

# ПЕРСПЕКТИВЫ СОЗДАНИЯ МЕДИАХОЛДИНГА СОЮЗНОГО ГОСУДАРСТВА РОССИИ И БЕЛАРУСИ

**А. Ю. Тома**

*магистр политических наук, Белорусский государственный университет, ул. Ленинградская, 20, 220030, г. Минск, Беларусь, toma.alexey@gmail.com*

В настоящее время Союзное государство России и Беларуси, оформляющееся как самостоятельный центр силы, сталкивается с новыми вызовами в информационной сфере. Целью статьи является анализ перспектив создания медиахолдинга Союзного государства. Автором рассмотрены преимущества запуска союзного медиахолдинга в условиях информационного противостояния с недружественными странами. В статье выявлены и проанализированы методы, используемые западными медиа, а также возможные способы нейтрализации деструктивного влияния на информационное пространство Союзного государства. В результате исследования предложены авторские проекты для повышения эффективности медиахолдинга Союзного государства: запуск авторской передачи «Союзный ответ», молодёжного конкурса «Лидеры новых медиа» и создание экспертного совета при союзном медиахолдинге.

**Ключевые слова:** Союзное государство; белорусско-российские отношения; информационная политика; мягкая сила.

29 января 2024 года в Санкт-Петербурге состоялось заседание Высшего государственного совета Союзного государства. По результатам заседания президентами России и Беларуси было принято постановление о создании союзного медиахолдинга, который начнёт функционировать с 1 января 2025 года. Согласно проекту, медиахолдинг должен объединить четыре СМИ: две газеты — «Союз. Беларусь – Россия» и «Союзное вече», журнал «Союзное государство» и телерадиовещательную организацию Союзного государства.

Медиахолдинг призван стать важнейшим элементом общей системы общественно-политической и информационной поддержки союзных интеграционных процессов. По заявлению госсекретаря Союзного государства Дмитрия Мезенцева: «Предполагается создание единой медиакомпании Союзного государства, которая возьмет на себя координацию и обеспечит выпуск на страницах печатных изданий, телеканала и интернет-ресурсного направления того контента, информации, которая будет связана не только с взаимодействием в форматах Союзного государства. О нашей истории, о наших планах, о том, как мы реагируем на то давление, в том числе ментальное. Мы хотим, чтобы это был очень интересный, мощный набор задач, который будет под силу обновлённому коллективу» [1].

В условиях беспрецедентного внешнеполитического давления со стороны стран Запада медиахолдинг сможет решать ряд важнейших задач для укрепления информационной безопасности России и Беларуси.

Во-первых, в организационно-технологическом плане – сформировать современную систему информационной поддержки процессов интеграции России и Беларуси, а также обеспечить информационное влияние на регионы, которые входят в сферу внешнеполитических интересов Союзного государства, в том числе и на постсоветское пространство. Во-вторых, в идеологическом плане – информировать население о позитивных сторонах интеграционных процессов и деятельности наднациональных органов, формировать у различных социальных групп позитивное отношение к Союзному государству, а также инициировать общественно-политическую поддержку процессу единения России и Беларуси. В-третьих, в информационно-политическом плане – перехватить стратегическую инициативу в информационном противостоянии с недружественными странами, противодействовать антиинтеграционной деятельности, содействовать созданию благоприятной политической обстановки для деятельности органов Союзного государства и реализации союзных программ.

Создание медиахолдинга Союзного государства России и Беларуси также имеет значительный потенциал в сфере мягкой силы и публичной дипломатии. Данное направление становится всё более актуальным в условиях усиливающегося влияния стран ЕС и НАТО на постсоветское пространство. Социально-политические процессы, происходящие в настоящее время в Молдове и Армении, наглядно показывают необходимость задействования союзных медиа-структур в сохранении и поддержании внешнеполитических связей между странами ЕАЭС, СНГ и ОДКБ. В ином случае медиа-структуры и институты мягкой силы стран Запада будут постепенно раскалывать постсоветское пространство в своих интересах.

