

УДК 070.4(540)

## СМИ ИНДИИ И БАНГЛАДЕШ В УСЛОВИЯХ СОВРЕМЕННЫХ ГЛОБАЛИЗАЦИОННЫХ ПРОЦЕССОВ

© 2011 Мохамед СК

Воронежский государственный университет

Поступила в редакцию 20 декабря 2011 г.

**Аннотация:** История развития СМИ Индии и Бангладеш в современных условиях доказывает неизбежность перехода всех стран к культурному диалогу, в котором журналистике принадлежит почетная связующая роль. Диалог с Западом, несмотря на объективные трудности и издержки, ускоряет развитие электронных СМИ, причем в Бангладеш англоязычное телевидение является образцом и поддержкой для сторонников многопартийной демократии.

**Ключевые слова:** медиаглобализация, телевидение Индии и Бангладеш, компьютерные технологии, глокализация.

**Abstract:** The history of India and Bangladesh media in our times proves the idea of unavoidable cultural dialogue between all countries with journalism as respectable connecting force. Dialogue with the West, in spite of all objective difficulties and obstacles, promotes new technologies in mass media, and as for Bangladesh – it gives the example of democracy and multiparty pluralism for TV service.

**Key words:** mediaglobalization, TV of India and Bangladesh, computer technologies, glocalization.

Глобализация стала обычным явлением в жизни народов Азии. О ее плюсах и минусах спорят все реже, хотя сторонников глобализационных процессов в странах «третьего мира», к которому примыкают Индия и Бангладеш, меньше, чем оппонентов и критиков «западного» образа жизни. Как всякий процесс, охватывающий все мировое пространство, глобализация имеет множество аспектов: экономический, политический, медийный, экологический и т.д. Информационная революция стала одной из основных предпосылок процесса глобализации, обеспечив не только дешевую связь всех регионов планеты, но и быстрое развитие грамотности, становление «общества знаний».

Глобализация в области СМИ отразила процессы всесторонней интеграции культур. Это явление, основными характеристиками которого являются распространение стандартов мировой журналистики, мировое разделение труда, стандартизация процессов в масс-медиа и сближение культур разных стран. Анализируя культурное разнообразие в современном мире в связи с процессами глобальной трансформации отдельных стран Востока и Запада, известный социолог П. Бергер выделил 4 «носителя» культурной глобализации: 1) международная деловая элита; 2) международная интеллектуальная элита, обозначенная

Бергером как «клубная культура интеллектуалов»; 3) мак-мир (McWorld) – термин, обозначающий массовую культуру; 4) любое широкомасштабное народное движение [1, 10-16].

Политолог из США З. Бжезинский, давая характеристику современным мировым процессам, писал: «История не завершилась, а стала сжатой. Если ранее можно было довольно четко обозначить исторические эпохи и определить так смысл исторического развития, то сейчас в этом процессе отсутствует последовательность, а существующие закономерности вступают в противоречие друг с другом, сужают наше восприятие исторической перспективы и искажают наше понимание истории» [7, 6]. Современная история, по мнению большинства ученых, характеризуется формированием «информационного общества», в котором глобальные технические достижения соединены с социальными контрастами и международными конфликтами. Можно упомянуть такие глобальные проблемы: опасность ядерной войны, появление новых видов оружия массового уничтожения, международный и региональный терроризм, голод, экологический кризис, спасение Мирового океана, СПИД и др. Эти проблемы обсуждаются в СМИ гораздо чаще, нежели глобальные закономерности эволюции масс-медиа. З. Бжезинский, который недавно посетил Россию, подчеркнул такую особенность «технотронной эры» как значение массовых ком-

© Мохамед СК, 2012

муникаций и СМИ в процессе урегулирования глобальных конфликтов. Глобализация и ее разновидности (альтернативная глобализация, локализация) могут способствовать налаживанию справедливого диалога культур. Но противоречий здесь пока много.

