

ГЛОБАЛИЗАЦИЯ И ЦИФРОВИЗАЦИЯ: АСИММЕТРИЧНОСТЬ МЕДИАТЕХНОЛОГИЙ И ПОСЛЕДСТВИЯ ДЛЯ МЕДИАПРОСТРАНСТВА

Новикова И.В.

доктор экономических наук, профессор, заведующая кафедрой менеджмента, технологий бизнеса и устойчивого развития Белорусского государственного технологического университета (Минск, Беларусь)

irnovikova@gmail.com

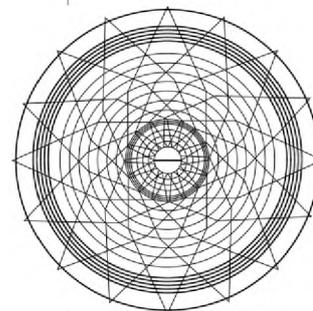
Аннотация:

Статья посвящена проблемам трансформации модели глобализации мировой экономики, возникшей в ходе эволюции рыночных государственно оформленных систем. Глобализация как продукт эволюции разрешила противоречия рыночных систем в XX в., объединив региональные рынки и создав международные производственные системы. Цифровизация экономики в первой четверти XXI в. и появление цифровых платформ в значительной степени оказали влияние на изменение модели глобализации мировой экономики. Цифровые трансформации породили новую парадигму базиса развития — цифровую экономику. Это новая экосистема взаимоотношений между традиционными факторами производства, объединенными единой информационной средой, приводящая к снижению транзакционных издержек за счет применения цифровых технологий. Наступает этап конкуренции экосистем: этап конкуренции интегрированных между собой цифровых платформ. Платформы уже приходят на смену транснациональным корпорациям, где доминируют не производственные системы, а программные продукты. Глобальное медиапространство, в свою очередь, — есть продукт глобализации мировой экономики. А ее изменение обуславливает трансформацию медиатехнологий. В наступающей глобальной цифровой экономике победит тот экономический контур, который быстрее всех вырвется вперед по количеству и качеству цифровых платформ, интегрированных в единую экосистему. И значительная роль в этих процессах будет принадлежать PR-технологиям. Современная маркетинговая стратегия PR сегодня ориентирована на мобильного клиента, предполагает разработку соответствующего содержания, стремится к круглосуточному сервису. Происходит симбиоз PR, MR и цифровых технологий. Цифровое телевидение индивидуализируется. Все коммуникации завязываются на цифровых каналах. И в этих условиях асимметрия заключается в том, что владение и контроль над данными платформы находятся вне поля зрения граждан, поставляющих эти

[Научные статьи]

Новикова И.В.

Глобализация и цифровизация: асимметричность медиатехнологий и последствия для медиапространства



данные. Это с одной стороны. С другой стороны, цифровые платформы становятся самым важным инструментом не только в воздействии на людей, но и в обеспечении прироста капитала для разработчиков и владельцев этих технологий и платформ. Меняются формы капитала. Капитал в значительной степени делается не в промышленности или других сферах материального производства, а на цифровых платформах. Каждая компания стремится либо стать цифровой, либо работать на существующих цифровых платформах.

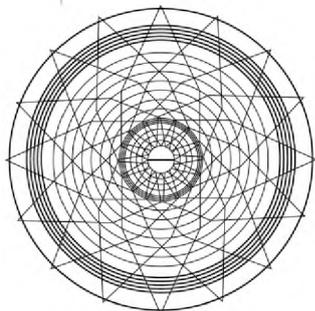
Ключевые слова: глобализация, цифровизация, медиатехнологии, цифровые платформы, базы данных

Сегодня глобализация стала объективной реальностью. Она является продуктом эволюции западной рыночной системы. Но данный продукт, возникнув на определенном этапе развития рыночной системы, в современных условиях претерпевает кардинальные трансформации, которые оказывают влияние на ход развития всей мировой экономической системы, трансформируя технологии во всех сферах жизнедеятельности общества, включая медиапространство.

1. К пониманию феномена глобализации

Впервые о глобализации заговорили американцы. Общепринятым считается, что термин ввел в научный оборот Т. Левитт (Th.Levitt) в статье, опубликованной в «Harvard Business Review» в 1983 г. Он обозначал этим словом феномен слияния рынков отдельных продуктов, производимых крупными многонациональными, международными корпорациями (МНК). В частности, он отмечал, что «компании должны научиться оперировать так, как если бы мир был огромным рынком, игнорируя внешние региональные и национальные различия» (Levitt 1983). Хотя еще в начале 70-х гг. данную проблему — проблему продвижения больших транснациональных компаний — исследовал английский экономист К. Тьюгендхэт (K. Tugendhet). Однако термин «глобализация» он не употреблял (Tugendhet 1974).

В этой связи нельзя не сказать, что советские ученые в 70-80-х гг. XX в. уже занимались проблемами слияния рынков, возникновения такого явления, как транснационализация, формирования единого всемирного хозяйства. Это позволило заложить фундамент для последующих исследований проблем



[Научные статьи]

Новикова И.В.

Глобализация и цифровизация: асимметричность медиатехнологий и последствия для медиапространства

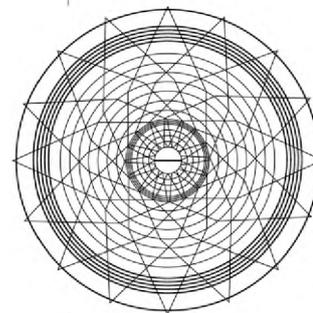
глобализации. По сути, именно эти работы подготовили необходимость и направления исследования проблемы собственно глобализации (Демин 1979; Шишков 1984; Пороховский 1985). Очень точно о сути глобализации впервые заявил профессор Гарвардского университета С. Хоффман (Hoffmann 200), который отметил, что сегодня происходит воспроизведение «в мировом масштабе того, что в XIX столетии национальный капитализм создал в отдельных странах» (). А создал он рыночную систему, работающую на основе такого инструмента, как рынок. В своей работе «Столкновение глобализаций» С. Хоффман выделяет три типа глобализации, которые существуют в настоящее время. Это — экономическая, политическая и культурная (Hoffmann 2003). Но, как следует из сути процесса, глобализация носит рыночный характер. Израильтянин Ж. Адда (Adda) отмечает, что «распространение механизмов рынка на всю планету» является «самым удивительным феноменом глобализации» (Adda 1996:)