В научных работах Антонио Грамши, Владимира Лефевра и Сергея Кара-Мурзы показано, к каким результатам приводят долгие годы влияния на общество со стороны медиа-структур. На основе их исследований можно сделать следующие выводы.

Во-первых, политическая власть для сохранения стабильности в государстве опирается на культурное ядро общества, которое включает в себя «совокупность представлений о мире и человеке, о добре и зле, прекрасном и отвратительном, множество символов и образов, традиций и предрассудков, знаний и опыта многих веков» [2, с. 34].

Во-вторых, до тех пор, пока данное ядро стабильно, в обществе имеется «устойчивая коллективная воля», направленная на сохранение существующего политического устройства. Подрыв культурного ядра и

разрушение коллективной воли ведёт к возможной дестабилизации социально-политической ситуации и смене политической элиты.

В-третьих, установление и подрыв власти – это «молекулярный» процесс, который происходит в форме невидимых изменений мнений и настроений в сознании каждого отдельно взятого человека (малыми порциями). В-четвёртых, информационно-идеологическое управление обществом осуществляется с помощью СМИ в форме идей, образов и символов, охватывающих интеллектуальную и чувственно-эмоциональную сферы.

Человеку, на которого оказывается информационно-идеологическое воздействие трудно разобраться в сложных механизмах формирования образов и используемых технологиях. Он воспринимает образ, идею и символ как нечто целое, обладающее силой социального действия, и это целое отождествляется человеком со СМИ. В связи с этим СМИ стали называть «четвёртой властью».

В работе Сергея Кара-Мурзы «Манипуляция сознанием» показывается, что в западных странах функции четвёртой власти реализуются с помощью методов манипуляции сознанием масс, построенном на скрытом воздействии, факт которого не должен быть замечен объектом манипуляции.

Современные авторы выделяют следующие методы манипуляции сознанием, используемые западными медиа-структурами:

1. «Информационной перегрузки, или фрагментации, суть которого заключается в том, что посредством СМИ создается такой мощный информационный поток, в котором масса малозначительных, второстепенных фактов, информационных сообщений растворяет действительно значимую и важную информацию, уводя массового потребителя в сторону от нее. Человек не в состоянии усвоить большой объем информации, и многочисленные малозначительные сообщения снижают уровень восприятия реципиента в целом, не позволяя ему сосредоточиться на действительно значимых фактах и событиях;

2. Приём «белого шума» (одна из разновидностей метода информационной перегрузки), посредством которого снижается восприятие значимых фактов через подачу такого объема новостной информации, при котором невозможно осуществить сортировку и разграничение информационных сообщений;

3. «Ограниченного совпадения точек зрения», который заключается в том, что точка зрения, которой придерживается общество, не опровергается сразу, а изменяется до необходимого манипулятору путем постепенной ее корректировки;

4. Объективного подхода – составление фактологического ряда, использование которого позволит как «выявить» несуществующую на самом деле тенденцию, так и «запустить» ее в реальности через формирование общественного мнения о существовании этой тенденции;

5. Семантического манипулирования, суть которого заключается в освещении того или иного события, процесса, ситуации, субъекта политической кампании с помощью набора слов, с которыми у массовой аудитории связаны позитивные и негативные ассоциации, которые непосредственным образом влияют на восприятие информации, транслируемой СМИ. Так, человек может быть разведчиком, а может – шпионом» [3, с. 99-100].

Данные методы в современном мире используют не только классические СМИ, но и аналитические центры (think tanks), некоммерческие организации (НКО), лидеры общественного мнения (авторы telegram каналов), блогеры и различные новые медиа.

С помощью информации, получаемой из данных источников, можно быстро добиться краткосрочного политического эффекта при решении частных задач: обеспечить легитимность принимаемого политического решения, создать положительный имидж политическому лидеру, сформировать нужные электоральные предпочтения, сфокусировать внимание общественности на нужную тему и т.д.

