

## V. МЕЖДУНАРОДНЫЕ МАССОВЫЕ КОММУНИКАЦИИ В ЭПОХУ ГЛОБАЛИЗАЦИИ

### ГЛОБАЛЬНАЯ МЕДИЙНАЯ ПОЛИТИКА: РЕАЛЬНОСТЬ ИЛИ ФАНТОМ?

*Короченский Александр Петрович  
Белгородский госуниверситет*

**Ключевые слова:** *глобальная медийная политика, ЮНЕСКО, международные массовые коммуникации*

**Key words:** *Global Media Policy, UNESCO, international mass communications*

В повестку дня юбилейной конференции Международной Ассоциации исследователей массовых коммуникаций – IAMCR (Париж, июль 2007 г.), посвящённой 50-летию организации, была включена дискуссия по проблемам определения контуров современной глобальной медийной политики (Global Media Policy – GMP). Рабочая группа организаторов дискуссии отметила, что участие массмедиа в современных глобальных коммуникациях требует более глубокого теоретического осмысления. Также нуждаются в совершенствовании анализ и научная интерпретация основных глобальных информационных процессов. На сегодняшний день остаются недостаточно изученными как общие тенденции развития глобальных массово-информационных процессов, так и состав их участников, многообразие связей и интеракций между ними, интересы различных сторон, включившихся в конкуренцию на глобальном информационном поле.

Основные причины тому – как сложность и масштабность самих явлений и процессов, требующих изучения, так и неразвитость методологии их исследования и недостаточность превалирующих ныне исследовательских подходов. В большинстве научных работ (по преимуществу западных) рассматриваются преимущественно отдельные массово-коммуникационные феномены и аспекты функционирования массмедиа в глобальном контексте. Явно недостаёт системного видения масштабных перемен, происходящих сегодня в медийной сфере на глобальном уровне.

Современная наука отстаёт в изучении стремительно изменяющейся общемировой картины масштабных информационных процессов в современном мире, переживающем интенсивные глобализационные перемены. «Глобальная деревня» оказалась гораздо более сложным и замысловатым коммуникационным явлением, чем это виделось в эпоху маклюэновских пророчеств. С распространением новейших средств массовой коммуникации мировой медийный ландшафт претерпел существенные изменения. В связи с раз-

витиём трансграничного спутникового ТВ и всемирной сети Интернет характеристики международной информационной среды претерпели существенную трансформацию. Сетевые средства массовой коммуникации, включая региональные и местные, становятся де факто глобальными по масштабам распространения информации (даже если задача трансграничного информирования не осознаётся и не артикулируется). Потребители сетевых СМК могут находиться на значительном географическом удалении – и нередко сосредоточены по всему миру, о чём свидетельствует статистика зарубежных посещений не только крупнейших столичных сетевых изданий, но и частотность обращений нерезидентов на сайты региональных и местных СМК.

С распространением непосредственного спутникового телевидения и Интернета географические государственные границы, являвшиеся ранее труднопреодолимыми барьерами для трансграничных информационных потоков, стали прозрачными для массовой информации из-за рубежа. Сформировалась качественно новая ситуация *открытости национального информационного пространства*, хотя языковые, культурные и экономические барьеры по-прежнему ограничивают возможности использования внешней информации. Бурно развивается *глобальный информационный рынок*, важнейшую роль в существовании которого играют трансграничные СМК.

В этом контексте постановка вопроса об изучении глобальной медийной политики выглядит как попытка систематизировать научное знание о многообразных глобальных процессах в сфере массмедиа, выявить в них элементы всеобщей организации во всемирном масштабе. Но насколько корректно сформулирована научная проблема, на которую должны быть нацелены усилия исследователей? Существует ли в действительности сам объект изучения – глобальная информационная политика (ГМП)?

Применение понятия «политика» предполагает наличие некоей консолидированной, более или менее выстроенной, имеющей определённый концептуальный стержень системы действий в медийной сфере на глобальном уровне, согласованно осуществляемой определёнными субъектами – творцами этой политики. Какие же субъекты способны сегодня определять и осуществлять глобальную информационную политику, задавать целевые ориентиры и форматно-содержательные параметры массовых коммуникаций через СМК в мировом масштабе?

