

- чество, профессия, индустрия. Сборник материалов международной научно-практической конференции. – М.: МедиаМир; Факультет журналистики МГУ имени М.И. Ломоносова, 2017. – С. 141–142.
4. Лукина, М.М., Фомичева И.Д. **СМИ в пространстве Интернета**. – М.: Факультет журналистики МГУ им. М.В. Ломоносова, 2015. – 80 с.
 5. Медиафера Беларуси: социологический аспект [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://iac.gov.by/sbornik/Mediasfera_Belarusi.pdf
 6. Рейман, Л.Д. Информационное общество и роль телекоммуникаций в его становлении // Вопросы философии. – 2001. – № 3. – С. 54

Валерий Толкачёв

Белорусский государственный университет

СОВРЕМЕННОЕ ИНФОРМАЦИОННОЕ ПРОСТРАНСТВО И ЕГО ВОЗДЕЙСТВИЕ НА СОЦИУМ

Все мы живём, действуем и развиваемся в пространстве. Пространство безгранично. Мы развиваемся только тогда, когда понимаем принципы развития пространства и его взаимодействия со временем. Взаимодействуя с окружающей реальностью, мы своевременно улавливаем изменения, происходящие в глобальном, геополитическом, социальном и информационном пространстве, и определённым образом реагируем на них. Действия в пространстве следует правильно интерпретировать и воспринимать как количественные и качественные изменения (закон перехода количества в качество), накопление и воспроизведение новых знаний, умение их обобщать и анализировать. Мы должны научиться улавливать и понимать новые технологии (образовательные, информационные, социальные и т. д.). Таким образом мы будем формировать современное мировоззрение, развивать креативное, критическое мышление, синтезируя новые образы и модели. Этим самым мы будем содействовать прогрессу общества через подготовку новых, современно мыслящих кадров высокой квалификации, способных действовать грамотно, самостоятельно, ответственно. Такие действия будут, несомненно, носить стратегический геополитический характер, поскольку будут воздействовать не только на конкретное общество, но и на общецивилизационные процессы.

В современных условиях информация способна активизировать сознание массовой аудитории посредством новых технологий, не только идейно объединяя людей, живущих далеко друг от друга, но и, используя технические и технологические конструкции, предоставлять им

возможность непрерывно общаться друг с другом, не считаясь с временными и таможенными барьерами. СМИ, обладая исключительными возможностями в сфере информационного общества, непрерывно воздействуя на массовое сознание, играют исключительную роль в создании наших представлений об окружающем пространстве. Выступая в качестве особой силы, способной сплотить или разъединить общество, создать благоприятные предпосылки для его развития, СМИ приобретают новое информационно-коммуникативное качество, которое можно назвать глобальным по степени проникновения во все сферы жизни общества или отдельных социальных групп.

Современное информационное пространство сегодня можно образно связать с понятием «информационный взрыв». Суть его заключается в резко возросшем потоке самых разнообразных сообщений, имеющих свойство расширяться, дополняться и увеличиваться с невероятной быстротой и количественным повторением. Можно с уверенностью говорить о том, что сегодня человечество оказалось не в состоянии «переварить», осмыслить, усвоить, а самое главное – качественно применить тот объём разнообразной информации, который само же и создало.

Современная информационная среда в информационно развитых странах состоит из двух корпоративно объединённых и взаимодействующих тенденций: концентрация капитала, вложенного в медиа-группы – в национальном масштабе, и создание международных медиаконцернов, объединяющих информационные предприятия нескольких стран. Стратегия информационного развития в условиях глобализации и межгосударственных объединений состоит в том, что происходит слияние и взаимопроникновение медиапредприятий (создание государственных медиаобъединений и коммерческих медиахолдингов) не только в области СМИ, но и в банковской, страховой, туристической и других сферах. Задача подобных объединений состоит не только в том, чтобы обеспечить стабильные многомиллиардные доходы, но и внедриться в сложный процесс конвергенции политических, экономических и социальных интересов (выборы президента США, проходившие в июне-ноябре 2016 года, как раз и продемонстрировали эту тенденцию). Аналогичные процессы происходят или будут происходить в ближайшее время в ряде стран Европы, Азии, Ближнего Востока, в том числе и в России.