Глобализация как явление возникло в рамках рыночной системы. Именно поэтому ее считают продуктом западной цивилизации. Она представляет собой процесс втягивания мирового хозяйства, понимаемого как совокупность национальных хозяйств, связанных друг с другом системой международного разделения труда, экономических и политических отношений, в рынок и тесное переплетение их экономик, создание единой сетевой мировой рыночной экономики — геоэкономики — и её инфраструктуры, разрушение национального суверенитета государств, являвшихся главными действующими лицами международных отношений на протяжении многих веков (Новикова 2016). На этой основе будет происходить формирование единого мирового хозяйства и его новой структуры. Однако сущность, механизмы и последствия этих процессов на момент возникновения были недостаточно ясны и дискутируемы как на Западе, так и у нас. Прежде всего, речь шла о том, кто возглавит эти процессы и кто будет во главе геоэкономики.

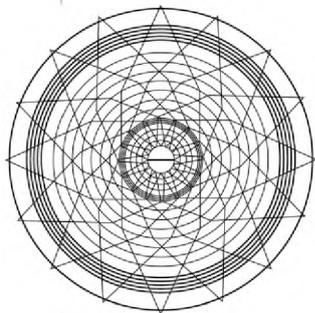
[Научные статьи]

Новикова И.В.

Глобализация и цифровизация: асимметричность медиатехнологий и последствия для медиапространства



Политические и социальные науки подходят к глобализации с точки зрения формирования гомогенизированного мирового сообщества, живущего по единым законам и приверженного единым ценностям. Более того, ценности эти по своему характеру являются отражением западного, а более точно, американского образа жизни, ибо истоки глобализации лежат в эволюции рыночных систем. А рыночные государственно оформленные системы — явление западное, проникающее во все другие цивилизации. Как отмечал З. Бжезинский (Bzhezinskiy): «Культурное превосходство является недооцененным аспектом американской глобальной мощи. Что бы ни думали некоторые о своих ценностях, американская массовая культура излучает магнитное притяжение, особенно для молодежи во всем мире. Ее привлекательность, вероятно, берет свое начало в жизнелюбивом качестве жизни, которое она проповедует, но ее привлекательность во всем мире неоспорима. Американские телевизионные программы и фильмы занимают три четверти мирового рынка. Американская популярная музыка также занимает господствующее положение, и увлечениям американцев, привычкам в еде и даже в одежде все больше подражают во всем мире» (Bzhezinskiy 1999). С приходом к власти Р. Рейгана государство США стало не только нести «в зарубежные массы» свою культуру, но «проламывать» интересы своих корпораций на мировых рынках и формировать эти рынки. Впервые политика глобализации получила статус «доктрины» с приходом к власти Б. Клинтона. Государство США уже в то время в 90-е гг. XX в., например, не только включалось в новую модель международного экономического взаимодействия, но и само формировало парадигму этой модели и строило свою внешнеэкономическую политику на ней, то есть на доктрине глобализации. По сей день США оказывают огромное воздействие на формирование условий мировой конкурентной среды, являясь не просто одной из движущих сил, но и государством, которое осознанно положило курс на глобализацию в основу своей стратегии в XXI в. и проводит ее повсеместно.



[Научные статьи]

Новикова И.В.

Глобализация и цифровизация: асимметричность медиатехнологий и последствия для медиапространства

На сегодняшний день мировое хозяйство, по выражению Ф. Хайека, представляет расширенный порядок человеческого сотрудничества, базирующийся на: 1) свободе как отсутствии принуждения вообще и в экономике особенно; 2) мире как отсутствию войны; 3) справедливости как отсутствию дискриминации и привилегий (Науек 1984). Скрепляющая основа вышеназванных элементов порядка — частная собственность. Современное рыночное хозяйство — это есть западный феномен, который проникает в экономики иных цивилизаций.

2. Глобализация в контексте эволюции рыночных государственно оформленных систем

Для того чтобы понять, как и почему трансформируется сложившаяся система глобализации, следует обратиться к эволюции государственно оформленных рыночных систем. Последние, пройдя несколько трансформаций, породили такой новый феномен, как глобализация. Но и этот феномен в современных условиях претерпевает существенные трансформации.

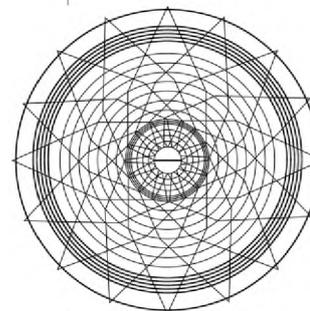
Строительной клеткой рыночных систем выступает обмен, который на первой стадии в результате «замыкания на себя обмена» трансформируется в рынок (Новикова 2009). Таким образом, возникает рыночная система. Рыночная система есть разновидность систем и представляет собой совокупность хозяйствующих субъектов и институциональных форм их функционирования. Мотивационную основу для принятия решений и их осуществления хозяйствующими субъектами составляет частная собственность и право; интеграционную и информационную — свободное колебание спроса, предложения и цен; организационную — товарное производство (Новикова 2009: 6-62).

Условиями возникновения рынка — «замкнутости на себя» — являются: общественное разделение труда, ведущее к появлению товарного производства; множественность обособленных товаропроизводителей —

[Научные статьи]

Новикова И.В.

Глобализация и цифровизация: асимметричность медиатехнологий и последствия для медиапространства

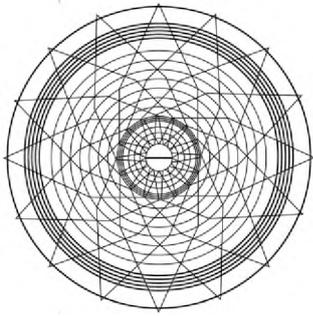


собственников, обуславливающая колебание спроса, предложения, цен; регулярность обмена (Новикова 2009: 35).

