

**me  
dia  
IQ** MONITORING

# Методология

Минск, 2020

**PRSS  
CLUB  
BELARUS**

# Содержание

Press Club Belarus: Об организации .....	4
Медиасреда Беларуси: краткая характеристика и актуальные ВЫЗОВЫ.....	6
Цели, задачи, продукты и бренд мониторинга MEDIA IQ .....	12
Объект и предмет мониторинга MEDIA IQ. Три направления мониторинга .....	14
Обратная связь мониторинга MEDIA IQ.....	23
<i>Приложение 1.</i> Стандарты журналистики, маркеры их нарушений .....	24
<i>Приложение 2.</i> Описание понятий пропаганды, дезинформации, манипуляций. Перечень их признаков, методов и приёмов	32
<i>Приложение 3.</i> Медиа в мониторингах блока «Соблюдение стандартов журналистики в новостях» .....	48
<i>Приложение 4.</i> Медиа в мониторинге блока «Пропаганда, манипуляции, дезинформация в белорусских медиа».....	57
<i>Приложение 5.</i> Медиа в мониторинге блока «Прокремлёвская пропаганда в белорусских медиа» .....	63

# Press Club Belarus: Об организации

PRESS  
CLUB  
BELARUS

Пресс-клуб — это место для профессионального развития медиасообщества, неформальное объединение всех тех, кто хотел бы усовершенствовать свои журналистские умения и работать в ритме профессиональных стандартов и трендов.

## **Миссия Пресс-клуба:**

- Сохранить профессию журналиста в условиях падения её авторитета и экономической привлекательности — до момента, когда станут возможны значительные социально-политические и социо-экономические трансформации Беларуси.
- Стимулировать формирование конкурентного медиарынка.
- Насыщать доверием дискуссию различных акторов на рынке накануне и во время преобразований.

Акт основания Пресс-клуба был подписан 23 журналистами, главными редакторами и издателями белорусских СМИ в июне 2012 года.

В июне 2014 г. Пресс-клуб стал членом Международной ассоциации пресс-клубов — International Association of Press Clubs (IAPC).

С ноября 2015 культурно-просветительское учреждение «Журналистская мастерская Пресс-клуб» зарегистрировано в Беларуси. В активностях Пресс-клуба участвуют более 4 000 белорусских медиапрофессионалов, более 50 издателей и редакций медиа, более 60 НГО, 15 think tanks.

# Медиасреда Беларуси: краткая характеристика и актуальные вызовы

В Беларуси (как во многих постсоветских странах) журналистика фактов пока не является общепринятой практикой. Отчасти это обусловлено историческими предпосылками: на протяжении длительного периода средства массовой информации и пропаганды обслуживали советскую власть.

И сегодня медиа (особенно финансируемые из республиканского бюджета) продолжают работать по прежним лекалам, предоставляя аудитории почти советские нарративы про «заботливую» власть и неспособный к самостоятельности народ, а также продвигая нужную властям повестку дня и фокусы её восприятия.

Следует отметить, что в советской журналистике не требовалось разделять факты и мнения, а представлять аудитории собственные выводы (в новостях) считалось достоинством автора. Эти традиции отчасти закрепились в белорусской журналистике.

В настоящее время на белорусском рынке присутствуют массовые медиа, однако почти не представлены качественные медиа, которым присущи надёжный контроль

за достоверностью информации, взвешенность оценок, спокойный тон публикаций.

Вопрос соблюдения журналистских стандартов остаётся актуальным. В стране не сформирована система координат, в которой всем очевидны правила и стандарты профессии. Отчасти это может быть связано с недостатками в образовательной системе, нечастыми и нерегулярными стажировками журналистов в зарубежных редакциях, незафиксированными правилами работы с информацией.

В Беларуси отсутствует признаваемый всеми акторами медийного поля лидер по соблюдению стандартов журналистики, а также интересов аудитории, на который могли бы равняться журналисты массовых изданий.

Системное измерение и анализ соблюдения журналистских стандартов и наличия признаков пропаганды, дезинформации и манипуляций в новостных материалах проводится в Беларуси пока только в рамках медиамониторинга MEDIA IQ, первый этап которого длился с февраля по декабрь 2019 года. Такое сплошное сканирование ситуации в медиапространстве страны позволило нам увидеть некоторые закономерности.

Мы зафиксировали, что телеканалы, в силу специфики работы (визуальная составляющая, использование эмоций, невербальных средств), чаще допускают нарушения стандартов достоверности и отделения мнений от фактов, а информагентства реже смешивают факты и мнения и дают собственные оценки происходящего.

# Как нарушали стандарты государственные и негосударственные СМИ в 2019 году

В 2019 году в мониторинге MEDIA IQ новости в СМИ оценивались на соответствие шести стандартам: балансу мнений, отделению мнений от фактов, достоверности, точности, оперативности и полноте.



[Кликните, чтобы посмотреть интерактивную инфографику с данными по всем СМИ](#)



Стандарт «Оперативность» не отображен в данном графике из-за малого количества нарушений этого стандарта

В период значимых общественно-политических событий зафиксированы следующие алгоритмы работы государственных медиа: редакции замирают в режиме ожидания, а затем выпускают идентичные материалы на основе текстов, выверенных или предоставленных идеологами от власти, что свидетельствует о продвижении определённой повестки. Как вариант, событие замалчивается либо прячется под нужными трактовками или в информационном шуме.

Отметим, что в негосударственных медиа также встречаются манипуляции. Это может происходить как сознательно, так и неосознанно. Предыдущий период мониторинга MEDIA IQ показывает основные причины неосознанных нарушений:

- Отсутствие культуры журналистских стандартов в редакциях;
- Некритичное отношение к авторитетному источнику;
- Трансляция информации одной заинтересованной стороны;
- Выступление журналиста с позиции активиста;
- Нежелание упускать эксклюзивную горячую тему/героя;
- Погоня за трафиком.

Медиабизнес продолжал оставаться в кризисе в 2019 году, многим редакциям не хватало средств на оплату помещения, зарплаты сотрудников и т.п., особенно это коснулось печатных СМИ. Рынок медийной рекламы просел: прогнозный показатель ёмкости рынка рекламы Беларуси составляет 114,4 млн USD в 2019 году, что является возвращением к показателю 2008 года (данные рекламного агентства Vondel за 2019 год).

Государство по-прежнему создает неравные условия для государственных и частных медиа и способствует нечестной конкуренции через прямые и непрямые преференции для государственных медиа.

Психологическая усталость журналистов, работающих в тяжелых условиях, практика самоцензуры, низкие зарплаты приводят к профессиональному выгоранию и вымыванию кадров из медиасферы.

Остается актуальной информационная угроза. В Беларуси информационная картина мира за пределами страны создается посредством российских медиа. Это связано с рядом причин: зачастую у медиа нет собственных корпунктов в других странах, командировки редкие, у большинства белорусских журналистов присутствует языковой барьер.

Добавляется проблема географической локализации и признания отдельным рынком интернет-сегмента Беларуси. Интернет-корпорации (Google, Yandex, Mail.ru, Microsoft и др.) не выделяют Беларусь как самостоятельную страну и определяют белорусских пользователей в обобщенный русскоязычный сектор либо лишь частично локализуют контент, отдавая приоритет показа российским СМИ. Это ослабляет внутренний медийный рынок и препятствует его полноценному развитию.

Игнорирование интернет-корпорациями необходимости локализовать сервисы для Беларуси противоречит концепции информационной безопасности, утвержденной в марте 2019 года, напрямую воздействует на информационную сферу Беларуси и нарушает информационный суверенитет страны.

Медиасообщество предпринимает попытки решить эту проблему: была принята Декларация «О необходимости географической локализации интернет-сервисов и признания интернет-сегмента Беларуси отдельным рынком».

Общее с Россией языковое пространство усугубляет ситуацию. В Беларуси доминирует русский, а не белорусский язык, в том числе в медиа. Таким образом, в интернете не существует естественного языкового барьера. В то же время ёмкость российского медиапространства и его капитализация значительно выше.

