

теллектуальных усилий потребителя информационного контента, а восприятие радио возможно только в случае предпочтения восприятия информации на слух, то телевидение в данном аспекте выступает наиболее доступным, понятным и простым для восприятия аудитории.

Положение телеканалов-лидеров (ОНТ, РТР, НТВ и Беларусь-1) представляется доминирующим и определяющим в отечественном медиaprостранстве. Эти каналы по праву считаются брендовыми и сохраняют лидирующие позиции в отечественном информационном пространстве на протяжении ряда лет. Вместе с тем, необходимо отметить, что сегментизация телевизионного рынка обуславливает перманентное снижение количественных показателей аудитории ведущих телеканалов в пользу тематических и узкоспециальных каналов. В данном случае происходит «рассеивание» аудитории национальной телевизионной среды и образование новых востребованных аудиторий телеканалов. Также необходимо отметить процессы медиаконвергенции структурных сегментов информационного поля, в рамках которых происходит стирание условных границ между сетевыми онлайн-ресурсами и традиционными СМИ. Переход на цифровое вещание, равно как и образование потокового мультимедиа, подтверждают выявленные в рамках социологического мониторинга тенденции функционирования национального информационного поля.

Библиографические ссылки

1. Ильясов Ф.Н. Типы шкал и анализ распределений в социологии // Мониторинг обществ. мнения: экон. и соц. перемены. 2014. № 4. С. 24–40.
2. Кастельс М. Информационная эпоха: экономика, общество и культура ; пер. с англ. под науч. ред. О. И. Шкаратана. М. : Гос. ун-т «Высш. шк. экономики», 2000. 608 с.

Андрей ПОТРЕБИН

*Белорусский государственный университет,
Минск, Беларусь*

ЕДИНОЕ ИНФОРМАЦИОННОЕ ПРОСТРАНСТВО ЕАЭС: ПРОБЛЕМЫ И НАПРАВЛЕНИЯ ФОРМИРОВАНИЯ

В статье рассмотрено понятие единого информационного пространства и проблема его формирования в Евразийском экономическом союзе. Определено значение такого пространства для экономической и общественной сферы как условия функционирования информационных рынков и интеграции экономик стран-участниц. Обращено внимание на формирование концепции единого ин-

формационного пространства в сочетании с повышением конкурентоспособности национальных культурных индустрий (прежде всего, медиа) и отечественного информационного продукта. Сделан акцент на необходимости с одной стороны равенства доступа к информации для всех пользователей на данном пространстве, а с другой стороны – на обеспечении информационной безопасности объединения в целом и стран-участниц в частности, на регулировании соотношения отечественного и зарубежного медиаконтента на информационном рынке.

Ключевые слова: медиа; единое информационное пространство; единое экономическое пространство; культурные и креативные индустрии; равноправие участников; приоритет отечественного контента; информационная безопасность.

The paper considers the concept of common information space and the problem of its formation in the Eurasian Economic Union. The article determines the significance of such a space for economic and social spheres as a condition for functioning of the information markets and integration of the participating countries' economies. Attention is paid to formation of the concept of common information space in combination with increasing competitiveness of the national cultural industries (first of all, the media one) and the domestic information product. The author places emphasis on the need of equal access to information for all the users at this space, on the one hand, and, on the other hand, on ensuring information security of the union as a whole, and of the member-countries in particular. Also the work indicates the importance of regulating the shares of the national and foreign media content on the information market.

Key words: media; common information space; common economic space; cultural and creative industries; equality of participants; priority of domestic content; information security.

Информационное общество характеризуется преобладающим значением информации и знаний, увеличением роли информационно-коммуникационных технологий в ВВП. Принципиальное значение для развития как экономики, так и массмедиа приобретает создание на национальном и на международном уровнях единого информационного пространства (ЕИП), обладающего внутренней идентичностью, общими целями, задачами и доступностью для всех участников для получения, обмена и использования информационных ресурсов. Единое информационное пространство обеспечивает свободный доступ к информационным услугам, эффективное взаимодействие и удовлетворение информационных потребностей. Превращение информации в непосредственную производительную силу становится основой новой информационной или сетевой экономики, которая функционирует в пределах ЕИП.

