

Таков, например, бывший член партии кадетов Д. И. Мейснер, работавший в учреждениях социалистической Чехословакии, приезжавший в СССР, опубликовавший даже книгу в советском издательстве¹², но так и не вернувшийся на Родину.

В конечном итоге уже к 1950-м гг. ситуация в российской эмиграции в Европе кардинально изменилась. Теперь здесь проживало лишь 30 % всех русских эмигрантов. Многие анти-советски настроенные эмигранты, спасаясь от репатриации, бежали за океан. Эмигрантскими центрами Европы стали Мюнхен, Брюссель, Париж, но они уступали послевоенным Нью-Йорку или Буэнос-Айресу. К концу 1990-х гг. больше всего русских в Европе проживало во Франции — 40 тыс. человек, в Румынии — 35 тыс. В Париже продолжают существовать Объединение лейб-гвардии казачьего полка, Союз дворян, старческий дом Земгора и т. д., но все это уже скорее осколки Русского Парижа.

Д. Л. Стровский

Уральский университет (Екатеринбург)

ГЛОБАЛИЗАЦИЯ ИНФОРМАЦИОННОГО ПРОСТРАНСТВА И ЕЕ ВЛИЯНИЕ НА ЖУРНАЛИСТИКУ

Глобализация стала реальным проявлением сегодняшнего дня в системе международных политических и экономических отношений. Это объясняется целым рядом объективно существующих причин: возросшим за последние годы уровнем интенсификации производства, слиянием национальных финансовых потоков в единый капитал, концентрацией ресурсов и т. д. Данный процесс следует воспринимать как неизбежный, действующий в рамках конвергенции различных национальных интересов с целью выработки оптимальной системы функционирования мирового сообщества. Правда, следует признать,

¹² См.: Мейснер Д. И. *Миражи и действительность*. М., 1966.

что далеко не все страны оказываются в выигрыше от такой интеграции. В данном случае в полном соответствии с законами рынка преимущества получают те государства, которые обладают высоким уровнем технологий и организации труда и одновременно регулирующие мировой финансовый процесс. Вместе с тем глобализация, под которой следует понимать процесс интеграции отдельных промышленных предприятий в единую индустрию с целью монополизации рынка на национальном и международном уровнях, является, по существу, естественным условием эффективного развития мирового сообщества.

Информационное пространство, если понимать под ним единство информационных потоков, сформированных в ходе человеческой деятельности, всецело подчинено отмеченным тенденциям. Процесс глобализации в этой сфере деятельности характеризуется *функционированием многомерного процесса, основанного на взаимодействии средств создания и распространения информации, которые путем концентрации совместных усилий формируют принципиально новый уровень информационного воздействия на общество*. Исходя из этого определения, глобализация в первую очередь определяется наличием современных технологий, порождающих разнообразие производимой и доносимой до потребителя информации. Развитие этих технологий обеспечивается инвестированием со стороны наиболее обеспеченных государств мира — США, Канады, стран ЕС, которые обладают развитым техническим потенциалом.

Это отчетливо прослеживается на примере функционирования Интернета. Свыше 90 процентов информации, сконцентрированной во «всемирной паутине», — на английском языке, этот же язык стал главенствующим при разработке основных программ по поиску необходимых электронных адресов. Наряду с этим внедрение Интернет-систем в различных странах позволило за последние годы упорядочить движение информации, облегчило ее поиск и, как следствие, актуализировало общее стремление мирового сообщества приобщаться к достижениям цивилизации. При этом в современной исследовательской литературе звучит мысль и о том, что получаемый информационный продукт способствует внедрению на практике ключевого принципа демократии, сводящегося к праву

общества выступать паритетным партнером власти в продуцировании политических решений. Сторонники этого подхода считают, что существование Интернета, во-первых, уравнивает шансы в получении данных в различных точках земного шара, а во-вторых, дает возможность населению получать оперативные данные о деятельности государственных и политических институтов и таким образом осуществлять негласный надзор над ними¹. Трудно в точности сказать, насколько предоставляемая таким образом информация способна активизировать сознание массовой аудитории по части осуществления совместных действий. Вместе с тем нельзя не признать, что как никогда стремительное распространение тех или иных сведений посредством новых технологий позволяет вплотную приблизиться к созданию того, что канадский социолог Д. Маклюэн называл «информационной деревней» — к объединению людей, живущих далеко друг от друга, но получающих возможность непрерывно общаться между собой.

