

## **КОММУНИКАЦИОННЫЕ ПРОЦЕССЫ КАК ОСНОВНОЙ ФАКТОР ФОРМИРОВАНИЯ УСТОЙЧИВОГО ОБЩЕСТВА.**

В наиболее общем смысле суть стратегии устойчивого развития общества можно свести к определению условий максимально длительного существования человечества, что предполагает удовлетворение потребностей живущих людей таким способом, чтобы это не привело к деградации биосферы и не ущемляло интересы будущих поколений.

Вместе с тем устойчивое развитие не сводится к экономически выгодному и экологобезопасному развитию. Также оно предполагает стабильность в политической, социальной, культурной и иных сферах жизни общества. То есть устойчивое развитие должно объединить в единую социоприродную систему экологические, экономические, социальные и культурные характеристики общества.

Председатель Международной комиссии по окружающей среде и развитию Г. Х. Брундтланд в своем предисловии к докладу «Наше общее будущее» особо подчеркнула необходимость понимания всеми жителями планеты угрожающего состояния окружающей природной среды и, в связи с этим, ответственности и скоординированных действий всего мирового сообщества по решению экологических, социальных и политических проблем с учетом широкого спектра мнений ученых разных стран и разных областей науки.

Современное белорусское общество находится на стадии становления информационного социума, что характеризуется процессом повышения роли информации как основного вида общественного ресурса и общественного продукта. В связи с этим, особое значение приобретают средства массовой информации, которые являются наиболее совершенным источником информации и средством социализации личности.

Вместе с тем успех перехода общества к устойчивому развитию целиком зависит от формирования в обществе определенного типа человека, так как в свете концепции устойчивого развития непосредственно индивидуум является регулятором системы «общество-природа».

Таким образом, особую роль приобретают средства массовой коммуникации, которые призваны выполнить основную роль в формировании и развитии как индивидуального, так и общественного

экологического сознания. Непосредственно в информационной сфере происходит смена традиционных стереотипов сознания и деятельности.

Следовательно, современные массовые коммуникационные процессы в обществе призваны сформировать общественное экологическое сознание, соответствующее экологическим индикаторам устойчивого развития.

#### ЛИТЕРАТУРА

1. «Наше общее будущее»: Доклад Международной комиссии по окружающей среде и развитию (МКОСР)": Пер. с англ./Под ред. и с послесл. С. А. Евтеева и Р. А. Перелета/ – М.: Прогресс, 1989. – 412 с.

2. Основы теории коммуникации: Учебник / под ред. проф. М. А. Василика. – М.: Гардарики, 2007 – 615 с..

3. Сиберт Ф.С. и др. Четыре теории прессы / Ф.С. Сиберт, У. Шрамм, Т. Питерсон ; [Пер. с англ. Полевая М.]; Нац. ин-т прессы. – Москва: Вагриус, 1998. – 223 с.

УДК 336.763.2

Д.В. Пятницкий, проф., д-р экон. наук  
(ИВГПУ, г. Иваново)

#### **ЗАКОНОДАТЕЛЬНОЕ РЕГУЛИРОВАНИЕ ПРИВИЛЕГИРОВАННЫХ АКЦИЙ НА ПОСТСОВЕТСКОМ ПРОСТРАНСТВЕ**

Выпуск префакций всегда имеет ограничения. База данного ограничения, то есть величина, на основе которой оно устанавливается, в законодательстве стран различна. Но в любом случае, чем большая доля уставного капитала будет представлена префакциями, тем выше их ликвидность и тем выше их курсовая стоимость относительно обыкновенных акций [2]. Рассмотрим, как определяется база данного ограничения в ряде республик постсоветского пространства.

В Туркменистане акционерные общества первоначально согласно закону «Об акционерных обществах» могли выпускать префакции в объеме, не превышающем 10 процентов объявленного уставного фонда. По закону «Об акционерных обществах» Туркменистана объявленный уставный фонд общества составляет суммарная номинальная стоимость всех акций, которые общество имеет право выпустить в соответствии со своим уставом. При этом оставался открытым во-