

11. Rinnawi, K. Instant Nationalism; McArabism, Al Jazeera and Transnational Media in the Arab World / K. Rinnawi. – Oxford: University Press of America Inc., 2006. – 216 p.

12. Stepanova, E. The Role of Information Communication Technologies in the «Arab Spring» [Electronic source] / E. Stepanova // Implications Beyond The Region. PONARS Eurasia Policy Memo. – 2011. – № 159. – Mode of access: http://pircenter.org/kosdata/page_doc/p2594_2.pdf. – Date of access: 17.01.2019.

(Дата подачи: 22.02.2019 г.)

К. С. Волнистая

Республиканский институт высшей школы, Минск

K. Volnistaya

National Institute for Higher Education, Minsk

УДК 327.7

ПОРТАЛЫ О СОЮЗНОМ ГОСУДАРСТВЕ В СЕТИ ИНТЕРНЕТ И СОЦИАЛЬНЫХ СЕТЯХ

PORTALS OF THE UNION STATE ON THE INTERNET AND SOCIAL NETWORKS

В статье анализируется деятельность порталов о Союзном государстве Беларуси и России, их представление в социальных сетях и влияние на формирование повестки среди населения.

Ключевые слова: Республика Беларусь; Российская Федерация; Союзное государство; СМИ; социальные сети; Интернет; союзная интеграция.

This article provides an analysis of the activities of the portals of the Union State of Belarus and Russia, their presentation in social networks and the impact on the formation of the agenda among the population.

Keywords: Republic of Belarus; Russian Federation; Union State; mass media; social networks; Internet; union integration.

XXI век с уверенностью можно назвать веком информационных войн. Информация в зависимости от способа ее подачи может стать достаточно опасным инструментом манипуляции. Новость, опубликованная в популярных СМИ, может за считанные минуты разрушить не только жизненный уклад человека, но и отношения между государствами. Использование информации в качестве инструмента влияния на принятие решений, управление общественным поведением, проведение информационно-психологических мероприятий может привести как к внутренним, так и внешним трансформациям. Качество предоставления информации, ракурсы освещения событий и предоставления фактов влияют на восприятие окружающего мира, ориентацию граждан в существующей социально-политической ситуации. В этом направлении В. Плэтт выделил базовые критерии оценки

информации: полезность, назначение информации, привлечение внимания к информации [2, с. 50–52].

Данные критерии в плане информационного воздействия сегодня выступают универсальными и являются маркерами работы с ним. Сегодня информацией пытаются управлять именно исходя из них. В западном мире за управлением информацией традиционно закрепилось название «информационно-психологические операции» [1, с. 512]. В советской науке информационно-психологическое воздействие более известно как идеологическое. Согласно исследованиям В. М. Барынькина, в идеологическом (информационном) воздействии наиболее эффективной и результативной информация является тогда, когда населению сообщаются реальные причины и истинные цели событий. Автор отмечает, что это сильно воздействует даже при вооруженных конфликтах [1, с. 457].

Сегодня в эпоху развития информационных технологий и всеобщего доступа к сети Интернет роль информации в поведении, а также в геополитических процессах возрастает многократно. Несмотря на то, что мир уже не биполярен, однако риторика, да и попытки воздействия в стиле информационно-психологического противостояния общества и власти, не вписывающиеся в глобальный порядок дня, не только не исчезли, но и приобрели новые формы.

На фоне диалектического противоречия стран евроатлантического блока, стремящихся создать собственный однополярный мир и остальных государств сформировать новую многополярную архитектуру международных отношений, многие страны стремятся объединяться в союзы и коалиции для увеличения значимости своих интересов и позиций в мировом пространстве. Одним из таких примеров является Союзное государство, которое уже двадцать лет объединяет граждан Беларуси и России.