Во многом именно по причине внедрения новых технологий, подтверждающих развитие процесса глобализации в информационной сфере, в нашем лексиконе уже достаточно прочно укоренилось словосочетание «информационный взрыв». Этот взрыв является подтверждением резко возросшего потока сообщений, имеющего все основания расширяться и в дальнейшем. Все чаще ставится на обсуждение вопрос о том, что человечество оказывается не в состоянии «переварить» тот объем информации, который само же породило, что невольно заставляет его искать новые формы упорядочения данных.

Процесс глобализации в информационной сфере не ограничивается только технологическими новациями, совершенствующими процесс поиска и передачи различных сообщений. Ключевые потоки в этом пространстве в значительной мере регулируются традиционными средствами массовой информации — прессой, радио и телевидением. Это объясняется тем, что эти СМИ по-прежнему обладают исключительными возможностями в сфере информирования общества, что, в свою очередь,

¹ См., в частности: *Truetzschler W. The Internet: A New Mass Medium? // Media Policy: Convergence, Concentration and Commerce / D. McQuail, K. Suine (eds.). L., 1998. P. 77–79.*

обеспечивает особый уровень их воздействия на массовое сознание. По отзыву видного британского исследователя печати Р. Негрина, традиционным СМИ принадлежит исключительная роль в создании наших представлений об окружающем мире — более важная, чем играют в этом процессе церковь, школы и политические партии. К названным политическим институтам взрослый человек обращается все же реже, чем к СМИ, к тому же объем информации, передаваемый печатным и аудиовизуальным (электронным) путями, несравненно более широк и многообразен². Добавим к этому, что СМИ выступают в качестве самостоятельного и важнейшего социального института, который может сплотить или, наоборот, разъединить общество, создать благоприятные предпосылки или препоны к его поступательному развитию. Вот почему этот институт можно назвать всеохватным по степени проникновения в различные пласты общественной жизни.

Применительно к традиционной журналистике³ глобализация определяется как концентрацией капитала в национальном масштабе, так и созданием международных медиаконцернов, объединяющих информационные предприятия двух или даже нескольких стран.

В информационно развитых обществах оба проявления существуют параллельно друг с другом, хотя в настоящее время все более становится заметной тенденция к корпоративному слиянию отдельных медиапредприятий, находящихся в разных странах, в единые информационные холдинги. В западных странах этот процесс настолько активизировался, что есть основания говорить уже о формировании ярко выраженного механизма воздействия со стороны наиболее крупных медиапредприятий⁴.

Так, крупнейший в мире информационный концерн «Ньюс интернэшнл» («News International»), возглавляемый американским магнатом Р. Мердоком, объединяет десятки периодических изданий, радио- и телекомпании, предприятия киноиндус-

² См.: *Negrin R. Politics and the Mass Media in Britain. L., 1989. P. 4.*

³ В данном случае не делается различий между понятиями «журналистика» и «средства массовой информации», поскольку, по мнению автора, они действуют в едином информационном поле.

⁴ См.: *Humphreys P. Mass Media and Media Policy in Western Europe. Manchester, 1996. P. 199–204.*

три, издательства на пяти континентах, демонстрируя таким образом пример существования многомерной собственности в информационной сфере (cross-media ownership). В структуре концерна существуют медиахолдинги, которые включают в себя информационные предприятия, действующие в различных странах. Например, в Великобритании функционирует «Ньюс корпорэйшн» («News Congroation») — дочерняя структура концерна, которая объединяет целый ряд национальных ежедневных и воскресных газет.

