

ОРИГИНАЛЬНАЯ СТАТЬЯ

DOI: 10.26794/2226-7867-2026-16-1-15-23
УДК 070:327.7(045)

Создание медийной экосистемы БРИКС как стратегия коммуникативного доминирования

Т.Л. Каминская

Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации, Москва, Российская Федерация;
Новгородский государственный университет им. Ярослава Мудрого, Великий Новгород, Российская Федерация

АННОТАЦИЯ

В статье исследуется проблема фрагментации медиапространства БРИКС и обосновывается необходимость формирования единой медийной экосистемы альянса. Актуальность работы обусловлена усилением роли БРИКС в многополярном мире, а также наличием существенных барьеров для консолидации информационного влияния стран-участниц: технологической асимметрии, низкой интерактивности ресурсов, дублирования контента и зависимости от западных цифровых платформ. Цель исследования – выявить ключевые препятствия для интеграции медиаресурсов БРИКС и предложить механизмы создания единой медийной экосистемы. В работе применяются методы контент-анализа, сравнительного анализа и кейс-стади (на примере мультиязычного портала TV BRICS и других медиаресурсов альянса). Основные результаты исследования: зафиксирована разобщенность медиаресурсов БРИКС, их ограниченная интерактивность и фрагментарность коммуникационного поля; выявлены технологические барьеры (блокировки платформ, требования локальной регистрации, неравенство доступа к глобальным сервисам); оценен потенциал TV BRICS как ядра будущей экосистемы (охват свыше 1,5 млрд, 30+ партнеров); предложены пути интеграции: снятие взаимных ограничений, разработка interoperable-решений или единой платформы, мобилизация исторического опыта сотрудничества. Научная новизна заключается в систематизации барьеров интеграции и в обосновании роли России как потенциального драйвера создания суверенной цифровой инфраструктуры БРИКС. Практическая значимость состоит в возможности использования результатов для разработки стратегии медиаинтеграции альянса, противодействия дезинформации и повышения вовлеченности аудитории.

Ключевые слова: БРИКС; медиаресурсы; медийная экосистема; цифровая интеграция; TV BRICS; дезинформация; интерактивность; медиаконвергенция

Для цитирования: Каминская Т.Л. Создание медийной экосистемы БРИКС как стратегия коммуникативного доминирования. *Гуманитарные науки. Вестник Финансового университета*. 2026;16(1):15-23. DOI: 10.26794/2226-7867-2026-16-1-15-23

ORIGINAL PAPER

Creating the BRICS Media Ecosystem as a Strategy of Communicative Dominance

T.L. Kaminskaya

Financial University under the Government of the Russian Federation, Moscow, Russian Federation;
Yaroslav-the-Wise Novgorod State University, Veliky Novgorod, Russian Federation

ABSTRACT

The article explores the problem of fragmentation of the BRICS media space and substantiates the need to form a unified media ecosystem of the alliance. The relevance of the work is due to the increasing role of BRICS in a multipolar world, as well as the presence of significant barriers to consolidating the information influence of the participating countries: technological asymmetry, low interactivity of resources, duplication of content and dependence on Western digital platforms. The purpose of the study is to identify key obstacles to the integration of BRICS media resources and propose mechanisms for creating a unified media ecosystem. The work uses methods of content analysis, comparative analysis and case study (using the example of the multilingual portal TV BRICS and other media resources of the alliance). The main results of the study: the fragmentation of the BRICS media resources, their limited interactivity and fragmented communication field were recorded; technological barriers (platform blockages, local registration requirements, unequal access to global services) were identified; the potential of TV BRICS as the core of the future ecosystem (coverage of over 1.5 billion, 30+ partners) was assessed; ways of integration are proposed: removing mutual restrictions, developing

© Каминская Т.Л., 2026

interoperable solutions or a single platform, and mobilizing historical cooperation experience. The scientific novelty lies in the systematization of barriers to integration and in the justification of Russia's role as a potential driver of the creation of a sovereign digital infrastructure of the BRICS. The practical significance lies in the possibility of using the results to develop a media integration strategy for the alliance, counteract disinformation and increase audience engagement.

Keywords: BRICS; media resources; media ecosystem; digital integration; TV BRICS; disinformation; interactivity; media convergence

For citation: Kaminskaya T.L. Creating the BRICS media ecosystem as a strategy of communicative dominance. *Humanities and Social Sciences. Bulletin of the Financial University*. 2026;16(1):15-23. DOI: 10.26794/2226-7867-2026-16-1-15-23

ВВЕДЕНИЕ

В современном мире, где геополитический ландшафт испытывает заметные изменения, ослабевает идеологическое доминирование развитых стран Севера. Это ощущается на фоне растущего влияния стран БРИКС, особенно в контексте развития цифровых технологий и медиаресурсов, которые позволяют бороться за все новые аудитории. При этом очевидно, что на фоне изменения геополитического ландшафта современного мира доминирование развитых стран Севера ослабевает и в коммуникативном плане. Исследователями подчеркивается растущая роль БРИКС в мировом медийном процессе, «особенно в контексте развития цифровых технологий, которые трансформируют как международные, так и национальные социокультурные структуры на всех уровнях» [1].