Воронежский ученый В. Сапунов в связи с этим пишет о трансформации международных ТНК и медиаконцернов, приобретающих черты «медиаторов, релятивизирующих новости и уходящих от непредвзятого анализа социальных конфликтов в сферу гедонистического «спектакля» [5, 136]. В начале нового века практически все ежедневные газеты и 18 тыс. журналов США были представлены в Сети. В число лидеров посещаемости в США вошли сайты, принадлежащие телекомпаниям CNN, MSNBC, ABC, портал Yahoo! News, сайты газет New York Times и Washington Post. Электронные «журналы», не имеющие бумажных версий, превратились в серьезных конкурентов традиционной журнальной периодики. Девять из двадцати наиболее посещаемых американских сайтов являлись электронными версиями газет либо их дочерними предприятиями. Кризисные явления в «новой экономике», базирующейся на компьютерно-сетевых и иных современных технологиях, приводят к тому, что многие пользователи Сетью не готовы к оплате информации, предоставляемой ее создателями.

Все знают о том, что масс-медиа помогают познавать усложняющийся мир, который далек от гармонии. Особенно велика роль ТВ, в частности – в ликвидации неграмотности и отсталости сообществ («комьюнитиз»), удаленных от центров культуры. Здесь тоже много неразрешимых противоречий. Наука и образование не дают желаемых результатов, несмотря на значительный прогресс и рост грамотности в развивающихся странах. Говоря о развитии глобальных процессов в сфере культуры Д. Хелд, Д. Гольдблатт, Э. Макгрю и Дж. Перратон отмечают, что «современная культурная глобализация ассоциируется с несколькими достижениями, такими как: новые глобальные инфраструктуры беспрецедентного масштаба, обеспечивающие большие возможности проникновения элементов культуры через границы и снижения себестоимости их использования; рост интенсивности, объема и скорости культурного обмена и коммуникаций всех видов; распространение западной массовой культуры и увеличение коммуникаций в культурном бизнесе как основное содержание глобального культурного взаимодействия» [6, 402]. Одним из следствий медиаглобализации стала конвергенция – (от лат. Convergo – «сближаю»), процесс «сближения, схождения разнородных электронных технологий в результате их бы-

строго развития и взаимодействия, создание объединенных каналов передачи информации в рамках общей инфраструктуры» [4, 103].

В центре нашей работы – Индия и Бангладеш – страны, где быстро распространяется то, что принято называть «глобализацией». Индия в этой связи вызывает особый интерес, поскольку для нее, пожалуй, в наибольшей степени характерно соединение разных культур в системе СКМ [9]. Так, у Индии имеется значительный потенциал для альтернативной глобализации, или «культурной эмиссии», при которой Индия сама выступает в роли страны-транслятора своего культурного наследия вовне и оказывает мощное воздействие на другие культуры. Однако на сегодняшний день пока остается открытым вопрос, связанный с осознанием культурной самоидентичности в процессе глобализации: сохранит ли Индия свое культурное своеобразие при зарождающемся культурном космополитизме, и если да, то в какой степени [9]. К концу 2005 г. к индийским читателям пришли первые индийские издания зарубежных газет и журналов. Кроме «Financial times» в Индии стала печататься американская деловая газета «Wall Street Journal», использующая полиграфическую базу издательского дома «Times of India». Затем появились индийские издания журналов «Forbes» и «Business week». Собственно индийская финансово-экономическая журналистика старается быть ближе к мировым стандартам, и эту близость в какой-то мере обеспечивает ей английский язык, на котором издается почти вся деловая пресса. Технический прогресс, способствовавший, кроме всего прочего, решению некоторых проблем социально-экономического развития страны, побудил кое-кого серьезно заговорить о «прыжке Индии в XXI век». Телевизионный экран, вошедший в жилища многих индийцев, самим своим существованием свидетельствует если не о «прыжке», то о быстром продвижении вперед, какого еще не знала эта древняя земля...» [8]. Темпы развития индийского телевидения оказались столь бурными, что в прессе даже замелькало определение «телевизионный взрыв». Этот «взрыв» предсказывали специалисты, его готовили. Проблема быстрого охвата всей Индии телевещанием обсуждалась еще в то время, когда в стране действовал единственный телецентр и когда, казалось, не было ни средств, ни кадров для достижения заветной цели. В 1972 году журнал «Видура», комментируя смелые планы правительства в отношении телевидения, с тревогой спрашивал: «Готовы ли мы к телевизионному взрыву?». Сегодня этот же вопрос задают по отношению к Интернету.