В такой ситуации Беларусь автоматически оказывается под влиянием российского информационного поля. Важные события национального уровня могут оставаться в тени не столь значительных событий соседней страны. А от информационной «громкости» события зависит степень вовлечённости аудитории.

В настоящее время Беларусь находится в преддверии президентской избирательной кампании, которая в любой стране является испытанием для медиа. Существует вызов углубленной интеграции Беларуси с Россией, продолжаются обсуждения изменений Конституции страны — и все эти обстоятельства, а также перечисленные выше, показывают особую актуальность соблюдения стандартов журналистики и противодействия пропаганде, дезинформации и манипуляциям в информационных материалах.

# Цели, задачи, продукты и бренд мониторинга Media IQ

**Мониторинг MEDIA IQ** нацелен на продвижение медиаграмотности и укрепление информационной безопасности Беларуси через регулярное исследование соблюдения стандартов журналистики и наличия признаков пропаганды, дезинформации и манипуляций в общественно-политических новостях белорусских медиа.

## **Цели мониторинга MEDIA IQ:**

- Повышение потенциала белорусских медиа и журналистов в создании качественных и объективных материалов через соблюдение журналистских стандартов;
- Выявление случаев нарушения журналистских стандартов, а также наличия пропаганды, дезинформации и манипулятивных техник в белорусских медиа;
- Фиксация нарративов относительно белорусско-российских отношений в российских медиа, и отслеживание, каким образом и в каких белорусских медиа распространяются эти нарративы;
- Противодействие этим нарушениям путём информирования медиасообщества и общественности, публичного анализа механизмов нарушений журналистских стандартов, а также пропаганды, дезинформации и манипулятивных техник.

### **Задачи мониторинга MEDIA IQ:**

- Анализ информационных материалов общественно-политической тематики в белорусских медиа на предмет соблюдения журналистских стандартов, выявление признаков пропаганды, дезинформации и манипуляций, выявление прокремлёвских нарративов в белорусских медиа;
- Информирование профессионального сообщества и общественности о ситуации с соблюдением журналистских стандартов, распространением пропаганды, дезинформации и манипуляций в белорусских медиа, проникновении/наличии прокремлёвских нарративов в белорусских медиа;
- Формирование по запросу редакций, участвующих в мониторинге, рекомендаций по соблюдению журналистских стандартов и недопущению пропаганды, дезинформации и манипуляций.

**Результатами и продуктами** медиамониторинга MEDIA IQ являются отчеты, в том числе и на английском языке, инфографика, аналитические статьи, ежеквартальные публичные презентации результатов мониторинга и тематические дискуссии в Пресс-клубе. Также в рамках проекта проводится гражданская кампания, развивается сайт MEDIA IQ.

**Бренд мониторинга MEDIA IQ** выражает стремление к повышению уровня медиаграмотности в Беларуси. Это сочетает в себе высокий IQ медиа, которые соблюдают стандарты, и высокий IQ аудитории, которая замечает нарушение стандартов и предпочитает умные медиа.

# Объект и предмет мониторинга MEDIA IQ.

## Три направления мониторинга

**Объектом мониторинга** MEDIA IQ являются: соблюдение журналистских стандартов и фиксация случаев пропаганды, дезинформации и манипулятивных техник, отслеживание прокремлевских нарративов в белорусских медиа.

**Предмет мониторинга.** При отборе участников мониторинга мы ориентировались на соответствие объекту мониторинга — популярные белорусские медиа, производящие собственные общественно-политические информационные материалы на регулярной основе, существующие в формате телеканала или онлайн-медиа, — а также на баланс различных стейкхолдеров.

Так, в мониторинге MEDIA IQ представлены:

- Медиа, находящиеся как в частной собственности, так и в государственной;
- Медиа, чьи собственники находятся как в Беларуси, так и в России или Евросоюзе;
- Медиа общенациональные и региональные.

Списки медиа размещены в [Приложениях 3–5](#) в соответствии с наименованиями блоков мониторинга.

Системный медиамониторинг MEDIA IQ начался в феврале 2019 года. С февраля по декабрь 2019 года были проанализированы в режиме сплошного ежедневного мониторинга новости общественно-политического значения в 19 белорусских медиа. Полученные результаты позволили нам развивать медиамониторинг MEDIA IQ. И с 2020 года медиамониторинг работает в трёх направлениях:

1. **Соблюдение журналистских стандартов в новостях.** Мониторинг соблюдения стандартов журналистики в белорусских медиа (ТВ и онлайн-медиа, национальные и региональные).
2. **Пропаганда, дезинформация и манипуляции в белорусских медиа.** Мониторинг белорусских медиа (ТВ и онлайн-медиа) на наличие в информационных материалах пропаганды, дезинформации, манипулятивных техник по тематикам: белорусско-российские отношения, изменения в законодательстве, ситуативные резонансные события в стране.
3. **Прокремлёвские нарративы в белорусских медиа.** Фиксация нарративов относительно белорусско-российских отношений в российских медиа и отслеживание, каким образом и в каких белорусских медиа (ТВ и онлайн-медиа) распространяются эти нарративы.

---

*Далее подробно о каждом блоке мониторинга.*

## I МОНИТОРИНГ

## Соблюдение журналистских стандартов в новостях

**Объект исследования:** соблюдение стандартов журналистики в информационных материалах. Пять стандартов журналистики были адаптированы для белорусского медиапространства и опираются на гайдлайны BBC и опыт мониторингов ГО «Детектор медиа» и «Института массовой информации» (Украина). Эти стандарты являются универсальным инструментом и не зависят от формата или профильных особенностей медиа. Описание стандартов и маркеры их нарушений — в [Приложении 1](#).

**Предмет исследования:** популярные белорусские медиа, производящие собственные общественно-политические новостные материалы на регулярной основе, существующие в формате телеканала или онлайн-медиа.

Данный блок мониторинга разделен на 2 части: в первую входят 4 ТВ и 6 национальных онлайн-медиа, во вторую — 10 региональных онлайн-медиа. Списки в [Приложении 3](#).

**Задачи:** анализ новостей и выявление случаев нарушения стандартов. Также редактор фиксирует случаи пропаганды, дезинформации и манипуляций.

**Режим мониторинга.** Для того, чтобы не упускать, как важные события системно освещаются в медиа каждый день, мы применяем следующий подход к выборке материалов.

- *Мониторинг ТВ-каналов.* Каждый будний день мониторятся все итоговые выпуски теленовостей, на выходных — итоговые недельные выпуски. Анализируются сюжеты, которые имеют общественно-политическое значение.
- *Мониторинг национальных онлайн-медиа.* По будним дням редактор отбирает по 5 материалов к мониторингу в каждом медиа (они должны отражать картину дня и иметь общественно-политическое значение) согласно критериям, описанным ниже.
- *Мониторинг региональных онлайн-медиа.* Мониторинг происходит в режиме 1 месяц в квартал, в данный период мониторятся по 3 материала ежедневно в каждом региональном медиа согласно критериям, описанным ниже.

**Критерии отбора материалов в мониторинг.** Критериями для выборки новостей являются следующие основания:

1. тема новости относится к одной из сфер — политика, экономика, общество
2. собственное авторство медиа
3. количество знаков

В случае наличия более пяти (трёх в региональных медиа) материалов, соответствующих теме, редактор-аналитик пользуется иными критериями (2 и 3) для выборки материалов.

**Оценка.** Информационный материал в мониторинге оценивается на предмет соответствия пяти стандартам по перечню маркеров (см. [Приложение 1](#)).

Если нарушений нет и все стандарты соблюдены, то новости присваивается 5 баллов. Нарушение каждого стандарта уменьшает итоговое количество баллов на один. Таким образом, максимальный общий рейтинг для каждой новости — 5 (все стандарты соблюдены), минимальный — ноль (все стандарты нарушены). Рейтинг соблюдения стандартов медиа — среднее арифметическое соблюдения стандартов в каждой отдельной новости.