Известны примеры выработки и реализации на международном уровне *региональной медийной политики*, когда она вырабатывалась межгосударственными объединениями определённого географического региона во взаимодействии с медиабизнесом. Наиболее наглядным и масштабным процессом такого рода стало развитие медийной политики в рамках ЕС в 1980-е – 2000-е гг. В настоящее время концептуально выстроенные и согласованные действия Европейского Союза в медийной сфере осуществляются по таким направлениям, как правовое регулирование трансграничного телевидения, обеспечение охраны интеллектуальной собственности, ограничение концентрации на общем пространстве ЕС, выработка общих технических стандартов и пр. [См. бюллетень центра NORDICOM «European Media Policy»]. Так, например, перед лицом

предстоящего развития телевидения через мобильные телефоны важным аспектом медийной политики ЕС призвано стать принятие стандарта DVB-H в качестве единственного стандарта европейского мобильного телевидения. Характерно, что библиография зарубежных научных публикаций о проблемах медийной политики, реализуемой в международных масштабах, содержит работы, посвященные преимущественно участию ЕС в выработке общих подходов к развитию медийной сферы и международному согласованию деятельности массмедиа на европейском пространстве [См.: Doyle Gillian, 2002 и др.].

Отдельного рассмотрения заслуживает вопрос о субъектности и роли ТНК в определении глобальной медийной политики (если таковая существует). Сегодня самыми крупными акторами в сфере международных медийных коммуникаций являются немногочисленные гигантские транснациональные корпорации, в большинстве своём со штаб-квартирами в США (прежде всего Time Warner, Viacom, News Corp., Disney). После распада социалистической системы и включения бывших стран «реального социализма» в мировую капиталистическую систему хозяйства они осуществляют масштабные операции по всему миру. «Доминирующие медийные предприятия всё более и более выглядят как глобальные», – отмечает Р. МакЧесни [Robert W. McChesney, 2005: 173]. В глобальном контексте отношения медиагигантов характеризуются, с одной стороны, как остроконкурентные, отмеченные постоянной борьбой. С другой стороны, принципиальное распределение рынков и захват ими тех или иных ключевых медийных секторов – уже свершившийся факт. В этом отношении крупнейшие медиакорпорации напоминают ведущие автомобилестроительные и нефтедобывающие компании, которые уже пришли к глобальной олигополии. В сфере трансграничной информационной деятельности олигополия не является принципиально новым явлением. Достаточно вспомнить «картель трёх» (1870 г.) – соглашение телеграфных агентств Reuters, Havas и Wolff, тогдашних мировых крупнейших поставщиков оперативной международной информации, о разделе сфер влияния, предусматривавшем распределение географических зон сбора информации и рынков её продажи в мировом масштабе [Fenby, 1986: 35-38].

Ряд зарубежных и отечественных исследователей отмечают наличие принципиального негласного консенсуса между гигантскими медиакорпорациями в утверждении базовых идеологических и ценностных установок нелиберализма, а также в освещении некоторых ключевых проблем современного миропорядка («глобальной войны против терроризма», положения и роли России в современном мире и пр.) [См., напр.: Chomsky, Herman (2002), Ramonet (2005), Сапунов (2007) и др.] Таким образом, существуют элементы согласованности крупнейших транснациональных медийных игроков не только в экономическом поведении на глобальном рынке, но и в содержательных аспектах их массово-коммуникационной деятельности. Однако происходит это «по умолчанию» и нередко выглядит как результат воздействия пресловутой «невидимой руки» – мощных рыночных сил глобального масштаба. Но едва ли можно игнорировать подчинённость большинства медиагигантов ключевым управляющим центрам, базирующимся по преимуществу в США, а также других ведущих государствах Запада.

Хотя олигополия способствует выработке определённых форм согласования и взаимодействия корпораций и в определённых ситуациях провоцирует дальнейшее укрупнение и концентрацию через слияния и поглощения, принципиальная возможность выработки единой развитой глобальной медийной политики в условиях сохраняющейся глобальной же конкуренции медиагигантов представляется проблематичной – несмотря на существующие отношения ограниченного консенсуса между ними.