Приведенный пример отчетливо подтверждает, в каком направлении развивается стратегия информационного бизнеса в современном мире. Глобализация в данном случае представляет собой не просто увеличение числа СМИ, существующих в рамках одного экономического и финансового объединения. Информационный бизнес определяется многомерностью своего развития. Во-первых, происходит перераспределение капитала в рамках одного холдинга — от прибыльных СМИ к СМИ убыточным, что позволяет последним чувствовать себя «на плаву»⁵. Во-вторых, информационный бизнес черпает инвестиции из других предприятий, находящихся в ведении медиамагнатов. Закономерно, что многие собственники СМИ за рубежом не ограничивают свой бизнес только интересами в области журналистики, но стремятся контролировать банковскую, страховую, туристические и другие сферы, которые гарантируют стабильные доходы. Таким образом, глобализация информационного пространства в современном мире не существует сама по себе, но затрагивает различные направления деятельности и представляет собой сложный процесс конвергенции политических и экономических интересов.

⁵ Например, в рамках уже отмеченной нами «Ньюс корпорэйшн» перераспределение средств идет от массовых газет, таких как «Сан» и «Ньюс оф зе уорлд», имеющих значительные доходы, к качественным изданиям («Таймс» и «Санди таймс»), которые нерентабельны ввиду ограниченных тиражей. Между тем Р. Мердок, владелец холдинга, в своих публичных выступлениях неоднократно отмечал, что для него уважаемые «Таймс» и «Санди таймс» — это своеобразные «зоны влияния», посредством которых он оказывает воздействие на политическую и экономическую сферы в международном масштабе и благодаря этому готов нести финансовые убытки, покрывая их за счет других информационных предприятий.

В принципе схожая тенденция наблюдается в рамках российского информационного пространства. Последнее десятилетие в нашей стране также характеризуется процессом концентрации капитала и собственности в сфере журналистики. Особенности формирования и тенденции развития медиахолдингов Б. Березовского, В. Гусинского и других собственников СМИ подтверждают привычную типологию этих процессов, сформированную в мировой практике. Нельзя, правда, не признать, что отечественный информационный бизнес проходит стадию концентрации собственности в национальном масштабе и пока не вышел на международный уровень. Однако можно предположить, что это рано или поздно произойдет ввиду значительного экономического потенциала России, обеспечивающего большие финансовые запасы.

Как и применительно к зарубежной практике, невозможно воспринимать процесс глобализации в российской информационной сфере только с одномерных позиций. Это сложное и во многом еще не отрегулированное правовыми нормами явление всецело отражает современную ситуацию в стране: формирование политической и экономической элиты, имеющей в своем распоряжении основной национальный капитал, активное упрочение частного бизнеса, стремление собственников вкладывать средства в информационную сферу и т. д. Концентрация СМИ в руках собственников как первая стадия глобализации информационного процесса олицетворяет собой изменение привычных отношений между властью, обществом и журналистикой. Упрочение значительно большего, чем ранее, плюрализма мнений в СМИ подтверждает их отход от прежней унификации своего существования, и это во многом формирует демократические приоритеты развития страны. Вместе с тем смена собственности в системе СМИ не обеспечила долгожданной свободы мнений и взглядов. Сегодня есть основания говорить о рецидивах прежнего одностороннего мышления, которое демонстрируют нынешние владельцы информационных компаний. Это проявляется в их стремлении занять жесткую позицию по тому или иному дискуссионному вопросу, нежелании организовывать полемику на страницах своих СМИ, привлечь к обсуждению вопросов широкую аудиторию.

Применительно к западной журналистике такие ситуации встречаются крайне редко, что во многом обусловлено историческими особенностями ее существования. В зарубежных условиях СМИ формировались (и продолжают существовать) как независимый от государства политический и социальный институт и воспринимались в массовом сознании в качестве «сторожевого пса» демократии, защищающего общество от посягательств государства на права и свободы граждан. В России положение журналистики с самого начала было принципиально иным: появление СМИ в начале XVIII в. было санкционировано верховной властью, и вся деятельность журналистики в последующие столетия всецело зависела не от законодательных приоритетов, а от личных политических интересов высших государственных деятелей. В этом отношении положение журналистики в советский период истории во многом явилось воплощением традиционных ориентиров власти, чье единоличное вторжение в информационную сферу (на уровне жесткой субординации между партийными органами и редакциями) формировало одномерное восприятие обществом всех основных явлений действительности.