Во время мониторинга редактор, помимо нарушения стандартов, фиксирует наличие признаков пропаганды, дезинформации, манипуляций. Эти данные не влияют на рейтинг медиа, но кейсы нарушений становятся контентом для сайта проекта и гражданской кампании в соцсетях, а также используются для написания аналитических материалов для сайта проекта.

**Продукты мониторинга:** ежемесячные отчёты мониторинга ТВ и национальных онлайн-медиа, 1 раз в квартал — отчёты мониторинга региональных медиа. Английская версия отчёта — 1 раз в квартал. Также продуктами являются инфографика, аналитические статьи.

## II МОНИТОРИНГ

# Пропаганда, дезинформация, манипуляции в белорусских медиа

**Объект исследования:** наличие пропаганды, дезинформации, манипуляций в информационных материалах.

**Предмет исследования:** популярные белорусские медиа, производящие собственные общественно-политические новостные материалы на регулярной основе, существующие в формате телеканала или онлайн-медиа. В мониторинг блока входят 4 телеканала и 7 онлайн-медиа. Список в [Приложении 4](#).

**Задачи:** анализ материалов и выявление пропаганды, дезинформации и манипуляций, выделение тематических нарративов, фиксация тональности, упоминаний персон и источников информации.

**Критерии отбора материалов.** В исследование попадают все информационные материалы, которые затрагивают следующие тематики: белорусско-российские отношения, изменения в законодательстве, а также резонансные ситуационные темы.

**Режим мониторинга.** Каждый день редактор-аналитик мониторит материалы/сюжеты информационного жанра

по обозначенным тематикам на наличие пропаганды, дезинформации, манипуляций, а также выделяет тематические нарративы, фиксирует тональность, упоминание персон и источники информации. Кроме того, редактор фиксирует нарушения стандартов журналистики в выбранных для мониторинга материалах.

**Продукты мониторинга:** ежемесячные отчёты, инфографика, аналитические материалы, английская версия отчёта — 1 раз в квартал.

### III МОНИТОРИНГ

## Прокремлёвские нарративы в белорусских медиа

**Объект исследования:** медийное пространство Беларуси и России в области освещения проблематики белорусско-российской интеграции.

**Предмет исследования:** российские публикации, на которые ссылались в Беларуси и белорусские, которые ссылались на российские медиа (существующие в формате телеканала или онлайн-медиа). Перечень российских медиа не ограничивается списком и количеством. Список белорусских медиа в [Приложении 5](#). В мониторинг входят 4 телеканала и 9 онлайн-медиа.

**Задачи:** анализ тематических нарративов публикаций, выявление пропаганды, дезинформации и манипуляций, отслеживание используемых источников информации, действующих лиц (героев), а также тональности публикаций. Фиксация нарративов относительно белорусско-российских отношений в российских медиа и отслеживание, каким образом и в каких белорусских медиа распространяются эти нарративы.

## **Критерии отбора материалов, режим и механика мониторинга**

**Первый этап.** Редактор-аналитик выбирает публикации в агрегаторах новостей, таких как Google News, Яндекс Новости, по ключевым словам, описывающим белоарусско-российские отношения (например, Беларусь, Белоруссия, Александр Лукашенко, Сергей Румас, Владимир Путин, Дмитрий Медведев, Союзное государство, Григорий Рапота, Дмитрий Мезенцев, Дмитрий Крутой, Максим Орешкин и т. д.). Редактор анализирует эти материалы в русскоязычных медиа, выделяя прокремлевские нарративы.

**Второй этап.** Редактор каждый день мониторит 13 белоарусских медиа, отбирает для анализа материалы, в которых присутствуют прокремлевские нарративы. Далее анализируется частота употребления определённых ключевых слов, которые должны характеризовать презентацию в медиа проблематики белоарусско-российских отношений. Редактор отслеживает, в каких медиа были полностью либо частично заимствованы материалы российских медиа, оценивает соблюдение журналистских стандартов и фиксирует наличие признаков пропаганды, дезинформации и манипуляций. Также редактор выделяет тематические нарративы, фиксирует тональность, упоминание персон и источники информации.

**Продукты мониторинга:** ежемесячные отчёты, инфографика, аналитические материалы. Английская версия отчёта — 1 раз в месяц.

# Обратная связь мониторинга Media IQ

Мониторинг MEDIA IQ открыт для взаимодействия с медиа, которые заинтересованы в соблюдении стандартов и анализе произошедших нарушений.

По запросу медиа в мониторинге мы составляем индивидуальные рекомендации редакциям с перечнем типичных нарушений в их медиа. Эта работа бесплатная и непубличная.

**Контакт:** [mediaiq@press-club.by](mailto:mediaiq@press-club.by)

# Приложение 1.

## Стандарты журналистики, маркеры их нарушений

### Достоверность

Каждый факт и мнение, упомянутые в информационном материале, должны сопровождаться указанием на их источник.

Этот источник должен быть надёжным и проверяемым. Ссылки на вторичные (и тем более третичные), а также анонимные источники являются нарушением стандарта достоверности. Мы допускаем, что в некоторых случаях использование таких источников возможно, если общественно-важную информацию невозможно получить иначе, однако это должно быть отмечено в материале.

Источником информации может быть сам журналист — например, взявший у кого-то комментарий или лично присутствовавший на событии (конференции, акции, судебном заседании и т.п.). Это является корректным, но требует внимания к соблюдению других стандартов — баланса мнений и отделения мнений от фактов (включая отделение того, что журналист увидел и услышал, от того, что он об этом подумал).

Присутствие журналиста на месте событий позволяет ему получить больше информации, но не делает его экспертом.

При освещении судебных заседаний важно указывать источник в сообщениях о том, что происходит на слушаниях о решениях суда. В суде «соревнуются» две стороны, и они могут пытаться повлиять на общественное мнение, сообщая неправдивую или неполную информацию о происходящем там. Поэтому читатель должен чётко понимать, от кого исходит информация: от нейтрального наблюдателя, от суда как органа, от одной из сторон.

Если при освещении судебного слушания/решения в заметке нет источника и не указывается, что журналист сам присутствовал на заседании, нет прямой отсылки к изданию, то фиксируется нарушение стандарта достоверности. Не фиксируется нарушение в случаях, когда в материале есть явные признаки присутствия журналиста в зале суда: онлайн-трансляция в соцсети; видео, которое подтверждает присутствие журналиста в суде.

При освещении открытых мероприятий, когда речь идёт о брифинге и пр., если есть цитата, то действует презумпция «из первых уст»: журналист там был. Нарушения достоверности в этом случае не фиксируются. Когда речь идёт о закрытом мероприятии, важно объяснить читателям, откуда журналист знает, что там происходило. Если это сообщение, распространённое пресс-службой, то это необходимо отметить. Цитирование сказанного на закрытом заседании без указания источника — нарушение стандарта достоверности.

Мониторинг не фиксирует нарушение стандарта достоверности, если не указан источник бэкграунда, который общеизвестен, либо информация в бэкграунде не влияет на восприятие новости.

## Маркеры нарушений

- Нет ссылки на источник;
- Ссылка на ненадежный/вторичный источник;
- Ссылка на непроверяемый, анонимный (квазианонимный) источник;
- Ссылка на обобщённый псевдоисточник;
- Ссылка на коллективный безымянный источник, «хоровые» цитаты «работников фермы», «местных жителей» без имён;
- Недостоверный источник фотографии/видео к материалу, например, подпись «фото из соцсетей», в случае, когда визуал может повлиять на восприятие новости;
- Единственным источником является видеоряд, и он прямо не визуализирует происходящее в новости.

## Точность

Информация должна соответствовать действительности, известной журналисту на момент публикации, цитирование источника должно быть точным, социологические данные — прозрачными, заголовки — соответствующими содержанию материала.

Факты/мнения, вырванные из контекста; фейковые социологические данные; использование обобщенного мнения абстрактного большинства (в том числе при помощи vox pop); некорректные заголовки, которые могут ввести аудиторию в заблуждение, — подобные практики фиксируются как нарушение стандарта точности.