Союзное государство (СГ) представляет собой интеграционное объединение, сложившееся на постсоветском пространстве. Важность объединения изначально определялась необходимостью сохранения производственных цепочек и отлаженных связей между государствами, а также реализации суверенитета двух стран в контексте распада биполярной системы сдерживания. На сегодня СГ стало моделью для дальнейшей интеграции на постсоветском пространстве и образования иных объединений на постсоветском пространстве. Однако на текущий момент растет негативный эффект в вопросах реализации совместных проектов по развитию и реализации договора о СГ, что создает не только имиджевые издержки, но и может поставить под сомнение дальнейшее существование союзного объединения.

Немаловажную роль в этом играет различие в социально-экономических моделях двух стран. Различные хозяйственные споры, особенно по вопросам цен на нефть и газ, привели к тому, что постоянные споры

между ОАО «Газпром» и «Газпромтрансгаз Беларусь» стали постоянными темами-трендами в интернет-пространстве, отражающими динамику белорусско-российских отношений [3, с. 42]. Конфликты проявляются и в иных сферах. Одними из самых громких конфликтов стали: неспособность «Беларуськалия» и «Уралкалия» сойтись по вопросам сбыта продукции, как итог – выход второго из состава Белорусской калийной компании; расторгнут контракт на строительство «Минск-сити», заключенный между Мингорисполкомом и компанией «Итера», сумма по которому составила около 5 миллиардов долларов; аналогичная ситуация с расторжением инвестиционного соглашения на 10 миллионов долларов США, которые российская «Балтика» планировали вложить в «Крыницу». Такие случаи не единичны, и с каждым годом их число растёт.

Одна из ключевых проблем интеграции – недостаточное внимание средств массовой информации к новостям российско-белорусского сотрудничества и отсутствие либо недостаточная координация информационной политики Союзного государства. В итоге информация об СГ и ЕАЭС доходит до населения в недостаточных количествах, зачастую фрагментарно, без соответствующего контекста. В результате можно наблюдать низкую информированность населения об интеграционных процессах на постсоветском пространстве.

Итогом этого становится разрушение информационных связей, рост непонимания среди элит, которое имеет риск перерасти в недоверие. Примерами этому могут служить несогласованность решения о возможности пятидневного безвизового пребывания иностранцев на территории Беларуси с российской стороны. Однако стоит отметить, что, несмотря на недостаточное количество рекламной информации, граждане самостоятельно проявляют активность в поиске информации, например, по вопросам аренды жилья, образования, агроэкотуризма и санаторно-курортного лечения в соседней стране, что позволяет формировать позитивный имидж Союзного государства «снизу».

В последнее время имеют место и некоторые информационные провокации для дестабилизации отношений между Беларусью и Россией. Различные скандалы на ток-шоу, статьи, проблемы с санкционными товарами, «страшилки» вокруг учений «Запад-2017» – все эти новости формируют образ состояния отношений у населения. Чаще всего источником дезинформации и нагнетания информационной напряженности становятся ресурсы, связанные с третьими странами, в большинстве со странами Запада. Иногда многочисленные российские или белорусские группы влияния или хозяйствующие субъекты пытаются использовать различные информационные ресурсы Беларуси и России для достижения своих узких эгоистических целей, несмотря на потенциальный вред, наносимый тем самым имиджу СГ, ЕАЭС, а также зачастую дезинформируя граждан двух стран, разжигая недоверие и обиды у населения России и Беларуси.

Мостом между двумя странами являются СМИ Союзного государства, защищающие интересы интеграционного объединения. Однако являются ли они авторитетными для населения? Насколько они популярны и весомы в информационном пространстве?

В данной статье рассматриваются СМИ СГ, а также различные информационные ресурсы, одной из ключевых тематик которых является интеграция России и Беларуси. Конкретно – их представление и активность в наиболее посещаемых социальных сетях ввиду отсутствия открытых данных о посещаемости сайтов у большинства источников.

