

Анализ масс-медиа стран БРИКС в контексте поиска общих социально-экономических знаменателей

Сулейманов А.Р., Ильтубаева А.А.

Значимость БРИКС в международных делах в последние годы значительно выросла. Причины экстенционального роста конфигурации объясняется объективными факторами, сдвигом в сторону многополярности и экономическими успехами государств т.н. Глобального юга. К 2028 году на долю стран БРИКС будет приходиться около 38 % глобального ВВП. При этом БРИКС стала не только экономической конфигурацией, но и накопила определённый информационно-коммуникационный капитал, который может перерасти в общую медиа-индустрию.

Объект исследования – объединение БРИКС. Предмет исследования – общие социально-экономические знаменатели стран БРИКС, имеющие накопительное значение на информационную интеграцию государств-участников объединения.

В статье проводится поиск и анализ социально-экономических знаменателей стран БРИКС, влияющих на формирование общего информационно-коммуникационного пространства. Сделан вывод, что создание общего масс-медиа на пространстве БРИКС позволит стать более эффективной конфигурацией в решении глобальных и региональных вопросов, а также снизить информационное влияние со стороны Запада.

ДЛЯ ЦИТИРОВАНИЯ

Сулейманов А.Р., Ильтубаева А.А. Анализ масс-медиа стран БРИКС в контексте поиска общих социально-экономических знаменателей // Дискуссия. — 2025. — Вып. 135. — С. 196–200.

ГОСТ 7.1–2003

КЛЮЧЕВЫЕ СЛОВА

БРИКС, масс-медиа, общие социально-экономические знаменатели, информационно-коммуникационное пространство, Глобальный юг.

DOI 10.46320/2077-7639-2025-2-135-196-200

Analysis of the mass media of the BRICS countries in the context of the search for common socio-economic denominators

Suleymanov A.R., Iltubayeva A.A.

The importance of BRICS in international affairs has grown significantly in recent years. The reasons for the extensional growth of the configuration are explained by objective factors. The shift towards multipolarity and the economic success of the states of the so-called Global South. By 2028, the BRICS countries will account for about 38% of global GDP. At the same time, BRICS has become not only an economic configuration, but has also accumulated a certain information and communication capital, which can grow into a common media industry.

The object of the study is the BRICS association. The subject of the study is the common socio-economic denominators of the BRICS countries, which are of cumulative importance for the information integration of the member states of the association.

The article searches for and analyzes the socio-economic denominators of the BRICS countries that influence the formation of a common information and communication space. It is concluded that the creation of a common mass media in the BRICS space will make it possible to become a more effective configuration in solving global and regional issues, as well as reduce the information influence from the West.

FOR CITATION

Suleymanov A.R., Iltubayeva A.A. Analysis of the mass media of the BRICS countries in the context of the search for common socio-economic denominators. *Diskussiya [Discussion]*, 135, 196–200.

APA

KEYWORDS

BRICS, mass media, common socio-economic denominators, information and communication space, Global South.

ВВЕДЕНИЕ

За последние годы БРИКС стала не только экономической, но и информационной платформой. Об этом свидетельствуют информационные повестки стран-участниц объединения, которые насыщены глобальными и региональными вопросами.

Это объясняется, в том числе, уверенным ростом экономик стран БРИКС, который культивируется в новые информационно-коммуникационные возможности. И наоборот, наращивание

информационного взаимодействия способствует интенсификации торгово-экономических контактов и культурному сближению государств «не-Запада».

В таких условиях экономические успехи становятся триггером в наращивании информационного капитала, а БРИКС трансформируется в информационно-коммуникационную площадку глобального значения.

Если сравнивать доли стран «Большой семёрки» и БРИКС в мировой экономике, то её

структура за последние пять лет претерпела кардинальные изменения. К примеру, в 2024 году китайская экономика составила 19% мирового ВВП по ППС, индийская – 8%, американская – 15,5%, британская – 2%.

По некоторым экспертным оценкам к 2028 году на долю стран БРИКС будет приходиться около 38% глобального ВВП. В то время как на государства «Большой семёрки» останется меньше 30% [1, с. 1514].

