

ГЛОБАЛИЗАЦИЯ МИРОВОЙ ПОЛИТИКИ. ВВЕДЕНИЕ В МЕЖДУНАРОДНЫЕ ОТНОШЕНИЯ

Глобализация масс-медиа





Глобальное медиапространство и тренды, сложившиеся в течение столетия, влияют на сознание и поведение людей, его менталитет, ценностные ориентации, потребности и интересы, а также формирование общественного мнения, нравов и морали. В XXI веке общение между людьми достигает беспрецедентной степени глобализации, благодаря бурному развитию компьютерной техники, информационных и сетевых технологий, популярности мобильных телефонов и других средств массовой коммуникации. Появились Twitter, Facebook, другие сайты, сделавшие трансграничные обмены информацией простыми и доступными в любое время и в любой стране.

Глобализация масс-медиа имеет как положительные, так и негативные стороны для государств и обществ. И задача каждой страны определить возможности и риски для развития собственного медиапространства, в случае необходимости его защиты.

Современное состояние общества исследователи называют по-разному: «третья волна» у Э.Торфлера, «постиндустриальное общество» у Д.Белла, «постмодернистское общество» у А.Этциони, «глобальная деревня» у М.Маклюэна, «информационное общество» у Й.Масуды и М.Кастельса

Происходящие перемены и переход к электронным средствам коммуникации и информации внесли большие изменения в традиционные рамки информационно-коммуникативного процесса. Сегодня мгновенно и легко преодолеваются как пространственные, так и временные характеристики мира. Распространение цифровых способов передачи информации, выход на массовый рынок спутникового и кабельного телевидения, а также развитие транснациональных медиакорпораций приводит к новой информационной реальности, для которой характерна возможность беспрецедентно широкого доступа к разного рода сведениям и знаниям большей части населения земного шара.

Интегрированность в современное медиапространство сегодня имеет первостепенное значение для государств, обществ и индивидов. В постиндустриальную эпоху самым ценным ресурсом является обладание информацией, а индивиды становятся в информационном обществе активными субъектами информационного обмена. Основную функцию при этом выполняют масс-медиа.

Современные масс-медиа не являются стопроцентно независимым институтом гражданского общества, их деятельность во многом напрямую зависит от интересов и устремлений конкретных политических акторов. Именно поэтому качество и достоверность представленной в СМИ информации часто имеют весьма противоречивый характер. Так, политики разных стран часто используют СМИ для трансляции «фэйковых новостей». Запрещенные экстремистские организации посредством СМИ пытаются повысить привлекательность своих лозунгов борьбы за «религиозные ценности» и «социальное равенство», ввергая новых последователей в свои ряды. В условиях трансграничности международного информационного пространства СМИ обретают функцию глобального политического манипулирования.

СМИ выступают одним из атрибутов «мягкой силы» в международных отношениях. Так как СМИ имеют приоритетную роль в формировании мирового общественного мнения, именно от их представления зависит облик, имидж страны на международной арене. Они же являются и главным поставщиком сведений о национальной культуре, традициях, образе жизни, уровне экономического развития, темпах внедрения технологических инноваций и других аспектах жизнедеятельности различных стран.

Основные тенденции развития современных масс-медиа, которые в значительной степени влияют на развитие всех сфер общества – глобализация, конгломерация (концентрация, монополизация), демассовизация, конвергенция (объединение СМИ в единую технологическую платформу), интерактивность (обратная связь).

Следующей четко выраженной тенденцией масс-медиа является концентрация СМИ, т.е. появление медиа-империй практически во всех странах. Современный медиа-бизнес – это непрерывный процесс поглощений, слияний, стратегических альянсов консорциумов СМИ как на национальном, так и на международном уровнях.

Новые масс-медиа представляют собой определенный ресурс власти и контроля. Через утверждение повестки дня, фрейминг (выборочное акцентирование определенных аспектов при коммуникации) и другие механизмы формирования медиареальности интерпретация представленных в СМИ феноменов и событий может направляться в определенное русло, одни аспекты действительности выдвигаются на передний план, другие же представлены в меньшей степени или вовсе проигнорированы.

Термины

Информационное общество - это общество, в котором социально-экономическое развитие зависит,



прежде всего, от производства, переработки, хранения, распространения информации среди членов общества.

Медиапространство (то есть пространство, создаваемое электронными средствами коммуникации) — это электронное окружение, в котором отдельные люди или их группы и другие сообщества могут действовать вместе в одно и то же время.

Интернет — глобальная компьютерная сеть, объединяющая огромное количество компьютеров и компьютерных сетей во всем мире, с целью хранения, обработки и предоставления доступа к информации.