Единое информационное пространство становится условием развития информационного рынка, на котором происходит свободное обращение информационного продукта – продукции культурных и креативных индустрий. Такое пространство создается прежде всего внутри каждой суверенной страны, не является признаком только интеграционных группировок. Однако оно принципиально необходимо и для интеграционного развития.

Существенное значение приобретают вопросы формирования единого информационного пространства для региональных интеграционных группировок в условиях международной экономической интеграции, в том числе – концептуальные основы формирования такого пространства для Евразийского экономического союза с учетом современного состояния информационного рынка Республики Беларусь, Республики Казахстан и Российской Федерации. Значительная задача состоит в необходимости обеспечить реальное равенство сторон. Интеграция в ЕАЭС должна послужить росту конкурентоспособности стран-участниц и обретению ими конкурентных преимуществ, в том числе на информационном рынке. Именно динамика роста информационного рынка, его восприимчивость к инновациям и создание ЕИП будут определять, насколько страны ЕАЭС готовы соответствовать магистральным направлениям постиндустриального развития и становления информационного общества.

Создание Единого информационного пространства способно снять многие противоречия, поскольку формирует платформу для деятельности общественных институтов, способствует быстрому обмену и свободе распространения информации и знаний для граждан. Такое пространство сделало бы более реально действующим, эффективным и полезным для всех функционирование общественной сферы, на значимость которой для современного общества указывает Ю. Хабермас [8, р. 27].

А.И. Орлов в статье «Неформальная информационная экономика будущего» отмечает в качестве важнейших черт информационных систем будущего свободу передачи информации и равноправное участие всех субъектов информационных отношений в выработке и реализации решений [4]. ЕИП позволит сбалансировать направления современной экономической сферы, в которой именно информация сейчас играет одну из основных ролей. Действительно, можно говорить о том, что в эпоху информационных технологий цифровая экономика приходит на смену плановой и рыночной экономике, которые успели доказать свою несостоятельность. Следовательно, необходим переход к новой экономической системе или реструктуризация старой на информационной

основе. «Для постиндустриального информационного общества, наряду с обычными категориями, такими как деньги, товар, производительность, предприниматель и производство, начинают играть первостепенную роль такие понятия как получение, хранение, структурирование, переработка и передача знаний, технологические революции, аналитика производства и т.д.» [7].

Формирование Единого информационного пространства обеспечит стабилизацию вышеуказанных процессов посредством новейших информационных технологий. Оно также обеспечит создание условий для успешной координации действий государства и частного бизнеса, и станет платформой для их кооперации.

На современном этапе развития общество уже достигло достаточно высокого технологического уровня, способного обеспечить свободный доступ к информационным ресурсам на международном уровне. Территориальность государственных границ в информационном пространстве стирается, облегчая обмен информацией и ее использование. Глобальный информационный рынок стал серьезной и значимой составляющей мировой экономики. Сегодня объем реализации на нем уже соизмерим с объемами продаж продукции традиционных отраслей индустрии и сферы услуг. Продукты информационного рынка, культурных и креативных индустрий, экономики знаний становятся важнейшим рычагом ускоренного экономического развития, интеграции государств в глобальные экономические процессы, они обретают роль весомого инструмента политического влияния в регионах и в мире, помогают генерации и поддержанию общественно-политических и экономических отношений, определяющих современный миропорядок. Данные направления развития не могут быть обеспечены без формирования и поддержания должного уровня экономической культуры и сетевой культуры для эффективных действий в условиях цифровой экономики.

