

ГЛОБАЛИЗАЦИЯ, КАК НЕОБХОДИМОСТЬ, И РОЛЬ СМИ В РЕШЕНИИ ОБЩЕСТВЕННЫХ ПРОБЛЕМ.

С.В. Куликов, к. филол. н.,
доцент кафедры массовых коммуникаций,
Российский университет дружбы народов

Особенностью современного мира является вступление человечества в интеграционный этап своего развития, который сопровождается беспрецедентным ростом высоких технологий, качественными изменениями в структуре производительных сил, средствах производства, созданием единого экономического пространства, универсализацией жизни. Всеобщее признание получил термин “мировой стандарт”, создаются общие формы и нормы общения, поведения, этикета и развлечений людей, не связанных с их национальной культурой и традициями.

Глобализация ведет к мировоззренческому переосмыслению базовых ценностей, в первую очередь роли государства в современном мире, влияет на духовность, содержание демократии и т.д. С одной стороны, глобализация, “спрессовывая” пространство и время, позволяет каждой стране, каждому жителю планеты приобщаться к достижениям мировой науки, техники, шедеврам культуры, с другой – способствует стандартизации и унификации наших потребностей, распространению так называемой массовой культуры, ведущей к “катарсису” человека, делению людей, входящих в “золотой миллиард” и на всех остальных. Словом, глобализация для одних благо, для других – беда.

История коммуникаций – это развитие новых (в том числе спутниковых)

технических средств связи, каналов передачи информации, формирование глобальных информационных сетей, транснациональных мультимедийных образований. Характер и последствия «информационного взрыва» вызывают противоречивые мнения. Одни считают, что благодаря информации новое столетие может стать временем удивительных прозрений и замечательных побед. Другие видят опасность информационного тоталитаризма. Процессы трансформации современного общества определяются местом и ролью новых СМК, предоставляющих доступ к глобальному информационному потоку, обеспечивающих возможность для любого человека принимать активное участие в коммуникационном процессе, стать частью глобального ареала публичной сферы. Именно поэтому конкретное осмысление глобализации применительно к СМИ представляется актуальной исследовательской задачей. Типология СМИ, как и жанровое разнообразие, в настоящее время требует теоретического переосмысления и практического обоснования.

В условиях глобализации возрастает роль СМИ. От их позиции, и в первую очередь непредвзятости, правдивости освещения происходящих процессов, зависит очень многое. Проведенные социологические исследования выявили, что во всех странах мира люди больше доверяют прессе, телевидению, радио, чем властям.

Сегодня общей для нас задачей является открытие новых многогранных и многоуровневых связей во всех сферах жизни. Это предполагает и активную созидательную позицию в сфере средств массовой информации, и социальную ответственность перед обществом. Информационное пространство не может быть ареной состязания и тиражирования политических спекуляций. СМИ должны стать выразителями насущных чаяний

общества, а не внутривластным и внешнеполитическим инструментом властных элит и олигархических кругов.

Современные масс-медиа открыли новые возможности воздействия, что позволило перенести их с позиции чисто описывающих на позиции, которые формируют ситуацию. Информационная составляющая, влияя на общественное мнение, формирует процессы принятия решений. Соответственно возникает потребность учитывать приоритеты аудитории при разнообразных попытках влияния на общественное мнение.

СМИ "конструируют" внешне хаотический поток сообщений таким образом, чтобы создать у читателя или зрителя нужный их владельцам часто ложный образ реальности. Критерии отбора сообщений опираются на достаточно развитые теории. Одним из условий успешной и как бы оправданной фрагментации проблем является срочность, немедленность информации, придание ей характера незамедлительности и неотложности сообщения. Это – один из самых главных принципов американских СМИ. Считается, что нагнетаемое ощущение срочности резко усиливает их манипулятивные возможности. Ежедневное или даже ежечасное обновление информации лишает ее какой-либо постоянной структуры. Человек не имеет времени, чтобы осмыслить и понять сообщения – они вытесняются другими, еще более новыми. Обеспечить фрагментацию проблем и дробить информацию так, чтобы человек никогда не получал полного, завершающего знания, позволяет использование сенсаций. Это – сообщения о событиях, которым придается настолько высокая важность и уникальность, что на них концентрируется и нужное время удерживается почти все внимание публики. Под прикрытием сенсации можно или умолчать о важных событиях, которых публика не должна заметить, или прекратить скандал или

психоз, который уже пора прекратить – но так, чтобы о нем не вспомнили.

Г.Шиллер пишет: “Ложное чувство срочности, возникающее в силу упора на немедленность, создает ощущение необычайной важности предмета информации, которое так же быстро рассеивается. Соответственно ослабевает способность разграничивать информацию по степени важности”.

Современные масс–медиа открыли новые возможности воздействия, что позволило перенести их с позиции чисто описывающих на позиции, которые формируют ситуацию. Информационная составляющая, влияя на общественное мнение, формирует процессы принятия решений.

Технология коммуникаций изменяется стремительно. Мультимедийные программные средства становятся общими для создания любой массовой информации. Новая информационная среда оказывает возрастающее влияние даже на язык, в котором наряду с линейной формируется гипертекстовая структура.

В условиях бурного развития новых информационно–коммуникационных технологий происходят существенные перемены в традиционных СМИ – в печати, радио, телевидении, в доступе к ним, в способах доставки и, естественно, в содержании. Особенно легко коммуникативное воздействие осуществляется в интернете.