Наличие глобальной медийной политики должно подтверждаться принятием согласованных в широком международном масштабе концептуальных документов, отражающих основные цели и другие параметры этой политики. Однако же на сей день такие документы не существуют. В документах, принятых на Всемирной встрече на высшем уровне по вопросам информационного общества, есть положения, касающиеся массмедийного сектора. Но изложенные в них основные цели развития сконцентрированы преимущественно на расширении доступа жителей планеты к электронным коммуникациям. При этом «...и Декларация, и План действий не дают социетального определения информационного общества: практически ставится знак равенства между информационным обществом и доступом к новым информационно-коммуникационным технологиям...» [Человеческое измерение..., 315] Остальные же целевые положения (о необходимости соблюдения этических аспектов при применении новейших коммуникационных технологий и особенно о развитии контента) изложены слишком общо, им явно недостает конкретики.

Таким образом, документы Всемирной встречи едва ли можно признать полноценной концептуальной основой глобальной медийной политики. Тем более, что в них не очерчен круг субъектов – агентов такой политики, их обязанности по ее реализации.

Под влиянием неолиберальной мифологии широкое распространение получил тезис о вытеснении государства из сферы международных коммуникаций. Для ряда западных исследователей аксиоматичным стало утверждение об ослаблении роли государств в организации медийных международных коммуникаций ввиду превалирования в них частных транснациональных корпораций. Так, например, М.Э. Прайс в подтверждение этого тезиса приводит данные о сокращении в 1990-е годы, после провозглашённого окончания холодной войны, бюджетов и масштабов деятельности ведущих западных государственных организаций, осуществляющих радиовещание на зарубежную аудиторию [Прайс, 232-244]. Вместе с тем он же приводит высказывания организаторов иновещания, которые свидетельствуют о том, что в действительности речь идёт лишь о перегруппировке сил. В условиях, когда государственное коротковолновое эфирное иновещание постепенно превращается в анахронизм, требуется развитие интернетных и спутниковых форм информирования, которые являются более перспективными в воздействии на зарубежные аудитории [Там же, 245].

Роль государств как акторов в области глобальных медийных коммуникаций существенно возрастает в период политических и во-

енных кризисов. Период «глобальной войны против терроризма» – не исключение. После вторжения в Ирак правительство США заявило о создании нового спутникового телеканала «Al-Nurra». Канал должен был стать американским противовесом влиятельному катарскому телеканалу «Al-Jazeera» как часть проекта по формированию общественного мнения на Ближнем Востоке с учетом пожеланий Белого дома. Ранее с этой же целью США открыли вещание арабоязычной радиостанции «Sawa».

Новые международные службы массовой коммуникации, главным образом спутниковые телеканалы, в последние годы создавались и другими ведущими государствами. Международные новостные каналы спутникового телевидения с их прямым выходом на широчайшие зарубежные аудитории превратились сегодня в один из важнейших элементов информационной поддержки государственной внешней политики и внешнеэкономической деятельности за рубежом. Осознание возрастающей роли международного спутникового телевидения в информационном воздействии на зарубежные аудитории способствовало открытию в 2005 г. российской спутниковой службы новостей «Russia today», создание которой было инициировано и профинансировано государством. В настоящее время вещание «Russia today» осуществляется в двух вариантах – англоязычном и арабоязычном.

В декабре 2006 г. стартовало созданное по решению французского правительства новостное спутниковое ТВ «France 24», призванное представлять точку зрения Франции на события в мире и способствовать всемирному распространению ценностей, разделяемых французами. В создании «France 24» приняли решающее участие государственные телеканалы Франции, объединившиеся с частным каналом «TF-1». Ключевые характеристики новой службы спутникового телевидения были определены потребностью её создателей в привлечении частных инвестиций и в приобретении политически благоприятного статуса независимой медийной организации [См. подробнее: Короченский, 2007: 207-208]. «France 24» осуществляет параллельное вещание на Европу, Ближний Восток и Африку, АТР, Северную и Южную Америку по двум спутниковым каналам – франкоязычному и англоязычному. В 2007 г. запланировано открытие арабоязычного вещания «France 24» с привлечением ближневосточных капиталов, а в перспективе – и канала, ведущего передачи на испанском языке.

Государства, рассматриваемые в качестве главных агентов международных массовых коммуникаций, так или иначе присутствуют в деятельности многих спутниковых служб новостей – от «EuroNews», созданной при участии ряда государственных вещательных компаний Европы и Северной Африки, до катарского канала «Al-Jazeera». Но при этом нетрудно заметить, что участие это подчинено различным, иногда диаметрально противополож-

ным целям, определяемым логикой конкурентной борьбы различных государств на мировой арене.

