

12. Кульчицький В.С. Кодекс українського права 1743 р. // Право України. 1994. №9. С.28-29.

13. Кодифікація права в Російській імперії. «Зібрання малоросійських прав» (1807 р.). URL : <http://history.vn.ua/book/textbook/63.html>.

14. Дручек О.В. Адміністративно-правовий статус Національної поліції України

як суб'єкта забезпечення прав і свобод дитини : дис. ... канд. юрид. наук : 12.00.07 ; Одес. держ. ун-т внутр. справ. - Одеса, 2018. 254 с.

15. Макаренко А.С. Деякі висновки з педагогічного досвіду // А. Макаренко.

Вибр. пед. твори: в 7-и т. - К.: Рад. шк., 1954. - Т.5. - с.209-300.

СЕКЦІЯ II

СТАЛИЙ РОЗВИТОК СОЦІОКУЛЬТУРНОГО СЕРЕДОВИЩА: МЕДІАСФЕРА, СОЦІАЛЬНІ МЕРЕЖІ, КОМУНІКАЦІЇ, ІНФОРМАТИЗАЦІЯ, УПРАВЛІННЯ

УДК 316.774(476)

А. И. Смолик
/ Республіка Білорусь /

МЕДИА КАК ФАКТОР УСТОЧИВОГО РАЗВИТИЯ БЕЛОРУССКОГО ОБЩЕСТВА

Научное осмысление сущности медиа и производных от этого понятия дальнейшее свое развитие получило в начале XXI века в связи с тотальной дигитализацией социума. Базисом в отношении дефиниции «медиа» является средство информирования и коммуникации субъекта (субъектов) с другим субъектом (субъектами), являющееся источником и носителем информации. Дигитализация и развитие интернет-технологий привели к тому, что медийность представляет собой большой потенциал в оптимизации социальной среды. В связи с этим в Национальной стратегии устойчивого социально-экономического развития Республики Беларусь на период до 2030 г. большое значение уделяется интенсификации коммуникационной деятельности государственных и общественных институций. В данном документе подчеркивается, что одним из важнейших каналов коммуникации и реализации информационной открытости являются медиа [4].

Белорусское медийное пространство начало формироваться еще до создания независимого суверенного государства Республики Беларусь и в настоящее время совершенствуется в соответствии с закономерностями и принципами глобального коммуникативного пространства и информационного общества, имеет свою национальную специфику и контент, опирается на парадигму социально ориентированной экономики и демократические институты общества и государства, одновременно способствуя их развитию. Современный этап

развития медиа характеризуется как количественными, так и качественными изменениями. Об этом свидетельствуют статистические данные за последнее десятилетие. Так, в 2008 г. в Беларуси было зарегистрировано 1266 печатных СМИ, через 10 лет в Республике Беларусь насчитывалось уже 1652 печатных периодических изданий, в том числе 749 газет, 862 журнала, 31 бюллетень, 9 каталогов, 2 альманаха. Более 70 % изданий являются негосударственными. В Беларуси существует 103 программы телевещания и 176 программ радиовещания [6, с. 21-22]. Отмеченные средства массовой информации за данный отрезок времени превратились в значительный ресурс формирования духовной сферы, стали играть ведущую роль в развитии основ устойчивого белорусского общества, дальнейшей демократизации социально-политической жизни. Реализуя коммуникативную стратегию, сущность которой определяет тематическое наполнение контента, представленного в соответствующих жанровых формах и направленного на организацию диалога государства с общественностью, репрезентацию процессов реализации социальных стандартов, сохранение историко-культурного наследия и укрепление духовно-нравственных ориентаций социума, СМИ являются важным механизмом в формировании мировоззренческой парадигмы, которая актуализирует ценностные ориентации белорусского народа. Отличительными особенностями белорусского медийного пространства являются, по мнению И. В. Сидорской, «повышение роли интернет-коммуникации; усиление конвергентных процессов и размывание границ между его подсистемами; диверсификация каналов коммуникации, кастомизация контента и персонификация аудитории; переход к интерактивным моделям коммуникации» [5, с. 19]. На повышение статуса медиа был направлен ряд нормативно-правовых актов Президента Республики Беларусь А. Г. Лукашенко. Так, Указом Президента № 65 «О совершенствовании работы государственных органов, иных государственных организаций со средствами массовой информации» закреплено требование к государственным институтам – обеспечивать своевременное и объективное информирование общественности о событиях социально-экономической и общественно-политической жизни страны. Данным документом предписано органам государственного управления иметь в штате пресс-секретаря или ответственного за работу со СМИ. Необходимость открытости и постоянной коммуникации подчеркивается в Указе президента Республики Беларусь А. Г. Лукашенко № 60 «О мерах по совершенствованию использования национального сегмента сети Интернет». Институализации информационно-коммуникативной деятельности способствовала Концепция информационной безопасности Республики Беларусь, принятая в 2019 г. [3].

