / Table 6

Число подписчиков зарубежных СМИ в Белоруссии в социальных сетях / The number of subscribers of foreign media in Belarus in social networks

	Sputnik	Еврорадио	БелСАТ	Радыё Свабода	Nexta
Подписчиков «ВКонтакте» (тыс.)	25,6	10,6	28,4	206	17
Подписчиков Facebook (тыс.)	21	30	93,6	182	0
Подписчиков «Одноклассники» (тыс.)	28	21,1	52,2	7,4	0
Подписчиков Twitter (тыс.)	35	6,3	31,8	87,4	0
Подписчиков Instagram (тыс.)	22,2	23,4	240	282	0
Общее число подписчиков (тыс.)	131,8	91,4	446	764,8	17

Как следует из таблицы 6, зарубежные СМИ значительно опережают белорусские государственные средства массовой информации на площадках социальных сетей. Причём у американского «Радыё Свабода» и польского «БелСАТ» число подписчиков значительно больше, чем у российского Sputnik. Реальный разрыв не в пользу российского агентства по аудитории будет, вероятно, ещё больше, если провести географический анализ аудитории групп в социальных сетях (однако эта тема заслуживает отдельного исследования, и раскрыть её в рамках данной статьи не представляется возможным в силу масштабности).

Негативной тенденцией можно назвать то, что БелСАТ, созданный для популяризации проевропейских взглядов и противодействия пророссийским настроениям (под видом борьбы с «российской угрозой» и «пропагандой») в Белоруссии (например, директор телеканала, польская журналистка А. Ромашевская-Гузы упоминала об этом несколько раз в своих интервью⁴),

⁴ Отрощенко А. Агнешка Ромашевская: Является ли Белсат инструментом польской мягкой силы? Да, конечно // reform.by. URL: <https://reform.by/agneshka-romashevskaja-javljaetsja-li-belsat-instrumentom-polskoj-mjagkoj-sily-da-konechno> (дата обращения: 23.11.2020); Агнешка Ромашевская-Гузы: «Проблему российской угрозы в Польше почти не замечают» // belsat.eu. URL: <https://naviny.belsat.eu/ru/news/agneshka-romashevskaya-guzy-problemu-rossijskoj-ugrozy-v-polshe-pochti-ne-zamechajut> (дата обращения: 23.11.2020); Агнешка Ромашевская-Гузы: После 11 лет работы «Белсат» стал важным медийным институтом // belsat.eu. URL: <https://naviny.belsat.eu/ru/news/agneshka-romashevskaya-guzy-posle-11-let-raboty-belsat-stal-vazhnym-medijnym-uchrezhdeniem> (дата обращения: 23.11.2020).

опережает почти вдвое по популярности Sputnik в социальной сети «Одноклассники», чьи пользователи в Белоруссии в основном придерживаются пророссийских взглядов.

СРАВНИТЕЛЬНЫЙ АНАЛИЗ АУДИТОРИИ В TELEGRAM

Для анализа аудитории Telegram, помимо подписчиков, необходимо учитывать показатель «уровня вовлечённости», ERR, т. е. процента подписчиков, которые просматривают публикации. Данный показатель подсчитывается путём деления среднего охвата одного поста на количество подписчиков и умножением на 100. Соответственно, чем данный показатель выше – тем больше пользователей прочитало сообщение. Для анализа этого показателя использовался сервис tgstat. Учёт этого показателя необходим для примерного определения живой, т. е. реальной аудитории – тех пользователей, кто просматривает контент, а не просто подписан на канал. Кроме того, этот показатель позволяет исключить т. н. ботов, которые покупаются для увеличения числа подписчиков на канале. При этом ERR канала может превышать и 100% в том случае, если его материалы широко репостятся в другие каналы.

Таблица 7 / Table 7

Число подписчиков и ERR телеграм-каналов белорусских СМИ /
Number of subscribers and ERR of telegram channels of Belarusian media

СМИ	БелТА	СБ	ОНТ	АТН	Tut.by	Onliner
Подписчиков (тыс.)	14,4	0,6	5,3	4,7	359	127,5
ERR,%	37	80	68	67	53	59

Как видно по данным таблицы 7, по числу подписчиков каналов белорусских СМИ в Telegram лидируют негосударственные СМИ. При этом стоит отметить тот факт, что весной 2020 г. в мессенджере была создана сеть телеграм-канала «Желтые СЛИВЫ» (48 тыс. подписчиков на момент подсчёта, ERR 28%). Авторы проекта занимают провластные позиции, а частные репосты материалов данной сетки в каналах госСМИ позволяют утверждать, что администраторы связаны с официальными властями Белоруссии (данная тема была достаточно подробно проанализирована журналистами издания *codastory*⁵). Тем не менее даже с учётом сетки «сливов» государственные каналы в несколько раз уступают негосударственным медиа по популярности в мессенджере Telegram (табл. 8).