При этом перед альянсом сегодня встают как организационные, так и идеологические вопросы, в решении которых не последнюю роль играют новые медиа. Например, дискутируется вопрос о новом наборе ценностей, поскольку в современном мире поставлены под сомнение либеральные ценности (например, агрессивное продвижение экоповестки, отрицание главенства традиционных ценностей и т.д.). Вокруг чего содержательно БРИКС может строиться? Какие ценности в его основе? Какое место в развитии альянса должны занять медиа? Эти вопросы стоят на повестке дня в медийных и научных публикациях. Исследователями отмечалась необходимость включить «в ценностную базу формируемой информационной среды БРИКС понятия «процветание», «духовность», «мультирасовость», «образование», «трудолюбие», «эстетизм»» [2].

Выработка общей ценностной платформы для БРИКС обсуждается в высших эшелонах власти, чему подтверждением служит Доклад Международного дискуссионного клуба «Валдай», презентованный в апреле 2025 г.¹ В докладе представлен, по сути, лингвистический анализ деклараций всех прошед-

ших саммитов БРИКС с выделением ключевых слов. В данном докладе отмечается расширение ценностной платформы и уточнение формулировок, а именно: «в результате по итогам 2022–2024 гг. можно говорить о семантически устойчивом понимании духа БРИКС, который определяют следующие ценности: взаимоуважение, взаимопонимание, суверенное равенство, солидарность, открытость, инклюзивность, консенсус, а также укрепление сотрудничества и демократия», хотя «кристаллизация продолжается»². Вообще, дискуссия о ценностях — одна из ведущих в современных гуманитарных исследованиях [3], при этом в нее сегодня вовлечены все политические мировые медиадискурсы [4].

Главную роль в создании и продвижении любой идеологии, а также в принятии ключевых решений международного уровня играют медиа. Эффекты медиа для мировой политики попадают в поле зрения экспертов по любой тематике. Так, в отчете 2025 г. о глобальных рисках, подготовленного Всемирным экономическим форумом³, дезинформация отнесена экспертами к четвертому по значимости риску для мировой стабильности в многолетней перспективе (данный риск по роли ставится в один ряд с вооруженными конфликтами и экстремальными погодными катаклизмами), при этом в двухлетней перспективе дезинформация как риск выходит на первое место. В докладе отмечается: «However, the top risk in 2027 is Misinformation and disinformation, for the second year in a row. There are many ways in which a proliferation of false or misleading content is complicating the geopolitical environment. It is a leading mechanism for foreign entities to affect voter intentions; it can sow doubt among the general public worldwide about what is happening in conflict zones; or it can be used to tarnish the image of products or services from another country»⁴.

² Там же.

³ Элснер М., Аткинсон Г., Захиди С. Глобальное исследование восприятия рисков 2024–2025 (GRPS). URL: <https://www.weforum.org/publications/global-risks-report-2025/>

⁴ Там же. Перевод: «Однако главным риском в 2027 году второй год подряд остается дезинформация. Распространение ложного или вводящего в заблуждение контента

¹ Сайт международного клуба «Валдай». URL: <https://ru.valdaiclub.com/events/own/prezentatsiya-doklada-evolyutsiya-tsennostnoy-platformy-briks/>

В этом контексте важно указать на «эффект CNN», которая стала известна во всем мире четверть века назад при трансляции в прямом эфире бомбардировок Ирака. А сегодня речь уже идет о «процессе непрерывной трансляции внешнеполитических событий с контекстом, влияющим на формирование внешней политики государства» [5: 13]. Эффект CNN стал активно обсуждаться в XXI в. в связи с признанием роли Twitter (X)⁵, Facebook⁶ и YouTube в отношении революций «Арабской весны». На политическом уровне «эффект» всех упомянутых медиаресурсов используется как фундамент для оправдания внешних интервенций или для подготовки общества к непопулярным внешнеполитическим решениям власти стран Запада за счет фильтрации информации и ее определенной интерпретации (хотя формально CNN является негосударственной, но зависит от коммерческой и дипломатической поддержки США за рубежом). Многократно отмечалось при этом, что в погоне за сенсацией CNN предьявляет непроверенные, а порой сфальсифицированные факты [6]. Важен не только подбор фактов, но и их интерпретация. Интересны результаты исследований контента CNN в отношении БРИКС. Выявлено, что в новостях CNN БРИКС упоминается не просто как объединение, а с припиской «поддерживаемое Китаем и Россией» [7], либо обязательно упоминается роль России в БРИКС в различных контекстах.

Очевидно, что у медиа есть огромные возможности для продвижения необходимой странам повестки для формирования стереотипов и создания комьюнити. Эти возможности в 1990-е гг. использовал Запад, в частности, обучая журналистов всего мира стандартам западной журналистики (агенты стандартизации).