Сложившаяся ситуация отчетливо иллюстрирует, что глобализация информационного процесса, которая во многом носит универсальный характер, применительно к отдельно взятой стране неизбежно аккумулирует в себе особенности ее национального развития, утвердившийся в данном обществе историческим путем уровень плюрализма, свободы слова, традиционную степень вмешательства государственных и политических институтов в положение журналистики. Эти и другие факторы нельзя не принимать во внимание при рассмотрении стратегических перспектив развития процесса глобализации в информационной сфере.

Наряду с этим на повестку дня встает еще один важный вопрос: возможно ли в условиях современной глобализации информационного бизнеса сохранение «лица» каждой национальной журналистики? Под воздействием технологических новаций медиапроцессы в различных странах неизбежно унифицируются, влияя на содержание СМИ. Значительный объем информации поступает в СМИ через многочисленные информационные агентства, Интернет и без изменений появляется на

страницах газет, звучит по радио и телевидению и т. д. Для российской журналистики «проблема унификации» выглядит сложной и по причине прямого заимствования информационных моделей, которые утвердились сегодня в практике телевидения, отдельных периодических изданий. Это стало следствием финансирования этих СМИ зарубежным капиталом, что, в свою очередь, повлекло за собой заимствование, а подчас попросту калькирование информационных подходов, непривычных для отечественного восприятия.

Следует признать, что аналогичная проблема не исключительна для России, а существует и во многих других государствах, аудитории которых находятся под влиянием американской массовой культуры. Современный исследователь журналистики Д. Маквейл утверждает, что эта ситуация порождает «культурный дисбаланс» в сознании граждан того или иного общества, она являет собой так называемую «транснационализацию», при которой в сознание людей насильно внедряются чужеродные ценности⁶. Отсюда и требование, звучащее время от времени в публичных дискуссиях политиков, деятелей культуры, журналистов, о необходимости разработки и внедрения в жизнь мер, санкционированных органами государственной власти и направленных на ограничение «чужого» информационного воздействия. Ставится вопрос, в частности, о введении квот на иностранные телепрограммы с целью защиты своих производителей информации⁷.

Надо сказать, что в законодательстве развитых зарубежных стран эти требования учитываются. К примеру, в канадском информационном праве, определяющем развитие радио и телевидения, специально оговаривается важность «национального фактора». Приоритет отдается своим программам, кроме того, подчеркивается важность пребывания радио- и телекомпаний в собственности граждан, имеющих канадское гражданство⁸. В Великобритании законы о телерадиовещании 1954 г.,

⁶ См.: *McQuail D. Media Performance: Mass Communication and the Public Interest*. L., 1992. P. 292–293.

⁷ *Ibid.* P. 293

⁸ См.: *Peers F. Canadian Media Regulation // Studies in Canadian Broadcasting* / Ed. by G. Robinson, D. Theall. Montreal, 1975. P. 78.

а затем и 1990 г. отдельно оговаривали целесообразность сохранения «необходимых пропорций» между своими и зарубежными программами, с которыми знакомят слушателей и зрителей. Законодательство Германии в области информации также содержит требование о «соответствующем объеме собственной медиапродукции»⁹ и т. д.

Приведенные формулировки, однако, страдают определенной обтекаемостью. Это можно, пожалуй, объяснить тем, что в случае следования им журналистика перестает быть «четвертой властью» — политическим институтом, независимым от прямого государственного воздействия (а этот фактор всегда был предметом особой гордости западных СМИ). При этом документы, принимаемые на уровне Европейского парламента, подчеркивают значимость свободной передачи информации и гарантируют соответствующие права ее продуцентам — в полном соответствии с общими принципами существования и развития личности в западном обществе. В 1990-е гг. появился целый ряд меморандумов, составленных комиссиями Европейского сообщества, которые акцентируют внимание на важности отстаивания либеральных ценностей в ходе создания и передачи информации¹⁰. Это подразумевает под собой «свободу слова без границ», отсутствие какого-либо регулирования в рамках передачи информации на уровне европейских законодательных институтов. Как совместить данное требование с формулировками законодательных актов отдельных стран, остается не совсем ясным.