⁵ #ямьбатька. Как власти Беларуси пытаются перехватить повестку в Telegram // *Codastory*. ru. URL: <https://www.codastory.com/ru/at/belarus-anonymous-telegram-channels> (дата обращения: 24.11.2020).

Таблица 8 / Table 8

Число подписчиков и ERR телеграм-каналов зарубежных СМИ /
Number of subscribers and ERR of telegram channels of foreign media

СМИ	Sputnik	Еврорадио	БелСАТ	Радыё Свабода	Nexta	Nexta live
Подписчиков (тыс.)	24,3	31,5 (на бел.)	94,6 (на бел.)	90,2 (на бел.)	758	2161
ERR,%	60	94	42	44	72	34

Несмотря на использование менее популярного в бытовом общении белорусского языка телеграм-каналами «Еврорадио», БелСАТ и «Радыё Свабода», они обходят по популярности канал Sputnik. Впрочем, все каналы зарубежных СМИ в десятки раз уступают популярности Nexta и Nexta Live. Государственные же белорусские СМИ в Telegram даже менее популярны, чем зарубежные средства массовой информации в Белоруссии.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

На сегодняшний день белорусские государственные СМИ значительно уступают по охвату аудитории в интернете и социальных сетях – по отдельным параметрам этот разрыв составляет десятки раз.

Однако с учётом разгоревшегося после выборов политического кризиса в республике, до и во время которого западные СМИ и независимые белорусские медиа активно продвигали оппозиционных кандидатов, критиковали действующие власти и освещали акции протеста (а некоторые упомянутые в выборке медиа занимались и координацией протеста), позиция белорусских властей относительно независимых и западных СМИ переменилась: сотрудники правоохранительных органов стали систематически задерживать корреспондентов и операторов на акциях протеста (несмотря на явную принадлежность последних к прессе), выслали из страны нескольких журналистов, начали масштабную переаккредитацию зарубежных СМИ⁶ (впрочем, телеграм-каналу NEXTA это не мешает работать в силу отсутствия юридического присутствия), лишили аккредитации tut.by⁷ (что также не особо помешало ему работать⁸).

Кризис выявил проблемы организационного плана в госСМИ: в первые дни протестов государственные медиа не освещали их и упустили повестку, а затем значительное число сотрудников, журналистов (в том числе

⁶ МИД Беларуси проведет переаккредитацию иностранных СМИ // Interfax.by. URL: https://interfax.by/news/policy/vnutrennyaya_politika/1284521 (дата обращения: 23.11.2020).

⁷ Белорусский Tut.by лишили аккредитации. Как теперь будет работать сайт? // BBC: [сайт]. URL: <https://www.bbc.com/russian/news-54346536> (дата обращения: 23.11.2020).

⁸ Как ситуация с иском от Мининформа скажется на рекламодателях и как помочь TUT.BY // Tut.by. URL: <https://news.tut.by/press/702108.html> (дата обращения: 23.11.2020).

телеведущих и корреспондентов президентского пула) и руководителей публично выразили несогласие с такой позицией, за что были уволены или добровольно покинули редакции. Провальной оказалась попытка создания неформальной проправительственной сетки в Telegram во главе с каналом «Желтые СЛИВЫ», который уступает по числу подписчиков ведущим оппозиционным каналам как минимум в несколько раз и достаточно сильно уступает по качеству контента.

Попытки «заблокировать» интернет на территории страны также провалились: требование к операторам связи снизить пропускную способность мобильного интернета не принесло желаемых результатов, и информация о жестоком подавлении протестов всё равно была опубликована и вызвала ответную реакцию мирового сообщества и жителей Белоруссии.

На основе проведённого анализа можно утверждать, что на сегодняшний день белорусское интернет-пространство контролируется оппозиционными и западными СМИ, относительно небольшие сегменты приходятся на российский Sputnik и государственные СМИ. Это позволяет зарубежным странам навязывать собственную повестку дня и широко проводить информационно-психологические операции для реализации собственных интересов в целом и по отрыву Белоруссии от России и разрушения интеграционных процессов на постсоветском пространстве в частности.