Данная трансформация означает, что закончился первый этап эволюции и возникновения системы. Почему мы говорим, что рыночная система есть продукт эволюции западных государственно оформленных рыночных систем? Несмотря на то, что рынок существовал 3000 лет назад и в китайской цивилизации, и на Ближнем Востоке 2000 лет назад (вспомним: «И изгнал Христос торгующих из храма!», Ин.2:15), только в Западной Европе сложились условия, которые позволили рыночной системе из стадии возникновения войти в стадию становления. Это и наследование Римского права, и экономическая культура, и роль государства в реализации нормативного порядка и формирования рыночной экономики, и роль протестантской этики в контексте иудейско-христианской религии, и отделение производственных предприятий от домашнего хозяйства, и развитие науки и техники в Средние века. Все эти факторы способствовали вхождению рыночной системы во вторую стадию — стадию становления, где рыночные государственно оформленные системы начали расти и развиваться.

Государственное вмешательство в экономику существовало со времен зарождения самого государства. Но совершенно меняется роль государственного вмешательства в экономику, когда система порождает элементы, отрицающие себя саму. На определенном этапе система выходит из состояния динамического равновесия. Роль настраивающего механизма в рыночной системе начинает выполнять государство. Возникает так называемое государственное регулирование в рациональном смысле слова. Это есть четко выраженная начальная граница перехода системы в стадию зрелости. В данном случае рыночная экономика превращается в экономику рыночного типа. Что это означает?

Чтобы сохранить равновесие, системе необходим так называемый блок настройки. На определенном этапе (в различных странах он не совпадает по



[Научные статьи]

Новикова И.В.

Глобализация и цифровизация: асимметричность медиатехнологий и последствия для медиапространства

времени) функциональная и компонентная дифференциация элементов приводит к образованию противоположных систем, каждая из которых объединяет элементы, обладающие качествами, противоположными качествам рыночной системы. Это означает, что свобода порождает монополию. И именно в этом случае необходим «третейский судья», арбитр. Возникновение монополий, т. е. превращение элементов в свою противоположность, а также появление настраивающего механизма в системе есть четко выраженная начальная граница перехода системы в стадию зрелости.

Вмешательство государства в экономику в виде настраивающей системы, разбивающей элементы противоположной системы, отрицающей рыночную, начинается впервые в США с принятием серии федеральных законов, получивших впоследствии название Антитрестовского законодательства.

Затем, в начале XX в., государственное вмешательство в экономику усложняется: в систему настройки встраиваются еще три блока:

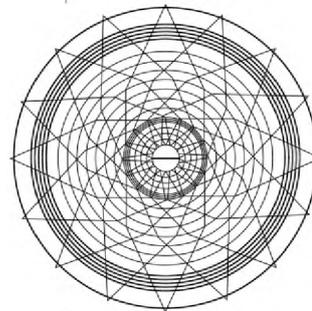
- Антикризисный или антициклический. Основы его функционирования были заложены в 30-40 гг. XX в. Дж. М. Кейнсом, реализованы в «Новом курсе» президентом США Ф. Рузвельтом и сводились главным образом к бюджетно-налоговому и кредитно-денежному регулированию воспроизводства рыночной системы.

- Социального регулирования. Этот блок нашел свое отражение в идеях реформизма и концепции государства благосостояния. Идеи социальной политики получили развитие в начале века в Великобритании, Германии и России, позднее — в США. Однако открытие социальных идей и их реализация принадлежат, прежде всего, германскому канцлеру О. Бисмарку. Он первый ввел в Германии систему социального страхования как одного из средств защиты от социальных потрясений во второй половине XIX в. На уровне государственной политики данные идеи реализовались в Швеции. Это именно та сила, которую проигнорировал К. Маркс, рассматривая побудительный мотив к революционному движению в постоянно ухудшающемся и абсолютно, и

[Научные статьи]

Новикова И.В.

Глобализация и цифровизация: асимметричность медиатехнологий и последствия для медиапространства



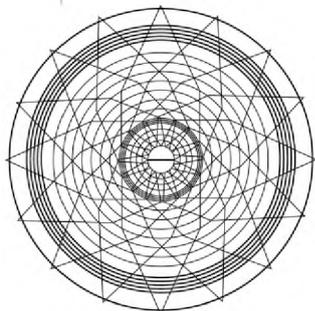
относительно положению наемных рабочих. Рыночная система позволила обеспечить такой экономический рост и увеличение национального дохода, которые дали возможность собственникам капитала поделиться частью создаваемого в обществе «пирога» (ВВП) в обмен на социальный мир. Результат этого — институциональное оформление социальной политики.

- Регулирование отрицательных «внешних эффектов». Или, иначе говоря, с ростом индустриализации во второй половине XX в. перед промышленно развитыми странами встала проблема защиты окружающей среды, оказавшая впоследствии значительное влияние на рост издержек производства национальной продукции, и таким образом, влияние на структуру мировой экономики.

При вступлении рыночных государственно оформленных систем в стадию зрелости, где вмешательство государств обеспечивает системам динамическое равновесие, экономика из чисто рыночной превращается в экономику рыночного типа (Новикова 1994: 92-96).

Еще в 60-х гг. XX в. Дж. Гэлбейрт (Galbraith) писал, что развитие производительных сил в рыночных системах на определенном этапе порождает элементы так называемой индустриальной системы¹. Рынок функционирует более надежно там, где имеется достаточно несложная техника. Если же фирма сильно зависит от определенного вида сырья и других составляющих издержек (например, от поставок сырой нефти, железной руды или бокситов, тем более от высокотехнологичных комплектующих), и «неблагоприятные рыночные колебания могут оказаться чрезвычайно дорогостоящими» (), она прибегает к

¹ Критерием деления экономических систем является **взаимосвязь между хозяйствующими субъектами**. Когда преобладающей формой взаимосвязей между субъектами становятся индустриальные, имеющие жесткий характер в силу жесткости технологических связей, экономическая система превращается сначала в рыночно-индустриальную, а затем в **индустриальную систему**. Эта классификация является отличной от предложенной К. Кларком (в зависимости от преобладающего сектора экономики — сельское хозяйство, промышленность, сфера услуг), выделившим несколько стадий в развитии рыночного хозяйства. И так как, в частности, в современной западной экономике преобладает сфера услуг, то и хозяйство называется **постиндустриальным**.