Сегодня назрела необходимость изменения этой медиаповестки, и особенность БРИКС как важного социального сегмента и цифровой коммуникационной сети с уникальным национальным оттенком

по многим причинам осложняет геополитическую обстановку. Это ведущий механизм влияния иностранных организаций на намерения избирателей; он может посеять сомнения среди широкой общественности по всему миру относительно того, что происходит в зонах конфликтов; или он может быть использован для того, чтобы очернить имидж товаров или услуг из другой страны».

⁵ Социальная сеть признана экстремистской и запрещена на территории Российской Федерации — продукт компании Meta, признанной экстремистской и запрещенной на территории Российской Федерации.

⁶ Социальная сеть признана экстремистской и запрещена на территории Российской Федерации — продукт компании Meta, признанной экстремистской и запрещенной на территории Российской Федерации.

становится их ключевым объектом для изучения влияния на медиaprостранство. Их роль в медиаисследованиях подчеркивается в связи с разнообразием и особенностями медийных систем стран БРИКС, демонстрируя значимость и сложность понимания национальной специфики в глобальном контексте.

ОБЪЕКТ ИССЛЕДОВАНИЯ И МЕТОДЫ ИССЛЕДОВАНИЯ

В поле зрения автора находились медиаресурсы с актуальным обновляемым контентом, освещающие деятельность БРИКС преимущественно в информационных жанрах. В работе применен комплекс научных методов, позволяющих всесторонне проанализировать проблему фрагментации медиaprостранства БРИКС и обосновать пути создания единой медийной экосистемы.

Контент-анализ, направленный на изучение содержания медиаресурсов БРИКС (TV BRICS, BRICS Business Magazine, сайты НКИ БРИКС, Университета БРИКС и др.), позволяет выявить: частоту упоминания ключевых тем и акторов; степень дублирования контента; уровень интерактивности и вовлеченности аудитории; специфику подачи информации в разных языковых версиях.

Сравнительный анализ: сопоставление медиаресурсов стран БРИКС по параметрам: охват аудитории; технологическая доступность (блокировки, требования регистрации); языковое разнообразие; форматы контента (текстовые, видео, мультимедийные); выявление сходств и различий в медийных стратегиях государств-участников.

Кейс-стади (case study) — углубленное изучение отдельных медиапроектов как репрезентативных примеров: TV BRICS (мультязычный портал, партнерская сеть, проекты); BRICS Business Magazine (целевая аудитория, контентная политика); инициативы ИРИ по созданию единой игровой платформы; туристические цифровые сервисы в рамках дорожной карты БРИКС; оценка их потенциала для интеграции в общую экосистему.

Системный подход: рассмотрение медиaprостранства БРИКС как сложной системы с взаимосвязанными элементами (национальные СМИ, цифровые платформы, регуляторные режимы); анализ факторов, влияющих на целостность системы (технологические барьеры; правовые ограничения; содержательные диспропорции).

Анализ документов и открытых данных: изучение официальных материалов (докладов ВЭФ о глобальных рисках (в том числе дезинформации), деклараций саммитов БРИКС, отчетов TV BRICS

о партнерствах и охвате, нормативных актов, регулирующих доступ к платформам в странах БРИКС), извлечение количественных и качественных показателей для аргументации.

Теоретический анализ — осмысление концепций: медиаконвергенции (на основе работ Л. Мановича); цифровых экосистем и их признаков; «эффекта CNN» и роли социальных сетей в политике; «мягкой силы» и медийного влияния; соотнесение теоретических моделей с эмпирическими данными по БРИКС.

Сочетание качественных и количественных методов, а также междисциплинарный ракурс (политология, медиаисследования, цифровые технологии) обеспечивают достоверность выводов и обоснованность предложений по интеграции медиаресурсов БРИКС.

РЕЗУЛЬТАТЫ ИССЛЕДОВАНИЯ

Важным актором в профессиональной медийной коммуникации стал мультиязычный портал TV BRICS (штаб-квартира в Москве), созданный в 2017 г. по инициативе Президента РФ В. В. Путина⁷. Официальную аккредитацию как СМИ эта международная сеть получила во время XVII саммита объединения в Бразилии в 2025 г.

Сегодня его информационное присутствие охватывает более 80 стран, реализуя как двусторонние телепроекты («Время говорить. Россия — Китай»), так и спецпроекты по отдельным темам объединения (например, финансовое сотрудничество стран, женское предпринимательство в странах, космическая индустрия и использование ИИ). Контент сети, состоящий из новостных и аналитических материалов, событий культуры, истории, спорта стран BRICS, а также артикулирующий позицию стран по важнейшим вопросам международной политики, публикуется на русском, английском, китайском и португальском языках, что позволяет охватить значительную часть аудитории и содействует международному культурному и информационному обмену.