Сайт	Адрес
Российский совет по международным делам (РСМД)	http://russiancouncil.ru/
Евразийские исследования	http://eurasian-studies.org/
Сонар 2050	https://www.sonar2050.org/
Евразия Поволжья	http://evrazia-povolzhye.ru/
Евразийский мониторинг	http://eurasiamonitor.org/
Евразийский банк развития	https://eabr.org/
Союзное вече	https://www.souzveche.ru/
Союз	http://www.soyuz.by/
БелРос ТВ (бывший телеканал ТРО)	http://belros.tv/
Евразийская экономическая комиссия	http://www.eurasiancommission.org/
Евразия. Эксперт	http://eurasia.expert/

Сайт similarweb.com предоставляет следующую статистику:

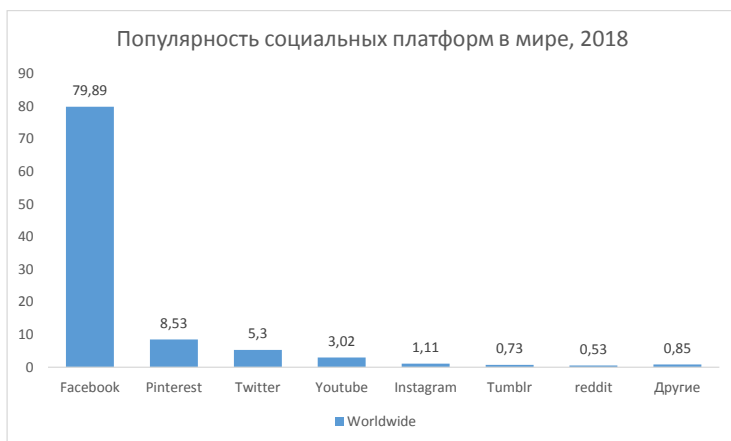
Сайт	Среднее количество просмотров сайта (за месяц)	Среднее количество уникальных посетителей (за месяц)
РСМД	176 209	70 552
Евразийские исследования	10 971	5 198
СОНАР2050	54 577	22 329
Евразия Поволжья	< 5000	< 5000
Евразийский мониторинг	< 5000	< 5000
Евразийский банк развития	12 051	5 730
Союзное вече	51 647	25 016
Союз	20 518	9 443
БелРос ТВ	6 017	< 5000
Евразийская экономическая комиссия	221 646	105 473
Евразия. Эксперт	103 808	47 316

Наиболее посещаемые сайты – Евразийская экономическая комиссия, РСМД и «Евразия. Эксперт». Сайты с наименьшими количествами посе-

щений – Евразийский мониторинг, Евразия Поволжья, а также сайт БелРос ТВ. У большинства сайтов посещаемость находится в промежутке от 10 до 30 тысяч.

Большую часть новостей человек узнает из социальных сетей. Необходимость заходить на каждый сайт отдельно отпадает – различные паблики по интересам предоставят ссылки на интересующие статьи. Именно поэтому так важно иметь качественное представление в популярных социальных сетях, тем самым активно продвигая свою позицию.

Сегодня ситуация в мировом медиа-пространстве складывается следующим образом: беспрекословным лидером является Facebook с почти 80 % от всех посещений. Далее идет Pinterest с 8,53 % и Twitter с 5,3 %. Четвертую строчку занимает видеохостинг YouTube, Instagram и Pinterest.