Евразийская интеграция в настоящее время стала мощным фактором для развития экономических и информационных связей, ослабленных распадом Советского Союза, междоусобными конфликтами государств, разными векторами развития стран. Информация, наряду со знанием, становятся основой организации информационного общества. Информационное пространство, изначально основываясь на экономическом пространстве региона, развиваясь, игнорирует географические ограничения, ускоряя процессы обмена информацией, формирования и консолидации новых рынков.

Не является новым утверждение о том, что отсутствие хорошо отлаженной системы информационного взаимодействия является существенным препятствием для экономической интеграции. И попыток

сформировать такую систему было несколько. Еще в 1996 г. ряд стран СНГ приняли «Концепцию формирования информационного пространства Содружества Независимых Государств», которая имела рекомендательный характер, но на тот момент представляла собой существенный рывок к установлению не только гуманитарных, но и деловых контактов.

В ситуации бурного прогресса информационных технологий важно развивать единое экономическое пространство во взаимодействии с пространством информационным. При этом необходимо постоянное внимание, продуманная система защиты информации и способность управлять данной сферой, обеспечивая информационную безопасность. Ведь эффективность и успешность свободного доступа к информации может иметь и негативные последствия, в частности, это касается вредоносной информации, незаконных информационных услуг, промышленного шпионажа и т. п.

Безусловно, обязательным компонентом концепции формирования ЕИП является обеспечение информационной безопасности. В рамках ЕАЭС оно могло бы осуществляться не только каждой страной-участницей отдельно, а совместно с опорой на консолидированные для этого ресурсы и по решению единого компетентного органа.

Как показывает практика, наиболее авторитетным и универсальным договором в плане информационной безопасности является Окинавская «Хартия глобального информационного общества», принятая 24 июля 2000 г. Но в ней речь идет об общих вопросах защиты персональных данных и баз данных. При этом обыденным явлением стало проникновение в информационные системы заинтересованных экономических либо внеэкономических структур. На территории ЕЭП ЕврАзЭС проблема усугубляется отсутствием политики, единой для России, Беларуси и Казахстана.

Эффективность функционирования ЕИП будет зависеть от информационной политики государств-участниц и их регулирующих действий. При этом они должны не препятствовать, а согласованно содействовать формированию среды, в которой достоверная информация станет доступной любому пользователю с учетом единообразных критериев.

Критериями же создания единого информационного пространства являются:

- единообразии информации (обеспечивается высокой информационной культурой общества, где информация доступна для понимания, поиска и использования);

– цели (задачи) пространства (когда субъекты, взаимодействующие в пространстве, вступили в него с единой целью или вектор их целей совпадает);

– доступность информации, которая реализуется только при соблюдении единообразия.

Белорусские предприятия, способные производить больше информационных продуктов, чем потребляет внутренний рынок, периодически сталкиваются с проблемой их реализации на внешних рынках, в первую очередь, из-за недостатка знания конъюнктуры рынка, слабости реально действующих товаропроводящих сетей и низкого уровня международного менеджмента белорусских информационных предприятий (под информационным предприятием понимается хозяйствующий субъект, создающий информационный продукт [2, с. 22]). Одновременно с этим нарастает необходимость выявления моделей вхождения стран на мировой информационный рынок, определения их характеристик и формирование собственной национальной модели, согласно которой культурные индустрии Республики Беларусь могли бы осваивать новые рынки сбыта.

Так, североамериканская модель опирается на активные методы государственного стимулирования экспорта на базе высокого экономического потенциала отрасли. Для нее характерны агрессивная политика освоения зарубежных рынков, очень высокие экономические входные барьеры в отрасли для зарубежных фирм.

Европейская модель также основана на активных методах государственного стимулирования экспорта с использованием транснационализации и интернационализации. Внутри Евросоюза действуют директивы, которые жестко пресекают монополизацию и поощряют конкуренцию. При этом создаются высокие входные барьеры за счет административных методов сдерживания импорта информационной продукции.

Азиатская модель отличается высоким уровнем либерализации, низкими входными барьерами для импортеров. При этом формируется тенденция к транснационализации и движению к американской модели развития информационного рынка.

