

2. Ворошилов, В. В. Менеджмент СМИ: учеб. пособие для вузов / В. В. Ворошилов. – М.: Издательство Михайлова В. А., 2008. – 148 с.
3. Айрис, А. Управление медиа-компаниями: реализация творческого потенциала / Аннет Айрис, Жак Бюген; пер. с англ. Ю. А. Константинова, Д. И. Эркенова. – М.: Издательский дом «Университетская книга»: АНО «ШКИМБ», 2010. – 560 с.

Алексей Елфимов, Вадим Елфимов
Белорусский государственный университет

АКТУАЛЬНЫЕ ЗАДАЧИ ФОРМИРОВАНИЯ ЕДИНОГО ИНФОРМАЦИОННОГО ПРОСТРАНСТВА ЕВРАЗИЙСКОГО СОЮЗА (ЕАЭС)

Формирование единого информационного пространства в рамках интеграционных проектов, в которых участвует Беларусь, и, в первую очередь, самого обширного из них, ЕАЭС, является наиболее перспективным направлением информационной стратегии белорусского государства.

Ухудшающаяся международная обстановка, глобальное информационное противостояние, переходящее в информационные войны, делают острее потребность в выработке такой информационной стратегии Республики Беларусь, которая была бы адекватна этим вызовам. Политические и медиасубъекты постсоветского пространства теперь не могут работать только в режиме реагирования, они должны перейти на упреждающий режим. Если такой информационной стратегии, скажем, у государств Евразийского экономического союза, вместе или по отдельности, не будет, то не будет для них и исторической перспективы.

Идея всегда выдвигается индивидуумом именно как чистая идея, но, овладевая массами, она материализуется. СМИ лишь ретранслируют идеи в массы. Следовательно, всегда есть некий «социальный заказ» на идеи, и государство должно формировать этот заказ как самостоятельно, так и вместе со своими союзниками, если не хочет, чтобы это делал кто-нибудь другой. Должен быть и интегрированный евразийский заказ на интеграцию. По словам Главы белорусского государства, обеспечение национальной безопасности невозможно без надежной защиты от деструктивных информационных атак, которые стали средством вмешательства во внутренние дела суверенных государств. «Подобные диверсии наносят невосполнимый ущерб, так как их целью является сознание людей. Зомбированные граждане – это чужие среди своих», – сказал Александр Лукашенко [1].

Наступательность информационной стратегии не означает только активизацию контрпропаганды, повышение качества контента или адресное воздействие на важные социальные группы. Все это может оказаться бесполезным, если национальная медиасфера будет не способна формировать на внутреннем рынке собственные информационные потоки в масштабе, хотя бы приблизительно сравнимом с влиянием на этом же рынке глобальных медиа-игроков. Подобный масштаб потоков можно организовать лишь на межправительственном уровне, объединив медиасферы других стран и их потенциалы на растущих просторах постсоветской интеграции.

Если этого объединения медиасфер не произвести сейчас, завтра информационное поле ни одной из бывших советских республик уже не будет ни суверенным, ни национальным. И интегрированным ему не быть – оно будет просто западным. И это будет означать утрату информационной самостоятельности. Белорусская молодежь потянулась к новостям, но отечественная новостные операторы не откликнулись вовремя, и она уходит на глобальные новостные площадки, только интегрированные в рамках Запада, а не ЕАЭС. И в этом нет никакого особого умысла Запада, а есть только пассивность белорусских и других евразийских медиа-интеграторов.

Информацию с западных площадок молодежь получает соответствующую – прозападную. При этом влияние западных сетей огромно, а ответственности они не несут никакой. Так у Facebook почти 2 млрд пользователей, но данная «социальная сеть» не берет на себя социальной либо юридической ответственности. «С точки зрения существующего законодательства Facebook обладает иммунитетом от любого юридического преследования, – отмечает американский эксперт Карен Норт. – Они всего лишь трансляторы созданного юзерами, они сами не создают никакого контента. Публикация с помощью Facebook – не правонарушение» [2]. По сути, западные соцсети являют собой не только информационные, но и юридические «серые зоны», где без каких-либо последствий для оператора может передаваться любой, даже самый вредоносный контент.