Таким образом, государственные и общественные институты Беларуси обозначили информационно-коммуникативную деятельность как одну из важнейших своих стратегических задач. На основных акторов медийного пространства возложена ответственность за реализацию

коммуникативных стратегий в соответствии с насущными проблемами экономической, политической и социально-культурной жизни страны.

Итогом деятельности государства и общественности в сфере информационно-коммуникативного пространства явилось создание современной инновационной коммуникации, имеющей устойчивую тенденцию перспективного развития и расширения воздействия на общественное сознание. В первые десятилетия XXI в. произошла существенная модификация медийного пространства Беларуси. Основными принципами инновационной коммуникации, по мнению О. Н. Касперович-Рынкевич, являются интерактивность, диалогичность, визуализация, монетизация контента, наращивание аудитории в социальных сетях, использование принципиально новых методов производства и выпуска медиапродукта [2, с. 4]. Медиакоммуникационная система заметно эволюционирует в современном белорусском обществе. Прежде всего, в медиaprостранстве Республики Беларусь все большее место стали занимать социальные корпоративные медиа. Министр информации Беларуси А. Карлюкевич отмечает, что «корпоративные СМИ – это важная составляющая медиaprостранства страны: сегодня их 500 (вместе с сегментом прессы ведомственной и специализированной)» [1]. Всего за десятилетия коммуникационные социальные медиа эволюционировали от платформы для общения пользователей и их творческого самовыражения до мощных медийных экосистем, в которые включена почти треть жителей планеты.

Литература

1. Казанович, Е. Александр Карлюкевич: Каздый из вас – профессионал [Электронный ресурс] / Е. Казанович // Беларусь – МТЗ обозрение. – 2019 – 25 янв. – Режим доступа: <http://www.belarus-mtz.by/aleksandr-karlykevich-kazhdy-iz-vas-professional.html>. – Дата доступа: 03.09.2019.

2. Касперович-Рынкевич, О. Н. Массмедийный потенциал инновационного развития Республики Беларусь / О. Н. Касперович-Рынкевич: автореф. дис. ... канд. филолог. наук. – Минск, 2017. – 24 с.

3. Концепция информационной безопасности Республики Беларусь [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://mininform.gov.by/news/actual/utverzhdjena-kontseptsiya-informatsionnoy-bezopasnosti-respubliki-belarus/> – Дата доступа: 1.11.2019.

4. Программа социально-экономического развития Республики Беларусь на 2016-2020 годы [Электронный ресурс]: утв. Указом Президента Респ. Беларусь, 15 дек. 2016 г., № 466: в ред. Указа Президента Респ. Беларусь от 30.11.2017 г. // КонсультантПлюс. Беларусь / ООО «ЮрСпектр», Нац. центр правовой информ. Респ. Беларусь. – Минск, 2019.

5. Сидорская, И. В. Институт публичных рилейшнз в модернизации информационного пространства Беларуси / И. В. Сидорская: автореф. дис. ... докт. филолог. наук. – Минск, 2019. – 51 с.

6. Шимолин, В. И. Фотожурналистика: учебное пособие / В. И. Шимолин. – Минск: РИВШ, 2019. – 296 с., [16] л. цв. ил.