

Александр Градюшко
Белорусский государственный университет

ПРОЦЕСС ГЛОБАЛИЗАЦИИ И ИЗМЕНЕНИЯ НА РЫНКЕ СМИ

Происходящая в настоящее время информационная революция означает переход от индустриального и даже постиндустриального общества к информационному. Процесс формирования мирового рынка СМИ идет на основе глобализации экономики и внедрения в индустрию масс-медиа новейших достижений информационных и телекоммуникационных технологий. Постепенно мир становится «глобальной деревней», в которой наблюдается унификация товаров, услуг и запросов. При этом Республика Беларусь, как и другие страны СНГ, с каждым годом все более активно становится частью «глобальной информационной инфраструктуры» и «мировой информационной супермагистрали». На наших глазах происходит невиданный рост электронных СМИ и визуализация мощнейших информационных потоков, а интерактивные медиа предоставляют все больше каналов распространения информации.

Перед белорусской журналистикой, которая призвана ответить на вызовы глобализирующегося мира, встает немало вопросов. Прежде всего остается неясным, имеются ли у нее достаточные возможности, чтобы эффективно способствовать развитию человеческого потенциала в эру глобализации? Попадут ли белорусские СМИ на «информационную супермагистраль», либо же периодическая печать нашей страны по-прежнему будет оставаться на периферии информационного общества? Пиком глобальной информационной деятельности в последнее десятилетие стал Интернет, в рамках которого бурно развивается новый тип СМИ — кибержурналистика. По данным ресурса www.press.net.by, в Беларуси насчитывается 58 изданий, представленных в сети Интернет, реальное их число несколько больше, но, к большому сожалению, лишь немногие из них — сетевые, то есть не имеющие печатных аналогов (например, www.open.by). Дизайн и качество разработки электронных версий ряда белорусских газет в то же время заметно уступает российским изданиям, не говоря уже о зарубежных.

Процесс глобализации, набирающий обороты с каждым днем, не только предоставляет журналистам Беларуси невиданные ранее

возможности, но и заставляет нас задуматься над перспективами развития современных электронных СМИ. Примерно 1,5 % жителей республики сегодня имеют доступ к Интернету (в России этот показатель составляет 6 %, а в странах Северной Европы достигает 97 %), что, безусловно, затрудняет приобщение читателей к современным электронным СМИ и преграждает выход на «информационную супермагистраль». По оценкам зарубежных специалистов, отставание Беларуси от Запада в сфере компьютеризации составляло в начале 90-х гг. более 15 лет.

По состоянию на середину 2001 г. в мире насчитывалось около 700 миллионов пользователей глобальной информационной сети, а в 2005 г., как предполагают эксперты, их число вырастет до 1200 миллионов. При этом в отличие от радио- и телевидения, основной функцией которых стало производство и распространение массовой информации, Интернет сегодня оказался средой для коммуникации в более широком смысле слова, включающей межличностную и публичную формы общения, как индивидуальную, так и групповую.

Пятьдесят лет тому назад, если бы мы хотели переслать 30 страниц текста на расстояние 5 тысяч километров, нам потребовалось бы примерно десять дней, и стоило бы это около 30 долларов за услуги почтовой связи. Двадцать лет тому назад мы бы, наверное, прибегли к услугам факса (это заняло бы примерно час, и стоимость составила бы около 30 долларов), а сегодня, если говорить о самых лучших сетях передачи данных, нам потребуется не более 3 секунд, а тариф составит около 3 центов. Подсчитаем, что стоимость упала в тысячу раз, а скорость возросла в 300 тысяч раз. Перемены, происходящие в современном мире (имеется в виду становление новой геостратегической структуры международных отношений, глобализация, информационная революция), на наших глазах неизбежно трансформируют процесс передачи информации и вносят серьезные изменения в ландшафт современных СМИ. Далекое не у каждого сотрудника белорусских газет, к сожалению, сегодня есть компьютер, не говоря уже о студентах факультета журналистики (в Беларуси один компьютер приходится на 123 студента, а, например, в Сингапуре — на 5 студентов).

Первоочередным критерием определения конкурентоспособности СМИ, как видим, сегодня является создание и внедрение

инфраструктуры информационных технологий. Диспропорции в этой сфере особенно заметны между СМИ индустриально развитых государств и стран Восточной Европы, Подсчитано, что если в 2000 г. на сто жителей США приходилось 67 ПК, то в СНГ эта цифра находилась в пределах 0,8—3 компьютера на 100 человек. По оценкам ПРООН, лишь 3 % населения планеты сейчас пользуются Интернетом, и именно на долю глобальной сети приходится максимальный разрыв между СМИ индустриально развитых государств и Восточной Европы. При этом, как справедливо отмечается в прошлогоднем «Всемирном докладе ЮНЕСКО о коммуникации и информации», Интернет стал не только мерилем бедности и богатства, но и могущественным оружием. Дальнейшее развитие глобальной сети в условиях нарастающей глобализации неизбежно приведет к тому, что только те государства и отдельные социальные слои внутри стран, которые получают возможность обладать Интернетом, смогут извлекать максимальную выгоду от использования «информационных магистралей».

Допуск в «высшее сетевое общество» определяется доходом, образованием, полом (среди пользователей Интернета во всех странах преобладают мужчины), возрастом (средний возраст пользователя в Европе составляет 36 лет) и, конечно, знанием английского языка, поскольку более чем в 75 % электронных СМИ мира используется английский. Проблема заключается и в том, что до 80 % всей информационной продукции в мире производят 20—25 богатых стран мира, в числе которых США и Канада. Дальнейшее развитие электронных СМИ может привести не только к возникновению нового классового неравенства, которое определяется ограниченным доступом многих людей к «информационной супермагистрали», но и к установлению гегемонии индустриально развитых стран на глобализирующемся рынке СМИ.

Для преодоления сложившейся ситуации, на наш взгляд, необходима активная государственная политика в области новейших информационных технологий. Мы стоим перед вызовом наиболее развитых информационных обществ, которые в условиях глобализации медиа-рынков стремятся сконцентрировать у себя всю или почти всю индустрию СМИ, становясь в то же время источником и держателем основных интеллектуальных ресурсов, производителем доминантных информационных технологий, уготовав другим странам роль простых

импортеров и потребителей произведенных ими информационных продуктов. Далеко не случайно в специальном докладе, опубликованном еще в 1996 г. Всемирным банком, отмечалось: «Страны, не имеющие сил подняться на гребень информационной волны и скользить на ней, будут опрокинуты ею и сокрушены. Тогда они обречены быть в будущем еще беднее, чем сегодня».