## Маркеры нарушений

- Фейковые факты; в сочетании с настоящими (полуправда); в том числе в заголовках;
- Фейковые мнения (источник этого не говорил; цитирование в заголовках, искажающее смысл высказывания);
- Фейковая социология (ссылки на абстрактные «мнение общества», «большинство» и т.п.; ссылки на исследования без источника и информации о нём; вырванные из контекста данные, искажающие начальный смысл; vox populi выдаётся за мнение всего общества);
- Слова одного эксперта выдаются за мнение экспертного сообщества;
- Некорректное использование терминов (например, «арест» вместо «задержание»);
- Визуализация новости при помощи видео/фото, которые не связаны с новостью, без указания на источник/место/время съёмки (если это может ввести аудиторию в заблуждение).

## Отделение мнений от фактов

В информационном материале нужно разделять факты и чьи-либо высказывания, мнения, а самому журналисту — воздерживаться от оценочных суждений, риторических вопросов, афоризмов, метафор и т.п.

Медиа нарушает стандарт, когда версия следствия подаётся как факт до решения суда. Важно также использовать корректную терминологию в случаях, когда вина человека

не доказана в суде. Так, называя человека «вором» или «насильником», медиа приучают аудиторию к логической конструкции «подсудимый — значит, виновен». Это же правило действует и в ситуациях, когда сообщается, что кто-то «напал», «убил», «взял/дал взятку».

Но: не путать обвинение с некорректным использованием терминов, когда, к примеру, сообщают, что человек «арестован», когда на самом деле он «задержан». Это нарушение стандарта точности (см. выше).

Стандарт нарушается, когда журналист побуждает аудиторию к каким-либо действиям, например, принять участие в гражданской кампании, проголосовать за того или иного политика или просто поучаствовать в выборах.

### **Маркеры нарушений**

- Мнение героя сюжета/эксперта/«лидера мнений» или журналиста подано как факт;
- Версия следствия/обвинения подаётся как факт до решения суда, в том числе в заголовке;
- Использование некорректных определений;
- Выводы, основанные на фейковых фактах и/или на отрывочных фактах вне контекста;
- Гипотезы, догадки поданы как факт;
- Эмоциональная окраска, оценочные суждения и риторические вопросы, призывы к действиям, высмеивание, запугивание, обесценивание и т.д., при этом возможно использование невербальных средств;
- Использование афоризмов, поговорок, метафор, сравнений, ассоциаций, цитат и т.д., если это влияет на восприятие новости;
- Оценка количества, подменяющая его числовое выражение, если это влияет на восприятие новости;

- Использование местоимений и наречий, абсолютизирующих информацию (никто, никогда, все, всегда, каждый), если это может исказить информацию или её восприятие аудиторией.

## Баланс мнений

Не каждый информационный материал требует наличия баланса мнений. Мониторинг фиксирует его наличие или отсутствие в случаях конфликтной ситуации, обвинения кого-либо в чём-либо.

В новостном материале должны быть представлены позиции всех известных и важных сторон какого-либо конфликта. Каждая сторона должна иметь возможность представить свои аргументы.

Если сторона конфликта отказывается от коммуникации с медиа, этот факт должен быть представлен в материале («Пресс-служба отказалась дать комментарий», «Не отвечает на звонки» и т.д.). В данном случае нарушение не фиксируется.

Когда в материале обозначено, что медиа уже обратилось за комментарием к иной/иным сторонам конфликта и ждёт ответа, или планирует обратиться за комментарием, или указано, что материал будет дополнен (например, в понедельник), — мониторинг не фиксирует нарушение баланса мнений.

В случаях, когда медиа использует псевдоэксперта, «лидеров мнений» и имитирует соблюдение баланса мнений, мониторинг фиксирует нарушение. Отметим, что экспертом мы считаем того, кто имеет продолжительный или интенсивный опыт в результате практики или образования в той или иной области.

### **Маркеры нарушений**

- Не представлено мнение всех сторон конфликта и нет объяснения, почему им не предоставили слово;
- Версия другой стороны конфликта подаётся со слов её оппонента;
- Имитация баланса (некоторым сторонам конфликта предоставили непропорционально мало объёма материала для выражения позиции, использовали вырванные из контекста высказывания в нужных целях, «вторую сторону» имитирует не имеющий к ней отношения ангажированный персонаж и т.п.);
- Появление псевдоэкспертов (всеядность тем, отсутствие бэкграунда и квалификации);
- Приглашённый эксперт комментирует тему, в которой не является экспертом;
- «Лидеры мнений» защищают/обвиняют какую-либо сторону конфликта в случае, когда сами не имеют отношения к событию, а их высказывание может повлиять на восприятие информации.

## Полнота информации

Материал должен содержать всю необходимую для понимания новости информацию. Отсутствие необходимого бэкграунда/контекста может приводить к неверному толкованию или банальному непониманию новости/события. Умолчание «неудобных» фактов может вводить в заблуждение и дезинформировать аудиторию.

### Маркеры нарушений

- Отсутствие важных деталей (например, не указаны место/ время встречи, когда это необходимо для понимания новости);
- Отсутствие бэкграунда (в необходимом для понимания новости объеме);
- Неполнота фактов, умолчание «неудобных» фактов (например, сообщается, что рейтинг кандидата вырос на 5%, но умолчание того, что рейтинг его оппонента вырос на 20%).

---

*Следует отметить, что спустя год сплошного мониторинга (2019) мы отказались от мониторинга стандарта оперативности, что объясняется редкими случаями, когда этот стандарт был нарушен. Однако в случае, если медиа будет замалчивать какое-либо событие, то это будет отражаться в аналитических материалах.*

# Приложение 2. Описание понятий пропаганды, дезинформации, манипуляций. Перечень их признаков, методов и приёмов

## Пропаганда

Мы придерживаемся определения, которое дал пропаганде [Эдвард Бернейс](#): *Современная пропаганда — это последовательная, достаточно продолжительная деятельность, направленная на создание или информационное оформление различных событий с целью влияния на отношение масс к предприятию, идее или группе.*

Пропаганда, в отличие от манипуляций, всегда является системной и планируемой работой, у которой есть определённая цель. Регулярность появления в новостях схожих маркеров нарушений стандартов, схожих признаков пропаганды, дезинформации, манипуляций, продвижение скрытой или явной повестки может показывать на то, что медиа целенаправленно и осознанно применяет пропаганду.

## Манипуляция

Мы придерживаемся определения, которое дал Герберт Шиллер: *Манипуляция — вид применения власти, при котором обладающий ею влияет на поведение других, не раскрывая характер поведения, которое он от них ожидает. Скрытое воздействие, факт которого не должен быть замечен объектом манипуляции.*

Манипулятивные приёмы и техники часто служат для создания у аудитории иллюзии выбора информации и/или определённого отношения к событию (в то время как этот выбор может носить манипулятивный характер). Так, важные детали могут оставаться в тени, а искусственно созданные «сенсации», а также искажение/фабрикация фактов могут отвлекать и создавать альтернативную реальность.

Манипуляции не так однозначны, как пропаганда: в одном случае они являются инструментом для создания пропаганды, в другом — служат для придания «эмоциональности» новостям. Иногда манипуляция может быть следствием непрофессиональной работы журналиста.

## Дезинформация

Оксфордский словарь даёт определение дезинформации: *Дезинформация — это распространение заведомо ложной информации, часто предоставляемой государством или его агентами иностранным властям или СМИ с целью оказать влияние их на мнение или политику.*

Мы полагаем, что дезинформация в медиа не всегда является сознательным искажением информации, иногда она может распространяться неосознанно. Это может происходить, когда нарушены стандарты профессии и медиа становится каналом трансляции дезинформации, вброса информации, несоответствующей реальности.

---

Наличие пропаганды, дезинформации и манипуляций всегда связано с нарушением одного или нескольких стандартов. В то же время само по себе нарушение стандартов не является однозначным признаком пропаганды, дезинформации и манипуляций и может быть следствием недостаточно высокого качества работы редакции или журналиста.