После окончания холодной войны ведущие государства мира отнюдь не утратили своё влияние на коммерческие коммуникационные структуры, действующие в глобальном масштабе – включая и те из них, которые имеют международный статус. Пример тому – принятое в мае 1999 г., в разгар косовского кризиса, решение Совета директоров международной коммерческой организации спутниковой связи EUTELSAT о прекращении трансляции передач югославского телевидения через принадлежащие ей спутники связи. Прерывание трансляции нарушило уставные положения EUTELSAT, которые не предусматривают отказ от оказания договорных коммуникационных услуг по политическим причинам, но полностью отвечало общему курсу государств НАТО на международную информационную изоляцию сербской стороны накануне и во время осуществления натовской военной интервенции. В том же 1999 г. вследствие давления, оказанного на правительство Израиля со стороны США, власти этого государства добились от частной израильской компании, транслировавшей сербские телепередачи через принадлежащий ей спутник, прекращения обслуживания югославского канала.

Таким образом, названные выше категории субъектов, гипотетически способных быть творцами и исполнителями глобальной медийной политики, в действительности таковыми не являются и не могут быть в принципе: слишком велики различия между ними и преследуемыми ими целями конкурентной борьбы на мировой арене. Одним из подтверждений реальной многополярности современного мира является острое соперничество в международной информационной деятельности даже среди казалось бы сплоченных государств Запада. Напомним, например, что спутниковая телевизионная служба «EuroNews» создавалась как противовес растущему влиянию «CNN International» на европейскую аудиторию.

Таким образом, в отсутствие явно выраженной единой ГМП сегодня уместна постановка вопроса о многообразных *глобальных медийных политиках*, реализуемых различными субъектами либо группами субъектов.

Очевидно, что повестка дня в формировании медийной политики в общепланетарном масштабе должна задаваться не транснациональными корпорациями либо одной сверхдержавой или группировками наиболее могущественных государств современного мира, но демократическим путем, в широком международном составе, что можно обеспечить в современных условиях только в рамках универсальных организаций – прежде всего ЮНЕСКО, уделяющей пристальное внимание концептуальным проблемам массовых коммуникаций.

В международном дискурсе о глобальных массовых коммуникациях сегодня преобладают установки и подходы Запада, о чем свидетельствуют, например, документы ЮНЕСКО 1990-2000 гг. После дебатов предшествующих десятилетий о «новом международном информационном и коммуникационном порядке» в центре внимания этой организации вновь находится проблематика свободного потока информации. Но деятельность ЮНЕСКО в

защиту культурного разнообразия народов мира (не исключая мультикультурализм в массмедиа), а также выдвижение и поддержка концепции «общества знаний» – гуманистической альтернативы теории информационного общества, технократической по своей сути, свидетельствует о том, что эта авторитетная международная организация могла бы стать полем многостороннего обсуждения контуров грядущей глобальной медийной политики. Бразильский исследователь В. Круз Бриттос справедливо заметил в связи с этим: «...ЮНЕСКО представляет собой один из немногих полюсов, выполняющих задачи формулирования альтернативных политик» [Cruz Brittos, 2005: 88].

Документы, разработанные в рамках ЮНЕСКО, неизбежно имеют компромиссный характер, будучи плодом многостороннего согласования на международном уровне. И вместе с тем в них так или иначе воплощаются взгляды и интенции различных участников общемирового дискурса о массовых коммуникациях, что обеспечивает его демократизм и многоголосье. К. Норденстренг, не без оснований критиковавший знаменитый доклад комиссии ЮНЕСКО о состоянии и перспективах массовой коммуникации в мире [Many Voices, One World, 1980] за теоретико-методологическую рыхлость и непоследовательность, тем не менее признал его большое историческое значение [Nordenstreng, 2005: 45-47]. Признанием значимости этого документа стала недавняя широкая международная реакция на 25-летие его опубликования.

В наши дни, когда благодаря новейшим коммуникационным технологиям даже рядовые граждане способны переходить из привычного состояния безличной медийной аудитории в категорию субъектов массовых коммуникаций (не исключая и международную коммуникацию), особенно важно, чтобы попытки формулирования контуров будущей глобальной информационной политики происходили на демократической основе, исключая одностороннее доминирование и диктат.