Открытие экономики, уровень развития отрасли, рискнеполной включенности мировые процессы реализации информационного продукта, приводящий к угрозе перманентной отсталости в связи с нарастанием неэквивалентного обмена, обуславливают наличие в Республике Беларусь модели вхождения на рынок, близкой к европейской.

В данной модели государственная политика направлена на активное регулирование экспорта за счет повышения конкурентоспособности

информационного продукта. Это возможно осуществить на основе широкого применения методов стимулирования экспорта и сдерживания импорта, таких, как разработка специальных государственных программ, совершенствование организационной структуры отрасли, подготовка кадров для работы на международном рынке. В такой ситуации важно интенсивнее наращивать экспортный потенциал. Ведь «в настоящее время количество импортируемых товаров информационного рынка превышает количество экспортируемых, что приводит к недостаточной включенности Республики Беларусь в мировое информационное пространство», указывает К. Якушенко, предлагая авторскую концепцию и модель вхождения Беларуси в международный рынок неперIODических изданий и СМИ [3, с. 299].

При этом белорусское медиапространство предельно открыто для внешнего влияния в силу как экономических, так и культурных факторов. В этом есть и плюсы, и минусы. Как известно, сотрудничество Беларуси и России в сфере информации опирается на заключенное 19 февраля 1998 г. межправительственное Соглашение о сотрудничестве в области печати, гарантирующее свободный и равноправный доступ граждан Беларуси и России к печатной продукции, а также создание благоприятных правовых, организационных и экономических условий в сфере распространения печатной продукции. Совместным решением коллегий Госкомпечати Беларуси и Госкомпечати России от 15 февраля 1999 г. была отменена процедура выдачи разрешений для распространения белорусских печатных СМИ на территории Российской Федерации, российских – на территории Республики Беларусь.

Такая открытость не является уникальной особенностью Беларуси. Скажем, по данным Р.И. Батыршина, большинство жителей постсоветского пространства активно смотрит телеканалы на русском языке. В Беларуси делают это регулярно 89% населения, в Таджикистане – 76%, в Казахстане – 75% [1].

Россия по уровню развития информационного пространства и культурных индустрий явно обгоняет Беларусь и Казахстан. Кстати, следует отметить активное посещение пользователями казахстанского и белорусского интернета российских сайтов. Так, как показало исследование, результаты которого были представлены казахстанским Институтом политических решений, в течение суток на сайте Mail.ru успевают побывать в среднем 1,7 миллиона казахстанцев, на Odnoklassniki – 353 тысячи. Самые популярные казахстанские сайты Kiwi.kz, Nur.kz и Kolesa.kz набирали за тот же период 135, 143 и 136 тысяч посетителей соответственно [5]. За 6 лет, судя по публикациям казахстанских экспертов, ситуация не сильно изменилась. Однако на перемены в пользу

национального медиапространства были направлены действия в рамках Концепции национальной безопасности Казахстана, принятой в 2014 г. Во-первых, предписывалось, чтобы «уровень востребованности потребителями отечественной информационной продукции» вырос с 35 % в 2012 г. до 55 % в 2016-м. Вероятно, здесь речь идет о стремлении сделать национальные СМИ основным источником информации для населения. Во-вторых, доля своего контента в СМИ должна быть поддержана на уровне не менее 50 % [6]. Над решением аналогичной проблемы работают и в Беларуси, прежде всего это задача для общенациональных телеканалов и для пространства Белнета. В сущности, это все та же проблема информационной безопасности страны, так как контент зарубежных СМИ и сетевой контент зарубежных интернет-ресурсов оказывается для существенной доли граждан более привлекательным и потребляемым, чем отечественный.

Как известно, Договор о ЕАЭС начал функционировать на пространстве Таможенного союза с 1 января 2015 г. Им утверждается создание экономического союза, в рамках которого обеспечивается свобода движения товаров, услуг, капитала и рабочей силы, проведение скоординированной, согласованной или единой политики в отраслях, определенных этим документом и международными договорами в рамках Союза.

