

Государственное телевидение в условиях глобальных трансформаций

На примере России и Белоруссии

Елена ПОНОМАРЕВА

Михаил ГУЖЕВ

Стремительное развитие информационных технологий в начале XXI в. стало серьёзным вызовом для телевидения. Из суперноваторского в середине прошлого века инструмента формирования общественного мнения в современных условиях телевидение относится к традиционным источникам информации и существенно проигрывает новым медиа.

Действительно, технологические новации приводят к медиатизации современной политики [1], в результате которой наполнение и динамика политического процесса зависит не столько от традиционных СМИ, сколько от различного рода интернет-площадок, блогов, социальных сетей и интернет-медиа.

В условиях фрагментации медиaproстранства, возникновения масштабных (как правило, частных) интернет-платформ государству (если оно опирается исключительно на традиционные СМИ) всё сложнее организовывать и обеспечивать проведение эффективной информационной политики, выстраивать многоуровневую политическую коммуникацию в стране и в мире.

ПОНОМАРЕВА Елена Георгиевна – доктор политических наук, профессор, профессор кафедры сравнительной политологии МГИМО(У)МИД России. SPIN-код: 9664-7471, E-mail: nastya304@mail.ru

ГУЖЕВ Михаил Сергеевич – младший научный сотрудник Института системно-стратегического анализа (ИСАН). E-mail: mixailguzhev@yandex.ru

Ключевые слова: медиaproстранство, государственное телевидение, информационная политика, технологии коммуникации, Россия, Белоруссия.

¹ Володенков С. В. Медиатизация и виртуализация современного пространства публичной политики // Коммуникология. 2016. № 4.

Отсутствие кодифицированной нормативной базы, последовательной стратегии выстраивания взаимодействия с новыми платформами в совокупности с необходимостью быстрой коммуникации с населением на фоне непростой социально-экономической и внешнеполитической ситуации добавляет государственным институтам трудностей в проведении эффективной информационной политики.

Со «стеклянной ясностью» (используем выражение В. Набокова) современный украинский кризис выявил серьезные проблемы гостелевидения России и Белоруссии как инструмента формирования общественного мнения. В то же время государственные телеканалы продолжают оставаться ключевыми средствами коммуникации власти и общества. Несмотря на объективные факторы, ограничивающие влияние государственного ТВ, в переломные для стран моменты политическая элита и население обращается именно к нему.

Всё вышесказанное определяет особый исследовательский интерес, связанный с изучением роли и влияния гостелевидения. В свою очередь, историческая, культурно-идеологическая и политическая общность народов России и Республики Беларусь (РБ) предопределяет схожесть векторов развития информационной политики, а потому важно изучать данный феномен не только с научной, но и с практической точки зрения.

Организация массовой коммуникации в условиях трансформации медиапространства

Современность характеризуется доминирующей ролью диагональных информационных потоков [2]. Если традиционные медиа (газеты, радио, ТВ) предполагали односторонность коммуникации (сообщение директивным образом спускалось на получателя сверху), то развитие сети Интернет принципиально поменяло архитектуру медиапространства: существенно увеличилось количество игроков на информационном поле, качественно изменилась структура и возможности самих каналов коммуникации. Более того, государство в определённой степени стало залож-

ником новых медиа (соцсети, блоги, интерактивные интернет-платформы), которые не только вывели взаимодействие с реципиентами информации на новый уровень, но и стали системными критиками власти [3].

В зависимости от скорости и эффективности обратной связи со стороны структур власти можно по-разному охарактеризовать коммуникацию посредством новых медиа. И всё же тенденции очевидны: «пассивные потребители» контента получили возможность не только активно взаимодействовать с получаемой информацией, но и выступать в

² Бирюлин И. В., Сорокина Ю. В. О роли новых медиа в трансформации информационного пространства России // Вестник СГЮА. 2020. № 4. С. 192–194 // URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/o-rol-i-novyh-media-v-transformatsii-informatsionnogo-prostranstva-rossii>

³ Роголева О. С., Шкайдерова Т. В. Новые медиа: эволюция понятия (аналитический обзор) // Вестник ОмГУ. 2015. № 1. С. 222–223 // URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/novye-media-evolyutsiya-ponyatiya-analiticheskiy-obzor>

роли коммуникаторов, создавая свои интернет-площадки и блоги в рамках уже существующих. В таких условиях в попытке выстроить организованную политическую коммуникацию государство неизбежно сталкивается с рядом проблем.

*Во-первых, это **проблема контроля***. Например, с точки зрения внедрения интернет-технологий в коммуникационные процессы в России довольно успешно реализуется национальная программа «Цифровая экономика 2024» [4]. Однако теневой стороной развития цифрового общества является хаотичное появление и функционирование новых источников и площадок, задающих свою повестку, создающих вокруг собственное информационное поле. Воспрепятствование этому процессу было бы неприкрытым посягательством на ст. 29 Конституции Российской Федерации, согласно которой гарантируется свобода слова и каждый имеет право на получение и производство информации.

*Во-вторых, возникновение **феномена постправды*** [5]. Моделирование виртуальной реальности и контроль за всеми производителями информации в рамках демократического политического устройства является фактически непосильной задачей. Наиболее привлекательные информационные источники и лидеры мнений могут воспользоваться этим, манипулируя общественным сознанием, распространяя недостоверную информацию и создавая тем самым прямую угрозу

безопасности и суверенитету государства. Появляющаяся нормативная база, связанная с ужесточением контроля за распространением фейков, предполагает широкое поле для трактовок, а потому далека от совершенства.

Возникает очевидный вопрос, что является фейком: недостоверная и лживая или правдивая, но идущая вразрез с официальной политической линией информация?

*В-третьих, **отсутствие у государства чёткой стратегии по выстраиванию взаимодействия с новыми информплатформами***. Осознанное игнорирование трендов времени, новых крупных площадок и (или) информационных ресурсов нецелесообразно, так как ведёт к потере аудитории и доверия к госструктурам в целом. Признание же новых площадок и апеллирование (как минимум упоминание) новых (возможно, оппозиционных) источников поднимает их статус, признавая их равными в политико-информационном поле.