В 1965 году, воспользовавшись «Программой развития», предложенной ООН, Индия запустила первый экспериментальный спутник телевизионной связи. В 1975-1981 годах вышли на орбиту три индийских спутника, запущенных Советским Союзом. Наконец, в мае 1981 года был запущен еще один спутник – на этот раз с помощью изготовленной индийскими учеными ракеты-носителя. Но просуществовал он недолго – всего восемь дней. Неудача заставила специалистов активизировать работу над совершенствованием ракетной техники. В июне того же года ракетой «Ариана» Европейского космического агентства был выведен на орбиту индийский геостационарный спутник. С его помощью впервые транслировалась по всей телевизионной сети страны речь премьер-министра Индиры Ганди, с которой она обратилась к народу. С 1984 года через спутник осуществляется прямая трансляция программы «События в мире».

Переход транснациональных информационных служб на непосредственно спутниковое телевидение не только укрепил влияние средств массовой информации в мире, но и обеспечил их распространение на значительную часть земного шара. Одним из величайших достижений научно-технического прогресса в области СМИ является спутниковая трансляция. Помимо передачи телевизионного изображения и радиовещания, спутники осуществляют трансляции дальней многоканальной телефонной связи, передачу электронных печатных изданий, научно-исследовательских данных. Вкладывая деньги в индийские медиапроекты, западные компании надеются на быструю отдачу и быстрое получение прибыли. В отличие от Европы и США в Индии более дешевая рабочая сила, позволяющая сокращать расходы на издание газет и журналов. Следует добавить, что и стоимость рекламы в печати значительно ниже.

Что касается телевидения, то индийскому зрителю предлагался большой выбор каналов – государственных, частных, иностранных. Среди них множество каналов, входящих в государственное объединение «Дурдаршан», несколько каналов принадлежат частной компании «Стар» («Стар ньюс», «Стар плюс», «Стар спорте», «Стар уорлд»), весьма популярны «3и ТВ», «Сони», «Дискавери», два музыкальных канала, детский канал мультфильмов. Индия – третий крупнейший в мире телерынок, причем, несмотря на множество проблем с вещанием, низкие прибыли и языковое многообразие, бурно развивающийся. «Дурдаршан» (ДД) как официальная государственная компания имеет наибольшую аудиторию. Основным общеиндийским каналом этой компании считается «ДД-1», предлагающий

передачи на двух языках – хинди и английском. Его обслуживали 1042 наземных передатчика, охватывающих 87 % населения. Еще более перспективным и актуальным является цифровое спутниковое телевидение (ЦСТВ) – это принципиально новая технология передач телевизионных сигналов на большие расстояния, позволяющая более совершенно использовать каналы связи и доставлять потребителю изображение очень высокого качества, практически свободное от шумов и искажений.

Очевидно, что в наиболее выигрышном положении от глобализации СМИ оказался средний класс современной Индии, занятый в сфере услуг и программного обеспечения, тогда как крестьянство и низшие слои общества зачастую являются пострадавшей стороной, лишаясь традиционных источников существования, но, не имея возможности включиться в жизнь глобализирующегося общества. Однако не менее очевидным является и то обстоятельство, что процессы глобализации, в том числе и культурной, охватившей Индию, остановить невозможно, остается лишь искать средства и пути, посредством которых позитивное влияние этих процессов будет увеличено, а вред сведен к минимуму. Сегодня вариантом глобализации для развивающихся стран считается глокализация, процесс адаптации мировых стандартов к местным условиям. Это перспективный путь в диалоге Севера и Юга планеты.