По оценке самого ресурса, суммарный технический охват партнерской сети TV BRICS превышает 1,5 млрд пользователей⁸. Однако указанное количество означает лишь технические возможности просмотра и подключения к сети, оно не равно числу вовлеченных в контент.

Тем не менее активное развитие с присоединением новых участников (более 30) характеризует деятельность TV BRICS в последние три года. Можно отметить, например, Indo-Asian News Service из Индии, обладающий широкой сетью корреспондентов в крупнейших городах мира, китайское интернет-СМИ из провинции Цзилинь, а также China Daily Group с англоязычной аудиторией в 330 миллионов человек по всему миру. К ним присоединились и Pretoria News — одна из древнейших южноафриканских газет, и Российский государственный музыкальный телерадиоцентр «Орфей». За последние два года примерно тридцать новых участников вступили в партнерство с TV BRICS, среди которых находились лидеры медиаиндустрии и значительные международные фестивали.

В качестве положительного влияния BRICS на мировой порядок обмена и предоставления информации можно рассматривать и присоединение ряда европейских государств к медиасотрудничеству со странами БРИКС+ в рамках медиасети TV BRICS. Как отмечает сам медиаресурс весной 2025 года, «на данный момент насчитывается 26 присоединившихся стран и около 500 специалистов из разных стран входящих в базу экспертов TV BRICS»⁹.

Цифровое издание — журнал BRICS Business Magazine¹⁰, выходящий на двух языках (русский и английский) с 2012 г., имеет более узкую целевую аудиторию: глобальные инвесторы, бизнесмены и политики. Политику журнала лучше всего описывает его слоган «Объединяя сообщества. Помогая инвесторам. Направляя нации». Помимо экономической аналитики контент издания содержит много новостей из сфер культуры и спорта стран, объединенных рубрикой с показательным названием «Мягкая сила».

Существуют сайты различных структур, не являющиеся СМИ в правовом понимании, но публикующие новостную информацию об объединении. Так, совместный сайт министерств иностранных дел государств — участников БРИКС на пяти языках размещает не менее 20 новостей ежемесячно¹¹, однако заявленная рубрикой аналитика и другие форматы предоставления информации отсутствуют.

⁹ Страны Европы присоединяются к международному информационному обмену через сеть TV BRICS. URL: <https://tvbrics.com/news/strany-evropy-prisoedinyayutsya-k-mezhdunarodnomu-informatsionnomu-obmenu-cherez-set-tv-brics/>

¹⁰ Сайт журнала BRICS Business Magazine. URL: <https://bricsmagazine.com/>

¹¹ Совместный сайт министерств иностранных дел государств — участников БРИКС. URL: <https://infobrics.org/ru/>

⁷ Сайт ТВ БРИКС. URL: <https://tvbrics.com/about/>

⁸ URL: <https://tvbrics.com/about/?ysclid=m8ed1u5nb3784530194>

Стоит упомянуть и незарегистрированный как СМИ медиаресурс Национального комитета по исследованию БРИКС (НКИ БРИКС), созданный в 2011 г., как указано на нем «в целях исполнения утвержденного Президентом Российской Федерации Д.А. Медведевым 24 мая 2011 года плана мероприятий по реализации договоренностей, достигнутых на саммите БРИКС в г. Санья (КНР)»¹². На сайте представлены бюллетени с публикациями о БРИКС в двуязычной версии, список экспертов и экспертных мероприятий по тематике объединения. Надо отметить, что в первые годы существования бюллетени создавались и выкладывались регулярно, чего не скажешь о последних двух годах (за 2024 г. выложено только два, за 2025 г. отсутствуют). При этом в бюллетени попадают новости и аналитика из ограниченного числа медиа (в русскоязычной версии — преимущественно это ТАСС, РИА «Новости», TV BRICS), таким образом, отсутствует контент ведущих российских СМИ.

Нельзя не упомянуть сайт¹³ Университета БРИКС и одноименную группу ВКонтакте, содержащих информацию о международных мероприятиях университета и описание обычаев разных стран альянса. Пока группы в социальных сетях с информацией о БРИКС не являются интерактивными (а просто еще одна площадка для републикации контента с зарегистрированных СМИ) и не имеют большой популярности.

К медиаресурсам можно отнести сайт Международной школы БРИКС¹⁴ (образована в 2017 г.) — образовательный и исследовательский проект с краткосрочными программами обучения для молодежи из стран альянса; школы проводятся на территории России, последняя объявленная на осень 2025 г. — в лагере «Артек».

Все упомянутые медиаресурсы можно отнести к новым медиа, сославшись на автора книг по теории цифровой культуры и новых медиа Льва Мановича, утверждающего, что новые медиа — это любые цифровые платформы, используемые для распространения информации [8]. Таким образом, к новым медиа можно отнести сетевые СМИ, сайты, социальные сети, блоги, мессенджеры и аналогичные приложения.