Интернет нельзя закрыть, и остается один способ – на его полях организовывать свои собственные потоки информации, а затем объединять их, создавая открытый, но вполне самостоятельный евразийский сектор «мировой сети».

Общими характеристиками для адресатов всех категорий и возрастов являются их когнитивные (сознательные) характеристики, которые

не зависят от возраста, а даны природой либо социальным опытом. Это – способность к самостоятельному мышлению, критическому анализу, к выдвижению контраргументов, социализация, принадлежность к определенной культуре, запас знаний и жизненного опыта. Все эти качества есть у белорусской молодежи, и, значит, стоит на них рассчитывать в новостной политике СМИ. Более того, не рассчитывать на собственную молодежь – значит, лишать свою страну будущего.

Новизна может означать и новые проекты, и новый смысл, понятный для молодежи, проектов прежних, уже зарекомендовавших себя. Таким новым молодежным проектом должна стать и евразийская интеграция. Сегодня, в условиях формирования единого информационного пространства Союзного государства и Евразийского экономического союза, все актуальней задача по обеспечению интенсивного обмена идеями между экономически и политически активными группами наших обществ. ЕАЭС – это четыре свободы: свобода перемещения товаров, услуг, капиталов и человеческих ресурсов. Но необходимо обеспечить и пятую свободу – обмена идеями.

В Государственной программе развития цифровой экономики и информационного общества на 2016–2020 гг., утвержденной Постановлением Совета Министров Республики 23.03.2016 (№ 235), информационное общество определяется как «современный этап развития цивилизации с доминирующей ролью знаний и информации» [3].

Тенденция к интернационализации информации неизбежно ведет к интернационализации аудитории, а значит, и к интернационализации средств передачи, в первую очередь самых передовых – цифровых.

Когда идет речь о формировании единого постсоветского информационного пространства необходимо иметь целью, прежде всего, ЕАЭС. Этот Союз совмещает в себе два фактора. Во-первых, евразийское пространство самое большое по территории, следовательно, даст наибольший прирост аудитории. Во-вторых, будучи созданным в 2015 г., ЕАЭС – самый молодой и перспективный интеграционный проект, ибо пользуется сегодня активной поддержкой политических элит.

Информационно-интеграционный потенциал членов Евразийского союза огромен настолько, что, при объединении, он моментально обретет глобальное значение и, несомненно, составит конкуренцию всему Западу. Это видно уже сейчас хотя бы по базисным, связанным лишь с экономикой, но четким информационным показателям. По данным The Boston Consulting Group (BCG), доля цифровой экономики (веб-или интернет-экономика) в мировом ВВП составляет сейчас 5,5 %. На

пространстве ЕАЭС доля цифровой экономики в ВВП составляет около 2,8 %, или 85 млрд долл. США [4, с. 4]. Иными словами, информационная составляющая евразийских стран уже неплохо развита, и при этом имеет огромный потенциал роста. По оценкам Roland Berger (2015 г.) цифровая трансформация и без того уже перенасыщенной информацией европейской промышленности может создать к 2025 г. ценность в объеме 1,25 трлн евро. Если учесть, что нынешняя насыщенность евразийских экономик информацией пока в 2 раза меньше, а емкость евразийского рынка в десятки раз больше Европы, то при благоприятном стечении обстоятельств единое информационное пространство ЕАЭС может создать к тому же 2025 г. новую ценность в 2–3 раза больше 1,25 трлн евро, т. е. 5 трлн евро. Данный вывод содержится в Информационно-аналитическом отчете Евразийской экономической комиссии, опубликованном в январе 2017 г. [4, с. 5].

Строительством Единого информационного пространства (ЕИП) – следующий этап развития ЕАЭС, который последует после окончательного становления уже функционирующего Единого экономического пространства союза (ЕЭП). Таким образом, по-настоящему перспективным направлением информационной стратегии Республики Беларусь на внешнем контуре является строительство единого информационного пространства Евразийского союза. И не только потому, что евразийские масштабы огромны и обещают глобальную перспективу и подлинную информационную самостоятельность, но и потому что ЕИП вовлекает в процесс интеграции самую активную и перспективную части социума – молодежь, для которой будущее ЕАЭС станет ее настоящим.