В Бангладеш темпы развития СМИ не так высоки как в Европе или в некоторых странах Южной Азии. Это одна из развивающихся стран, где население составляет 156 млн. человек. Большинство из них живут в деревнях, в стране много экономических и культурных проблем. Самая большая проблема – политическая нестабильность, частые смены правительства. Название страны можно понять как «страна бенгальцев». Точное происхождение слова «Бангла» или «Бенгал» остается неизвестным, однако есть предположение, что оно происходит от слова «Банг», унаследованного от племён дравидов, появившихся в крае порядка 1000 лет до н. э. Бангладеш является седьмой страной в мире по количеству населения и входит в список наиболее густонаселённых стран мира с высоким уровнем бедности. Однако ВВП удвоился с 1975 года, уровень бедности снизился на 20 % с начала 1990-х годов. Бангладеш входит в условную «Группу одиннадцати» стран с быстро растущей экономикой. Столица Бангладеш Дакка и другие крупные населенные пункты страны послужили центрами роста экономического развития.

Правительство Бангладеш представляет собой парламентскую демократию, но цензура в СМИ ощутима. Масс-медиа играют большую

роль в становлении демократии в нашей стране. Независимая пресса показывает правдивую картину жизни. Право на свободное слово журналистам гарантирует Конституция, а также специальный АКТ по деятельности работников информационных служб, его вторая глава согласно которой каждый гражданин имеет право получать, хранить и распространять социально значимую информацию, если она не противоречит интересам безопасности государства. Самым крупным телеканалом Бангладеш является Бангладеш Телевизин (англ. Bangladesh Television), которым владеет государство, хотя в последние годы в Бангладеш начали набирать популярность частные каналы. Радио в стране представлено, как местными радиоккомпаниями «Радио Фортти» (англ. Radio Foorti), «АБС Радио» (англ. ABC Radio), «Радио Тудей» (англ. Radio Today), «Радио Амар» (англ. Radio Amar), а также международными представительствами «ББС Бангла» (англ. BBC Bangla) и «Голос Америки» (англ. Voice of America).

В 1995 г. в моей стране появился первый частный канал Channel I (канал «ай»). Это спутниковый канал, поэтому не всем доступен. Сегодня страна имеет 17 телевизионных каналов, два из которых государственные. ВТV и ВТV world. У ВТV есть 15 вещательных центров в разных регионах и городах страны, которые помогают людям смотреть ND без спутника. ВТV world — это спутниковый канал, который доступен не всем. Есть также семь частных каналов. Одни из них пока закрыты, в связи со сменой государственной власти. Частный сектор СМИ захватили промышленники или бизнес-элиты. Владельцы частных каналов также могут быть политическими лидерами. Например, Channel1, Voishaki TV, NTV, RTV принадлежат экс-министру и члену парламента от оппозиционной партии. С другой стороны, некоторые из газет Бангладеш публикуют какую-то независимую информацию. Но их свобода всегда стеснялась, как из-за политики власти, так и из-за цензуры финансовой. С ростом либеральной демократии, темпы глобализации средств массовой информации и технологии также были расширены. В этом большая заслуга западных демократий.