[Научные статьи]

Новикова И.В.

Глобализация и цифровизация: асимметричность медиатехнологий и последствия для медиапространства

стратегии, предполагающей устранение неопределенности рынка, или пытается вовсе избавиться от него. Она использует контрактную систему. Таким образом, рыночный механизм заменяется тем, что принято называть вертикальной интеграцией. «В экономике, где существуют крупные предприятия, — отмечает Дж. Гэлбрейт, — фирмы могут устранять неопределенность, связанную с рынком, в отношении друг друга, заключая контракты, в которых устанавливаются цены и объем поставляемой или закупаемой продукции на достаточно длительный период времени. ... Следовательно, в мире крупных фирм может быть построена своеобразная матрица контрактов, с помощью которых устраняется присущая рынку неопределенность во взаимоотношениях между фирмами» (Гэлбрейт 1969: 67).

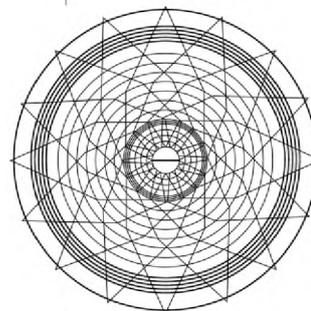
В 60-х гг. XX в. только 500-600 фирм представляли, по словам Дж. Гэлбрейта, индустриальную систему и находились главным образом в США. Процесс формирования элементов индустриальной системы особенно усилился в 80-е гг. с возрастанием роли и расширением сферы деятельности транснациональных корпораций (ТНК). Если в предыдущие годы, 50-60-е, на международную арену фирмы выносили свои снабженческо-сбытовые проблемы, которые были связаны с до- и после производственным движением капитала (закупка ресурсов — реализация продукции), то в 70-80-х гг. за национальные рамки выходит сама производственная стадия. Это ведет к еще более усиливающейся интернационализации хозяйственной жизни, проявляющейся в слиянии, переплетении производственных звеньев вплоть до создания межгосударственных и наднациональных производственных комплексов. Последние обладают высокой эффективностью и конкурентоспособностью, ибо в них эксплуатируется эффект сравнительных преимуществ отдельных стран.

Как отмечал в 70-е гг. английский экономист К. Тьюгендхет (Tugendhat), «международная компания выступает одновременно и как продавец, и как покупатель. Ее заводы в различных странах могут быть скооперированы для

[Научные статьи]

Новикова И.В.

Глобализация и цифровизация: асимметричность медиатехнологий и последствия для медиапространства

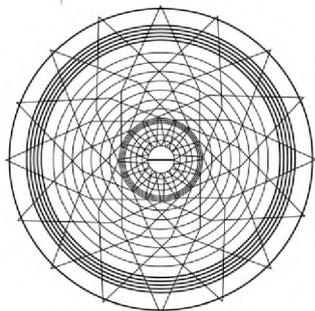


производства одного продукта. Хотя их разделяют сотни и даже тысячи миль, они могут быть такими же звеньями производственной цепи, как две поточные линии, установленные в разных цехах одного завода. Их размещение не случайный плод свободной конкуренции, а результат решения руководящих органов о местах постройки и задачах каждого из предприятий» (Тьюгендхет 1974: 132).

В данном случае производственные связи внутри ТНК принимают лишь форму импорта-экспорта, а на деле не являются торговлей в традиционном понимании, ибо цены по своему характеру — трансфертные. Это позволяет предположить, что в рамках корпораций формируются планомерные связи.

Гэлбрейт подчеркивал, что «...с развитием техники рынок становится более ненадежным. ... Таким образом, сделки, в которых предметом торга служат цены и объем продукции, уступают место передаче продукции планирующей организации» (Гелбрейт 1969: 62-63).

Таким образом, рыночная система в своем развитии прошла три стадии: возникновение (рынок), становление (рыночная экономика), зрелость (экономика рыночного типа). Начав формировать элементы более высокой индустриальной системы, подготавливая четвертую стадию развития системы — регрессивных преобразований, которая в рыночной системе носит название «рыночно-индустриальной» в государственно оформленных рамках, рыночная система разрешает все противоречия за счет своего расширения. Она выходит за национальные рамки, возвращаясь к стадии становления рыночных систем, но на качественно новом уровне: через процессы глобализации формируется мировая рыночная экономика, где происходит как бы возвращение к исходному пункту. Здесь на новой ступени повторяются некоторые стороны и моменты исходного состояния — рыночной экономики. Но если в первом случае рынок, втягивая в себя домашние хозяйства, формировал национальную рыночную экономику, то во втором случае, в современных условиях становление и развитие мирового рынка обуславливает втягивание национальных экономик. Отличие заключается



[Научные статьи]

Новикова И.В.

Глобализация и цифровизация: асимметричность медиатехнологий и последствия для медиaprостранства

в том, что в первом случае происходило отделение домашнего хозяйства от производственной единицы, а во втором — происходит отделение транснациональных корпораций от национального хозяйства, рост открытости последних в направлении формирования единого мирового хозяйства. В последней четверти XX в. процессы глобализации усилились.

