

Литература:

1. Касьянов, В. В. Формирование массового общества и массовая коммуникация / В. В. Касьянов // Теория и практика общественного развития. – 2012. – № 2. – С. 55-58.
2. Тихомирова, Е. И. Теория коммуникации и новые медиа / Е. И. Тихомирова // Знак: проблемное поле медиаобразования. – 2017. – № 3 (25). – С. 218–221.
3. Анхимова, Р. В. Средства массовой информации как часть коммуникативной системы: понятие, функции и роль в обществе / Р. В. Анхимова // Международный журнал прикладных и фундаментальных исследований. – 2015. – № 3. – С. 464–468.
4. Ивлиев, П.В. Манипулятивные аспекты, используемые СМИ при проведении выборов / П. В. Ивлиев, С. В. Кондрашов // Аграрное и земельное право. – 2022. – №7 (211). – С. 9–11.
5. Дональд Трамп объявил о грядущем запуске новой соцсети – TRUTH Social [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.bbc.com/russian/news-58992381>. – Дата доступа: 19.10.2023.

И.О. Колесниченко,
студент ФМЭО БГЭУ

Научный руководитель – к.полит.н. П.А. Барахвостов

ГЕОЭКОНОМИКА КАК СОВРЕМЕННЫЙ ЭТАП РАЗВИТИЯ ГЕОПОЛИТИКИ

Геоэкономика – отрасль междисциплинарного знания, исследующая зависимость экономической сферы государств от их географического положения с целью повышения их влияния и обеспечения достижения внешнеполитических целей, мирового или регионального могущества экономическим путем [1, с. 4].

Геоэкономике также называют экономической геополитикой. В самом общем смысле ее предметом является трансформация международных экономических отношений, мирохозяйственная интеграция и создание конкурентоспособных региональных условий хозяйствования под воздействием глобализации. Можно сказать, что геоэкономика – это наука перераспределения ресурсов и мирового дохода [2]. При изучении того или иного государства она анализирует разнообразные факторы, данные и показатели, такие как историческое развитие, географическое положение, обеспеченность материальными ресурсами, культурные и религиозные особенности страны, членство государства в интеграционных объединениях.

Геоэкономике следует считать новейшим этапом в развитии геополитики.

В развитии классической геополитики обычно выделяют традиционный и цивилизационный периоды. Основными идеями традиционной геополитики являются географический детерминизм, теория «жизненного пространства»

(Ф. Ратцель), теория Хартленда (Х. Маккиндер), теория Римленда (Н. Спайкмен), учение о противостоянии Моря и Суши [2]. В современном мире идеи традиционной геополитики теряют свою актуальность, поскольку значимость географических факторов снижается, они более не способны обеспечить абсолютную безопасность от глобальных проблем, таких как международный терроризм или использование ядерного вооружения.

Цивилизационная геополитика, в свою очередь, делает упор на устойчивость культурно-генетических кодов – принадлежности к той или иной цивилизации (суперэтносу) [2]. При этом, ввиду ускоряющегося процесса глобализации, имеет место тенденция размывания цивилизационных границ, что делает цивилизационный подход методологически уязвимым.

В основе геоэкономики лежат категории геоэкономического кода и геоэкономической ренты. Геоэкономический код – это сложившаяся на основе баланса национальных интересов многовекторная система экономических отношений с внешним миром, включая международное разделение труда. Код хранится в «генетической памяти» государства (региона) и меняется в процессе трансформации геополитического пространства. Геоэкономическая рента – это источник мирового дохода и системной прибыли в многомерном коммуникационном пространстве. Она образуется за счет неоднородного социального времени (постиндустриальные и развивающиеся страны). В постиндустриальную эпоху начали выделяться так называемые мировые города (киберпорты), расположенные на рубежах многомерного коммуникационного пространства, создающие обращение не только торгового, промышленного и финансового капитала, но и информации, знаний и идей. Поэтому приоритетное развитие стали получать центры, не обязательно обладающие выгодным положением в реальном географическом пространстве, находящиеся на пересечении множества пространств (политического, экономического, финансового, информационного). Основные сверхдоходы получают мировые полюса (мегалополисы), расположенные на рубежах многомерного коммуникационного пространства [2].

Несмотря на то, что первые попытки включить экономические факторы в объяснения политических процессов предпринимались еще в XVIII в., до конца прошедшего столетия не существовало ни термина «геоэкономика», ни соответствующего обоснованного подхода. «Отцом» геоэкономики является Э. Люттвак – политолог, советник президента США Р. Рейгана. В своих научных трудах он объяснял причины возникновения геоэкономики увеличением роли транснационального капитала, который имеет свои цели и задачи, а также появлением у государств большего объема возможностей ведения войны, не вступая в прямую конфронтацию.

Таким образом, можно сделать вывод, что геоэкономика – это стадия в современной геополитике, возникшая в силу того, что политические и экономические взаимоотношения между государствами вышли на новый уровень. Эпоха межгосударственных конфликтов, обусловленных

географическими и цивилизационными факторами, постепенно уходит в прошлое, а на первый план выходят новые формы противостояния между государствами, вызванные другими причинами, в которых используются другие инструменты.

Литература:

1. Люттвак, Э. Стратегия: логика войны и мира / Э. Люттвак ; пер. с англ. В. Желнинова. – М. : Издательство АСТ, 2022. – 448 с.
2. Институт геополитики профессора Дергачева [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://dergachev.org/>. – Дата доступа: 26.10.2023.

К.М. Михед, А.С. Шидловский,
студенты ИСГО БГЭУ (
Научный руководитель – к.и.н. О.Г. Казак

ИСПОЛЬЗОВАНИЕ ИНТЕРНЕТ-ПРОСТРАНСТВА В ЦЕЛЯХ ИДЕОЛОГИЗАЦИИ ОБЩЕСТВА

Современный мир можно охарактеризовать как информационное пространство, где протекает непрерывный поток как объективной, так и субъективной информации, влияющий на мировоззрение и отношение его потребителей. Информация для массового опубликования может иметь неоднозначный характер: кричащие лозунги; слова и ситуации, вырванные из контекста; призыв к каким-либо действиям и т.д. Политические и общественные институты стремятся к прививанию своих «правильных» идей различным слоям общества для удобной координации в спонтанной политической ситуации.

Эффективность идеологической пропаганды заключается в использовании материальных средств, где важно заранее получить отклик от потребителя в зависимости от его социального портрета (возрастные, гендерные, региональные аспекты) [1, с. 171]. В случае идеологизации в интернет-пространстве самый массовый объект манипуляций – трудоспособная молодежь и люди среднего возраста. Целью политического института могут быть предвыборные кампании, а также законодательные инициативы.

Как пример идеологизации в интернет-пространстве, можно привести формирование киберпартий, новых идеологий. Политолог Т.Л. Ровинская в своей статье обратилась к проблеме формирования новой альтернативной идеологии, отражающей особенности развития информационного общества – киберлибертарианству, или новому либертарианству информационного общества. Данная идеология, по утверждению ее сторонников, создана для противопоставления «тирании недемократических правительств». В киберпространстве, с точки зрения адептов новой идеологии, значительно ослабляется влияние основных свойств традиционных политических обществ. Главным постулатом киберлибертарианства является признание