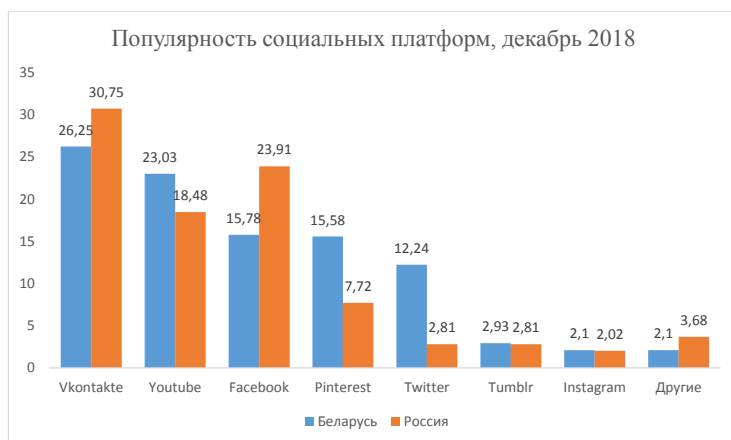
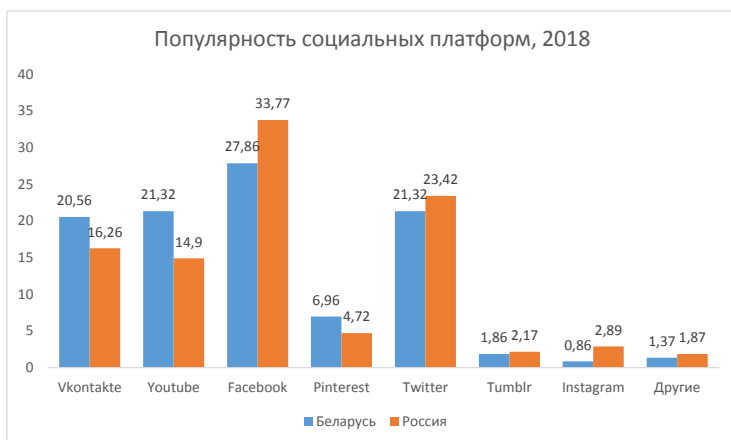


Если взять отдельную выборку по России и Беларуси, можно отметить, что, несмотря на лидирующую позицию все того же Facebook (33,77 % в России и 27,86 % в Беларуси), отрыв от конкурентов значительно меньше, чем на мировой площадке. Второе место за Твиттером, третье место занимает социальная сеть ВКонтакте, которую некоторые называют аналогом Facebook для русскоязычного населения.

Однако если брать во внимание данные за последний месяц, можно отследить динамику падения популярности у жителей стран к Facebook и Twitter и увеличение аудитории ВКонтакте и Youtube.

YouTube является самым крупным в мире видеохостингом, на который можно не только загрузить видео, но и найти материал на интересующую тему, оставить комментарии, пообщаться с другими пользователями сети. Благодаря рекламной политике сети в медиа-сленг активно входит понятие

возросшей активности, видеоблоггинг, а количество видеоблогеров – лидеров мнений, которые получили свою популярность благодаря активным публикациям видео, растет в геометрической прогрессии и для многих становится основным видом деятельности. YouTube является второй по величине рекламной площадкой среди социальных сетей в мире, что делает его прибыльным местом для создателей видео-контента.



На декабрь 2018 г. социальная сеть YouTube занимала второе место в Беларуси и третье место в России по посещаемости. Среди рассматриваемым СМИ большинство имеют свои каналы:

СМИ	Количество подписчиков	Просмотры (ср. посл. 10 видео)	Лайки (ср. посл. 10 видео)	Дизлайки (посл. 10 видео)
РСМД	705	204,4	2,7	0,2
Евр. Исследования	-	-	-	-
СОНАР2050	54748	71000	1621,6	117,3
Евразия Поволжья	-	-	-	-
Евразийский мониторинг	3	17	0	0
Евразийский банк развития	292	24,7	0,9	0
Союзное вече	32	163,25	1	0
Союз	117	11,2	0,1	0
БелРос ТВ	331	5,7	скрыто	скрыто
Евразийская экономическая комиссия	161	68,9	1,3	0,1
Евразия.Эксперт	-	-	-	-

Наиболее посещаемый канал – у «Сонар 2050», статистика просмотров также свидетельствует о популярности канала. Остальные каналы имеют количество подписчиков до 1000.