Современное информационное пространство представляет собой не только сложную, многоярусную структуру, нацеленную в том числе и на решение задач создания и распространения информации, но и

многопрофильный процесс, связанный с формированием политической, экономической, культурной и научной элиты, скрытым взаимодействием с крупным бизнесом, повышения заинтересованности собственника в сотрудничестве и поддержке информационной сферы и т. д. Складывающиеся новые, порой не всеми просчитанные и понятые отношения на этом игровом поле, предполагают изменение привычных схем и устоявшихся старых подходов к пониманию СМИ, как единоличных рупоров и глашатаев в информационном поле, избегания дискуссий и острых, злободневных проблем и тем меняются и будут неизбежно меняться на плюрализм мнений и взглядов, многополярность суждений и подходов.

Глобализация информационного процесса неизбежно приведёт к аккумуляции демократических тенденций, повышению уровня многообразности и многовекторности, росту внимания политических и общественных институтов к информационной сфере. Проблема такой «унификации» СМИ как новой информационной модели, отвечающей уровню современного развития социума и вызванной значительным увеличением объёма информационного потока, будет выдвигаться на одно из ведущих мест в освоении информационного пространства.

В условиях глобализации и постепенного исчезновения существовавших межгосударственных барьеров не менее важной будет проблема сохранения национального информационного пространства. Решение её, на наш взгляд, будет возможным не только путём законодательного обеспечения, но и осознанием самой журналистикой важности следования традициям своих стран, историческим условиям развития, сохранению социально-этнической преемственности.

Сегодня для формирования у общества интереса к СМИ необходимо учитывать не только традиционные, устоявшиеся формы их взаимодействия с аудиторией, но и определённые трансформации и алгоритмы изменяющихся реалий. Следует обращать серьёзное внимание на воздействие менталитета титульной нации на типологические проявления, сформировавшиеся под воздействием местных культурных традиций, морально-этических норм и ценностей.

Таким образом, понимая современное информационное пространство как неизбежный компонент современности, как среду распространения информации в социуме, находящуюся под влиянием политических, экономических, культурных, технологических и других факторов, следует представлять, что последствия его постоянного глобально-геополитического изменения зависят от условий исторического развития

страны, особенностей её законотворческой деятельности, активного участия журналистов в формировании массового сознания. Вместе с тем, следует не забывать, что не менее важным является также сохранение особенностей национального информационного пространства в рамках отдельно взятого государства.

Литература

1. Прохоров, Е.П. Введение в теорию журналистики: учебник для студентов вузов, обучающихся по направлению и специальности «Журналистика» / Е.П. Прохоров. – 5-е изд., испр. и доп. – М.: Аспект Пресс, 2003. – 367 с.
2. Спонвиль, Андре Конт. Философский словарь / Андре Спонвиль. – М., 2016. – 1016 с.
3. Фихтелиус, Эрик Новости. Сложное искусство работы с информацией / Эрик Фихтелиус; пер. со швед. В. Менжун. – М.: МедиаМир, 2008. – 200 с.
4. Фукуяма, Ф. Конец истории и последний человек / Фрэнсис Фукуяма; пер. с англ. М.Б. Левина. – М.: АСТ, Полиграфиздат, 2010. – 588 с.

Ирина Толстик

Институт экономики НАН Беларуси

ИНФОРМАЦИОННОЕ ПРОСТРАНСТВО ИНТЕГРАЦИОННЫХ ОБРАЗОВАНИЙ КАК ОКРУЖЕНИЕ ИНФОРМАЦИОННОГО РЫНКА В УСЛОВИЯХ РАВЕНСТВА СУВЕРЕНИТЕТОВ

Информационное пространство постсоветской интеграции справедливо квалифицировать как окружение создающегося информационного рынка. Понятие последнего объединяет в себе различные сектора, включая медиасектор.

Новым стимулом для оптимизации информационной стратегии на этом пути, а вместе с ней и подходов к реализации суверенитетов, явилось образование Евразийского экономического союза (ЕАЭС). Идею о развитии евразийского информационного пространства с перспективой трансформации союза в более прочное и глубокое объединение, как, к примеру, Евросоюз, если это будет возможно, в свое время высказал казахский эксперт, сопредседатель Евразийской экспертной сети Болат Байкадамов [1]. Вообще для формирования единого информационного поля очень много делает Казахстан, лично Дарига Назарбаева. В свое время заместитель председателя верхней палаты парламента России Ильяс Умаханов в ходе III Международного форума «Евразийская эко-