1. Прайс М.Э. Масс-медиа и государственный суверенитет: глобальная информационная революция и её вызов власти государства. Институт проблем информационного права. – М., 2004.
2. Короченский А.П. Поздний старт: международная спутниковая служба «France 24» на глобальном рынке новостей // Средства массовой информации в современном мире (СМИ-2007). – СПб.: СПбГУ. 2007
3. McChesney Robert W. (2005) Medios globales, neoliberalismo e imperialismo. // Por otra comunicación. Los medios, globalización cultural y poder. (Denis de Moraes, coord.) Barcelona: Icaria.
4. Fenby Jonathan (1986) The International News Services. NY: Schocken Books.
5. Человеческое измерение информационного общества // Энциклопедия жизни современной российской журналистики (2007). Т.2.
6. Doyle Gillian (2002) [Media Ownership: The Economics and Politics of Convergence and Concentration in the UK and European Media](#) London: SAGE ; Humphreys Peter J. (1996) [Mass Media and Media Policy in Western Europe](#). Manchester: Manchester University Press; [Dynamics of Media Politics: Broadcast and Electronic Media in Western Europe \(1992, Vol. 1\)](#) Euromedia Research Group (Editor). London: SAGE; Venturelli Shalini (1998). [Liberalizing the European Media: Politics, Regulation, and the Public Sphere](#). Oxford: Oxford University Press; Sarikakis Katharine (2004) [Powers in Media Policy: The Challenge of the](#)

[European Parliament](#). Lang, Peter Publishing; Harcourt Alison (2005) [European Institutions and the regulation of Media Markets](#). Manchester: Manchester University Press.

7. Ramonet Ignacio (2005). El poder mediatico // Por otra comunicación. Los medios, globalización cultural y poder. (Denis de Moraes, coord.) Barcelona: Icaria; Сапунов В.И. (2007) Мировые информационные агентства: системное воздействие на аудиторию. Воронеж: ВГУ.

8. Cruz Brittos Valério (2005). Circulación internacional y distorsiones comunicacionales en el capitalismo global.// Quaderns del Consell de l'Audiovisual de Catalunya. Enero-abril 2005, num. 21.

9. Many Voices, One World. Communication and Society Today and Tomorrow. Report by the International Commission for the Study of Communication Problems. UNESCO: Paris-London. 1980.

10. Nordenstreng Kaarle (2005) Un hito en el gran debate mediático. // Quaderns del Consell de l'Audiovisual de Catalunya. Enero-abril 2005, num. 21.

## ОБ ОСВЕЩЕНИИ ВОЕННЫХ КОНФЛИКТОВ

*Антони Кастел Тремаса  
Барселонский Автономный университет  
Каталония – Испания*

**Ключевые слова:** журналистика, военные конфликты, освещение в прессе, превентивная журналистика.

**Key words:** journalism, conflicts, news coverage, journalism of prevention.

Бедствия, порождённые войнами – разрушение гражданской инфраструктуры и жилых домов, смерть, исход беженцев и насилие над людьми, в особенности над женщинами и детьми – драматичны и привлекают внимание. В процессе отбора новостей для массмедиа и определения степени значимости полученной информации зрелищность событий и их драматизм способствуют повышению ценности сообщений. Как отметил Э. Боррат [Borrat, 1989: 23], насильственные конфликты занимают чрезвычайно важное место в тематической иерархии медийной информации. Войны «хорошо вписываются в процесс отбора новостных сообщений: они состоят из эпизодов, насыщены эмоциями, конфликтами, впечатляющими образами и многим другим» [Ruigrok, De Ridder i Scholten, 2005: 162].

По этой причине в случаях, когда явный драматизм отсутствует либо не происходит что-нибудь зрелищное и впечатляющее, потому что нет военных действий, средства массовой коммуникации в большинстве случаев не сообщают о том, что происходит. В случаях, когда войны нет, но осуществляется так называемое «структурное насилие»<sup>1</sup>, средства массовой коммуникации не сообщают о нём, поскольку «редко интересуются конфликтом, пока он не прорвётся наружу» [Rupesinghe i Naraghi, 1998: 72].

---

<sup>1</sup> О концепции «структурного насилия»: Galtung, Johan (1998) *Tras la violencia 3R: reconstrucción, reconciliación, resolución*. Bilbao: Bakeaz gernika Gogoratz.