В области телерадиовещания глобальные масштабы работ по распространению информации проводят такие вещательные организации, как «Би-Би-Си», «Си-Эн-Эн», «ТВ-5», «Голос Америки», «Уорлднет», «Эм-Би-Си», «Эм-Ти-Ви» и многие другие. Появление крупных агентств печати и телекомпаний положило начало более профессионально организованной деятельности СМИ, ориентированной на широкие массы. Однако настоящая революция в сфере информации произошла в 1960 г. в связи с появлением спутни-

кового вещания. Спутниковое телевидение (СТВ) открыло широкие перспективы для дальнейшего развития телевидения и других электронных СМИ, ведь долгие годы телевизионное вещание во многих странах было прерогативой государства и не выходило за рамки его собственной границы. Освоение технологии спутниковой коммуникации на данном этапе позволяет многим национальным телекомпаниям передавать свои программы на большие расстояния. Также современная журналистика располагает всеми возможностями для быстрого прямого включения репортажа и передачи материалов из любой точки земного шара и при любых погодных условиях. Большим преимуществом спутникового телевидения является возможность быстро обработать пакет огромной и разнообразной информации и оперативно распространить ее по всему миру.

Таким образом, необходимо еще раз подчеркнуть, что современные информационно-коммуникационные технологии создают условия для формирования единого технологического и экономического пространства, возникновения тесного взаимодействия между ранее разделенными коммуникационными услугами и продуктами. Все это приносит новые качества и изменяет информационный продукт и на уровне содержания, и на уровне его выражения. Безусловно, успешные исследования в области языка СМИ, средств воздействия в сфере массовой коммуникации и родственных с ними областей невозможны без учета изменений, происходящих в медиаиндустрии.

Большинство как противников, так и сторонников глобализации суть ее видят в ускорении процессов формирования единого информационного пространства. Другим важным следствием унификации содержания является тенденция к четкому разграничению фактов и мнений. Современная качественная журналистика подразумевает примат объективности, разграничение фактов и комментария, оценки и объективной информации. При этом среди главных предпосылок на первое место ставится информационная революция. Именно она обеспечивает технологическую базу глобализации. Изменения в сфере коммуникаций привели к тому, что наступающую эпоху принято называть информационной. При этом обсуждение делается на силу глобализации для проведения демократических роль средств массовой информации. Известный социолог Д. Герасимовский, характеризуя ситуацию в мире, писал: «В последние годы в научных кругах ведутся оживленные дискуссии вокруг проблематики современного общества, не укладывающегося в традиционные схемы индустриального, а по многим своим параметрам и постиндустриального общества. В устах исследователей сегодня все

чаще звучат высказывания о прогрессирующих процессах всеобъемлющих структурных трансформаций, коренным образом изменяющих облик экономической, политической и социальной жизни».

**ЛИТЕРАТУРА:**

1. Бергер П.Л. Культурная динамика глобализации. Многоликая глобализация: культурное разнообразие в современном мире / П.Л. Бергер / [под ред. П. Бергера, С. Хантингтона]. – М., 2004. – С. 10-16.
2. Глобализация, рост и бедность. Построение всеобщей мировой экономики. – М., 2004. – С. 117.
3. Макеенко М.И. Американская журналистика в

Интернете / М.И. Макеенко // Новые медиа и конвергенция : сб. мат. Третьей летней школы по журналистике и массовым коммуникациям. – М., 2004. – С. 82-87.

4. Попов В.Д. Информациология и информационная политика / В.Д. Попов. – М., 2001. – С. 45.

5. Сапунов В.И. Мировые информационные агентства : системное воздействие на аудиторию / В.И. Сапунов. – Воронеж, 2007.

6. Хелл Д. Глобальные трансформации: Политика, экономика, культура / Д. Хелл, Гольдблатт, Э. Макгрю, Дж. Перратон. – С. 402-403.

7. Bzezinski Z. Between Two Ages : America's Role in the Technotronic Era / Z. Bzezinski. – N.Y., 1989. – 485 p.

8. India // Country Studies. – URL: [www.countrystudies.us/india](http://www.countrystudies.us/india).

9. [www.indostan.ru](http://www.indostan.ru).

*СК Мохаймен.*

*Воронежский государственный университет.*

*Аспирант кафедры телевизионной и радиожурналистики.*

*E-mail: mohaimen@yandex.ru*

*SK Mohaimen.*

*Voronezh State University.*

*Aspirant of department of TV and broadcasting.*