*В-четвёртых, **отсутствие приоритетов развития информационного пространства***. С одной стороны, госструктурам необходимо переходить на новые, более удобные платформы, а с другой – невозможно в одночасье перекрыть привычные для большинства населения каналы коммуникации, притом что наблюдается стремительное падение рейтингов традиционных СМИ [6].

⁴ Цифровая экономика РФ // URL: <https://digital.ac.gov.ru/>

⁵ Пономарева Е. Г., Манойло А. В. Современные информационно-психологические операции: технологии и методы противодействия // Обозреватель–Observer. 2019. № 2.

⁶ Из каких источников вы чаще всего узнаете новости, информацию? // URL: <https://fom.ru/SMI-i-internet/14536>

В качестве конкретных исследований кейсов нами были выбраны государственные телеканалы России и Белоруссии, которые на протяжении нескольких десятилетий были фактически единственным эффективным инструментом реализации информационной политики государства.

Сразу стоит отметить ряд характеристик государственного ТВ не только изучаемых стран. Прежде всего, это общемировая тенденция – сокращение аудитории телеканалов в связи с ростом «цифрового поколения» [7]. Кроме того, это высокий пропагандистский уровень выпускаемого контента. Безусловно, сама по себе политическая коммуникация, направляемая государством, не может носить исключительно непредвзятый характер: любое государство заинтересовано в трансляции своего политического курса, своих оценок и приоритетов. Однако по сравнению с новыми медиа, предлагающими двусторонний процесс коммуникации, традиционные СМИ значительно проигрывают.

Например, опросы ВЦИОМ за период с 2007 по 2016 г. демонстрировали практически устойчивое отношение россиян к Центральному телевидению: 52–53% доверяли этому информационному ресурсу (исключение составил 2012 г., показавший рейтинг в 58%) [8].

В отличие от западных и восточных аналогов в общественном

сознании значительной части белорусов и россиян между телевидением и пропагандой, как правило, ставится знак равенства, притом что само слово «пропаганда» начинает нести в себе исключительно негативную коннотацию. Любая точка зрения, транслируемая государством, воспринимается значительной частью аудитории как навязанная.

В качестве примера, наглядно иллюстрирующего данную проблему, можно привести провал разъяснительной информационной кампании о необходимости вакцинации для борьбы с COVID-19.

Тем не менее телевидение продолжает оставаться значимым инструментом любого политического режима. При этом, по мнению некоторых аналитиков, в изучаемых странах общество расколото на «партию телевидения» и «партию Интернета» [9].

Например, за последние пять лет доля россиян, получающих новости по телевизору, сократилась с 90 до 62%.

Доля тех, кто каждый день смотрел новости по телевидению, снизилась с 44 до 34% [10].

Такая динамика свидетельствует о сложном положении государства, точка зрения которого «тонет» в не всегда лояльной к нему интернет-паутине.

⁷ Назаров М. М. Цифровое поколение двухтысячных: особенности медиапотребления // Информационное общество. 2016. № 3.

⁸ ТВ, Интернет, газеты, радио: доверяй, но проверяй? // URL: <https://wciom.ru/analytical-reviews/analiticheskii-obzor/tv-internet-gazety-radio-doverayaj-no-proveryaj>

⁹ Теория медиа: отечественный дискурс. М.: Издательство Московского университета, 2019.

¹⁰ Российский медиаландшафт – 2021 // URL: <https://www.levada.ru/2021/08/05/rossijskij-medialandshaft-2021/>

Информационная политика – управленческая функция современного государства

В российском дискурсе существует несколько подходов к пониманию информационной политики (ИП). Преобладает позиция (для удобства обозначим её условно государственнической), согласно которой ИП отождествляется с активной деятельностью госструктур, направленной на регулирование информационного пространства. Однако существует и другая позиция, в рамках которой информационная политика воспринимается как более широкое понятие, включающее деятельность как разных уровней власти, так и активность бизнес-структур, а также гражданского общества. Сторонники системного подхода понимают под информационной политикой неразрывность директивного, функционального и коммуникативного.

В данной статье за основу взят первый из названных подходов, так как деятельность бизнес-структур и гражданского общества в рассматриваемых кейсах во многом является катализатором изменений в рамках проводимой государством политики. В то же время необходимо понимать, что сегодня границы информационной политики размыты. В идеале это масштабная и разнородная деятельность государственной власти, затрагивающая все сферы человеческой деятельности: экономику, право, культуру, медицину, безопасность, образование, киберпространство, внешнюю политику и т. д.

Но здесь мы рассматриваем информационную политику как управленческую функцию государства как связующее звено между властью и

гражданским обществом. Важно подчеркнуть, что не только органы госвласти, но и связанные с ними структуры формируют рамки ИП. В первую очередь речь идёт о СМИ, так как именно медиа являются главным проводником идей, а от успешности подачи информации зависит общее направление развития государства в целом.

В рамках заявленного подхода выделим функции госструктур, которые данная деятельность налагает на них.

Во-первых, это преобразование информации и продуцирование дискурсов: сбор, обработка и передача информации должны производиться согласно тактическим и стратегическим задачам государства. Особое внимание должно уделяться понятийно-категориальному аппарату, через призму которого происходит интерпретация реальности.

Так, украинский кризис 2022 г. выявил существенные проблемы на этом уровне. Глава государства заявил о таких главных задачах спецоперации вооружённых сил России, как демилитаризация и денацификация. И если с первым худо-бедно общество и властные институты разобрались, то второе до сих пор не имеет чёткой смысловой нагрузки.

Во-вторых, публичность. Открытость и гласность (в идеале) являются ключевыми составляющими успешного функционирования механизма современной демократии. Однако за государством остаётся прерогатива, что определять публичным, а что нет. Важным моментом является расстановка акцентов в

информации, рассчитанной на широкую аудиторию.