3. Цифровая глобализация: эволюция продолжается

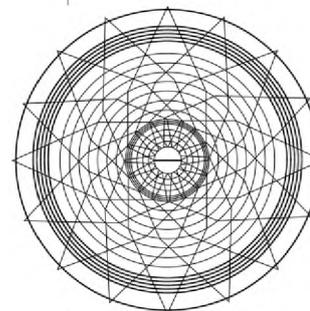
Но в XXI в. «что-то» пошло не так. Глобализация «вдруг» стала резко тормозить. Сократилась торговля товарами — исходный признак глобализации. С 53% в мировом ВВП в 2007 г. до 39% в 2014 г.. Глобальные потоки капитала различного типа сократились драматически — с 11,9 трлн долл. в 2007 г. до 5,2 в 2014 г. (Report McKinsey Global Institute 2016). Однако, несмотря на то, что глобальная торговля товарами упала, а трансграничные потоки капитала резко сократились с 2008 г., глобализация не движется в обратном направлении. Скорее, она вступает в новую фазу, определяемую резким ростом потоков данных и информации. С 2004 по 2014 гг. пропускная кросс-граничная способность данных увеличилась почти в 45 раз(!). Увеличиваются объемы электронной торговли, т. н. e-commerce. Если объем глобальной B2C торговли в 2014 г. составил 15% от всей торговли, то к 2020 г. ожидается увеличение до 29%. Более того, ожидается, что 920 млн on-line-покупателей потратят более 1 трлн долл. в 2020 г.

Меняется не только экономическая среда, меняется и медиасреда. Начиная с 2015 г. рынок медиапродукции и его сегменты процветают. Особенно это касается сегментов, в которых доминируют расходы на цифровые потоки. Цифровая реклама стала самым быстрорастущим сегментом в 2015 г., увеличившись на 19,4%, видеоигры — на 12,6%, а широкополосный Интернет — на 10,7%. Что касается видеоигр, то на цифровые компоненты-онлайн, мобильные игры и рекламу видеоигр приходилось 82% от общего объема расходов. Фактически двузначное увеличение этих компонентов компенсирует снижение затрат на традиционные видеоигры.

[Научные статьи]

Новикова И.В.

Глобализация и цифровизация: асимметричность медиатехнологий и последствия для медиапространства



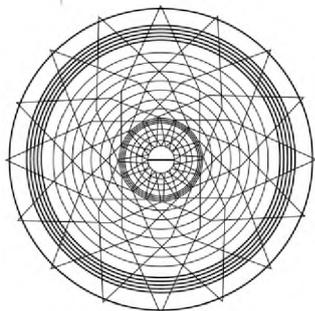
Эта модель, в которой затраты на цифровые компоненты быстро расширялись, в то время как затраты на традиционные компоненты медленно росли или сокращались вообще, характеризовала практически каждый сегмент глобальных средств массовой информации. В целом, чем больше доля расходов — потребительских или рекламных — на цифровые технологии в общем объеме сегмента, тем быстрее рост. Единственным исключением в 2015 г. было кино, которое обеспечило 15,1% прироста.

Сегменты с преобладанием печатной продукции продолжали сражаться «за место под солнцем», причем доля потребительских журналов, газет и образовательных изданий сокращалась в 2015 г. Потребительские книги, в которых доминировала печать, были самым сильным сегментом. Рост в этом сегменте составил 2,4 %, так как в 2015 г. продажи печатных книг выросли. Хотя самым быстрорастущим компонентом оставались электронные книги. Телевизионная реклама также выросла на 2,5% (Report McKinsey Global Institute 2019).

В условиях цифровизации ускоряются процессы, преобразующие ландшафт геоэкономики. В чем это находит проявление?

В XXI в. появились такие новые феномены, как цифровые платформы и большие данные, которые оказывают влияние не только на рост потребления, но и на формирование общественного мнения по тем или иным социальным, экономическим и политическим проблемам. Цифровые платформы ведут также к стимулированию потребления таких нематериальных активов, как соответствующая информация.

Существующие сегодня цифровые платформы связывают миллиарды людей по всему миру. Эти цифровые платформы, включая сайты социальных медиа (такие как *Facebook*, *YouTube* и *Twitter*), поисковые системы (такие как *Яндекс*, *Google*, *Bing*, *Baidu* и *Naver*), смартфоны и их соответствующие приложения (например, бесплатные мобильные мессенджеры, такие как *WeChat*, *Viber*, *WhatsApp*, *KakaoTalk* и *Line*), а также онлайн-поточковые службы (например,



[Научные статьи]

Новикова И.В.

Глобализация и цифровизация: асимметричность медиатехнологий и последствия для медиапространства

Netflix), сильно изменили как медиаиндустрию, так и повседневную жизнь людей и медиапространство в целом.

До начала XXI в. не было специальных цифровых платформ, однако, поскольку эти цифровые платформы начали появляться в сети в середине 2000-х гг., они сразу стали основными игроками и стали выступать в качестве новых медиа. Например, сегодня *Facebook* — самая крупная цифровая платформа — связывает 1,6 млрд чел., *Youtube* — 1 млрд. Контент и услуги перемещаются в интернете и распространяются онлайн по возможности. В развитых странах стало практически невозможно совершать сделки между коммерческим сектором, третьим (т. е. некоммерческим и неправительственным) сектором и услугами государственного сектора без использования ИКТ. Ландшафт медиапространства кардинально изменился.

4. Асимметричность медиатехнологий и последствия для медиапространства

Использование социальных медиа и создание ими нового контента стали общими мероприятиями. Новые социальные медиа и видеоплатформы появляются, но в большинстве регионов наблюдается рост нескольких доминирующих игроков, которые имеют устойчивые позиции (например, вышеупомянутые *Facebook*, *YouTube*, а также *Weibo* и *WeChat*).

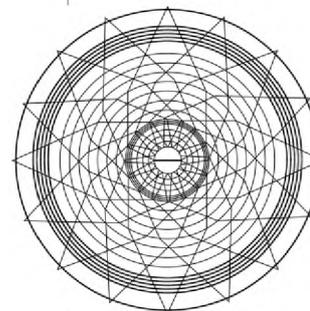
ИКТ становятся все более невидимыми: предыдущим технологиям, как правило, требовался полностью осведомленный потребитель для того, чтобы привести в действие оборудование. С новыми ИКТ люди становятся больше пассивными и неосведомленными о том, что и как делают ИКТ, как они работают. Люди, не вникая в технический процесс, отступают, и технологии позволяют сделать все для них и за них.