Важно отметить, что в научных дискуссиях обсуждается вопрос о создании «единого сервиса для

гражданской коммуникации в рамках медиа-поля государств — участников БРИКС+», который бы не позиционировался как аккредитованное СМИ (по типу единой социальной сети), поскольку «наблюдаются существенные трудности с осуществлением информационных, культурных, языковых и иных обменов между гражданами БРИКС+, что обусловлено ограничениями или запретами на использование некоторых социальных, информационных и развлекательных сервисов в той или иной стране, официально входящей в организацию» [9].

Кроме того, Институт развития интернета (ИРИ) выступил с инициативой создать общую площадку БРИКС для видеогр по аналогии с Steam. Как говорится в докладе Института, существующая площадка не может обеспечить всем равные права. «Собственный сервис создаст для участников БРИКС единые правила распространения контента, единую систему маркировки и единое информационное пространство, считают эксперты ИРИ»¹⁵. В условиях мультиязычия стран альянса визуальный язык и анимационные инструменты игр могли бы стать драйвером продвижения инфрмповестки.

Также создание общего цифрового медиаресурса в туризме записано и в дорожной карте сотрудничества стран в этой сфере год назад: об этом опубликована новость на сайте Минэкономразвития РФ¹⁶. Цифровизация и медийная презентация туристических услуг призваны увеличить взаимный турпоток между Россией и другими странами БРИКС (в 2024 г. превысивший 1,5 млн человек).

Помимо содержательной и организационной разобщенности ключевым вызовом для создания медиаэкосистемы БРИКС являются технологические и регуляторные ограничения. В настоящее время глобальное медиaprостранство, используемое для международного обмена, в значительной степени монополизировано западными социальными сетями¹⁷ и китайской платформой TikTok. При этом внутри альянса отсутствует единая цифровая среда для взаимодействия.

Страны БРИКС находятся в неравных условиях доступа к глобальным платформам медиа. В Китае и России западные социальные сети заблокированы;

¹⁵ В России предлагают создать аналог Steam для стран БРИКС. URL: <https://www.kommersant.ru/doc/7564172?query=%D0%91%D1%80%D0%B8%D0%BA%D1%81>

¹⁶ Страны БРИКС создадут платформу цифровых решений. URL: https://economy.gov.ru/material/news/strany_briks_sozdadut_platformu_cifrovyh_resheniy_v_sfere_turizma.html

¹⁷ Продукты Meta*, признанные в Российской Федерации экстремистскими.

¹² Сайт национального комитета по исследованию БРИКС. URL: <https://www.nkibrics.ru/pages/about>

¹³ Сайт университета БРИКС. URL: <https://xn-90aogwh.xn-plai/>

¹⁴ Сайт школы БРИКС. URL: <https://bricsschool.ru/about>

функционал TikTok в Российской Федерации также ограничен. В то же время масштабные национальные цифровые экосистемы Китая (такие как WeChat, Weibo) и России (VK, OK) практически недоступны для пользователей из других стран объединения в силу требований обязательной регистрации через национальные сервисы (например, «Госуслуги») или привязки к локальным SIM-картам. В результате медиа-акторы и аудитория таких стран, как ЮАР, Бразилия, Индия и др., вынуждены ориентироваться преимущественно на западные платформы, что создает асимметрию и препятствует формированию общего коммуникационного поля.

Проблема усугубляется наличием взаимных блокировок интернет-ресурсов. Как показала практика, некоторые новостные сайты и медиаплатформы государств-участников недоступны на территории Российской Федерации без использования инструментов обхода ограничений, что дополнительно фрагментирует информационное пространство альянса.

ОТ ФРАГМЕНТАРНЫХ МЕДИАРЕСУРСОВ К ЕДИНОЙ ЭКОСИСТЕМЕ БРИКС: ВЫЗОВЫ И ПУТИ ИНТЕГРАЦИИ

Таким образом, пока медиапространство БРИКС представляет собой сумму медиаресурсов, зачастую с частично дублирующимся новостным контентом, поскольку в рамках упомянутых выше проектов каждая страна альянса имеет возможность представить свои новости. Кроме того, материалы большинства объединенных медиаресурсов пока располагаются только в русскоязычных социальных сетях, что свидетельствует о низком проникновении в медиапространства стран. При этом часть упомянутых ресурсов не заполняют объявленные на собственных сайтах рубрики и не выполняют объявленные ими информационные задачи.

Говоря об организационной медийной модели объединения, на наш взгляд, необходимо объединение всех существующих и запланированных цифровых тематических ресурсов про БРИКС (в том числе не только собственно журналистских, но и образовательных, туристических, корпоративных) в медийную экосистему.