Нельзя не упомянуть, что позиции стран БРИКС не по всем вопросам совпадают, но в основном, а именно в обеспечении безопасности и стабильности, они гармонично дополняют друг друга [2, с. 23].

В условиях агрессивной информационной политики Запада вопросы развития общего медийного пространства стран т.н. Глобального юга («Мирового большинства») приобрели стратегическое значение. По итогам X Парламентского форума БРИКС, который проходил летом 2024 года в Санкт-Петербурге, актуализировалась общая повестка о важности реального взаимодействия между средствами массовой информации государств объединения.

ОСНОВНАЯ ЧАСТЬ

В последнее десятилетие страны Глобального юга («Мирового большинства») стали активнее развивать масс-медиа. Такой подход символизирует формирование новой медийной реальности, где Запад уже не рассматривается как единственно-доминирующий информационно-коммуникационный актор в мире.

Как пишут некоторые исследователи, эра идеализация западного информационного пространства, начавшаяся с подписания Окинавской хартии глобального информационного общества в 2000 году, завершилась разочарованием. Информационная глобализация и цифровая трансформация не сократили экономический, технологический и культурный разрыв между странами, а, наоборот, усугубили его [3, с. 65].

Вместе с тем средства массовой информации в эпоху т.н. постправды стали мощными инструментами дезинформации и поляризации общественных настроений.

Наконец, западные информационные корпорации на фоне своего медийного доминирования поставили под угрозу существование культурных ценностей других государств.

Развитие собственных масс-медиа для стран Глобального юга стало ответом, по меньшей мере, на три вызова со стороны Запада: информацион-

но-коммуникационный колониализм, распространение фейков и дезинформации, стирание культурных ценностей и подмена их западно-либеральными нарративами.

Объединение БРИКС символизирует эпоху перемен и пересмотр устоявшихся парадигм.

Во-первых, в него включились государства с разными национальными интересами и внешнеполитическими курсами. Соответственно, сотрудничество между ними построено на объективных факторах.

Во-вторых, БРИКС стал площадкой, находящейся за пределами влияния Запада. Даже во времена существования СССР странам Запада (преимущественно США) удавалось контролировать подобные интеграционные процессы.

В-третьих, кризис западнцентричного миропорядка и значительный подъём (экономический, демографический) государств БРИКС стимулировали переход к многополярности, образованию новых центров притяжения мировой экономики и политики.

Показательным и символичным является тот факт, что ещё в 2022 году Индия обогнала Великобританию по объёму ВВП в мире, сместив её с пятой строчки рейтинга Международного валютного фонда.

В-четвёртых, продолжается расширение БРИКС и активно продвигается формат «БРИКС плюс». В мировой повестке, действительно, наблюдается повышенный интерес к объединению.

С 1 января 2025 года к БРИКС присоединились в качестве государств-партнёров Белоруссия, Казахстан, Узбекистан, Куба, Индонезия, Боливия, Таиланд, Малайзия, Уганда.

БРИКС является примером синергии различных цивилизационных систем и экономических моделей, а сама концепция объединения строится на открытости и консенсусе.

Научный интерес к исследованию общего медийного пространства БРИКС подкрепляется ростом значимости информационных коммуникаций в международных отношениях, которые протекают в условиях постиндустриальной (платформенной) экономики и формирующегося многополярного мира.

Далее в статье рассмотрим сотрудничество масс-медиа стран БРИКС (на примере крупнейших медиакорпораций).

«Газпром-Медиа Холдинг» является крупнейшей российской медиакорпорацией, обладающей активами в телевидении, радиовещании, прессе, цифровых сервисах, а также производстве и про-

движении контента. К примеру, компании принадлежат видеохостинг (RUTUBE), телеканалы (ТНТ, ТВ-3, НТВ), радиостанция («Авторadio»).

Медиакорпорации Китая (CMG) – крупнейшая китайская медиакомпания, основанная в 2018 году, состоящая из Центрального телевиденья (CCTV), Международного (CRI) и Народного радио КНР (CNR).

В октябре 2023 года Президент России В. В. Путин дал интервью Медиакорпорации Китая. В мае 2024 года Медиакорпорация КНР и «Газпром-Медиа Холдинг» подписали соглашение о сотрудничестве в области медиасферы. На мероприятии присутствовали Президент России В. В. Путин и Председатель КНР Си Цзиньпин.