Все сказанное выше подтверждает, что проблема сохранения национального информационного пространства в условиях глобализации остается актуальной. Ее решение возможно

⁹ См.: *Shaughnessy H., Cobo C. The Cultural Obligations of Broadcasting.* Manchester, 1990.

¹⁰ К этому, в частности, сводится содержание меморандумов 1994 г. «Путь Европы к информационному обществу: план действия» и «Стратегические приоритеты по усилению европейского производства программного обеспечения в контексте аудиовизуальной политики Европейского союза». Отметим также принятие в 1996 г. на заседании Европейского сообщества специального документа под названием «Телевидение без границ», который подчеркивает необходимость преодоления культурных барьеров между странами посредством расширения технических возможностей доставки телеинформации.

не только на основе законодательного обеспечения, но и при условии осознания самой журналистикой важности следования традициям своих стран в информационной сфере, которые накоплены за весь предшествующий период их развития.

Традиция как универсальная форма и механизм сохранения социальной преемственности является одновременно фундаментальной категорией исторического развития и позволяет выработать цивилизационную модель национального развития. Традиция выступает в качестве духовного основания культуры и вместе с тем важнейшего алгоритма сохранения общественных ценностей, являющихся значимыми для формирования «лица» нации. Традицию также можно воспринимать как проявление определенных стандартов (шаблонов) в образе мышления и повседневных действиях, вовлекающих в свою орбиту и большие социальные группы, и индивидов. С учетом этого традиции являются носителем социальной памяти, которая воспроизводит эталоны поведения, проверенные опытом истории и соответствующие потребностям дальнейшего развития общества.

Информационную среду вообще и журналистику в частности нельзя рассматривать в отрыве от исторической реальности, накладывающей существенный отпечаток на ее повседневное развитие. Информационная среда развивается в полном соответствии с культурно-историческим опытом общества, его ценностными ориентирами. Это означает, что сегодня для формирования массового интереса к СМИ необходимо учитывать традиционные и устоявшиеся формы их взаимодействия с аудиторией. Игнорирование этого фактора может привести к негативным последствиям для существования и перспективы самих СМИ.

Как любая традиция, которая модифицируется в зависимости от конкретной политической ситуации, формы взаимодействия журналистики с аудиторией также могут подвергаться определенной трансформации в результате изменения окружающих реалий. Однако важно учитывать их типологические проявления, сформированные под воздействием менталитета нации как очень устойчивого проявления, мало изменчивого под воздействием конкретных обстоятельств. Так, одной из особенностей российского менталитета всегда было

своеобразное коллективистское начало, сформированное под воздействием социально-бытовых условий существования общества. По этой причине в СМИ никогда не присутствовали мнения только профессиональных журналистов, отечественная журналистика всегда была сильна формированием «широкого мнения», что особенно ярко воплотилось в ее содержании в советский период. Отсюда и появление на страницах газет многочисленных писем, особые методы взаимодействия с читателями (например, круглые столы) и т. д. Сегодня эти некогда устойчивые формы журналистской работы практически исчезли из содержания многих периодических изданий, что, на наш взгляд, ослабляет массовый интерес и доверие к СМИ.

Таким образом, воспринимая глобализацию информационного пространства как неизбежный фактор сегодняшнего дня, следует принимать во внимание то, что ее последствия для того или иного общества и СМИ зависят от условий исторического развития страны, особенностей законодательства, степени осознания творческой ответственности самими журналистами. Все это в совокупности помогает осознать, каковы возможности сохранения национального информационного пространства в рамках развития того или иного государства.

А. Г. Нестеров

Уральский университет (Екатеринбург)

ИДЕИ ЕВРОПЕИЗМА В СОВРЕМЕННЫХ РАДИКАЛЬНЫХ ДВИЖЕНИЯХ

Изучение европейского радикализма представляется в настоящее время достаточно актуальной задачей. Возрастающее количество разнообразных радикальных движений, постоянно появляющихся в различных европейских странах, свидетельствует о том, что радикализация настроений части населения стран Европейского союза является в настоящее время объективным процессом, обусловленным рядом факторов.