Мы не разделяем признаки по принадлежности их к пропаганде, дезинформации или манипуляциям. Это связано с тем, что технологии их применения — это зачастую импровизация, которая работает в контексте. Так, признаки манипуляции могут сочетаться с фейковыми фактами и работать на продвижение какой-либо идеи, то есть являться пропагандой.

Конфигурации признаков наличия манипулятивных техник и маркеров нарушений стандартов имеют неограниченное количество сочетаний.

*Далее — перечень признаков, методов, приёмов пропаганды, дезинформации и манипулятивных техник.*

# Признаки, методы и приёмы пропаганды, дезинформации и манипуляций

## Ложная дилемма

Изображение чёрно-белой картины мира и чёткое деление на «своих» и «чужих» по формальным признакам.

*Например: «есть государственные СМИ и оппозиционные, а значит, не существует независимых».*

---

## Контраст

Обоснование «правильности» действий/высказываний «своих» при помощи разных приёмов и манипулятивных техник.

«Свои»/«друзья» всегда говорят/делают «правильно», а «чужие»/«враги» — «неправильно».

---

## Подмена понятий

Используются расплывчатые понятия, как «зачистка территории» или «благоустройство территории».

Задача: «очернить» или «обелить». Так, «шпион» может стать «разведчиком», «плестись» или «дружно шагать», «сборище» может становиться «акцией солидарности».

*Например: «съёмочная группа ворвалась на участок, митинговала и дебоширила».*

### **Дегуманизация**

Обесчеловечивание, сравнение «чужих» с животными/существами («нелюди», «саранча», «паразиты», «укропы», «ватники»). Такое сравнение может выражаться также невербально: иллюстрацией или видеорядом.

Сюда относится также противоположное — обожествление «своего» или его действий («ангел», «святой»).

*Например: «это выглядит, извините, по-кошачьи. Нагадил и ушёл, головы не повернул».*

### **Высмеивание**

Сарказм в отношении «чужих» или иного мнения.

Задача — чтобы «враг» выглядел смешным, нелепым и глупым.

*Например: «На 20 декабря эта группа неупокоенных политических зомби решила вновь собраться в Минске на Октябрьской. Откуда «недоМоисей» с мегафоном опять собирается повести народ излюбленным маршрутом».*

### **Запугивание**

Нагнетание, использование страхов аудитории (болезни, голод, нищета) в определённых целях. Мнимая либо существующая опасность чего-либо усиливается и доводится до абсурда.

*Например: «туберкулёз и ВИЧ — «импортируемые» болезни мигрантов», «главные переносчики кори — трудовые мигранты».*

## **Градация**

Этот стилистический приём с нарастающим (или с нисходящим) смыслом значимости сказанного воздействует на аудиторию, вызывая нужные эмоции. Это повторение сказанного.

*Например: «Есть совершенно очевидная позиция: мы победили. Победили в войне на выживание, пролив немало крови и пота. Победили благодаря массовому героизму и подвигам солдат, партизан и труженников тыла. Любой, кто, начиная дискуссию или «открывая новые факты», этого не придерживается, — предаёт память предков, предаёт историю народа и страны, предаёт Беларусь».*

## **Призывы, лозунги**

Любого рода призывы от автора, корреспондента в информационных материалах влияют на восприятие информации аудиторией.

*Например: «можем повторить!», «бросай курить!».*

## **Упрощение**

Сложную проблему сводят к одному, удобному и нужному аспекту — для достижения какой-либо цели.

*Например: «цены растут, потому что провели деноминацию» или «президент платит зарплату бюджетникам».*

---

### **Невербальное моделирование сильных эмоций у аудитории**

Чтобы заразить нужным настроением аудиторию, используются невербальные средства: скорбная, негодующая или, наоборот, воодушевлённая и супероптимистичная интонация ведущего, многозначительные паузы, а также фоновая музыка и визуальное сопровождение.

---

### **Комментирование автором в новостных сюжетах**

Поведение ведущего/корреспондента/автора материала в ситуации его реагирования на высказывания героев/экспертов и т.д. Для очевидного (для аудитории) укрепления позиции «своего» или, наоборот, ослабления позиции «чужого» комментатор усиляет либо ослабляет высказывания. Использует критические замечания, специально подобранные или отрывочные факты, вырывание цитат из контекста, сравнения и т.п.

*Например: «Проблемы есть, но Румас все ещё полон интеграционного оптимизма».*

---

### **Манипулятивная семантика**

Широкий спектр приёмов, которые могут повлиять на восприятие информации. Это могут быть метафоры, использование пословиц и поговорок (в частично изменённой форме в том числе), отсылка к стереотипам, штампы, сравнения и ассоциации, навешивание ярлыков, а также использование кавычек и т.п.

*Например: «Бывает, что трибуны кричат в один голос, что всё чисто, но пристрастное жюри всегда найдет за что занизить балл. К счастью, выборы в Беларуси измеряют не чужими оценками, а голосами избирателей», или «Не важно, что один — «историк», а другой — «аналитик», на выходе у них получается примерно одно и то же».*

---

### **Манипулятивные оценочные высказывания**

Автор не только оценивает происходящее событие/ситуацию, но и подталкивает аудиторию к определённому выводу.

*Например: «Впрочем, своевременная работа уже выполнена».*

---

### **Догадки вместо фактов**

Предположения, мнения, гипотезы и догадки как автора, так и героев материала/экспертов, которые подаются в виде фактов.

---

### **Домысел и «передержки»**

Сознательное искажение оцениваемого явления, приписывание ему несвойственных качеств, последствий.

*Например: оппозиция описана как прозападная, но в то же время выступает «пятой колонной» России. Или когда во время выборов действиям наблюдателей, оппозиции, западных журналистов приписывается общая цель — «свержение власти».*

---

### **Сравнение несравнимого**

Сопоставление и сравнение явлений/событий разного порядка. Например: «От миролюбия с древних времён до инсинуаций в эпоху информационной цивилизации».

---

### **Фабрикация / конструирование информации или высказываний**

Факты могут заменяться выдумкой, например, исторические события могут быть переписаны для достижения нужной цели. Также для легализации мнения «большинства» используются одни и те же «случайные прохожие», «простые люди».

*Например: «В Европе запретили крестить детей».*

---

### **Подтасовка, селекция**

Выбор только тех фактов, которые укладываются в заданную схему/концепцию либо трактуются определённым образом для достижения цели.

*Например: «В Беларуси очень низкий уровень безработицы» (а речь о зафиксированной безработице, при этом не хватает рабочих мест).*

---

### **Смещение акцента**

Формально подтасовки нет, но событие подаётся таким образом, что «свои», конечно, правы и вызывают сопереживание, а «чужие» — наоборот.

*Например: «Зато войны нет».*

---

### **Отрывочные факты**

Для формирования определённого отношения аудитории к событию/человеку используются вырванные из контекста факты и/или высказывания.

---

### **Искажение высказываний, информации**

Использование формулировок, которые меняют смысл событий/высказываний. Особенно заметно искажение информации, в том числе цитат, в заголовках.

---

### **«Беременный» вопрос**

Составление вопросов таким образом, чтобы опрашиваемый дал нужный ответ, а неприемлемый ответ невозможен.

*Например: «Считаете ли Вы необходимым сохранение Союза Советских Социалистических Республик как обновлённой федерации равноправных суверенных республик, в которой будут в полной мере гарантироваться права и свободы человека любой национальности?»*

---

### **Обобщение**

Не каждое обобщение является манипулятивным приёмом, имеются в виду только обобщения, которые меняют отношение аудитории или искажают смысл происходящего/ сказанного кем-либо. Обобщение работает от общего к частному и от частного к общему.

*Например: «У всех гродненцев есть карта поляка, значит и у него есть» или «Он взял взятку, а значит, в этом месте все взяточники».*

---

### **Отвлечение**

Вброс разных версий и трактовок события, чтобы запутать аудиторию. Версии могут противоречить друг другу. Может создаваться ложное представление о произошедшем. Целью становится отвлечение внимания аудитории от нежелательной информации, перенаправление внимания в нужную или в другую сторону.