Цифровые (компьютерные) технологии позволили конвертировать любую информацию в биты, байты. Когда все данные переведены на общий цифровой язык бинарного кода, пропадает различие между информационными источниками – будь то звукозапись, радио, телевидение, фильм, видео, иллюстрации или печатный текст.

Вторая революция коснулась линий связи. Использование опто–волоконного кабеля, спутниковых каналов связи на

главных информационных магистралях планеты позволяет одновременно передавать миллионы сообщений. Сейчас разработаны новые способы сжатия цифровой информации, которые позволяют передавать огромное количество данных при помощи обычных проводов.

Сегодня российские радиостанции, размещенные в Интернете, можно слышать во всем мире. При этом их присутствие в Интернете как бы происходит в двух вариантах: с одной стороны, это звук, с другой – содержание радиопередач хранится и в текстовом виде. Конвергенция в данном случае происходит достаточно успешно, а использование гипертекста

позволяет быстро ориентироваться в тех материалах, которые передают радиостанции. Наличие Интернет–версии расширяет аудиторию радиовещания и придает той информации, которая звучит по радио, более обстоятельный, долго действующий характер.

Изучение аудитории телевидения показало, что Интернет отвоевывает у телевидения какую–то часть аудитории. Специалисты предсказывают серьезные изменения в структуре телевидения. К спортивным, музыкальным и многим другим программам, которые традиционно смотрели по телевидению, интернет открывает отдельный доступ. Все чаще пишут о телевидении, специализированном, рассчитанном на интересы отдельных сегментов аудитории. Более того, радио– и телевизионные передачи, как правило, размещаются в Интернете в двух формах – аудиовизуальной и текстовой. Иллюстрации (фотографии) и текст становятся общим знаменателем для всех СМИ в интернете.

Для исследователей СМИ многие проявления глобализации лежат на поверхности. Однотипная реклама в журналах разных стран и на разных языках, одинаковые телешоу, идущие хотя и на разных языках, но показывающие

одинаково оформленные студии и похожих ведущих, мгновенный доступ к новостям из любой точки Земного шара, те же самые новости на разных телеканалах, музыка и кино, общие во всех странах. Но есть и другие формы проявления глобализации.

В эпоху глобализации сетевые войны – новая концепция ведения войн. Основной принцип – отторжение территорий и установление контроля над ними без использования обычных вооружений и методов ведения войны. При этом формальные признаки независимости и суверенитета могут сохраняться.

Прицельный информационный огонь по гуманистическим и национальным ценностям ослабляет и разъединяет людей, подрывает созидательный менталитет, делает личность эгоистичной, нервной, злобной. Психологи отмечают, что негативное влияние СМИ на людей достигло критического уровня. Манипулятивность СМИ, гиперболизация планов вместо результатов социально-экономического развития, отсутствие в газетах и на телеэкранах реальной жизни современного человека подрывают демократические преобразования и авторитет существующей власти. Исследования показывают, что сегодня только 10 процентов 30–50-летних людей (основная производительная сила) выписывают газеты, 90 же процентов смотрят теленовости. Молодежь от 14 до 25 лет вообще не читает газет. Зато 95 процентов молодежи “сидит на игле телевизора и Интернета”. Что видят? Деньги, насилие, кровь, кинобоевики, порно...

Большинство сайтов, в том числе медийных, находятся в режиме открытого доступа для граждан всего мира. Фактор «глобализации» аудитории диктует не только характер содержания и ритм его обновления, но и возможность потребления информации на межнациональном уровне.

Однако наиболее разумным является подход к оценке будущего Интернета и информационных технологий, согласно которому не информационные технологии изменят общество, а само общество адаптирует их в соответствии со сложившимися условиями. Конечный результат зависит от социальной структуры, вида внедряемых технических инноваций и государственной политики.

Действительно, глобализация и компьютерная революция второй половины XX века и начало XXI века знаменуют рождение новой информационной эпохи. Вот уже несколько десятилетий мы живем в новой культурной парадигме, которая привела нас от добровольного к принудительному информационному обеспечению. Объем и качество информации определяют развитость и цивилизованность нашего общества. Оказались оттесненными прежние «бренды»: «век науки», прогресса, атома, космоса и проч. Современная постинформационная ситуация отражает какое-то новое качество и ставит человека перед необходимостью формирования обновленного мировоззрения или, по крайней мере, упорядочивающей ревизии прежних ценностей.

Литература:

1. Мельник Г.С., Тепляшина А.Н. Актуальные проблемы современности и журналистика // Массмедиа в условиях глобализации: Взаимосвязь глобализации, глобализма и трансформации. – СПб., 2005
2. Сергеев Е.Ю.. Средства массовой коммуникации в условиях глобализации
3. Засурский Я.Н.. Информационное общество и СМИ // Медиаскоп. 20.09.2006
4. [А. Черняк. Что несет нам глобализация и какова роль в этом СМИ?](#) // «РФ сегодня» интернет журнал 11.2008
5. Гнатюк О.Л. Основы теории коммуникации: Учебное пособие. – СПб., 2008
6. Эриксен Т. Х. Тирания момента: Время в эпоху информации. [Текст]. М.: Весь мир, 2003. С. 131–133, 203