Например, очевидно, что планы специальной военной операции (СВО) на Украине не могут быть раскрыты до её завершения. Однако почему и зачем она проводится, каковы её стратегические цели и какие риски она несёт – это общество вправе знать.

В-третьих, формирование общественного мнения. В условиях многообразия и вариативности источников информации государство доносит собственную позицию на происходящие события и процессы. В этом должны быть задействованы не только политики и госчиновники. В идеале общая информационная прогосударственная линия должна быть представлена на самых разных уровнях, включая лидеров общественного мнения, театр, кинематограф, шоу-бизнес.

Ярким примером такого подхода является консолидация по целому ряду важных вопросов общества и власти на Западе.

В-четвёртых, интеграция общества. Отбор информации и специфическое её преподнесение направлено на цементирование общества и сплочение нации, установление общих норм и правил, ценностей, образцов поведения. Особенно важную роль данная функция играет в многонациональном, поликультурном государстве, каковым является Российская Федерация.

В-пятых, поддержание стабильности. Информационная политика призвана продуцировать реальность, поддерживая целостность го-

сударства и порядок. В кризисные времена даже сетка вещания (её неизменность) может восприниматься как стабильность. В то же время быстрая и принципиальность её изменения также есть свидетельство решительности государства в отстаивании своей позиции.

Например, недопустимость присутствия критической оценки деятельности СВО на госканалах – это важный сигнал не только внутренней оппозиции, но и демонстрация бескомпромиссности установок режима для всего общества.

Государственные СМИ – важнейший инструмент и одновременно ресурс информационной политики, формирования общественного мнения. Мы используем широкий подход, в рамках которого (применительно к ТВ) под государственными понимаются все федеральные телеканалы, имеющие определённую долю аффилиации с государством: как финансирование (при этом не обязательно, чтобы доля была доминирующей, а государству принадлежал бы контрольный пакет акций, как, например, в случае с телеканалом Россия-1), так и неформальный «патронаж» властных элит.

Такой подход позволяет охватить большее количество телеканалов, являющихся важным проводником информационной политики, но не являющихся преимущественно государственными с точки зрения финансирования.

Так, общероссийский Первый канал, по информации на сентябрь 2021 г., имеет лишь 34,23% госфинансирования [11], но именно Пер-

¹¹ РБК: ВТБ стал акционером Первого канала. 8 сентября 2021 г. // URL: https://www.rbc.ru/technology_and_media/08/09/2021/6138c8c59a7947886783d34b

вый канал является преемником советского Центрального телевидения в производстве главной информационной программы страны «Время», а также остаётся ключевой площадкой по созданию рейтинговых политических ток-шоу с ярко выражен-

ной провластной позицией. Все эти факторы в совокупности делают Первый канал влиятельным проводником информационной политики, несмотря на отсутствие доминирующего государственного финансирования.

Структура государственного телевидения в России и Белоруссии

На данный момент основными инструментами информационной политики российского государства являются универсальные федеральные телеканалы: Первый канал, Россия (Россия 1), Россия 24 и НТВ. По ряду причин особый интерес представляет анализ политики госструктур в отношении данных телеканалов и изменение риторики последних в период с 2014 г. по настоящее время.

Во-первых, именно в этот период происходит активное массовое использование гражданами социальных сетей и новых цифровых платформ. Понимая неизбежность фрагментации информпространства и потери рычагов донесения информации исключительно посредством телевидения, органы государственной власти начинают создавать аккаунты на новых цифровых площадках.

Так, большинство аккаунтов госструктур в *Facebook* и *Twitter* появились в период с 2011 по 2013 г. (период активизации протестных настроений в России). Исключением здесь является Министерство науки и высшего образования, которое создало аккаунт в *Facebook* в 2018 г.

Чуть позже в связи с возрастающей ролью платформы *YouTube* аккаунты начинают появляться и там (последний зарегистрированный – Министерство науки и высшего образования, 2019 г.).

Большинство страниц в *ВКонтакте* и *Instagram* появилось с 2013 по 2015 г.

В период активизации протестных настроений в январе-феврале 2021 г., основной агитационной платформой которых стал *Tik-Tok*, но только два российских министерства – МЧС и МИД – создали свои аккаунты на данной площадке.

После объявления Россией специальной военной операции на Украине (февраль 2022 г.) активность большинства ведомств и министерств на территории западных интернет-платформ оказалась либо ограничена, либо полностью приостановлена, что вызвало небывалую активность на платформах *ВКонтакте*, *Одноклассники* и *Telegram*.

За период с 24 февраля по 24 марта 2022 г. общий прирост контента у *ВКонтакте*, *Telegram* и *Одноклассников* составил 11%, 6% и 3% соответственно.

При этом в рейтинге роста активных авторов лидировал *Telegram* (23%), после него *ВКонтакте* (14%) и *Одноклассники* (6%) [12].

¹² Анализ изменения активности российских пользователей в соцсетях в марте 2022 г. от Brand Analytics // URL: <https://habr.com/ru/news/t/657761/>

Во-вторых, политический кризис на Украине (2013–2014 гг.) и последовавшее воссоединение Крыма и Севастополя с Россией требовало полномасштабного информационно-идеологического сопровождения. Именно в это время на федеральных каналах появляется большое количество общественно-политических передач («Время покажет» на Первом канале, «60 минут» на Россия 1, «Место встречи» на НТВ), также заметно изменилась риторика самих телеканалов.

В отличие от России, которая пережила период информационного господства олигархических структур с середины 90-х и до начала нулевых, в Белоруссии с момента вступления А. Г. Лукашенко в должность президента (1994 г.) и по настоящее время радикальных перемен в телевещании не наблюдалось. Попытки «либеральных» реформ, направленных на отрыв страны от России и создание политики по образцу прибалтийских лимитрофов и Украины, были довольно быстро свёрнуты; в республике установилась довольно жёсткая вертикаль власти (в том числе идеологической).