ВКонтакте (VK, Vkontakte) – это российская социальная сеть, которая является крупнейшей в Европе, особенно популярна среди русскоязычного населения. Изначально ВКонтакте создавалась в качестве социальной сети студентов и выпускников российских вузов, однако быстро завоевала популярность и у других социальных групп. По данным на декабрь 2018 г., среднесуточная аудитория сети составляет более 90 миллионов посетителей, всего в VK зарегистрировано более 465 миллионов пользователей. По данным на начало 2019 г. сеть занимает седьмое место по популярности в мире и первое в России и Беларуси.

Сеть удобна тем, что позволяет донести любую информацию до огромного количества пользователей очень быстро. Именно быстрота обмена информацией – одна из основных причин, по которым свои профили и группы ВКонтакте создают даже крупные компании. Но созданием платформы для общения с пользователями и повышения их лояльности, коммерческая деятельность не ограничивается. Необходимо обращать внимание и на социальную сеть как инструмент коммерческого продвижения. ВКонтакте имеется достаточно удобный сервис демонстрации рекламы, который основан на принципах контекстной рекламы. Благодаря информации в профилях таргетинг очень точен, поскольку он основывается не только на географическом положении целевой аудитории, но и на более точных параметрах, таких как интересы, семейное положение и т. д.

Следует отметить, что несмотря на русскоязычность граждан Союзного государства, не все порталы имеют свои паблики в данной социальной сети:

СМИ	Кол-во подписчиков	Ср. кол-во лайков (посл. 10 постов)	Ср. кол-во просмотров (посл. 10 постов)	Ср. кол-во комментариев (посл. 10 постов)	Ср. кол-во репостов (посл. 10 постов)
РСМД	7994	16,00	1240	0,1	3,4
Евр. Исследования	928	4,2	187	0	0,5
СОНАР2050	1021	2,00	138,1	0,2	0,3
Евразия Поволжья	-	-	-	-	-
Евразийский мониторинг	-	-	-	-	-
Евразийский банк развития	-	-	-	-	-
Союзное вече	204	0,7	28,8	0	0,1
Союз	239	0,9	12,5	0,3	0,4
БелРос ТВ	61	0,4	14,1	0	0
Евразийская экономическая комиссия	1919	11,7	311,7	0	2,5
Евразия.Эксперт	928	0,6	90,5	0	0,2

Самой активной группой является паблик Российского совета по международным делам.

Социальная сеть *Facebook*, основанная молодым бизнесменом Марком Цукербергом, уверенно лидирует среди аналогов, что доказывают цифры – почти 2 миллиарда посетителей в месяц. Такая востребованность у населения планеты обязывает Фейсбук подстраиваться под каждого пользователя. Поэтому на сегодняшний день существует более 60 языковых версий этого веб-ресурса. Сегодня Facebook успешно развивается, привлекая к себе все большее количество подписчиков и рекламодателей.

На декабрь 2018 г. социальная сеть Фейсбук занимала второе место в России и третье место в Беларуси по количеству активных пользователей.

СМИ	«Мне нравится»	Поделились страницей
РСМД	12508	13108
Евр. Исследования	113	124
СОНАР2050	965	1140
Евразия Поволжья	-	-
Евразийский мониторинг	539	558
Евразийский банк развития	950	966
Союзное вече	816	809
Союз	621	624
БелРос ТВ (ТРО)	783	794
Евразийская экономическая комиссия	7942	8678
Евразия эксперт	11290	12079

Уникальность сети *Twitter* – ограничение в количестве символов – сообщение (твит) не может превышать 140 знаков. Изначально интерес к Твиттеру объяснялся простотой использования данного сервиса, а также быстротой отображения сообщений. Твиттер был основан на два года позже, чем Фейсбук, но уже уверенно дышит в спину признанному лидеру. Эта социальная сеть популярна во многих странах мира, не только на просторах постсоветских государств, но и далеко за их пределами. Однако в последние годы наблюдается уменьшение популярности сервиса в Беларуси и России. Среди рассматриваемых СМИ лишь некоторые имеют аккаунты в социальной сети.