Однако, если деятельность медиа-структур не скоординирована с целями, средствами и методами развития общественно-государственной системы, то это может привести к дестабилизации социально-политической ситуации. События периода цветных революций на постсоветском пространстве и «арабской весны» наглядно показали роль медиа-структур в смене политической власти в интересах внешних субъектов. Такие медиа-структуры, как радио «Свобода» и «Голос Америки» стали синонимами информационно-идеологического влияния Запада на постсоветское пространство.

Время показало, что бороться административными методами с данным влиянием недостаточно эффективно. Во многом это связано с техническими возможностями пользователей обходить блокировку и использовать VPN для доступа к любым медиа ресурсам. Также западные медиа-структуры начали активно продвигать свои каналы в YouTube и Telegram, блокировка которых не возможна без блокировки самой социальной сети или мессенджера.

В связи с этим наиболее эффективным средством информационного противодействия являются собственные медиа-структуры. В долгосрочной перспективе они выигрывают у западных конкурентов, т.к. их методы информационного влияния (управления) основываются на более

объективной информации, являются нравственными и предлагают «созидание, а не разрушение». Однако данные методы способны показать свою эффективность только при высоком качестве итогового информационного продукта.

На основании всего вышесказанного можно сделать вывод, что решение президентов России и Беларуси о создании медиахолдинга Союзного государства является своевременным и необходимым. Данная организация будет способствовать не только гармонизации информационного пространства, но и предоставит общую союзную платформу для противодействия деструктивному информационному влиянию со стороны недружественных стран. Также союзный медиахолдинг имеет значительные перспективы для развития белорусско-российских отношений в информационной сфере. Среди главных из них можно выделить следующие.

Во-первых, медиахолдинг Союзного государства сможет предоставить возможность для совместного создания медиапроектов, которые бы учитывали интересы обеих стран. Это может включать в себя создание совместных передач, сериалов, документальных фильмов, ток-шоу, авторских программ и т.д.

Во-вторых, в рамках союзного медиахолдинга будет происходить обмен опытом и ресурсами. На данной платформе возможно обучение и совершенствование способностей перспективных журналистов, блогеров и ведущих, которые в будущем смогли бы запускать собственные проекты в национальных СМИ.

В-третьих, создание союзного медиахолдинга может способствовать усилению информационного влияния Союзного государства на международной арене через распространение общих ценностей, идеалов и политических позиций. В настоящее время данная задача является наиболее актуальной для сохранения и развития таких интеграционных объединений, как ЕАЭС, СНГ и ОДКБ. В связи с этим автор предлагает ряд новых проектов для повышения эффективности союзного медиахолдинга.

Первое. В информационном пространстве постсоветских стран существует проблема недостаточного освещения интеграционных процессов. В связи с этим у части населения постсоветских стран существуют определённые стереотипы и скептическое отношение к таким интеграционным объединениям, как ЕАЭС, СНГ и ОДКБ.

Для решения данной проблемы актуально запустить авторскую передачу «Союзный ответ». В рамках передачи будут создаваться аналитические видео по союзной тематике, при этом формат передачи будет периодически меняться и включать в себя следующие направления:

1. Авторская аналитика по темам союзной интеграции, взаимодействия Беларуси и России с третьими странами и интеграционными

объединениями, а также авторские прогнозы по перспективам развития Союзного государства и стран-участниц ЕАЭС, СНГ, ОДКБ, ШОС и БРИКС.

2. Рубрика вопрос-ответ. В рамках данного формата автор будет отвечать на вопросы зрителей и представлять свой экспертный взгляд на интересующую тему. Например, «нужна ли Союзному государству собственная символика?», «Какой у Союзного государства образ будущего?», «Нужно ли координировать действия наднациональных органов и союзных НКО?».

3. Освещение основных событий в сфере союзной интеграции: результаты работы Постоянного комитета Союзного Государства, Парламентского собрания союза России и Беларуси; проекты гражданского общества, направленные на поддержку интеграционных процессов; реализация совместных проектов в сфере науки и образования и т.д.