Сферы сотрудничества: взаимодействие на рынке кинопроката; информационное вещание; обмен технологическими разработками и экспертиза в области СМИ.

Медиаконгломерат Бразилии «Бандейрантес» – существует с 1937 года. В него входят информационные агентства (Band.com.br), телеканалы (TV BAND, Rede 21, TV Terra Viva), радиостанции (Band FM, BandNewsFM, Educadora FM), пресса. В октябре 2020 года Международная сеть TV BRICS заключала соглашение с бразильской медиакорпорацией в области производства, обмена и популяризации телевизионного контента.

Индийская телекоммуникационная компания «Прасар Бхарати» – телерадиовещательная компания, имеющая телевизионную (Doordarshan) и радио сеть (All India Radio). Эта компания ещё с 2015 года с российскими СМИ в сфере культуры, науки, бизнеса и высоких технологий. Как пишут Е. В. Мартыненко, Е. О. Попова, Н. Е. Расторгуева, в медиаиндустрии Индия в будущем обгонит Соединённые Штаты и Японию [4, с. 597].

Принимая во внимание тот аспект, что в основе формирования общего медийного пространства БРИКС лежат процессы информационно-коммуникационного взаимодействия государств, необходимо перечислить его основные компоненты: информационно-техническое пространство; коммуникационное пространство; взаимодействия между агентами масс-медиа и обществами; информационно-коммуникационный продукт; целевые аудитории. Куштанова Л. Г. выделяет три элемента медиапространства: масс-медиа, агенты влияния и информационный продукт [5, с. 137].

Отметим, что в основе формирования общего медийного пространства БРИКС, на наш взгляд, лежат социально-экономические знаменатели. Их смысл сводится к синергетическому эффекту, который могут получить государства БРИКС от создания общего масс-медиа – таблица 1.

1. Глобальный уровень. По данным портала STATISTA.COM, в 2025 году масс-медиа стран БРИКС суммарно заработают 94,1 млн долларов США. При этом среднегодовой темп роста на период 2025–2029 гг. составит 5,42%. По прогнозным данным на Соединённые Штаты придётся 81,2 млн долларов [6]. Объединение усилий позволит сформировать на рынке медиаиндустрии новую медиакорпорацию, сопоставимую с информационными возможностями США.

2. Общий рынок потребителей контента. Уже сейчас на БРИКС приходится более 45% населения земли. В будущем целевой сегмент будет только расширяться вместе с развитием объединения.

3. Стимулирование совместных проектов (торгово-экономических, логистических проектов). Формирование общего медийного простран-

Таблица 1

Знаменатели общего медийного пространства БРИКС

Знаменатель	Краткая характеристика
Выход на глобальный уровень	Новый актер в мировой медиаиндустрии, сопоставимый с США
Общий рынок	Целевая аудитория потребителей контента около 4 млрд
Стимулирование совместных проектов	Стимулирование торгово-экономических, логистических проектов через популяризацию масс-медиа
Обмен технологиями (без доминирования Запада)	Укрепление технологического суверенитета государств и минимизация влияний Запада.
Снижение деструктивного влияния Запада	Снижение деструктивного информационного влияния со стороны Запада. Борьба с фейками и дезинформацией

Источник: составлено авторами.

ства будет благоприятно влиять на популяризацию многих экономических инициатив БРИКС в обществах.

4. Обмен информационно-коммуникационными технологиями на более справедливых условиях (без доминирования Запада). Укрепление технологического суверенитета государств и минимизация влияний Запада.

5. Снижение деструктивного информационного влияния со стороны Запада, борьба с фейками и дезинформацией, что благоприятно влияет на политическую стабильность государств.

Идеологическая близость информационных повесток. Уже сейчас мы наблюдаем, что в странах БРИКС формируется общие концепты-принципы в информационном пространстве. К ним в первую очередь отнесём принципы, разделяемые странами «не-Запада» и продвигаемые СМИ. Это «многополярность», «справедливый мир», «Мировое большинство», «деколонизация», «деструктивное влияние Запада».