Сегодня экосистема — современный тренд бизнеса и маркетинга, не обошел стороной и структурную перестройку новых медиа [10]. Одной из базовых тенденций развития медиаиндустрии и признаков экосистемы является медиаконвергенция, начавшаяся во второй половине 1990-х гг. с момента создания Интернет-версий СМИ. Данный процесс тесно связан

с освоением информационных технологий следуя принципу кросс-медийности, где при производстве определенного контента его распространяют на различных медиа-платформах. При этом происходят объединение и другие преобразования внутри медиакомпаний, сопровождающиеся новыми требованиями к подготовке контента и изменениями организационной структуры. В процессе медиаконвергенции происходит объединение различных СМИ на основе одной интернет-платформы. Такая синергия позволяет использовать одновременно текстовый, графический, видео- и аудиоформаты при подаче материала. В конечном счете, при слиянии различных видов СМИ на базе одной интернет-платформы появляются мультимедиа. Медиаконвергенция представляет собой «интеграцию коммуникативных технологий в единый информационный ресурс, предлагая постоянно новые варианты продукта. Не всегда под понятием «конвергенция» подразумевается только слияние, сюда можно отнести и взаимопроникновение технологий, впоследствии происходит стирание границ между ними» [10].

Также одним из показателей медийного движения к экосистемам стало увеличение интерактивного медиаконтента. Статичный контент не подвергается изменениям после публикации, в то время как интерактивный — динамичен и требует, чтобы аудитория участвовала в его создании. Повышение интерактивности медиаресурсов БРИКС с вовлечением аудитории в создание и распространение контента — еще один вектор развития данной экосистемы.

Тема информационных экосистем особенно актуальна для России, поскольку наша страна — одна из немногих, где сформированы мощные национальные экосистемы, представляющие конкуренцию глобальным игрокам на рынке, что связано с масштабной востребованной обществом цифровизацией услуг. Исследовательское агентство Spektr, мониторящее рынок экосистем с 2020 г., представило крупнейшие российские цифровые экосистемы в 2025 г.¹⁸ Данное исследование демонстрирует стабильность лидеров: «В топ-5 остаются Сбер и Яндекс (лидеры по охвату и наполнению основных b2c-направлений), VK, МТС и Т-Банк. На рынке развиваются молодые экосистемы (например, Инго), среди активных игроков — маркетплейсы (Wildberries, Ozon), хотя их непрофильное развитие пока в основном сводится к финансовым сервисам»¹⁹.

¹⁸ Исследование: крупнейшие российские цифровые экосистемы 2024–2025. URL: <https://spektr.team/tpost/g8cbrog511-issledovanie-krupneishie-rossiiskie-tsif>

¹⁹ Там же.

Россия могла бы стать драйвером создания информационной экосистемы БРИКС. При этом фундаментальным условием для построения глобальной медиаэкосистемы БРИКС является преодоление технологических барьеров. Первоочередные действия могут включать:

1. Снятие взаимных ограничений на доступ к официальным медиаресурсам стран-участниц.

2. Разработку и продвижение interoperable-решений или единой суверенной платформы, обеспечивающей беспрепятственное взаимодействие пользователей и медиа внутри блока без зависимости от сторонних инфраструктур.

С точки зрения содержательных трансформаций медиаконтента очевидна необходимость мобилизации исторического опыта с его переводом в медиаформаты. Например, актуализировать совместную поддержку России и Китая в годы Второй мировой войны (юбилейные события, связанные с совместным прошлым стран, всегда представляют базу для политической интерпретации).

Что касается интерактивности, то в социальных сетях можно было бы организовывать различные акции и флэшмобы, разыгрывая символическую продукцию с логотипами стран. Вовлечение аудитории тематических медиаресурсов может включать в себя гастрономические онлайн-фестивали, танцевальные флэшмобы и различные акции, связанные с освоением культурных практик стран альянса, привлечение амбассадоров из числа известных блогеров стран с рассказами о культуре, традициях, привлекательных для туристов объектах.

РЕЗУЛЬТАТЫ ИССЛЕДОВАНИЯ

В статье последовательно анализируются ключевые аспекты фрагментации медиапространства БРИКС, и на этой основе формулируются выводы о путях его консолидации; проведена систематизация дискуссионных позиций и интерпретированы полученные результаты.

1. Фрагментация медиаресурсов как системная проблема

Выявлено, что медиапространство БРИКС представляет собой сумму разрозненных ресурсов, а не единую экосистему. Основные проявления: дублирование контента между платформами; низкая интерактивность (отсутствие механизмов вовлечения аудитории в создание контента); ограниченная кросс-языковая доступность (многие материалы представлены только на русском или английском).

Такая разобщенность снижает совокупный медийный вес альянса и затрудняет продвижение общей ценностной повестки.

2. Технологические барьеры интеграции

Установлено неравенство доступа стран-участниц к глобальным платформам: блокировка западных соцсетей в Китае и России; ограничения на использование TikTok в Российской Федерации; недоступность национальных экосистем (WeChat, VK) для пользователей из других стран БРИКС из-за требований локальной регистрации.

Отмеченные барьеры создают асимметрию, препятствуя формированию общего коммуникационного поля. Без преодоления технологических ограничений любая интеграционная инициатива останется фрагментарной.