Запуск авторской передачи «Союзный ответ» сможет повысить уровень общественной поддержки союзной интеграции и популяризировать Союзное государство, ЕАЭС, СНГ и ОДКБ среди населения постсоветских стран.

Второе. В рамках союзного медиахолдинга актуально запустить молодёжный конкурс «Лидеры новых медиа». Основная задача конкурса – выявление талантливых блогеров и встраивание их в решение информационных задач в интересах Союзного государства. Талантливые кадры – будущее журналистики, однако в настоящее время у союзных органов нет эффективного механизма их выявления и финансовой поддержки. В связи с этим актуально рассмотреть вопрос о возможности внештатной работы молодых блогеров на союзный медиахолдинг по договорам подряда или через выделение грантов.

Третье. В рамках союзного медиахолдинга актуально создать постоянно действующий экспертный совет, основной задачей которого будет продвижение союзных экспертов и лидеров общественного мнения. Подобный формат взаимодействия будет способствовать генерированию новых идей, запуску совместных проектов и повышению уровня общественной поддержки интеграции России и Беларуси.

Объединение экспертов и лидеров общественного мнения на общей платформе также необходимо для разработки образа будущего Союзного государства, без которого невозможно скрепить народы России и Беларуси на долгосрочной основе. В связи с этим создание экспертного совета при союзном медиахолдинге является необходимым шагом для продвижения интеграции «снизу». Только с общественной поддержкой возможно получить синергетический эффект от интеграции, т.к. экономические успехи должны подкрепляться идеологической составляющей, иначе интеграция превратится в «прагматический союз чиновников».

Единство любой системы должно основываться на общей идеологии. Без идеологического наполнения другие геополитические центры силы будут постепенно откалывать части от нашего общего цивилизационного пространства. Идеология Союзного государства должна выражать главную ценность наших народов – стремление быть хозяином своей земли. Однако разработка союзной идеологии является комплексной задачей для лидеров России и Беларуси, решить которую актуально при совместном взаимодействии с экспертным сообществом Союзного государства.

Создание медиахолдинга Союзного государства представляет собой важный этап интеграции России и Беларуси в информационной сфере. Потенциальные преимущества создания союзного медиахолдинга включают в себя укрепление информационной координации России и Беларуси, распространение общих ценностей, идеалов и политических позиций, а также увеличение информационного влияния Союзного государства на постсоветском пространстве.

В условиях беспрецедентного внешнеполитического давления Союзное государство вынуждено реагировать на целый спектр новых вызовов, в том числе и на информационно-идеологическом уровне. В связи с этим перед будущим медиахолдингом будет поставлен целый ряд информационных задач, призванных повысить общественный интерес к интеграционным процессам и эффективно противодействовать деструктивному влиянию из-за рубежа.

В перспективе союзный медиахолдинг может иметь серьёзный потенциал для развития. Однако эффективность данной медиа-структуры будет во многом зависеть от кадровой политики и качества информационного контента. Для повышения эффективности союзного медиахолдинга автором в рамках исследования были предложены новые проекты: авторская передача «Союзный ответ», молодёжный конкурс «Лидеры новых медиа» и создание экспертного совета при союзном медиахолдинге. Запуск вышеперечисленных проектов будет способствовать «победе в битве за умы и сердца граждан России и Беларуси» на печатных, теле-, радио- и цифровых полях сражения.

### **Библиографические ссылки**

1. *Мезенцев Д. Ф.* Подготовлен проект постановления о создании единой медиакомпании Союзного государства, 2024 [Электронный ресурс] // БелТА: сайт. URL: <https://www.belta.by/society/view/podgotovlen-proekt-postanovlenija-o-sozdanii-edinoj-mediakompanii-sojuznogo-gosudarstva-610962-2024/> (дата обращения: 09.04.2024).

2. *Лефевр В. А.* Рефлексия. Москва: «Когито-Центр», 2003. 496 с.

3. *Володенков С. В.* Современная политическая коммуникация как инструмент манипулирования общественным сознанием // Вестник Московского университета. Серия 12: Политические науки. 2012. № 5. С. 89–103.