Некоторые исследователи политического процесса в Республике Беларусь проводят параллели с эпохой «застоя» брежневского периода, подчёркивая, что относительное спокойствие

внутри самого общества не даёт стимулов к глубоким политическим трансформациям, делая государственную машину ещё более ригидной и неповоротливой [13]. Определённая доля правды в этом есть. Однако вступление страны в фазу экономического (с 2017 г.) и политического (2020–2021 гг.) кризисов определило особое внимание государства к информационным ресурсам.

Несмотря на фрагментацию информационного пространства и активное развитие в стране интернет-платформ, главным инструментом информационной политики Белорусского государства, как и Российского, по-прежнему остаётся телевидение. Современных игроков медийного поля Белоруссии условно можно разделить на несколько групп:

- белорусские телеканалы с собственным уникальным контентом (Беларусь 1, Беларусь 2, Беларусь 3, Беларусь 5, спутниковый Беларусь 24);
- телеканалы, основанные на системе франчайзинга (НТВ-Беларусь, ОНТ, СТВ, РТР-Беларусь);
- телеканалы, основанные на базе российских (РенТВ-Беларусь);
- российские телеканалы.

Особняком стоит телеканал БелРос, являющийся совместным продуктом Союзного государства.

Влияние внешнего вызова на политику государственных телеканалов

В условиях серьёзного внешнего вызова государственное телевидение является ключевым инстру-

ментом информационной политики, что, в свою очередь, меняет риторику государственных телеканалов.

¹³ Беларусь в режиме трансформации: социально-политические и экономические факторы. Сб. науч. трудов. М.: Институт стран СНГ, 2017.

Более того, существует прямая зависимость между ростом уровня доверия президенту и другим институтам власти и рейтингами государственных телеканалов.

Так, согласно данным ВЦИОМ, уровень одобрения деятельности президента России на начало 2014 г. составлял 61,9%; в период Крымской весны и вхождения полуострова в состав России рейтинг В. В. Путина вырос до 83,7% [14].

Ещё больше позиции президента укрепились в период проведения военной операции в Сирии (84,4 % до объявления операции и 89,9 % – после) [15].

На протяжении 2016–2021 гг. Российская Федерация не вела активную внешнюю политику, в стране накапливались внутренние противоречия и проблемы. Непопулярная пенсионная реформа, активизация несистемной оппозиции (в частности, в интернет-пространстве), раскол общества относительно внесения поправок в Конституцию России, пандемия и последовавшая за этим неудачная информационная кампания по вакцинации – эти и многие другие факторы оказали существенное влияние на социальный климат, отразившись лишь в 56,6 пунктах доверия президенту по состоянию на август 2021 г.

После телеобращений В. В. Путина к гражданам и объявления 24 февраля 2022 г. специальной военной операции на территории Украины, рейтинги президента сразу начали расти: в марте он составил 77,9 %, в апреле – 81,6% [16].

Следует подчеркнуть, что данные опросов государственного ВЦИОМ и признанного иноагентом Левада-Центра с минимальной погрешностью совпадают (в марте одобряли деятельность Путина 83%, в апреле – 82% [17]), а потому представленные цифры можно считать релевантными.

По данным майских опросов, ещё одной структуры – фонда «Общественное мнение» (ФОМ), 76% респондентов заявили о доверии президенту [18].

Что же касается рейтингов ТВ-каналов, то, согласно исследовательским отчётам компании *Mediascope* и ФОМ, их рост каждый раз наблюдается в период сложной геополитической ситуации [19].

Так, достаточно высокий уровень доверия ТВ в период Крымской весны в последующем сменился спадом.

В период активизации российского присутствия в Сирии, пандемии COVID-19 (которую вполне можно обозначить как внешний вызов) и проведения СВО на Украине значительно увеличилось число телезрителей (+39% аудитории) и

¹⁴ Родин И. Рейтинг президента подтянулся к крымским высотам // Независимая газета. 27 марта 2022 // URL: https://www.ng.ru/politics/2022-03-27/100_p27032022.html?

¹⁵ Деятельность государственных институтов ВЦИОМ. URL: <https://wciom.ru/ratings/deyatelnost-gosudarstvennykh-institutov/>

¹⁶ Доверие политикам. ВЦИОМ // URL: <https://wciom.ru/ratings/doverie-politikam/>; Большинство россиян доверяют Путину и одобряют его работу // URL: <https://ria.ru/20220408/prezident-1782496671.html>?

¹⁷ Одобрение деятельности Владимира Путина // URL: <https://www.levada.ru/indikatory/odobrenie-organov-vlasti/>

¹⁸ Путину доверяют 76 процентов россиян, показал опрос ФОМ // URL: <https://ria.ru/20220520/putin-1789669777.html>?

¹⁹ Mediascope. Рейтинги: телевидение // URL: <https://mediascope.net/data/>

выросли рейтинги доверия к государственным телеканалам [20].

Одним из объяснений данного явления может служить «теория единения вокруг флага» (*Rally 'round the flag effect*), предложенная американским политологом Дж. Мюллером. С позиций политической социологии теория описывает эффект роста поддержки населением лидера в период внешнеполитических конфликтов и кризисов. В условиях сильного внешнего вызова президент страны начинает восприниматься как народный вождь. Исследователь подчёркивает, что данное явление не связано с цензурой или иными ограничениями. Значительную роль в активизации такого рода настроений играет психологический фактор: в условиях, при которых враг вынесен во вне, нужно объединяться внутри страны.

В американской политической практике наблюдались следующие примеры:

– в 1941 г. в результате объявления США войны Японии в ответ на атаку военной базы Пёрл-Харбор рост доверия американского президента Ф. Д. Рузвельта вырос с 72 до 94 показателей;

– террористический акт (сентябрь 2001 г.) привёл к росту рейтинга президента Дж. Буша-мл. – поднялся с 51 до 90 пунктов [21].