Литература

1. СМИ надо быть более ответственными и объективными в подаче информации – Лукашенко [Электронный ресурс] // БЕЛТА. – 2017. – Режим доступа : <http://www.belta.by/president/view/smi-nado-byt-bolee-otvetstvennymi-i-objektivnymi-v-podache-informatsii-lukashenko-243958-2017/>. – Дата доступа : 01.06.2017.
2. EuroNews, 2017.04.27 – Violent crime-videos pile pressure on Facebook [Electronic resource] / EuroNews. Official sight. – 2017. – Mode of access : <http://ru.euronews.com/2017/04/27/violent-crime-videos-pile-pressure-on-facebook>. – Date of access : 19.06.2017.
3. Государственная программа развития цифровой экономики и информационного общества на 2016–2020 годы, утв. Постановлением Совета Министров Республики Беларусь 23.03.2016 № 235 [Электронный ресурс]. – 2017. – Режим доступа : <http://www.government.by/upload/docs/file4c1542d-87d1083b5.PDF>. – Дата доступа : 02.06.2017.

4. Анализ мирового опыта развития промышленности и подходов к цифровой трансформации промышленности государств-членов ЕАЭС, Москва, январь 2017 г. // Информационно-аналитический отчет Евразийской экономической комиссии. – М., 2017. – 42 с.

Пятро Жаўняровіч

Беларускі дзяржаўны ўніверсітэт

РЭДАКТАРСКІЯ ЗМЭНЫ Ў «ЗВЯЗДОЎСКОЙ» (1979 г.) ПУБЛІКАЦЫІ УЛАДЗІМІРА КАРАТКЕВІЧА

Імя Уладзіміра Караткевіча ўпершыню было згадана на старонках «Звязды» 4 лютага 1958 г. у матэрыяле Пятра Глебкі і Янкі Казекі «Ці гэтага чакаў малады паэт?», калі ўзнікла важкая патрэба засцерагчы маладога пісьменніка ад беспадстаўных нападкаў тагачаснага галоўнага рэдактара аршанскай раённай газеты «Ленінскі прызыў» (падрабязней пра гэта гл. нашу публікацыю «Як “Звязда” падтрымала Уладзіміра Караткевіча» [2]). У 1970-я гг. У. Караткевіч прапанаваў газеце два матэрыялы.

Цікавы па змесце і з гледжання рэдактарскага аналізу твор «З вадой і без вады», надрукаваны ў літаратурнай форме ліста 15 ліпеня 1979 г. Перадусім таму, што матэрыял уздымае зладзённую на той час праблему ўстойлівага водазабеспячэння Мінска і напісаны ў жанры фельетона, які сёння практычна знік са старонак друкаваных выданняў. Архіўныя матэрыялы даюць мажлівасць выявіць, якім чынам тагачасныя рэдактары падышлі да тэксту, што ў ім было ліквідавана і з якой прычыны.

Звяртае на сябе ўвагу скарачэнне ліста больш чым у тры разы (арыгінал – 14 155 знакаў, публікацыя – 4 258). Гэта можа тлумачыцца тым, што ў рэдакцыі, відаць, палічылі мэтазгодным не адводзіць у рэспубліканскім грамадска-палітычным выданні на асвятленне лакальнай праблемы настолькі шмат месца. Але У. Караткевіч закранае не толькі яе – ён таленавіта супастаўляе рэпартаж «Як горад напаіць?» з «Вячэрняга Мінска» са сваімі назіраннямі і падагульняе: *мы не пісалі нікуды, каб газета цераз журналіста Н. Аўласевіч (а?) не падавала нашага жыцця ў вясёлкавым, ружовым колеры. А так – гэта ўжо занадта* [4, с. 276]. І напрыканцы твора больш катэгарычна робіць выснову: *Прэса не павінна маніць. Тым больш наша прэса. Ніколі і ні пры якіх, нават дробязных і нязначных, абставінах.*

А ўжо вячэрняя прэса і пагатоў (вылучана пісьменнікам. – П. Ж.) [Тамсама, с. 283].