СМИ	Подписчики	Количество твитов
РСМД	6782	11600
Евр. Исследования	-	-
СОНАР2050	-	-
Евразия Поволжья	-	-
Евразийский мониторинг	-	-
Евразийский банк развития	168	222
Союзное вече	-	-
Союз	1687	21600
БелРос ТВ (ТРО)	-	-
Евразийская экономическая комиссия	6347	1922
Евразия. Эксперт	-	-

Активными пользователями Твиттера среди представленных порталов можно назвать РСМД и Евразийскую экономическую комиссию, которые имеют более шести тысяч «фолловеров» в данной сети.

Социальная сеть *Instagram*, специализирующаяся на фото и видеоматериалах. Популярность ресурс получил благодаря продуманному менеджменту владельцев Фейсбук, которые выкупили права и вывели его в фавориты. Как итог – более 700 миллионов посетителей ежемесячно. Несмотря на относительно небольшие доли (2,1 и 2,02 для Беларуси и России соответственно), активность данной сети на территории стран растет. Одно из главных преимуществ Инстаграма – в его популярности среди молодежи, что позволяет транслировать им различную информацию.

СМИ	Количество подписчиков
РСМД	833
Евр. Исследования	-
СОНАР2050	75
Евр. Поволжья	-
Евр. мониторинг	-
ЕАБР	-
Союзное вече	94

Союз	-
БелРос ТВ (ТРО)	127
Евразийская экономическая комиссия	-
Российско-белорусский экспертный клуб	-
Евразия. Эксперт	-

Как можно заметить, порталы практически не представлены в данной социальной сети.

Несмотря на определенные успехи некоторых порталов в продвижении через социальные сети, итог не является достаточным для успешного распространения идей интеграции и информации о деятельности Союзного государства. Сейчас порталы в большинстве своем представляют площадки для аналитиков и ученых, а среди населения широкой известности они не имеют.

Тема Союзного государства должна быть интересна жителям двух стран, общая численность которых составляет в сумме более 150 миллионов человек. А для грамотного продвижения и развития сайтов и аккаунтов в социальных сетях необходимо продуманное администрирование, разработка интересного контента для широких масс, а также планомерные пиар и реклама.

Исходя из анализа можно сделать следующие предложения:

1. Информационным ресурсам сделать большую ставку на работу в социальных сетях.

2. Наряду с простыми перепостами ссылок на собственный ресурс проводить более качественную работу в самих сообществах социальных сетей, сделать их более интерактивными.

3. Использовать больше аудиовизуального контента, который бы доходчиво доводил идеи интеграции, информировал граждан двух стран о процессах в СГ.

4. Увеличить солидарность между редакциями и сообществами ресурсов союзной направленности. Кооперироваться в вопросах продвижения союзного контента.

Список использованных источников

1. Волковский, Н. История информационных войн: в 2 ч. / Н. Волковский. – СПб.: ПОЛИГОН, 2003. – Ч. 2.
2. Плэтт, В. Информационная работа стратегической разведки / В. Плэтт; пер. с англ. Е. Б. Пескова – М.: Изд-во иностр. лит-ры, 1958.
3. Российско-белорусские отношения в горизонте до 2020 года: итоги форсайт-сессии / под ред. А. Д. Саулина – М.: ООО «Интеграция: Образование и Наука», 2017.
4. Медиалогия. Соцмедиа и СМИ: мониторинг [Электронный ресурс]. – Режим доступа: – <http://www.mlg.ru/>. – Дата доступа: 02.02.2019.
5. Market Intelligence Solutions [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.similarweb.com/>. – Дата доступа: 02.02.2019.

(Дата подачи: 28.02.2019 г.)