Риски безопасности и конфиденциальности увеличиваются в сложных системах ИКТ. Например, идет экспоненциальное увеличение объема собираемых данных, также известное как «большие базы данных». Устройства и системы создают сети взаимосвязанных пользователей, организаций и

[Научные статьи]

Новикова И.В.

Глобализация и цифровизация: асимметричность медиатехнологий и последствия для медиапространства

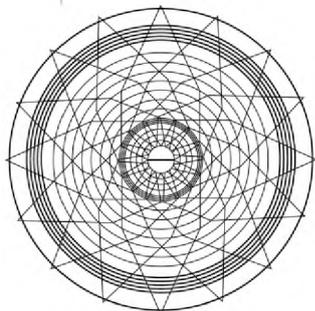


заинтересованных сторон. Цели сбора данных в этих сетях чрезвычайно разнообразны и создают смешанные различные источники. Они, в свою очередь, приводят к базам данных более объемным и потенциально более мощным, чем любой сбор данных может быть сам по себе. Поэтому возникают опасения о владении и контроле над этими данными. Граждане, использующие эти системы, не могут знать, какие данные собираются, как и с кем они делятся информацией.

Прежде всего цифровые платформы приобрели значение для цифровой экономики в сетевом XXI в. Цифровые платформы являются одними из самых последних и важных инструментов не только в воздействии на людей, но и в обеспечении прироста капитала для разработчиков и владельцев этих технологий и платформ. Меняются формы капитала. Скорость роста капитала, связанного с цифровыми платформами, в последние годы была беспрецедентной. Например, *Facebook* увеличил свои доходы с 0,9 млрд долл. в 2009 г. до 17,9 млрд долл. в 2015 г. Чистая прибыль *Facebook* в 2018 г. увеличилась на 39% по сравнению с предыдущим годом — с \$15,9 млрд до \$22,1 млрд. Таким образом, капитал в значительной степени делается не в промышленности или других сферах материального производства, а на цифровых платформах. Каждая компания стремится либо стать цифровой, либо работать на существующих цифровых платформах.

Если компанией-лидером по рыночной капитализации в 2013 г. была только одна цифровая компания — *Apple*, то уже в 2018 первых пять мест по уровню капитализации занимали цифровые компании *Microsoft, Alphabet, Apple, Amazon, Tencent*.

Таким образом, глобализация становится не только иной, меняется сама ее канва и формы капитала. Изменилось медиапространство и его элементы. Цифровые платформы являются одними из самых последних инструментов не только в получении прироста капитала для разработчиков и владельцев этих технологий на цифровых платформах: владельцы и разработчики получают



[Научные статьи]

Новикова И.В.

Глобализация и цифровизация: асимметричность медиатехнологий и последствия для медиапространства

неограниченную возможность воздействия на сознание и поведение людей, поставляющих информацию, не осознавая последствий своих действий. Например, *Netflix*, ведущая в мире сеть интернет-телевидения с более чем 109 млн зрителей в более чем 190 странах, по состоянию на декабрь 2017 г. стала образцовой цифровой платформой. В декабре 2016 г. потоковая видеосертификация компании получила жизнь в 130 новых странах, и она продолжает наращивать свои глобальные услуги. *Netflix* потратила примерно \$6 млрд на оригинальный контент в 2017 г. и расходы в 2018 составили более \$12 млрд. В 2019 ожидается, что сервис вложит в контент около \$15 млрд.

Как отмечал Дал Йонг Джин (Dal Yong Jin), «международная экспансия стала неотъемлемой частью стратегии роста *Netflix*, поскольку его рост в США на крупнейшем рынке, замедляется. Сервис компании стал хитом среди потребителей во всем мире благодаря своей стратегии выхода на рынки новых стран с растущим меню популярного оригинального контента за низкую месячную плату» (Dal Yong Jin 2018). Фактически, следующее десятилетие будет более интересным и бурным, поскольку интернет-телевидение будет вытеснять традиционное телевидение. Это связано с тем, что зритель все более нуждается в индивидуализированных технологиях. А именно это и обеспечивает *Netflix*.

Кроме затрат на производство контента, *Netflix* наращивает расходы на его продвижение. Маркетинговые издержки в 2018 г. выросли на 65% до \$2,37 млрд и, как считают аналитики, в 2019 г. прибавят еще 22%, составив \$2,9 млрд. Эксперты во многом связывают подобную стратегию *Netflix* с тем, что компания, наращивая инвестиции, готовится противостоять конкуренции со стороны *Disney*, *WarnerMedia* и *NBCUniversal*. Они собираются запустить собственные сервисы потокового видео². Как и в раннюю эру Интернета, люди считают, что цифровые платформы обеспечивают эгалитарную договоренность,

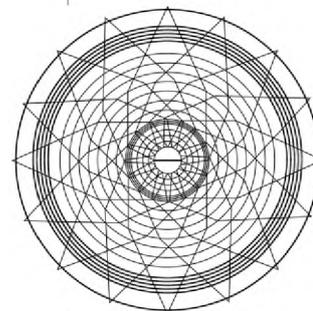
² Кабельщик (2019) Затраты «Netflix» на контент в 2019 году достигнут 15 млрд.

URL: <https://www.cableman.ru/content/zatraty-netflix-na-kontent-v-2019-godu-dostignut-15-mlrd> (Дата обращения: 14 сентября 2018).

[Научные статьи]

Новикова И.В.

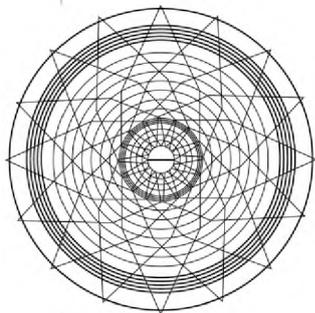
Глобализация и цифровизация: асимметричность медиатехнологий и последствия для медиапространства



обещая поддержать тех, кто стоит на них. Однако глобальные потоки новых медиатехнологий были и остаются асимметричными. Фактически, характеризуясь частично неравными технологическими обмена, асимметрией в медиатехнологиях, нынешнее состояние развития платформ в ряде стран подразумевает технологическое доминирование платформ США, которые сильно повлияли на большинство стран. А соответственно следует предполагать и их влияние не только на экономическое поведение зрителей и потребителей их информации, но и на политические предпочтения и пристрастия. Затраты на ИКТ снизились, а потенциал увеличивается в геометрической прогрессии: мобильные устройства, такие как смартфоны и планшеты, доминируют над традиционными персональными компьютерами и ноутбуками. Эти приборы имеют более низкие расходы, связанные с их приобретением и техническим обслуживанием, и предлагает более легкий доступ к спектру услуг и контента. Это будет долгосрочным трендом.