Открытых систематических данных опросов общественного мнения относительно доверия президенту Республики Беларусь, органам государственной власти и государственным телеканалам нет. Тем не менее в белорусских СМИ фигурируют стабильно высокие цифры в поддержку названных институтов и лично А. Г. Лукашенко. В условиях ограниченной информации можно обратиться за оценками к экспертам. Было проведено девять интервью с представителями научно-исследовательского сообщества России и Белоруссии, а также с сотрудниками государственного телевидения обеих стран*.

Восемь из девяти опрашиваемых экспертов высказались в пользу существования влияния внешнего вызова на политику государственных телеканалов изучаемых стран.

Продюсер информационных программ Первого канала А. Бакашев отметил, что в условиях кризиса увеличивается количество общественно-политических передач, а также риторика их подачи.

Об этом говорит и ведущая новостей на телеканале «Беларусь 1» Т. Король: «Мы стали (ритори-

²⁰ ФОМ. Источники информации: предпочтения // URL: <https://fom.ru/SMI-i-internet/14705>

²¹ Мюллер Дж. Президентская популярность от Трумэна до Джонсона // Обзор американской политической науки. 1970. № 64.

* Интервьюерами выступили: А. Бакашев (продюсер дирекции информационных программ АО «Первый канал»); К. Е. Коктыш (кандидат политических наук, доцент кафедры политической теории МГИМО); Т. Король (ведущая новостей на телеканале «Беларусь 1»); А. М. Мигранян (кандидат исторических наук, профессор кафедры сравнительной политологии МГИМО); С. Г. Мусиенко (руководитель аналитического центра ЕсооМ (Минск), член правления Союза писателей Беларуси); А. А. Токарев (доктор политических наук, ведущий научный сотрудник ИМИ МГИМО); О. Г. Харитоновна (кандидат политических наук, доцент кафедры сравнительной политологии МГИМО); В. Л. Шаповалов (кандидат политических наук, директор Института политики, права и социального развития МГГУ им. М. А. Шолохова); А. П. Шпаковский (белорусский политический обозреватель, член Комиссии по выработке поправок к Конституции Республики Беларусь).

Все расшифровки интервью в личных архивах авторов.

ка и подача) более наглыми, прямолинейными, напористыми... Сильнее вызов – больше говорим».

Большинство российских респондентов сошлись во мнении, что появление таких передач, как «Время покажет», «60 минут», «Место встречи», продиктовано кризисом во взаимоотношениях России с западными странами, вооружённым конфликтом на Украине, а также воссоединением Крыма с Россией.

С внешним вызовом (*COVID-19*, протесты 2020 г.) связывают и появление подобных передач на Белорусском телевидении: «Клуб редакторов», «Понятная политика», «По существу», «Объективно».

Тем не менее существует альтернативная точка зрения. Так, доцент МГИМО К. Е. Коктыш убеждён в том, что «режим телевидением не управляет». По его мнению, в обществе появляется запрос на политику, происходит процесс своеобразной «шоузации» политики, а потому на государственном телевидении появляется большое количество массовых общественно-политических передач – «аудитория стала это покупать». В этой связи уместно вспомнить высказывания ведущих российских медиаменеджеров: генеральный директор ОАО «Телекомпания НТВ» до 2015 г. В. Кулиستиков подчёркивал: «Новости – это шоу», а генеральный директор Первого канала К. Эрнст называл телевидение «сферой облуживания» [22].

Не соглашаясь с позицией «режим телевидением не управляет», можно утверждать, что увеличение эфирного времени политических передач на госканалах связано с изменением политической повестки, которую диктуют властные институты. Иными словами, контекст телепередач, а также персональный состав ведущих и экспертов определяется или может определяться государственными институтами. Особенно чётко эта взаимосвязь прослеживается в режимах, где значительна роль института президентства, а сама власть отличается утрированной персонификацией. Ужесточение информационной политики в России и Белоруссии, проявляющееся в виде усиления «идеологического напора», закрытие ряда откровенно враждебных (как правило, финансируемых из-за рубежа) СМИ и интернет-платформ не является политической новацией и в целом ряде случаев представляют «зеркальный ответ» на аналогичные действия со стороны внешних игроков.

Доверие власти – доверие государственным СМИ

Общее падение доверия населением к государственным институтам приводит к падению доверия к государственным телеканалам.

На протяжении 2014–2022 гг. опросы, проводимые ВЦИОМ и ФОМ, регистрировали последовательные волны роста и спада доверия к государственным институтам в России, в том числе к государственным СМИ.

Так, например, уровень доверия президенту, председателю правительства и правительству России на февраль 2014 г. составлял 61%, 50%, 46% соответственно.

После воссоединения Крыма и Севастополя с Россией рейтинг доверия к этим институтам вырос до 84%, 66%, 62% на август 2014 г.

Что касается других институтов, то в январе 2014 г. уровень доверия к российской армии составлял 64 %, РПЦ – 69%, правоохранительным орга-

²² Интервью с Константином Эрнстом. 15.12.2006 // URL: <https://seance.ru/articles/sobesednik-konstantin-ernst/>

нам – 44%, судебной системе – 35%, профсоюзам – 34%, политическим партиям – 32%, СМИ – 61% [23].

Уже в апреле 2014 г. ситуация резко изменилась: рейтинг доверия российской армии составлял 75%, РПЦ – 69%, правоохранительным органам – 50%, судебной системе – 40%, профсоюзам – 36%, политическим партиям – 39%, СМИ – 69% [24].

Ещё одним показательным временным промежутком является февраль 2022 г. – месяц объявления Российской Федерацией СВО на Украине. Уровень доверия как к государственным, так и к общественным институтам существенно вырос.

По информации опрошенных экспертов, похожая ситуация и в Белоруссии. Однако респонденты отмечают, что высокие рейтинги телеканалов не всегда говорят о соответствующем уровне доверия к ним.