---

### **Уменьшение значимости события**

Задача этого приёма — искусственно «затушить» событие, которое может вызывать сильные эмоции у аудитории (гнев, раздражение, страх). Например, когда нельзя не говорить об акциях протеста, разгонах демонстраций, применении силы к мирным жителям.

Могут использоваться как манипулятивная семантика в текстах, так и невербальные средства: темп и интонация речи, мимика — в видеосюжетах. Так, на ТВ ведущие со спокойным выражением лица, ровным безэмоциональным голосом как бы вскользь сообщают о незначительных

действиях силовиков в отношении нарушителей правопорядка. Событие в итоге подано как не заслуживающее особого внимания.

*Например, заголовок: «ЧП во время салюта: что известно к этому часу» (ЧП это гибель женщины).*

---

### **Инфошум на фоне Замалчивания**

«Срочные» новости со всего мира широко обсуждаются в период важных общественно-политических событий в стране, которые вовсе не освещаются. Таким образом, инфошум типа «рождение панды в Бангкоке» становится более важным инфоповодом, чем локальные уличные протесты.

Заметить это возможно, проанализировав медийную картину дня и сопоставив её с происходящими в стране событиями.

---

### **Апелляция к публике**

Используется для уклонения от пояснения деталей события, умолчание «неудобного» посредством прямого обращения к аудитории, в форме лести или убеждения, что «все всё и так понимают». Часто это использование риторических вопросов, чтобы подтолкнуть аудиторию к нужным выводам. А также трансляция оценки или вывода с такой позиции автора — «конечно, вы со мной согласны».

*Например: «А мы — простые граждане Беларуси, которых большинство, внимательно последим, чтобы не упустить ни жеста. После чего, наконец, поймем, с чем и с кем вы согласны».*

---

### **Апелляция к личности**

Применение этого приёма может улучшить репутацию человека или ухудшить её в зависимости от того, «свой» это или «чужой».

При апелляции к личности оценивается не событие или высказывание, а человек, его личные качества, факты его биографии и т.п. — на фоне события.

*Например: «как он может рассуждать о демократии с его советским прошлым?».*

---

### **Апелляция к авторитету и/или традициям**

Цитаты и традиции могут использоваться, чтобы повлиять на восприятие информации. Таким образом, эксплуатируется доверие аудитории к авторитетам.

*Например: «если что-то сказал всемирно известный учёный, он не может быть неправ» (и не важно, является ли геолог специалистом по климату, например), «если так считали и делали с давних пор, то это правильно».*

---

### **Привлечение «лидеров мнений»**

Публичные известные люди, «лидеры мнений» используются для влияния на аудиторию, чтобы повлиять на восприятие события или ради продвижения нужной повестки.

*Например: певица Жанна уже проголосовала досрочно, и приводится ее комментарий о том, почему так надо сделать остальным.*

---

### **Привлечение псевдоэкспертов**

Считается манипуляцией в случае, если высказывание псевдоэксперта может оказать влияние на восприятие новости аудиторией. Экспертом мы считаем того, кто имеет продолжительный или интенсивный опыт в результате практики или образования в той или иной области.

---

### **Желаемое вместо действительного**

Аудитории подаются утверждения, которые не подкреплены фактами. Смешиваются мнения и факты, и аудитория получает готовые нужные выводы. Иногда используются результаты фейковых социологических исследований/опросов. Также могут привлекаться «лидеры мнений», которым аудитория доверяет.

*Например: «На пострадавших территориях можно выращивать и экологически чистую продукцию, которую покупают и в странах Евросоюза самые взыскательные клиенты. Например, 80% сыров уходит именно туда».*

---

### **Псевдологическая связь**

Перенос логической связи «конкретная причина — конкретное следствие» на другие объекты и ситуации, чтобы запутать аудиторию и повлиять на восприятие информации.

*Например: «Распалась одна империя — распадется и другая», «В прошлом году решили нефтегазовый вопрос — решим и в этом году».*

---

### **После не значит вследствие**

Логическая уловка «после этого — значит, по причине этого», при которой причинно-следственная связь отождествляется с временной.

Так, в одном информационном сообщении могут присутствовать две (или больше), не связанные между собой новости, которые подаются вроде бы как одна. Аудитория самостоятельно вынуждена выстраивать логическую цепочку, которая не соответствует реальности. Часто используется в «срочных» сообщениях. Ошибка становится очевидной после того, как появляются недостающие паззлы.

*Например: «Как только подъехал президентский кортеж, из православного храма напротив раздался мелодичный колокольный звон. И в следующую минуту сквозь плотные темно-серые тучи, которые второй день заволакивали небо над Белградом, пробилось наконец солнце».*

---

### **Конспирология**

В материале приводятся бездоказательные неопределённые ссылки на неназываемых могущественных закулисных игроков, используются теории заговора, намёки на них.

*Например: «мировая закулиса».*

---

### **Системное продвижение явной или скрытой повестки**

Относительно одной стороны/человека/события информация постоянно подаётся исключительно в негативной или позитивной тональности. Определить системное продвижение повестки возможно по совокупности материалов одного медиа/автора.

# Приложение 3.

## Медиа в мониторингах блока «Соблюдение стандартов журналистики в новостях»

### ТВ и национальные онлайн- медиа

#### Беларусь 1

[tvr.by](http://tvr.by)

Основной и старейший белорусский государственный телеканал, основан в 1956 году. Входит в структуру Национальной государственной телерадиокомпании Республики Беларусь.

*Программы/рубрики в мониторинге: «Главный эфир».*

---

#### ОНТ

[ont.by](http://ont.by)

ЗАО «Второй национальный телеканал» создано в соответствии с Указом Президента Республики Беларусь

от 15 февраля 2002 года. Телеканал начал вещание 24 июня 2002 года. 80% акций контролируется государством: 51% принадлежит Министерству информации Беларуси, ещё 29% — Беларусбанку (который принадлежит государству на 99,95%).

*Программы/рубрики в мониторинге: «Контур».*

---

## **СТВ**

[ctv.by](http://ctv.by)

ЗАО «Столичное телевидение» создано 19 октября 2000 года. 71% акций принадлежало белорусскому государственному предприятию «Агентство печати „Минск-Новости“», вторым учредителем было СП «Космос ТВ» (29% акций). Сегодня акционеры ЗАО «Столичное телевидение» — Министерство информации, Минский горисполком, компания «Космос ТВ» и Минский облисполком.

*Программы/рубрики в мониторинге: «Неделя».*

---

## **Белсат TV**

[belsat.eu](http://belsat.eu)

Позиционируется как «первый независимый телеканал в Беларуси», вещает через спутник на белорусском и русском языках, интернет-страница работает на пяти языках: белорусском, польском, русском, английском и украинском. «Белсат TV» создан в 2007 году как структурная

единица Польского телевидения (TVP S.A.) в результате договора, подписанного между МИД Польши и Польским телевидением.

*Программы/рубрики в мониторинге: «Аб'ектыў» .*

---

## **TUT.BY** [news.tut.by](http://news.tut.by)

Самый популярный новостной сайт Беларуси, существует с 2000 года. Помимо новостной редакции, бизнес включает в себя множество других направлений, в том числе почтовый сервис, маркетплейс, хостинг-услуги и администрирование доменной зоны .by. Принадлежит частному ООО «ТУТ БАЙ МЕДИА».

*Программы/рубрики в мониторинге: «Деньги и власть», «Общество».*

---

## **Наша Ніва** [nn.by](http://nn.by)

Газета «Наша Ніва» была основана в 1906 году и возрождена в 1991-м. Её интернет-платформа nn.by существует с 1997 года, а с 2018-го является единственной версией газеты. Издаёт газету частное унитарное предприятие «Суродзічы».