Таким образом, модель глобализации поменялась в связи с переходом к цифровым технологиям. Сами цифровые технологии трансформируют не только промышленные технологии (*Industry 4.0.*), не только экономические и организационные модели экономики (сетевая, цифровая экономика), которые в комплексе порождают асимметрию в развитии стран, территорий, компаний, но и асимметрию такой специфической отрасли как медиа. Возникновение новых медиатехнологий меняет не только само медиапространство, но и его субъектов. Они становятся иными, контент требует других технологий.

Цифровые трансформации породили новую парадигму базиса развития — цифровую экономику. Это новая экосистема взаимоотношений между традиционными факторами производства, объединенными единой информационной средой, приводящая к снижению транзакционных издержек за счет применения цифровых технологий. Наступает этап конкуренции экосистем — этап конкуренции интегрированных между собой цифровых платформ. Платформы уже приходят на смену транснациональным корпорациям.



[Научные статьи]

Новикова И.В.

Глобализация и цифровизация: асимметричность медиатехнологий и последствия для медиaprостранства

Цифровая платформа — система взаимоотношения значительного количества участников рынка, объединённых единой информационной средой, приводящая к снижению транзакционных издержек за счет применения пакета цифровых технологий, в том числе технологии блокчейн и *PR*-технологий. В ближайшие 10 лет большинство индустрий переживут существенные преобразования. Как и в предыдущих промышленных революциях последствия будут значительными. Претенденты на победу в этой «гонке» осознают, что в наступающей глобальной цифровой экономике победит тот, кто быстрее всех вырвется вперед по количеству и качеству цифровых платформ, интегрированных в единую экосистему. И значительная роль в этих процессах будет принадлежать *PR*-технологиям. Уже сегодня маркетинговая стратегия *PR* преобразовалась. Она ориентируется на мобильного клиента, предполагает разработку соответствующего контента, стремится к круглосуточному сервису. Происходит слияние *PR*, *MR* и цифровых медиатехнологий.

При объединении этих направлений доля рынка будет увеличиваться многократно. Потребность в *PR* и *media relations* без цифровой базы будет резко сокращаться, а требования к качеству коммуникаций и контента будут расти. Таким образом, в медиaprостранстве все коммуникации будут завязаны на цифровых каналах.

БИБЛИОГРАФИЯ

Бжезинский З. (1999) Великая шахматная доска. Господство Америки и ее геополитические императивы, М.: Международные отношения.

Гэлбрейт Дж. (1969) Новое индустриальное общество, М.: Прогресс.

Демин А., Раскова Н. (ред.) (1979) Государственно-монополистические комплексы: теоретические и методологические проблемы, Л.: изд. ЛГУ.

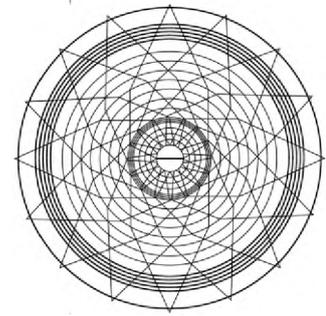
Новикова И. (2016) Геоэкономика как «Новая мировая сетевая экономика», Saarbrücken, Palmarium Academic Publisher.

Новикова И. (2009) Глобализация, государство и рынок: ретроспектива и перспектива взаимодействия, Мн.: Акад. упр. при Президенте Респ. Беларусь.

[Научные статьи]

Новикова И.В.

Глобализация и цифровизация: асимметричность медиатехнологий и последствия для медиапространства



Новикова И. (1994) Рынок и государство: проблемы макрорегулирования, Мн.: Мисанта.

Пороховский А. (1985) Большой бизнес: путь к господству (Империализм и товарные отношения), М.: Мысль.

Тьюгендхэт К. (1974) Международные монополии, М.: Прогресс.

Хайек Ф. (1992) Пагубная самонадеянность социализма. Ошибки социализма, М.: Изд-во Новости при участии изд-ва Catallaxy.

Шишков Ю. (1984) К вопросу о единстве современного всемирного хозяйства. Мировая экономика и международные отношения. №8. С.11-16.

Adda, J. (2007). La mondialisation de la economie. Paris: La Découverte.

Jin, Dal Yong (2018). Political Economy of Media. Oxford Research Encyclopedia of Communication. Dana Cloud (ed.). London: Oxford University Press

Gillespie, T. (2017). Regulation of and by platforms.

URL: <https://www.microsoft.com/en-us/research/wp-content/uploads/2016/12/Gillespie-Regulation-ofby-Platforms-PREPRINT.pdf> (Last retrieved: September 15, 2018).

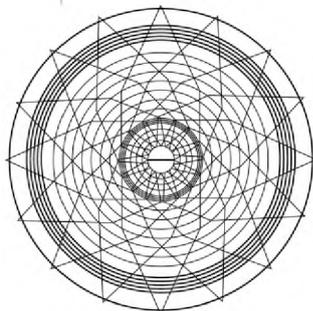
Levitt, Th. (1983). The Globalization of markets. Harvard Business Review: p.92-102.

Nishiyama, C., Leube, K. (1984). The Essence of Hayek. Stanford: Amazon.

Report McKinsey Global Institute (2016). Digital Globalization: The New Era of Global Flows. URL: <https://www.mckinsey.com/business-functions/digital-mckinsey/our-insights/digital-globalization-the-new-era-of-global-flows> (Last retrieved: July 01, 2019).

