

Медиаэкспорт в условиях глобализации

*Залесский Б. Л., асп. БГУ,
науч. рук. проф. Дасаева Т. Н.,
д-р филол. наук*

Одной из мощнейших составляющих информационного пространства является совокупность средств массовой информации — медиасфера. Структура национальной медиасферы в каждой стране является важным фактором вхождения в мировое информационное пространство, работающим либо на интеграционную составляющую этого процесса, либо против его осуществления. Многое в решении этой дилеммы зависит от состояния международного сегмента национальной журналистики любой страны, профессионализма и компетентности журналистов-международников, которыми с развитием процессов глобализации де-факто становятся постепенно практически все творческие работники масс-медиа, но из которых далеко не каждый понимает, какую ответственность привносит с собой глобализация средств массовой информации — эта «высшая степень интернационализации СМИ, подразумевающая не только выход национальных СМИ за пределы национальных границ, но и расширение их действия до глобального» [1, с. 80]. В глобализации кроются большие возможности в плане расширения информационного обмена, налаживания новых коммуникационных каналов для распространения информации на рынках ближнего и дальнего зарубежья. Но очевидно и другое: для практиков и теоретиков международной журналистики эта тема является еще мало изученной в силу объективных временных причин. Это же факт, что на международный уровень белорусские национальные, региональные и отраслевые масс-медиа только начинают выходить. И с самого начала этот путь в мировой информационный контент должен стать прежде всего дорогой сотрудничества с партнерами из других стран и международных организаций, при котором необходимо предусматривать использование отечественных информационных ресурсов для организации их экспорта. Успешное решение этой задачи создаст условия для адекватного ответа на глобальные информационные вызовы и для одновременного продвижения имиджа Республики Беларусь в мировом информационном пространстве.

Определенные шаги в этом направлении делаются. В частности, развитие внешних связей в сфере информации и печати является одной из приоритетных задач деятельности Министерства информации Республики Беларусь, которое осуществляет международное сотрудничество в таких направлениях, как «создание договорной базы и практическая реализация соглашений, взаимодействие с международными организациями, международная выставочно-ярмарочная деятельность, работа с объединениями соотечественников за рубежом» [2]. На сегодняшний день заключено 10 двусторонних межправительственных соглашений о сотрудничестве

в сфере печати и информации — с Российской Федерацией, Украиной, Казахстаном, Арменией, Молдовой, Сирией, Египтом, Кипром, Суданом, Объединенными Арабскими Эмиратами. Также подписано Соглашение о сотрудничестве в области информации и печати между Министерством информации Республики Беларусь и Пресс-канцелярией Государственного Совета Китайской Народной Республики.

Здесь уместно напомнить, что «в настоящее время Республика Беларусь поддерживает дипломатические отношения со 169 государствами мира, в 50 из которых открыто 62 дипломатических и консульских представительства, не считая 13 отделений посольств» [3]. Если исходить из того, что «Беларусь открыта к взаимодействию со всеми, кто так же искренне, как мы, этого желает» [4] и ставит цель развивать с ними максимально возможное сотрудничество, в том числе и в информационной сфере, что полностью соответствует современным реалиям вхождения в единое глобальное информационное пространство, то приведенный выше уровень международного информационного сотрудничества нашей страны выглядит более чем скромно. Как по географии, так и по формам взаимодействия. Возможно, это происходит и по той причине, что продукция средств массовой информации «на белорусском рынке в системе предприятий Министерства информации (госсектор) не квалифицируется как ориентированная на экспорт. Вывозятся газеты и журналы из негосударственного сектора или продукция вневедомственных изданий... За пределами Республики Беларусь бесплатно распространяются государственные издания только представительского характера, т. е. малая часть всех потенциально пригодных для экспорта государственных изданий» [5, с. 32]. Получается, что названные выше правительственные соглашения в области печати об обмене информацией пока во многом заменяют экспорт медиаторов, что едва ли можно назвать эквивалентной заменой.

Литература

1. Ровинская, Т. Интернационализация и глобализация средств массовой информации / Т. Ровинская // *Мировая экономика и международные отношения*, 2007. — № 6. — С. 80–93.
2. *Международное сотрудничество* [Электронный ресурс]. — 2011. — Режим доступа: http://www.mininform.gov.by/rus/activity/int_co_operation. — Дата доступа: 21.06.2011.
3. *Внешняя политика Беларуси* [Электронный ресурс]. — 2011. — Режим доступа: <http://www.mfa.gov.by/>. — Дата доступа: 21.06.2011.
4. *Наш исторический выбор — независимая, сильная и процветающая Беларусь: доклад Президента Республики Беларусь А. Г. Лукашенко на четвертом Всебелорусском народном собрании* // СБ. Беларусь сегодня. — 2010. — 7 дек. — С. 1–9.
5. Толстик, И. А. *Медиафера в системе международной интеграции* / И. А. Толстик. — Минск: Право и экономика, 2010. — 235 с.