Жихарев К.Л.

К вопросу об истории развития информационной деятельности в России и за рубежом

Со времен СССР информационная деятельность была направлена в основном на обеспечение отдельными видами специальной информации и прежде всего НТИ. Понятно, что рынок, введенный в нашей стране силовыми методами, а также объективный недостаток ресурсов для бюджетного финансирования научно-технической деятельности, уронил значение этого сектора. Само его сохранение определяется скорее не текущими потребностями и спросом, находящим выражение в финансировании, а тем организационным потенциалом, который был накоплен еще в советское время и выражался в наличии множества достаточно крупных институтов и огромных информационных ресурсов. Часть этих институтов, которые получали и до сих пор получают бюджетную поддержку (как для решения реальных экономических, так и прежде всего социальных задач по предотвращению безработицы и сохранению видимости цивилизованного общества в России), смогли сохранить сектор НТИ в объеме, существенно превышающем спрос на НТИ и его реальную нужность для российской экономики. Интересно, что уровень развития сектора НТИ в России оказался настолько высоким и этот сектор имел такие крепкие корни, что на его поддержку фактически не были затрачены средства в рамках международных программ помощи России или российской науке. Кроме того, многочисленные попытки выхода на этот сектор рынка зарубежных информационных служб провалились и они оказались не в состоянии конкурировать с российскими информационными соперниками, подтвердившими способность работать в условиях фактического отсутствия платежеспособного спроса в России, а также сумевшими, по сути, вернуться на этот сектор в странах СНГ несмотря на все стремление к независимости по всем направлениям, наследованное от СССР, и особенно сильное в первые годы после его развала.

Возникновение "дикого" товарного рынка в конце 80-х, начале 90-х годов, бартеризация экономики, возникновение множества экономических агентов без деловой истории, стоящей за ними, привели к тому, что решающим стал сектор коммерческой информации.

1987 год принято считать датой начала формирования российского информационного рынка. В это время появились нормативные документы, официально разрешающие деятельность кооперативов и предприятий с иностранным участием, сыгравших важную роль в развитии рынка деловой информации в России. До этого времени хотя информация и признавалась товаром, рыночные отношения сдерживались из-за жесткой государственной регламентации информационной сферы.

С 1987 года по 1992 год условия для развития рынка информационных продуктов и услуг были благоприятны (возникновение новых потребностей в

результате активизации предпринимательской деятельности, относительно высокий платежный спрос, наличие дешевого информационного "сырья", созданного в рамках государственных структур, насыщение компьютерной техникой, оргтехникой). Активность коммерческих фирм в информационной сфере определялась возможностью получения значительных прибылей. Некоторые фирмы даже смогли купить собственность (например, недвижимость), которая позволила им в дальнейшем конкурировать с более крупными структурами.

Жесткая либерализация экономики в 1992 году привела к существенному ухудшению макроэкономических условий для развития рынка информационных продуктов и услуг. Сохранившие информационный бизнес фирмы вынуждены были настраиваться на потребности платежеспособных групп. Это привело к ограничению номенклатуры общедоступных на рынке продуктов, "вымыванию" дешевых услуг. Информационное производство стало не выгодным. Успехи по продажам были, как правило, связаны не с качеством информационного продукта, а с успешной рекламной кампанией.

Как и в других сферах деятельности, шел процесс накопления первичного капитала, который характеризовался в данной сфере тем, что потребителю предлагался информационный продукт, достоверность и полнота сведений в котором часто не соответствовали запрашиваемой цене.