3. Потенциал TV BRICS как ядра экосистемы

Портал демонстрирует рост: охват >1,5 млрд пользователей, 30+ партнеров, мультиязычность (русский, английский, китайский, португальский). Реализованы кросс-культурные проекты («Время говорить. Россия — Китай»), спецпроекты по финансам, ИИ, космосу). При этом технический охват не равен реальной вовлеченности: число активных пользователей остается неясным.

Запущенная TV BRICS может стать основой экосистемы, но требует усиления интерактивности и расширения партнерской сети за пределы текущих стран-участниц.

4. Роль России как драйвера трансформации

Обоснована возможность России выступить инициатором создания единой медиаэкосистемы благодаря опыту построения национальных цифровых экосистем (Сбер, Яндекс, VK); наличию технологических компетенций и инфраструктуры. Российская модель цифрового суверенитета (с учетом ограничений и вызовов) может быть адаптирована для БРИКС при условии учета специфики других стран-участниц.

5. Содержательные и организационные вызовы

Отсутствие единой ценностной платформы: дискуссии о «наборе ценностей» БРИКС продолжаются (в том числе в докладе клуба «Валдай»). Неполнота реализации заявленных медиапроектов: например, сайт министерств БРИКС публикует новости, но не обеспечивает аналитику; бюллетени НКИ БРИКС нерегулярны. Для консолидации медиапространства необходима не только технологическая, но и идеологическая синхронизация. Это требует выработки общих нарративов и стандартов контента.

6. Перспективные форматы интеграции

Предложены альтернативные модели: единая суверенная платформа (аналог Seam для видеоигр);

interoperable-решения (совместимость существующих ресурсов); тематические экосистемы (туризм, образование). Выбор модели зависит от политической воли стран-участниц и готовности к компромиссам в регуляторной сфере.

7. Глобальный контекст и риски

Подчеркнута угроза дезинформации как ключевого риска для мировой стабильности (по данным ВЭФ). Отмечена роль западных медиа («эффект CNN») в формировании односторонних нарративов. Фактически создание экосистемы БРИКС — не только технологический, но и геополитический проект, направленный на снижение зависимости от внешних информационных потоков.

ВЫВОДЫ

Фрагментация медиапространства БРИКС носит системный характер и требует комплексного решения. Технологические барьеры могут быть преодолены через создание единой платформы или interoperable-решений. TV BRICS обладает потенциалом, но нуждается в модернизации. Россия способна выступить драйвером интеграции, однако успех зависит от согласования интересов всех стран-участниц. Ключевой вызов — выработка общей ценностной платформы и стандартов контента, без которых любая техническая интеграция останется поверхностной.

БЛАГОДАРНОСТИ

Статья подготовлена по результатам исследований, выполненных за счет бюджетных средств по государственному заданию Финансовому университету при Правительстве Российской Федерации в 2026 г. № ФИ-20 «Разработка новых концептуальных подходов к оценке и обеспечению устойчивости политических систем с учетом современных глобальных вызовов».

ACKNOWLEDGEMENTS

The article is based on the results of research carried out at the expense of budgetary funds under the state assignment of the Financial University under the Government of the Russian Federation in 2026 № FI-20 “Development of new conceptual approaches to assessing and ensuring the sustainability of political systems, taking into account modern global challenges”.

СПИСОК ИСТОЧНИКОВ

1. Валулина Е.В. Эффективные методики медиаобразования: опыт работы медиацентров в разных странах. *Знак: проблемное поле медиаобразования*. 2024;3(53):15–22. DOI: 10.47475/2070-0695-2024-53-3-15-22
2. Карпович О.Г., Герасимова Ю.И. БРИКС в контексте современных международных информационных процессов. *Проблемы постсоветского пространства*. 2022;9(2):191–203. DOI: 10.24975/2313-8920-2022-9-2-191-203
3. Ворожихин В.В., Ларионова Е.И., Юрьева А.А. Система ценностей в инновационном развитии стран. *Гуманитарные науки. Вестник финансового университета*. 2025;15(4):6–22. DOI: 10.26794/2226-7867-2025-15-4-6-22
4. Зверева Е.А., Каминская Т.Л., Шестерина А.М. Событийный медиадискурс «ситуация с телеграм» в аспекте национальных ценностей. *Вопросы теории и практики журналистики*. 2024;13(4):683–709. DOI: 10.17150/2308-6203.2024.13(4).683-709
5. Быков Д.В. «Эффект CNN» и его влияние на внешнюю политику и общество. *Культура и образование*. 2017;1(24)22–28. URL: <https://elibrary.ru/yuluhh>
6. Шахбазян М.А., Кидакова З.Ш., Горбуненко А.Ф. Медийные стратегии современного мира: Материалы VIII Международной научно-практической конференции (Сочи, 1–3 ноября 2014 г.). Краснодар: Кубанский государственный университет, Институт медиаисследований; 2014. URL: <https://elibrary.ru/vcbuuz>
7. Манович Л. Язык новых медиа. Москва: АД МАРГИНЕМ ПРЕСС; 2018: 400.
8. Бобовская В.А. БРИКС+: перспективы создания единого сервиса гражданской коммуникации. В сб.: Политическая наука в эпоху глобальных перемен: теория и практика. Санкт-Петербург; 2025:222–224. URL: https://pureportal.spbu.ru/files/140723566/elibrary_82112405_32771584.pdf?ysclid=mj8n7buxkw965124135
9. Каминская Т.Л., Молодцов И.Н. Экосистема как новая бизнес-модель для медиа. *Вестник Воронежского государственного университета. Серия: Филология. Журналистика*. 2023;3:115–119. URL: <https://elibrary.ru/vceyuj>
10. Пряникова А.В. Конвергенция медиа: опыт и перспективы развития российских СМИ. *Коммуникология: электронный научный журнал*. 2022;3:8–18. URL: <https://elibrary.ru/tmpghl>