ЛИТЕРАТУРА

1. Багдасарян В. Э. Когнитивные матрицы манипулятивных технологий в войнах и революциях нового типа // Вестник Московского государственного областного университета. Серия: История и политические науки. 2020. № 1. С. 8–23.
2. Барабаш Н. С., Жуков Д. С. Оценка уровня вовлеченности пользователей в радикальные группы в социальных сетях // Инноватика и экспертиза: научные труды. 2019. № 3 (28). С. 113–122.
3. Бодрияр Ж. Дух терроризма. Войны в заливе не было / пер. с фр. А. Качалова. М.: Рипол Классик, 2016. 224 с.
4. Бодрияр Ж. Симулякры и симуляции. М.: ПОСТУМ, 2015. 240 с.
5. Быков И. А. Сетевая политическая коммуникация: теория, практика и методы исследования: монография. СПб.: СПГУТД, 2013. 200 с.
6. Володенков С. В. Интернет-технологии как инструмент воздействия на современные национальные политические режимы // Дискурс-Пи. 2017. № 3. С. 65–73.
7. Володенков С. В. Информационное вмешательство как феномен деятельности субъектов современной международной политики // Вестник Волгоградского государственного университета. Серия 4. История. Регионоведение. Международные отношения. 2020. № 3. С. 148–160.
8. Володенков С. В. Массовая коммуникация и общественное сознание в условиях современных технологических трансформаций // Журнал политических исследований. 2018. Т. 2. № 3. С. 1–8.

9. Евгеньева Т. В., Губченко В. А. Психологические особенности формирования оппозиционной повестки в сети Интернет // Политическая наука. 2017. Спецвыпуск. С. 385–401.
10. Манойло А. В. Основы теории современных информационных войн // Информационные войны. 2017. № 4 (19). С. 3–23.
11. Манойло А. В., Пономарева Е. Г. Современные информационно-психологические операции: технологии и методы противодействия // Обозреватель-Observer. 2019. № 2. С. 5–17.
12. Манойло А. В., Стригунов К. С. Технологии неклассической войны. Генезис. Эволюция. Практика. М.: Горячая линия-Телеком, 2020. 378 с.
13. Потребин А. В. Мониторинги российских медиа в информационном пространстве Республики Беларусь: интерпретация в целях пропаганды // Журнал политических исследований. 2019. Т. 3. № 3. С. 69–78.
14. Ромашкина Н. П. Социальные сети: новые возможности или угрозы? // Информационные войны. 2017. № 3 (43). С. 16–27.
15. Тумбинская М. В. Системный подход к обеспечению защиты от нежелательной информации в социальных сетях // Вопросы кибербезопасности. 2017. № 2 (20). С. 30–44.
16. Почепцов Г. Г. Информационные войны. Новый инструмент политики. М.: Алгоритм, 2015. 256 с.
17. Федорченко С. Н. Сетевая легитимация политических режимов: теория и технологии: монография. М.: ИИУ МГОУ, 2018. 202 с.
18. Финальный аккорд: III волна исследования политизации социальных сетей Интернета / Е. М. Лымарь, С. Н. Федорченко, А. А. Белюстин, Л. В. Федорченко // Журнал политических исследований. 2018. Т. 2. № 3. С. 84–110.
19. Bremmer I. Democracy in Cyberspace: What Information Technology Can and Cannot Do // Foreign Affairs. 2010. № 6. P. 86–92.
20. Libicki M. C. Conquest in cyberspace. National security and information warfare. Cambridge, 2007. 337 p.
21. Libicki M. C. Cyberspace in Peace and War. Annapolis: Naval Institute Press, 2016. 496 с.
22. McLuhan M. The Medium is the Massage. New York, Manhattan: Random House, 1967. 157 p.

REFERENCES

1. Bagdasaryan V. E. [Cognitive matrices of manipulation technologies in wars and revolutions of a new type]. In: *Vestnik Moskovskogo gosudarstvennogo oblastnogo universiteta. Seriya: Istoriya i politicheskie nauki* [Bulletin of the Moscow Region State University. Series: History and Political Sciences], 2020, no. 1, pp. 8–23. DOI: 10.18384/2310-676X-2020-1-8-23.
2. Barabash N. S., Zhukov D. S. [Rating of users involvement in radical groups in some social networks]. In: *Innovatika i ekspertiza: nauchnye Trudy* [Innovation and expertise: scientific works], 2019, no. 3 (28), pp. 113–122.
3. Baudrillard J. L'esprit du terrorisme. La Guerre du Golfe n'a pas eu lieu (Russ. ed.: Kachalov A., transl. *Dukh terrorizma. Voyny v zalive ne bylo*. Moscow, Ripol Klassik Publ., 2016. 224 p.).