Список литературы

1. Сулейманов, А. Р. Декомпозиция моделей евразийской интеграции в контексте формирующегося многополярного мира // Евразийский Союз: вопросы международных отношений. – 2024. – Т. 13. № 7 (60). – С. 1513-1518.
2. Хопёрская, Л. Л. Новая интеграция в многополярном мире // Общество: политика, экономика, право. – 2025. – № 1. – С. 23-30.
3. Курочкин, А. В., Морозова, С. С. Цифровая колонизация как угроза национальной безопасности // Политическая экспертиза: ПОЛИТЭК. – 2024. – Т. 20, № 1. – С. 64-72.

References

1. Suleymanov, A. R. Decomposition of models of Eurasian integration in the context of the emerging multipolar world // Eurasian Union: issues of international relations. – 2024. – Vol. 13. № 7 (60). – Pp. 1513-1518.
2. Khoperskaya, L. L. New integration in a multipolar world // Society: politics, economics, the right. – 2025. – № 1. – Pp. 23-30.
3. Kurochkin, A. V., Morozova, S. S. Digital colonization as a threat to national security // Political expertise: POLITEX. – 2024. – Vol. 20, № 1. – Pp. 64-72.

Информация об авторах

Сулейманов А.Р., кандидат политических наук, доцент кафедры «Международные отношения, история и востоковедение» Уфимского государственного нефтяного технического университета (г. Уфа, Российская Федерация).

Ильтубаева А.А., магистрант кафедры «Международные отношения, история и востоковедение» Уфимского государственного нефтяного технического университета, независимый исследователь (г. Уфа, Российская Федерация).

© Сулейманов А.Р., Ильтубаева А.А., 2025.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Страны-участницы БРИКС долгое время продвигали свои информационные интересы по одиноким, но в последние годы ситуация меняется.

Первым опытом медиакоммуникаций стран БРИКС стало открытие международной телевизионной сети «БРИКС ТВ» ещё в 2017 году (по инициативе Президента Российской Федерации В. В. Путина). 15 октября 2024 года в Москве состоялось открытие информационно-культурного медиацентра «БРИКС плюс».

Очевидно, что сегодня происходит постепенное выстраивание общей конструкции медийного пространства БРИКС. И если такое казалось совершенно нереальным ещё пятнадцать лет назад, то сейчас обретает вполне выраженные очертания.

Создание общего медийного пространства позволит БРИКС стать более эффективной конфигурацией в решении глобальных и региональных вопросов, а также снизить информационное влияние со стороны Запада.

4. Мартыненко, Е. В., Попова, Е. О., Рассторгуева, Н. Е. К вопросу о современном развитии индийской медиаиндустрии в мировом медиапространстве // Вопросы теории и практики журналистики. – 2022. – Т. 11. № 3. – С. 586-600.
5. Куштанова, Л. Г. К вопросу о трактовке понятий «медиапространство» и «медиафера» // Вестник магистратуры. – 2019. – № 4-2(91). – С. 135-137.
6. Международный портал STATISTA. – [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.statista.com/outlook/amo/esports/media-rights/brics> (дата обращения: 01.03.2025).

4. Martynenko, E. V., Popova, E. O., Rastorgueva, N. E. On the issue of the modern development of the Indian media industry in the global media space // Issues of theory and practice of journalism. – 2022. – Т. 11. № 3. – Pp. 586-600.
5. Kushtanova, L. G. On the interpretation of the concepts of "media space" and "media sphere" // Bulletin of the Magistracy. – 2019. – № 4-2(91). – Pp. 135-137.
6. STATISTA International Portal. – [Electronic resource]. – Access mode: <https://www.statista.com/outlook/amo/esports/media-rights/brics> (access date: 03/01/2025).

Information about the authors

Suleymanov A.R., Ph.D. in Politics, Associate Professor of the Department of International Relations, History and Oriental Studies at Ufa State Petroleum Technical University (Ufa, Russian Federation).

Iltubayeva A.A., master student at the Department of International Relations, History and Oriental Studies at Ufa State Petroleum Technical University, independent researcher (Ufa, Russian Federation).

© Suleymanov A.R., Iltubayeva A.A.