REFERENCES

1. Valulina E.V. Effective methods of media education: The experience of media centers in different countries. *Znak: problemnoe pole mediaobrazovaniya = The sign: A problematic field of media education*. 2024;3(53):15–22. (In Russ.). DOI: 10.47475/2070-0695-2024-53-3-15-22
2. Karpovich O.G., Gerasimova Yu.I. BRICS in the context of modern international information processes. *Problems of the post-Soviet space*. 2022;9(2):191–203. (In Russ.). DOI: 10.24975/2313-8920-2022-9-2-191-203
3. Vorozhikhin V.V., Larionova E.I., Yuryeva A.A. Value system in the innovative development of countries. *Humanities and Social Sciences. Bulletin of the Financial University*. 2025;15(4):6–22. (In Russ.). DOI: 10.26794/2226-7867-2025-15-4-6-22
4. Zvereva E.A., Kaminskaya T.L., Shestina A.M. Event media discourse “the situation with telegram” in the aspect of national values. *Questions of the theory and practice of journalism*. 2024;13(4):683–709. (In Russ.). DOI: 10.17150/2308-6203.2024.13(4).683-709
5. Bykov D.V. “The CNN effect” and its impact on foreign policy and society. *Culture and education*. 2017;1(24)22–28. URL: <https://elibrary.ru/yuluhh> (In Russ.).
6. Shakhbazyan M.A., Kidakova Z. Sh., Gorbunenko A.F. Media strategies of the modern world: Proceedings of the VIII International Scientific and Practical Conference (Sochi, November 1–3, 2014). Krasnodar: Kuban State University, Institute of Media Studies; 2014. URL: <https://elibrary.ru/vcbuuz> (In Russ.).
7. Manovich L. The language of new media. Moscow: AD Marginem Press; 2018: 400. (In Russ.).
8. Bobovskaya V.A. BRICS+: Prospects for creating a unified civil communication service. In: *Political Science in the Era of Global Change: Theory and Practice*. Saint Petersburg; 2025:222–224. URL: https://pureportal.spbu.ru/files/140723566/elibrary_82112405_32771584.pdf?ysclid=mj8n7buxkw965124135 (In Russ.).
9. Kaminskaya T.L., Molodtsov I.N. Ecosystem as a new business model for media. *Bulletin of Voronezh State University. Series: Philology. Journalism*. 2023;3:115–119. URL: <https://elibrary.ru/vecygi> (In Russ.).
10. Pryanikova A.V. Convergence of media: Experience and prospects of development of the Russian mass media. *Kommunikologiya: electronic scientific journal*. 2022;3:8–18. URL: <https://elibrary.ru/tmpghl> (In Russ.).

ИНФОРМАЦИЯ ОБ АВТОРЕ / ABOUT THE AUTHOR

Татьяна Леонидовна Каминская — доктор филологических наук, доцент, профессор, кафедра массовых коммуникаций и медиабизнеса факультета социальных наук и массовых коммуникаций, Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации, Москва, Российская Федерация; заведующая кафедрой журналистики, Новгородский государственный университет им. Ярослава Мудрого, Великий Новгород, Российская Федерация

Tatiana L. Kaminskaya — Dr. Sci. (Philology), Assoc. Prof., Prof., Department of Mass Communications and Media Business, Faculty of Social Sciences and Mass Communications, Financial University under the Government of the Russian Federation, Moscow, Russian Federation; Head of the Department of Journalism, Yaroslav-the-Wise Novgorod State University, Veliky Novgorod, Russian Federation

<https://orcid.org/0000-0002-8371-787X>

tlkam1@mail.ru, tlkaminskaya@fa.ru

Конфликт интересов: автор заявляет об отсутствии конфликта интересов.

Conflicts of Interest Statement: The author has no conflicts of interest to declare.

Статья поступила 26.09.2025; после рецензирования 01.12.2025; принята к публикации 16.12.2025.

Автор прочитала и одобрила окончательный вариант рукописи.

The article was submitted on 26.09.2025; revised on 01.12.2025 and accepted for publication on 16.12.2025.

The author read and approved the final version of the manuscript.