*Программы/рубрики в мониторинге: «Навіны — Улада», «Навіны — Эканоміка», «Навіны — Грамадства».*

---

## **Euroradio** [euroradio.fm](http://euroradio.fm)

Негосударственное медиа «Европейское радио для Беларуси» существует с 2005 года. Зарегистрировано в Польше как нон-профит ООО EUROPEJSKIE RADIO DLA BIAŁORUSI SP Z O O. Редакция в Минске зарегистрирована в качестве представительства и действует как корреспондентский пункт.

*Программы/рубрики в мониторинге:* «Соцыум», «Палітыка», «Эканоміка».

---

## **СБ. Беларусь сегодня** [sb.by](http://sb.by)

Газета «Советская Белоруссия» выходит с 1927 года. Учреждена Администрацией Президента Беларуси. Издательский дом «Беларусь сегодня» объединяет также Альфа Радио, газету «Знамя юности», «Народную газету», «Сельскую газету» («Белорусская нива») и газету «Рэспубліка». В мониторинг попадает сайт холдинга.

*Программы/рубрики в мониторинге:* «Политика», «Общество», «Экономика».

---

## **Спутник Беларусь** [sputnik.by](http://sputnik.by)

Агентство «Спутник Беларусь» (бренд МИА «Россия сегодня») начало работу в Беларуси в декабре 2014 года.

Редакция «Спутник Беларусь» является частью мультимедийной группы Sputnik, созданной в 2014 году российским федеральным государственным унитарным предприятием «Международное информационное агентство «Россия сегодня» (ранее — РИА Новости). Активы агентства «Спутник Беларусь» включают информационное онлайн-медиа на белорусском и русском языках, радио и пресс-центр.

*Программы/рубрики в мониторинге: «Политика», «Экономика».*

---

### **Naviny.by**

[naviny.by](http://naviny.by)

Проект информационной компании БелаПАН, позиционирует себя как «первая белорусская интернет-газета». Агентство БелаПАН основано в 1991 году, интернет-газета Naviny.by появилась в 2002 году. БелаПАН является закрытым акционерным обществом, акционеры — частные лица.

*Программы/рубрики в мониторинге: «Новости».*

## Региональные онлайн-медиа

### **Сильные новости**

[gomel.today](http://gomel.today)

Негосударственный региональный сайт «Сильные Новости - Гомель сегодня». Создан Петром Кузнецовым — активистом, директором Центра развития «ГДФ» (Гомельский демократический форум — прим.).

*Рубрики в мониторинге:* «Главное», «Политика», «Экономика».

---

### **Вечерний Брест**

[vb.by](http://vb.by)

Региональная общественно-политическая газета издаётся с 1991 года. Работает также в формате онлайн-медиа. Учредители: ООО «РИА „Вечерний Брест“», Брестский городской совет депутатов.

*Рубрики в мониторинге:* «В стране и мире», «Экономика», «Общество».

---

### **Intex-press**

[intex-press.by](http://intex-press.by)

Газета «Intex-press» — белорусский негосударственный еженедельник, издаётся с 1994 года на белорусском и русском языках. На базе газеты в 2002 году создано

ООО «Издательский дом „Интекс-пресс“», выпускает пять газет. С 2009 года работает новостной сайт [intex-press.by](http://intex-press.by).  
Издатель: ИП Владимир Янукевич.

*Рубрики в мониторинге:* «Политика», «Общество», «Экономика».

---

### **Медиа-Полесье** [media-polesye.by](http://media-polesye.by)

Частное новостное интернет-издание Лунинца, Столина и Пинска Основатель: ИП Гарда С.А. В медиа-ките издания указано, что онлайн-медиа входит в 20-ку самых читаемых новостных сайтов Беларуси.

*Рубрики в мониторинге:* «Политика», «Общество».

---

### **Hrodna.life** [hrodna.life](http://hrodna.life)

Частный городской сайт. В 2006-2017 годах существовал под брендом «Твой стиль» [t-styl.info](http://t-styl.info). Учредитель: ИП Алексей Шота.

*Рубрики в мониторинге:* «Навіны», «Людзі і справы».

---

**Витебские вести**

[vitvesti.by](http://vitvesti.by)

Государственная областная газета. Издаётся с 2013 года после слияния редакций газет «Віцебскі рабочы» и «Народнае слова», учреждена «Редакцией областной газеты „Витебские вести“».

*Рубрики в мониторинге:* «Официально», «Бизнес», «Экономика», «ЧП и криминал».

---

**Могилевские ведомости**

[mogilevnews.by](http://mogilevnews.by)

Областная государственная газета. В 2018 году зарегистрировано сетевое издание [mogilevnews.by](http://mogilevnews.by). Учредитель: КИУП «Информационное агентство „Могилевские ведомости“».

*Рубрики в мониторинге:* «Официально», «Общество», «Экономика».

---

**Вечерний Бобруйск**

[bobruisk.ru](http://bobruisk.ru)

Частная городская газета зарегистрирована в 2000 году. Унитарное предприятие «Вечерний Бобруйск» выпускает одноименную газету и сайт. Учредитель и директор: Валентин Сысой. Издатель: УЧПТП «Вечерний Бобруйск».

*Рубрики в мониторинге:* «Новости».

---

## **Инфа-Кур'ер** [kurjer.info](http://kurjer.info)

Частная газета г. Слуцка. Издаётся в виде печатной газеты и онлайн-медиа, в котором размещаются ежедневные новости Слуцка, Солигорска, Минской области и Беларуси. Издатель: ЧУП «Инфо-Курьер».

*Рубрики в мониторинге:* «Новости».

---

## **Рэгіянальная газета** [rh.by](http://rh.by)

Частная газета г. Молодечно, выходит с 1995 года в печатном формате. У газеты есть сайт rh.by. Учредитель: ООО «Редакция газеты „Рэгіянальная газета“».

*Рубрики в мониторинге:* «Грамадства», «Эканоміка», «Здарэнні».

## **Приложение 4.**

# **Медиа в мониторинге блока «Пропаганда, манипуляции, дезинформация в белорусских медиа»**

### **Беларусь 1**

[tvr.by](http://tvr.by)

Основной и старейший белорусский государственный телеканал, основан в 1956 году. Входит в структуру Национальной государственной телерадиокомпании Республики Беларусь.

*Программы/рубрики в мониторинге: «Новости».*

---

### **ОНТ**

[ont.by](http://ont.by)

ЗАО «Второй национальный телеканал» создано в соответствии с Указом Президента Республики Беларусь от 15 февраля 2002 года. Телеканал начал вещание 24 июня 2002 года. 80% акций контролируется государством: 51% принадлежит Министерству информации Беларуси, еще 29% — Беларусбанку (который принадлежит государству на 99,95%).

*Программы/рубрики в мониторинге: «Наши новости», «Субботний выпуск», «Контур».*

---

## **СТВ**

[ctv.by](http://ctv.by)

ЗАО «Столичное телевидение» создано 19 октября 2000 года. 71% акций принадлежало белорусскому государственному предприятию «Агентство печати “Минск-Новости”», вторым учредителем было СП «Космос ТВ» (29% акций). Сегодня акционеры ЗАО «Столичное телевидение» — Министерство информации, Минский горисполком, компания «Космос ТВ» и Минский облисполком.

*Программы/рубрики в мониторинге: «24 часа», «Неделя».*

---

## **Белсат TV**

[belsat.eu](http://belsat.eu)

Позиционируется как «первый независимый телеканал в Беларуси», вещает через спутник на белорусском и русском языке, интернет-страница работает на пяти языках: белорусском, польском, русском, английском и украинском. «Белсат TV» создан в 2007 году как структурная единица Польского телевидения (TVP S.A.) в результате договора, подписанного между МИД Польши и Польским телевидением.

*Программы/рубрики в мониторинге: «Аб’ектыў» .*

---

## **TUT.BY** [news.tut.by](https://news.tut.by)

Самый популярный новостной сайт Беларуси, существует с 2000 года. Помимо новостной редакции, бизнес включает в себя множество других направлений, в том числе почтовый сервис, маркетплейс, хостинг-услуги и администрирование доменной зоны .by. Принадлежит частному ООО «ТУТ БАЙ МЕДИА».

