

---

# Глобализация в / и СМИ

Профессор Е. Л. Вартанова



Факультет журналистики Московского государственного университета имени М.В. Ломоносова

---

# Глобализация

- **Глобализация** должна определяться как процессы, которые вплетают национальные государства в деятельность транснациональных авторов и подчиняют их властным возможностям, ориентации и идентичности последних.

Бек У. Что такое глобализация? Ошибки глобализма — ответы на глобализацию. М.: Прогресс-Традиция, 2001.



---

# Глобализация

- Увеличивает взаимосвязь между людьми, регионами и странами в мире, одновременно убивая (сокращая) расстояния (Э. Гидденс)
- Означает одновременно присутствие и отсутствие, переплетение социального, имеющего глобальный масштаб, с личным (Т. Рантанен)
- Процесс, означающий рост взаимозависимости и взаимопроникновения человеческих отношений наряду с ростом интеграции социоэкономической жизни (Ф. Уэбстер)



---

# Глобализация и СМИ

- Глобализация – многомерный процесс, происходящий одновременно на нескольких уровнях. Это глобализация и рынка, и производства, и финансов, и, конечно, коммуникаций, опирающихся на глобальную инфраструктуру. Именно она обеспечивает беспрепятственное круглосуточное движение не только финансовых потоков, но и потоков новостей, включая глобальную рекламу.
- Понятие информация имеет широкий смысл и включает в себя символы, образы, понятия, единые для всего человечества



---

# Глобальное содержание

- Источники новостей: Рейтер, АП, Франс Пресс, Си-эн-эн
- Трансграничные сети ИКТ: спутники, интернет, мобильная телефония
- Общая повестка дня международных событий
- Глобальная логика рынка
- Универсальность распространение потребительского стандарта
- Потеря национально-информационной независимости
- Примеры: смерть папы Иоанна Павла II, смерть принцессы Дианы, свадьбы королевских особ, Олимпийские игры



---

# Производство глобального содержания

- Адаптация наиболее успешных форматов в различных национальных контекстах
- Адаптация эффективных форм организации труда (производство сериалов или создание мультимедийных редакций, нацеленных на вторичное и многократное использование содержания в разных формах, организация работы редакции на основе непрерывной обработки потока новостей из Интернета)
- Адаптация общих стандартов журналистской культуры



---

# Глобальное распространение

- Массовость и широта охвата аудитории
- Глобальное распространение ≠ глобальное содержание
- Новые социальные и коммуникационные практики: научные интернет-форумы, коллективное художественное творчество в Сети, онлайн-базы данных, открытые для исследователей в различных областях знаний, виртуальные музеи
- Наднациональный контент: наука и высокая культура



---

# Глобальная экономика

- Глобальные медиаконцерны: «Ньюс корпорейшн», «Бертельсманн», «Сони», «Дисней», «Вивенди Юниверсал»
- США – наиболее развитая и эффективная медиаиндустрия
- Привлекательность менее информационно развитых рынков: Азия, Латинская Америка, Центральная и Восточная Европа



---

# Глобальная медиасимволика и массовая культура

- Восприятие в разных национальных, языковых, культурных, религиозных контекстах – проблема ли?
- В последние десятилетия двадцать самых кассовых фильмов формируют фильмы только американского производства — «Титаник», «Звездные войны», «Властелин колец», «Аватар»
- Глобальное восприятие мифологии массовой культуры
- Синтетичность и гибридность ценностей и образов СМИ, их усредненность



---

# Глобализация + локализация = глокализация

- **Глокализация** - термин изначально основан на культурологической теории устойчивости и сопротивляемости локальных культур, противопоставленной теории глобализации, модернизации и американизации. Сегодня активно используется в экономике, социологии и в исследованиях СМИ. Значение термина определяется сочетанием двух слов - глобализация и локализация - и означает адекватное заданной культуре присутствие на локальном географическом рынке международного продукта. Более ранним термином с синонимичным значением является «интернационализация». Впервые понятие «глокализация» прозвучало в статьях японских экономистов в *Harvard Business Review* в 1980-е гг. Популяризировал термин британский социолог Р. Робертсон в 1997 г. на конференции «Глобализация и культура коренных народов», где озвучил мысль о «закаливании» местных условий под воздействием глобальных давлений.