Таким образом, страны-участницы, прежде всего, Россия, Беларусь и Казахстан в последние несколько лет активно формируют единое пространство, на котором реализуют различные варианты взаимовыгодных отношений. Ранее, согласно Концепции формирования единого экономического пространства (ЕЭП) между Беларусью, Россией и Казахстаном, в число его основных принципов входили обеспечение свободы перемещения услуг, товаров, рабочей силы и капитала через границы государств-участников. Они же действуют в рамках ЕАЭС. Соответственно, при разработке концепции формирования ЕИП этого объединения есть смысл взять за основу базовые положения уже существующего единого экономического пространства для трех стран.

В свете формирования такой концепции следует говорить об унификации форматов, в которых информация будет поставляться для пользователей и целевых аудиторий в странах-участницах ЕАЭС. Ключевое значение в концепции ЕИП обретает создание глобальной информационной среды, которая будет обеспечивать комплексную обработку информации в реальном масштабе времени в интересах поддержки принятия оптимальных для межстрановой экономики решений и их эффективного применения в различных условиях, не противоречащих законо-

дательству стран-участниц и приносящих выгоду всем задействованным сторонам.

Задачи, стоящие перед государствами-участниками ЕЭП в процессе формирования информационного пространства, не должны ограничиваться проведением только внутривострановой информационной политики. Специфика задач состоит в выявлении путей и средств увеличения возможностей, которые позволяли бы странам-участницам ЕАЭС извлекать максимум выгод именно из развития единой информационной инфраструктуры. Наиболее существенной проблемой, как видим, является соблюдение принципа равенства участников, баланса национальных и интеграционных интересов.

Кроме того, следует акцентировать внимание на оффлайн- и виртуальных информационных взаимодействиях субъектов стран ЕАЭС в медиасфере. СМИ уже играют немалую роль в формировании ЕИП. Это значит, что и оффлайновая информационная среда, и сегмент онлайн-медиа (новых медиа) должны быть включены в это пространство. Задачи консолидации могли бы выполняться информатизационными центрами, объединенными в сеть в рамках вышеупомянутой информационной среды и на практике реализующие общий и равный доступ к информации.

Библиографические ссылки

1. Батыршин Р.И. Телекомпания «Мир» как инструмент формирования единого информационного пространства СНГ: диссертация ... кандидата филологических наук. Москва, 2011. 245 с.
2. Белл Д. Грядущее постиндустриальное общество. М., 1999. 430 с.
3. Данильченко А.В., Якушенко К.В., Потребин А.В. Информационный рынок и единое информационное пространство: мировой контекст и белорусский опыт = Informationmarket and a commoninformationspace: theglobalcontextandbelarusianexperience. Минск: БГУ, 2015. 343 с.
4. Орлов А.И. Неформальная информационная экономика будущего // www.econ.asu.ru [Электронный ресурс]. 2007. URL: <http://econold.asu.ru/lib/sborn/iimer2007/pdf/stat06.pdf> (дата обращения: 12.01.19).
5. Казахские пользователи Всемирной паутины на 80 процентов ушли в информационное пространство России // [Zakon.kz](http://www.zakon.kz) [Электронный ресурс] 2012. URL: <http://www.zakon.kz/kazakhstan/4466664-kazakhstanskiepolzovately-vsemirnoj.htm> (дата обращения: 10.01.2019).
6. Сабитов Д. Испорченный телефон [Электронный ресурс]. 2014. URL: <https://www.asiakz.com/isporchenniy-telefon> (дата обращения: 10.01.2019)
7. Теслер Г.С. Концепция построения постиндустриального информационного общества [Электронный ресурс] 2000. URL: http://www.immsp.kiev.ua/publications/2000_2_3/files/tesler_2000_23.pdf (дата обращения: 10.01.19).
8. Habermas J. The Structural Transformation of the Public Sphere. Cambridge: Polity, 2005. 301 p.