4. Baudrillard J. Simulacres et Simulation (Russ. ed.: *Simulyakry i simulyatsiya*. Moscow, POSTUM Publ., 2015. 240 p.).
5. Bykov I. A. *Setevaya politicheskaya kommunikatsiya: teoriya, praktika i metody issledovaniya* [Network Political Communication: Theory, Practice and Research Methods]. St. Petersburg, St. Petersburg State University industrial technology and design Publ., 2013. 200 p.
6. Volodenkov S. V. [Internet technologies as a tool for influencing modern national political regimes]. In: *Diskurs-Pi* [Discourse-Pi], 2017, no. 3, pp. 65–7
7. Volodenkov S. V. [Information Inteference as a Phenomenon of the Contemporary International Policy Subjects Activity]. In: *Vestnik Volgogradskogo gosudarstvennogo universiteta. Seriya 4. Istoriya. Regionovedenie. Mezhdunarodnye otnosheniya* [Science journal of Volgograd State University. Series 4. History. Area studies. International relations], 2020, no. 3, pp. 148–160.
8. Volodenkov S. V. [Mass communication and public consciousness in the conditions of contemporary technological transformations]. In: *Zhurnal politicheskikh issledovaniy* [Journal of Political Research], 2018, vol. 2, no. 3, pp. 1–8.
9. Evgenieva T. V., Gubchenko V. A. [Psychological features of the formation of the opposition agenda on the Internet]. In: *Politicheskaya nauka* [Political Science], 2017, Special issue, pp. 385–401.
10. Manoilo A. V. [Bases of the theory of modern information wars]. In: *Informatsionnye voiny* [Information wars], 2017, no. 4 (19), pp. 3–23.
11. Manoilo A. V., Ponomareva E. G. [Contemporary informational and psychological operations: technologies and methods of counteraction]. In: *Obozrevatel'-Observer* [Observer], 2019, no. 2, pp. 5–17.
12. Manoilo A. V., Strigunov K. S. *Tekhnologii neklassicheskoi voiny. Genezis. Evolyutsiya. Praktika* [Non-classical war technologies. Genesis. Evolution. Practice]. Moscow, Hotline-Telekom Publ., 2020. 378 p.
13. Potrebin A. V. [Monitoring of Russian media in the information space of the Republic of Belarus: interpretation for the purpose of propaganda]. In: *Zhurnal politicheskikh issledovaniy* [Journal of Political Research], 2019, vol. 3, no. 3, pp. 69–78.
14. Romashkina N. P. [Internet social networks: new opportunities or new threats?]. In: *Informatsionnye voiny* [Information wars], 2017, no. 3 (43), pp. 16–27.
15. Tumbinskaya M. V. [System approach to protection against unwanted information in social networks]. In: *Voprosy kiberbezopasnosti* [Cybersecurity Issues], 2017, no. 2 (20), pp. 30–44.
16. Pocheptsov G. G. *Informatsionnye voiny. Novyi instrument politiki* [Information wars. New policy tool]. Moscow, Algorithm Publ., 2015. 256 p.
17. Fedorchenko S. N. *Setevaya legitimatsiya politicheskikh rezhimov: teoriya i tekhnologii* [Network legitimization of political regimes: theory and technology]. Moscow, MRSU Ed. off. Publ., 2018. 202 p.
18. Lyamar E. M., Fedorchenko S. N., Belyustin A. A., Fedorchenko L. V. [Final chord: III wave of research on politicization of social networks of the Internet]. In: *Zhurnal politicheskikh issledovaniy* [Journal of Political Research], 2018, vol. 2, no. 3, pp. 84–110.

19. Bremmer I. Democracy in Cyberspace: What Information Technology Can and Cannot Do. In: *Foreign Affairs*, 2010, no. 6, pp. 86–92.
20. Libicki M. C. Conquest in cyberspace. National security and information warfare. Cambridge, 2007. 337 p.
21. Libicki M. C. Cyberspace in Peace and War. Annapolis, Naval Institute Press, 2016. 496 p.
22. McLuhan M. The Medium is the Massage. New York, Manhattan, Random House, 1967. 157 p.

ДАТА ПУБЛИКАЦИИ

Статья поступила в редакцию: 22.10.2020

Статья размещена на сайте: 30.12.2020

ИНФОРМАЦИЯ ОБ АВТОРЕ / INFORMATION ABOUT THE AUTHOR

Курилкин Антон Владимирович – соискатель степени кандидата политических наук кафедры сравнительной политологии Московского государственного университета имени М. В. Ломоносова; e-mail: anton.kurilkin@gmail.com

Anton V. Kurilkin – External Postgraduate Student, The Faculty of Political Science, Lomonosov Moscow State University; e-mail: anton.kurilkin@gmail.com

ПРАВИЛЬНАЯ ССЫЛКА НА СТАТЬЮ / FOR CITATION

Курилкин А. В. Эффективность государственных и зарубежных СМИ в интернет-пространстве Белоруссии: сравнительный анализ // Вестник Московского государственного областного университета (электронный журнал). 2020. № 4. URL: www.evestnik-mgou.ru.

Kurilkin A. V. Efficiency of state and foreign media in the internet space of Belarus: a comparative analysis. In: *Bulletin of Moscow Region State University (e-journal)*, 2020, no. 4. Available at: www.evestnik-mgou.ru.