Report McKinsey Global Institute (2019). URL:

<https://www.mckinsey.com/~media/McKinsey/Industries/Technology%20Media%20and%20Telecommunications/Media%20and%20Entertainment/Our%20Insights/When%20the%20content%20consumer%20is%20king/When-the-content-consumer-is-king.ashx> (Last retrieved: July 01, 2019).



[Научные статьи]

Новикова И.В.

*Глобализация и цифровизация: асимметричность
медиа технологий и последствия для медиaprостранства*

GLOBALIZATION AND DIGITALIZATION: ASYMMETRY OF MEDIA TECHNOLOGIES AND THE IMPLICATIONS FOR MEDIA SPACE

Novikova I.V.

DSc (Economics), Professor, Head of the Department of management, business technology and Sustainable Development, Belorussian State Technological University (Minsk, Belorussia)
irnovikova@gmail.com

Abstract:

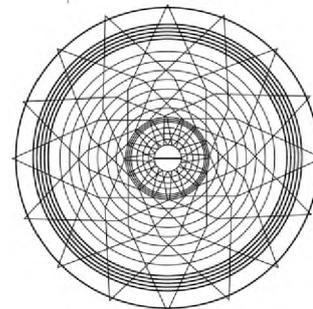
The article is devoted to the problems of transformation of model of the world economy globalization, which arose in the course of the evolution of market state-formed systems. Globalization as a product of evolution has resolved the contradictions of market systems in the XX century, bringing together regional markets and creating international production systems. The digitalization of the economy in the first quarter of the XXI century and the emergence of digital platforms had a significant impact on changing the model of globalization of the world economy. Digital transformation has created a new paradigm of development — the digital economy. This is a new ecosystem of relationships between traditional factors of production, united by a single information environment and leading to a reduction in transaction costs through the use of digital technologies. The stage of ecosystems competition is coming, it is stage competition of integrated digital platforms. Platforms have come in the stead of transnational corporations where dominate not a production system, but software products. The global media space, in its turn, is a product of globalization of the world economy. And its change causes the transformation of media technologies. In the coming global digital economy the economic outline that will be the fastest to break forward in the number and quality of digital platforms integrated into a single ecosystem will win. And a significant role in these processes will belong to PR-technologies. Modern PR marketing strategy today is focused on the mobile client, involves the development of appropriate content, committed to round-the-clock service. There is a symbiosis of PR, media relations and digital technologies. Digital TV is oriented to the individual. All communications are centering on digital channels. And in these circumstances the asymmetry is that ownership and control of the platform's data are out of sight of the citizens supplying the data. This is on the one hand. On the other hand, digital platforms are becoming the most important tool not only in influencing people but also in providing capital gains for developers and owners of these technologies and platforms. Forms of capital are changing. Capital is largely made not in industry or other areas of material production, but on digital platforms. Every company strives to either become digital or work on existing digital platforms.

Keywords: globalization, digitalization, media technologies, digital platforms, databases

[Научные статьи]

Новикова И.В.

Глобализация и цифровизация: асимметричность медиатехнологий и последствия для медиапространства



REFERENCES

Adda, J. (2007). La mondialisation de la économie. Paris: La Découverte.

Bzhezinskiy, Z. (1999) Velikaya shakhmatnaya doska. Gospodstvo Ameriki i ee geopoliticheskie imperativy,. M.: Mezhdunarodnye otnosheniya.

Jin, Dal Yong (2018). Political Economy of Media. Oxford Research Encyclopedia of Communication. Dana Cloud (ed.). London: Oxford University Press

Galbraith J. (1969) Novoe industrial'noe obshchestvo, M.: Progress.

Gillespie, T. (2017). Regulation of and by platforms.

Demin, A., Raskova, N. (red.) (1979). Gosudarstvenno-monopolisticheskie komplekсы: teoreticheskie i metodologicheskie problemy, L.: izd. LGU.

Hayek, F. (1992). Pagubnaya samonadeyannost' sotsializma. Oshibki sotsializma, M.: Izd-vo Novosti pri uchastii izd-va Catallaxy.

Levitt, Th. (1983). The Globalization of markets. Harvard Business Review: p.92-102.

Nishiyama, C., Leube, K. (1984). The Essence of Hayek. Stanford: Amazon.

Novikova, I. (2016). Geoekonomika kak «Novaya mirovaya setevaya ekonomika», Saarbrucken, Palmarium Academic Publisher.

Novikova, I. (2009). Globalizatsiya, gosudarstvo i rynek: retrospektiva i perspektiva vzaimodeystviya, Mn.: Akad. upr. pri Prezidente Resp. Belarus'.

Novikova, I. (1994). Rynek i gosudarstvo: problemy makroregulirovaniya, Mn.: Misanta.

Porokhovskiy, A. (1985). Bol'shoy biznes: put' k gospodstvu (Imperializm i tovarnye otnosheniya), M.: Mysl'.

Тьюгендхэт К. (1974) Международные монополии, М.: Прогресс.

URL: <https://www.microsoft.com/en-us/research/wp-content/uploads/2016/12/Gillespie-Regulation-ofby-Platforms-PREPRINT.pdf> (Last retrieved: September 15, 2018).

Report McKinsey Global Institute (2016). Digital Globalization: The New Era of Global Flows. URL: <https://www.mckinsey.com/business-functions/digital-mckinsey/our-insights/digital-globalization-the-new-era-of-global-flows> (Last retrieved: July 01, 2019).

Report McKinsey Global Institute (2019). URL: <https://www.mckinsey.com/~media/McKinsey/Industries/Technology%20Media%20and%20Telecommunications/Media%20and%20Entertainment/Our%20Insights/When%20the%20content%20consumer%20is%20king/When-the-content-consumer-is-king.ashx> (Last retrieved: July 01, 2019).

Shishkov, Yu. (1984). K voprosu o edinstve sovremennogo vseмирного khozyaystva. Mirovaya ekonomika i mezhdunarodnye otnosheniya. N°8. S.11-16.

Tugendhat, C. (1974). Mezhdunarodnye monopolii, M.: Progress.