*Программы/рубрики в мониторинге:* «Деньги и власть», «Общество».

---

## **Наша Ніва** [nn.by](https://nn.by)

Газета «Наша Ніва» была основана в 1906 году и возрождена в 1991-м. Её интернет-платформа nn.by существует с 1997 года, а с 2018-го является единственной версией газеты. Издаёт газету частное унитарное предприятие «Суродзічы».

*Программы/рубрики в мониторинге:* «Навіны — Улада», «Навіны — Эканоміка», «Навіны — Грамадства».

---

## **Euroradio** [euroradio.fm](http://euroradio.fm)

Негосударственное медиа «Европейское радио для Беларуси» существует с 2005 года. Зарегистрировано в Польше как нон-профит ООО EUROPEJSKIE RADIO DLA BIAŁORUSI SP Z O O. Редакция в Минске зарегистрирована в качестве представительства и действует как корреспондентский пункт.

*Программы/рубрики в мониторинге: «Соцыум», «Палітыка», «Эканоміка».*

---

## **СБ. Беларусь сегодня** [sb.by](http://sb.by)

Газета «Советская Белоруссия» выходит с 1927 года. Учреждена Администрацией Президента Беларуси. Издательский дом «Беларусь сегодня» объединяет также «Альфа Радио», газету «Знамя юности», «Народную газету», «Сельскую газету» («Белорусская нива») и газету «Рэспубліка». В мониторинг попадает сайт холдинга.

*Программы/рубрики в мониторинге: «Политика», «Общество», «Экономика».*

---

## **Спутник Беларусь** [sputnik.by](http://sputnik.by)

Агентство «Спутник Беларусь» (бренд МИА «Россия сегодня») начало работу в Беларуси в декабре 2014 года. Редакция «Спутник Беларусь» является частью мультимедийной группы Sputnik, созданной в 2014 году российским федеральным государственным унитарным предприятием «Международное информационное агентство «Россия сегодня» (ранее — РИА Новости). Активы агентства «Спутник Беларусь» включают информационное онлайн-медиа на белорусском и русском языках, радио и пресс-центр.

*Программы/рубрики в мониторинге: «Политика», «Экономика».*

---

## **Naviny.by** [naviny.by](http://naviny.by)

Проект информационной компании БелаПАН, позиционирует себя как «первая белорусская интернет-газета». Агентство БелаПАН основано в 1991 году, интернет-газета Naviny.by появилась в 2002 году. БелаПАН является закрытым акционерным обществом, акционеры — частные лица.

*Программы/рубрики в мониторинге: «Новости».*

---

**Радыё Свабода**  
[svaboda.org](http://svaboda.org)

Новостной сайт белорусской службы «Радио Свобода» (входит в структуру Радио Свобода — Свободная Европа). Финансируется как частная организация с гранта Конгресса США через Агентство США для глобальных медиа (USAGM).

*Программы/рубрики в мониторинге: «Навіны».*

# Приложение 5.

## Медиа в мониторинге блока «Прокремлёвская пропаганда в белорусских медиа»

### Беларусь 1

[tvr.by](http://tvr.by)

Основной и старейший белорусский государственный телеканал, основан в 1956 году. Входит в структуру Национальной государственной телерадиокомпании Республики Беларусь.

---

### ОНТ

[ont.by](http://ont.by)

ЗАО «Второй национальный телеканал» создано в соответствии с Указом Президента Республики Беларусь от 15 февраля 2002 года. Телеканал начал вещание 24 июня 2002 года. 80% акций контролируется государством: 51% принадлежит Министерству информации Беларуси, еще 29% — Беларусбанку (который принадлежит государству на 99,95%).

---

## **СТВ**

[ctv.by](http://ctv.by)

ЗАО «Столичное телевидение» создано 19 октября 2000 года. 71% акций принадлежало белорусскому государственному предприятию «Агентство печати “Минск-Новости”», вторым учредителем было СП «Космос ТВ» (29% акций). Сегодня акционеры ЗАО «Столичное телевидение» — Министерство информации, Минский горисполком, компания «Космос ТВ» и Минский облисполком.

---

## **Белсат TV**

[belsat.eu](http://belsat.eu)

Позиционируется как «первый независимый телеканал в Беларуси», вещает через спутник на белорусском и русском языке, интернет-страница работает на пяти языках: белорусском, польском, русском, английском и украинском. «Белсат TV» создан в 2007 году как структурная единица Польского телевидения (TVP S.A.) в результате договора, подписанного между МИД Польши и Польским телевидением.

---

## **БелТА**

[belta.by](http://belta.by)

Государственное информационное агентство, существует с 1918 года (тогда — Белорусское отделение Российского телеграфного агентства — БелОтРОСТА, с 1931 года — БелТА). РУП «БелТА» находится в ведомственной

подчиненности Администрации президента Республики Беларусь. БелТА издает еженедельник «7 дней», ежемесячный общественно-политический и научно-популярный журнал «Беларуская думка» и ежеквартальный журнал «Экономика Беларуси. Economy of Belarus».

---

### **Onliner** [onliner.by](http://onliner.by)

Сетевое издание «Onliner.by» основано в 2001. Принадлежит частному ООО «ОНЛАЙНЕР».

---

### **«КП Беларусь»** [kp.by](http://kp.by)

Советская газета «Комсомольская правда» издается с 1925 года.

Созданное в 1994 году ЗАО «БелКП-ПРЕСС» — издатель газет «Комсомольская правда в Белоруссии» и рекламно-информационной столичной газеты «Ва-банк».

«КП Беларусь» — самая тиражная негосударственная печатная газета. КР.ВУ — один из крупнейших новостных ресурсов белорусского интернета.

---

## **TUT.BY**

[news.tut.by](https://news.tut.by)

Самый популярный новостной портал Беларуси, существует с 2000 года, с 2019 года сетевое издание зарегистрировано в качестве СМИ. Помимо новостной редакции, бизнес включает в себя множество других направлений, в том числе почтовый сервис, маркетплейс, хостинг-услуги и администрирование доменной зоны .by. Принадлежит частному ООО «ТУТ БАЙ МЕДИА».

---

## **Наша Ніва**

[nn.by](https://nn.by)

Газета «Наша Ніва» была основана в 1906 году и возрождена в 1991-м. Её интернет-платформа nn.by существует с 1997 года, а с 2018-го является единственной версией газеты. Издает газету частное унитарное предприятие «Суродзічы».

---

## **Euroradio**

[euroradio.fm](https://euroradio.fm)

Негосударственное медиа «Европейское радио для Беларуси» существует с 2005 года. Зарегистрировано в Польше как нон-профит ООО EUROPEJSKIE RADIO DLA BIAŁORUSI SP Z O O. Редакция в Минске зарегистрирована в качестве представительства и действует как корреспондентский пункт.

---

## **СБ. Беларусь сегодня**

[sb.by](http://sb.by)

Газета «Советская Белоруссия» выходит с 1927 года. Учреждена Администрацией Президента Беларуси. Издательский дом «Беларусь сегодня» объединяет также «Альфа Радио», газету «Знамя юности», «Народную газету», «Сельскую газету» («Белорусская нива») и газету «Рэспубліка». В мониторинг попадает сайт холдинга.

---

## **Спутник Беларусь**

[sputnik.by](http://sputnik.by)

Агентство «Спутник Беларусь» (бренд МИА «Россия сегодня») начало работу в Беларуси в декабре 2014 года. Редакция «Спутник Беларусь» является частью мультимедийной группы Sputnik, созданной в 2014 году российским федеральным государственным унитарным предприятием «Международное информационное агентство «Россия сегодня» (ранее — РИА Новости). Активы агентства «Спутник Беларусь» включают информационное онлайн-медиа на белорусском и русском языках, радио и пресс-центр.

---

## **Naviny.by**

[naviny.by](http://naviny.by)

Проект информационной компании БелаПАН. Агентство БелаПАН основано в 1991 году, интернет-газета Naviny.by появилась в 2002 году. БелаПАН является закрытым акционерным обществом, акционеры — частные лица.