Например, белорусский аналитик, член Комиссии по выработке поправок в Конституцию РБ А. П. Шпаковский убеждён, что в условиях закрытия альтернативных платформ гражданам приходится прибегать к использованию государственных источников для того, чтобы оставаться в информационной повестке. Однако эксперт добавляет, что в период неопределённости государственные СМИ являются наиболее достоверными источниками, а потому население в большинстве случаев осознанно обращается именно к ним.

С такой постановкой согласна ведущая новостей на телеканале «Беларусь 1» Т. Король: «...Телевидение сейчас смотрят и те, кто ему не доверяет. С политикой-то могут быть не согласны, но на телевидении всё равно проверенная, официальная информация».

В целом все опрошенные эксперты высказались за существование

прямой зависимости между доверием к государственным и общественным институтам и государственным медиа.

«Так или иначе, люди соотносят государство и государственное телевидение. Вопрос только в том, что не всегда в реальности существует знак равно между двумя этими институтами», – отмечает К. Е. Коктыш.

Важно подчеркнуть, что дихотомия «государственные институты – СМИ» является частью одного целого. С одной стороны, так или иначе государственные медиа дают идеологическое обоснование деятельности других институтов, влияя на уровень доверия к ним, а с другой – государственные и общественные институты своей деятельностью повышают или подрывают кредит доверия к источникам, которые о них рассказывают.

В современных условиях уровень доверия к официальным СМИ непосредственным образом связан с активизацией альтернативных источников информации. Чем старше поколение, тем меньше его представители используют интернет-источники для получения информации. Эта тенденция не только в России, но и в других индустриальных странах.

Согласно теории поколений У. Штрауса и Н. Хоува, люди, родившиеся в период после 90-х годов, относятся к «цифровому поколению». Отличительная особенность данной возрастной группы – принципиально новый характер, источ-

²³ Деятельность общественных институтов. ВЦИОМ // URL: <https://wciom.ru/ratings/deyatelnost-obshchestvennykh-institutov/>

²⁴ Деятельность государственных институтов ВЦИОМ // URL: <https://wciom.ru/ratings/deyatelnost-gosudarstvennykh-institutov/>

ники и форма получения и потребления информации [25].

Развитие интернет-сетей, формирование новой технологической среды выводят медиакоммуникационное пространство на принципиально новый уровень.

Замещение привычных для пользователей средств массовой информации не является чем-то инновационным, подобные трансформации уже были.

Результаты лонгитюдных исследований 50–90-х годов показывали, что более молодое поколение охотнее отдавало предпочтение зарождавшемуся телевидению, оставляя традиционные (газеты, радио) источники информации на втором плане. Показательно, что большинство тех, кто вырос при свете голубого экрана, в настоящее время менее склонны доверять Интернету [26].

Согласно данным ФОМ, в России наблюдается тенденция последовательного уменьшения доверия к телевидению: в 2015 г. уровень доверия составлял 63%, в 2017 г. – 50%, в 2022 г. – 43%.

В то же самое время авторитет новостных изданий в Интернете в данный период вырос: с 15% в феврале 2015 г. до 25% в феврале 2022 г.

Поднялись в рейтингах и форумы, блоги, социальные сети: с 4 до 14% за аналогичный период [20].

Схожую ситуацию можно наблюдать и в Белоруссии. Официальные общенациональные данные по использованию населением различных

источников информации отсутствуют, тем не менее опросы общественного мнения демонстрируют, что роль традиционных СМИ в политической повестке снижается [27].

Но несмотря на общую тенденцию, в кризисные периоды, как было показано выше, уровень доверия к ТВ, радио, газетам увеличивается.

По данным опросов ФОМ, 39% респондентов после объявления Россией СВО на Украине стали чаще узнавать новости из традиционных медиа. Однако большинство опрошенных из данной категории относится к старшему поколению, в то время как респонденты в возрасте 18–30 лет незначительно меняли свои информационные предпочтения [20].

Все опрошенные эксперты высказались за существование объективной тенденции уменьшения пользования традиционными источниками информации из-за развития сети Интернет.

При этом опрошенные работники телевидения подтвердили «колоссальный рост ТВ-рейтингов в периоды напряженности... Есть альтернативные источники или нет – неважно. Население знает, что на телевидении непроверенной информации не будет – мы за это головой отвечаем» (А. Бакашев, продюсер дирекции информационных программ АО «Первый канал»). По мнению руководителя аналитического центра ЕсооМ (Минск), члена правления Союза писателей Беларуси С. Г. Мусиенко, после событий 2020 г. Белорусское телевидение изменилось «в оперативности, в подаче и компетентности»: «Пришли новые люди. Журналисты стали сами артикулировать новостным полем. Более того, те-

²⁵ Howe N., Strauss W. Millennials Rising: The Next Great Generation. N.Y.: Knopf Doubleday Publishing Group, 2000.

²⁶ Benckendorf P., Moscardo G. Generational Cohorts and Ecotourism // International Handbook on Ecotourism / Ballantyne R., Packer J. (eds). Massachusetts: Elgar Publishing, 2013.

²⁷ Артёмченко-Мельянцова Е. СМИ: утрата контроля и разрушение инфраструктуры // Белорусский ежегодник. 2021. № 1. С. 167–168 // URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/smi-utrata-kontrolya-i-razrushenie-infrastruktury>

телевидение поддерживает новые интернет-площадки, распространяя свой контент и на них».

Вместе с тем некоторые эксперты убеждены, что переход молодого по-

коления на новые информационные платформы может быть связан не только с удобством использования, но с идеологическими и ценностными предпочтениями.

В условиях сетевого общества информационная политика государства (в идеале) должна носить всеобъемлющий характер, затрагивать все сферы жизни общества и иметь разветвлённый инструментарий.

В России и Белоруссии главным инструментом формирования нарративов и донесения смыслов до населения, несмотря на все технологические новации, по-прежнему остаётся государственное телевидение, появляются лишь новые площадки трансляции (например, мультимедийная онлайн-платформа «Смотрим»^{*}).

В то же время наблюдается общая тенденция изменения в расстановке сил на всём медиапространстве: государственное ТВ теряет своё влияние на молодую часть гражданского общества. Усиление фрагментации информационного пространства и появление альтернативных платформ затрудняет задачу государства по конструированию социально-политической реальности. Однако это не привело к осознанию политическими элитами необходимости трансформации медиапространства, они по-прежнему рассматривают ТВ в качестве основного инструмента проведения информационной политики. В то же время, несмотря на общую тенденцию падения рейтингов доверия к традиционным СМИ, в том числе к государственным телеканалам, в кризисные и переломные для стран периоды наблюдается обратная тенденция – большинство населения обращается за достоверными данными к государственным источникам и, более того, соглашается с официальными оценками и интерпретацией происходящего. Последнее утверждение – свидетельство интеграционной и мобилизационной функции телевидения. Не менее значимым для понимания и моделирования дальнейшего развития медиапространства России и Белоруссии является тесная взаимосвязь между уровнем доверия к телевидению и государственным/общественным институтам, степенью идеологизации контента и возрастом аудитории.

Необходимость реформирования технической стороны телевизионного вещания продиктована новыми медиареалиями и меняющимися информационными привычками населения. Директивное получение информации больше не воспринимается аудиторией: важно построение горизонтальных связей и наличие гибридных форматов (трансляция передач на стриминговых площадках).

Фактор удобства в использовании и взаимодействие с контентом является важным, но не единственным пунктом реформирования ТВ: качество

^{*} Платформа «Смотрим» объединяет контент всех активов холдинга ВГТРК: Россия 1, Россия 24, «Культура», РТР-Планета, региональное вещание 79 филиалов по всей стране, радиостанции «Радио России», «Маяк», «Вести ФМ», «Культура» и «Юность»; телеграмм-каналы НТВ, ОНТ и др.

и смыслы производимого контента всегда должны быть на первом месте. Необходимо увеличить образовательный ценз при отборе профессиональных кадров на телевидении, повысить аналитическую составляющую производимых программ, добавить плюрализм мнений.

«Человеческое лицо» телевидения призвано отражать существующую реальность, а не конструировать собственную, только так в условиях открытости и прозрачности информационных потоков оно сможет сохранить и вернуть себе былое влияние.

Итак, внешние вызовы, а также логика внутреннего развития России и Белоруссии определяют активизацию процессов сближения медиапространств двух стран при сохранении за государственным ТВ ведущей роли в реализации информационной политики. Однако сохранение значения гостелевидения в качестве важнейшего инструмента коммуникации по линии «власть – общество» невозможно без создания альтернативных суверенных платформ сети Интернет.

Библиография • References

- Mediascope. Рейтинги: телевидение // URL: <https://mediascope.net/data/>
[Mediascope. Rejtingi: televidenie // URL: <https://mediascope.net/data/>]
- Анализ изменения активности российских пользователей в соцсетях в марте 2022 г. от Brand Analytics // URL: <https://habr.com/ru/news/t/657761/>
[Analiz izmeneniya aktivnosti rossijskih pol'zovatelej v socsetyah v marte 2022 g. ot Brand Analytics // URL: <https://habr.com/ru/news/t/657761/>]
- Артёмченко-Мельянцова Е. СМИ: утрата контроля и разрушение инфраструктуры // Белорусский ежегодник. 2021. № 1. С. 161–173 // URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/smi-utrata-kontrolya-i-razrushenie-infrastruktury>
[Artyomenko-Mel'jancova E. SMI: utrata kontrolya i razrushenie infrastruktury // Belorusskij ezhegodnik. 2021. № 1. S. 161–173 // URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/smi-utrata-kontrolya-i-razrushenie-infrastruktury>]
- Беларусь в режиме трансформации: социально-политические и экономические факторы. Сб. науч. трудов. М.: Институт стран СНГ, 2017. – 280 с.
[Belarus' v rezhime transformacii: social'no-politicheskie i ekonomicheskie faktory. Sb. nauch. trudov. M.: Institut stran SNG, 2017. – 280 s.]
- Бирюлин И. В., Сорокина Ю. В. О роли новых медиа в трансформации информационного пространства России // Вестник СГЮА. 2020. № 4. С. 191–199 // URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/o-rol-i-novyh-media-v-transformatsii-informatsionnogo-prostranstva-rossii>
[Biryulin I. V., Sorokina YU. V. O roli novyh media v transformacii informacionnogo prostranstva Rossii // Vestnik SGYUA. 2020. № 4. S. 191–199 // URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/o-rol-i-novyh-media-v-transformatsii-informatsionnogo-prostranstva-rossii>]
- Володенков С. В. Медиатизация и виртуализация современного пространства публичной политики // Коммуникология. 2016. № 4. С. 125–136.
[Volodenkov S. V. Mediatizaciya i virtualizaciya sovremennogo prostranstva publichnoj politiki // Kommunikologiya. 2016. № 4. S. 125–136]

- Деятельность государственных институтов ВЦИОМ // URL: <https://wciom.ru/ratings/deyatelnost-gosudarstvennykh-institutov/>
- [Deyatel'nost' gosudarstvennykh institutov VCIOM // URL: <https://wciom.ru/ratings/deyatelnost-gosudarstvennykh-institutov/>]
- Деятельность государственных институтов ВЦИОМ. URL: <https://wciom.ru/ratings/deyatelnost-gosudarstvennykh-institutov/>
- [Deyatel'nost' gosudarstvennykh institutov VCIOM. URL: <https://wciom.ru/ratings/deyatelnost-gosudarstvennykh-institutov/>]
- Деятельность общественных институтов. ВЦИОМ // URL: <https://wciom.ru/ratings/deyatelnost-obshchestvennykh-institutov/>
- [Deyatel'nost' obshchestvennykh institutov. VCIOM // URL: <https://wciom.ru/ratings/deyatelnost-obshchestvennykh-institutov/>]
- Доверие политикам. ВЦИОМ // URL: <https://wciom.ru/ratings/doverie-politikam/>; Большинство россиян доверяют Путину и одобряют его работу // URL: <https://ria.ru/20220408/prezident-1782496671.html?>
- [Doverie politikam. VCIOM // URL: <https://wciom.ru/ratings/doverie-politikam/>; Bol'shinstvo rossiyan doveryat Putinu i odobryayut ego rabotu // URL: <https://ria.ru/20220408/prezident-1782496671.html?>]
- Из каких источников вы чаще всего узнаете новости, информацию? // URL: <https://fom.ru/SMI-i-internet/14536>
- [Iz kakih istochnikov vy chashche vsego uznayote novosti, informaciyu? // URL: <https://fom.ru/SMI-i-internet/14536>]
- Интервью с Константином Эрнстом. 15.12.2006 // URL: <https://seance.ru/articles/sobesednik-konstantin-ernst/>
- [Interv'y u Konstantinom Ernstom. 15.12.2006 // URL: <https://seance.ru/articles/sobesednik-konstantin-ernst/>]
- Мюллер Дж. Президентская популярность от Трумэна до Джонсона // Обзор американской политической науки. 1970. № 64. С. 18–34.
- [Myuller Dzh. Prezidentskaya populyarnost' ot Trumena do Dzhonsona // Obzor amerikanskoj politicheskoy nauki. 1970. № 64. S. 18–34]
- Назаров М. М. Цифровое поколение двухтысячных: особенности медиапотребления // Информационное общество. 2016. № 3. С. 27–36.
- [Nazarov M. M. Cifrovoye pokolenie dvuh tysyachnykh: osobennosti mediapotrebleniya // Informacionnoye obshchestvo. 2016. № 3. S. 27–36]
- Одобрение деятельности Владимира Путина // URL: <https://www.levada.ru/indikatory/odobrenie-organov-vlasti/>
- [Odobrenie deyatel'nosti Vladimira Putina // URL: <https://www.levada.ru/indikatory/odobrenie-organov-vlasti/>]
- Пономарева Е. Г., Манойло А. В. Современные информационно-психологические операции: технологии и методы противодействия // Обозреватель–Observer. 2019. № 2. С. 5–17.
- [Ponomareva E. G., Manojlo A. V. Sovremennye informacionno-psihologicheskie operacii: tekhnologii i metody protivodejstviya // Obozrevatel'–Observer. 2019. № 2. S. 5–17]
- Путину доверяют 76 процентов россиян, показал опрос ФОМ // URL: <https://ria.ru/20220520/putin-1789669777.html?>
- [Putinu doveryayut 76 procentov rossiyan, pokazal opros FOM // URL: <https://ria.ru/20220520/putin-1789669777.html?>]

- РБК: ВТБ стал акционером Первого канала. 8 сентября 2021 г. // URL: https://www.rbc.ru/technology_and_media/08/09/2021/6138c8c59a7947886783d34b
- [РБК: VTB stal akcionerom Pervogo kanala. 8 sentyabrya 2021 g. // URL: https://www.rbc.ru/technology_and_media/08/09/2021/6138c8c59a7947886783d34b]
- Рогалева О. С., Шкайдерова Т. В. Новые медиа: эволюция понятия (аналитический обзор) // Вестник ОмГУ. 2015. № 1. С. 222–225 // URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/novye-media-evolyutsiya-ponyatiya-analiticheskiy-obzor>
- [Rogaleva O. S., SHkajderova T. V. Novye media: evolyuciya ponyatiya (analiticheskiy obzor) // Vestnik OmGU. 2015. № 1. S. 222–225 // URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/novye-media-evolyutsiya-ponyatiya-analiticheskiy-obzor>]
- Родин И. Рейтинг президента подтянулся к крымским высотам // Независимая газета. 27 марта 2022 // URL: https://www.ng.ru/politics/2022-03-27/100_p27032022.html?
- [Rodin I. Rejting prezidenta podtyanulsya k krymskim vysotam // Nezavisimaya gazeta. 27 marta 2022 // URL: https://www.ng.ru/politics/2022-03-27/100_p27032022.html?]
- Российский медиаландшафт – 2021 // URL: <https://www.levada.ru/2021/08/05/rossijskij-medialandshaft-2021/>
- [Rossijskij medialandshaft – 2021 // URL: <https://www.levada.ru/2021/08/05/rossijskij-medialandshaft-2021/>]
- ТВ, Интернет, газеты, радио: доверяй, но проверяй? // URL: <https://wciom.ru/analytical-reviews/analiticheskii-obzor/tv-internet-gazety-radio-doveraj-no-proveryaj>
- [TV, Internet, gazety, radio: doveryaj, no proveryaj? // URL: <https://wciom.ru/analytical-reviews/analiticheskii-obzor/tv-internet-gazety-radio-doveraj-no-proveryaj>]
- Теория медиа: отечественный дискурс. М.: Издательство Московского университета, 2019. – 224 с.
- [Teoriya media: otechestvennyj diskurs. M.: Izdatel'stvo Moskovskogo universiteta, 2019. – 224 s.]
- ФОМ. Источники информации: предпочтения // URL: <https://fom.ru/SMI-i-internet/14705>
- [FOM. Istochniki informacii: predpochteniya // URL: <https://fom.ru/SMI-i-internet/14705>]
- Цифровая экономика РФ // URL: <https://digital.ac.gov.ru/>
- [Cifrovaya ekonomika RF // URL: <https://digital.ac.gov.ru/>]
- Benckendorf P., Moscardo G. Generational Cohorts and Ecotourism // International Handbook on Ecotourism / Ballantyne R., Packer J. (eds). Massachusetts: Elgar Publishing, 2013. P. 142–144.
- Howe N., Strauss W. Millennials Rising: The Next Great Generation. N.Y.: Knopf Doubleday Publishing Group, 2000. – 432 p.

Статья поступила 25 мая 2022 г.